

FIP-2009-0028 (통권 제152호, 2009. 10. 30)

# 윤리경영 현황 및 CSR 추진 실태 조사결과

ISSUE  
PAPER



## Contents

### < 요약 >

I. 검토 배경 ..... 1

II. 조사 결과 ..... 2

1. 관련 시스템 구축·도입 현황 ..... 2

2. 인식도 및 애로사항 ..... 6

3. CSR위원회 설치·운영 ..... 8

III. 시사점 ..... 10

< 첨부 > ..... 11

■ FKI Issue Paper는 경제 및 정치·사회분야에서 우리 모두가 대비해야 할 현안에 대한 문제를 제기하고 정책대안에 대한 공감대를 만들어 나가고자 발간하고 있습니다.

■ 이 자료는 본회 사회공헌팀 이준섭 연구원이 작성한 것입니다.  
내용과 관련하여 의견이나 문의사항이 있으시면 아래로 연락하여 주시기 바랍니다.  
TEL : 3771-0447 FAX : 6234-5396 E-mail : easyrider7@fki.or.kr



## 1. 관련시스템 운영·도입 현황

### □ 윤리경영현장 보유 : 95% 채택

○ 2005년 이후 윤리경영현장 채택비율은 꾸준한 증가세

\* 80.5%('05) → 84.1%('06) → 93.5%('07) → 95%('08) → 95%('09)

○ 윤리경영 추진의 기본방향을 설정하는 윤리현장(강령)을 도입한 기업은 조사대상 응답사 기준으로 95%인 것으로 나타나, 윤리경영현장 도입이 정착단계에 들어선 것으로 평가

○ 현장에서 중요시하고 있는 내용으로는 내부업무수행기준 및 규정준수 60%, 공정거래 및 법률준수 28.8%, 사회공헌활동 11.3% 등으로 나타남

### □ 윤리경영교육 시행 여부 : 92% 시행

○ 윤리경영 교육을 시행하고 있다고 응답한 기업이 92%로 나타나, 2005년 이후 꾸준한 증가세

\* 60%('05) → 86.6%('06) → 89.5%('07) → 91.3%('08) → 92%('09)

### □ 이해관계자 소통을 위한 제도 : 간담회 운영·지속가능보고서 발간 등

○ CSR 추진과정에서 이해관계자와의 소통·대화를 위한 제도를 운영하고 있는 기업은 64%로 나타남

○ 지속가능보고서, 간담회·설명회, 설문조사 등을 통해 다양한 이해관계자 의견 반영

### □ CSR 전담부서 운영 : 전체 응답기업의 70% 이상이 운영 중

○ CSR 전담부서를 운영하고 있다고 응답한 기업이 70%로 나타나, 2005년 이후 지속적인 증가세 보임

\* 31%('05)→39.6%('06)→57.2%('07)→70%('09), '08년은 조사 미실시

### □ 전담부서 설치효과 : 대부분의 기업(92%)이 추진성과 개선

○ 매우 개선되었다와 개선되었다는 응답이 전체 92%로 나타나 대부분의 기업이 전담부서 설치 후 CSR활동 추진성과 개선

## ● ● ● 요약 ● ● ●

- 효과적인 사내 확산 제도 : 지속적인 임직원 대상 교육(41.3%)
  - 지속적인 교육과 함께 윤리현장(강령)의 제·개정 및 준수 서약제도, 전담 부서 설치 및 운영이 효과적인 사내 확산 제도라고 응답
  - 이외에도 개인 및 부서 평가시 CSR 성과반영, 정기적인 CSR 추진성과 점검 및 우수자(부서)에 대한 포상 등이 효과적

## 2. 인식도 및 애로사항

- CSR 추진단계 : 대부분의 기업(86%)이 전사적 차원에서 추진
  - 전사적 경영계획에 반영하여 추진(54%)하거나 세부적 추진계획을 세워 경영계획에 구체적으로 반영하여 추진(32%)하는 것으로 나타나 대부분의 기업이 전사적 차원에서 CSR 전략 수립
- 인식도·참여도 : 대부분의 기업(97%)이 필요성 인식
  - 윤리경영·CSR활동의 필요성을 인식하고 적극적으로 참여한다(50%)는 응답과 필요성은 인식하나 참여가 부족(47%)하다는 응답이 대부분
  - CSR의 필요성에 대해서는 대부분의 기업이 인식하고 있으나, 참여는 더욱 활성화할 필요가 있는 것으로 분석
- CSR 추진 애로사항 : 노하우 및 정보부족이 가장 큰 걸림돌
  - 노하우 및 정보부족(36.3%), 추진성과에 대한 확신 부족(26.3%), 영업 성과와의 갈등(25%), 의지 및 지원부족(21.3%), 임직원 의식변화 지체(21.3%) 등의 순으로 나타남
- 향후 역점 분야 : 환경경영·이해관계자소통에 대한 관심 증가
  - 기존에 중시되어왔던 윤리·투명경영(28%)과 함께 최근 기후변화협약, UN 글로벌컴팩트 등에 대한 관심의 증가로 인해 환경중심녹색성장(25%)과 이해관계자 소통(20%)에 대한 중요성 부각

### 3. CSR위원회 설치·운영

#### □ CSR위원회 현황

- CSR 전분야를 포괄하는 위원회를 설치·운영 중이라고 응답한 기업은 21개 사
  - '08년 조사결과와 같은 기준으로 분류했을 때, 올해 CSR위원회는 5개 사가 증가한 16개 사가 운영 중인 것으로 응답
- 포괄적 CSR 위원회는 아니나, 윤리경영위원회 등 CSR 관련위원회가 설치되어 있는 기업이 53개 사로 나타남





## I. 검토 배경

- 최근 기업들이 전통적으로 중요하게 여겼던 매출·이윤과 같은 재무 성과와 함께 윤리, 환경, 사회 문제 등과 같은 비재무성과에 대한 이해관계자 요구를 반영한 기업의 사회적 책임에 대해 주목하고 있음
- 특히 지속가능경영의 핵심요소로 ‘기업의 사회적 책임’이 부각되면서 국내 기업도 활발히 추진하고 있으나 각 기업마다 CSR<sup>1)</sup>에 대한 개념규정, 추진방향 및 내용 등이 상이함
- 실태조사를 통해 일반적으로 CSR 추진 시 고려하여야 할 사항에 대해 알아보고 국내기업의 전반적인 추진실태를 파악함으로써 CSR 현주소 점검
- 특히 국내기업의 CSR 관련 위원회 설치·운영 현황 파악을 통하여 전사적 시스템 구축을 통한 체계적·전략적 CSR 추진지원

---

1) CSR 개념은 윤리경영, 사회공헌, 환경경영, 준법활동, 지속가능경영 등으로 다양하게 해석. 첨부 참조

## II. 조사 결과

### 〈 조사 개요 〉

- 조사목적 : 국내기업의 윤리경영·CSR 추진실태 및 CSR위원회 설치·운영 현황 파악
- 조사내용 : 관련 시스템 구축·도입 현황, 인식도 및 애로사항, CSR위원회 설치·운영 등
- 조사대상 : 139개社(매출액 상위 200대 기업 중 전경련 회원사)  
88개社 응답(응답률 63.3%)
- 조사기간 및 방법
  - 기간 : 2009. 8. 24~2009. 9. 10
  - 방법 : 설문지 및 전화조사 병행

### 1. 관련 시스템 구축·도입 현황

#### □ 윤리경영현장 채택 여부

- 윤리경영현장 채택 기업이 2005년 이후 지속적으로 증가
- 조사대상 기업 중 95%가 채택하고 있다고 응답해, 대부분의 기업이 체계적인 윤리경영 추진을 위한 현장을 채택하고 있는 것으로 나타남

〈표 1〉 윤리경영현장 채택 추이

(단위 : %)

년도	현장채택 기업
2005	80.5
2006	84.1
2007	93.5
2008	95.0
2009	95.0

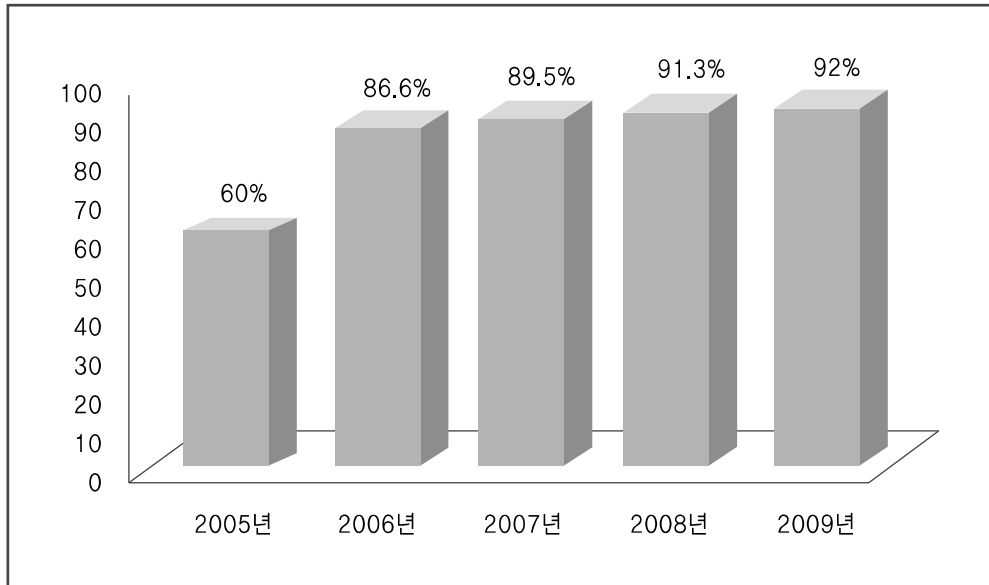
#### □ 윤리경영현장 주요내용

- 윤리경영현장 내용 중에서 중요시하고 있는 내용은 내부업무수행기준 및 규정준수와 공정거래 및 법률준수라고 응답한 기업이 88.8%에 달해, 세부 업무지침으로서의 성격을 가지고 있는 것으로 분석
- 내부업무수행기준 및 규정준수(60%), 공정거래 및 법률준수(28.8%), 사회 공헌활동(11.3%), 이해관계자 소통(7.5%), 환경경영책임(5%), 주주권익보장(3.8%) 등의 순으로 응답

□ 윤리경영교육 시행여부

- 사내외 직무교육 프로그램을 활용한 윤리경영교육을 시행하고 있다고 응답한 기업이 92%로 나타나 2005년 이후 꾸준한 증가세
- 대부분의 기업이 윤리경영·CSR활동 확산과 정착을 위한 실천적 노력을 하고 있는 것으로 판단

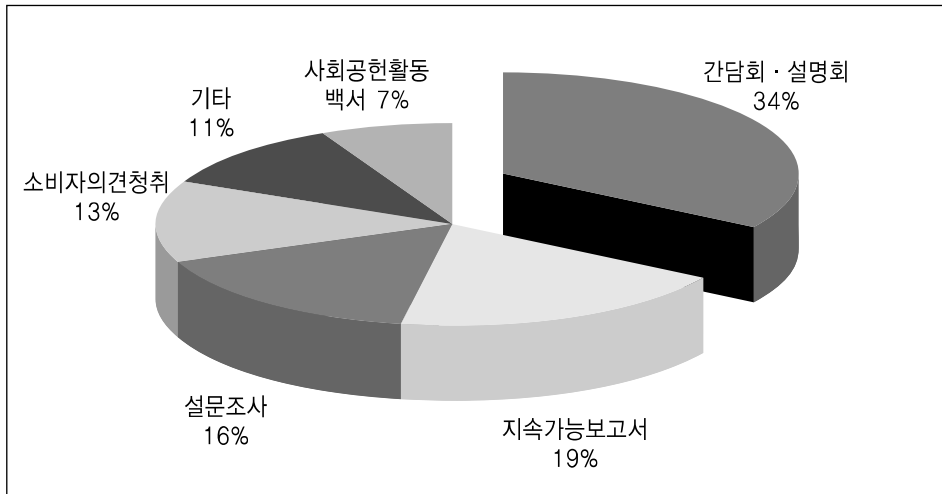
〈 윤리경영교육 시행 기업 〉



□ 이해관계자 소통제도

- 응답기업의 과반수이상(64%)이 이해관계자와의 소통을 위한 제도를 운영하고 있는 것으로 나타남
- 구체적으로 간담회·설명회, 지속가능보고서, 설문조사, 고객의견청취 등의 이해관계자 소통 제도 운영 중
- 기타 기업 홈페이지를 통한 CSR 활동 현황 열람 및 의견제시 등의 이해관계자 참여기회 제공 등을 운영하고 있는 것으로 나타남

〈 이해관계자 소통 제도 〉



□ 전담부서 설치여부

- CSR 전담부서를 설치·운영하고 있는 기업은 70%로 나타나, 2005년 이후 지속적인 증가세를 보임
- 기업의 사회적 책임에 대한 이해관계자 요구가 증가하면서 이에 대한 체계적인 대응을 위해 전담부서 설치가 증가하고 있는 것으로 파악

〈표 2〉 CSR 전담부서 설치 비율

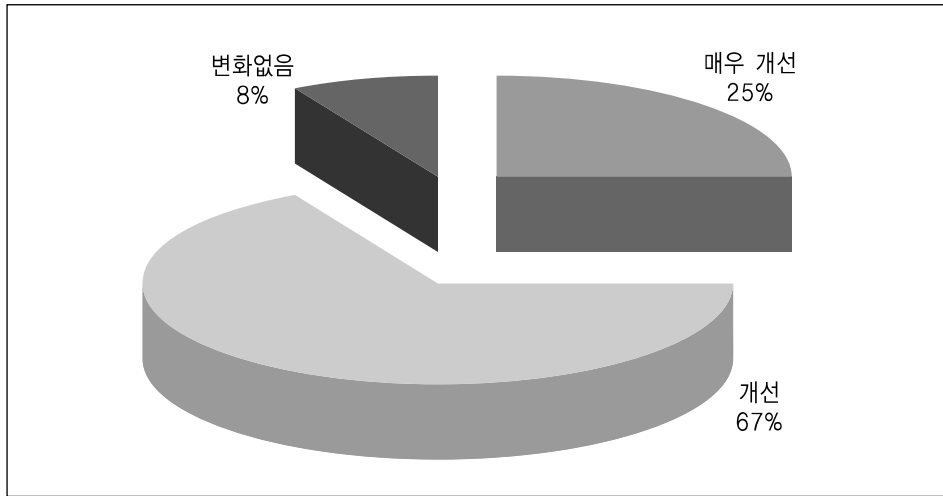
(단위: %)

년도	설치 기업 비율
2005	31
2006	39.6
2007	57.2
2009	70

□ 전담부서 운영 성과

- 전담부서를 설치 후 CSR활동 추진성과에 대해서는 매우 개선되었다 (25%)와 개선되었다(67%)는 응답이 92%로 나타남
- 부서별로 산발적으로 대응하던 수준에서 벗어나 전담부서에서 체계적인 CSR 경영 시스템 구축을 통해서 전사적 차원의 CSR활동을 추진함으로써, 기업경영 전략과 연계한 체계적 추진이 가능해짐으로서 성과가 개선되는 것으로 분석

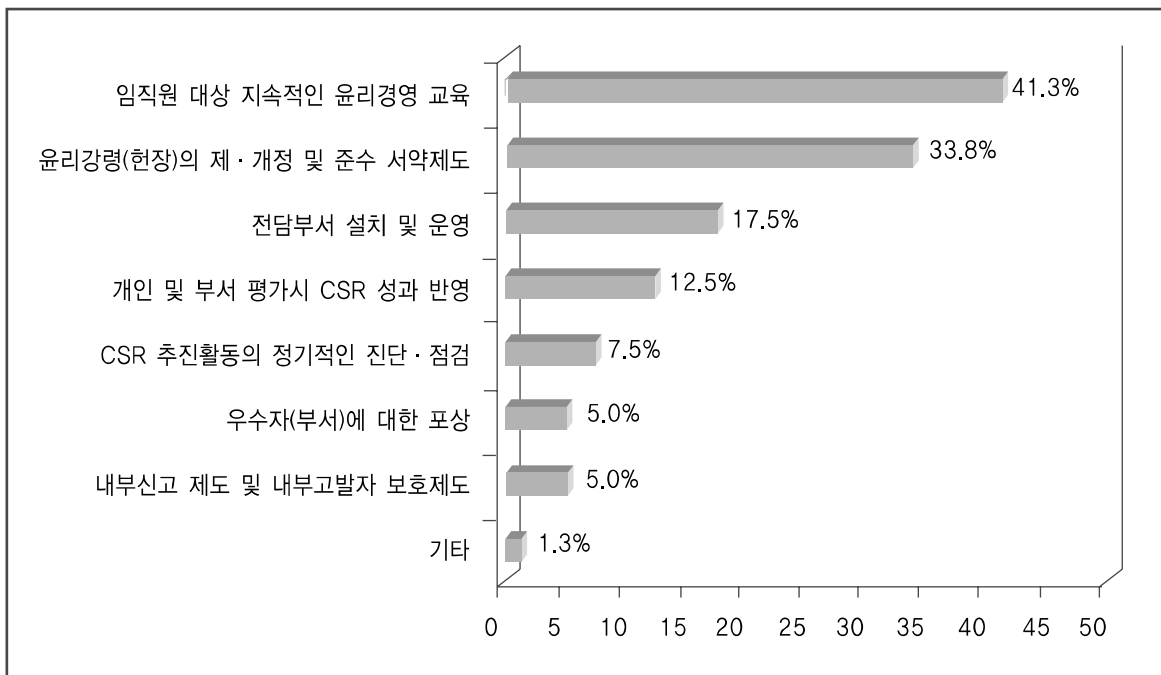
〈 전담부서 설치 후 CSR활동 추진성과 평가 〉



□ 효과적인 사내확산제도

- 기업 내부적으로 윤리경영·CSR활동을 정착시키기 위해 시행한 제도 중 가장 효과가 컸던 정책수단은 임직원대상 윤리경영교육(41.3%)이라 응답
- 지속적인 교육 외에도 윤리현장(강령)의 제·개정 및 준수 서약제도(33.8%), 전담부서 설치 및 운영(17.5%), 개인 및 부서 평가시 CSR 성과 반영(12.5%), CSR 추진활동의 정기적인 진단·점검(7.5%), 우수자(부서)에 대한 포상(5%), 내부신고 제도 및 내부고발자 보호제도(5%) 등이 효과적이라 응답

〈 효과적인 사내 확산 수단 〉



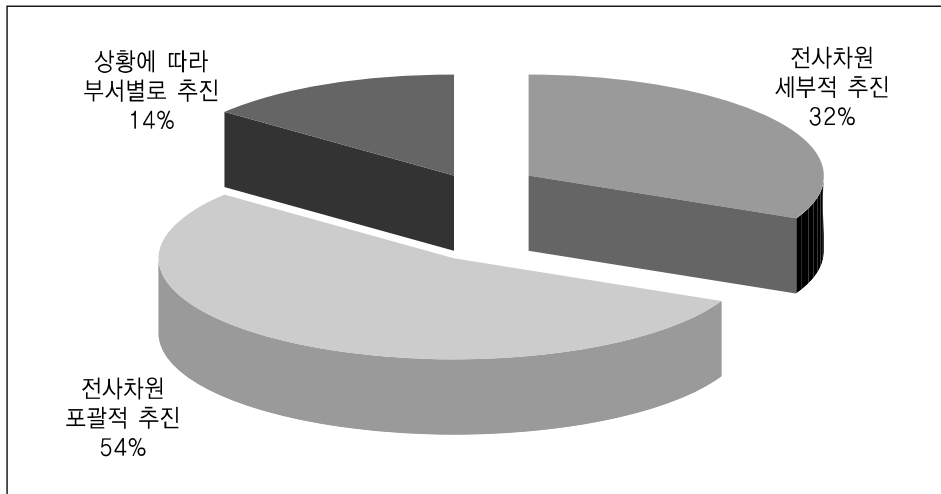
\* 주 : 복수응답 포함

## 2. 인식도 및 애로사항

### □ CSR 추진단계

- 기업의 사회적 책임에 대한 이해관계자의 요구가 다양해짐에 따라 대부분의 기업들이 전사적 차원에서 경영전략에 CSR 추진계획을 반영
- ‘전사적 경영계획에 반영하여 추진 중’ 혹은 ‘세부적 추진계획을 세워 경영계획에 구체적으로 반영하여 추진하고 있다’고 응답한 기업이 각각 54%, 32%로 나타났으며, ‘상황에 따라 대응하고 있다’고 응답한 기업은 14%에 불과해, 대부분의 기업이 전사적 차원의 CSR 전략을 수립하고 있는 것으로 나타남

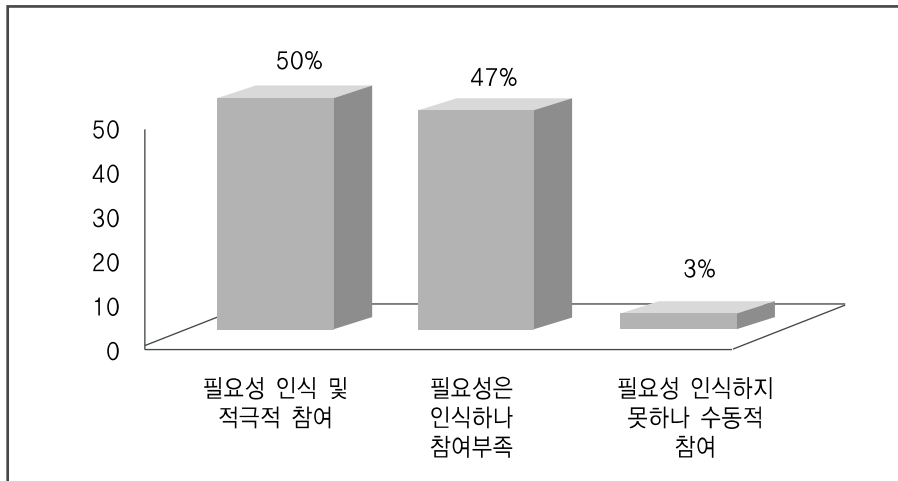
〈 CSR 추진 단계 〉



### □ 임직원 인식도

- CSR의 필요성에 대해서는 대부분의 기업(97%)이 공감하고 있는 것으로 나타남
- CSR활동의 필요성을 인식하고 적극적으로 참여한다는 응답이 50%, 필요성은 인식하나 참여가 부족하다는 응답이 47%에 달해 대부분의 기업이 CSR 필요성 인식
- 필요성을 인식하지 못하고 수동적으로 참여하고 있다는 응답은 3%에 불과

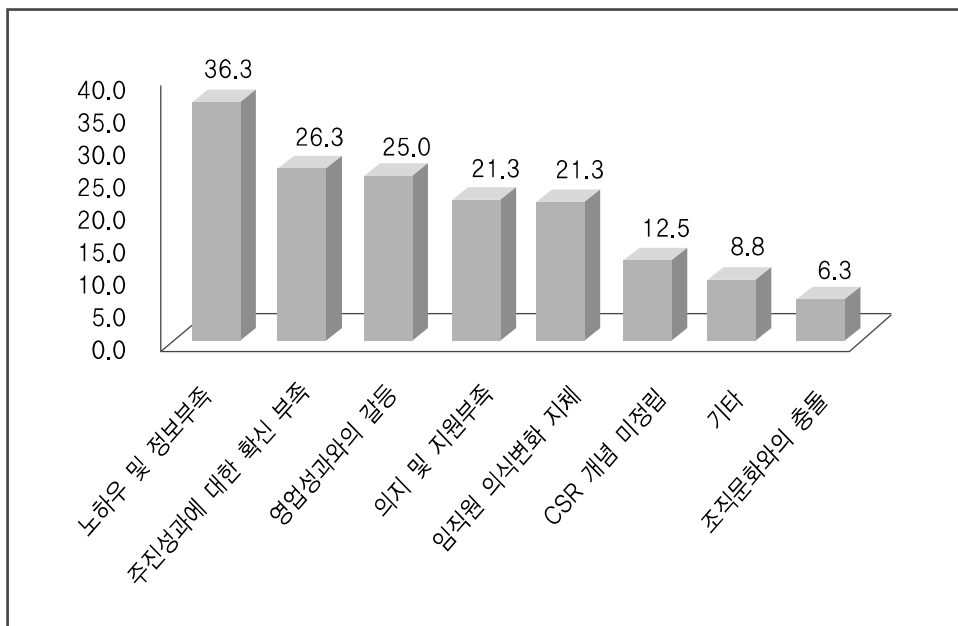
〈 CSR 필요성 인식 및 임직원 참여 여부 〉



□ CSR 추진 애로사항

- 기업들이 CSR 활동을 추진함에 있어서 겪고 있는 애로사항으로는 노하우 및 정보부족이 가장 큰 걸림돌인 것으로 나타남
- 이외에도 추진성과에 대한 확신부족, 영업성과와의 갈등, 의지 및 지원 부족, 임직원 인식변화 지체 등이 주요 애로사항으로 파악
- CSR 추진시 임직원 인식 개선과 함께 기업간 정보공유 및 인프라확산을 위한 노력이 필요

〈 CSR 추진 주요 애로사항 〉

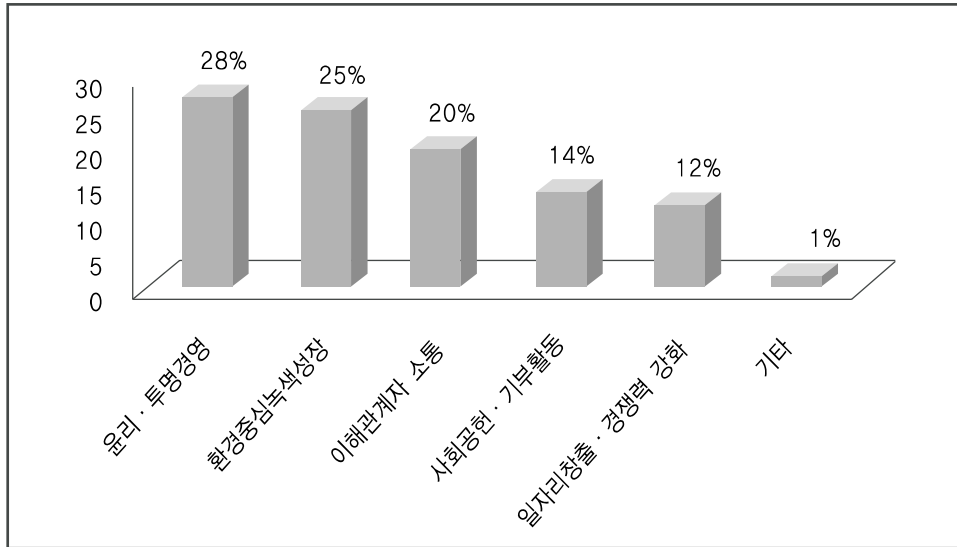


\* 주 : 복수응답 포함

□ 향후 역점추진 분야

- 향후 강화해야 할 CSR 분야는 윤리·투명경영(26%)이라고 응답한 기업이 가장 많았으며, 환경경영·이해관계자 소통에 대한 관심도 큰 편
- 윤리·투명경영 외에도 최근 기후변화·ISO26000과 같은 국제적 CSR 이슈의 부각으로 인해 녹색성장, 이해관계자 소통 등에 주목

〈 향후 강화해야할 CSR 분야 〉



\* 주 : 복수응답 포함

### 3. CSR위원회 설치·운영

- 조사대상 응답사 기준으로 과반수(60.2%)가 넘는 기업이 CSR 관련 위원회를 설치·운영 중인 것으로 나타남
- '08년 응답기업의 47.1%가 CSR 관련 위원회를 설치·운영 중이라고 응답하였으나, 올해는 응답기업의 60.2%가 설치·운영 중인 것으로 나타나 증가추세를 보임
- 윤리경영위원회를 운영하는 기업이 33개 사로 가장 많았으며, 이외에도 사회공헌위원회, CSR위원회, Compliance Program 등 다양한 형태로 운영

〈 CSR 관련 위원회 설치 추이 〉

(단위 : %)

년도	CSR 관련 위원회 설치·운영 기업 비율
2008	47.1
2009	60.2



- 전사적 CSR을 포괄하는 CSR위원회 설치여부에 대해 21개 사가 운영 중이라고 응답
  - 위원회 명칭은 CSR위원회, 상생협력경영회의, 지속가능경영위원회, 기업시민위원회, 사회책임위원회, 윤리경영위원회 등으로 다양하나 목적과 기능은 유사
- '08년 조사결과<sup>2)</sup>와 같은 기준으로 분류했을 때, 올해는 5개 사가 증가한 16개 사가 CSR위원회를 운영 중인 것으로 파악

〈 CSR 위원회 설치·운영 중인 기업 〉

	2008년	2009년
기업명	KT, 삼성SDI, 하이닉스, 현대·기아자동차 그룹 5개 계열사 (현대자동차, 기아자동차, 현대제철, 현대모비스, 현대하이스코) SKT, SK에너지 등 11개 사	KT, 삼성SDI, 하이닉스, 현대·기아자동차 그룹 5개 계열사 (현대자동차, 기아자동차, 현대제철, 현대모비스, 현대하이스코) SKT, SK에너지, 현대오일뱅크, 대림산업, 효성, LG전자, 삼성전자 등 16개 사

- 다양한 이해관계자의 사회적 요구에 부응하기 위한 기업들의 CSR 도입·확산 노력과 지속가능경영·녹색성장에 대한 관심 증가가 CSR위원회 설치 증가의 주요 원인
  - 기후변화협약, UN글로벌컴팩트 등 국제적 CSR 이슈의 증가 또한 국내 기업의 CSR 추진 활성화에 영향을 미친 것으로 파악

2) 자료 : 전경련, 국내외 'CSR 추진 조직' 운영현황과 시사점, 2008. 윤리경영위원회, 사회공헌위원회 이외에 CSR 전분야를 포괄하는 위원회로 CSR 위원회 범위 한정.

### Ⅲ. 시사점

- 국내기업의 **CSR** 활동을 위한 기본적인 제도와 시스템은 정착단계에 이른 것으로 판단되나 양적 발전을 토대로 내실을 기해야 하는 전환기 맞이
  - 기업의 핵심역량과 연계된 사회문제에 대해 관심을 가지고 지속적이고 전략적인 **CSR** 활동이 필요
    - 이를 위해서는 장기적이고 전사적 시각에서 **CSR**을 바라보며 기업 구성원들이 비전을 공유하는 것이 가장 중요
  - 다양한 이해관계자의 참여(소비자, 협력사 등)를 유도하고, 이해관계자들과의 지속적인 커뮤니케이션을 통한 신뢰도 제고 노력 필요
  - 자기진단 평가체제를 구축하고 **CSR** 활동을 시스템화하여 각 기업의 특성에 맞는 분야에 전문화할 필요
- 기존에 강조되어 왔던 윤리·투명경영 외에도 녹색성장·이해관계자 소통 등으로 기업들의 관심영역 확대
  - 기후변화협약, UN글로벌컴팩트, ISO26000 등 글로벌 **CSR** 이슈의 등장이 국내기업의 경영전략에도 영향을 미침
  - 이해관계자 소통의 중요성이 부각되면서, 국내기업들도 지속가능보고서 발간·간담회 등 관련제도의 도입을 통해 적극적으로 대응
- 전사적 **CSR** 활동계획을 수립하고, 추진실적을 점검하는 **CSR** 관련 위원회 운영이 확대되는 추세
  - 위원회 형태와 명칭은 다양하나 전사적 **CSR** 추진시스템으로서의 기능은 동일히 확보
    - **CSR** 위원회는 이사회내 소위원회로 운영되는 형태와 CEO 직속 정책결정 기구로 운영되는 형태로 대별

## 첨부 1. CSR관련 주요 개념

- 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility)
  - 기업이 지속적으로 존속하기 위해 이윤추구 이외에 법령과 윤리를 준수하고 기업의 이해관계자의 요구에 적절히 대응함으로써 사회에 긍정적 영향을 미치는 책임있는 활동. 각국의 경제·사회 상황 등에 따라 차이가 있어 국제적으로 통일된 정의는 없음
- 기업의 사회적 책임에 대해 일반적으로 다음과 같이 4단계로 구분하며, 각 기업마다 사회적 책임에 대한 인식의 차이로 CSR 추진에 있어서도 차이 발생

### 〈 기업의 4가지 책임 〉

제 4단계 자선적 책임	- 사회공헌 활동 - 자선, 교육, 문화, 체육활동 지원 등
제 3단계 윤리적 책임	- 환경경영/윤리경영 - 제품 안전 - 여성/현지인/소수인종 공정 대우 등
제 2단계 법적 책임	- 회계 투명성 - 성실한 세금 납부 - 소비자 권익 보호 등
제 1단계 경제적 책임	- 이윤 극대화 - 고용 창출 등

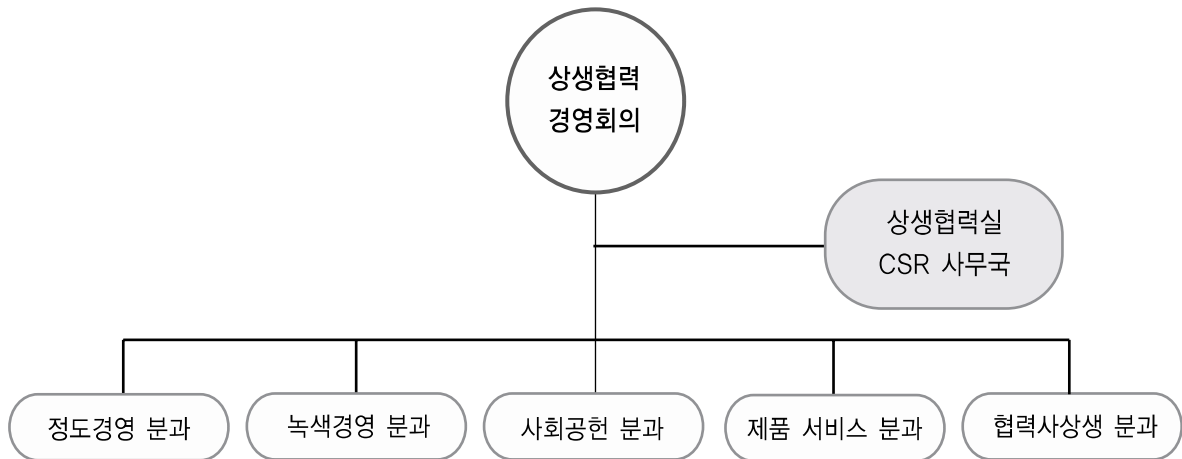
\* 자료 : caroll, A. B., "Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct", Business & Society, Vol. 38, Issue 3. 1999.

### 〈 주요 CSR 추진 분야 〉

구분	협의	광의
환경경영	- 정부에서 제정한 환경공해 방지 및 작업장환경, 제품안전 등과 관련된 법과 규제의 준수여부	- 법적 책임을 넘어 윤리적책임으로 까지 확대 - 환경에 대한 오염방지 차원을 넘어 '지속가능한 발전' 개념으로 확대
윤리경영	- 주주권한, 노사관계, 윤리규정, 각종 법령에 대한 준수여부	- 기업정보의 공개를 의미하는 투명경영과 기업의 사회적 책임까지 확대된 윤리경영 개념으로 확장
사회공헌	- 자원봉사활동, 지역사회활동, 긴급구호활동, 기부금 기탁 등을 통해 사회에 기여하는 공익활동	- 전략적 사회공헌활동으로 확대 (잉여상품, 유통채널, 기술 노하우와 같은 비금전적 기업자산의 기증 및 공유 등)

## 첨부 2. 국내 CSR위원회 운영사례

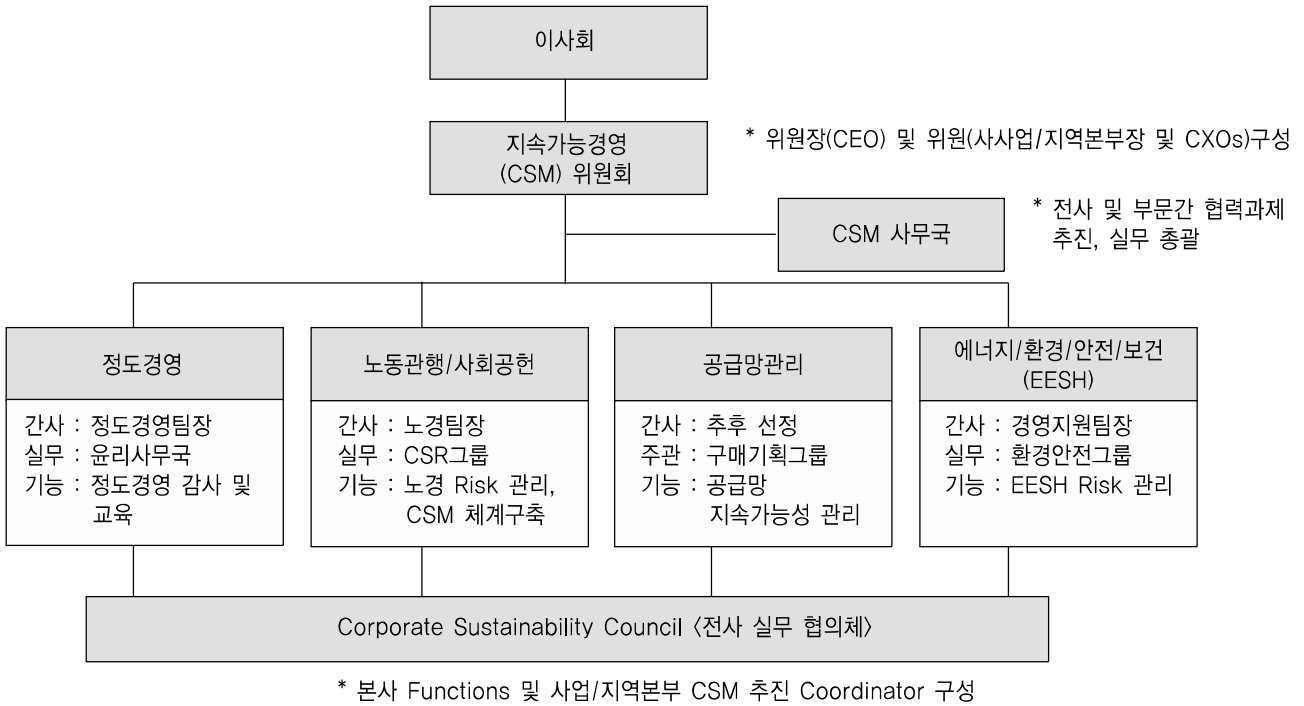
- 올해 CSR위원회를 신설·개편한 삼성전자와 LG전자 사례를 통해 각 기업별 특성을 반영한 위원회 운영방안 검토
  - CEO 직속 위원회(예:삼성전자) 형태와 이사회내 소위원회(예:LG전자)로 대별되며, 각 기업의 여건과 상황을 감안하여 자사특성에 맞게 도입
- CEO 직속 정책기구 운영사례 : 삼성전자
  - 2009년 1월부터 대표이사 직속의 상생협력 경영회의를 신설·운영하고 상생협력실 산하에 CSR 사무국 설치



- 위원회 구성 : 위원장(대표이사) 및 위원(각 분야 담당 임원)으로 구성
  - 'Global Harmony with People, Society and Environment'라는 CSR 비전 아래 CSR 전략 추진
- 역할 및 기능
  - 전사 CSR 정책 결정, 분야별 추진실적 점검
  - 이해관계별 요구사항과 주요 이슈에 관하여 CSR 활동을 기업 경영활동과 연계시켜 추진
  - 대표이사 주관으로 대내외 CSR 주요이슈 등을 파악하여 추진방향 및 대책마련(연 2회 운영)
- 실무조직 체계
  - 실무임원 대상 분기별 CSR관련 실무회의 진행
  - 정도경영, 녹색경영, 사회공헌, 제품서비스, 협력사상생 등 5대 분야 추진

□ 이사회내 소위원회 운영사례 : LG전자

- 전사적 CSR 추진을 위하여 이사회 산하에 지속가능경영(Corporate Sustainability Management) 위원회 설치·운영



- 지속가능경영(Corporate Sustainability Management) 위원회
  - 경영회의를 활용하여 이사회 산하에 설치, 정기적(분기 1회) 운영
  - 위원회 구성 : 위원장(CEO) 및 위원(사업/지역본부장 및 CXOs) 구성
  - 역할 및 기능 : 지속가능경영 Vision/방침 설정, 전략 및 목표 심의, 자원투입 의사결정 및 부문별 Progress Monitoring 기능 활성화
  - 지속가능경영 전략방향 및 세부과제 도출 : CSM 추진전략 / Roadmap 수립
- 전사실무협의체(CSM Council) 운영
  - 분기별 핵심과제 도출, 베스트 프랙티스 공유, 협력과제 수행(지속가능경영 보고서 발간 등)
  - 전사CSM 실행 Network 구축
  - 본사 Functions 및 사업/지역본부 CSM 추진 Coordinator 구성
  - 부문/Function별 비재무 Risk 및 성과 정기 모니터링



4. 귀사는 임직원들에 대해 사내외 직무교육 프로그램을 활용한 윤리경영 교육을 시행하고 있습니까?

- ① 그렇다                                       ② 아니다

5. 귀사는 윤리경영, 투명경영, 지속가능경영, 상생경영, 사회공헌 등 CSR과 관련한 계획과 정책을 수립하고 정기적으로 이행사항을 점검하는 위원회를 운영하고 있습니까?

- ① 그렇다                                       ② 아니다

5-1. (5에서 ①을 선택한 기업만 응답) 귀사와 관련된 CSR 관련 위원회에 체크 표시를 해 주십시오. (복수응답 가능)

- ① CSR위원회               ② 윤리경영위원회               ③ 투명경영위원회  
 ④ 지속가능경영위원회 ⑤ 환경경영위원회               ⑥ 사회공헌위원회  
 ⑦ 대외협찬위원회               ⑧ 기타 (인사위원회, RM위원회 , Compliance Program)

6. 귀사의 전반적인 CSR 추진현황은 어느 단계에 해당합니까?

- ① 정기적으로 각 부문별로 세부적인 CSR 추진계획과 전략을 수립하여 경영계획에 구체적으로 반영하여 추진하고 있으며, 각 부문별 성과를 정기적으로 점검하고 있다.  
 ② CSR의 각 부문별로 세부 계획과 전략은 수립하지 않고, 회사가 추구하는 전반적인 CSR의 방향과 원칙을 포괄적으로 경영계획에 반영하여 추진하고 있다.  
 ③ CSR의 원칙과 가치를 추진하기 위한 전사적 차원의 계획 수립 없이, 상황에 따라 해당 담당부서 별로 계획을 수립하여 추진하고 있다.

7. 귀사가 내부적으로 윤리경영·CSR활동을 정착시키기 위해 시행한 제도 중 가장 효과가 컸던 정책수단은 무엇입니까?

- ① 윤리현장(강령)의 제·개정 및 준수 서약제도  
 ② CSR 추진활동의 정기적인 진단·점검  
 ③ 개인 및 부서 평가시 CSR 성과 반영  
 ④ 우수자(부서)에 대한 포상  
 ⑤ 임직원 대상 지속적인 윤리경영 교육

- ⑥ 내부신고 제도 및 내부고발자 보호제도
- ⑦ 전담부서 설치 및 운영
- ⑧ 기타 (        )

8. 귀사 임직원들의 윤리경영·CSR활동에 대한 인식은 어떠합니까?

- ① 윤리경영·CSR활동 필요성 인식 및 적극적 참여
- ② 필요성은 인식하나 참여부족
- ③ 필요성 인식하지 못하나 수동적 참여
- ④ 필요성 인식하지 못하고 참여부족
- ⑤ 윤리경영·CSR활동에 부정적
- ⑥ 기타 (        )

9. 귀사가 CSR 활동을 추진함에 있어서 겪고 있는 주요 애로사항은?  
(복수응답 가능)

- ① CSR 개념 미정립
- ② 추진성과에 대한 확신 부족
- ③ 노하우 및 정보부족
- ④ 조직문화와의 충돌
- ⑤ 의지 및 지원부족
- ⑥ 임직원 의식변화 지체
- ⑦ 영업성과와의 갈등
- ⑧ 기타 (        )

10. 향후 귀사가 가장 강화해야 할 CSR 부문은 어느 부문이라고 생각하십니까?

- ① 일자리창출·경쟁력 강화
- ② 윤리·투명경영
- ③ 이해관계자 소통
- ④ 환경중심녹색성장
- ⑤ 사회공헌·기부활동
- ⑥ 기타 (        )

※ 응답해 주셔서 감사드립니다.