

분과발표_경제경영1-2

CSR 실천 중소기업에 있어서의 기독교 경영 핵심원리의 적용

신호균 (금오공과대학교 교수), 김영애 (금오공과대학교 연구교수)

I. 서론

21세기 글로벌 사회로의 진입과 더불어 경쟁패러다임이 기업간 경쟁에서 기업 네트워크 및 기업생태계간의 경쟁으로 확대되고 있다. 이러한 변화에 대한 대응력이 약한 기업은 물론 국내 중소기업은 값싼 노동력과 생산기반을 제공하는 글로벌아웃소싱에 밀려 국내 및 국제 경쟁력이 흔들리고 있는 상황이다.

이에 국내 중소기업들은 글로벌 경쟁력을 확보하기 위한 노력의 일환으로 CSR(Corporate Social Responsibility) 활동을 통한 근본적인 관계변화를 모색하고 있다. 특히 해외수출을 기업의 모토로 삼고 있는 글로벌 중소기업들은 CSR 활동을 당면 과제로 인식하면서 구성원들의 사고와 행동방식 그리고 가치관의 변화를 가져왔다. 이에 CEO나 종업원들은 지속가능경영의 주체자로서의 역할이 그 어느 때 보다도 더 강조되고 있다.

지속가능경영은 성경적인 기업경영으로 하나님이 창조하신 창조질서를 회복하는 동시에 지속가능한 경영으로 발전한다는 기독교 경영과 일맥상통한다고 할 수 있다. 배종석 등(2010)에 의하면 기독교 기업이란 하나님의 주권하에 사람들이 역량과 자원을 청지기적으로 활용하여 가치창출을 통해 하나님과 사람을 섬기는 사회적 공동체로 정의하고 있다. 이러한 관점에서 볼 때 제한된 자원을 활용하여 가치를 창출하고 공유하는 CSR은 사람을 섬기는 사회적공동체로서의 기독교 경영의 핵심원리를 잘 반영하는 것으로 볼 수 있다.

문휘창(2012)은 기업의 지속가능성장의 일환으로 본 CSR 패러다임이 단순히 수익의 일부를 사회에 환원하는 CSR 실천단계에서, 공유가치를 창출하는 CSV(Creating Shared Value)와 장기적으로 경쟁력을 높이는 기회인 CSO(Corporate Social Opportunity)로 발전되어야 한다고 주장하고 있다.

따라서 본 연구는 CSR을 성공적으로 실천하고 있는 중소기업들의 CSR 핵심이슈들을 중심으로 기독교 경영의 핵심원리의 영향을 분석하기 위하여 정부의 정책적인 차원에서 성과의 판단기준이 되고 있는 지속가능경영 자문도구를 활용하여 기독교 경영 핵심원리의 관련성을 실증적으로 분석하여 기독교 경영의 성공적인 실천방안을 제시하는데 목적을 두고자 한다.

본 연구의 결과 기대되는 효과로는 첫째, 기독교 경영의 핵심원리를 잘 반영하는 기업들은 경영패러다임의 변화에 능동적으로 대처할 수 있는 변화와 혁신을 주도할 수 있다. 둘째, 기독교 경영의 핵심원리를 적용한 CSR 실천기업들은 기업의 브랜드 가치향상과 더

불어 경영적, 사회적 및 환경적인 성과를 개선함으로써 기업의 경쟁우위 확보를 위한 새로운 기회로 활용할 수 있다. 셋째, 핵심원리의 적용기업들은 자발적인 CSR 활동을 통해 지속가능경영을 실천함으로써 미래에 대한 투자개념으로 사회참여와 미래가치를 창출하는 지속가능한 경영으로 발전하는데 기여할 것으로 판단된다.

II. 분석을 위한 주요 이슈

1. CSR에 관한 주요 이슈

CSR은 기업의 자선활동과 복리후생주의 개념이 확산되던 19세기 말을 시작으로 1930년대 대공황을 겪으면서 소강상태에 보이다가 1950년대 이후 활발하게 논의되어 왔다(Frederick, 1994). CSR은 법이나 윤리적 관행을 지속하면서도 주주들의 의사를 존중하는 소극적인 정의(Friedman, 1970)와 경영활동을 단순한 법 이상으로 사회적 선을 강조하는 적극적인 정의(Mc Williams and Siegel, 2001)로 구분될 수 있으나 명확한 정의는 내릴 수 없으며 기업가치에의 긍정적인 영향에는 동의하고 있다(Bragdon & Marlin, 1972; Bowman & Haire, 1975; Spicer, 1978, Chen & Metcalf, 1980; Waddock & Graves, 1997; ; Xueming Luo, 2009; 고성천 & 박래수, 2009; 김창수, 2010; 허미옥, 정기한, 2010).

CSR은 1992년 유엔 지구정상화 회의에서 지속가능개발을 기업경영활동으로 선언한 이래 글로벌 기업들이 이윤추구나 주주가치의 극대화에서 나아가 고객과 종업원, 지역 사회 및 환경 등 이해관계자들의 요구를 고려한 사회 및 환경적 가치에 관심을 가지면서 그 필요성과 적극적인 실천이 강조되어 왔다.

또한, UN은 “The Global Compact” 출범을 통해 인권, 노동, 환경 및 반부패와 관련하여 기업의 준수를 촉구하고 있으며, OECD는 다국적 기업에 대한 가이드라인과 기업지배구조에 관한 원칙 등을 제정하고 있다. 1990년대 다국적 기업인 엔론의 비윤리적인 기업경영으로 인하여 재무적 성과로만 경영성과를 측정하던 기업평가에서 경영적 성과, 환경적 성과, 사회적 성과 등의 Triple Bottom Line의 세 가지 핵심요소로 평가하는 지속가능경영 추세로 변화되고 있다.

〈표 1〉 CSR의 주요 이슈

핵심이슈	쟁점	핵심이슈	쟁점	
조직 거버넌스	의사결정 프로세스와 구조	공정 운영 관행	반부패	
	실사		책임 있는 정치 참여	
인권	인권 위험상황		공정 경쟁	
공모회피	영향권 내에서의 사회적 책임 촉진			
인권	고충처리	소비자 이슈	재산권 존중	
	차별과 취약그룹		공정 마케팅, 편파적이지 않은 정보와 계약관행	
	시민권과 정치적 권리		소비자의 보건과 안전 보호	
	경제, 사회 및 문화적 권리		지속가능소비	
	근로에서의 기본 원칙과 권리		소비자 서비스, 불만과 분쟁 해결	
	노동 관행		고용과 고용관계	소비자 데이터 보호와 프라이버시
			근로조건과 사회적 보호	필수 서비스에 대한 접근
사회적 대화		교육과 인식		
근로에서의 보건과 안전		지역사회 참여		
환경	고용에서의 인적 개발과 훈련	지역사회 참여와 발전	교육과 문화	
	오염방지		고용창출과 기능 개발	
	지속가능한 자원이용		기술 개발과 접근성	
	기후변화 완화와 적응		부와 소득 창출	
	자연보호, 생물다양성 및 자연서식지 복원		보건	
		사회적 투자		

이와 더불어 2009년 11월에 ISO 26000이라는 사회적 책임에 관한 국제적 표준가이드라인이 공표되면서, 정부, 노조, 소비자, 기업 및 시민단체까지 광범위하게 적용영역이 확대되면서, ISO 26000은 사회가 요구하는 상황과 목표에 기업이 어떻게 대응하고 영향을 주는가에 관한 표준으로 OECD는 기업과 사회가 공생관계로 발전시켜 나가야 할 기업의 실천행동규범으로 정하고 있다.

이러한 기업의 사회적 책임의 핵심인 ISO 26000의 주요 이슈는 <표 1>과 같다 (KSA, 2012).

2. 기독교경영에 관한 주요 핵심원리

기독교경영이란 성경에서 기업에 적용 가능한 원리를 찾아내어 현실경영에 적용하는 것(정충영, 2007)이며, 기업경영에 하나님의 주권이 나타나 하나님 나라가 확장되면서 하나님 사랑과 이웃 사랑을 실천하면서 하나님 뜻에 따라 기업경영활동을 통한 선한 영향력을 끼침으로 종업원들이 주님을 영접하는 일련의 활동이라 할 수 있다(배종석 등, 2010).

현재, 기독교경영학자들이 중심이 되고 있는 기독교경영연구원과 한국로고스경영학회의 설립취지와 비전을 통해 기독교경영의 의미를 찾아보면, 먼저 기독교경영원은 하나님의 뜻 안에서 기업경영과 선교사명을 감당하고자 하는 경영학자, 기업인, 전문인 및 직장인들이 하나님 나라의 비전을 가지고 연구, 교육, 봉사, 선교하는 기관이라는 설립취지와 하나님의 말씀에 입각한 신앙, 지식 및 사역공동체로서 성경적 세계관을 기본으로 기업경영과 성경원리를 적용하는데 기여하는 전문기관으로 비전을 소개하고 있다.

한국로고스경영학회는 천지만물을 창조하시고 운영하시면서 그리스도인들을 통해 영광을 들어내시는 하나님께서 세상적인 경영원리와는 다른 경영원리를 사용하신다는 것을 깨닫고 하나님이 천지 만물을 다스리는 성경적인 경영원리를 탐색하여 현실 경영에 적용하는 즉, CEO로서 예수께서 실천하신 성경적인 경영원리들을 연구하고 체계화하여 적용하기 위해 설립된 학회이다.

정충영(2007)은 두 기관의 설립취지와 비전을 비교하면서 기독교경영에서 간과하지 말아야 할 것으로 기독교경영은 경영에 초점을 맞추고 있기에 기업경영을 통해 복음전파의 수단으로 사용될 수 있다 하더라도 그 초점은 경영의 원리와 이의 적용에 맞춰져야 하는 즉, 기업의 산출한 제품이나 서비스를 통해 고객을 만족시키는 것이 가장 큰 사명이기에 이러한 기업의 사명보다 선교적 사명이 더 중요하게 판단하게 되는 우를 범하지 말아야함을 강조하면서 하나님의 경영관과 성경을 통한 경영사상을 경영학이 실천적인 학문이라는 사실을 통해 연구결과들을 현실경영의 현장에서 적용되어야함을 강조하였다.

기독교경영을 기업에 적용할 수 있는 성경의 원리들은 생명의 보존과 창조질서의 원리, 사랑의 원리, 청지기 원리, 섬기는 종의 원리, 하나님 나라의 확장원리, 율법의 원리 등을 주장하였다(정충영, 2007).

고성삼 등(2009)은 기독교경영과 일반경영과의 차이점으로 기독교경영은 하나님의 뜻을 발견하여 창조명령을 구체적으로 구현하는 현상이 기업으로 인식하고 단순히 주주의 이익만을 대변하는 것이 아니라 창조명령의 수행 파트너로 하나님 나라의 자원을 관리하는 청지기로서의 역할을 강조하고 있다.

또한, 기독교경영을 하나님의 형상을 닮은 인간을 중시함으로 창의성이 회복된 공동체성이 가능한 존재로 종업원과 고객 및 거래처를 가족 같은 마음으로 경영원리를 적용하고, 노동의 기쁨이 회복되어 하나님께 영광 돌릴 수 있는 하나님이 원하는 인간관과 노동관으로 비전경영, 섬김의 경영, 신뢰의 경영, 정직의 경영, 사회적 책임경영 등으로 그 특징을 정의하였다.

배종석 등(2010)은 기독교경영을 기업에서 경영활동을 통해 하나님 사랑과 이웃사랑이 표출되어야 하며, 이런 대전제들은 기업 활동을 통해서만 가능한 것이 아니라 삶 전체와 다른 영역에서도 실현되어야 하기에 청지기 정신으로 기업을 경영하는 것이라고 정의하고 기독교경영의 핵심원리로 창조, 책임, 배려, 공의 및 신뢰 5가지를 정의하고 있다.

이상에서 살펴본 바와 같이 기독교경영의 주요 핵심원리들이 다양하게 소개되고 있으나, 본 연구에서는 전체 내용을 포괄적으로 요약하고 있다고 판단되는 배종석 등(2010)의 기독교경영의 핵심원리 5가지를 중심으로 CSR실천 중소기업들을 대상으로 CSR의 7가지 주요 이슈인 조직 거버넌스, 인권, 노동, 환경, 공정운영관행, 소비자이슈, 지역사회참여와의 연계성을 찾아 적용하여 분석, 고찰하고자 한다.

3. CSR과 기독교경영의 주요 이슈에 대한 관련성 분석

본 연구에서는 지속가능한 경영을 공통적으로 추구하고 있는 기독교경영의 핵심원리와 CSR 활동의 주요 이슈들에 대하여 관련성을 중심으로 분석, 고찰하고자 한다.

McGrath(2012)의 연구에 의하면 CSR과 경영성과는 밀접한 관련성을 가지고 있음을 주장하였다. HBR에서 탁월한 기업, 성장하는 기업의 지속적인 혁신비결을 알아보기 위해 2000년부터 2009년까지 10년 동안 2,347개 기업의 경영실적을 분석한 결과 연간 5% 이상 순이익의 성장률을 기록한 10개를 분석한 결과 공통점을 발견하였다고 주장하였다.

공통점으로 세 가지를 들고 있는데 첫째, 하나님의 창조명령인 생육하고 번성하라(출 1:1-22)라는 명령을 민첩한 적응력으로 자유, 재능개발, 참여의 명령을 잘 수행하면서 기업을 번성시켰다는 것이다. 둘째, 효율성과 효과성을 고려한 지속가능경영을 실현하기 위해 탄력적으로 프로세스를 개선하여 지원하는 책임경영을 수행하였으며, 셋째, 경영진이 가진 문화와 공통 가치를 재능개발, 이해관계자들에 대한 배려와 신뢰, 공정한 성과배분 등 사람중심의 기업문화로 승화시켜 왔다는 것이다.

이러한 연구결과는 CSR이 성경적인 경영원리를 적용하고 있는 기독교경영과도 매우 밀접한 관련성이 있음을 나타내는 것으로 볼 수 있다고 할 것이다. 이와 같이 우리나라의 중소기업에서도 기업의 사회적 책임을 다함으로 지속가능경영을 성공적으로 수행하고 있는 CSR 실천 사례기업들을 대상으로 성경적인 경영원리가 어떻게 적용되는지를 분석해보는 것은 매우 의미 있는 것으로 판단되어 CSR의 주요 이슈와 기독교경영의 핵심원리에 대한 관련성을 하나님과의 관계성 차원인 신적인 측면이 아닌 인간과의 관계성 차원인 인적(사회적) 측면인 이웃 사랑에 초점을 두고 분석하였으며, 그 공통점을 중심으로 요약, 정리하면 다음 <표 2>와 같다.

<표 2> CSR의 주요 이슈와 기독교경영의 핵심원리에 대한 공통점

CSR 주요 이슈	핵심 쟁점	기독교경영 핵심원리	비고
조직 거버넌스	반부패, 윤리적 기준, 거래관계자 상호이익존중	책임, 배려, 신뢰	
인권	사내교육, 제안 및 보상, 약자보호, 평등	창조, 배려, 공의	
노동관행	근로조건 개선, 인적자원개발, 건전한 노사관계	창조, 배려, 공의	
환경	기후변화 대응, 지속가능한 자원활용, 생태보호	창조, 배려, 공의	
공정운영관행	협력업체관계개선, 이웃사랑, 윤리적 거래	책임, 배려, 공의, 신뢰	
소비자이슈	생산과정 투명화 공개, 청정생산, 고객관리	창조, 배려, 공의, 신뢰	
지역사회참여 및 발전	지역사회문제해결, 고용창출, 기술개발, 보건관리	창조, 책임, 신뢰	

III. 실증적 연구

1. 연구개요

본 연구는 중소기업청 프로젝트로 수행한 연구결과인 “아름다운 동행을 위한 중소기업 CSR(2011)”에서 소개하고 있는 23개 사례기업을 연구대상 기업으로 정하였는데, 이들 기업들은 우리나라 중소기업 중에서 지속가능한 경영을 실천하고 있는 대표적인 기업들로 구성되었다.

이들 사례기업들은 CSR을 통한 나눔과 가치공유가 이익의 단순한 사회적인 환원의 차원에서 나아가 기업과 사회의 상호협력을 통한 상생의 새로운 가치 창출로의 변화를 인식하고 나눔과 배려가 기업을 성장시키는 중요한 핵심요인으로 작용되고 있음을 인식하고 있는 것으로 나타났다. 궁극적으로 사례기업들에게서 기독교경영의 핵심원리들이 녹아 있음을 인식할 수 있어서 이를 실증적인 분석을 통하여 검증하고자 본 연구를 수행하게 되었다.

2. 연구방법

본 연구의 방법으로는 객관적으로 검증된 23개의 CSR 실천기업들을 대상으로 중소기업 CSR의 지속가능경영지수를 도출하는 틀인 기업의 지속가능경영 자문도구를 활용하여 기독교경영의 핵심원리가 지속가능경영에 어떠한 관련성을 가지고 있는지를 실증적으로 분석하기 위하여 설문과 인터뷰를 통해 수집된 자료로 계층분석기법인 AHP를 통해 측정하여 분석하고자 한다.

이에 앞서 CSR 실천기업들을 대상으로 집단간 CSR의 7가지 이슈와 5대 핵심원리와의 관계성을 알아보기 위하여 SNA(Social Network Analysis)분석을 우선적으로 실시하고자 한다. 이는 개인 및 집단간 관계를 노드와 링크로서 모델링하여 기업의 사회적 책임을 실천하고 있는 기업들의 위상구조와 확산 및 응집성에 대해서 분석해 보고자 한다.

구체적으로 본 연구에서는 CSR 활동에 대한 ISO 26000의 7가지 이슈를 중심으로 다양한 분야들을 측정하는데 기독교경영의 핵심원리가 잘 반영되어 있음을 확인하고 기독교경영의 핵심원리와 지속가능경영의 관계성을 파악하기 위해 사례기업들의 CEO와 중역원들을 대상으로 설문조사를 실시하고 “아름다운 동행을 위한 중소기업 CSR” 연구를 수행하였던 전문인력과의 인터뷰를 통한 표준값을 측정하고 대학원에서 CSR관련 과목을 수강하거나 수강하고 있는 대학원생들을 대상으로 사례집과 기본적인 자료를 제시한 후 그 성과를 측정하고자 한다.

지식가능경영지수는 2009년에 산업정책연구원에서 개발한 도구를 활용하여 측정할 것이며, 기업에 활용한 지속가능경영자문을 위한 CSR 주제차원의 관련성지수와 CSR 이슈차원의 지속가능지수를 사용하여 지속가능경영의 다양한 이슈 중에서도 ‘급한 일’과 ‘중요한 일’을 분석한 도구를 본 연구에서도 활용하고자 한다.

따라서 본 연구는 전술한 연구방법을 통해 기독교경영의 핵심원리와 문휘창(2011)의 연구에서 제안된 CSO의 방법론으로서의 CSR과 마이클 포터가 제안한 CSV를 중심으로 기독교경영의 성공적인 실천방법을 제안하고자 한다.

3. 변수의 조작적 정의

본 연구에서 사용되는 변수들은 CSR의 주요 이슈와 5대 핵심원리의 비교를 통해 설문지를 구성하였으며, 변수의 조작적 정의를 살펴보면 다음 <표 3>과 같다(정충영, 2007; 고성삼 등, 2009; 배종석 등, 2010).

<표 3> 변수의 조작적 정의와 설문지 구성

5대 핵심원리(창조, 책임, 배려, 공의, 신뢰)에 대한 의견	매우 그려함										매우 그렇지 않음										점수
	⑩	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	⑩	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
창조	회사 내에 창의적인 아이디어 제공할 분위기나 기회가 조성됨.																				
	아이디어를 실현하는데 필요한 시간과 자원의 사용에 자유로움.																				
자유, 재능 개발, 참여	재능개발을 위해 공적적인 교육 제공 혹은 교육을 위한 인프라 제공.																				
	조직구성원이 가진 재능과 역량을 발휘 할 수 있는 기회 부여.																				
	직원들이 적극적으로 생산과 품질 향상 및 작업공정 개선에 기여할 수 있는 내적동기 향상유도.																				
책임	조직의 목표를 효과적이고 효율적으로 달성하여 이해관계자의 기대에 부응.																				
효율성, 효과성, 지속 가능성	조직목표달성을 위해 자원의 낭비 없이 효율적 조직을 운영함.																				
	고객과 사회로부터 기대되는 바람직한 목표를 성취함.																				
	고객의 니즈 변화나 기술혁신에 적절히 대응하고 있음.																				
	기업과 환경과의 올바른 관계를 확립하여 지속적 생존과 발전 도모.																				
배려	기업의 이해관계자들에게 관심을 가지고 삼가고 있음.																				
	이해관계자에 대해 열린 마음으로 다양성을 수용하고 관대함.																				
포용성, 호혜성, 사회 공헌	이해관계자들과 상호협력하며 상생을 추구함.																				
	기업이 보유한 자원을 활용하여 사회적 필요에 기여함.																				
	기업조직의 다양성을 인정하고 실패에 대해서 관대함.																				
	사회적 약자를 고용하거나 사회복지서비스 강화 및 공정무역 강화.																				
공의	능력과 수고에 상응하여 정당한 성과를 배분함.																				
	능력과 수고에 상응하여 공정한 판단과 행동을 장려함.																				
형평성, 평등성, 공평성	종업원에게 개인이 가진 동등한 기본적 권리를 인정함.																				
	내부종업원에게 편견과 치우침이 없는 태도와 행동을 취함.																				
	하청업체를 정당한 근거 없이 차별하지 않고 편익을 위해 불공정 거래를 행하지 않음.																				
신뢰	거짓 없이 행하여 이해관계자에게 믿음을 주고 있음.																				
	제품과 시장에 있어 거짓과 과장 없이 바르게 행함.																				
정직성, 투명성, 진실성	사회로부터 요구하는 경영정보를 바르게 드러냄 (지속가능보고서 등).																				
	기업정보 공시 시 사실 혹은 가치를 정확하게 나타냄.																				
	지역사회, 정부, 투자자, 고객들이 요구하는 정보를 완전히 공시함.																				

위 기업에서 가장 잘 적용되고 있는 원리를 순서대로 기입하면 (, , ,)

먼저 창조의 원리는 가치창출의 활동에 창의적인 아이디어를 자유롭게 활용하는 원리로 기업의 창조활동이 잘 성취되기 위해서는 자유, 재능개발, 참여 등이 전제되어야 함을 강조하고 있다. 둘째, 책임의 원리는 하나님의 청지기로서 조직의 목표를 효과적이고 효율적으로 달성하여 이해관계자의 기대에 부응하는 원리로 효율성, 효과성, 지속가능성을 들고 있다. 셋째, 배려의 원리는 다른 사람들을 이해하는 포용성, 호혜성, 사회공헌을 들고 있다. 넷째, 공의의 원리는 하나님의 의에 따라 공정하게 판단하고 행동하는 원리로 형평성과 평등성, 공평성을 들고 있다. 마지막으로 신뢰의 원리는 하나님 앞에서 거짓 없이 행하며 이해관계자들에게 믿음을 주는 원리로 정직성, 투명성, 진실성을 들고 있다.

따라서 기독교경영은 하나님의 창조명령과 더불어 하나님으로부터 위임받은 청지기로

서의 책임과 하나님의 사랑원리인 배려를 통해 하나님의 공의를 실현하는 가운데 이 땅에서 기업과 이해관계자간에 신뢰가 회복됨으로 기독교경영이 구체적으로 실천될 것으로 사료된다.

기독교경영의 5대 핵심원리를 반영한 설문지를 통해 전문가가 설문대상 기업들의 정보(홈페이지 및 사례분석 참조)를 기초로 하여 개인의 의견을 점수화하고 총점을 평균하여 평균점수를 기록하여 5대 핵심원리를 평가하고자 한다. 평가척도는 AHP분석을 위해 유리할 것이라는 판단에서 10점 척도를 사용하여 자료를 수집하고자 한다.

4. 실증분석

실증분석으로는 먼저 두 집단간의 주요 이슈에 대한 관련성을 검증하기 위하여 넷마 이터 4.0을 활용한 SNA분석을 통해 비기독교집단과 기독교집단간의 CSR 7대 핵심이슈와 5대 핵심적용 원리의 응집된 그룹을 조사하기 위해 설문조사 자료와 CSR 수강자인 대학원생들에 의해 자료를 수집하여 2개 이상의 이질적인 노드로 구성된 데이터를 표현하고자 한다. 이를 위해 멀티플 링크표현이 가능하고 자료를 풍부하게 표현할 수 있는 Edge List 타입의 데이터 표현을 통한 창조, 책임, 배려, 공의, 신뢰 간 23개 기업들의 데이터를 다중네트워크 데이터를 모델링을 통해 분석하고자 한다.

다음으로, 5대 핵심원리의 적용기업 간 포지셔닝 맵 도출을 위한 최적의 의사결정지원 모델을 설계하기 위하여 사례기업들은 5대 핵심요소를 기준으로 가장 잘 실천되고 있는 핵심요소에 대한 우선순위를 파악하기 위해 쌍비교를 통한 리커트 척도, 평균을 가지고 분석할 것이다. 즉, Expert Choice 툴을 활용한 AHP(Analysis Hierarchy Process)분석의 내부종속법과 절대평가법을 조합하여 실시할 것이며 본 데이터는 전문가 집단인 교수 2명, 박사과정 2명, 석사과정 3명을 중심으로 10에서 1까지 데이터로 변환된 7명의 전문가 데이터 중 가장 높은 값과 가장 낮은 데이터 값을 제외한 최적의 5개 데이터를 통해 CSR 실천기업의 기독교경영 5대 핵심적용 원리의 우선순위 적용과 창조, 책임, 배려, 공의, 신뢰 간 포지셔닝 맵이 도출될 수 있을 것이다.

IV. 결론

본 연구는 사회적 책임과 기독교경영은 어떠한 관련성을 가질 것이라는 전제하에서 시작하였다. 실증적인 분석결과 사례기업들은 기업경영에 있어서 단기적이고 개별적인 이윤추구가 아닌 장기적이고 지속가능한 경영을 위한 기독교경영 핵심원리들의 적용에 의한 사회적 책임 활동들을 통하여 기업의 경영적, 사회적 및 환경적인 성과를 달성할 수 있을 것으로 사료된다.

CSR은 사회와 사람이 상생할 수 있는 방법으로, 기독교경영의 영적 차원이 아닌 인적 및 사회적 측면에서 볼 때 하나님으로부터 받은 재능을 가지고 기업을 생육하고 번성시켜나간다는 기본적인 책무를 다하는 방법과 일맥상통한다고 할 수 있다. 이와 더불어 기독교경영자는 종업원이나 이해관계자들에게 청지기의 사명을 감당하는 책임자로서 배려

하고 공의를 실천하면서 신뢰를 쌓아 갈 수 있는 토양을 만드는 것이 중요하다. 본 연구는 기독교 경영의 핵심원리인 창조, 책임, 배려, 공의, 신뢰가 CSR을 성공적으로 실천하고 있는 중소기업들을 통하여 어느 정도 표출되고 있다는 아주 흥미로운 사실을 실증적인 분석결과로 나타낼 것이라고 기대한다.

본 연구는 계층적 분석기법인 AHP 분석기법을 활용하였는데, 이 분석기법의 특성상 전문가 집단을 통하여 CSR에 대한 속성평가를 실시해야 하는데 본 연구에서는 대학원 석·박사 과정에서 CSR 과목을 수강하고 있는 대학원생을 대상으로 전문가 평가를 대신한 것이 객관적인 데이터 수집에 한계가 될 수 있으며, 향후 속성에 대한 가중치 부여나 사전에 측정기준을 공유하는 것이 필요할 것으로 사료된다.

또한, 분석대상 기업들에 대한 데이터 수집의 전문성을 배제하더라도 CSR실천 중소기업들에 대한 지속가능성을 측정할 수 있는 횡단적인 자료가 아닌 시계열 자료를 수집하여 분석하는 것이 매우 의미있는 결과를 도출하는데 기여할 것으로 생각되며, ISO 26000의 7가지 주요 이슈들을 모두 실천하고 있는 기업들은 찾기가 쉽지 않다는 것이 또한 한계로 지적될 수 있다.

또한 사회적 책임을 다함으로써 제3기관의 인증을 받은 지속가능경영보고서를 발간하는 기업은 희박하기에 더욱 데이터에 대한 희소성으로 인해 많은 한계점이 존재한다. 향후 연구로는 대기업과 중소기업의 비교연구를 수행한다든지, 지속가능경영보고서를 발간하는 CSR 실천기업들을 대상으로 한 연구가 연구의 신뢰성을 더욱 높여 줄 것으로 사료된다.

참고문헌

- 고성천, 박래수, “기업의 사회적 책임활동(CSR) 결정요인과 기업가치”, 세무와 회계저널, 12(2), 105-134, 2011.
- 고성삼, 강철승, 유재형, “성서에 나타난 경영사상에 관한 연구”, 대한경영학회, 22(1), 551-574, 2009.
- 김창수, “환경경영과 기업가치”, 재무연구, 23(2), 121-158, 2008.
- 정충영, “기독교 경영의 타당성과 기독교적 기업의 판별”, 로고스경영연구, 5(3), 21-40, 2007.
- 허미옥, 정기한, “CSR 성과와 기업가치에 관한 연구: 기업명성의 매개효과를 중심으로”, 산업경제연구, 23(2), 749-771, 2010.
- 김재현역(다니모토간지 역음), 기업의 사회적 책임, CSR 경영, 시대의 창, 2011.
- 문휘창, 착한기업, 이젠 스마트 기업이다!, 레인메이커, 2012.
- 배종석, 박철, 황호찬, 한정화, 기독교 경영 Just ABC, 예영커뮤니케이션, 2010.
- 신호균, 김영애, 박윤호, 아름다운 동행을 위한 중소기업 CSR, Newlooks, 중소기업청, 2011.
- 안젤라 강주현역(제이슨사울 역음), CSR 3.0, 청년정신, 2011.
- 조병호, 성경과 5대제국, 통독원, 2011.
- 한정화, 기업가 정신 힘, 21세기복스, 2011.
- DBR, 김현정 역, “도전 + 안정 탁월한 성장기업의 지속혁신 비결”, No. 115, 129-135, 2012.
- Bowman, E.H. & M.Haire, "A Strategic Posture Toward Corporate Social Responsibility", California Management Review, 18(2), 49-58, 1975.
- Bragdon, J. & Marlin, J., "Is Pollution Profitable?", Risk Management, 10, 9-18, 1972.
- Chen, K.H. & R.W. Metcalf, "The Relation between Pollution Control Record and Financial Indicators Revisited", Accounting Review, 55(1), 168-177, 1980.
- Frederick, W.C. "From CS1 to CS2: The Maturing of Business and Society Thought", Business and Society, 33(2), 150-166, 1994.
- Fried, M., "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits", New York Times Magazine

- 122-126, 1970.
- Grounds, Vernon C., "Responsibility and Subjectivity: Applying Biblical Principles in Business," *Biblical Principles & Economics*, 118-132, 1989.
- McGrath, R. G., "How the Growth Outliers Do It", *HBR*, Feb, 2012.
- Mc Williams, A., & D. Siegel, "Corporate Social Responsibility and Financial Performance" Correlation and Misspecification", *Strategic Management Journal*, 21, 603-609, 2000.
- Porter, M., "The Role of Business in Society: Creating Shared Value," *Dong-A Business Forum*, 2011.
- Spicer, Barry H., "Investors, Corporate Social Performance and Information Disclosure: An Empirical Study", *The Accounting Review*, 94-111, 1978.
- Waddock, Sandra A., & Samuer B. G., "The Corporate Social Performance - Financial Performance Link", *Strategic Management Journal*, 18(4), 303-319, 1997.
- Xueming Luo & C.B. Bhattacharya, "The Debate Over Doing Good: Corporate Social Performance, Strategic Marketing Levers, and Firm-Idiosyncratic Risk", *Journal of Marketing* 743(Nov.), 198-213, 2009.