

FKI ISSUE PAPER

2005. 7. 6 (제 25호)

우리 기업의 사회공헌현황과 시사점

목 차

〈요 약〉

I. 사회공헌활동의 의의	1
II. 사회공헌활동 추이	2
III. 사회공헌활동 현황	4
IV. 시사점	16

<요 약>

I. 사회공헌활동의 의의

- 제품의 생산 판매 및 서비스의 제공을 통해 이윤을 창출하고 근로자들에게 일자리를 제공하는 것이 기업 본연의 사회적 책임
- 기업 본연의 책임과 더불어 기업이미지 제고를 위한 사회공헌활동에 대한 인식 증대

II. 사회공헌활동 추이

- 최근 들어 기업의 사회공헌활동은 공익연계마케팅 활동을 강화하는 등 전략적 사회공헌활동으로 변화
- 사회적 책임투자의 척도로 활용될 수 있는 만큼 시대적 조류로서 선택이 아닌 필수적 경영전략으로 인식
- 기업이 추진하는 각 실천프로그램에 적합한 비영리기구(NPO)와 연계하여 파트너십으로 사업 전개
- 국제화되고 있는 사회공헌활동

III. 사회공헌활동 현황

- 사회공헌지출비용
 - 2002년은 2000년도에 비해 47.0% 증가(202개사 통계)
 - 매출액대비 0.17% 지출(190개 기업, 2002년)
 - 2005년 중 10개 그룹은 8,212억원의 사회공헌활동 추진계획

- 2003년도 재단 평균사업비는 71억 7,600만원으로 2002년의 59억 3,900만원에 비해 20.8% 증가
- 사회복지공동모금회에 기부한 기업의 불우이웃돕기성금은 2004년 1,033억원으로 1999년에 비해 20배 이상 증가

○ 국내기업의 매칭기프트제도 도입 비율

- 1998년 매칭기프트제도 도입 비율은 8.1%(148개사)에서 2002년 15.8%(202개사)로 증가

○ 전경련 1%클럽 가입 기업

- 2001년 3월 109개사로 출범한 ‘전경련 1%클럽’ 가입 기업이 2004년 6월 현재 160개사로 확대

○ 기업과 비영리기구(NPO)간 파트너십 사례

- 기업들이 각 사회공헌프로그램 특성에 가장 적합한 전문 비영리기구(NPO)와 연계해 파트너십으로 사업을 전개하는 사례 증가

○ 기업의 문화예술지원활동

- 2004년 157개 기업이 총 1,710억원을 지원하여 2003년 대비 12.7% 이상 증가, 지난 ‘95년 이래 최고치 기록

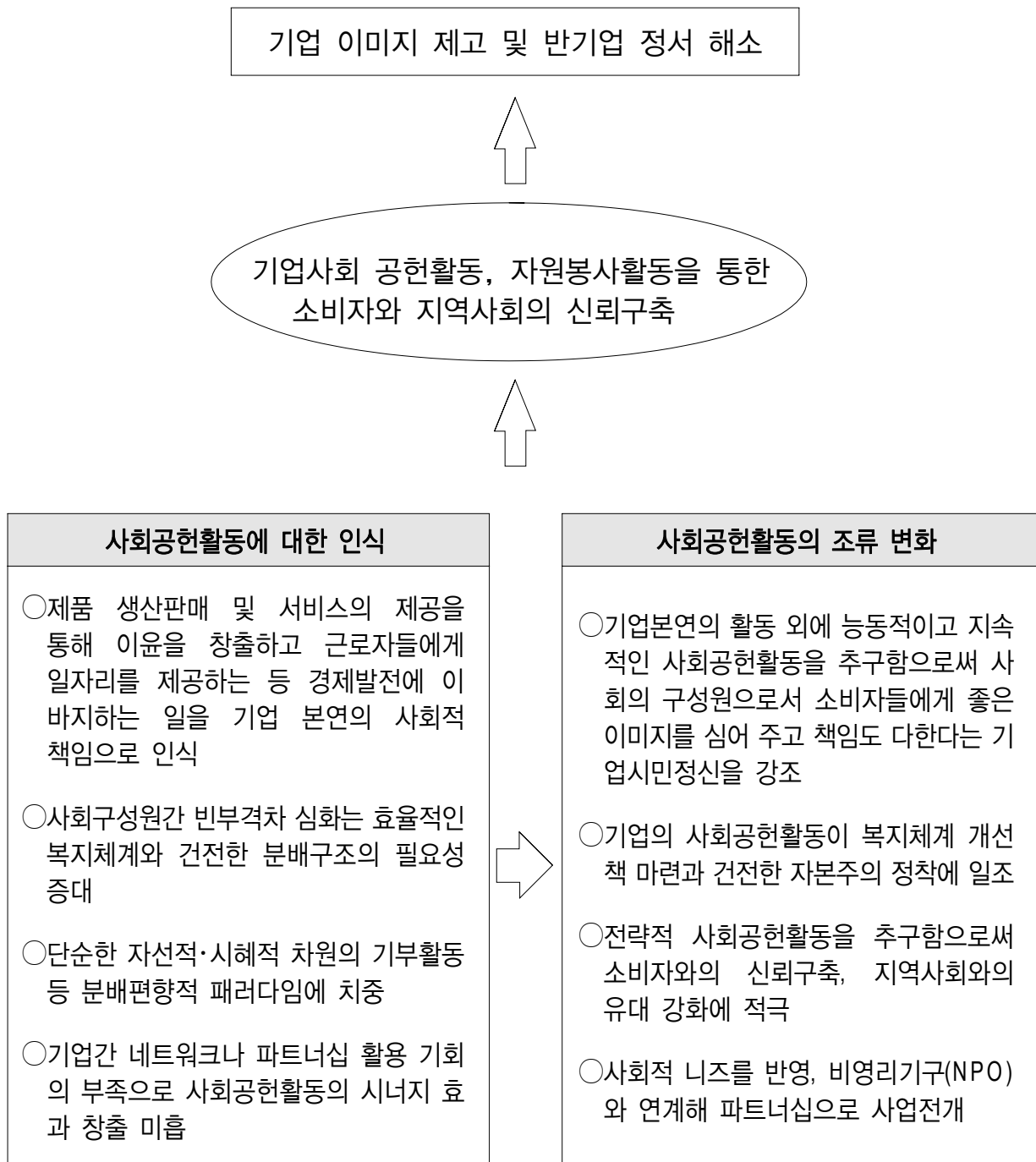
○ 기업의 자원봉사활동제도 도입현황(2002년)

- 기업들은 자원봉사활동을 지원하는 제도로서 지역사회활동 지원운동 18.8%, 매칭기프트 제도 15.8%, 불런티어 활동자 표창제도 14.9% 등을 도입

IV. 시사점

- 사회공헌활동의 전략적 접근 중시
- 수혜자 Needs에 부합하는 프로그램 개발을 위한 집중화 전략 필요
- 시너지 효과의 제고 추구
- NPO, NGO와의 파트너십 강화
- 기업간 연대 및 네트워크화 도모
- 기업 자원봉사인력의 활용기회 증대
- 사회공헌의 글로벌화 추구

I. 사회공헌활동의 의의



II. 사회공헌활동 추이

1. 전략적 사회공헌활동 추구

- 최근 들어 기업의 사회공헌활동은 공익연계마케팅(Cause-Related Marketing)을 활동을 강화하는 등 전략적 사회공헌활동으로 변화
 - 기업에 대한 사회적 이미지 제고효과 추구
 - 소비자의 신뢰구축
 - 지역사회와의 유대강화
 - 사회적 기대에 부응하는 전략적 사회공헌활동의 접근은 장기적인 안목으로 볼 때 기업에도 이익

2. 사회적 책임투자의 평가잣대로서 중요성 부각

- 해외투자자 가운데 다수가 사회적 책임투자(SRI : Socially Responsible Investment) 펀드에 대한 투자를 선호하는 경향
 - 해외 주요 기업의 IR 담당자들도 자기 기업이 사회적 책임을 다하는 기업이라는 것을 입증할수록 기업활동에 이익이 된다는 사실 인식
 - 사회적 책임투자의 척도로 활용될 수 있는 만큼 시대적 조류로서 선택이 아닌 필수적 경영전략으로 새로이 인식

3. 비영리기구(NPO)과 파트너십을 통한 사업 전개 증대

- 기업이 추진하는 각 실천프로그램에 적합한 비영리기구(NPO)와 연계하여 파트너십으로 사업 전개
 - NPO와 토의하고 협력하여 사업의 목표달성에 접근
 - NPO는 안정적이고도 새로운 수입원을 확보하여 재정의 안전성 추구 및 질 높은 서비스의 제공 가능

4. 선택과 집중을 통한 프로그램 개발과 특성있는 사회공헌활동 전개

- 기업마다 특성화한 사업 추진
 - 자원봉사활동의 강화
 - 결과의 철저한 점검과 성과측정, 분석 후 개선과제 마련

5. 사회공헌활동의 국제화 경향

- 외국의 재난발생시 국제적 구호활동에 적극 참여
 - 국경과 인종을 초월한 구호성금 및 물자 지원, 봉사활동전개

Ⅲ. 사회공헌활동 현황

1. 사회공헌 활동

(1) 사회공헌 지출액

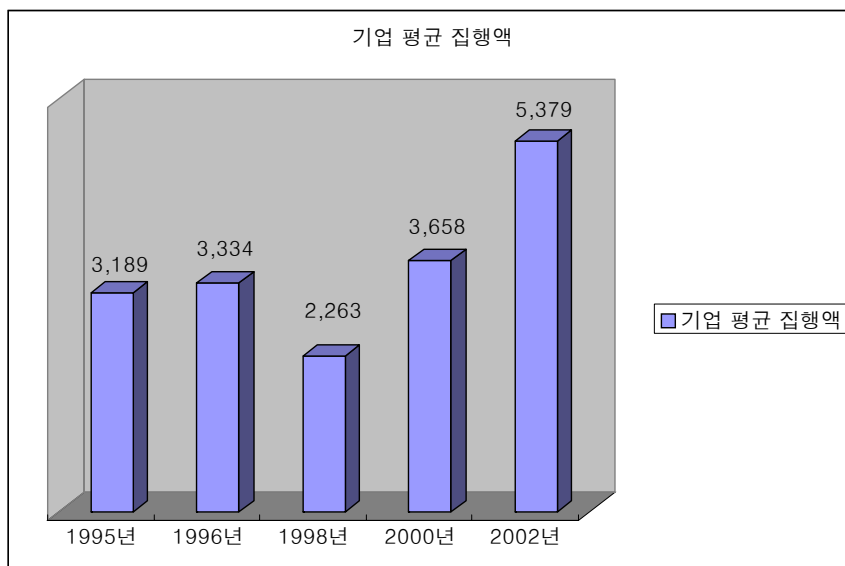
□ 최근 사회공헌지출비용 추이

○ 2002년은 2000년도에 비해 47.0% 증가(202개사)

(단위: 백만원, %)

구 분	1995년	1996년	1998년	2000년	2002년
응답기업수	-	92개사	147개사	193개사	202개사
총집행액	293,426	306,764	332,710	706,060	1,086,594
기업평균 집행액	3,189	3,334	2,263	3,658	5,379
증감율	-	4.5	△32.1	61.7	47.0

자료 : 기업·기업재단 사회공헌백서(전경련 조사), 각 해당연도



□ 세전/이익/매출액 대비 사회공헌지출비용(2002년 통계)

- 190개 기업이 매출액 대비 0.17% 지출, 이는 일본기업의 0.13%(2002년, 302개사, 경단련 조사)보다 높은 수준

구 분	비율 (%)	응답 기업체 수
매출액 대비	0.17	190
경상이익 대비	1.25	185
세전이익 대비	1.87	173

자료 : 2003 기업·기업재단 사회공헌백서(전경련 조사)

□ 2004년 사회공헌활동 지출액(주요 20개 그룹)

- 2004년 중 주요 20개 그룹의 사회공헌활동비 책정액
- 2003년의 7,400억원보다 21.1% 증가한 8,960억원 책정(평균 448억원)
 - 사회공헌활동의 적극적 수행으로 실제 집행결과는 책정액보다 훨씬 상회한 것으로 추산
 - 사업활동은 소년소녀가장, 장애인 등 소외계층의 지원에 집중

2004년도 주요 20개 그룹의 사회공헌활동비 책정액

(단위 : 억원, %)

구 분	2003년	2004년	증가율
20개 그룹 합계	7,400	8,960	21.1

자료 : 주요기업의 사회적 책임이행 실태조사 결과(전경련), 2004. 4

○ 2005년 주요 10개 그룹 사회공헌활동계획

- 2005년 중 10개 그룹은 8,212억원의 사회공헌활동 추진계획

2005년 10개 그룹¹⁾ 사회공헌사업²⁾ 내역

(단위 : 억원)

지 원 분 야	예 산	사 업 개 요
소외계층	3,528	· 노인, 장애인, 노숙자, 여성, 소년소녀가장 지원 등
장학/학술연구지원	2,463	· 학자금 및 학술대회 지원, 대학시설물 기부 등
재해복구	779	· 재난시 인명구조, 피해복구 활동지원 등
문화예술진흥	621	· 전통문화보전, 장르별 문화활동 후원사업 등
지역사회 발전	466	· 지역사회 공헌 및 문화시설 건립, 1사1농촌돕기 운동 등
환경보전	270	· 1사1산/하천 가꾸기 운동, 장묘문화 개선운동
기타	85	· 해외지역사회를 위한 의료사업 등
합 계		8,212억원

주 : 1) 삼성, 현대기아자동차, LG, SK 등 주요 10개 그룹의 사업계획을 취합한 것임

2) 체육진흥사업 등 일부 마케팅사업 성격이 강한 사업분야는 제외

자료 : 전경련

□ 기업재단 사회공헌현황

○ 기업재단의 사업비는 1999년에 크게 증가했다가 2000년에 한차례 소폭 감소했으나 2001년 이후 증가세 지속

○ 2003년도 재단 평균사업비는 71억 7,600만원으로 2002년의 59억 3,900만원에 비해 20.8% 증가

기업재단의 사업비 집행추이

(단위 : 억원)

구 분	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년
응답기업재단 수	72	76	74	75	74
총사업비	2,204	1,644	4,119	4,455	5,310
재단평균사업비	30.6	21.6	55.7	59.2	71.8
전년대비 증감률	92.2	△29.3	157.3	6.7	20.8

자료 : 2001, 2003 기업·기업재단 사회공헌백서(전경련 조사)

2003년 사업비 규모별 집행현황

(단위 : 억원, %)

구 분	2003년 집행액	기업재단수	비 중
총사업비	5,310	74	100.0
재단평균사업비	71.8		
1억 미만		10	13.5
1 ~ 5억 미만		29	39.2
5 ~ 10억 미만		11	14.9
10 ~ 20억 미만		12	16.2
20 ~ 30억 미만		3	4.1
30 ~ 40억 미만		1	1.4
50 ~ 60억 미만		3	4.2
100억 이상		5	6.8

자료 : 2003 기업·기업재단 사회공헌백서, 전경련

(2) 이웃돕기 및 사회공헌 사례

○ 사회복지공동모금회 불우이웃돕기성금 기부현황

- 사회복지공동모금회의 불우이웃돕기성금 총 모금액 기업이 기부하는 금액의 비중은 60% 내외로 높은 수준
- 사회복지공동모금회에 기부한 기업 성금은 1999년 51억원에서 2004년 1,033억원으로 20배 이상 증가

사회복지공동모금회 연도별 모금현황

(단위 : 억원, %)

구 분	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년
모금액	213	510	625	1,017	1,248	1,756
기업기부액	51	286	343	549	636	1,033
기업비중	24	56	55	54	51	59

자료 : 사회복지공동모금회

○ 기업의 매칭기프트 제도 도입현황

- 임직원들의 후원금에 비례하여 회사에서도 매달 후원금을 추가로 기부하는 선진모금제도(2000년부터 활발히 도입)
- 임직원과 회사가 함께 뜻을 모아 참여하는 사회공헌활동이 새로운 기업문화로 정착

2002년 국내기업의 매칭기프트 제도 도입비율 추이

(단위 : %)

구 분	1998년	2000년	2002년
도입비율	8.1(148개사)	12.4(193개사)	15.8(202개사)

주 : () 안은 해당연도 응답기업 기준

자료 : 1999, 2001, 2003 기업·기업재단 사회공헌백서(전경련 조사)

기업의 매칭기프트 후원 사례

기업명	내용
삼성전자	<ul style="list-style-type: none"> · 전국 45개 디지털프라자 매장 · 매 주말마다 여행스케치 공연 · 결식아동돕기 성금을 모금 뒤 모아진 금액만큼 회사가 추가로 출연하여 성금 전달
현대모비스	<ul style="list-style-type: none"> · '모비스기금'을 매칭기프트 후원금으로 활용 · 생계와 학업에 곤란을 겪고 있는 교통사고 피해자 대상 · 자발적인 절차에 의해서 일정액을 급여에서 공제하여 기부
LG	<ul style="list-style-type: none"> · 매칭그랜트 확대 시행(2005. 3) 연인원 5만여 명이 자원봉사활동 참여 · LG 화학의 '트윈엔젤기금' : 전체 인원의 60% 가량(1,400여 명) 참여 · LG 전자의 '원플러스원클럽' : 전체 임원의 85% 참여(2004년 10월 시작, 임원대상)
한국전력	<ul style="list-style-type: none"> · 직원들이 매월 급여에서 공제하는 러브펀드의 가입인원은 전체 직원의 약 90%인 1만 8,018명 · 회사가 러브펀드에 비례해 출연하는 기부금인 매칭그랜트를 합치면 연간 약 22억원에 이릅니다 · 러브펀드 참여인원과 금액은 지속적인 증가추세

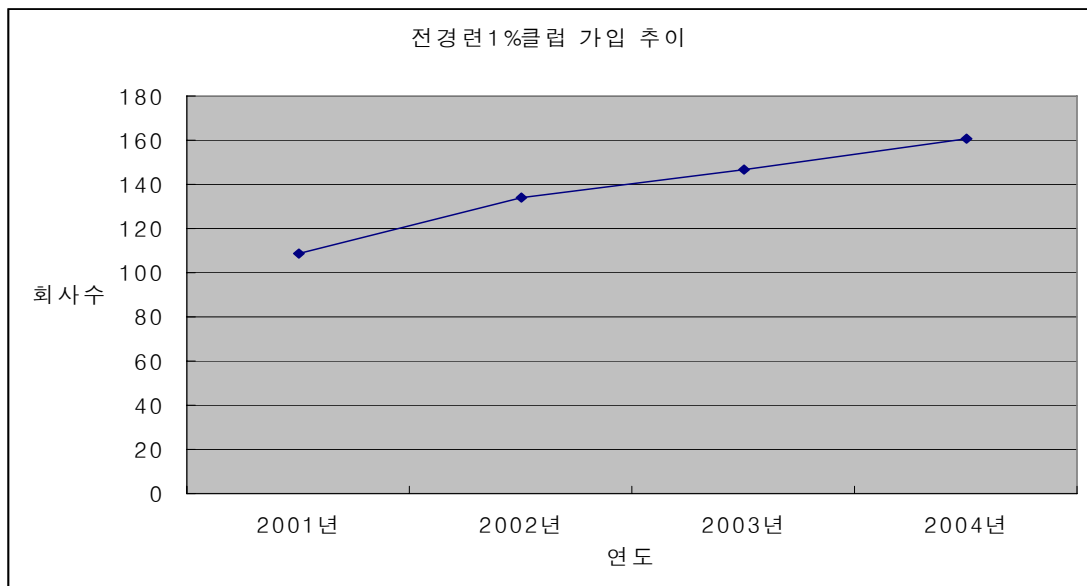
주 : 매칭그랜트 제도를 도입한 일부기업의 사례임

○ 전경련 1%클럽 가입기업 현황

- 기업의 사회공헌 활동을 체계화하는 동시에 더욱 많은 기업들의 사회공헌 활동 유도
- 2001년 3월 109개사로 출범한 ‘전경련 1%클럽’ 가입 기업이 2004년 6월 현재 160개사로 확대

연도별 ‘전경련 1%클럽’ 가입현황 추이

구 분	2001년	2002년	2003년	2004년
회사개수(개사)	109	134	147	160



○ 주요기업의 NPO(NGO)와의 파트너십 사례

- 최근 기업들이 각 사회공헌프로그램 특성에 가장 적합한 전문비영리기구(NPO)와 연계해 파트너십으로 사업을 전개하는 사례 증가

기업의 NPO(NGO)와의 파트너십 사례

기업명	NGO(NPO)	사업
삼성	사회연대은행	저소득 여성가장 창업(외식관련업, 수공예전문점)지원
	해비타트운동본부	사랑의 집짓기운동 동참
LG전자	서울시장장애인재활협회	장애인의 정보격차 해소 및 정보활용능력 향상을 위한 PC 교육 정보요원단 'LG 정보나라' 자원봉사활동
SK텔레콤	월드비전	가정방문목욕서비스
	글로벌케어	무료이동진료서비스
현대자동차	안전생활실천시민연합	어린이교통안전 교육 연중 실시
기아자동차	녹색교통운동, 사회복지공동모금회	교통사고피해자 의료비 및 재활보조용품 전달
포스코	경북사회복지공동모금회	'사랑의 자투리 991 모금운동' 전개
	아름다운 재단	'아름다운 토요일' 판매 행사
	대한적십자사	'사랑의 헌혈운동' 전개
한화	한국자활후견기관	저소득층의 주거환경 개선을 위한 집수리사업단 운영
교보생명	한국노인인력지원기관협회	60세 이상 전문직 은퇴노인의 일자리 창출을 위한 교보다솜이 숲 해설 봉사단 운영

주 : NPO와 파트너십으로 사업을 추진하는 일부기업의 사례임

○ 사회적 기업 추진사례

- 저소득층에게 일자리 창출과 직업훈련의 기회를 제공하는 동시에 영리적인 기업활동을 통해 수익을 창출하고 창출된 수익은 사회적 목적을 위해 환원하는 기업

사 례	구 분	내 용
교보생명 (교보다솜이 간병봉사단)	파트너	실업극복국민재단
	형태	생계형 일자리
	대상	저소득 여성 가구주
	교육훈련	이론 및 실습교육 40시간
	사회적 일자리	경제적 지원 + 사회적 기여
	사업성과(2004년)	서울, 부산, 대구, 대전, 광주 등 5개 지부 70명(사무국 6명 포함), 수혜 연인원 1만 2,735명, 지원금액 9억 5,000만원, 정부 + NGO + 기업의 3자 파트너십 형태를 지닌 기업사회 공헌의 바람직한 모델
한화 (생활도우미 교육/파견사 업안)	파트너	한국자활후견기관협회
	형태	공신력 있는 생활도우미 육성을 통한 생계형 일자리 기회 제공
	대상	저소득 여성 가구주
	교육훈련	3개월간 교육과정 수료(교육센터 운영)
	사회적 일자리	경제적 지원+ 사회적 기여
	사업계획	2007년 노인요양법 도입에 따른 인증제 도입 등으로 생활도우미 분야의 수요 및 관련 교육에 대한 수요 증가 예상, 서울지역에서 도입할 경우 타지역에 프랜차이즈화 하여 흡수하는 시스템 적용 가능

자료 : 교보생명, 한화

(3) 예술문화지원

○ 2004년 총 157개 기업이 1,710억원(2,711건) 지원

* 2003년에는 1,517억원(4,395건)

○ 2003년 대비 12.7% 이상 증가해 지난 '95년 이래 최고치 기록

○ 2004년도의 지원금액 1,710억원 중 문화재단을 제외한 기업이 726억원을 지원하였고 상위 20개 기업이 682억원을 지원함으로써 기업의 총 지원금액 중 94%를 기록

한국기업의 문화예술 지원 현황

(단위 : 백만원)

분 야	지 원 금 액								
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
공연예술	23,260	25,596	27,429	5,801	11,417	14,147	9,825	16,618	59,525
축제행사	-	-	-	-	791	4,817	1,530	2,028	17,185
미술/전시	33,483	22,351	31,897	21,284	18,161	10,184	2,303	1,900	7,425
영상/ 미디어	1,045	3,866	2,371	1,561	3,971	1,875	1,613	1,685	5,545
인프라	21,679	42,289	34,628	49,500	94,943	17,342	64,065	34,500	54,888
전통/민속	2,638	10,272	4,527	3,560	1,189	117	347	294	1,464
문학	2,173	1,740	1,786	1,097	2,427	2,376	2,276	1,062	1,402
문화교육	-	-	-	-	-	9,508	187	627	1,084
기타	1,974	5,580	10,500	8,681	3,273	1,417	10,452	13,279	3,221
총계 (지원건수)	92,638 (989)	117,803 (1,183)	107,785 (1,128)	92,573 (662)	138,228 (1,160)	62,653 (1,050)	92,936 (1,034)	71,993 (987)	151,742 (4,395)

자료 : 기업메세나협의회

최근 기업의 문화예술 지원현황

(단위: 사, 건, 억원, %)

구 분	2002년	2003년	2004년	전년대비 증감률
지원기업수	297	297	227	△23.6
지원건수	987	4,395	2,711	△38.3
지원금액	720	1,517	1,710	12.7

자료 : 기업메세나협의회

(4) 기업임직원 자원봉사활동

○ 기업의 자원봉사활동제도 및 체제구비 현황(2002년)

○ 지역사회활동 지원운동 18.8%, 매칭기프트 제도 15.8%, 볼런티어 활동자 표창제도 14.9% 순으로 도입율이 높음

자원봉사활동 지원제도 도입비율 추이

(단위 : %)

제 도	1998년	2000년	2002년
볼런티어 휴직제도	1.4	1.0	2.5
볼런티어 휴가제도	4.7	4.7	9.4
볼런티어 활동자 표창제도	12.8	14.5	14.9
볼런티어 활동자 등록제도	10.1	7.8	9.9
매칭기프트 제도	8.1	12.4	15.8
지역사회활동 지원운동	10.4	17.6	18.8

주 : 해당항목 응답기업 기준(1998년 : 148개사, 2000년 : 193개사, 2002년 : 202개사)

자료 : 기업·기업재단 사회공헌백서(1999년, 2001년, 2003년)

○ 주요 기업의 자원봉사활동 현황

- 기업의 임직원들이 시간과 노력의 봉사를 함으로써 기업시민의 역할 수행
- 임직원들의 자긍심을 심어주고 기업의 이미지 제고에도 기여하는 자원봉사활동 강화 추세

기업의 자원봉사활동 현황

기 업	현 황
삼성	<ul style="list-style-type: none"> - 2004년 자원봉사활동 참여인원은 10만 6,000명으로 2001년 5만 4,000명에 비해 2배 가까이 증가 - 2004년 참여연인원은 28만 6,000명, 봉사팀수 2,237팀, 참여인원 연평균 9.2시간 씩 97만 6,000 봉사시간 기록 - 계열사 CEO가 자원봉사활동에 정기적으로 참여
LG	<ul style="list-style-type: none"> - 정부나 사회의 손길이 미치지 못하는 사각지대를 찾아 적극 지원(참여형 사회공헌 활동 강화) - LG 전자 4만여 명, LG 화학 4,000명, LG CNS 2,000명 등 연인원 5만여 명이 사회 봉사활동 참여 - 공익재단과 계열사 임직원들을 네트워크화해 사회공헌활동에서도 시너지 효과 증대
SK	<ul style="list-style-type: none"> - 2004년 7월 'SK자원봉사단'을 발족, 그룹 13개 계열사 임직원들은 긴급구호·환경·교육장학·문화예술 등 4대 분야 중 하나를 선택, 활동 - 그룹 전체 임직원 8,000여명이 242개 팀에 소속되어 활동 전개(2005년 자원봉사 총량목표는 30만 인시, 약 3만 여명의 SK그룹 전직원이 평균 10시간 이상 자원봉사) - SK그룹은 소외계층을 위한 일자리 창출과 함께 사회복지, 환경문제 해결, 장학사업, 임직원 자원봉사 등에 투입하는 사회공헌비용을 모두 합하면 향후 3년간 3,100억원에 이를 계획
현대기아자동차 그룹	<ul style="list-style-type: none"> - 2005년 2월부터 임직원이 참여하는 주말 자원봉사프로그램을 지속적으로 운영 - 임직원들이 1년 1회 이상 필수참여를 목표로 매월 1회 본부 조직별로 자원봉사 활동 전개 - 또한 임직원들이 자발적으로 모금활동을 펼치고, 회사는 이에 일정금액을 지원하는 등 자원봉사프로그램을 적극 지원 - 2005년 2월에서 12월까지 자원봉사활동에 연인원 1만 1,000여 명 참여 예정
한국전력공사	<ul style="list-style-type: none"> - 2004년 5월 설립된 '한전자원봉사단'(본사 270개 조직, 약 6,400명)이 주축이 되어 노력봉사 및 가정방문 봉사 등의 '땀흘리는 봉사활동' 중시 - 2004년 봉사활동횟수 4,092회, 참여인원 2만 9,862명 기록

포스코	<ul style="list-style-type: none"> - 2003년 포스코 봉사단창단 이후 지금까지 287개 그룹, 2만 4,000명 이상의 임직원과 가족이 봉사활동 전개 - 2004년 3월부터 매월 셋째주를 '나눔의 토요일'로 정해 2005년 4월까지 연인원 4만여 명이 지역사회 봉사활동 전개
KT	<ul style="list-style-type: none"> - 직원 중 사회복지, 문화 예술 등 자원봉사활동 참여인원은 사내 자원봉사조직인 '사랑의 봉사단'을 포함 2만명을 초과 - 자원봉사활동을 통해 지역·세대간 정보격차 해소활동은 물론, 소외 이웃 및 사회적 약자돕기, 환경보호활동 추진 <p><KTF> 임직원 봉사단 '꿈을 여는 친구들'로 팀단위 활동을 구성해, 월 1회 이상 봉사활동 전개</p> <ul style="list-style-type: none"> - 최근 3년간 1,666회 실시, 10,072명 참여로 직원 1인당 평균 5회 이상 참여
한화	<ul style="list-style-type: none"> - 2003년부터 저소득가정을 대상으로 한 '사랑의 공부방', '사랑의 집수리 사업' 시작 - 2004년 기준으로 순수 자원봉사활동에만 19,000여 명의 임직원이 참여
금호아시아나 그룹	<ul style="list-style-type: none"> - 2002년 이후 체계적인 사회공헌활동 전개 - 현재 그룹내에 16개 봉사단, 521개 조직이 있으며 2005년 6월까지 2,222회의 사회공헌활동 실시 - 우수봉사활동 참여단체 및 직원에 대한 포상제도 수립·시행할 계획
교보생명	<ul style="list-style-type: none"> - 2002년 12월 '교보다솜이 사회봉사단' 창단으로 활성화, 2003년 3월 '교보다솜이' 사회봉사단을 전담 지원하는 '교보다솜이 지원팀' 발족으로 체계화 - 2004년 12월 현재 전국 197개팀, 5,348명이 자원봉사활동 전개, - 자원봉사활동 연인원은 8,343명, 연간활동시간 4만 1,148시간, 활동횟수 867회 기록
신세계	<ul style="list-style-type: none"> - 2003년 사회공헌 활동횟수는 계열사를 포함하여 6,299건, 참여인원은 5만 7,650명, 사회공헌비용은 72억원 지출, 이후 지속적으로 사회공헌활동 전개
CJ	<ul style="list-style-type: none"> - 2003년 정기봉사프로그램 26개, 단기봉사프로그램 31개에 연인원 4,133명의 임직원이 봉사자로 1만 2,482시간 참여, 이후 지속적으로 사회공헌활동 전개

주 : 자원봉사활동을 펼치고 있는 일부기업의 사례임

IV. 시사점

□ 사회공헌활동의 전략적 접근 중시

- 기업의 미션, 비전, 전략과 밀접한 연관성을 가지고 범경제적으로 사회공헌활동 추진
 - 기업의 중요한 투자행위로서 기획, 시행, 결과의 평가에 이르는 경영관리적 접근 중요(조직적이고 체계적이며 지속적인 사회공헌활동 필요)

□ 수혜자 Needs에 부합하는 프로그램 개발을 위한 집중화전략 필요

- 사회공헌활동의 효율성을 높이기 위해 프로그램의 개발단계 및 사후관리까지 수혜자 필요지향적 접근 필요
 - 사회공헌활동 수혜자의 Needs 조사, 고객만족도 조사의 선행이 중요
- 사회공헌활동 프로그램을 개발하기 위한 기획기능의 강화, 선별기준의 명확화, 담당자의 전문능력 향상 필요
 - 한정된 자원을 효율적으로 활용하기 위한 전략으로서 체계적 공헌활동의 중심주제 선정, 프로그램과 지원대상의 집중화 등 활용

□ 시너지 효과의 제고 추구

- 사회공헌활동과 기업이미지 개선, 공익연계 마케팅 효과, 인적 자원개발 등 상호연관효과 제고
 - 전반적 기업이미지 향상, 고객과의 친밀한 관계 형성, 신뢰감을 조성하는 마케팅 효과, 기업에 대한 임직원의 자긍심 등의 효과 제고

□ NGO, NPO와의 파트너십 강화

○ 사회공헌활동 관련 단체와 조직의 적극 활용

- 사회공헌활동에 전문지식과 정보가 있는 비영리기관과의 협력관계 형성

□ 기업간 연대 및 네트워크화 도모

○ 타 기업과 연대를 통한 공동프로그램의 개발 증대

- 지역사회 개발을 위해 대기업과 지역의 중소기업, 지역 자치단체와의 공동 프로그램 개발 및 운영

□ 기업 자원봉사인력의 활용기회 증대

○ 임직원의 자원봉사활동과 연계하고 기업자원의 효과적 활용을 통한 소외계층의 문제 해결, 친소관계 유지 등 효과 증대

- 이해관계자와의 우호적 관계증진, 기업이미지 제고에 효과발휘

□ 사회공헌의 글로벌화 추구

○ 현지국에 대한 사회공헌활동은 해외현지법인에 대한 우호적 관계 형성에 긍정적으로 기여

- 문화적 차이 및 현지사정을 고려하여 효과적인 프로그램 개발

내용과 관련하여 문의사항이 있으시면 아래로 연락하여 주시기 바랍니다.

- 윤리경영팀 정대순 부장

TEL : 3771 - 0216 FAX : 3771 - 0110 E-mail : hyoseung@fki.or.kr

- 윤리경영팀 이소원 조사역

TEL : 3771 - 0377 FAX : 3771 - 0110 E-mail : wish@fki.or.kr