

제 1 장 서 론

제 1 장 서 론

1. 연구의 배경 및 의의

오늘날 우리 모두는 새로운 문화와 규범이 교차하는 혼돈과 무질서의 시대에 살고 있다. 사회의 여러 직능 및 이익 집단의 다양한 욕구가 분출되어 집단 사이의 갈등이 증대되고 있으며 세대 사이의 갈등마저 증폭되고 있는 이때에, 우리 사회의 미래를 담당할 주역들인 청소년에 대한 관심이 여러가지 모양으로 나타나고 있다. 특히 지난 20여년간 우리 사회에서 급속히 나타난 정보화와 도시화의 경향 및 국제화와 개방화 추세를 감안하면 청소년의 다양한 욕구를 충족시키고 그들의 자아실현을 돕기 위한 여러 형태의 복지와 공공 서비스가 예상되고 있다. 청소년복지가 중요하다는 것은 정부의 정책에도 반영되어 청소년 기본계획의 3대 영역이 청소년활동, 청소년복지, 청소년 교류로 나누어져 있는 실정이다. 특히 청소년복지는 유해환경 정비나 보호가 필요한 청소년을 지원하는 등의 정책을 펴고 있다. 한편 정치적 민주화의 진전이 청소년의 자율성과 민주적 사고 및 행위 양식에 영향을 미치고 있으며 이로 인해 다양한 사회환경으로 부터 청소년을 보호하고 선도하기 위한 필요성도 증대될 것으로 기대하고 있다. 뿐만 아니라 가정적으로 핵가족화 및 여성 취업률의 증가와 더불어 남녀평등사상의 확산에 따른 전통적 가족 구조의 변화로 인해 청소년에 대한 가정교육과 사회화 기능이 약화되고 있으며 가족 외적인 사회환경의 책임이 증대되고 있다.

이러한 변동과 혼돈의 시대에 청소년에 대한 사회적 책임을 적극적으로 담당하기 위해 정부는 다양한 민간단체 및 연구기관과의 협력에 기초하여 한국 청소년 기본계획을 수립하고 중점목표와 연도별 시행계획을 세워 청소년 육성정책에 대비하고 있다. 정부와 학계에 나타난 청소년 문제에 대한 구체적인 관심은 청소년 육성법의 제정(1987), 청소년국의 청소년 업무총괄(1988), 청소년 헌장의 공포(1990), 체육부의 체육청소년부로의 명칭변경(1991), 한국 청소년학회의 결성(1991), 한국청소년 기본법의 제정(1991)으로 이어져 오고 있으며 청소년 심리학이나 청소년의 범죄론 등에 한정되었던 청소년에 대한 학문적 관심이 다양한 관점을 가진 여러 사회과학자들에 의해 연구되고 있으며 나아가 공동학문적(interdisciplinary)인 접근으로까지 확산되고 있는 실정이다. 청소년에 대한 정부의 의지는 최근 완성되어 발표된 청소년 기본계획의 중점 목표에 잘 반영되어 있는데, 청소년 기본계획의 목표는 첫째는 청소년의 자율, 자발성에 기초한 능동적인 삶의 실현, 둘째는 보다 나은 기회가 부여되는 청소년 성장요람 조성, 세째는 선진, 민주, 통일 조국에 대비한 청소년의 자질 배양 등이 있다(한국청소년 기본계획 총괄편, 1991).

이러한 중점 목표가 계속적으로 추진되어야 할 국가적 목표이긴 하지만 정부는 향후 10년간 자치단체별, 청소년단체별 사업량과 추진 방향을 제시하는 연도별 세부시행계획을 수립해서 1992년도 부터 이 계획을 적용시키고 있다. 더욱 구체적으로 보면 청소년을 육성하고 교육시키기 위해서 세가지 주요 부문으로 활동을 조직화하고 있다. 이 가운데 몇가지만 예를 들어서 보면, 수련거리의 개발이나 보급, 수련터전의 마련, 청소년 지도자의 양성, 그리고 민간 청소년단체의 지원등이 주요 사업이라 할 수 있다. 여기에 더해서 사회 환경의 개선이나 불우청소년의 지원 같은 더욱 거시적이고 간접적인 청소년복지 개선작업도 병행하고 있다.

하지만 위에서 언급한 청소년 수련활동을 계획하고 실행하기 위해서는 여러가지의 다양한 조건들이 충족되어야 한다. 가장 기본적으로, 수련 활동이 수행되기 위해서는 무엇보다도 대상 청소년이 수련활동에 적극적으로 참여해

야 하고, 또 청소년들이 참석해서 즐길 수련거리가 있어야 한다. 그러나 위에서 언급한 기본적인 조건들 뿐만 아니라 또 다른 여건이 조성되어야 청소년 수련활동이 가능하다. 이런 여건 가운데 가장 중요한 것은 재정적인 문제인데 청소년 수련사업이 내실화되기 위해서는 중앙정부나 지방자치단체의 공적 예산이나 노력만으로는 재정적으로나 인적으로 부족할 것이다. 이러한 부족한 부분을 보충하고 청소년 수련사업이 질적으로 충실하기 위해서는 민간 영역의 참여와 투자가 자연스럽게 그리고 당연히 제기될 수 있다.

민간부문은 여러가지 측면에서 다양한 재능과 기술, 그리고 전문성을 가지고 있다. 재정적으로 튼튼한 기업, 민간사회단체, 학부모, 그리고 여러사회집단들이 자원봉사의 형태로 또는 반자원봉사적인 형태로 공헌한다면 수련활동 또는 수련사업이 더욱 윤택해지고 알차게 될 것이다. 중앙정부와 지방자치단체를 포함해서 국가의 공적 영역의 입장에서 보면 공적 영역(public sector)이 가진 한계성을 극복 보완할 수 있고, 민간의 입장에서 보면 다양한 형태로 존재하는 민간의 인적, 재정적 자원을 쉽게 활용할 수 있는 것이다. 민간참여를 확대시킨다면 참여하는 민간 영역이나 봉사의 혜택을 받는 청소년에게도 유리하며 국가나 여러 종류의 청소년 단체를 활성화시킬 수 있을 것이다. 요약하면 청소년 복지와 육성을 위해서 다양한 민간 부문이 무엇을 할 수 있겠는가 하는 것이 연구되어야 하는 것이다.

예를 들어 청소년을 위한 수련터전의 확보에만도 막대한 재원과 많은 시간이 소요되므로 향후 10년간에 걸쳐 수련터전을 점차적으로 확충하는 작업과 병행해서 우선 기존시설을 개수 또는 보수하여 적극 활용하도록 하고 이러한 사업에 민간의 적극적인 참여를 권장한다. 가장 구체적인 예를 들면, “청소년의 봉사 활동, 자연 농장 체험 등을 할 수 있도록 청소년 수련의 집을 일상생활권에 설치 운영하고, 이곳에서 청소년 개인의 덕성과 희망에 따라 수련활동을 할 수 있도록 다양한 수련거리 중의 일부를 전문적으로 운영하는 시, 군, 구 단위의 청소년 수련실, 읍, 면, 동 단위의 청소년 수련방의 설치 및 운영사업이 있으며, 마지막으로 자연권에 설치되는 수련마을의 건립 및 운영으

로 청소년의 심신단련, 자질배양, 취미개발, 정서함양 등 복합 수련활동이 이루어지도록 하는 사업이 있는 것이다”(한국청소년 기본계획 완결편, 1991).

일반적인 관점에서 보더라도, 청소년 개개인의 꿈과 이상을 마음껏 펼쳐나가고 스스로의 발전과 행복한 삶을 영위하고 국가와 사회에 기여할 수 있도록 국가와 국민 모두는 장기적이고 지속적인 투자를 해야 할 의무와 책임이 있는 것이다. 잠정적인 계획에 의하면 한국청소년 기본계획의 총 소요 재원은 2조 4,836억원(청소년 관련부처의 복지지원 사업비 4조 3,311억원 제외)으로 국가 및 지방자치단체로 대표되는 공공부문에서 1조 2,097억원을 조달하고 민간 부문에서도 1조 2,739억원을 투자하도록 유도하여, 2000년대 미래 사회에 부응하는 청소년의 자발적, 능동적인 삶의 실현과 선진, 민주, 통일 조국에 대비하는 청소년의 자질을 함양시키고자 하는 것이다. 구체적으로 보면 제7차 경제사회발전 7개년 계획기간 중 공공부문에서 6,031억원(국고 3,824억원, 지방비 2,207억원), 민간부문에서 4,393억원을 투자하여 청소년들에게 수련거리와 터전 등 기본적인 활동 여건을 마련하여 주도록 한다. 제8차 5개년계획 기간중에는 공공부문에서 6,066억원(국고 3,691억원, 지방비 2,105억원), 민간 부문에서 8,346억원을 투자하여 청소년활동의 요람을 조성한다. 부문별 재원 배분은 향후 10년간 수련거리 개발과 보급사업에 6.7%(1,664억원), 수련터전 확보에 71.7%(1조 7,795억원), 청소년 지도자 양성에 12.3%(3,070억원), 청소년단체 육성에 1.8%(455억원), 동기 부여에 0.1%(23억원), 청소년복지사업에 5.1%(1,260억원), 청소년교류사업에 2.3%(569억원)를 투자한다는 것이다(21세기를 향한 한국청소년정책, 1991:182-193).

이상적으로 보면 이러한 종류의 연구에서는 고려할 수 있는 민간의 참여 및 재원조달 방안을 두루 살펴보아야 한다. 하지만 본 연구에서는 청소년사업과 관련하여 정부와 민간이 해야 할 일을 구별함과 동시에 민간으로 하여금 청소년복지 및 활동에 적극 참여하도록 유도하는 것이 앞으로 중요한 정책과제라고 인식되기에 민간의 참여와 투자를 활성화하는 방안에 연구의 초점을 둔다. 민간의 범주도 기업으로 대표되는 경제부문, 일반 시민이나 다양

한 적능집단으로 표현되는 사회부문, 그리고 여러 종류의 청소년단체로 분류할 수가 있다. 민간의 참여 및 투자 확대의 방법도 크게 나누어 일반 국민들이 직업 범주별, 계층별, 도농별, 성별 구분없이 넓게, 또 전반적으로 참여하는 방안이 있고, 개별 기업이나 청소년단체 등 특정의 사회 집단이나 구성체가 그 집단 단위로 참여하는 방안이 있다. 민간참여의 기본 정신은 뜻있는 개인 또는 기업이 미래 사회의 주인인 청소년들의 올바른 성장을 위해 청소년 수련사업에 자연스럽게 참여할 수 있도록 하는 것이다.

본 연구에서는 다양한 민간의 범주 가운데서도 재정적으로나 인적으로 민간 영역의 꽃이라 할 만한 기업의 청소년사업에 대한 참여 가능성에 초점을 두고자 한다. 민간의 자발적 결사체나 여러 이익집단 뿐만 아니라 시민으로서 일반국민의 참여 가능성도 중요하고 또 연구되어야 할 주요 주제이기는 하지만, 본 연구에서는 기업의 참여 및 투자 가능성에 관심을 좁히고 다른 민간영역의 참여 방안은 후속 연구로 미루고자 한다. 기업을 제외한 민간참여의 영역 가운데 중요한 것의 하나는 민간의 자원봉사활동이라고 할 수 있다. 올림픽을 치르면서 자원봉사에 대한 인식이 우리 국가나 시민 모두에게 새롭게 되었을 뿐만 아니라 실제로 시행해 본 결과 그 효과와 유용성도 만만치 않다는 사실이 나타나게 되었다. 이런 점에서 볼 때 청소년 수련사업에 민간의 자원봉사자들이 참여한다면 여러가지 부족한 인력이나 재원을 보충할 수 있을 것이다. 하지만 특별한 상황에서만 조직되는 일회성 자원봉사자가 아니라 장기적이고 정규적이며 지속적인 민간 자원봉사활동의 가능성을 탐색해야 한다. 이런 이유로 청소년 수련사업을 수행하기 위한 민간 자원봉사제도의 가능성에 대한 활발한 연구가 장차 필요하리라 생각된다.

2. 연구의 목적과 내용

본 연구는 이러한 배경 하에 1990년대 한국사회가 요구하는 민간의 일부로서의 기업이 사회적 책임을 다하기 위하여 어떻게 사회봉사를 수행해야 할지, 또 사회참여활동의 일부로서 청소년사업을 어떻게 수행해야 할지 그 목

표와 방향을 제시하는 것을 목적으로 한다. 이러한 목적을 달성하기 현재의 기업이 가지고 있는 사회봉사활동 및 청소년사업에 대한 인식과 태도를 조사하고, 기업이 현재 수행하고 있는 다양한 사회봉사 및 참여활동과 청소년 관련 수련사업에 대한 내용과 성과를 평가해 보아야 할 것이다.

구체적으로 본 연구는 다음과 같은 연구목적에 갖는다. 첫째, 현재 한국의 대표적인 기업이 펼치고 있는 사회봉사 및 참여활동과 청소년 수련 및 지원사업의 규모, 내용과 특징을 조사한다. 둘째, 기업의 사회봉사활동과 청소년 육성 및 수련활동에 대한 인식과 태도를 파악한다. 셋째, 사회참여활동과 청소년 수련활동의 참여나 투자에 대한 결정요인을 추출하고 이를 근거로 기업이 해야 할 과제를 선정하고, 기업의 청소년 육성사업의 방향을 제시한다. 마지막으로, 이러한 경험적 연구에 근거해서 기업의 청소년 수련사업에 대한 참여 및 투자를 유도할 수 있는 정책적 가능성과 대안을 모색한다. 사실 기업의 사회봉사 분야나 청소년사업에 대한 참여 및 투자확대방안은 지금까지 거의 연구가 되어 있지 않은 영역이다. 하지만 몇몇 관련된 연구업적으로 부터 추출될 수 있는 이 분야의 연구에 관련된 주요 관심사는 다음과 같다.

첫째, 기업의 사회적 책임과 사회참여활동에 대한 기업인의 의식은 어떠한가? 기업은 특별히 청소년 육성 및 수련사업에 대해 어떤 생각과 태도를 가지고 있는가? 기업이 청소년 수련사업에의 참여를 필요하다고 생각한다면 이는 이타적인 동기에서인가 아니면 이기적인 동기에서인가?

둘째, 현재 우리나라의 주요 기업이 수행하고 있는 사회참여활동 및 청소년 관련사업의 수준은 어느 정도이며, 기업이 직접 또는 간접적으로 수행하고 있는 사회봉사 및 청소년사업의 규모는 어느 정도이며, 또 그 내용은 무엇인가? 기업의 참여와 투자를 유도하고 활동의 질과 양을 높이기 위해서 어떠한 법적·제도적 장치가 필요한가? 이상에서 제기된 다양한 질문에 대해 본 연구가 모두 답할 수는 없지만, 이러한 영역에 대한 연구가 흔치 않으므로 이 연구의 결과가 정책적 판단에 도움을 줄 수 있을 뿐만 아니라 다음 연구를 위한 주요 자료의 역할도 수행할 수 있을 것이다.

본 연구에서 주로 사용될 주요 용어의 개념은 다음과 같다. 우선, 청소년 수련활동이라 함은 청소년의 지(知)·덕(德)·체(體)의 조화로운 발달을 도모하기 위해 청소년이 직접 참여해서 즐기고, 느끼고, 체험하고, 부딪히는 등 환경과 상호작용(interaction)하는 다양한 활동을 말한다. 개념을 보다 정확하게 살펴보면 청소년 수련활동이란, "청소년이 생활권 또는 자연권에서 심신 단련, 자질배양, 취미개발, 정서함양과 사회봉사로서 배움을 실천하는 체험활동" 이라고 청소년기본법 제3조 3항에 나타난다.

이에 반해서 수련사업이라 함은 청소년의 수련활동을 조직적이고 체계적으로 실시하기 위한 활동의 제 영역을 뜻한다. 다시 말해서, 수련 비즈니스(business)의 의미를 함축하고 있기 때문에 인적, 물적, 지리적 자원을 조직화하고 경영(management)하는 기술이나 기법에 해당할 것이다. 수련사업은 또 물리적인 측면과 이념적인 측면으로 나눌 수가 있다. 물리적인 측면에서는 수련사업의 활동(activities)을 지탱하는 수련거리(program), 수련터전(site), 수련인과 피수련인의 확보 등과 관련이 있고, 이념적인 측면에서는 수련사업의 의의와 이념, 그리고 수련사업의 효과가 가지는 함축성 등과 관련이 깊다. 청소년 수련활동이 수혜자를 초점으로 하는 용어인데 반해 수련사업은 수련활동을 주관하는 단체나 기관, 그리고 민간기구를 초점으로 하는 용어이다.

민간(civilian or private)이라 함은 공적(public)인 영역이 아닌 여러 영역을 포괄한다(박경원, 1989; Savas, 1987). 공적 영역은 특정의 활동을 담당해서 조직화하는 주체가 국가나 국가와 직접적인 관련이 깊은 공적 영역이거나 다양한 지방자치단체 등을 포함한다. 광의적으로 본다면 공적 영역이 아닌 모든 영역을 민간영역이라 할 수 있다. 더욱 구체적으로 보면 민간 경제활동을 주도하는 기업체들, 다양한 사회구성원으로 구성된 이익집단(interest group)과 자발적 결사체(voluntary association), 그리고 학교나 학부모회들이 민간 영역에 속할 수 있다.

참여라 함은 수련사업과 직접 및 간접적인 관계를 맺어서, 활동의 주체로서 또는 보조자로서의 역할을 담당하는 것을 말하고, 투자라 함은 민간 부문

에서 청소년을 위한 수련사업에 재정적인 뒷받침을 하거나, 물리적 정신적인 영역에서 노력과 봉사로서 기여하는 것을 의미한다.

3. 연구의 방법 및 절차

본 연구의 주된 연구방법은 문헌조사와 실증조사로 구성되며, 실증조사는 두가지의 다른 조사가 수행된다. 문헌조사를 중심으로 하는 이론적 고찰은 이 분야의 연구가 상대적으로 활발한 편이 아니지만 넓은 의미로 사회복지와 관련된 이론적 논의에 일부 의존하고, 기업의 사회참여 및 봉사활동에 관련된 기존의 경제학과 경영학의 이론적 및 실증적 연구를 분석한다. 본 연구는 기업의 사회참여활동 및 청소년사업에 대한 민간의 참여방안을 제시하기 위한 것이다. 이러한 목적을 달성하고 그 효과를 극대화하기 위하여 본 연구는 (1)문헌조사 (2)기록분석(document analysis) (3)설문조사 (4)심층면접을 통한 사례조사방법을 통하여 연구에 필요한 자료를 수집하였다.

문헌조사는 국내외의 기존의 연구결과 및 자료를 수집, 분석하였다. 기업이 이제는 경제적 목적 뿐만 아니라 사회적 목적을 달성하기 위해서 적극적으로 사회참여활동을 수행해야 한다는 당위성을 설명하기 위한 문헌연구는 기업의 사회적 책임과 기업윤리, 기업의 사회참여활동에 관련된 국내외 논문과 서적을 참고하였다. 이러한 문헌연구를 통하여 외국에서 벌어지고 있는 기업의 사회적 책임에 대한 찬반 논쟁을 살펴보고 한국기업의 사회참여활동 모델을 제시하고자 하였다. 더불어 청소년 수련사업에의 적용가능성을 모색해 보는 이론적 바탕을 마련하고자 했다.

또한 연구의 객관성을 높이고 연구대상자들의 의견을 보다 폭 넓게 수렴하기 위하여 학계 및 대기업 제단의 전문가들과의 자문회의를 개최하여 그들의 의견을 연구문제(research question)의 설정 및 조사표 설계 등 연구의 전반에 걸쳐 폭 넓게 반영하였다. 본 연구는 양적(quantitative) 및 질적(qualitative) 조사방법을 병행한 혼합조사방식(mixed-method research design)을 이용하였다. 패튼(Patton, 1980)은 "한가지 경로에 의해서만 얻어

진 정보는 그 프로그램에 대한 포괄적인 시각을 제공할 수 없다"고 하여 혼합조사방식의 중요성을 역설하였다(윤혜미, 1990).

이 연구에서 혼합조사방식을 사용한 구체적 목적은 보완성(complementary)과 대조확인(triangulation)의 효과를 얻기 위함이다(윤혜미, 1990; Greene, Caracell & Graham, 1988). 즉 양적 조사방법에 의한 결과와 질적 조사방법에 의한 결과와 비교함으로써 조사방법 자체에 내재한 선입관을 가능한 한 최소화시키고, 질적 조사방법을 통해 양적 조사방법에서 기대할 수 없는 보다 풍부하고 정교하며, 조사 대상자들의 인식에 근거한 정보를 얻을 수 있는 것이다(윤혜미, 1990; Lincon & Guba, 1985). 따라서 본 연구는 설문조사만을 시행하였을 경우 나타날 수 있는 양적 조사방법의 단점을 보완하기 위해서 주요 대기업과의 심층면접을 통한 비교분석적(comparative analytic) 사례조사를 병행하였다.

실증조사는 두가지의 상호 연관된 조사를 실시하였다. 첫째는 기업의 사회참여활동 및 청소년 수련사업에 대한 태도와 현황에 대한 우편 설문조사(mailed questionnaire)이다. 조사의 내용은 현재 한국의 주요 상장 기업이 펼치고 있는 넓은 의미의 사회봉사활동 및 좁은 의미의 청소년 수련 및 지원사업의 규모, 내용과 특징, 기업의 사회봉사활동, 청소년 육성 및 수련활동에 대한 인식과 태도 등이다. 설문조사는 우선 약 600개 가량의 주요 상장 기업 가운데 적절한 대상을 골라서 우편 설문조사를 실시하였고, 필요한 경우에는 추가적인 방문조사를 실시하였다. 표본기업의 특징과 자세한 조사방법은 연구방법을 다루는 장에서 자세히 설명될 것이며, 조사에 사용될 설문지는 부록에 수록하였다.

두번째 실증조사는 9개의 주요 재벌기업에 대한 사례조사(case study)를 실시하였다. 조사방법은 연구자가 직접 방문하여 실무담당자가 직접 작성하는 자기기록식 방법과 연구자가 필요하다고 판단될 경우에는 연구자가 직접 면접조사의 결과를 기록하는 방법을 병행하였다. 사례조사의 내용은 비교적 사회봉사 및 참여활동에 적극적인 대기업의 특징을 비교론적 방법으로 분석

하고 바람직한 모델의 가능성을 도출하였다. 사례조사에 사용될 면접 문항도 부록에 제시하였다.

본 연구는 설문조사와 심층면접을 통한 사례조사의 내용에 문헌조사의 내용을 정리, 추가하여 분석하였다. 설문의 통계적 처리를 위하여 SPSS (Statistical Package for Social Science)를 이용했으며 분석에 사용된 통계적 기법은 빈도(Frequency)와 평균(Mean)을 중심으로한 서술적 통계를 사용하였다.

본 연구 보고서는 6개의 장으로 구성된다. 제2장에서는 청소년사업의 민간 참여 및 투자에 관련된 여러가지 관련근거를 분석하고 이에 근거한 청소년정책의 시안들을 분석한다. 제3장에서는 공과 민의 역할에 대한 이론, 기업의 사회적 책임 이론이 논의된다. 제4장과 5장에서는 질문지와 사례조사에 기초한 실증적 연구의 결과가 분석되고 해석된다. 마지막 장에서는 연구결과를 요약하고 그 함축성을 논의한다. 그리고 정책적인 제언을 하고 앞으로의 과제를 제시한다.

제 2 장 청소년사업의 민간참여 및 투자

제 2 장 청소년사업의 민간참여 및 투자

1. 민간참여의 기본방향

청소년사업에 대한 민간참여의 필요성과 배경, 그리고 방향에 관한 지침이 여러 곳에 나타나 있지만 특히 기본법, 기본계획, 그리고 세부활동계획 등에 잘 나타나 있다. 이 장에서는 민간참여 및 투자에 관한 몇가지 근거자료를 분석한다.

한국청소년 기본계획에는 여러가지 활동이나 사업의 영역이 있는데 각 영역마다 정도는 다르지만 직접 또는 간접적인 민간의 참여와 투자가 시급한 실정이다. 예를 들어서, 재정의 측면에서 보면 가장 민간참여의 필요성이 큰 수련터전을 확보하는 방안 가운데 민간투자를 적극 유도하는 입장이 있다. 그렇다면 우선 왜 민간부문의 참여가 필요한가라는 이유가 있어야 한다.

첫째로는 예산의 제약과 부족으로 인한 재정적인 필요가 우선적이다. 다시 말해서 청소년관련 예산의 제약으로 민간투자 유도의 필요성이 절실히 요구되고 있다. 90년도의 경우만 보더라도 청소년관련 정부예산은 전체규모의 0.01%에 불과하고(3,137억원), 청소년 육성사업의 국정 우선순위가 낮아 획기적인 예산증액에 애로가 많다. 뿐만 아니라 청소년 관련 재정의 또 다른 제원인 청소년 육성기금의 조성실적마저 저조하여(90년 현재 10,587백만원) 예산과 재정조달에 애로사항이 많은 것이다.

둘째로는 청소년기본법에 근거한 청소년 기본계획의 재정조달 및 민간참여

계획에 따르면 청소년관련 활동의 많은 부문에서 민간참여를 계획하고 예상하고 있다는 점이다. 아래의 <표 2-1>이 보여주듯이 전부분은 아니라 할지라도 거의 모든 청소년 관련 주요 영역에서 민간참여를 기대하고 있으며 이에 기초해서 장기적인 계획을 세우고 있다.

<표 2-1> 민간참여 및 투자가 필요한 청소년사업의 영역

활 동 요 소		민간참여 계 획	민간참여 미 계 획
청 소 년 활 동	○ 수련거리의 개발, 보급적용	○	
	○ 수련터전의 확보 : 장소시설, 설비, 자연원수련터전, 생활권수련터전	○	
	○ 청소년지도자의 제도적 양성배치 : 전문지도자 양성, 기존지도자의 연수, 자원지도자 모집 활용	○	
	○ 청소년단체의 육성(민간단체+관변단체)	○	
	○ 동기부여		○
청소년 복지	○ 유해환경정비 : 민간감시기구의 운용	○	
	○ 대중매체이용 전전사업육성		○
	○ 요보호 청소년 지원배려		○
청소년 교류	○ 국제화시대와 통일조국의 대비		○

뿐만 아니라 <표 2-2>가 보여 주듯이 청소년 재정의 배분 구조만 하더라도 민자에 대한 의존도가 높은 실정이다. 즉, 청소년 기본계획의 세가지 주요 활동영역 가운데 청소년 교류분야를 제외하고는 전체 예산 가운데 청소년활동에서 52%, 청소년복지에서 45%를 민간재정에 의존하려는 계획을 세우고 있다. 특히 수련터전 분야는 그 절대 총액에서 가장 많은 재정이 필요한 분야이고, 또 민자의존률도 56%로서 청소년 지도자 육성분야의 55%와 더불어 민자에 대한 의존률이 가장 높은 영역이다.

〈표 2-2〉

청소년 재정의 배분구조

활 동 요 소		민 자 배 율
1. 청소년 활동(1,196,801 백만원/2,300,712백만원)		52%
	○ 수련거리('92, '96 민자계획없음)	0%
	○ 수련터전('92~2001까지 매년 민자계획)	56%
	○ 청소년지도자('93년부터 민자에 의존)	55%
	○ 청소년단체('93~2001까지 매년 민자의존)	52%
	○ 활동동기부여	0%
2. 청소년복지(5,698백만원/125,998백만원)		45%
	○ 사회환경의 개선('92~2001까지 민자계획)	18%
	○ 어려운 청소년 지원(민자계획없음)	0%
3. 청소년 교류		0%

세째로는 민간의 청소년사업에 대한 순수하고 건전한 요구가 있다. 요즈음의 사회적 분위기로 본다면 청소년 수련활동에 관심과 투자의욕이 있는 민간의 수가 증가할 것으로된다. 실제로 국가의 백년대계에 이바지하고자 하는 순수 민간 개인독지가가 증가하는 추세에 있고, 뿐만 아니라 기업이윤의 사회환원 차원에서 일부 기업에서 청소년사업에 대한 참여와 투자를 희망하는 업체가 늘어나고 있는 실정이다.

마지막으로 민간영역이 가진 장점과 특징을 활용하는 일은 청소년사업의 활성화와 장기적 발전을 위해서 아주 긴요하다고 할 수 있다. 청소년 수련사업의 운영이나 수련거리의 개발, 그리고 청소년사업을 기획하고 집행하는데 있어서 민간의 경험과 조직, 그리고 우수한 인적자원을 활용한다면 국가나 지방자치단체가 중심이 수련사업의 약점을 보완할 수 있을 것이다. 또, 민간의 참여가 활성화됨으로써 청소년 수련사업이나 활동의 주수혜자이자 주요구성원인 청소년들에게도 프로그램 선택의 폭이 넓어지는 등의 실제적인 혜택이 돌아갈 수 있을 것이다.

지금까지 언급한 정부측과 민간측의 수요와 공급을 동시에 충족시키기 위해서 정부는 수련사업에 대한 민간의 참여를 적극 유도할 수 있는 기본방향과 제도적 혜택 및 유인책을 다각도로 강구하고 있다. 정부의 입장에서는 우

선적으로 민간부문의 청소년 수련터전 신규설치 참여를 유도할 필요가 있다. 앞서도 언급했지만 청소년 재정의 배분구조를 부문별 투자액의 측면에서 보면 수련터전 및 시설에 전 예산의 70%보다도 많은 예산을 계획하고 있다. 즉, 총 계획예산 2조 4천억 정도 가운데 1조 7천억원이 시설 및 터전 예산으로 계획되어 있다. 사실 현재의 상황에서 판단해 본다면 향후 10년간 13,517여개소의 수련시설이 필요한데, 국가와 민간의 공동참여 부문에서 517여개소가 필요하고 순수 민간투자 부문에서 13,000여개소가 필요하다. 이러한 수련시설의 수요를 충족시키기 위해서 국가와 민간부문의 공동참여로 향후 민간투자 활성화를 유도해야 한다. 청소년기본계획의 가장 중요한 근거인 기본법에도 민간참여 및 투자에 관한 몇가지 근거가 있다.

2. 민간참여 및 투자관련 기본법의 관련근거

가. 민간참여에 대한 총론(4조, 14조 1, 2항)

제4조(다른 법과의 관계) 이 법은 청소년육성에 관한 다른 법률에 우선하여 적용한다.

제14조(청소년기본계획의 수립) ①국가는 청소년육성에 관한 기본계획(이하 "기본계획"이라 한다)을 매 10년마다 수립하여야 한다.

②제1항의 규정에 의한 기본계획에는 다음 각호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 청소년육성에 관한 기본방향
2. 청소년육성에 관한 추진목표
3. 청소년육성에 관한 기능의 조정
4. 청소년육성에 소요되는 재원의 조달방법
5. 기타 청소년육성을 위하여 특히 필요하다고 인정되는 사항

나. 민간 및 국가육성의 청소년단체에 대한 활동경비 보조규정(23조 1항)

제23조(청소년단체의 육성 지원등) ①국가 및 지방자치단체는 청소년

단체 조직과 활동에 필요한 행정적인 지원을 할 수 있으며, 예산의 범위안에서 그 활동 등에 필요한 경비의 일부를 보조할 수 있다.

다. 민간의 청소년단체에 대한 재정적 지원 근거(23조 2항 및 3항)

②개인 법인 또는 단체는 청소년단체의 시설 및 운영을 지원하기 위하여 금전 기타 재산을 출연할 수 있다.

③제1항의 규정에 의한 지원 및 보조범위등에 관하여는 대통령령으로 정한다.

라. 수익사업에 관한 사항(24조 1, 2항)

제24조(수익사업) ①청소년단체는 정관이 정하는 바에 의하여 인가관청의 승인을 얻어 수련활동과 관련한 수익사업을 할 수 있다.

② 제1항의 규정에 의한 수익사업의 범위, 수익금의 사용등에 관한 사항은 대통령령으로 정한다.

마. 공공 수련시설의 설치(26조 1항)와 이에 대한 민간참여규정(26조 2항)

제26조(수련시설의 설치, 운영등) ①국가 및 지방자치단체는 대통령령이 정하는 바에 의하여 수련시설을 설치, 운영하여야 한다. 이 경우 수련시설을 설치하는 관계 행정기관의 장 및 지방자치단체의 장은 체육청소년부장관과 협의하여야 하며, 정부는 지방자치단체의 수련시설의 설치·운영경비의 일부를 예산의 범위안에서 보조할 수 있다.

②개인, 법인 또는 단체는 체육청소년부장관의 허가를 받아 수련시설을 설치, 운영할 수 있다. 수련시설을 변경(대통령령이 정하는 경미한 사항의 변경을 제외한다)하고자 하는 때에도 또한 같다. 수련시설을 휴지, 폐지하고자 하는 때에는 체육청소년부장관의 승인을 얻어야 한다.

바. 수련시설에 대한 민간으로의 위탁운영규정(27조)

제27조(수련시설 운영의 위탁) 국가 또는 지방자치단체는 제26조 1항

의 규정에 의하여 설치한 수련시설을 효율적으로 운용하기 위하여 대통령령이 정하는 바에 의하여 청소년단체 등에 그 운영을 위탁할 수 있다.

사. 이용료에 관한 근거(32조 1, 2, 3항) : 재산성과 최소한의 시설유지비 및 운영비를 감당하기 위해 이용료는 당연히 부과되어야 한다. 이는 특히 민간에 대한 최소한의 유인조건이 되며 그렇지 못할 경우 국가의 공적영역에서 책임있는 보완책이 필요하다.

제32조(이용료등) ①수련시설을 설치·운영하는 자는 수련시설을 이용하는 자로부터 이용료를 받을 수 있다.

②제1항의 규정에 의한 이용료는 체육청소년부장관의 승인을 얻어야 한다. 이를 변경하고자 하는 때에도 또한 같다.

③이용료의 승인등에 관하여 필요한 사항은 체육청소년부령으로 정한다.

아. 수련시설의 소유 및 운영에 대한 국가의 통제(34조 1, 2항)

제34조(수련시설의 양도·양수) ①제26조 2항의 규정에 의하여 설치한 수련시설의 양도·양수(수련시설 설치법인을 병합하는 경우를 포함한다)는 체육청소년부장관의 승인을 얻어야 한다. 이 경우 체육청소년부장관은 국가 또는 지방자치단체의 특별한 지원을 받아 설치한 수련시설로서 대통령령이 정하는 수련시설에 대하여는 그 양도·양수를 제한할 수 있다.

②수련시설의 양도·양수 또는 수련시설 설치법인의 합병이 있는 때에는 양수인과 합병 후 존속하는 법인 또는 합병에 의하여 설립되는 법인은 수련시설 설치의 허가 또는 수련시설 등록에 따르는 권리·의무를 승계한다.

자. 민간의 수련시설 설치에 대한 참여조장을 위한 근거규정(37조 1,2항) :

공적인 사업영역에 사적영역의 공헌을 유도하는 방안

제37조(민간인의 참여조장) ①국가 및 지방자치단체는 개인, 법인 또는 단체가 수련시설의 설치를 쉽게 할 수 있도록 토지·금융·세제, 기타 행정절차상의 지원을 할 수 있다.

②개인, 법인 또는 단체는 국가 및 지방자치단체가 설치하는 수련시설에 대하여 토지, 금전등을 출연할 수 있다. 이 경우 출연자의 성명 등을 그 수련시설의 명칭으로 할 수 있다.

차. 다른 법률과의 관계를 규정한 조항(제38조)

제38조(다른 법률과의 관계) ①제26조 2항의 규정에 의하여 수련시설의 허가를 받은 때에는 다음 각호의 허가·인가·해제·지정 또는 승인을 얻었거나 협의한 것으로 본다.

3. 민간참여와 청소년기본계획

가. 실천지침

한편 청소년 기본법에 근거한 한국청소년 기본계획에는 민간참여 및 투자에 관련된 몇가지 실천지침들이 수록되어 있다. 첫째, 기본방향으로는 우선적으로 청소년교육의 문제점을 지적해서 입시위주의 지식편중교육이 지덕체의 조화로운 성장을 저해함에 비추어 이를 개선할 필요가 시급하고, 이러한 문제점을 해결하기 위해 지난날의 청소년정책이 일부 문제청소년 위주의 단기적, 규제적, 산발적 처방에 머물렀기 때문에 이제는 장기적, 조장적, 종합적인 청소년정책의 수립이 절실히 필요한 시점이라는 것이 우선적으로 강조되어야 한다. 청소년정책이 실효성을 거두기 위해서는 기본법 제정이 후 사회 각부문의 시책·제도·법령에서 청소년의 건전육성사업이 우선적으로 배려되도록 해야 한다.

하지만 청소년 기본계획의 핵심적인 사항 가운데 하나로서 청소년재정의

확충을 강조해야 한다. 원칙적으로 보자면 기본계획 수행에 필요한 재원의 조달은 국고지원 및 개인이나 단체등 범국민적 참여와 부담으로 충당함을 기본으로 한다. 각 영역별 재정확충을 위한 지침은 다음과 같다. 첫째는 수련터전의 확보이다. 수련터전의 확보는 국가의 강력한 의지를 바탕으로 수련터전별로 우선 확보하여 모범을 보이고, 뜻있는 민간단체와 개인이 적극 참여할 수 있도록 각종 유인책을 강구해야 한다. 또한 수련터전의 확보는 국가 및 지방자치단체 및 각종 사회단체, 기업체, 뜻있는 민간인의 총체적 참여로 확보 추진되어야 하지만 수련터전은 넓은 토지에 막대한 건립비가 소요되고 비영리 공익시설로서 투자에 대한 회수가 불가능하기 때문에, 그리고 그 설치운영의 공공성으로 인해 민간투자가 미미한 실정이다.

이런 이유로 각종기관, 단체, 기업체, 뜻있는 개인 등의 민간이 청소년 수련터전 확충에 과감한 투자를 계획하도록 하고 기관, 단체, 기업체들이 자체시설을 개방하도록 함으로써 더 많은 수련터전을 확보할 수 있을 것이다. 예를 들어 생활권 수련터전의 건립에 시·도 책임하에 민간의 적극참여로 부지를 확보하고, 건축비는 국고 및 지방비를 원칙으로 하되 필요한 경우 순수민간자본으로 대치할 수 있는 것이다. 뿐만 아니라 민간보유 각종 기존시설을 활용하고 지방자치단체에서 시설의 개·보수비의 일부를 지원할 수 있는 것이다. 또한 행정 세제 등의 지원책 강구로 뜻있는 민간의 참여를 적극 유도해야 한다. 마지막으로 자원지도자의 참여의 폭을 넓혀야 한다. 청소년 수련활동에 관심이 많은 대학생, 학부모 등을 비롯하여 전문기술 및 기능보유자, 학식 경험이 많은 퇴직교사, 퇴직공무원, 퇴직장교, 체육(경기)지도자 등이 자신의 적성이나 환경 등에 따라 수련활동에 참여할 수 있도록 최대한 배려해야 한다.

나. 수련터전의 민간참여방법

체육청소년부에서 하나의 안으로 가진 민간참여의 방법은 다음과 같은 것이 있다.

(1) 공모 및 응모

체육청소년부가 정기적으로 대국민 공모를 실시하는 방안이 있다. 일간지나 T.V. 등의 대중매체를 통하여 실시하고, 공모에 응하는 자는 청소년사업에 제공할 수련터전의 종류, 자격요건, 응모유형, 응모절차, 정부지원 방안 등을 명기하게 하는 것이다.

(2) 공모대상 수련터전의 종류

우선 청소년 수련활동을 목적으로 제공한 민간보유 개인시설이 있다. 대개 200평에서 3000평 내외의 면적이 적당하며 일상생활권내에 위치하여 청소년들의 이용이 용이하고 유해한 환경으로부터 차단된 지역이면 바람직하다. 시설의 유형으로는 청소년 수련시설로 시설의 개·보수가 비교적 용이한 시설에 초점을 둔다.

둘째로는 청소년 수련활동을 목적으로 제공한 민간보유 임야, 하천, 계곡, 그리고 농지 등이 해당한다. 6,000평에서 백만평 사이의 공간 면적을 가지고 있으며 바다, 들, 산, 계곡, 하천, 그리고 호수 등을 구비한 자연경관 지역으로 청소년의 자연체험활동이 가능한 지역을 권장한다.

셋째로는 민간이 건립하는 유스호스텔이 있다. 이는 일상생활권이나 자연권내에 위치해서 수용인원 100인 이상 규모의 시설에 초점을 둔다.

마지막으로 기존의 민간보유 청소년 수련시설을 활용한다. 이미 청소년 시설로 신고된 시설로서 운용이 가능하나 시설기준에 미흡하여 시설의 개·보수가 필요한 시설에 강조점을 둔다.

지원대상자의 선정은 응모자의 유형별로 생활권 수련터전과 자연권 수련터전으로 구분하여 우선순위를 적용한다. 대상자 선정의 공정성을 도모하기 위하여 심사위원회를 구성해서 운용하고, 심사위원회는 청소년정책 조정실장을 위원장으로 하고 시설과장 및 3명 내외의 민간인으로 구성된 위원 4명을 둔다. 우선 선정된 수련터전 선정의 기준은 수련자원 및 자연환경이 25%, 사업계획의 타당성이 20%, 청소년 인구분포 비율이 17%, 시설형태 및 규모의 적정성이 15%, 시설 개·보수 및 건립의 용이도가 13%, 마지막으로 시설제공자

의 자부담능력을 10%로 정하고 있다. 정부지원의 원칙은 먼저 전체응모자 가운데서 매년 일정수를 선정해서 지원한다.

4. 제도적 지원방안

체육청소년부족에서 준비하고 있는 수련터전 설치시 민간참여 고취의 기본 방향은 뜻있는 개인, 단체, 기업체, 그리고 기존의 청소년 시설의 운영자들의 청소년시설에 대한 투자를 유도하게 하는 것이다. 이 방안에 의하면 수련터전 제공 희망자를 접수하고 또 정부지원 대상자를 선정하는 작업이 있다. 공모심사 후 정부지원 대상자를 선정하고 심사위원회를 구성하고 운영해서 대상자 선정의 공정성을 도모하는 것이다. 이러한 심사를 거쳐서 선정된 수련터전에 대해서는 청소년사업의 수행 촉진을 위한 금융상의 융자 및 세제와 행정지원을 계획하고 있다.

제도적 지원방안의 일환으로 금융융자지원을 중점적으로 고려한다. 또한 소득세, 부가가치세 등의 감면을 추진하고 청소년 수련터전 투자비를 업무용으로 인정해서 기업의 5·8 부동산 비업무용 매각조치에서 면제되도록 하는 방안을 고려중이다. 또한 우수프로그램 및 전문지도자의 배치 등의 행정지원을 강화해서 제대로 갖춘 수련터전에서 올바른 수련거리로 수련활동을 할 수 있도록 지원해야 할 것이다. 그리고 선정된 수련터전의 관리운영은 민간이 자율적으로 결정해서 운용하도록 하는 방안을 강구중이다. 선정된 수련터전에 대해서는 한국청소년 기본계획상의 각종 수련거리를 보급해서 활용하도록 지원한다.

뿐만 아니라 민간의 참여를 활성화하도록 제도 및 법령 정비를 지속적으로 추진한다. 먼저 청소년육성기금의 획기적 증대를 도모해야 한다. 왜냐하면 민간참여에 따른 수련터전 확보방안은 민간에 대한 융자지원이 주종을 이루며 이는 청소년육성기금을 통해서만 가능하기 때문이다. 한편 청소년 수련시설 설치와 관련된 각종 세법의 개정이 추진되고 있으며 청소년 수련시설의 인·허가제 및 복합 민원제도의 도입도 절실히 필요하다고 보여진다. 그리고 수

〈표 2-4〉

연도별 지원 총괄

(단위 : 개소수, 억원)

구 분		'91	'92	'93	'94	'95	'96	'97	'98	'99	2000	계
지 원 개 소 수	생 활 권 내 수 려 시 설	1	5	6	10	20	30	40	45	50	55	262
	자 연 권 내 수 려 시 설	1	6	8	14	14	14	15	15	16	17	120
	유 스 호 스 텔	—	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
	기 존 민 간 보 유 청 소 년 시 설	—	5	5	10	10	10	10	10	10	13	83
	계	2	21	24	39	49	59	70	75	81	90	510
자 금 지 원 액	용 자 청 소 년 육 성 기 금	20	20	51	101	109	189	201	216	238	316	1,460
	은 행 자 기 자 본	—	—	—	101	109	189	201	216	238	316	1,370
	재 정 지 원	0.67	18	17	17.5	18	18.4	19.6	22.1	23.3	24.3	178.87
	계	20.67	38	67	219.5	236	396.4	421.6	454.1	499.3	656.3	3008.87

※ 민간의 참여도 및 정부재정규모에 따라 조정가능

나. 융자지원계획

융자지원은 청소년 건전육성을 위한 청소년 수련시설의 확충을 위하여 청소년 육성기금에서 시설비의 일부를 융자지원함으로써 민간부문에서 적극 참여토록 하는데 그 목적이 있다. 융자지원의 근거는 청소년육성법 제30조 제1항의 청소년시설의 설치운용의 지원과 청소년육성법 시행령 제132조 제1항, 3항의 기금의 관리운용의 청소년 육성등을 위한 사업에의 투자 및 융자 항목에 있다.

청소년 전용시설을 건립하려고 할 때 융자대상이 되며 융자금의 규모는 기금의 지원사업비 조달에 지장을 주지 않는 범위내에서 일정액을 융자자금으로 운용한다. 연도별 융자자금의 계획은 다음에 나오는 〈표 2-5〉와 같으나 민간의 참여정도 및 기금의 조성결과에 따라 조정이 가능하다.

〈표 2-5〉

연도별 융자자금

(단위 : 억원)

연 도 별	'91	'92	'93	'94	'95
융 자 자 금	20	20	50	101	189

융자의 조건은 사업별 융자한도액을 정하고 1건당 1~5억원 이내로 하며 부지매입비를 제외한 필요비용의 50% 이내로 한다. 대출기간은 7년이내로 하고 2년거치 5년상환으로 정한다. 대출의 금리는 연8%의 우대금리를 적용하고 사업추진정도에 따라 대출방법을 정한다. 이러한 조건을 보완하기 위해서 체육청소년부훈령으로 융자의 준칙을 제정하고 시행한다. 융자취급기관의 선정은 각 금융기관의 대하금리조건, 전국지점분포상태 등을 고려하여 실수요자가 편리하게 이용할 수 있는 금융기관을 지정한다. 융자의 실시는 매년 6월을 전후해서 취급 금융기관에서 공고하고 융자내용, 융자조건, 융자금액, 융자절차 및 신청기관이나 기타 필요한 사항을 포함한다.

융자의 지원 절차는 체육청소년부에서 융자지원의 지침을 수립해서 시·도 및 취급금융기관에 시달한다. 취급금융기관은 지침접수후 15일 이내에 융자지원 안내의 공고를 중앙일간지 2개 이상에 공고하여야 한다. 융자의 추천 절차는 융자희망자가 시·도지사에게 융자추천신청을 하도록 하고 시·도지사는 시장·군수의 의견을 참조, 검토한 이후에 융자추천신청서를 체육청소년부에 송부한다. 체육청소년부는 사업계획서 및 시·도의 추천사항 및 융자자금 상황 등을 검토한 이후에 융자추천여부를 결정하여 신청인이나 시·도 및 취급금융기관에 통보하여야 한다. 융자추천결정을 통보받은 자는 취급금융기관에 융자를 신청하고, 대출신고서, 담보물건, 상환계획서 등을 검토한 후에 취급금융기관에서 체육청소년부에 융자자금 대하신청과 함께 대출절차를 추진하게 되는 것이다. 취급 금융기관은 체육청소년부로 부터 융자대하금 수령후 대출을 실시한다.

지금까지 논의한 여러 근거들은 법령처럼 확정된 것도 있으나 아직 시행되지 못한 시안의 성격을 가지는 것도 많이 있다. 하지만 이러한 근거들이 정

부의 청소년 수련사업에 대한 민간사업에 대한 민간참여 및 투자확대의 기본 방향을 제시해 준다는 면에서 의미가 크다 하겠다. 다음 장에서는 민간참여의 이론적 배경을 논의한다.

제 3 장 민간참여 및 투자의 이론적 배경

제 3 장 민간참여 및 투자의 이론적 배경

이 장에서는 기업의 청소년 수련사업에 대한 참여 및 투자방안의 배경을 이론적으로 논의하기 위해서 청소년사업을 포함하는 광의의 개념인 기업의 사회참여활동과 이와 관련된 개념들을 알아 보고자 한다. 이 분야는 경제학이나 경영학에서 주로 논의 되고 있는 분야이지만 아직까지 이 분야에 대한 체계적 연구 성과나 업적들이 축적되지 않았다. 이런 이유로 이 분야는 신유근(1986, p. iv)이 지적한 대로 그것을 강하게 지배하고 영향을 미치는 지배적 이데올로기나 패러다임(paradigm)이 고정되었다고는 할 수 없고, 여러 영역에서의 연구결과들이 혼재된 상태라고 할 수 있다. 그러나 몇 체계적인 상태에서도 몇몇 실증적인 연구 업적들(예를 들어, 신유근과 한정화, 1990; 정구현, 박태규, 그리고 박상용, 1991)이 축적되었다.

이 장에서는 우선적으로 공과 민의 역할구분에 대한 개념정의를 알아본다. 다음으로는 민간의 대표적 영역으로서 기업의 사회참여활동의 개념을 살펴보고, 이와 관련되어 기업의 사회적 책임과 기업윤리의 개념도 살펴보고자 한다. 제3절에서는 기업의 사회적 책임에 대한 주요 이론적 모델과 모형을 살펴본다. 이어서 한국기업의 특징과 전통을 살펴보고, 기업의 사회적 책임에 대한 논의가 우리 상황에 어떤 함축성을 가지는지를 알아본다. 끝으로 이론적 논의를 바탕으로 기업의 사회참여활동과 청소년 활동에 대한 이론적 틀(theoretical framework)에 기초한 주요 가설과 기대를 추출한다.

지금까지 몇몇 학문분야에서 민간의 일반적인 사회참여, 또는 더욱 구체적

으로 청소년 수련사업에 대한 논의와 연구가 있어 왔다. 행정학에서의 논의가 대표적인데 주로 행정서비스를 공급함에 있어서 어떻게 민간의 참여나 민간화를 추진하는 것이 바람직한가를 초점으로 논의되었다. 사회사업이나 사회복지 분야에서도 복지국가의 기치 아래 여러가지 복지사업의 민간참여 방안을 논의하고 이에 대한 이론적 관심을 넓혀 왔다고 할 수 있다. 한편 민간의 범위를 조금 좁혀서 현대 산업사회의 대표적 민간영역인 기업의 사회봉사 활동을 논의하는 관점이 있다. 이 관점에서는 특정 사업에 참여하는 주체인 기업의 입장에서 논리를 전개하는데 반해, 앞서 언급한 행정서비스의 민간화나 사회복지의 민간화는 수혜자의 입장을 중시하거나, 또는 민간화를 유도하는 공적영역, 즉 정부나 지방자치단체의 관점을 채택한다고 할 수 있다. 이러한 여러 학문적 관점들을 여기서 간단히 살펴보자.

1. 공공 서비스 공급의 민간화

청소년사업에 대한 민간참여 및 투자의 이론적 근거는 우선 행정학에서 주로 논의되는 공공 서비스 공급의 민간화에서 찾을 수 있다. 2000년대의 복지 지향 사회에서는 정부의 청소년 정책의 기본방향과 연관되어 청소년 사업의 요구증대가 자연스럽게 그리고 필연적으로 제기될 전망이다. 하지만 우리나라의 경우 지방재정의 자립도가 매우 낮아 행정 서비스의 일종으로서의 청소년복지 서비스의 재원을 자체에서 조달하고 있지 못하며, 앞으로 지방자치의 실시와 수요의 증대를 감안하면 청소년 수련사업에의 재정부족 문제는 심각해질 것이다. 이러한 문제를 해결하기 위해서 민간화를 포함한 다양한 해결 전략이 행정학에서 논의되고 있다(Savas, 1987; 박경원, 1989). 민간화란 사바스(Savas)에 의하면 정부의 역할을 축소하거나 민간부문의 역할을 증가시키는 활동으로서 정부의 관여도가 높은 서비스 공급에서 관여도가 낮은 공급으로의 변환을 의미한다. 던리비(Dunleavy, 1986, p.13)는 민간화를 공공관료제에 의해 수행되던 서비스나 재화의 생산활동을 민간기업이나 자원봉사조직과 같은 비공식조직에 영구히 이전시키는 것으로 정의하고 있다. 또한 콜데

리(Kolderie, 1986, p.286)는 서비스의 공급이란 면에서 공급(provision)과 생산(production)의 의미 분리를 주장하면서 서비스 생산의 민간화(privatizing production)란 단순히 서비스 생산주체가 정부기관에서 비정부조직으로 전환 혹은 대체됨을 의미하며, 서비스 공급의 민간화(privatizing the provision of service)란 구매자, 규제자, 기준설정자, 정책결정자로서만 정부의 역할을 축소시켜 주민 자신이 그 서비스의 구입여부와 대가 지불여부를 필요에 따라 스스로 결정해야됨을 의미한다고 하고 있다.

이 밖에도 블렌카트(Blankart, 1985)는 민간화의 문제를 네가지의 범주로 정의하고 있으며 도니슨(Donnison, 1984)은 민간화가 보수주의적 입장 즉, 자원배분과 문제관리에 있어 가격 메카니즘과 시장관계가 가장 능률적인 방법이라는 신념에 입각하고 있다고 성격을 규명하면서, 민간화를 설명하고 있다.

이상의 논의를 종합해 볼 때 민간화의 의미는 가장 일반적인 의미에서 정부기능의 축소를 내포한다고 볼 수 있는데 정부의 기능은 국가마다 다르고 그에 따라 민간화의 의미도 각기 달라질 수 있다. 따라서 민간화가 내포하는 다양한 의미를 적절하게 이해하기 위해서는 정부의 기능을 분류하는 것이 필요하다. 르그랑과 로빈슨(Le Grand and Robinson, 1984)에 의하면 정부는 보통 재화나 서비스의 공급(provision), 보조금(subsidy), 및 규제(regulation)의 세가지 형태로 국가의 사회 경제활동에 관여한다고 볼 수 있으며, 이러한 정부 기능에 따라 민간화의 다양한 형태가 나타난다는 것이다. 또한 민간화의 틀은 민간화가 요구하는 정부개입의 축소나 재거형태에서만 다른 것이 아니라, 정부개입 대신에 제시된 대안이 무엇이냐에 따라서도 달라진다고 한다.

우리나라의 경우 민간화의 의미는 주로 민영화와 민간위탁이라는 용어로 사용되고 있는데, 민영화는 공기업의 주식매각 등을 통한 민간화를 의미하며, 공공서비스의 민간화는 주로 민간위탁이라는 용어로 사용되고 있다.

〈표 3-1〉은 지금까지 논의한 민간화의 개념적 틀을 박경원(1989)이 정리한 것인데 산발적으로 논의한 민간화의 틀을 이해하는데 유용할 것으로 생각된다.

〈표 3-1〉

민간화의 개념적 틀

정부개입의 형태	민간화의 의미	민 간 화 의 유 형
○ 재화나서비스의 공급 • 공급(provision) • 생산(production)	○ 정부공급의 축소 • 공급의 민간화 • 생산의 민간화	○ 정부자산이나 국영기업의 매각 ○ 민간공급의 확대 ○ 계약(contracting out) ○ 상품권(voucher)공급 ○ 허가(franchise)
○ 재정부담 혹은 보조금 지급(financing)	• 재정부담의 민간화 • 정부보조의 축소 혹은 삭제	○ 사용자 부담원칙 확대(user fee and charges) ○ 보조금(subsidy)의 삭감 ○ 공공서비스요금보조(grant)의 철회 ○ 허가(franchise)
○ 규제(regulation)	• 규제의 완화 및 철회	○ 시장에 의한 공급 ○ 셀프 서비스 ○ 가격 및 질의 규제완화 및 철회 ○ 시장참입의 자유화

지금까지 논의한 민간화의 개념적 정의를 청소년 수련사업에도 적용할 수 있을 것이다. 청소년 수련사업에 대한 민간화나 민간참여의 확대가 필요한 이유는 대개 몇가지 요인이나 압력으로 나눌 수 있다. 먼저 민간이 참여하는 사업의 경우 청소년사업의 비용이나 효과성을 높일 수 있고 이는 보다 좋은 정부를 향한 실용주의적 압력의 결과로 나타날 수 있다. 둘째로는 사업확대를 지향하는 기업계의 압력이 민간 참여의 확대요인으로 꼽힌다. 이에 더해 서 정부의 많은 지출을 민간부문에서 부담함으로써 국가재정의 약화로 부터 오는 어려움을 벗어 날 수 있을 것이다. 마지막으로 청소년의 보다 나은 사회를 지향하는 요구가 주요 압력요인으로 될 수가 있다. 다시 말해서 청소년 들은 청소년 수련사업에 대한 더욱 많은 선택권을 가져야 하는 것이다 (Savas, 1987, p.5). 요약하면 행정학적 관점에서 민간참여의 초점은 지방재정의 자립도의 미비함과 중앙정부의 재원부족문제에 대한 해결책에 있다. 다시 말해서 재원부족문제로 제기될 재원조달방안을 해결하기 위해 중앙 및 지방재정의 확충을 위한 세제개편과 새로운 재원의 확보등의 방안들이 있지만 이러한 대안들은 근본적인 해결책이 못되며 보다 근원적인 해결방안이 요구

되는데 그 가운데 가장 핵심적인 방안이 바로 공공 서비스의 민간화 전략이고, 이와 같은 원리로 청소년 수련사업에 대한 민간화 및 민간참여의 확대가 필요한 이유가 되는 것이다. 다음은 사회복지학에서 논의되는 복지 서비스 공급의 민간참여론에서 청소년 수련사업의 민간참여방안에 관련된 이론적 배경을 추출해 본다.

2. 사회복지 서비스 공급의 역할이론

행정 서비스 공급의 민간화 쟁점과는 성격이 조금 다르지만 여전히 청소년 사업의 민간참여에 유용한 이론적 근거는 사회복지 서비스 공급의 공(公)과 민(民)의 역할 이론에서 찾아 볼 수 있다. 이 분야의 쟁점은 정부 주체의 사회복지와 민간 주체의 사회복지와의 관계를 어떻게 규정해야 할 것인가 하는 점이다. 사회복지 서비스의 공과 민의 역할 규명에 관련된 이론적 논의가 청소년사업의 공공과 민간의 관계설정에 시사점하는 바가 많기 때문에 여기서 논의하면 유용할 것이다. 일반적으로 사회복지학이나 사회사업학에서 논의되는 공적 사회복지와 민간 사회복지의 책임과 관련된 이론은 크게 다음의 세 가지로 나누어 진다.

첫째는 사회복지의 평행봉 이론이다. 이 이론에서는 공공영역과 민간영역이 취급하는 대상자를 명백하게 구분하고 각기 독립적인 활동을 전개해 가는 것이 합리적이고 효과적이라고 주장한다(Helen Clark, 1947). 즉, ‘대상자의 특성’에 따라 민간기관은 자립과 재활이 가능한 빈민을 대상으로, 국가는 자립이 불가능한 빈민을 대상으로, 민간기관은 개별원조적, 인격감화적, 고도의 사례별 작업(casework)이 요구되는 서비스를 제공하며, 국가는 빈민의 치료 및 자립을 실현할 수 어려우므로 대상자를 사회로부터 분리하여 수용, 보호하는 기능과 금전급부만을 행함으로써 국가와 민간이 중복됨이 없이 각기 독립적으로 대상자에게 서비스를 제공해야 한다는 것이다. 이 이론은 사례의 특성에 따라 공·사가 분담할 것을 달리해야 한다는 것으로서 민간의 재원으로 충당하기 어렵거나 명백히 공공의 책임인 사례(실업, 노동, 폐질 등)는 공

공부문이, 그리고 그 기원이 애매하거나 인격장애를 포함하는 사례들은 민간 부분이 맡는게 적절하다는 것이다(Morris, 1982; 사회복지학의 이론과 실제, 1990에서 재인용).

평행봉 이론에서의 민간의 목적은 공공 기관의 표준과 실천에 우호적인 영향을 미치도록 해야하며 그 구체적인 역할은 혁신자(innovator), 기준설정자(setter of standards), 평가자(monitor), 옹호자(advocator)이어야 한다고 보고 있다(Kamerman, 1986:6). 이는 민간이 국가가 하는 것 이상으로 할 수 있다는 민간을 강조하던 시기에 나타난 논의로 민간이 국가의 사회복지활동의 대체적, 보충적 역할을 수행해야 한다고 주장한다. 하지만 영국에서는 ‘복지국가’의 원리에 의해, 미국에서는 ‘사회보장법’의 재정 등 국민 최저 생활의 보장에 관한 국가책임의 원칙이 강조되게 됨에 따라 점점 그 한계를 나타내게 되었다(지주연, 1991).

두번째 이론은 사회복지의 사다리다리 이론(extention ladder theory)이다. 웹(Webb)부부가 주창한 사다리다리 이론(Webb, 1914, Pp.703 - 707)은 사회복지 서비스를 기획함에 있어 마치 사다리다리 모양으로 가장 기초적인 부분에는 국가의 최저 생활 보장을 국가의 책임 하에 보편적으로 보장하고 그것을 기초로 점차 상층 부분에는 민간의 사회복지 서비스를 위치시켜가는 방식을 주장하는 것이다. 즉, 사회복지의 공공부문은 모든 대상자에 대해 최저 수준(minimum level)의 급여를 제공하는 역할을 하고 민간부문은 이들 중 특별한 원조를 필요로 하는 사람들에 대한 보충적인 원조를 해야 한다는 것이다(Kamerman, 1983, p.6). 따라서 민간 사회복지의 독자적 역할을 규정함에 있어서 평행봉 이론과는 다른 공영 우월성의 견해를 표시하고 있다고 볼 수 있다. 평행봉 이론에서는 공영보다 민영의 우월성을 암시하고 있는 것에 반해 사다리다리 이론에서는 민영의 우월성을 편견이란 관점에서 보는데 민영의 독자성을 인정하면서도 공영의 기초성, 보편성, 우월성을 강조하고 있다고 볼 수 있다(김만두, 1987). 사다리다리 이론에서의 민간의 과업은 최소수준 이상으로 신축성 있는 사다리를 뽑아내는 것으로서 공공부문보다 소수의 클라이언

트를 취급하지만 좀더 다양하고 전문적인 프로그램을 제공해야 한다고 본다(김인숙, 1990, p.523). 국가는 법률에 구속되어 독창성을 발휘하기가 곤란하고 또한 조세에 의해 운용되므로 실험적인 서비스 개발이 힘들고, 보편성과 공평성을 우선하기 때문에 획일적이 되기 쉽고 특정 종교들을 이용할 수 없다는 한계가 있다. 반면 민간단체들은 개인의 치료법에 대해 관심이 있는 개인이나 단체에 의해 조성된 기금으로 이루어지므로 국가기관보다 새로운 프로그램 개발 및 독창적인 사업을 수행할 수 있는 기회와 능력을 가지고 있으며, 특정 대상자에 대한 애정 및 이해를 가지고서 심도있는 서비스를 제공할 수 있다는 장점이 있다. 결국 사닥다리 이론은 20세기 초에서 1940년대 초반에 걸쳐 사회문제의 증가에 따라 복지국가의 논리-국가에 의한 국민의 최저생활 보장-가 대두되어 사회복지에 대한 국가의 책임론이 부각되면서도 국가기관의 집합적 급여(collective provision)의 비효율성과 이제까지의 사회복지에서 큰 역할을 담당해왔던 민간기관을 국가기관내에서 어떻게 활용할 것인가의 문제로 국가와 민간의 역할에 관한 입장이 요구되던 시대에 기반한 논의라 할 수 있다. 한편 사닥다리 이론과 유사한 스위프트(Linton Swift)의 다수공영(majority-public) 소수 민영론(monority-private)이 있다. 이 관점에 의하면 공적 기관의 의무는 지역사회의 대다수 국민이 필요로 하는 서비스를 제공하지 않으면 안되고 사회의 일반적 수준을 훨씬 넘어선 서비스는 제공할 수 없다는 것이다.

마지막으로 공공대행이론이 있다. 이 이론은 1970년대 이후 사회복지서비스에 대한 국가의 실패와 사회복지비의 증가에 따른 대안책을 마련하고자 하는 학자들에 의해 선호되고 있다. 공공대행이론은 상당량의 공공자금이 민간 부문에 들어감으로써 언급되기 시작한 것으로서 이 이론에서 민간부문은 주로 정부의 규제를 통해 형성된다. 또 이 이론 뒤에는 공공부문은 바람직한 목적 성취의 수단으로서 민간부문을 활용할 수 있다는 점이 깔려있다(Kamerman, 1983). 공공대행이론이란 국가가 바람직한 목표달성을 위한 수단으로서 국가의 규제를 통해 민간 부문(private sector)을 형성 활용한다는

의미에서 개념화되었다. 이는 국가와 민간기관은 계약상의 조정을 통해 민간기관이 서비스를 제공하는 대신에 국가나 지방자치단체로부터 보조금을 받고 국가는 민간으로부터 서비스와 상품을 구매한다는 것이다(Kamerman, 1976). 이처럼 공공대행론은 국가가 바람직한 목적성취를 위해 국가가 직접 경영하던 서비스를 민간기관에 이양하거나, 또는 국가가 보조금을 제공한다는 전제 아래 계약을 통해 민간기관으로부터 국가가 서비스를 구매하는 방식으로 민간기관이 국가를 대행하여 서비스를 대상자에게 전달해야 한다는 것이다. 이 이론은 1970년대 부터 제기되기 시작한 문제점에 입각해 기존이론의 한계점을 극복하려고 한 점, 현대의 주요가치인 ‘다원주의’와 ‘사회연대의식’을 기본으로 사회복지를 국가와 민간의 혼합물로서 생각하여 보다 현대적인 협조체제를 제시했다는 점에서 높이 평가될 수 있다. 하지만 이 이론은 실천적인 면보다는 이론적인 면이 더 강하며 민간기관이 자신들의 이익을 위해 국가나 지방자치단체의 보조금을 받도록 장려되지만 책임성과 국가 통제에의 문제, 보조금 사용법 등 민간기관의 자율성 문제와 책임성에 대한 의문이 남는다(지주연, 1991). 이제까지의 논의들은 사회복지 서비스를 누가 제공할 것이며 이를 위해 누가, 무슨 재원으로, 어떤 역할을 수행해야 하는지를 보여주고 있어 사회복지서비스에 대한 국가와 민간역할의 특성이나 문제점을 분석하는데 도움이 된다.

이 세가지 이론은 사회복지를 규정함에 있어 공적차원과 민간차원의 역할 규정을 어떻게 하느냐에 따른 입장이었다. 하지만 더욱 근원적으로 사회복지에 있어 공과 민의 역할은 사회복지사업을 실시하는데 있어 그 책임이 어디에 있는가에 관한 것으로 사회복지 실천주체, 재정, 그리고 전달주체가 누구인가에 따라 규정된다. 공과 민의 역할규정에 있어서 60년대 초반까지는 그 규정이 뚜렷하였으나 60년대 이후 공과 민의 역할규정이 불분명해졌으며(Gilbert, 1983, p.6), 최근에는 국가, 민간, 그리고 가족의 세차원이 상호개입하는 총체적복지(total welfare)로서의 통합적 접근이 모색되고 있는 실정이다(Gilbert, 1983; Rose, 1989).

공적사회복지와 민간사회복지의 역할에 관한 이론들에서 주장하는 각각의 특성과 장·단점들을 양옥경(1992, p.74)은 아래의 〈표 3-2〉와 같이 정리하고 있다.

〈표 3-2〉 공적 사회복지와 민간 사회복지의 특성

	공	민
장점	* 세금이 재원 - 재정적 안정 * 국민의 최저 생활보장 - 보편적이고 계속적인 서비스 제공	* 법의 제약을 넘어 욕구에 대응 - 탄력적 운영 * 국가에 대해 대상자의 입장에서 대변, 비판 * 수혜대상자의 자존심 유지 * 독립성, 신속성, 유동성, 전문성에 따라 대상자의 욕구에 부응 - 독창적인 서비스 접근법 개발
단점	* 운영의 관료성 - 획일성 * 탄력성 결여 * 융통성 결여 * 법제적, 재정적 제약으로 인한 새로운 욕구에 새로운 대응 결여 * 생활보호대상자라는 낙인 유발 * 변화에 대한 거부	* 재원확보의 불확실성 - 지속적인 서비스제공 내지 운영에 차질 * 자선적인 측면에 그치기 쉽다. * 선별적인 서비스 제공 * 보충적

우리나라에서 공적 사회복지와 민간 사회복지를 구분하는 기준은 복지실천 단체의 설립주체와 재원에 있다. 공적 사회복지란 국가나 지방자치단체에 의해 기획되고 조세재원으로 운영 실천되는 사회복지사업을 말하며, 민간사회복지란 자발적인 선택에 의해서 자유로이 조직되어 전부 혹은 일부를 민간자금에 의해 기획, 운영되는 것이라고 규정할 수 있다(김만두, 1987, p.9). 우리나라의 민간 사회복지사업은 사회복지법 제7조에 의해 법인허가를 받은 사회복지법인과 민법 제32조에 의한 비영리법인으로서의 재단법인과 사단법인 등에 의해 운영되는 시설, 단체, 기관, 그리고 자원봉사단체 등을 총칭한다(양옥경 1992, p.74).

스위프트는 약간 다른 각도에서 사회복지의 공공기관과 민간기관의 의무와 특징을 구분하고 있다. 복지사업에서 공적기관의 의무는 첫째, 궁극적으로 공적 사회복지의 지역사회의 대다수 국민이 필요로 하는 서비스를 제공하지 않으면 안되고, 사회의 일반적 수준을 훨씬 넘어선 서비스는 제공할 수 없으며 둘째, 사회복지의 활동분야는 주로 이미 그 지역사회에 의해서 받아들여진 제반 방법의 개선과 기능의 개발 혹은 정부의 재원과 권위를 필요로 하는 제반 서비스를 수행하는 것에 있고 셋째, 정부의 수단으로서 제반 기능은 타부처의 기능과 긴밀한 관계를 갖지 않으면 안된다. 따라서 정부기관이 타부처의 제반 변화에 영향을 받는 것은 당연하고 이에 따라 인사이동과 사업방침의 변경을 수반하는 것이다. 넷째, 또한 공적 사회복지의 실업문제와 같이 사회가 기본적으로 해결할 수 없는 사회적, 경제적 불평등을 줄이기 위해서 사회적 공인의 수단으로서 활동하는 것이다.

이에 비해 민간기관의 특징으로서는 첫째, 국민의 대다수가 아직 인정하고 있지 않는 인간적 욕구에 대응할 수가 있다. 그리고 서비스의 방법에 있어서도 국민의 대다수가 아직 알지 못하는 경우도 있을 수 있고 기존의 공적활동에 의해서 수용되고 있지 않는 경우가 많다. 둘째, 민간사회복지를 지원하는 집단은 지역사회내의 소수자로 형성되는 특별한 관심을 가지고 있는 사람이나 지식을 갖고 있는 시민집단인 것이다. 따라서, 민간기관의 기능의 하나는 그것을 지지하는 소수자의 범위를 확대하는 것이다. 이 소수자가 다수자로 증가함에 따라 민간기관은 그 모범적 실험활동을 공적기관의 책임으로 인식시키는 자극제가 되는 것이다. 셋째, 사회복지의 다수자가 아직 인식하고 있지 않는 여러가지 서비스를 수행하거나 개혁하거나 실험을 강조하거나 법률 혹은 관습에 의해 공적기관에 부과된 여러가지 제한점으로부터 발생하는 프로그램을 보충해 줌으로서 적어도 공적사회복지와 중복되지 않고 그것을 보완할 수가 있는 것이다. 넷째, 민간사회복지 기관의 재원은 제한되어 있기 때문에 일정한 분류대상에 속하는 서비스를 제공할 수 없는 것이다. 마지막으로 민간사회복지 기관은 개별적인 가족과 전문적 워커가 통제할 수 없는 경

제적 조건에서 발생하는 문제와는 다른 개별적인 인간관계적 부적응 문제를 잘 처리할 수 있는 조건을 가지고 있다.

이상과 같이 스윙프트의 공과 민의 협조론에 관한 견해는 국민의 사회적 경제적 불평등의 극복에 필요한 경제적 욕구에 대한 서비스는 공적기관의 책임과 역할에 의해서 해결되어야 한다는 점, 민간기관의 서비스는 새로운 욕구, 실험적 대응, 개인의 인간관계적 부적응 문제등에 대응해야 한다는 점, 그리하여 공과 민이 상호협조하는 체계를 이루어야 한다는 점을 지적하고 있다. 민간참여의 요청은 지금까지의 민간활동에 대한 정부의 지나친 규제와 정부 재정규모의 과도한 팽창에 대한 반성이라는 차원에서 인식된 것이기도 하지만, 기본적으로 기초적 서비스는 국가 또는 지방자치단체가 공급하여야 하나 보다 높은 수준의 서비스는 수익자 부담 등으로 민간 부문에 맡기는 것이 더 효율적이고, 비록 비용은 공공 부문이 부담하더라도 공급의 주력은 민간을 활용하는 것이 능률적이라는 사고에 기초하고 있는 것이다. 사실 국가의 입장에서든 다양한 민간 사회부문조직과 협조함으로써 이들이 지니고 있는 풍부한 자원과 발전된 기술 및 참신한 아이디어를 이용하지 않을 수 없게 된 것이다.

사회복지에 대한 공공과 민간의 역할 분담 및 관계설정의 논의에서 청소년사업의 공과 민의 관계설정과 재정적 투자에 대한 협조가능성의 유용한 시사점을 발견할 수 있다. 이러한 논의에서 본다면 앞으로의 청소년사업의 발전 전략은 재정여건상 민간 주도형으로 추진되도록 유도되어야 하며, 현 체제하에서 중앙 및 지방정부가 수행하고 있는 청소년 복지사업을 점차 민간부문으로 이양 또는 위탁하는 폭을 넓혀야 하며, 공동으로 수행하는 기능도 확대되어야 할 것이다. 민간에서는 공익 분야가 꼭 책임져야만 하는 것을 제외하고는 공익성보다 능률성이 강조되는 것, 기업적 성격을 가진 것, 특수한 전문적 지식이나 기술을 요하는 것, 경비절감을 통해 경제성을 높일 수 있는 것, 단순하고 기계적이며 절차적인 것, 민간에 대체수단이 있는 것 등은 점차 민간부문의 기능으로 전환되어야 할 것이다.

다음 절에서는 민간영역의 범위를 기업으로 한정시켜 기업의 관점이나 입장에서 청소년 사업에의 참여가 어떤 맥락에서 이해되는가를 알아본다. 기업의 입장에서 청소년 사업이란 사회봉사활동의 일부로서 이해될 수 있다. 이런 점에서 기업의 생산활동과 직접적인 관련이 적은 사회참여활동과 이와 유사한 개념들을 살펴본다.

3. 기업의 사회참여활동의 개념과 모형

가. 사회참여활동의 개념

기업의 사회참여활동을 개념적으로 정의하기 위해서는 먼저 이와 관련된 개념이면서도 약간은 다른, 그리고 어느정도 광의적인 개념들인 기업의 사회적 책임(corporate social responsibility), 기업윤리(corporate ethics), 기업의 사회정책이나 기업의 이해자 관리 등을 이해해야 한다. 하나의 활동영역이면서, 사회를 구성하는 전체체계의 하나의 하부체계로서의 기업은 사회속에 존재하면서 사회의 다른 하위체계와 끊임없이 상호작용하면서 존재하고 있다. 특히 기업은 경제체계의 핵심적 주체로서 재화와 용역의 생산을 통해서 시장경제에 기여하고 사회가 필요로 하는 다양한 활동을 제공한다.

일반적으로 보면, 기업이 수행하는 활동의 거의 모두가 직접적으로나 간접적으로 사회의 존립과 유지에 기여하기 때문에 이 모두를 기업의 사회활동 또는 참여활동이라고 할 수 있다. 하지만 기업의 사회참여에 대한 이러한 이해는 지나치게 모호하고 광범위하여 사회참여활동 고유의 개념적 영역을 명확히 정의하는데 장애가 되고 있다. 기업과 사회와의 관련성이 기업환경론(신유근, 1986)과 기업정책적인 관점에서 다양하게 논의 되었다 하더라도 좀 더 명확한 정의가 필요하다.

우선 기업의 사회적 책임이란 기업이 이윤추구를 최우선으로 하는 경제논리를 넘어서서 보다 크고 넓은 보편적 인간적 가치를 실현하는데 공헌해야 한다는 방향에서, 기업활동으로 인해 발생하는 정치, 경제, 사회, 문화 영역의 다양한 문제의 해결을 통하여 기업과 직접 간접으로 연관된 이해관계자와 사

회 일반의 기대를 충족시켜 나가야 하는 것을 의미한다(신유근, 1986, Pp.225-226; 신유근,한정화, 1991). 이에 반해서 기업윤리란 일반적인 윤리의 범주 안에서 파악되어야 한다. 윤리란 일반적으로 행위의 옳고 그름이나 선악에 대한 판단기준의 체계로 정의됨에 비추어 기업윤리란 기업경영이라는 상황에서 경영자나 종업원들의 태도에 대해 형성된 도의적 가치로서, 그 행동의 옳고 그름을 가늠하며 기업과 사회에 다같이 바람직한 방향으로 나아가게 하는 규범으로서의 성격을 갖는 것으로 사회적 책임의 개념보다는 보편적이고 일반적인 가치지향적 특성을 보이게 된다(신유근, 1986, p.226; Henderson, 1982, p.387).

이에 반해 기업의 사회참여활동이란 기업의 전통적이며 본질적인 경제활동을 넘어서 기업과 사회와의 관계에서 수행하고자 하는 활동이다. 즉 사회속에서 기업이 수행하는 다양한 활동영역 가운데 기업의 본질적 기능으로 간주되어온 경제적 기능의 수행을 넘어서 사회와의 관계에서 발생하는 활동들을 의미한다. 이러한 활동들은 특히 기업윤리나 사회적 책임의 영역중에서 특히 대외적이고 적극적인 차원에서 나타나는 가시적 기업활동이라 정의할 수 있다. 기업참여활동을 구체적으로 보면, 교육, 문화, 복지, 체육이나 기타의 기업이 할 수 있는 활동, 기업이 재정적으로 가담하는 기업의 기부행위나 재정의 직접부담, 또는 각종 사회활동 프로그램을 개발하고 운용하는 활동, 그리고 범사회적 또는 기업이 속한 지역사회의 발전과 관련한 사회운동에의 참여와 같은 활동들을 포함한다.

요약하면, 기업의 사회참여활동이란 사회나 일반인들이 기업에 대해 가지고 있는 경제위주의 역할을 넘어서 기업이 가진 인적 물적 자원을 바탕으로 사회의 다양한 문제에 적극 참여해서 사회와 바람직한 관계를 모색하고 상호협동하면서 수행하게 되는 활동이라고 할 수 있다.

나. 기업의 사회참여활동의 모형

기업의 사회참여, 기업의 사회봉사, 기업의 사회적 책임, 그리고 도덕적인

측면에서 기업윤리와도 관련이 깊은 주제를 이론적으로 이해하기 위해서는 우선적으로 기업의 존재양식과 기업의 사회참여활동의 동기에 대한 몇가지 관점에서 구분하면 편리하다. 기업의 존재양식과 사회적 기능을 구분하는 몇가지 기준 가운데 우선적으로 중요한 것은 기업의 중심이 누구이나 하는 것이다. 이는 기업의 주인이 누구인가라는 문제로서 기업의 중심이 기업의 소유주인 주주인지 아니면 주주가 아닌 제삼자인지의 문제이다.

기업의 소유주를 주식을 소유한 주주로 보는 주주모형 (stockholder model)은 전통적으로 기업은 기업의 주식을 소유하고 있는 주주들의 개인적인 재산이라고 보고 있다. 이들 주주들은 기업의 경영진을 선출하게 되며 이들 경영진을 주주들의 이익, 즉 이윤을 극대화하려는 노력을 해야 하는 주주들의 단순한 대리인으로 파악하고 있다. 따라서 기업의 경영진이 기업의 이윤을 극대화할 때 기업의 사회적 책임을 다하게 되고 기업행위의 중심은 주주가 된다는 주장이다(정구현 외 1991; Buono and Nichols 1990; Freeman and Reed, 1983).

이에 반해 이해당사자 모형(stakeholder model)은 기업의 중심 또는 기업행위는 주주만이 아닌 기업의 이해당사자, 즉 기업이 경제행위를 하게 될 때 영향을 받게 되는 당사자인 주주, 피고용인, 노조, 소비자, 원자재 공급자, 기업이 위치하고 있는 지역사회, 경제기관, 그리고 특정 또는 공익의 이익집단 등 모두를 위해 이루어져야 한다고 주장한다. 다시 말해서 기업은 기업주 또는 주주들의 소유가 아니며, 기업이 소속되어 있는 사회전체의 이익을 위해 경제행위를 해야하는 경제주체로 파악하는 관점이다(신유근, 한정화 1991; 정구현 외 1991; Buono and Nichols 1990).

경제행위의 중심과 더불어 기업의 사회적 책임을 분류하고 개념을 정의하기 위한 또다른 차원은 기업의 경제행위의 동기에 관한 구분이라고 할 수 있다. 다시 말해서, 기업이 경제행위를 하는 동기를 자기이익(self-interest)에 둘 것인가? 아니면 기업은 사회에 대한 도덕적 의무(moral duty)를 동기로 생각해야 하는가 하는 문제이다. 기업은 사회가 받아들일 수 있는 도덕적 한

계 내에서, 그리고 사회의 주어진 법테두리 내에서 자신의 이윤을 추구하는 것만이 가장 중요한 사회적 책임을 다하는 것이라고 주장할 때, 기업의 경제행위는 이기적인 동기에 머무르게 된다.

그러나 기업은 사회의 산물이기 때문에 사회가 바라는 목적을 위해 기업의 경제행위가 이루어져야 한다고 주장하게 되면 도덕적인 동기로 기업행위의 동기가 옮겨오게 된다. 이러한 동기를 이타적 동기(altruistic motive)라고 할 수 있는데 이타적 동기의 가장 순수한 형태는 자선적 동기(philanthropic motive)에 의한 기부활동이라 할 수 있다. 자선이란 인류의 역사와 더불어 있어 온 오래된 전통으로서 사회의 혜택을 많이 받은 개인이나 집단이 상대적으로 불리한 개인이나 집단에 자발적으로 물질적인 도움을 주는 행위이다. 근대 자본주의가 생성된 후로 자본주의 체제의 핵심이라 할 만한 기업이 사회적 도움이 필요한 개인이나 기관, 그리고 단체에 대해 자발적 기부를 하는 방식이 일찍부터 있어 왔다.

기업이나 기업을 소유한 개인의 박애심이나 자선심에서 나오는 자선적 동기와는 달리 기업이란 공적 수탁자(public trustee)로서 기업의 의사결정과 정책에 의하여 영향을 받는 모든 개인이나 집단의 이익을 고려하고자 하는 동기에서 사회활동에 참여하는 경우를 기업의 사회참여 활동의 청지기적 동기(stewardship motive)에 따른 활동이라 부를 수 있다. 앞서 기업의 소유주의 관점에서 논의한 이해관계자 모형과 연관이 깊은데, 청지기적 동기를 주장하는 관점의 핵심은 경영자는 공적 이익을 위하여 일하는 청지기 또는 수탁인으로서 기업의 경영계획에 있어서 이해관계자적인 접근이 필요하며 단기적 극대이윤보다 장기적 적정이윤을 추구해야 한다는 것이다. 청지기적 동기는 기업의 경영이 소유경영자 중심에서 전문경영자 중심으로 전환됨에 따라 전문 경영인은 단순한 주주이익의 극대화보다 다수의 이해관계자간의 관계조정에 더욱 큰 관심을 기울이게 되리라는 관점에서 보는 것이다.

〈표 3-3〉은 지금까지 논의한 기업행위 중심의 차원과 기업행위 동기의 차원에서 기업의 사회적 책임에 관련된 관점과 이데올로기를 분류하고 있는데,

이러한 분류가 유용한 것이 사실이지만 이것이 이념형적(ideal type) 성격을 가지기 때문에 관점 사이의 상호 중복성도 고려되어야 한다. 하지만 이상의 이론적 논의를 가장 단순히 기업의 사회참여에 대한 찬성론과 반대론으로 이원화해서 이해하면 편리하다.

〈표 3-3〉 기업의 사회적 책임의 구분

기 업 행 위 의 중 심			
기 업 행 위 의 동 기	주주모형(stockholder)		
	이해당사자모형(stakeholder)		
	이 기 적 동 기	생산우선주의 (productivism)	진 보 주 의 (progressivism)
	이 타 적 동 기	사회봉사주의 (philanthropy)	윤리적 이상주의 (ethical idealism)

기업의 참여 찬성론 : 기업의 사회참여는 장기적 관점에서 유리하며, 기업의 사회활동은 기업에 대한 정부의 규제를 약화시키고 기업과 사회와의 우호적인 관계를 향상시켜 장기적으로 기업에 이익이 된다고 본다. 즉 기업이익은 계몽된 사적이익(enlightened self interest) 또는 사회참여의 장기이윤 모델(long-run profit model of social involvement)에 일각하여 실현된다는 것이다. 찬성론자의 주장에 의하면 기업은 대중의 사회적 욕구에 따라 적응해야 하기 때문에 기업은 대중의 사회적 욕구에 대응하는 방향으로 움직이게 된다.

좀 다른 주장은 기업이 책임있는 행동을 하는 것 그 자체로서 올바르기 때문에 사회적 책임을 수행해야 한다는 도덕적 의무론이다. 즉 기업은 사회의 구성원으로서 사회의 도덕체계를 유지하고 다른 사회구성원의 이익을 보호하기 위하여 책임있는 행동을 해야 한다는 주장이다. 세번째 주장은 사회적 책임에 앞장서는 기업이 장기적으로 보다 확실한 이윤을 실현한다는 것이다. 또는 기업이 적극적으로 사회적 책임을 수행하게 되면 기업에 대한 정부의 규제를 완화시키게 된다는 것이다. 기업은 사회적 권력을 많이 가지고 있기

때문에 책임있는 행동을 통하여 균형을 이루어야 한다.

이상의 주장을 고려해 본다면 기업의 사회적 책임 긍정론의 일반적 특징은 첫째, 현대 거대기업의 권력을 사실로서 인정하며 그 권력은 사회 공익을 위하여 활용되어야 한다는 ‘현대 기업권력’의 인정과, 둘째 현대 거대기업의 거대권력을 사실적으로 인정하므로 그에 상응하는 기업책임도 책임 철칙의 원리에 따른다는 현대기업책임의 시인이며, 세째로 현대 기업경영자는 적극적으로 사회적 책임을 수행할 수 있는 능력이 있으며 소극적으로는 기업권력을 남용하지 않는 자제 능력도 보유하고 있다는 경영자의 능력활용으로 요약된다.

기업의 사회참여 반대론 : 기업의 사회참여는 바람직스럽지 않다는 반대론자들의 주장 또한 빈번하게 주장되고 있는데 기업의 사회적 책임에 대해서 소극적 내지 부정적인 견해를 주장하는 학자로는 하이예크(Hayek), 프리드만(Friedman), 그리고 루이스(Lewis) 등이 있다. 반대론자에 의하면 기업의 사회적 참여는 목적의 혼란을 초래하여 기업내 갈등을 빚게되며 결과적으로 경영효율을 떨어뜨린다는 것이다. 뿐만 아니라 기업은 이미 충분한 사회적 권력을 가지고 있기 때문에 사회는 더 이상의 권력을 부여해서는 안된다는 주장이다. 반대를 지지하는 경제학자인 프리드만(Milton Friedman, 1971, Pp.13-14)은 다음과 같은 논지를 펴고 있다.

"자유기업, 사유재산제도에서 기업의 경영자는 기업소유자의 피고용인이다. 따라서 그는 고용주에게 직접적인 책임을 지고 있다. 사회의 기본 규칙을 준수 하면서 가능한 많은 돈을 벌기 원하는 주주들의 바램을 따라 기업을 경영해야 하는 책임이 있다. 경영자가 사회적 책임을 지키기 위하여 주주들의 이익을 저하시키면, 그는 주주들의 돈을 써 버리는 것이다. 종업원들의 임금을 낮추 면 그는 종업원들의 돈을 쓰고 있는 것이다."

요약하면 자유주의 경제의 변호자로서 유명한 프리드만은 회사의 간부나 노조의 책임자는 사주나 노조멤버의 이익에 봉사하는 이상의 것을 행하는 ‘사회적 책임’을 져야된다는 것은 자유경제의 특성과 본성을 기본적으로 오해 (misconception)하고 있는 데에서 기인한다고 정면으로 사회적 책임을 부정하고 있다. 즉 그는 “자유경제하의 기업의 사회적 책임은 단 하나 뿐이다. 그것은 기업이 게임의 규칙(rules of game)을 지키는 한, 즉 허사나 속일수가 없고 개방된 자유로운 경쟁에 따르는 한, 기업이윤을 증가시킬 수 있도록 계획된 제활동에 자원을 투입하여 그 활동에 종사하는 것 밖에 없다. 마찬가지로 노조의 리더들도 사회적 책임은 그 노조원의 이익에 봉사하는 것에 있다”라고 진술하고 있다.

프리드만이 사회적 책임론에 반대하는 근본적 이유는 사회적 책임을 경영자가 실행한다면 자유주의 사회를 파괴한다는 데 있다. 즉, 경영자가 사회적 책임을 부담하면, 경영자의 의사결정능력(decision making power)을 상실하게 되고, 가격구조가 파괴되며, 사적 소유권이 침해된다는 것이다. 이와 같이 경영자가 사회적 책임을 부담하게 되면 경영자의 자유로운 의사결정 능력이 박탈되거나, 가격통제를 받게 하여 가격기구의 기능을 부정하게 되며, 사적 소유권을 침해하며, 수익성 기준은 이윤추구의 자익심과 사회적 도덕적 책임을 일치시킨다라고 강조하고 있으며 또, 순수경쟁하에서는 만인이 자기의 이익을 최대화하기 위해 노력하면 공익은 달성된다고 주장하고 있다.

하이예크도 비슷한 주장을 펴고 있다. 사회적 책임 부정론의 대표적인 학자로 꼽히고 있는 하이예크는 그의 논문 ‘민주적 사회 속의 회사’에서 사회적 책임의 부정에 관하여 기업이 사회적 책임을 부담함으로써 ‘위험한 권력’ 내지 ‘바람직하지 못한 결과’가 생긴다고 주장하고, 그 이유로서 다음과 같은 것을 지적하고 있다.

첫째, 경영자는 주주로부터 자본운용을 위탁받은 수탁자로서 주주의 이익에 봉사하는 것이 경영자의 책임이다. 그러므로 경영자가 사회적 책임을 진다는 것은 주주에 대한 봉사라는 경영자 고유의 책임을 벗어난 책임을 지는

것이며, 그것은 주주의 이익을 방해 내지 경시하는 결과가 된다. 둘째, 경영자가 사회적 책임과 같은 경제활동 이외의 영역에 의사결정을 행함은 위험하다는 것이다. 왜냐하면, 경영자가 사회적 책임을 진다는 것은 경제활동에 관한 의사결정의 책임을 충분히 이행하지 못하게 될 위험이 있기 때문이다. 즉, 사회적 책임을 지게한다는 것은 경영자에게 거대한 권력을 부여하게 되는데, 그 권력은 기업 본래의 활동인 경제활동과는 다른 영역의 의사결정권력으로 변함으로 위험하고 바람직하지 못하다는 것이다. 셋째, 경영자가 사회적 책임을 부담함으로써, '정부의 개입'을 초래한다는 것이다. 즉 경영자가 사회적 책임 부담은 단기적으로는 무책임한 권력을 경영자에게 부여하게 됨과 아울러 장기적으로는 국가권력 내지는 정부의 개입을 초래한다는 것이다. 넷째, 자유주의 기업체제가 붕괴한다는 것이다. 즉, 사회적 책임을 부담함으로써 국가 권력의 개입을 자초하게 되고 나아가서는 자유주의 기업체제 자체가 붕괴한다는 것이다. 즉, 기업의 존속에 위협을 준다는 것이다.

이와 같이 하이예크는 경영자가 사회적 책임을 부담함으로써 단기적 결과로는 경영자에게 거대한 권력을, 또 경제적 의사결정의 영역 이외의 영역에 대한 의사결정 권력을 부여하는 셈이 되며, 장기적 결과로는 정부의 개입을 초래하고 자유기업체제를 붕괴시킬것이므로, 경영자는 자발적으로 사회적 책임을 부담해서는 안된다는 것이다. 기업의 사회참여 찬성론이나 반대론 모두 그 나름의 논리가 있지만 이에 대한 판단은 기업을 바라보는 기본시각의 차이에서 오는 점도 간과할 수 없다. 하지만 일반적으로 보면, "오늘날의 기업은 경제적 목적과 사회적 목적을 조화 시키지 않으면 존립과 성장이 어렵게 될 뿐만 아니라 사회제도로서의 정당성도 상실하게 된다. 이제 기업은 다양한 사회문제의 해결과정에 성실하고 능동적으로 참여함으로써 사회발전에 기여해야 한다"는 신유근(1986, p.iii)의 주장이 설득력이 있다.

4. 기업의 사회참여 결정요인

다음은 기업의 사회참여를 결정하는 몇가지 요인을 제도적, 비제도적 요인 또는 재정적, 비재정적 요인 등으로 나누어서 논의한다. 기업의 사회참여에 대한 요인은 크게 두가지로 나눌 수 있다. 자산이나 매출규모, 그리고 순이익이나 업종, 업종내의 경쟁력이나 독과점업체 여부 등이 중요한 요인일 수 있다. 시장 요인도 중요하지만 기업의 규모, 지역사회의 특징, 다른 회사와의 관계와 같은 비시장적 요소도 또한 중요하다. 주요 비시장적 요인은 대개 제도적인 것인데, 왜냐하면 그것이 회사 자체의 조직적인 구조나 다른 회사 및 조직과의 관계에서 나오기 때문이다. 일반적인 사회참여활동이나 또는 보다 구체적인 청소년 수련사업에 대한 기업의 출연금은 기업의 사정에 따라 다양할 수 있지만 기업재정의 많은 부분을 차지하는 것은 아니다. 미국의 경우 주요 기업들은 대개 세금을 납부하기 이전 순이익의 1~2%만을 기부한다 (Useem, 1988). 하지만 기업들은 지역사회에 대한 봉사나 사회참여활동을 기업경영의 무시못할 사항으로 간주한다. 그래서 많은 기업들이 전문적인 훈련을 받는 전문가의 지도하에 매우 공식적인 절차를 따르고 있으며 시장지향적인 전략적 경영을 지향하고 있다.

기업의 사회활동은 시장적 고려와 제도적 고려의 혼합체의 산물이며 두가지 모두가 대부분의 회사의 사회활동이나 봉사 프로그램에 영향을 미친다. 시장요인과 제도적 요인은 그래서 왜 어떤 회사는 사회봉사를 청소년사업에 너그러운데 반해 다른 회사는 그렇지 못한가를 설명하는 참여의 수준을 형성한다. 또 활동영역의 분포를 형성하는데 왜 어떤 기업은 교육을 중시하는데 반해 다른 기업은 지역사회봉사를 중시하는가를 설명한다. 다시 말해서, 기업의 시장 요인과 제도적 요인의 공통적 영향이 기업의 다양한 사회활동에 분명히 나타난다. 기업의 사회참여의 시장적 요인들을 더욱 구체적으로 살펴보자.

가. 기업참여의 시장적요인

시장요인이 기업의 사회활동과 사회참여에 대한 결정에 영향을 미친다는 것은 이것이 생산품의 발달, 판매전략 및 기업의 다른 전통적인 의사결정을 형성하는 것과 유사한 형태로 나타난다. 기업의 사회활동과 기부금의 투자와 같은 활동에 내재된 가장 중요한 시장요인은 기업성공의 전통적인 척도인 순이익에 있다. 미국의 경우 이익이 많은 회사의 대부분이 평균적으로 세전 순이익의 1%를 기부하였다(Useem, 1988). 그러나 1980년에는 2%를 기부하는 관행이 생겨났는데 이는 사회활동과 기부금의 중요성이 커지고 있는 것을 나타낸다. 이러한 사실에서 다음과 같은 가설을 기대할 수 있는데, 순이익이 많은 회사일수록 사회활동에 적극적이고 더욱 많은 액수의 투자를 할 가능성이 크다는 것이다.

하지만 기업의 사회참여활동이 기업의 능동적이고 자발적인 산물인가에는 의문이 생긴다. 사실 기업의 복지 및 봉사활동은 기업의 성공을 촉진하는데 사용될 수 있다. 몇몇 연구는 기업의 사회참여활동에 쓰이는 액수는 기업의 광고와 소비자 봉사비용과 강하게 연관되어 있고, 이는 자선적(philanthropic) 공헌이 시장 전략의 간접적인 형태임을 주장한다(Levy and Shatto, 1980; Burt, 1983). 이들 연구에 따르면 광고비와 헌납은 높은 상관관계가 있으며 이는 자선적 공헌이 시장전략의 일부분으로 추진된다는 사실을 암시한다. 공공대중과의 접촉의 정도가 높은 산업, 이를테면 보험, 소매상, 그리고 숙박업이 공공과의 접촉이 적은 광산, 건설, 그리고 금속 산업보다 훨씬 높은 광고 및 사회공헌 프로그램을 가진다는 것이다.

또 다른 시장적인 요인인 기업이 속한 업종이나 부문(sector)이 참여 및 봉사활동의 영역의 선택과 관련되어 나타난다. 말하자면 업종(sector)에 따라 사회활동과 청소년 사업의 연관성이 다르게 나타날 것이다. 주주혜자나 주소비자가 청소년이나 아동인 경향이 큰 업종일수록 투자에 적극적일 가능성이 높고, 업종의 주고객이 청소년층인가 아닌가에 따라 참여정도는 차이가 날 것이다. 또 다른 예를 든다면 지역사회와 밀접한 관련이 있는 산업이

나 업종일수록 지역의 발전이나 봉사에 적극적일 가능성이 큰데 반해 중공업이나 고도 기술집약 산업일수록 대학등의 교육기관에 대한 투자가 많을 것이다. 이는 시장적 요인인 기업이 속한 산업부문간의 차이에 기인한다고 볼 수 있다. 또 다른 요인으로 지역성이 있는데 지역에 기반을 둔 기업일수록 지역 경제에 강하게 연결되어 있고 일반시민이나 청소년에 대한 공헌은 지역의 삶의 질에 공헌하는 것으로 보여지고, 그래서 지역의 번영이 지역에 기반을 둔 기업의 수입에 간접적으로 연관된다. 뿐만 아니라 전국적인 판매망을 가진 기업일수록 지역적 번영에 관심이 적고, 대학수준에서 배출되는 과학자나 공학도, 또는 과학적 발견에 관심이 있을 수 있다. 물론 이러한 주장은 대개 지역공동체가 일찍부터 형성되어 있고 지방정부 재정의 자립도가 강한 미국의 전통에서 나온 이론적 주장이기 때문에 우리나라의 현실에 그대로 적용할 수 없는 한계가 있다. 그러나 우리나라도 장차 지방자치제의 실시로 지역이나 지방에 근거를 둔 기업체와의 재정적, 감정적 연관성이 커질 것이고 그래서 우리의 미래의 상황을 미리 추정하는 데에도 도움이 될 것이다. 이러한 논의로부터 기대할 수 있는 것은 기업의 업종이나 부문이 기업의 사회활동과 청소년 수련사업의 참여 및 투자대상에 영향을 미칠 수 있다는 것이다. 특히 주주혜자나 주소비자가 아동이나 청소년일 가능성이 큰 음식물, 섬유, 의복 등의 업종은 그렇지 못한 업종보다 청소년 수련사업에 더 적극적일 가능성이 높은 것이다.

이윤이 많은 기업이 사회참여의 폭이 넓은 것이 사실이지만, 그렇다고 적극적인 사회봉사가 역으로 회사의 이윤을 남게 한다는 사실은 확실치 않다. 우젼(Useem, 1988)이 지적했듯이 사회적으로 적절한 행동과 경제적 성공간에 연관성이 크다는 증거가 없다. 그러나 사실 기업의 사회봉사가 기업의 시장적 지위를 향상시킬 수 있는 다른 요인에 영향을 미칠 수 있다는 주장이 있다. 이들 연구들(Wokutch and Spencer, 1987; Galaskiewicz, 1985)에 따르면 가장 중요한 매개 요인은 기업의 이미지이다. 이들 연구는 일반 대중은 기업들이 사회적 활동이나 책임에서 다양하다는 것을 알고 있으며 공공의 인

식이 기업의 실제적인 공헌의 수준과 상관관계가 있다는 것을 밝혔다. 또 사회활동이 활발한 대규모 제조업 회사는 기업계 안에서도 지역과 환경에 커다란 책임을 수행한다는 사실을 발견하였다. 다시 말하면 사회적 책임을 잘 수행한다는 평판이 기업이 잘 운영된다는 평판으로 이어질 가능성이 높고, 사람들은 대개 사회참여가 높은 기업일수록 책임있는 회사일 뿐만 아니라 잘 운영되는 회사로 판단하는 경향이 있다는 것이다.

이상에서 논의한 기업의 사회참여의 시장적 요인은 경제논리로 볼 때 합리적이고 타당한 주장일 수가 있지만 기업현실은 언제나 경제논리만으로 운영되는 것은 아니다. 기업의 사회참여의 제도적 요인이 중요한 이유도 여기에 있다.

나. 기업의 사회참여의 제도적 요인

기업의 사회참여에 대한 제도적 요인이 때로는 시장적 요인보다 더욱 적극적인 요인이 될 수도 있다. 기업의 사회참여와 투자를 결정하는데 제도적 요인도 시장 요인 못지 않게 중요하다. 다시 말해서 기업의 사회봉사와 투자가 수익성과도 연관이 있지만 제도적 요인도 시장요인 못지 않게 독립적인 영향을 가질 수 있다. 가장 중요한 요인은 기업의 규모인데, 이익에 관계없이 대규모 기업이 많이 공헌을 한다는 것이다. 기업의 규모와 간접적으로 관련된 요인은 기업의 사회참여활동의 전문화인데, 대규모 기업일수록 더욱 정형화된 프로그램을 운영하고, 고정된 전문요원을 고용할 가능성이 높은것이다. 이상의 논의에서 기업의 규모가 클수록 사회참여와 투자의 정도가 활발할 것이 다라는 점을 예상할 수 있다(Useem and Kutner, 1986).

기업의 크기 다음으로 중요한 제도적 요인은 최고 경영자의 경영철학과 헌신(commitment)이다. 최고 경영진이 결재라인에서 어느정도 깊숙히 관여되는가? 또 관심이 있는가가 중요하다. 이러한 요소들이 봉사활동의 질과 규모, 그리고 배당문제에 까지 깊이 관련을 가지고 있다. 최고 경영진의 강력한 지원과 확신은 참여 및 투자 프로그램의 질, 규모, 배당에 결정적으로 중요하며

사회봉사활동 프로그램의 질의우수성은 최고 경영진의 폭넓은 이해와 지원을 바탕으로 할 때 충분히 나타날 수 있다. 1982년의 미국의 연구(White and Bartolomeo, 1982)에 의하면 현신이 강한 최고 경영자가 사회활동에 투자한 액수는 회사의 세전 순이익의 비율에서 현신이 낮은 최고경영자가 있는 회사의 두배나 된다는 것이다. 주식회사의 오랜 전통을 가진 미국이 이러한데 기업의 전반적 운영과 재정, 그리고 주요 기업 업무의 기획에 이르기까지 소유주나 최고경영자의 영향력이 결정적으로 중요시되는 우리나라의 경우 이러한 경향성이 더욱 뚜렷할 수도 있을 것이다. 뿐만 아니라 경험적 증거는 아직 불확실하지만 최고경영자가 관여하는 회사일수록 자원의 분배, 즉 재원이 비영리조직으로 투자되는 경향이 클 것이다(Useem, 1988). 문제는 어떻게 최고경영자의 관심을 척도화하는가에 달려 있다. 사실 이론적 주장을 경험적으로 검증하기 위해서는 주요 이론적 개념을 척도로 나타내어야 하는데 최고경영자의 현신이나 관심을 척도화하는 것은 쉽지 않다. 그래서 본 연구에서는 주로 면접에 기초한 자료를 바탕으로 최고경영자의 관심이 수련사업의 참여에 미치는 영향을 간접적으로 논의해 볼 것이다. 이상의 논의로부터 기대할 수 있는 가설은 최고 경영자의 현신이 강한 기업일수록 사회활동에의 참여 및 투자가 전반적으로 활발하고 또 비영리조직으로의 활동이 조직화, 전문화 될 가능성이 높은 것이다. 다시 말해서 최고경영자가 사회참여나 사회봉사에의 의지가 크면 클수록 공익재단을 출연할 가능성이 높고 이에 따라 봉사활동이 재단을 중심으로 조직화되어 업무가 전문화될 가능성이 높은 것이다. 기업의 재단형성과 사회봉사와의 관계는 특별히 한국기업의 재단운영 실태를 조사한 몇가지 자료를 중심으로 뒤에서 논의될 것이다.

다음으로 중요한 제도적 요인은 기업의 본사나 주력 생산공장이 속한 위치이다. 말하자면 전국적 기업인가 지방소재 기업인가에 따라 활동영역에서 차이가 날 것이다. 지방소재 기업이거나 지역에 사회활동의 근거를 둔 기업일수록 지방에 투자할 가능성이 높고 지역성이 적은 회사일수록 지방규모의 투자에는 인색할 것이다. 이를테면 회사의 물리적 위치가 중요하다는 것인데,

대개의 경우 기업들은 본사가 있는 곳에 더 많은 투자를 한다는 것이다. 특히 지역 경제계가 기업의 잠재적 고객 및 피고용인에 대한 복지를 기업의 당연한 의무라 생각한다면 기업은 더욱 많은 압력을 받을 것이고 회사는 지역 사회에 더 많은 책임을 질 것이다. 이러한 논의의 함축성은 기업의 위치나 기업의 주요 활동의 범위가 기업의 사회활동에 의미있는 영향력을 끼칠 것이라는 기대이다.

한편 기업들 사이의 상호비교도 사회활동의 참여와 투자방향에 커다란 영향을 미칠 수 있다. 말하자면 동료회사와의 비교가 투자의 폭과 방향을 설정하는데 주요 요인인 것이다. 일반적으로 기업들은 서로 상대방의 사회봉사정책을 알고 있으며 또 서로 자문하고 비교하고 있다. 예를 들어서 만약에 회사의 최고 경영자가 경영자들의 모임에 관여된다거나 주요위치를 차지하면 동료회사의 영향을 받을 가능성이 높아지고 이것으로 인해 기업의 사회참여 프로그램이 더욱 활발하게 된다. 이상의 논의로부터 다음과 같은 기대를 추론할 수 있다. 대개의 경우 기업들은 기업과 기업가의 책임이라는 규범에 민감할수록 사회활동에 더욱 활발하다고 할 수 있다.

한편 특정기업이 속한 업종이나 산업내의 회사 자원의 집중도가 사회참여와 투자의 정도에 영향을 미칠 수 있다는 주장이 있는데, 말하자면 경쟁력이 덜 치열한 독과점 업체일수록 사회참여활동에 더욱 우호적일 것으로 기대할 수 있다.

시장적 요인과 제도적 요인의 복합적 영향은 우리가 의사결정과정을 어떻게 보며 기업의 사회적 공헌의 분배를 어떻게 보느냐에 대한 함축성을 가지고 있다. 이 두가지 요인의 조합은 헌납에 대한 회사의 정책이 경제 및 사회적 고려에 의해 형성됨을 나타낸다. 기업이 순수하게 경제적 행위자는 아니지만 그렇다고 헌납이 전적으로 사회적으로 결정되지도 않는다. 기업의 헌납 프로그램을 이것 아니면 저것의 관점에서 보는 것은 잘못된 것이다. 물론 시장 기준의 부재를 자선기준의 현존으로 생각하는 것도 잘못된 것이다. 가장 전략적으로 형성된 프로그램에서도 조차 이타주의(altruism)가 동기의 하나인

것만은 분명하다. 그러나 주요 기능을 수행하는데 제도적 기준은 헌납프로그램의 규모에 결정적인 공헌을 하는 것이다. 제도적 요인과 시장요인 사이의 상대적 균형은 회사마다 다르다. 많은 경우 헌납이 시장적 고려에 의해 추진되지만, 다른 경우에는 제도적 요인이 더욱 현저하다. 이는 헌납과정에 여러가지의 간섭이 내재됨을 상징한다. 이러한 여러가지의 매개적 간섭은 사례조사를 통한 심층적 연구로 부터 밝혀 질 수 있는 미묘한 사안들이다.

지금까지 논의한 이론적 주장들은 기업의 사회참여활동에 관련된 여러 요인을 시장요인과 제도요인으로 나누어서 설명하고 있지만 실제 연구에서 이러한 모든 요인을 경험적으로 검증할 수는 없다. 그래서 이 연구에서는 이론적으로 중요하면서도 경험적으로 실증할 수 있는 몇 가지 요인을 검증할 것이다. 본 연구는 현재 기업에서 실시하고 있는 사회참여활동 및 청소년 사업에 관한 현황 및 특성을 알아보고, 앞으로의 바람직한 사회참여활동 및 청소년 사업의 방향과 기업의 적극적 참여를 유도할 수 있는 방안을 모색을 염두에 두고 다음과 같은 구체적인 연구문제를 선정한다.

첫째, 사회참여활동 및 청소년사업을 수행하고 있는 기업의 일반적인 특성은 어떠한가? 사회참여활동 및 청소년사업을 수행하고 있는 기업들의 규모, 업종, 순이익규모, 경영이념을 알아보고 이러한 특성들이 사회참여활동 및 청소년 사업에 참여하는 정도와 어느정도 관련이 있는가를 파악하고자 한다.

둘째, 사회참여활동 및 청소년사업에 대한 기업의 의식과 태도는 어떠한가? 현재 한국사회는 산업화가 성숙되고 사회성원의 물질적 욕구가 어느 정도 충족됨에 따라 기업은 경제활동의 주체로서의 역할 뿐만 아니라 기업의 경제활동으로 인하여 파생되는 많은 사회문제들의 해결을 요구하는 사회적 압력과 비판에 대처해야만 하는 상황에 있다. 이처럼 기업에 대한 사회적 압력과 기대가 상승하게 되어 기업은 이제 경제적 기능과 더불어 축적된 자산과 능력을 바탕으로 사회를 위하여 적극적으로 대처하지 않으면 안되게 되었다. 현대 사회에서는 기업이 기본적인 경제적 기능의 수행만으로 사회적 정당성의 확보가 어려운 만큼 한국기업의 사회참여활동에 대한 의식 및 태도

또한 점차 변해가고 있는 추세이다. 하지만 아직도 국민들의 기대에는 못미치고 있는 실정이며 국민들은 기업의 사회참여활동을 대개 기업의 부정적인 이미지를 희석시켜 사회적 비판을 면해 보자는 형식적인 걸치레로 보는 견해가 아직 존재하고 있으며, 한국기업의 사회참여활동 수행능력에 대해서도 의문을 갖는 경우도 있다. 이러한 상황에서 기업의 사회적 문제의식은 어떠하며 사회참여활동과 청소년사업에 대한 인식 및 태도는 어떠한지를 살펴보고자 한다.

셋째, 한국 기업의 사회참여활동 및 청소년사업의 현황과 특성은 어떠한가? 현재 기업에서 수행하는 사회참여활동의 대부분은 재단을 통해 소규모의 활동을 하고 있으며, 더욱이 청소년 사업에 대한 관심은 매우 미비한 상태이다. 점차 기업의 사회적 책임에 대한 인식이 증가하고 있으며 사회참여활동을 시장전략의 일환으로 인식하여 재단 법인체를 통해서 또는 기업 자체적으로 사회참여활동을 하는 경향이 나타나고 있지만 한국사회는 아직도 기업에서 수행하는 대부분의 사회참여활동이 국민들의 기대에는 미치지 못하고 있다. 따라서 본 연구에서는 기업의 사회참여활동 현황 및 특성을 평가하고, 특히 참여가 미비한 청소년사업에 적극적 참여를 유도할 수 있는 방안을 모색하기 위한 기초자료로 이용하고자 하였다.

넷째, 기업이 사회참여활동을 수행하는 동기는 무엇인가? 기업이 사회참여활동에 참여하게 되는 동기가 기업에 대한 사회적 비판 내지 압력에 대처하기 위한 비자발적 참여인가 아니면 기업이 자체적으로 사회적 봉사나 참여거리를 찾아내어 능동적으로 대처하거나 시장전략의 차원에서 사회참여활동을 하는 자발적 참여인가를 파악하고자 하였다. 이러한 참여동기에 대한 연구는 기업의 사회참여활동의 행태와 성과를 분석하고 이해하는데 중요한 변수가 된다.

다섯째, 기업의 사회참여활동 및 청소년사업의 활동분야 및 프로그램 선정에 영향을 미치는 요인들은 무엇인가? 사회참여활동 분야 및 청소년사업을 선정하는데 있어 업종, 기업규모, 최고경영자의 경영이념 및 철학, 순이익규

모, 소재지, 시장전략에 따라 차이가 나는가를 알아보려고 하였다. 최고 경영진의 관심과 참여정도는 기업의 사업선정에 결정적인 역할을 하고 있고 일반 대중과 접촉이 높은 보험, 소매업, 숙박업 등은 대중과 접촉이 적은 광산, 건설, 일차금속 등보다 높은 광고 및 기부 프로그램을 운영하는 경향이 있다 (신유근과 한정화, 1991; Useem, 1988, p.70)는 주장이 있는 점에서 청소년을 주고객으로 하는 기업의 경우 시장전략의 일환으로 사회참여활동 가운데 청소년사업에 중점적으로 참여할 가능성이 크다. 따라서 업종, 기업규모, 최고경영진의 경영이념 및 철학, 순이익규모, 소재지, 시장전략 등의 요인이 사업 및 프로그램 선정에 미치는 영향을 파악하는 일은 청소년사업의 참여를 유도하기 위한 기초자료로서 이용될 수 있다.

여섯째, 기업의 사회참여활동 및 청소년사업의 질적 양적 수준을 결정하는 요인들은 무엇이며 어느 정도의 영향을 미치는가? 사회참여활동 및 청소년사업의 양적 수준을 결정하는데 업종, 순이익, 기업규모, 최고 경영자의 관여, 전문화의 정도 등은 어느 정도의 영향을 미치는지 파악하고자 하였다. 특히, 최고경영자의 관심과 참여정도는 기업의 사회참여활동의 질적, 양적 수준을 결정하는데 깊은 관련이 있으며 실제로 결재라인에서 어느 정도 깊숙이 관여하는지 알아 보고자 하였다.

마지막으로, 기업의 사회참여활동 및 청소년사업 수행시 직면하는 법적, 세제적 측면은 어떠한가? 현재 기업의 사회참여활동 및 청소년사업은 규제일변도의 법제와 정부부처간의 의견 차이로 수행시 직면하는 어려움이 매우 많다. 실제로 기업의 이러한 법적 세제적 문제는 기업의 사회참여활동을 위축시키고 기업의 이미지 관리를 위한 형식적인 사업만을 수행하게 할 가능성이 많다. 따라서 기업이 직접적으로 경험하고 있는 법적, 세제적 어려움을 파악하여 정책 제언의 근거자료가 되도록 하였다. 다음 장에서는 89개 기업체를 표본으로 한 설문조사결과를 토대로 이론적 논의에서 제기된 주요 주제들에 대한 경험적 결과를 분석하고 이에 대한 함축성을 논의한다.

제 4 장 기업의 사회참여활동과 청소년사업

제 4 장 기업의 사회참여활동과 청소년사업

이 장에서는 89개의 상장기업체를 대상으로 일반적인 사회참여활동과 청소년 수련사업에 대한 기업의 인식과 태도, 그리고 현재 기업이 수행하고 있는 사회참여활동 및 청소년활동의 실태와 현황에 대한 분석을 하고, 분석된 결과를 이론적 논의에서 제기된 가설과 연관시켜 그 함축성을 논의하고자 한다. 이러한 분석과 해석을 통해 현재 한국의 주요 기업의 태도와 활동상황을 구체적으로, 그리고 경험적으로 파악할 수 있으며 청소년 수련사업에 대한 민간의 주요 영역으로서의 기업의 참여 가능성과 아울러 투자확대를 통한 청소년사업의 재원조달에 유용한 시사점을 얻을 수 있을 것이다.

이 장의 첫부분에서는 표본집단의 일반적 배경과 재무구조에 대한 서술적 통계(descriptive statistics)를 분석해서 연구대상 기업들의 전반적인 특징을 알아본다. 이 장의 뒷부분에서는 기업이 가진 청소년사업 및 사회복지 일반에 대한 개략적인 윤곽을 알아보기 위해 필요한 통계적 자료를 사용해서 기업의 시장적 요인(market factor)과 제도적 요인(institutional factor), 또 다른 관련 변인들이 기업의 기부활동과 청소년활동에 어떤 연관성을 가지는가를 분석한다. 비록 분명한 원인과 결과를 가지는 인과모델의 수립은 불가능하더라도 상관관계를 추정하는 분석은 가능할 것으로 보인다.

이 장의 경험적 분석의 결과와 다음 장에서 논의될 재벌기업의 청소년 수련사업에 대한 태도와 활동의 분석을 통해 청소년 수련사업에 대한 민간기업의 참여 및 투자확대방안에 대한 정책적 대안을 모색하고자 한다.

1. 설문조사의 개요

가. 표본기업의 선정

본 조사의 대상이 되는 표본기업은 1991년 12월을 기준으로 결산한 상장사의 상반기 영업실적을 분석한 명단으로부터 1991년 순이익이 10억 이상인 기업을 우선적으로 선정하고 청소년과 비교적 밀접하다고 생각되는 업종들인 식료, 음료, 섬유, 의복, 의약업체를 전부 포함시킨 309개 업체를 최종으로 추출하였다. 순이익이 10억 이상인 기업체를 우선적인 연구대상으로 선정한 이유는 사회참여활동은 기본적으로 기업의 순이익과 밀접한 관련이 있으리라 생각했기 때문이다. 사실 적자에 허덕이는 기업체가 사회사업이나 청소년사업에 적극적으로 참여할 까닭이 적고 또 그럴 가능성도 없을 것이다. 물론 그렇다고 흑자기업만이 사회활동에 참여한다고 단정할 수는 없다. 단지 그 개연성으로 볼 때 기업의 순이익과 기업의 사회참여가 많은 연관성이 있으리라 생각할 수 있기 때문에 선정하였다. 또한 식료, 음료, 섬유, 의복, 의약업체는 순이익 규모가 다소 적더라도 청소년층을 주요 대상으로 하는 사업이 많으므로 청소년사업에 대한 관심과 이해가 다른 업종의 기업체들보다 더 클 가능성이 있고, 특히 이들 업체의 생산품들이 대중생활과 밀접하게 관련되어 있어 이들 업체는 사회참여활동에 대한 관심이 많으리라 생각되어 전부 추출하였다.

나. 조사기간 및 방법

기업의 사회참여활동과 청소년사업에 대한 실증적 자료를 수집하기 위해 1992년 8월 11부터 9월 15일에 걸쳐 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 상장기업을 대상으로 실시되었으며 우편에 의한 자기기록식 조사방법을 채택하였다. 우편에 의한 조사방법은 일반적으로 10% - 25% 에서 20% - 40%의 회수율을 보인다고 알려져 있을 정도로(김경동외, 1986, p.157) 회수율이 매우 낮다. 특히 설문대상이 가장 바쁜 활동을 할 것으로 예상되는 기업이라

는 점을 감안할 때 회답율이 매우 저조할 것이라고 생각되어 설문지를 보낸 304개 업체에 대해 후속적(follow-up)인 전화를 걸어 연구목적, 취지 등을 설명하고 협조를 요청하였다. 이러한 협조요청 전화는 일부 기업체의 경우에는 효과가 있었으나 많은 기업체의 경우 귀찮아 하는 경우가 많아 그 효과가 별로 크지 않았다. 1차 우편 설문조사에서 회수된 업체는 309개 기업체 가운데 14% 정도인 43개 업체였다. 이후에 2차와 3차에 걸친 추가적인 접촉을 통해 응답한 기업체 가운데 최종적으로 89개 업체를 표본기업으로 선정하였다. 이번 설문조사의 저조한 회수율에서 제기된 문제점은 기업 특성상 우편 설문조사는 회수율이 너무 낮고 시간이 많이 소비되므로 사전에 미리 훈련시킨 면접자들을 회사에 직접 방문하도록 하여 설문지를 작성케 한 다음, 면접자들이 직접 회수하거나 반송용 봉투를 이용한 회수방법이 더욱 효과적일 것으로 생각된다.

다. 설문지 내용

한국 기업의 사회참여활동 현황과 청소년 수련사업에의 참여 가능성을 알아보기 위해서 본 연구에서는 기업의 사회참여활동 및 청소년사업에 관련된 네가지 측면을 분석하였다.

첫째는 사회참여활동의 실태를 파악하는 것으로 한국 기업의 사회참여활동을 기본적으로 이해하는데 있어 필요한 활동주체, 활동내용, 활동수준을 조사하였다. 활동 주체는 기업이 직접 수행하는 경우와 재단을 설립해서 수행하는 경우로 나누어 볼 수 있으며 활동내용은 기존연구 자료를 바탕으로 크게 6개 항목을 선정하였다. 6개 항목은 교육 및 학술사업, 문화진흥사업, 체육진흥사업, 사회복지사업, 지역사회지원사업, 국가민족관련사업이다. 활동 수준을 알아보기 위하여 활동분야, 활동빈도, 활동기간을 조사하였다.

둘째로 기업의 일반적 특성인 업종과 활동수준과의 연관성을 파악하고자 하였으며 기업의 재무제표(매출액, 당기순이익, 총자산규모, 자기자본규모, 세전순이익)를 조사하여 기업의 규모와 사회참여활동 수준과의 연관성도 파악

하고자 하였다.

셋째로 기업의 사회참여활동에 관련된 기업 내부의 의사결정과 사업이 의도하는 바를 조사하기 위하여 사회참여활동의 목표 및 성과, 그리고 기업에 의한 사회참여활동의 자체평가 등을 포함하는 사회참여활동의 기업내부 환경에 대한 조사를 하였다. 기업내부 환경은 사회참여활동을 하는 동기, 취지, 효과, 관장부서의 직원수, 기업의 내외적 환경에 대한 인지도, 평가, 예로사항, 대정부 건의사항 등의 세부항목을 통해 조사되었다.

넷째로 청소년사업과 관련되는 측면은 청소년정책과 청소년사업에 대한 기업의 전반적인 인지 수준과 현행사업, 지원계획 등을 살펴봄으로써 기업의 청소년 수련사업의 참여가능성을 알아보고자 하였다. 구체적 항목은 청소년 정책에 대한 인지도, 필요성, 청소년 수련사업 지원에 대한 기업의 입장, 수련사업의 목적, 지원방안, 활성화를 위한 정부와의 관계, 어려운 점, 대정부 건의사항 등이다.

설문조사의 결과는 SPSS/PC(Statistical Package for Social Science)를 이용해서 통계 처리되었으며 분석에 주로 사용된 통계적 기법은 빈도와 평균을 중심으로 서술적 통계치를 해석하는 방법을 사용하였다.

2. 조사대상 기업의 일반적 특성

사회참여활동과 청소년활동에 영향을 미치는 요인들을 분석하기 위해서 기업의 재무적인 정보 이외에도 기업의 일반적인 특성에 관련된 배경자료들이 필요하다. 따라서 본 연구에서는 조사대상업체의 몇몇 배경적인 특성을 설문지의 서두에 포함시켜 조사하였다.

가장 우선적으로 <표 4-1>은 조사대상 기업체들이 설립된 년도를 나타내주고 있다. 기업체의 설립년도는 조사대상 기업의 역사와 전통을 나타낸다. <표 4-1>을 보면 1961년-1980년의 20년 사이에 설립된 기업이 56.2%로 가장 많았고, 1941년 - 1960년에 설립된 업체가 33.7%, 1921년 - 1940년에 4.4%, 1981년 이후에 3.3%, 1920년 이전이 2.2%인 것으로 나타났다. 이

는 우리나라의 경우 반이상의 기업이 30년 미만의 역사를 가지는 것을 보여주고 있으며 제3공화국 이후 수출주도의 경제개발정책에 힘입어 이 시기에 집중적으로 기업이 생겨났음을 알 수 있다. 하지만 해방이전의 일제시대에 존재한 기업들도 있고 해방과 전쟁의 와중에서도 오늘날 한국의 대표적인 몇몇 민간기업들이 설립되었음은 주목할 만하다. 하지만 전체적으로 보면 다른 선진국들에 비해 민간기업의 역사가 그렇게 길지 못하며 이는 아무래도 기업이 사회참여활동이나 사회봉사활동에 관심을 가질 수 있는 전통이 덜 확립될 수 있다는 것을 간접적으로 암시해 준다. 설립연도가 사회참여활동의 정도에 미치는 관련성은 뒤에 나오는 절에서 다시 언급할 것이다.

〈표 4-1〉 설립 연 도

설 립 년 도	빈 도	백 분 율
1920년 이전	2	2.2
1921년~1940년	4	4.5
1941년~1960년	30	33.7
1961년~1970년	29	32.6
1971년~1980년	21	23.6
1981년 이후	3	3.4
합 계	89	100.0

〈표 4-2〉는 조사대상기업의 증권시장 상장연도를 나타내는데 80%이상의 기업들이 1970년도 이후에 증권회사에 상장되었음을 알 수 있다. 이러한 결과는 우리나라의 기업의 공개가 1970년도 이후에 집중적으로 진행되었음을 보여주고 있으며 6.25전쟁 이후부터 1970년 이전까지 상장된 기업은 표본기업에서 겨우 10%만을 넘고 있는 실정이다. 조사대상기업 가운데 6개의 업체는 비상장기업에 속한다. 가능한 공개된 상장기업을 주대상으로 표집을 계획했지만 몇몇 기업의 경우는 한국 민간기업 가운데서 중요한 위치를 차지하지만 기업의 주식이 아직 공개되지 않은 경우가 있었다. 기업의 공개여부가 청소년사업이나 사회사업의 주된 요인이 아니므로 이들 비상장 기업을 표본기

업에 포함시켜 분석하더라도 결과에 커다란 영향을 미치지 않을 것으로 보인다.

〈표 4-2〉 상 장 년 도

설 립 년 도	빈 도	백 분 율
1950년~1960년	3	3.4
1961년~1970년	8	9.0
1971년~1980년	39	43.8
1981년 이후	33	37.0
비상장	6	6.8
합 계	89	100.0

〈표 4-3〉은 조사대상기업체의 산업별 분포를 나타내 준다. 〈표 4-3〉에서 보는 바와 같이 제조업이 50개 기업체로서 56.3%를 차지하고 비제조업은 39개 기업체인 43.7%로서 제조업과 비제조업이 커다란 차이가 없이 표본에 포함되어 있음을 알 수 있다. 응답업체 가운데 금융, 보험 부동산 및 서비스업

〈표 4-3〉 산업별 분포

산 업 분 류		빈 도	백 분 율
제 조 업	음·식료 및 담배	7	7.9
	섬유·의복 및 가죽	8	9.0
	종이, 종이제품, 인쇄 및 출판	1	1.1
	화학물, 석유, 석탄, 고무 및 플라스틱	12	13.5
	비금속 광물	4	4.5
	제1차 금속	5	5.6
	조립 금속제품, 기계 및 장비	10	11.2
	기타 제조업	3	3.4
		50	56.3
비 제 조 업	전기·가스 및 수도사업	1	1.1
	건설업	9	10.1
	도·소매 및 음식·숙박업	10	11.2
	금융, 보험, 부동산 및 서비스업	17	19.1
	기 타	2	2.2
		39	43.7
합 계		89	100.0

이 19.1%를 차지하였고 화학물, 석유, 석탄, 고무 및 플라스틱이 13.5%, 조립 금속제품, 기계 및 장비와 소·도매 및 음식 숙박업이 각각 11.2%, 건설업이 10.1%의 순으로 나타났다. 섬유 의복 및 가죽이 9%, 음료 및 담배가 7.9%, 제1차금속이 5.6%, 비금속 광물이 4.5%, 기타제조업이 3.4%의 순으로 나타났다. 몇몇 업종(즉, 종이나 출판 및 전기가스업)이 조사에서 빠진 경우도 있으나 대체로 전업종이 균형을 이루어 포함되었다고 할 수 있다. 금융, 보험 및 서비스업이 가장 많이 분포된 것은 시중은행이나 증권회사들이 다른 업종들에 비해 응답률이 높게 나타난 경향을 반영하는 것으로 보여진다.

업종별 분포도가 보여주는 또 다른 특징은 음료, 섬유, 의복, 종이나 인쇄, 금융 및 보험업 등과 같이 경공업이나 서비스 산업에 종사하는 기업들이 (60%) 금속이나 기계 등과 같은 중공업에 종사하는 업체들(40%)보다 더 많이 포함되었고 실제 설문조사에서도 경공업에 종사하는 업종의 응답률이 중공업에 종사하는 업종보다 응답률이 높았다.

기업이 종사하는 업종이나 기업의 생산 제품과 청소년과의 관련성이 사회 사업이나 청소년 사업에 대한 기업의 태도나 실제 행위에 영향을 미칠 수 있다는 점에서 볼 때 업종에 따른 청소년 수련사업에 대한 참여나 투자 가능성을 추정하는데 주요한 지표가 될 수 있을 것이고 그래서 이 장의 후반부에서는 업종과 청소년사업과의 연관성을 분석할 것이다.

〈표 4-4〉는 조사대상기업의 그룹사 소속여부를 나타내 준다. 즉 설문에 응답한 기업이 대개 재벌그룹이나 대기업 집단군에 소속되어 있거나 아니면 그룹과는 관계없이 독립적으로 존재하는 기업인가를 보여 주고 있다. 조사대상업체 가운데 계열사가 64%였고 개별사가 36%였다. 우리 나라의 경제구조와 기업경영의 특성상 그룹사인가 아닌가 하는 점은 중요한 변인이 될 수가 있다. 다시 말해서 그룹에 소속된 기업이 그렇지 않은 기업보다 사회활동이나 청소년사업에의 참가의지가 강하다든지 또는 재정적으로 넉넉할 것이라는 의미보다는 의사결정의 구조가 다를 수 있다는 것은 암시한다. 이 장의 후반부에서 그룹사 소속여부가 기업의 의사결정에 어떤 영향을 미치는가를 분석

할 것이다.

〈표 4-4〉

그룹관련 여부

구 분	빈 도	백 분 율
계 열 사	57	64.1
개 별 사	32	35.9
합 계	89	100.0

〈표 4-5〉는 조사대상기업의 일반적 특성 가운데 마지막 항목으로서 설문 조사를 직접 작성한 응답자들의 직위를 나타내 준다. 이상적으로는 기업의 최고경영자나 최고 의사결정기구의 구성원이 응답을 하는 것이 최선이지만 기업의 여건상 담당 실무자가 설문조사에 응답할 수 밖에 없다. 응답자는 대개 보통의 사원이 응답한 경우가 전체의 50% 이상을 차지하고 있고, 평사원보다 한 직급 위인 대리급에서 27%의 응답률을 보이고 있다. 이러한 경향은 전체 응답자중 약 4분의 3이 대리급 이하의 직급에서 응답되었음을 나타내 주며 대체로 이번 설문조사가 실무자 중심의 일반사원들의 수준에서 응답된 기업의 상황을 반영하고 있으나, 또 다른 측면에서는 기업의 최고 의사결정권자의 의사가 얼마나 정확히 반영되었는가에 대한 의문이 남는다.

〈표 4-5〉

응답자의 직위분포

직 위	빈 도	백 분 율
사 원	45	50.2
대 리	24	27.0
과 장	12	13.5
차 장	1	1.1
부 장 이 상	2	2.2
무 응 답	5	5.6
합 계	89	100.0

사실 응답자의 직급이 낮다고 응답의 신뢰성이 떨어진다고 할 수 없으나 일부 최고경영진의 의사에 의해 결정될 수 있는 사안에 대해서는 하위직급의 응답자가 정확히 알 수 없기 때문에 약간의 제한점이 될 소지는 있는 것으로

보여진다. 그러나 대개의 경우 설문지에 관련된 업무에 종사하는 응답자가 많았기 때문에 응답의 신뢰성에는 크게 문제가 없는 것으로 여겨진다.

3. 조사대상 기업의 재무구조

이번 절에서는 조사대상 기업의 재무구조를 파악한다. 설문조사에 응답한 조사대상 기업이 우리나라 기업의 어떤 그룹을 대표하는가를 파악하기 위해 기업의 재정상태를 판단할 수 있는 몇몇 주요 재무제표들을 살펴보았다.

우선적으로 조사에 응답한 기업의 매출액은 작게는 263억에서부터 많게는 1조가 훨씬 넘는 기업에 이르기까지 다양하게 분포되어 있다. 〈표 4-6〉에서는 조사에 응답한 기업들의 매출액을 4가지의 범주로 나누어서 분류하였다. 표본기업의 매출액은 1000억 이상~3000억 미만인 기업이 29.2%로 가장 많고, 3000억 이상~9999억 미만인 기업이 24.7%로 그 다음을 차지하고 있다. 뿐만 아니라 9999억 이상인 기업이 23개로서 매출액 순위로 보자면 전체 표본기업 가운데 무려 20%나 차지하고 있으며, 1000억 미만인 기업도 20.2%가 포함되어 매출액 면에서는 고른 분포를 보이고 있다. 조사대상 기업의 과반수 정도가 매출액이 3000억 이상인 것으로 나타났는데, 우리나라의 상장기업의 전체 평균이 1990년을 기준 1834억원인 것과 비교해 보면 조사대상 기업의 평균 매출액이 상당히 높음을 알 수 있다. 다시 말해서 매출액의 측면에서 보면 표본기업들은 한국의 평균적인 상장기업보다는 약간 규모가 큰 기업들이 본 연구에 포함되었음을 알 수 있다. 물론 이는 충분한 예견할 수 있는 결과로서 이 연구가 표집의 대상으로 선정한 기준 가운데 하나가 1991년 현재 증권시장에 상장된 기업 가운데 순이익이 10억 이상인 기업을 우선적으로 선정했기 때문이다. 다시 말해서 순이익이 높은 기업이 매출액도 높을 가능성이 큰 것이다.

〈표 4-6〉

매 출 액

액 수	빈 도	백 분 율
1000억 미만	18	20.2
1000억 이상~3000억 미만	26	29.2
3000억 이상~9999억 미만	22	24.7
9999억 이상	23	25.8
합 계	89	100.0

〈표 4-7〉은 표집기업을 당기 순이익을 기준으로 분류한 것이다. 당기 순이익이 100억 이상인 기업이 41.6%로 가장 많고, 20억 이상 - 100억 미만인 기업이 31.5%, 20억 미만인 기업이 27%로 가장 적은 분포를 보이고 있다. 전체상장기업의 평균이 1990년을 기준으로 56억원임을 비추어 볼 때 조사대상 기업의 평균 당기순이익이 더 높음을 알 수 있다.

〈표 4-7〉

당기 순이익

액 수	빈 도	백 분 율
20억 미만	24	27.0
20억 이상~100억 미만	28	31.5
100억 이상	37	41.6
합 계	89	100.0

〈표 4-8〉에서는 표집기업을 총자산 규모를 기준으로 분류하였다. 총자산 규모 면에서도 1000억 이상~5000억 미만인 기업이 33.7%로 가장 많았고 9999억 이상도 32.6%나 되었다. 5000억 이상~9999억 미만도 15.7%로 나타나 조사 대상업체의 과반수 정도가 5000억 이상의 자산규모를 가진 것을 알

〈표 4-8〉

총자산 규모

액 수	빈 도	백 분 율
1000억 미만	16	18.0
1000억 이상~5000억 미만	30	33.7
5000억 이상~9999억 미만	14	15.7
9999억 이상	29	32.6
합 계	89	100.0

수 있다. 이는 상장기업의 평균 자산규모가 1990년을 기준으로 232,7억임을 감안 할 때 조사대상 기업의 자산규모가 훨씬 더 대규모임을 알 수 있다.

〈표 4-9〉에서는 자기자본을 기준으로 기업체들을 분류하였다. 자기자본규모에 있어서도 조사대상 기업의 33.7%가 500억 미만인 기업인 반면 500억 이상이 66.3%로 이 분야에서도 표집기업의 규모가 우리나라 전체 기업의 평균규모보다 높은 기업들이 많이 나타남을 알 수 있다.

〈표 4-9〉 자기자본 규모

액 수	빈 도	백 분 율
500억 미만	30	33.7
500억 이상~2000억 미만	28	31.5
2000억 이상~9999억 미만	22	24.7
9999억 이상	9	10.1
합 계	89	100.0

〈표 4-10〉에 의하면 이익규모의 척도인 세전 순이익도 상장기업 평균이 83억원이고 조사대상 기업의 과반수 이상인 52.8%가 100억 이상인 것과 비교한다면 조사대상 기업들의 세전 이익규모는 상장기업들의 평균 세전 순이익보다 훨씬 더 크다는 사실을 알 수 있다.

〈표 4-10〉 세전 순이익

액 수	빈 도	백 분 율
20억 미만	14	15.7
20억 이상~100억 미만	28	31.5
100억 이상	47	52.8
합 계	89	100.0

이상의 재무제표에 관련된 여러 지표에 대한 분석의 결과 다음의 사실을 추론할 수 있다. 평균적으로 한국의 상장기업이 전체 기업의 평균보다 규모가 훨씬 크다는 사실을 고려한다면 본 연구에 포함된 기업들은 규모가 매우 큰 기업들임을 알 수 있다. 이는 기업의 사회참여활동의 제도적 요인 가운데

중요한 요인이 기업의 규모라는 측면에서 볼 때 대규모 기업이 사회참여활동에 많이 공헌한다는 연구결과와도 연관될 수 있다. 즉 기업의 규모가 클수록 사회참여와 투자정도가 활발하다는(Useem and Kuther, 1986) 앞장에서 논의한 이론적 주장과도 관련된다. 왜냐하면 설문지 구성상 설문에 응한 기업들은 설문에 응하지 않은 다른 기업들에 비해 사회참여활동이 비교적 활발하기 때문에 설문에 응했을 가능성이 크다고 볼 수 있기 때문이다.

4. 기업과 사회참여활동

이 절에서는 기업의 사회참여활동의 동기에서부터 시작하여 사회참여활동에 대한 평가에 이르기까지 기업사회활동의 다양한 측면을 분석한다. 청소년 사업이 넓은 범주의 사회참여활동의 한 분야임에 비추어 본다면 기업의 사회참여에 대한 전반적 의견이 청소년 사업에 대한 참여와 투자 가능성을 추정하는데 유용한 지표가 될 수 있을 것이다. 전반부에서는 기업의 사회참여활동과 기업의 전반적인 환경을 살펴보고 후반부에서는 기업이 실제로 담당하는 참여활동의 현황을 살펴본다.

가. 사회참여활동과 기업의 환경

기업에서 사회참여활동을 하는 동기, 취지, 효과, 관장부서, 관장부서의 직원수, 사업의 주체, 평가, 애로사항 등을 살펴보고자 한다. 우선 <표 4-11>에서는 기업의 사회참여활동의 동기를 분석하였다. 사회참여활동을 하게 된 동기는 '회사자체의 독자적 결정에 의해서'가 71.1%, '정부요청에 의해서' 시작한 경우는 8.2%, '사회적 분위기에 이끌려서' 시작하게 된 경우는 6.1%로 나타나 기업 대부분이 회사내의 독자적 결정에 의해서 사회참여활동을 시작함을 알 수 있다. 즉, 77.2%에 해당되는 기업이 회사자체의 자발적인 동기에 의해 사회참여활동을 수행하고 있음을 알 수 있다. 또한 정부요청에 의한 참여 비중이 선진국에 비해서 높는데, 미국의 경우 1977년 조사에 의하면 조사대상 프로그램의 5% 정도가 정부요청에 의해 이루어지고 있는 것으로 나타

나 한국은 미국에 비해 정부요청의 비율이 1.6배 정도 높다고 볼 수 있다(신유근, 한정화, 1991).

이는 아직도 한국 기업의 대외활동에 정부의 요청이나 압력이 많은 영향을 미치고 있음을 보여주고 있는 것으로 준조세 문제와 더불어 한국 기업들의 자발적인 사회참여활동 폭을 제한하고 있는 요인이라 볼 수 있다. 즉, 기업은 의도적이든 그렇지 않은 정부 요청에 의해 어느 정도의 사회참여활동을 하지 않을 수 없고 따라서 기업이 자체적으로 자발적인 사회참여활동을 적극적으로 수행할 경우 이중부담이 될 수 있기 때문에 자체적인 사회참여활동에 소홀해지기 쉽다고 볼 수 있다. 하지만 시대적 분위기와 정치 경제적 상황에 따라 기업과 정부간의 위상 변화가 있을 수 있지만 <표 4-11>에서 분명히 나타나는 것은 기본적으로 우리나라의 기업도 회사자체의 독자성과 주체성에 따라 사회참여활동을 조직화한다는 사실이다.

<표 4-11> 사회참여활동 동기

항 목	빈 도	백 분 율
정부 요청에 의해	8	8.2
사회적 분위기에 이끌려서	6	6.1
회사자체의 독자적 결정에 의해	69	71.1
기 타	5	5.1
무 응 답	9	9.2
합 계	97	100.0

<복수응답>

<표 4-12>에서는 사회참여활동의 취지를 분석하였다. 여러가지의 사회참여활동 취지 가운데 '최고 경영자 또는 설립자의 경영철학에 의해서'가 30.1%로 가장 우세하다. '기업이윤의 사회환원 원칙에 부합하기 위해서'라고 응답한 경우는 29.3%, '사회구성체로서의 역할을 다하기 위해서'는 25.8%로 나타났다. 하지만 준조세적 지출에 의한 참여는 5.1%에 불과하였다. 이러한 결과가 암시하는 것은 기업이 사회참여활동의 프로그램을 선정할 경우 '최고

경영진 또는 설립자의 의견'이 많이 반영됨을 알 수 있다. 이러한 결과는 다음 장에서 언급될 재벌기업의 사회활동과 청소년활동에 대한 참여현황을 조사한 면접조사의 결과와도 대체로 일치되는 경향을 보여준다. 예를 들어 럭키금성그룹에 소속된 럭키금성복지재단의 경우 최고 경영자의 철학이나 경영 방침에 따라 불우한 소외계층의 사업 수행에 우선순위를 두고 있다. 뿐만 아니라 삼성 그룹의 면접에서도 나타난 현상은 청소년이나 노인, 또는 아동 등의 특수 연령층의 대상보다는 일반국민들 가운데 빈곤 계층이 '빈곤 탈피'의 계기가 되도록 여건을 조성해 주는 것이 가장 중요하며, 이를 위해서는 탁아 사업을 적극적으로 수행해야 한다고 생각하는 삼성그룹의 사회참여사업의 취지와 최고경영자의 생각에 따라 탁아 사업이 적극 추진되고 있는 것이다. <표 4-11>의 참여동기의 결과와 마찬가지로 참여활동의 취지도 몇몇 사람들이 약간 부정적으로 생각하는 것과는 다르게 정상적이고 건전한 취지에서 출발하고 있음을 보여준다. 이런 사실은 우리사회의 여러 분야에서 기업의 역할이 긍정적으로 중대될 수 있다는 점에서 고무적인 현상으로 해석할 수 있다.

〈표 4-12〉 사회참여활동 취지

항 목	빈 도	백 분 율
준조세적 성격에 의한 지출	6	5.1
사회의 한 구성체로서의 역할	30	25.8
최고경영자 또는 설립자의 경영철학	35	30.1
기업이윤의 사회환원 원칙에 부합	34	29.3
기 타	2	1.7
무 응 답	9	7.7
합 계	116	100.0

〈복수응답〉

다음은 기업의 사회참여에 대한 효과를 기업체들은 어떻게 생각하고 있으며 또 이에 대한 각 기업들의 평가는 어떠한가를 살펴본다. 우선 <표 4-13>에서는 기업의 사회참여활동이 어떤 효과를 가지는가를 분석하였다.

사회참여활동의 효과는 ‘기업의 이미지를 개선시킨다’고 응답한 경우가 67.2%로 압도적으로 많았다. ‘관측 및 광고효과’나 ‘기업체 종사원들의 일체감 조성’을 조성하는 효과가 있다고 응답한 경우가 각각 12% 정도를 나타낸다. ‘사회참여활동의 효과가 별로 없다’고 대답한 경우는 2.8%로 약 97%의 응답자가 사회참여활동의 효과에 대해서 긍정적인 반응을 보였다. 이와 간접적으로 연관된 최근의 한 연구결과(정구현 외, 1991)에 나타난 우리나라 대기업 집단의 이미지에 대한 일반 국민들의 평가를 보면 긍정적인 측면보다는 부정적인 측면에 더 강한 경향성을 보이고 있다. 장기신용은행 연구의 결과에서 나타나는 부정적인 이미지는 ‘정치권력과의 밀착’, ‘연구개발보다는 투기성 투자’, ‘문어발식 확장’, ‘중소기업의 영역 침해’ 등에 대한 동의가 높게 나타났다.

〈표 4-13〉 사회참여활동 효과

항 목	빈 도	백 분 율
기업의 이미지 개선 효과	72	67.2
관측 및 광고효과	13	12.1
기업체 종사원들의 일체감 조성효과	13	12.1
별로 효과가 없다	3	2.8
기 타	1	0.9
무 응 답	8	7.4
합 계	112	100.0

〈복수응답〉

이러한 사실에서 알 수 있는 점은 기업이 기업에 대한 대외적 이미지에 더 관심을 갖게 되어 국민들이 기업에 대해 가지는 이미지를 개선하기 위해 사회참여활동에 적극적일 수 있다는 것이다. 따라서 대부분의 기업이 생각하는 사회참여활동의 효과는 기업의 이미지 개선이나 이로 인한 관측 및 광고효과로 나타날 수 밖에 없다. 사실 기업측에서는 사회적 책임을 어느 정도 수행하면서 기업의 대외적인 이미지를 제고할 수 있다면 이는 더없이 바람직할 것이고, 그래서 기업의 사회참여활동을 권장하는 정부나 기관으로서도 이러

한 사실을 간과해서 세금면제 등의 건전한 유인책을 사용한다면 우리나라의 사회참여활동은 더욱 활성화 될 수 있을 것이다.

〈표 4-14〉에서는 사회참여활동의 효과에 대한 분석을 시도하였다. 사회참여활동 효과에 대한 평가를 보면 38.2%가 '상당한 효과를 얻었으며 만족스러운 편이다'라고 응답했고 27%가 '약간의 성과를 얻었으나 만족스럽진 못하다'고 했으며 '그저그렇다'고 대답한 경우도 16.9%나 되었다. '준조세적 지출이므로 효과를 기대하지 않는다'고 응답한 경우가 4.5%, '아무런 성과가 없고 자금만 낭비한 것 같다'고 대답한 경우는 하나도 없었다. 이러한 결과가 암시하는 것은 사회참여활동 효과에 대해 만족여부에 관계없이 65.2%의 기업이 성과가 있었다고 대답하여 기업 스스로 효과에 대해 긍정적인 평가를 하고 있음을 알 수 있다. 그러나 이와 유사한 연구를 한 신유근, 한정화(1991)의 해석에 따르면 기업의 사회적 기대 및 여론 면에서 기업의 활동에 대한 인식이 전반적으로 부정적이기 때문에 기업의 사회참여활동의 성과에 대한 외부적 인식은 이보다 더 못할 것으로 생각된다. 다시 말해서 기업에 대해 일반 대중이 가지고 있는 부정적인 시각 및 준조세의 비중이 아직 높은 우리 사회의 현실적인 여건 아래에서는 기업의 사회참여활동은 낮은 평가를 받기 쉬우며 따라서 기업 스스로가 보여주는 긍정적인 평가와 사회 일반의 대체적인 평가 사이에는 어느 정도의 격차가 존재할 수도 있다고 보겠다.

〈표 4-14〉 사회참여활동 효과에 대한 평가

항 목	빈 도	백 분 율
준조세적 지출이므로 효과를 기대하지 않음	4	4.5
아무런 성과가 없고 자금만 낭비한 것 같음	0	0.0
약간의 성과를 얻었으나 만족스럽진 못함	24	27.0
그저그렇다	15	16.9
상당한 효과를 얻었으며 만족스러운 편임	34	38.2
매우 만족스러운 편임	3	3.4
무 응 답	9	10.1
합 계	89	100.0

〈표 4-15〉에서는 기업이 사회참여활동시 느끼거나 직면하는 어려움을 분석하였다. 사회참여활동시 애로사항을 살펴보면 쉽게 예상할 수 있는대로 예산부족이 40.7%로 가장 많았고, 사회참여활동의 효과가 적다고 응답한 경우는 13.5%로 나타났다. 조세제도상의 손금산입의 한계를 애로점으로 지적한 경우가 8.7%, 정부요청으로 인한 부담이 4.8%, 최고경영자의 인식부족이 3.8%의 순으로 나타났다. 무응답이 15.5%로 나타난 것은 기업의 사회참여에 대해 실제적인 애로는 느끼지 못했거나 또는 이러한 사안에 대해 별로 깊이 생각해 보지 않음을 보여주는 것이라 여겨져 흥미롭다. 애로요인 가운데 가장 빈도수가 높은 재정상의 어려운 문제는 재벌기업에 대한 면접에서도 비슷하게 지적되었는데 그럼에도 불구하고 재벌들이 개별기업보다는 재정적 어려움의 정도가 적은 편이었다. 사회참여활동을 위한 기업의 예산상의 제약은 예산액의 절대적 부족과 임시편성의 문제, 이익을 기반으로 한 집행액 산정, 사내 출연금의 재력부족 등이며 그룹계열사의 경우 독립성 부족과 그룹차원의 일괄적인 집행을 위한 출연금으로 인한 부담 등으로 인해 예산부족의 어려움이 더 가중될 수 있다. 또한 사회참여활동의 효과에 대해 부정적인 견해를 가진 기업이 13.5%로 나타났는데 이는 실제로 기업이 사회참여활동 수행시 사업선정의 어려움을 많이 겪고 있는 데서 나타난 결과로 보인다.

〈표 4-15〉 사회참여활동시 애로점

항 목	빈 도	백 분 율
최고경영자의 인식부족	4	3.8
사회참여를 위한 예산부족	42	40.7
사회참여의 효과가 적음	14	13.5
정부 요청으로 인한 부담	5	4.8
조세제도상의 損金算入	9	8.7
효과에 대한 부정적 시각	11	10.6
기 타	2	1.9
무 응 답	16	15.5
합 계	103	100.0

〈복수응답〉

나. 기업의 사회참여활동 현황

지금까지는 기업이 가지고 있는 사회참여활동에 대한 태도 및 동기, 그리고 효과에 대한 평가를 알아보았다. <표 4-16>에서는 현재 기업이 실제 수행하고 있는 사업을 분류하였다. 기업이 참여하는 사업은 대개 가장 보편적이고 역사가 오래된 육영사업에서부터 의료 사업에 이르기까지 다양하지만 본 연구에서는 7개 분야로 나누어서 질문하였다.

(1) 수행사업

조사대상기업이 현재 수행하고 있는 사업 가운데 교육 및 학술사업이 30.2%를 차지 하여 가장 빈도수가 높은 사업임을 보여 주고 있으며 문화진흥사업이 16.9%, 사회복지사업이 16.1%, 지역사회지원사업이 14.0%, 체육진흥사업이 13.3%, 국가민족관련사업이 2.1%이며, 현재 실행하는 사업이 없는 기업도 5.6%나 되었다. 이처럼 교육 및 학술사업이 30.2%로 가장 흔한 사업으로 나타나는 것은 대부분의 기업에서 처음 수행하는 사회참여활동이 장학사업인 경우가 많기 때문이다. 기업이 장학금 지급에 가장 높은 참여율을 보이는 것은 우선 기업가들이 인재육성에 대한 관심이 크고 교육 및 학술사업에 쉽게 참여할 수 있다는 점 때문이며, 이는 기업의 사회참여활동 중 가장 역사가 있는 프로그램이 되는 중요한 이유가 된 것으로 보인다.

<표 4-16> 현재 수행하고 있는 사회참여 활동

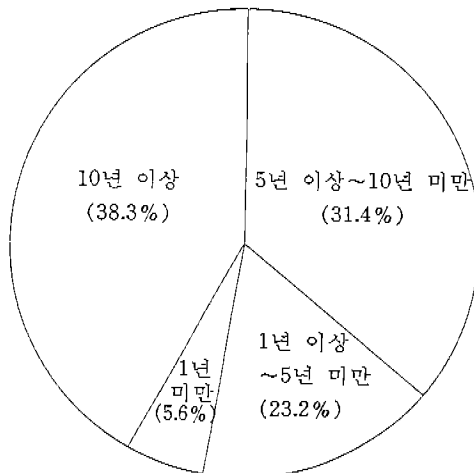
항 목	빈 도	백 분 율
교육 및 학술사업	43	30.2
문화진흥사업	24	16.9
체육진흥사업	19	13.3
사회복지사업	23	16.1
지역사회지원사업	20	14.0
국가민족관련사업	3	2.1
기 타	2	1.4
현재 실행하는 사업이 없음	8	5.6
합 계	142	100.0

<복수응답>

사실 우리나라의 전체적인 사회의식면에서 교육 및 학술진흥사업이 활발한 것은 당연한 현상이나 사회복지사업분야가 활발한 것은 기존의 우리나라의 복지사업이 미비한 현실과 관련이 있는 것으로 추정해 볼 수 있다. 하지만 사회가 발달함에 따라 다양한 욕구가 발생하고 이를 만족시키기 위해서는 형식적이고 획일적인 활동의 운영만으로는 투자한 만큼의 효과를 거둘 수 없을 것이고, 또 기업마다 획일적인 사업에 집중할 경우 전체사회의 다양한 욕구를 충족시키지 못할 것이다. 사회참여활동분야가 장학금지급이라는 하나의 활동에 과도하게 치우쳐 있다는 점은 우리나라 기업도 이제는 획일화를 벗어나 각 기업 고유의 독창적인 활동을 개발하여 사회참여활동의 독특한 프로그램을 운영할 필요가 절실함을 보여준다. 또한 특기할 만한 사항으로서 지역 사회지원도 14%를 차지하고 있다는 점이다. 앞으로 지방자치제의 실시와 더불어 지방중심의 활동이 활발해져야 함에 비추어 이는 바람직한 현상으로 보인다.

(2) 활동기간

다음은 기업의 사회참여활동의 기간을 사업별로 분석하였다. 기업이 사회참여활동 프로그램을 운영한 기간별 비율을 보면 <그림 1>에서 보듯이 사회



〈그림 1〉 사회참여활동의 기간별 비율

참여활동 프로그램 중 10년 이상된 프로그램을 가진 기업은 38.3%였고 5-10년된 프로그램을 수행하는 기업은 31.4%, 1-5년된 프로그램을 수행하는 기업은 23.2%, 1년 이하된 프로그램을 수행하는 기업은 5.6%로 나타났다.

〈표 4-17〉에서 각 사업별로 자세히 나누어서 살펴보면 교육 및 학술사업은 5-10년 된 사업이 가장 많았고, 문화진흥사업, 사회복지사업, 지역사회지원사업 등은 10년 이상된 경우가 가장 많은 것으로 나타났다. 체육진흥사업은 10년 이상된 기업과 5-10년 된 기업이 각각 13.5%와 11.2%로 비슷한 비율을 나타내었다.

〈표 4-17〉 사회참여활동 수행기간

항목 \ 기간	참여안함	1년미만	1년이상~5년미만	5년이상~10년미만	10년이상	합 계
교육 및 학술사업	50(56.2)	5(5.6)	14(15.7)	19(21.3)	1(1.1)	89(100)
문화진흥사업	67(75.3)	1(1.1)	7(7.9)	2(2.2)	12(13.5)	89(100)
체육진흥사업	60(67.4)	2(2.2)	5(5.6)	10(11.2)	12(13.5)	89(100)
사회복지사업	64(71.9)	0(0.0)	4(4.5)	7(7.9)	14(15.7)	89(100)
지역사회지원사업	54(60.7)	0(0.0)	5(5.6)	10(11.2)	20(22.4)	89(100)
국가민족관련사업	82(92.1)	0(0.0)	2(2.2)	1(1.1)	4(4.5)	89(100)
기 타	87(97.8)	1(1.1)	0(0.0)	1(1.1)	0(0.0)	89(100)

흥미로운 것은 앞의 〈표 4-16〉에서 교육 및 학술사업이 가장 흔한 사업이기는 하지만 〈표 4-17〉에서 참여활동 종사기간을 살펴보면 교육 및 학술사업을 10년이상 한 기업이 별로 없다는 사실이다. 반면에 지역사회지원 사업은 그렇게 빈도가 많은 사업은 아니지만 10년이상의 역사를 가진 경우가 많다. 앞의 〈표 4-16〉에서도 나타났지만 국가민족관련사업은 요즈음의 기업체의 사회참여활동 가운데 아주 희귀한 사업 가운데 하나로 되었다. 문화, 체육, 그리고 사회복지사업은 공통적으로 10년 이상 동안 많은 기업체에서 참여한 비교적 전통이 깊은 사업으로 보인다. 요약하면 우리나라 기업의 경우 전통을 가지고 오랫동안 참여한 사업영역은 많지 않고 대개 10여년의 역사를 가진 사회참여활동을 수행한다고 할 수 있다.

(3) 조직화 정도

기업의 사회참여활동이 어느 정도 조직화되어 있는가를 살펴보기 위하여 사회참여활동 담당부서와 인원수를 조사하였다. 기업의 사회참여활동만을 위하여 별도의 전담부서를 가지고 있는 기업은 전혀 없고 대개의 경우 기존부서 업무의 일부로서 처리하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 4-18〉에서 볼 수 있듯이 사회참여를 관장하는 부서는 총무부가 32.3%, 홍보실 14.1%, 기획실이 12.1%, 비서실이 4%로 나타났으며 기타부서가 15.1%, 전담부서가 없다는 기업이 16.1%나 되었다. 이처럼 총무부 다음으로 홍보실이 사회참여를 관장하는 것은 기업의 사회참여활동이 궁극적으로 기업의 이미지 제고와 연관이 있다는 사실을 간접적으로 나타내 준다고 볼 수 있다.

〈표 4-18〉 사회참여활동 관장부서

항 목	빈 도	백 분 율
기 획 실	12	12.1
홍 보 실	14	14.1
비 서 실	4	4.0
총 무 부	32	32.3
기타 부서	15	15.1
전담부서가 없음	16	16.1
무 응 답	6	6.0
합 계	99	100.0

〈복수응답〉

〈표 4-19〉에서는 사회참여활동을 담당하는 부서의 직원수를 조사하였다. 담당부서 직원수가 9명 이상이라고 대답한 경우는 16.8%, 5~8명이 11.2%, 1~4명이 13.4%로 나타났는데, 이처럼 담당부서 인원수가 9명 이상인 경우가 16.8%나 되는 이유는 사회참여활동 프로그램에 조금이라도 관여하는 사람은 모두 포함하여 대답했기 때문에 나타난 결과로 보인다. 또한 전담 인원수가 정해지지 않고 임의로 정해서 수행한다는 기업이 58.4%나 되었는데, 이러한 결과는 한국기업의 사회참여활동이 기존부서조직을 활용하여 한 부서에

서 또는 여러 부서에서 분담하여 처리하고 있는 상태임을 보여준다. 따라서 한국 기업의 사회참여활동 조직화의 수준은 매우 낮은 상태이며 전문성도 결여되어 있는 상태라고 볼 수 있다. 물론 이러한 점이 본 연구의 자료수집 과정에서 정상의 어려움이 되기도 하였다.

〈표 4-19〉 사회참여활동 관장부서 직원수

항 목	빈 도	백 분 율
1~4명	12	13.4
5~8명	10	11.2
9명 이상	15	16.8
관장부서가 없음	52	58.4
합 계	89	100.0

〈표 4-20〉에서는 기업이 사회참여활동을 수행하는 주체를 두가지로 나누어서 분류하고 있다. 다시말해서 기업의 사회참여활동의 주체를 살펴보면 기업이 직접 사회참여활동을 하고 있는 경우는 조사대상업체의 53.9%였으며 37.1%는 재단을 설립해서 사회참여활동을 하고 있는 것으로 나타났다. 재단을 설립해서 활동하는 경우는 대부분 그룹에 소속된 계열사인 경우로 보여지며 개별적인 독립회사들은 재단 설립을 할 만한 여력이 부족하기 때문에 기업이 직접 사회참여활동을 하는 것으로 볼 수 있다.

〈표 4-20〉 사회참여활동 주체

항 목	빈 도	백 분 율
기업이 직접한다	48	53.9
재단을 설립해서 한다	33	37.1
무 응 답	8	9.0
합 계	89	100.0

(4) 계획사업

〈표 4-21〉에서는 앞으로 단기적, 장기적으로 계획중인 사업을 분석하였다. 〈표 4-21〉을 보면 기업에서 계획 중이거나 수행하기 원하는 사업은 사회복

양상을 지양해야 한다는 지적도 16.5%나 되었다. 조세감면 혜택이나 세제지원 같은 항목은 면접조사에서도 자주 나타난 건의사항으로서 기업의 입장에서 경제적으로 중요하기 때문에 가장 큰 관심을 가지는 것은 당연하다고 보여진다. 과도한 규제나 허가사항의 폐지나 완화도 기업의 이익과 직접 간접적으로 연관되어 똑같은 동기에서 건의할 수 있는 것으로 여겨진다. 하지만 기업의 요구가 사회활동 그 자체의 수행을 위하는 의도에서 나온 것이라면 존중되어야 하겠지만 그렇지 못한 의도라면 경계해야 할 필요가 있다. 하지만 정부도 여러가지 규제사항을 적극 검토하여 폐지나 완화가 가능한 것은 과감히 개정하여 기업의 사회활동 참여를 북돋는 일에 협조해야 할 것이다.

〈표 4-22〉 사회참여활동 활성화를 위해 정부가 할 일

항 목	빈 도	백 분 율
조세감면 혜택 등의 세제지원	38	36.8
법인설립에 관한 법률개정 등 법적 완화	1	0.9
과도한 규제 및 허가사항을 폐지	38	36.8
지나친 관료적 양상을 지양	17	16.5
기 타	2	1.9
무 응 답	7	6.7
합 계	103	100.0

〈복수응답〉

다. 기업의 사회참여활동에 관련된 내·외적 환경에 대한 인지도

다음은 기업의 사회참여활동이나 봉사활동에 관련된 내·외적 환경에 관련된 인지도를 알아보았다. 특히 기업의 활동에 대해 사회봉사활동 담당자들은 회사 내외에서 어떻게 인지하고 있는가를 살펴본다. 이러한 기업활동에 대한 인지 정도를 파악하는 것은 현재나 미래의 기업활동을 평가하고 추정하는데 도움이 될 것이다. 기업측에서 생각하는 기업활동에 관련된 내·외적 환경에 대한 인지도를 살펴보면 다음과 같다. 7개 항목으로 나누어 5점 척도상에 표시하도록 하여 가장 강한 부정을 나타내는 ‘확실히 그렇지 않다’에 1점을, 가장 강한 긍정을 나타내는 ‘확실히 그렇다’에 5점을 주었고 그 사이의 점수들

은 중간수준의 대답을 나타낸다. 또한 전체적인 패턴을 알아보기 쉽도록 하기 위해 적은 선 그래프로 나타내었다.

〈표 4-23〉의 그래프를 보면 사회참여활동이 기업의 이미지를 개선하는데 많은 도움이 된다고 생각하는 경향이 뚜렷하다는 점을 알 수 있다. 구체적인 문항을 살펴보면 기업의 사회참여활동은 ‘기업 이미지 개선에 확실히 많은 도움이 된다’고 생각(4.26)하고 있다. 또 다른 분명한 응답은 ‘자사의 사회참여활동이 사회에 기여하는 바가 대체로 크다’고 생각(3.73)하는 것이다. 한편 자사의 사회참여활동은 대외적으로 비교적 잘 알려져 있다고 생각하는가 라는 질문엔 다소 부정적인(2.75) 응답을 한 것으로 나타났다. 이를 달리 해석하면 많은 기업체들은 자기 기업에서 하는 사회참여활동이 일반 대중에게 대외적으로 잘 알려지지 않았다고 생각하는데 이는 기업들이 자신들의 사회참여활동을 회사내부에서나 의사결정기구 수준에서 조용히 수행한다고 볼 수도 있다. 또 다른 한편으로는 기업들은 사회참여활동이 대외적으로 가지는 홍보

〈표 4-23〉 기업활동에 관련된 내·외적 환경에 대한 인지도

	확실히 아니다 아닌것 같다 3 잘 모르겠다 그런것 같다 확실히 그렇다				
	1	2	3	4	5
기업의 사회참여활동은 기업의 이미지 개선에 많은 도움이 된다					
우리 기업의 사회참여활동이 사회에 기여하는 바가 크다					
우리 기업의 사회참여활동은 대외적으로 비교적 잘 알려져 있다					
우리 기업의 현재의 사회참여활동은 만족스러운 성과를 거두고 있다					
우리 기업의 사회참여활동은 회사 직원들에게 잘 알려져 있다					
현재 기업의 사회참여활동에 관련된 세제는 합당하다					
현재 기업의 사회참여활동에 관련된 법규는 만족할 만하다					

효과에는 커다란 관심이 없다고도 할 수 있다. 하지만 이러한 기업활동에 대한 홍보가 회사내에서는 약간 더 알려져 있는 것(3.30)으로 나타난다. 자사의 현재 사회참여활동은 만족스러운 성과를 거두고 있는가 라는 질문엔 ‘잘모르겠다’(3.07)는 반응을 보여 사회참여활동의 성과에 대한 정확한 분석과 평가가 모자라는 상태에 있는 것으로 보인다. 현재 기업의 사회참여활동 관련세제는 여건에 비추어 합당하지 않고(2.71) 현재 기업의 사회참여활동에 관련된 법규도 만족할 만한 수준이 아닌 것(2.59)으로 나타났다. 다시말해서 기업체들은 현행의 세제나 법규 등이 기업의 사회참여활동을 촉진하기 보다는 규제하는 역할을 하고 있다고 생각한다. 이는 법적인 규제를 완화해 보려는 기업의 생리가 잘 나타난다고 보겠다. 다음 절에서는 기업의 사회참여활동 가운데 청소년 수련사업에 대한 기업의 태도와 인지, 그리고 참여 및 투자 실태는 어떠한가를 알아본다.

5. 기업과 청소년사업

앞 절에서는 기업의 일반적인 사회참여활동에 대한 태도와 동기, 그리고 실제로 수행하는 활동과 앞으로의 계획에 대해서 알아보았다. 이 절에서는 기업이 참여하는 여러가지 사회활동 가운데 청소년 수련사업에 대한 기업의 생각과 태도, 그리고 실제로 참여하거나 투자하는 정도, 그리고 청소년사업 활성화를 위해 정부가 할 일, 청소년사업과 관련된 대정부 건의사항 등에 대하여 분석해 보고자 한다. 사실 청소년사업은 그동안 기업의 전체적인 사회참여활동 가운데 크게 주목을 받지 못했던 사업이었던 것이 사실이다. 고작해야 사회발전이나 복지사업의 일환으로 청소년 선도활동이나 청소년 대상의 불우아동돕기운동, 또는 학업이 어려운 청소년에 대한 재정적 지원 정도에 그친 수준이었다. 그렇지만 지난 10년간 청소년 육성법과 청소년 기본법이 통과되어, 청소년 문제도 기업이나 사회가 함께 관심을 가져야 할 분야로 서서히 부각되고 있다. 이에 따라 청소년문제나 청소년활동에 대한 사회의 전반적 관심과 아울러 기업들 사이에 서서히 청소년문제가 지역적인 문제가 아

나라 우리 사회의 장래와 밀접히 연관된 중요한 문제라는 사실에 대한 인식이 확산되고 있다. 이러한 상황에서 장차 기업의 청소년사업에 대한 참여와 투자를 확대시키기 위한 정책을 개발하기 위해서는 현재 기업이 가지고 있는 청소년에 대한 생각과 태도를 우선적으로 파악해야 하고 이에 더해서 각 기업체가 청소년사업에 대해 어떤 직접적이고 간접적인 사업을 가지고 있으며 또, 계획하고 있는가를 파악해야 하고 이에 더해서 그들이 청소년사업에 적극적으로 참여하기 위해서 바라는 제도나 법령상의 문제점도 파악해야 한다. 이 절에서는 이러한 문제들을 주로 다루어 보고자 한다.

가. 기업의 청소년사업에 대한 인식

정부는 미래사회의 주인이 될 청소년들이 건전하게 성장할 수 있도록 하기 위한 한국청소년 기본계획을 수립하여 1992년도 부터 시행하고 있는데 우선적으로 다양한 청소년정책이나 법에 대한 기업의 인지도를 살펴보았다. <표 4-24>에서는 기업의 인지도를 분석하였는데 청소년정책에 대해 기업들은 과반수 정도(50.6%)가 ‘들어본 적이 있으나 잘 모른다’고 대답했고 ‘사업내용은 자세히 모르지만 무엇인지 대충은 안다’가 38.2%, ‘전혀 들어본 적이 없다’가 5.6%, ‘청소년 수련사업 내용을 자세히 알고 있다’가 4.5%로 나타났다. 이러한 결과는 기업이 T.V나 신문, 라디오 같은 대중매체를 통해 청소년 정책에 대해 들어 본 경험이 있음을 시사한다. 이러한 결과는 청소년정책에 대한 보다 적극적인 홍보가 필요함을 함축하는 결과로, 정부나 공공단체가 실시하거나 계획중인 청소년 사업이나 청소년 관련 정책을 사회의 각 영역에 널리 전파할 필요성이 크다는 사실을 암시한다. 특히 기업체의 경우 기업체 내부의 독특한 의사결정 절차가 있고 청소년 사업에 대한 전반적 이해와 더불어 기업과 직접 관련된 청소년 영역에 대한 구체적 이해가 전제될 때 의사결정이 가능하므로 홍보의 필요성이 더욱 큰 것이다. 또한 소극적으로 알리는 수준을 넘어서 적극적으로 홍보하고 기업의 참여 가능 영역과 참가가 필요한 영역을 적절히 이해시키는 것이 중요하다.

〈표 4-24〉

청소년정책에 대한 기업의 인지도

항 목	빈 도	백 분 율
청소년 수련사업내용을 자세히 알고 있다	4	4.5
사업내용은 자세히 모르지만 무엇인지 대충은 안다	34	38.2
들어본 적은 있으나 잘 모른다	45	50.6
전혀 들어본 적이 없다	5	5.6
무 응 답	1	1.1
합 계	89	100.0

〈표 4-25〉에서는 청소년 수련사업의 필요성에 대한 기업의 태도와 생각을 나타내 준다. 청소년 수련사업의 필요성에 대해 ‘청소년들의 전인교육을 위해 절대로 필요하다’라고 응답한 경우가 과반수를 넘는 55.1%를 차지하고 있고, ‘절대적이지는 않지만 필요하다’고 대답한 경우가 40.4%로 나타나 응답한 기업의 95.5%가 청소년 수련사업의 필요성을 지적하였다. 이러한 설문결과가 암시하는 것은 앞으로의 청소년 사업에 대해 기업의 참여가능성과 투자방안을 계획하는데 일단 긍정적이고 희망적인 신호로 보여진다. 왜냐하면 어떤 사업의 필요성에 대한 욕구가 그 사업의 전망에 아주 중요하기 때문이다. 비록 한국기업들이 여러가지 여건상 청소년 사업에 적극적으로 참여한 전통은 길지 않지만 적어도 모든 기업이 청소년을 위해 무엇인가가 필요하다는 점에서는 거의 합의를 이루고 있다.

물론 몇몇 기업의 관계자와 면접한 결과에 따르면 청소년 수련사업 자체에 대한 이해가 결여되어 있거나 아니면 청소년을 위해 막연히 무엇인가 있었으

〈표 4-25〉

청소년 수련사업의 필요성

항 목	빈 도	백 분 율
청소년들의 전인교육을 위해 절대로 필요하다	49	55.1
절대적이지는 않지만 필요하다	36	40.4
별 영향을 주지 못하므로 있어도 좋고 없어도 좋다	1	1.1
아무런 영향을 미치지 못하므로 필요없다	2	2.2
무 응 답	1	1.1
합 계	89	100.0

면 하는 경우가 많았고 심지어는 현행 진학위주의 파행적인 입시제도에 대한 무조건적인 반발심에서 무엇인가가 필요하다고 생각하는 응답자가 많았다. 특히 이들에게 보다 자세한 설명을 요구하면 현재 청소년 기본법과 기본계획에 관련된 수련거리나 수련활동과는 거리가 있는 대안을 제시하는 경우가 많았다. 결국에는 기업인들도 청소년을 위해 무엇인가가 필요하다는 점에서는 동의를 하지만 세부적인 계획에 대해서는 구체적 아이디어가 없는 경우가 많았다.

〈표 4-26〉에서는 청소년들의 수련활동 목적에 대한 기업들의 의견을 분류하였다. 청소년 수련사업의 목적은 청소년들의 심신단련과 정서함양이 되어야 한다는 대답이 52.8%를 차지했고 건전한 청소년 문화창출을 지적한 경우는 32.6%였다. 그외 청소년들의 자질계발이나 사회봉사정신의 고취도 있으나 모두 10%미만으로 크게 중요시되는 목적으로는 나타나지 않고 있다. 이처럼 앞에서 지적한 대로 청소년 수련사업의 필요성에 대해서 과반수 이상의 응답기업이 전인교육에 절대적으로 필요하다고 지적하고, 또 청소년 수련사업의 목적은 청소년들의 심신단련과 정서함양이 되어야한다고 지적한 것은 현재의 청소년 교육체계내에서의 문제점을 청소년 수련사업을 통해 보완, 해결할 수 있으리라는 기대를 하기 때문에 나타난 현상으로 보인다. 다시 말해서 청소년 기본법과 이에 기초한 청소년 기본계획의 근간이 학교교육의 문제점을 보강하고 학교를 떠나 가정이나 일상 생활에서의 청소년 활동을 지원할 수 있는 방안을 구상했다는 점을 고려한다면 기업의 입장은 청소년 기본계획의 입장에 근본적으로 동의하는 것으로 보여진다.

〈표 4-26〉 청소년 수련사업의 목적

항 목	빈 도	백 분 율
청소년들의 심신단련과 정서함양	47	52.8
청소년들의 자질계발	4	4.5
청소년들의 사회봉사정신 고취	8	9.0
건전한 청소년 문화 창출	29	32.6
기 타	1	1.1
합 계	89	100.0

하지만 청소년 수련사업 지원에 대한 기업의 입장을 살펴보면 <표 4-27>에 나타나 있듯이 ‘필요하다고 느끼지만 다른 사업에 비해 우선순위가 낮다고 생각한다’가 40.4%로 가장 높은 비율을 보여주고 있다. 두번째로 높은 비율의 응답은 ‘필요하다고 느끼지만 예산부족으로 참여할 수가 없다’고 대답한 경우가 34.8%로 나타났다. 하지만 ‘절대적으로 필요하다고 느끼기 때문에 적극적으로 지원한다’라고 대답한 경우가 9.0%에 불과한 것으로 나타났다. 이러한 결과에서 알 수 있는 사실은 대부분의 기업(85.2%)이 청소년 수련사업에 대한 필요성은 느끼지만 기업의 재정 여건이 허락되지 않아 참여하기가 쉽지 않은 실정이며, 현재의 우리나라의 기업 여건에 의하면 최고 경영자의 관심이 사회참여활동의 사업범위나 항목을 선택하는데 많은 영향을 미치고 있다는 점이다. 실제로 많은 기업의 경우 일반 청소년들을 위한 사업보다는 소외된 특수계층을 위한 사업에 더 우선순위를 두는 사례도 면접조사가 밝혀주고 있다.

<표 4-27> 청소년 수련사업 지원에 대한 기업의 입장

항 목	빈 도	백 분 율
적극적으로 지원한다	8	9.0
우선순위가 낮다고 생각한다	36	40.4
예산부족으로 참여할 수 없다	31	34.8
별로 필요없다고 생각한다	5	5.6
별 관심없다	4	4.5
잘 모르겠다	5	5.6
합 계	89	100.0

<표 4-28>에서는 현재의 청소년사업과 그 사업의 주수혜자인 청소년들의 만족도에 대한 기업의 의견이 제시되어 있다. 이는 기존의 청소년사업에 대한 기업의 평가를 보여주는 것이다. 기업에서 생각하는 청소년사업에 대한 청소년들의 만족정도는 ‘전혀 충족시키지 못하고 있다’가 9.0%, ‘거의 충족시키지 못하고 있다’가 57.3%, ‘그저그렇다’가 31.4%로 나타나 전체의 66.3%가 부정적인 반응을 보였다. ‘대체로 충족시키고 있다’는 2.2%, ‘충분히 충족시키

고 있다'고 대답한 기업은 하나도 없었다. 이러한 조사결과가 나타내는 사실은 기업에서도 현재의 청소년 사업의 질과 양이 청소년들의 요구를 만족시키지 못한다고 평가하고 있으며, 이는 다양한 사회집단이 청소년들의 요구를 충족시켜 주기 위해 적극 참여해야 할 필요성을 간접적으로 나타낸다.

〈표 4-28〉 기업이 본 청소년사업에 대한 청소년들의 만족도

항 목	빈 도	백 분 율
충분히 충족시키고 있다	0	0.0
대체로 충족시키고 있다	2	2.2
그저 그렇다	28	31.4
거의 충족시키지 못하고 있다	51	57.3
전혀 충족시키지 못하고 있다	8	9.0
합 계	89	100.0

〈표 4-29〉는 청소년사업의 주요 요소 가운데 하나인 청소년 시설에 대한 기업종사자들의 의견을 나타낸다. 〈표 4-29〉에서 보여주듯이 일반적인 청소년사업에 대해서 뿐만 아니라 청소년사업의 재정적 측면에서 가장 중요하면서도 어려운 과제인 청소년시설에 대해서도 대부분의 기업들은 부정적인 견해를 보이고 있다. 이는 우리의 청소년 수련시설의 현황을 정확히 간파한 평가로 보여진다. 청소년 수련사업 시설이 '부족하다'고 지적한 경우가 70.8%, '매우 부족하다'고 지적한 경우는 21.3%로 92.1%가 시설부족을 지적하였다. 요약하면 기존의 청소년시설에 대한 기업측의 만족도는 매우 낮은 수준으로 나타났다. 사실 청소년 수련사업에 대한 기업참여의 핵심은 여러 영역 가운데 시설 투자에 있다. 기업측에서도 현재의 수련시설 수준이 열악하다는 사실을 알면서도 시설에 대한 기업투자를 주저하고 있는 실정이다. 이는 여러 가지 이유가 있겠지만 무엇보다도 시설비는 토지를 포함하기 때문에 재정적 부담이 크다는 것이 주요인이라 하겠다. 이런 점에서 정부나 기업 모두에게 재정적으로 부담스러운 시설문제는 두 영역에서의 적절한 조정에 의해서 해결되어야 할 것이다.

〈표 4-29〉

청소년 수련사업 시설의 충분도

항 목	빈 도	백 분 을
매우 충분하다	0	0.0
대체로 충분하다	3	3.4
그저 그렇다	4	4.5
부족하다	63	70.8
매우 부족하다	19	21.3
합 계	89	100.0

나. 기업과 청소년 수련사업

지금까지는 청소년 수련사업이나 활동에 대한 기업의 평가를 주로 검토하였다. 다음에서는 실제로 기업이 청소년 사업에 참여하는 정도를 조사하였다. 즉, 현재 참여하고 실행하는 청소년 사업과 앞으로 계획중인 청소년 사업을 분석하였다. 〈표 4-30〉을 보면 조사대상 기업의 51.7%가 ‘청소년 사업에 참여하지 않고 있다’고 대답하였다. 이는 앞 절에서 언급한 전체적인 사회참여 활동에 대한 미참여율이 겨우 5.6%인 것에 비해 아주 많은 비율로서 사회참여활동에 다양하게 참여하는 기업이라 하더라도 청소년 사업에서의 참여는 그렇게 활발하지 않다는 것을 보여주며, 이는 청소년사업이 기업의 입장에서 보면 아직도 생소하고 익숙하지 않는 사업영역임을 잘 보여주고 있는 것이다. 가장 흔하고 보편적인 청소년사업으로는 장학사업인데 32.6%가 참여하고 있으며, 사회복지사업과 심신수련활동사업, 문화예술사업에는 각각 6.7%, 4.5%, 3.4%의 기업만이 참여하고 있다. 이러한 결과는 기업이 수행하는 청소년 사업 가운데 과반수 이상이 장학사업 형태로 이루어지고 있음을 보여준다. 앞에서도 지적했지만 이처럼 장학사업을 수행하는 기업이 많은 이유는 여러 가지 이유가 있겠지만 사회참여가 용이하다는 점과 기업인들의 인재육성 목적에서 연유한다고 볼 수 있다. 이러한 기업의 사회참여활동 유형의 구조화는 기업재단의 활동에서도 유사하게 나타난다. 최근의 전경련의 조사에 의하면(전경련, 1992) 우리나라 소수의 기업재단이 의료 및 사회복지 부문에서 대규모 사업활동을 벌이고 있으나 여타 재단의 대부분은 그 설립목적이 장학

및 학술사업에 치우쳐 있다는 것이다.

〈표 4-30〉 실행중인 청소년 수련사업

항 목	빈 도	백 분 율
장 학 사 업	29	32.6
사 회 복 지 사 업	6	6.7
심신수련활동사업	4	4.5
문 화 예 술 사 업	3	3.4
기 타	1	1.1
참여하지 않고 있다	46	51.7
합 계	89	100.0

〈표 4-31〉에서는 각 기업이 앞으로 계획중인 청소년사업에 대한 조사결과를 분석하였다. 앞으로 계획중이거나 수행하기 원하는 청소년사업은 여전히 장학사업이 25.8%로 가장 선호하는 사업으로 나타났고, 사회복지사업과 문화예술사업이 각각 15.7%와 14.6%로 비슷한 비율을 보였다. 심신수련사업과 청소년단체 지원도 6.7%, 4.5%로 나타났으며 ‘계획이 없다’고 대답한 경우도 30.3%나 되었다. 이상의 결과에서 알 수 있는 사실은 우리나라 기업이 장학사업을 지속적으로 선호하고 있다는 사실이다. 이러한 결과는 인재중시나 교육기회의 보장이라는 명분 이외에 우리나라 기업의 청소년사업에 대한 아이디어와 사업구상의 부족을 지적할 수 있고 또 다른 측면에서는 지나치게 안일한 자세로 청소년사업에 참여하고 있다는 우려를 낳게 한다.

〈표 4-31〉 계획중인 청소년 수련사업

항 목	빈 도	백 분 율
장 학 사 업	23	25.8
사 회 복 지 사 업	14	15.7
심신수련활동사업	6	6.7
문 화 예 술 사 업	13	14.6
청 소 년 단 체 사 업	4	4.5
기 타	2	2.2
없 다	27	30.3
합 계	89	100.0

청소년 수련사업 참여시 느끼는 어려움은 <표 4-32>이 보여 주듯이 과반수 이상(52.4%)이 재정적 부족을 지적하였으며, 효과에 대한 부정적 시각도 17.4%나 되었다. 또한 사업선정의 어려움도 14.5%가 지적하여 청소년 수련사업에 대한 홍보와 함께 구체적인 정보의 제공이 필요함을 보여 주었다. 기타 최고 경영자의 인식부족이 4.8%, 정부의 법적 제도적 규제는 3.8%만이 지적했는데, 이는 청소년 사업이 대체적으로 장학사업에 국한되어 있는 경우가 많기 때문에 나타난 결과로 풀이된다. 즉 수련관 또는 시설 등을 확보하기 위한 기업의 참여가 거의 없었기 때문에 법적 제도적 규제에 대한 지적이 낮은 것으로 보인다. 하지만 청소년 수련사업에 이미 참여한 몇몇 대기업의 경우 다양한 법적 제도적 규제의 현실화를 가장 중요한 과제이자 어려움으로 지적한 것에 비추어, 직접 청소년 수련사업에 참여한다면 많은 기업들도 여러가지의 제도적, 행정적 어려움에 직면할 것으로 추정된다.

<표 4-32> 청소년 수련사업 참여시 어려움

항 목	빈 도	백 분 율
재정적 부족	54	52.4
사업선정의 어려움	15	14.5
최고경영자의 인식부족	5	4.8
효과에 대한 부정적 시각	18	17.4
정부의 법적·제도적 규제	4	3.8
기 타	2	1.9
무 응 답	5	4.8
합 계	103	100.0

<복수응답>

<표 4-33>에서는 만약에 청소년사업에 참여할 수 있다면 어떤 사업에 우선적으로 참여할 수 있는가를 분석하였다. 기업이 우선적으로 할 수 있는 청소년사업 가운데 가장 선호하는 사업형태는 청소년단체에 대한 직·간접 지원으로 47.3%로 나타났다. 또 정부가 하는 청소년 수련사업에 대한 재정지원이 17.8%로 나타난 것을 볼 때 기업 대부분이 청소년 수련사업에 직접 참여하기 보다는 청소년 단체나 정부가 하는 일에 대한 지원을 선호하는 것으로 나

타났다. 이러한 기업의 경향은 청소년 사업의 특성이나 앞으로의 과제에 대한 정확한 인식이 없기 때문에 위험성이 적거나 여러가지 면에서 부난한 간접지원이나 재정지원의 형태를 선호하는 것으로 추정된다.

〈표 4-33〉 기업이 우선적으로 할 수 있는 청소년사업

항 목	빈 도	백 분 율
청소년 수련터전(수련관 또는 시설)의 확보	11	11.5
청소년단체에 대한 직·간접 지원	45	47.3
청소년 수련거리(프로그램)개발	9	9.4
정부가 하는 청소년 수련사업에 대한 재정지원	17	17.8
기 타	4	4.2
도울 방법이 없다	9	9.4
합 계	89	100.0

〈표 4-34〉에서는 수련사업에 관련하여 정부와 기업과의 관계를 분석하였다. 앞으로 청소년 수련사업이 공공과 민간 영역이 적절히 조화되어 역할 분담을 해야 함을 생각할 때 수련사업에 대한 정부와 기업의 앞으로의 관계는 아주 중요한 사항이 될 수 있다. 청소년 수련사업에 있어 기업과 정부의 바람직한 관계는 ‘정부가 시설제공 및 운영에 책임을 지고 기업은 보조적인 역할을 하는 것이다’라고 대답한 경우가 37.1%로 가장 많았고 ‘정부는 시설을 제공하고 민간기업이 운영한다’가 27%, ‘기업이 시설제공 및 운영에 책임지고 정부는 간접지원을 해야 한다’가 25.8%, ‘기업이 전적으로 책임지고 수행해야 한다’로 답한 경우가 1.1%로 나타났다. 이러한 기업들의 생각에서 분명히 알 수 있는 것은 청소년 수련사업이 민간으로 완전히 이양될 수는 없고 또 기업측에서도 완전히 떠 맡을 준비나 자세가 되어있지 않다는 사실이다. 흥미로운 사실은 공공주체와 민간보조, 또는 민간주체와 공공보조가 적절한 비율로 나타난 점이며 이러한 점에서 볼 때 청소년 수련사업의 성격과 특징에 따라서 공과 민이 적절한 관계를 유지하면 기업도 정부도 청소년 수련사업으로 부터 많은 도움을 받을 수 있다는 사실이다. 민간과 정부의 장점을 살려 상호 보완적인 방법으로 청소년 수련사업에 대한 두 영역의 관계를 설

정한다면 수련사업에 대한 민간참여나 투자의 효과도 극대화될 수 있을 것이다.

〈표 4-34〉 청소년 수련사업에 대한 기업과 정부의 바람직한 관계

항 목	빈 도	백 분 율
정부가 시설제공 및 운영에 책임, 기업은 보조적인 역할	33	37.1
정부가 시설 제공, 민간기업이 운영	24	27.0
기업이 시설제공 및 운영에 책임, 정부는 간접지원	23	25.8
기업이 전적으로 책임지고 수행	1	1.1
잘 모르겠다	8	9.0
합 계	89	100.0

〈표 4-35〉에서는 이제 막 시작한 청소년 수련사업을 활성화시켜 더 많은 기업이 참여할 수 있도록 정부가 해야 할 일의 우선순위를 분석하였다. 우선적으로 정부가 해야 할 일은 조세감면 혜택 등의 세제 지원을 강화하는 일로 39%가 이를 지적했고, 사회적 인식을 개선하기 위한 노력과 정부와 민간의 기능분담 기준설립이 각각 19.4%로 나타났다. 또한 민간이양, 위탁의 적극화를 11.4%, 학제개편을 4.7%가 지적하였다. 이러한 결과가 암시하는 것은 민간의 참여와 투자가 활성화될 수 있도록 정부가 무엇인가를 해야한다는 요구를 담고 있으며 특히 공공과 민간의 분명한 관계설정과 기준설정을 요구하고 있다는 점이다. 물론 기업의 이러한 태도가 아직은 수동적인 경향을 보이고

〈표 4-35〉 청소년 수련사업 활성화를 위해 정부가 할 일

항 목	빈 도	백 분 율
조세감면 혜택 등의 세제 지원	41	39.0
학제 개편	5	4.7
사회적 인식을 개선하기 위한 노력	20	19.4
민간 이양, 위탁의 적극화	12	11.4
정부와 민간의 기능분담 기준설립	20	19.4
기 타	4	3.8
무 응 답	3	2.8
합 계	105	100.0

〈복수응답〉

있지만 기업 측에서도 사업에 적극적으로 가담할수록 보다 능동적인 자세로 전환될 수 있음이 예측된다.

6. 청소년 수련사업의 결정요인

이 절에서는 청소년사업이나 사회참여활동의 수행을 결정하는 요인을 추정한다. 몇가지 요인 가운데 기업이 현재 종사하는 업종이 얼마나 영향을 미치는가를 분석하고 기업이 설립된 시기나 기업의 역사가 사회참여활동에 어떤 영향을 미치는가를 분석한다. 또한 기업의 재정적 건강도나 지표가 사회참여활동이나 청소년 사업의 수행정도에 어떤 연관성이 있는가를 조사한다.

가. 업종과 사회참여활동

기업의 업종이나 부문이 기업의 사회참여활동과 청소년 수련사업의 참여 및 투자대상에 어떤 영향을 미칠 것인가를 알아보기 위해 업종별로 수행하는 사회참여활동 프로그램의 수를 조사하였다. <표 4-36>에서는 업종과 사회참여활동의 참여회수를 기준으로 표를 작성하였다. 현재 사회참여활동 프로그램을 가장 활발하게 수행하고 있는 기업군은 금융, 보험, 부동산, 서비스 부문에 속한 업종으로서 15개 업체로 가장 많았고, 화학물, 석유, 석탄, 고무, 플라스틱 부문에 종사하는 기업이 12개업체, 조립금속제품이나 기계 및 장비가 10개 업체로 나타났으며, 음식물 및 담배부문과 섬유, 가죽, 의복업, 건설업체가 각각 7개 업체로 나타났다. 이 가운데 금융, 보험, 부동산, 서비스부문과 도·소매업, 음식, 숙박업부문, 음식료 및 담배, 섬유, 의복, 가죽부문이 속한 기업들이 조사대상업체 17개 부문의 89업체 가운데 40개업체로서 45%를 차지하고 있으며 나머지 중공업이나 기타 업종이 55% 차지하고 있다. 하지만 <표 4-36>에서 볼 수 있듯이 경공업 중심으로 청소년과 접촉빈도가 대체로 높은 업종과 그렇지 못한 업종사이의 사회활동의 참여정도에 뚜렷한 차이를 보여주지 못하고 있다. 물론 산술적으로 보면 경공업분야의 청소년 관련업종이 91.7%의 참여율을 보여 중화학공업의 72.2%의 참여율보다 높다.

하지만 중화학 분야의 기업들도 두 영역을 제외하고는 화학물이나 석유 등 무려 5개 중공업 영역에서 모든 기업이 적어도 하나 이상의 사회참여활동 프로그램을 운영하고 있는 것으로 나타났다. 요약하면 이론적 논의에서 제기된 업종간의 뚜렷한 차이를 보이지 않고 있으며 특히 청소년 관련 업종이 사회활동에 더 적극적이라는 뚜렷한 증거를 발견할 수 없다.

〈표 4-36〉 업종과 사회참여활동

	음식 및 담배	섬유 및 복합 소재	종이 및 화학 제품	화학 및 석유 제품	비 금속 소재	금속 소재	기계 및 장비	건설 및 토목	전기 및 전자	건설 및 토목	도·소 매업	금융 및 보험	기타	계
0		1 12.5 12.5 1.1	1 12.5 100 1.1						1 12.5 100 1.1	2 25.0 22.2 2.2	1 12.5 10.0 1.1	2 25 11.8 2.2		8 9.0
1	3 10.7 42.9 3.4	3 10.7 37.5 3.4		3 10.7 25.0 3.4	1 3.6 25.0 1.1		4 14.3 40.0 4.5	1 3.6 33.3 1.1		4 14.3 44.4 4.5	2 7.1 20.2 2.2	7 25 41.2 7.9		28 31.5
2	4 7.5 57.1 4.5	4 7.5 50 4.5		9 17.0 75.0 10.1	3 5.7 75.0 3.4	5 9.4 100 5.6	6 11.3 60 6.7	2 3.8 66.7 2.2		3 5.7 33.3 3.4	7 13.2 70 7.9	8 15.1 47.1 9.0	2 3.8 100 2.2	53 59.6
계	7 7.9	8 9.0	1 1.1	12 13.5	4 4.5	5 5.6	10 11.2	3 3.4	1 1.1	9 10.1	10 11.2	17 19.1	2 2.2	89 100

0 : 사회참여활동이 전무한 경우

1 : 1개의 사회참여활동을 수행하는 경우

2 : 2개 이상의 사회참여활동을 수행하는 경우

〈표 4-37〉에서는 기업의 업종이나 부문에 따라 장차 기업의 사회참여활동과 청소년 수련사업의 참여 및 투자대상 정도에 차이가 나는지를 알아보기 위해 업종별로 앞으로 계획중인 프로그램의 수를 조사, 분석하였다. 앞으로 사회참여활동 프로그램을 수행할 계획이 가장 활발한 기업들은 금융, 보험, 부동산, 서비스 부문과 화학물, 석유, 석탄, 고무, 플라스틱 부문에 속한 기업체들로 각각 11개업체였고, 음식물 및 담배부문과 조립금속제품, 기계 및 장비부문이 각각 7개 업체, 건설업체와 도·소매업, 운식, 숙박업 부문이 각각 6

기업체로 나타났다. 직접 참여하는 수행사업과 마찬가지로 사회참여활동의 계획에 있어서도 업종 사이에 뚜렷한 차이를 보여 주지 않고 있다. 물론 산술 평균을 계산하면 경공업 업종이 1개 이상의 사회참여활동을 계획하고 있는 경우가 72.4%로 중화학 공업의 60.41%를 앞서고 있지만, 앞서서와 마찬가지로 특정 영역에서 표본에 포함된 기업의 수가 적고, 또 이 기업들의 사회참여활동 계획이 전무해서 나타난 결과로 보여진다. 다음은 더욱 구체적으로 업종과 청소년 사업의 연관성을 조사해 본다.

〈표 4-37〉 업종과 사회참여활동 수행계획

업종 활동도	음식 및 담배	료 의 복 가 속	종 이 쇄 출 판	화 학 물 석 유 석 탄 고 플 라 스 틱	비 금 속 물 품	제 1 차 속 제	조 립 금 속 제 품 및 기 타	기 조 업	전 기 가 스 및 도 사 업	전 설 업	도 · 소 매 업 · 숙 박 업	금 속 보 행 부 동 산 · 서 비 스	기 타	계
0		3 12.5 37.5 3.4	1 4.2 100 1.1	1 4.2 8.3 1.1	1 4.2 25.0 1.1	1 4.2 20.0 1.1	3 12.5 30.0 3.4		1 4.2 100 1.1	3 12.5 33.3 3.4	4 16.7 40.0 4.5	6 25 35.3 6.7		24 27.0
1	6 14.3 85.7 6.7	5 11.9 62.5 5.6		8 19.0 66.7 9.0	2 4.8 50.0 2.2	3 7.1 60.0 3.4	4 9.5 40.0 4.5	1 2.1 33.3 1.1		3 7.1 33.3 3.4	2 4.8 20.0 2.2	7 16.7 41.2 7.9	1 2.4 50.0 1.1	42 47.2
2	1 4.3 14.3 1.1			3 13.0 25.0 3.4	1 4.3 25.0 1.1	1 4.3 20.0 1.1	3 13.0 30.0 3.4	2 8.7 66.7 2.2		3 13.0 33.3 3.4	4 17.4 40.0 4.5	4 17.4 23.5 4.5	1 4.3 50.0 1.1	23 25.8
계	7 7.9	8 9.0	1 1.1	12 13.5	4 4.5	5 5.6	10 11.2	3 3.4	1 1.1	9 10.1	10 11.2	17 19.1	2 2.2	89 100

0 : 사회참여활동 계획이 전무한 경우

1 : 1개의 사회참여활동 계획이 있는 경우

2 : 2개이상의 사회참여활동 계획이 있는 경우

기업의 업종이나 부문에 따라 기업의 청소년 사업의 참여 및 투자대상 정도에 차이가 나는지를 알아보기 위해 업종별로 수행하는 청소년 사업의 프로그램 수를 〈표 4-38〉에서 알아보았다. 청소년 사업은 금융, 보험, 부동산, 서비스 부문에 속한 기업체가 10개 업체, 화학물, 석유, 석탄, 고무 플라스틱 부문이 9개업체로 나타났으며 건설업부문이 8개 업체, 조립금속제품, 기계 및

장비부문과 도 소매업, 음식, 숙박업 부문, 그리고 음식료 및 담배부문이 각각 7개 업체로, 섬유 및 의복 가죽부문이 4개업체로 나타났다. <표 4-38>이 잘 보여주듯이 청소년 사업에 대한 참여도 업종사이의 참여 비율에 있어서 경공업의 66% 정도가 청소년 사업에 참여하는 것에 비해 중화학 공업은 58% 정도가 참여하고 있다. 하지만 종이, 인쇄나 전기가스의 2개의 기업체를 제외하면 77.31%가 참여해서 오히려 중화학 분야의 참여율이 더 높다고 할 수 있다.

지금까지 밝혀진 업종과 사회참여활동이나 청소년사업에 대한 참여율의 관계는 뚜렷한 유형이나 경향성을 찾아보기가 힘들다. 다시 말해서 대중이나 청소년과의 접촉이 높은 업종들이 사회참여활동이나 청소년활동에 적극적인 경향을 보이는 것은 아니다.

<표 4-38> 업종과 청소년사업

	음식료 및 담배	섬유 의복 가죽	종이 인쇄 출판	화학 석고 유리 플라스틱	비광 금속 물	금속 1차 제품	조립 제품 및 장	기계 제조 업	전기 가 스 도 소 매 업	건설 업	도·소 매 업 숙 박 업	음 음 부 동 산 서 비 스	기 타	계
0	1	4	1	3	2	1	3		1	1	3	7		27
	3.7	14.8	3.7	11.1	7.4	3.7	11.1		3.7	3.7	11.1	25.9		30.3
	13.3	50.0	100	25.0	50.0	20.0	30.0		11.1	11.1	30.0	41.2		
	1.1	4.5	1.1	3.4	2.0	1.1	3.4		100	1.1	3.4	7.9		
1	6	4		9	2	4	7	3		8	7	10	2	62
	9.7	6.5		14.5	3.2	6.5	11.3	4.8		12.9	11.3	16.1	3.2	69.7
	85.7	50.0		75.0	50.0	80.0	70.0	100		88.9	70.0	58.8	100	
	6.7	4.5		10.1	2.2	4.5	7.9	3.4		9.0	7.9	11.2	2.2	
계	7	8	1	12	4	5	10	3	1	9	10	17	2	89
	7.9	9.0	1.1	13.5	4.5	5.6	11.2	3.4	1.1	10.1	11.2	19.1	2.2	100

0 : 청소년사업이 전무한 경우

1 : 1개 이상의 청소년사업을 수행하는 경우

나. 설립년도와 사회참여활동

본 연구에서는 기업의 사회참여활동을 보다 잘 이해하기 위해 사회참여활동의 재정적 규모에 영향을 미치는 요인이라고 볼 수 있는 기업특성변수인

설립기간을 사용하여 참여하고 있는 사업수, 계획하고 있거나 원하는 사업수, 참여하고 있는 청소년사업과의 관련성을 분류하였다. 물론 기업의 역사와 전통은 설립기간과 상장기간이 있지만 실제로 기업의 사회참여활동이 기업의 사회적 책임의 관점에서 볼 때 설립기간이 오래될수록 사회적 책임을 많이 느낄 가능성이 크므로 오래된 기업일수록 수행하는 사업도 많을 것으로 예상할 수 있다. 몇몇 선행연구(예를 들어, 정구현 외, 1991)를 보면 상장기간의 설명력이 설립기간의 설명력보다 낮게 나타났고, 기업 설립 이후 일정 시간이 지나야 기업의 사회적 책임의 구체적 활동인 기부행위를 하는 것으로 해석한다. 따라서 본 연구에서는 설립기간과 사회참여활동의 관계만을 분석하기로 한다.

해방 전후로 하여 민간인에 의해 설립된 기업들과 1960년대 이후 정부의 경제개발정책과 더불어 설립, 발전한 기업들이 현재 우리나라의 우수한 재벌 그룹으로 성장하였고, 이러한 성장은 정부의 경제성장 우선정책에 힘 입은 바 크다. 하지만 이런 이유로 가끔 한국의 기업은 성장과정에서 그 정당성을 의심받고 있으며 국민들의 기업에 대한 이미지가 좋지 못한 경향을 나타낸다. 이러한 상황에서 한국의 기업들은 사회적 수용도를 높이기 위한 적극적인 사회참여활동의 수행이 요구되고 있다.

〈표 4-39〉을 보면 사회참여활동 프로그램을 수행하는 기업들 가운데 32.1%가 1941년에서 1960년 사이에 설립되었으며 1961년에서 1970년 사이에는 20.9%, 1971년에서 1980년 사이에는 12.3%의 기업이 설립되었고 1981년 이후에 설립된 기업은 2.4%에 불과하다. 물론 1941년 이전에 설립된 기업들도 7.4%로 나타나 50년이 넘는 역사를 가진 기업도 몇몇 존재한다. 특히, 두가지 이상의 사회참여활동 프로그램을 수행하고 있는 경우를 보면 이러한 경향이 두드러지는데 1941년-1960년에 설립된 기업들이 39.6%, 1961년-1970년에는 32.1%, 1971년-1980년에 18.9%였다. 반면에 1981년 이후에 설립된 기업들이 두가지 이상의 사회참여 활동프로그램을 운영하는 경우는 3.8%에 불과하였다. 이러한 결과에서 볼 때 민간기업의 설립이 부진했던 1941

년 이전을 제외한다면 기업의 설립기간이 오래 될수록 사회활동에 참여하는 프로그램수가 많음을 알 수 있다.

〈표 4-39〉 설립년도와 사회참여정도

	1940년이전	1941-1960년	1961-1970년	1971-1980년	1981년이후	계
참여하는	3	5	10	10		28
사 업 이	10.7	17.9	35.7	35.7		31.5
한 가 지	50.0	16.7	34.5	47.6		
	3.4	5.6	11.2	11.2		
참여하는	3	21	17	10	2	53
사 업 이	5.7	39.6	32.1	18.9	3.8	59.6
두 가 지	50.0	70.0	58.6	47.6	66.7	
이 상	3.4	23.6	19.1	11.2	2.2	
소 계	6	26	17	10	2	81
	7.4	32.1	20.9	12.3	2.4	91.1
참여하는		4	2	1	1	8
사 업 이		50.0	25.0	12.5	12.5	9.0
없 다		13.3	6.9	4.8	33.3	
		4.5	2.2	1.1	1.1	
계	6	30	29	21	3	89
	6.7	33.7	32.6	23.6	3.4	100.0

〈표 4-40〉에서는 앞으로 기업이 수행할 계획이 있거나 원하는 사회참여활동의 정도를 설립년도에 비추어 살펴보았다. 계획사업도 실천사업과 마찬가지로 설립년도가 오래될수록 더 많은 사업을 계획할 것이라고 추측할 수 있다. 앞으로 계획한 사업이 있다고 대답한 기업들 가운데 1941년-1960년에 설립된 기업은 30.7%이고 1961년-1970년에 설립된 기업은 32.3%, 1971년-1980년에 설립된 기업은 24.6%였고, 1981년 이후에 설립된 기업은 3%, 1941년 이전에 설립된 기업은 9.2%로 나타났다. 두가지 이상의 계획사업이 있다고 대답한 기업들 중 43.5%가 1941년-1960년에 설립되었고 17.4%가 1961년-1970년에, 17.4%가 1971년-1980년에 설립되었다. 반면 1981년 이후에 설립된 기업들은 4.3%에 불과하였고 1940년 이전에 설립된 기업은 17.4%로 나타났다. 계획사업의 비율이 가장 높은 기업들이다. 1971년-1980년

에 설립된 기업보다 적게 나타났는데, 이러한 결과는 앞의 실제 수행하는 사업과의 관계에서 처럼 뚜렷하지는 않지만 1941년 이전을 제외한다면 대체적으로 설립년도와 앞으로의 계획사업과도 긍정적인 관련이 있다고 볼 수 있다. 즉 설립년도와 수행사업과의 관계처럼 설립년도가 오래될수록 계획하고 있는 프로그램이 많다고 볼 수 있다. 이러한 결과는 특히 두가지 이상의 계획사업이 있다고 응답한 경우에 더 잘 나타난다. 설립기간이 일정시간 경과했을 때 기업이 구체적인 사회참여활동을 수행하게 되고 수행하고 난 후 자체평가 또는 대내외적 필요성에 의해 자의든 타의든 또 다른 새로운 계획을 세우게 되므로 나타나는 결과로 추측할 수 있다.

사회참여활동 예산이 부족한 기업의 입장에서 본다면 청소년사업은 특정한 대상연령층이 정해져 있으므로 우선순위에서 뒤질 수도 있을 것이다. 하지만 현재의 한국사회는 기업이 더 이상 사회참여활동을 정부의 요청에서 실시하거나 형식적인 결치례에 그치는 사업은 지양해야 될 시점에 있다. 기업의 사

〈표 4-40〉 설립년도와 계획사업

	1940년이전	1941-1960년	1961-1970년	1971-1980년	1981년이후	계
계획하는 사업이 한 가지	2 4.8 33.3 3.4	10 23.8 33.3 11.2	17 40.5 58.6 19.1	12 28.6 57.1 13.5	1 2.4 33.3 1.1	42 47.2
계획하는 사업이 두 가지 이상	4 17.4 66.7 4.5	10 43.5 33.3 11.2	4 17.4 13.8 4.5	4 17.4 19.0 4.5	1 4.3 33.3 1.1	23 25.8
소 계	6 9.2	20 30.7	21 32.3	16 24.6	2 3.0	65 73.0
계획하는 사업이 없다		10 41.7 33.3 11.2	8 33.3 27.6 9.0	5 20.8 23.8 5.6	1 4.2 33.3 1.1	24 27.0
계	6 6.7	30 33.7	29 32.6	21 23.6	3 3.4	89 100.0

회참여활동을 통해 단기적으로는 기업의 이미지 개선이라는 효과를 얻을 수 있고, 장기적으로는 기업의 좋은 이미지를 소비자인 국민들에게 심어 적극적으로 미래지향적인 마케팅 전략의 일환으로 이용할 수 있다. 특히 청소년을 대상으로 하는 사회참여활동은 마케팅 전략의 차원에서 볼 때 효과가 매우 클 것으로 기대된다. 청소년기에 심어진 기업에 대한 이미지는 매우 강하며 이들이 미래의 수역임을 생각한다면 장기적인 안목에서 투자할 만한 가치가 충분히 있는 것이다.

〈표 4-41〉은 설립년도와 현재 수행하는 청소년사업과의 관계를 보여주는 표이다. 자세히 살펴보면 참여하는 사업이 한가지 이상 있는 기업은 1941년-1960년에 32.3%, 1961년-1970년에 30.6%, 1971년-1980년에 25.8%였고 1981년이후에 설립된 기업은 3.2%였다. 또 1940년 이전에 설립된 기업도 8.1%나 되었다. 이러한 결과도 앞서서와 마찬가지로 설립기간이 길수록 수행하는 청소년사업수가 많아짐을 보여준다. 하지만 여기서 주목해야 할 점은 참여프로그램의 획일화이다. 기업이 수행중인 청소년사업의 가장 대표적인 프로그램은 장학사업이다. 앞서서도 지적한 것처럼 장학사업은 제공자나 수혜자 모두 무난하고 용이한 사업이므로 기업이 선호하고 있는 것이다. 하지만 이제는 모든 기업이 이러한 획일적인 사업을 수행하고도 투자한 만큼의 효과를 얻지 못하기 보다는 기업마다의 독특한 프로그램을 개발하여 자사의 이윤에도 영향을 미칠 수 있는 적극적인 청소년사업을 수행해야 할 것으로 생각된다.

지금까지 논의한 청소년 수련사업의 결정요인에 대한 경험적 분석에서 발견된 것을 다음과 같이 요약할 수 있다. 첫째, 기업이 종사하는 업종이나 특정기업의 생산물이 얼마나 청소년과 관련이 깊은가 하는 요인은 기업의 사회참여활동이나 청소년 사업에 대한 참여를 결정하는 주요 변인이 되지 못한다. 둘째, 기업의 다양한 재무구조도 특정의 청소년 사업이나 사회활동의 형성에 커다란 영향을 미치는 요인이 되지 못한다. 셋째, 그러나 기업의 설립년도는 기업의 활동에 긍정적인 영향을 미친다. 다시 말해서 오래된 기업일수록

록 청소년 수련사업에 대한 참여에서 역사가 짧은 기업들 보다 적극적이다.

다음 장에서는 재벌기업들을 대상으로 면접조사한 결과에 의존해서 대기업의 사회참여활동과 청소년 사업에 대한 분석을 하고자 한다.

〈표 4-41〉 설립년도와 청소년사업

	1940년이전	1941-1960년	1961-1970년	1971-1980년	1981년이후	계
참여하는	1	10	10	5	1	27
사업이	3.7	37.0	37.0	18.5	3.7	30.3
없다	16.7	33.3	34.5	23.8	33.3	
	1.1	11.2	11.2	5.6	1.1	
참여하는	5	20	19	16	2	62
사업이	8.1	32.3	30.6	25.8	3.2	69.7
한가지	83.3	66.7	65.5	76.2	66.7	
	5.6	22.5	21.3	18.2	2.2	
계	6	30	29	21	3	89
	6.7	33.7	32.6	23.6	3.4	100.0

제 5 장 청소년사업에 대한 대기업의 참여 및 투자

제 5 장 청소년 사업에 대한 대기업의 참여 및 투자

이 장에서는 국내의 주요 재벌그룹을 상대로 심층면접과 기록분석, 그리고 재벌용으로 만들어진 구조화된 설문지를 통해 나타난 한국의 주요 재벌의 사회참여활동과 청소년 수련사업에 대한 태도, 인식, 그리고 활동현황을 분석한다. 사례조사에서 나타난 재벌기업의 사회참여 및 청소년 활동에 대한 분석은 질문지를 통해 나타난 개별기업의 분석과 연관성을 가지고 또 많은 유사점이 있을 수 있지만, 한국적 경제상황에서 재벌기업이 차지하는 위치 등으로 미루어 볼 때 청소년 수련사업에의 참여와 투자방안에 많은 함축성을 가질 것이다. 이 장에서는 이 연구의 주요 관심과 연관된 주제별로 분석하되 분석과 병행해서 청소년 정책과 청소년 수련사업에 대한 재벌의 태도와 의견이 가지는 정책적인 의미와 가능성을 탐색한다.

1. 사례조사의 개요

가. 사례조사의 목적

청소년 수련사업에 대한 일반 기업체의 참여율이 높지 않는 현실에서 설문조사만을 실시할 경우 청소년 수련사업에 대한 인식, 태도 조사만으로 그치기 쉽다. 이러한 단점을 극복하기 위해 재벌기업을 대상으로 한 심층면접을 동원한 사례조사를 실시하였다. 즉 사례연구는 실시된 설문조사 연구의 신뢰성을 보완할 뿐만 아니라 조사연구 결과의 심층적 내용과 타당성을 높이기

위한 목적에서 실시되었다.

나. 조사대상

청소년 수련사업에 대한 민간의 참여 및 투자확대 방안을 연구하기 위해서는 사례조사가 하더라도 조사대상 기업이 어느 정도 표본으로서의 특성을 가질 수 있도록 세심하게 추출되어야 한다. 그러나 청소년 수련사업 또는 청소년 사업에 참여하고 있는 기업이 극소수이므로 조사대상의 선정은 어려운 문제였다. 따라서 가능한한 사회참여활동 및 청소년사업을 활발히 실시하는 주요 재벌그룹을 사례연구대상으로 선정하였다.

다. 조사방법

사례조사는 1992년 8월 1일부터 9월 30일까지 실시되었으며 이 기간 이후에도 필요할 때마다 전화 또는 직접 만나서 추가적인 면접을 실시하였다. 조사방법은 기업체의 사회참여활동을 담당하고 있는 실무담당자와 직접 만나서 기업의 사회참여활동에 관련된 제반 항목들에 관하여 질문하였다. 면접대상자와는 전화를 통해 미리 약속을 하였고 면접에 필요한 관련자료를 준비해 줄 것을 부탁하였다. 면접은 연구진이 직접 실시했으며 조사내용에 대해서 충분히 이해할 수 있도록 조사목적 및 배경에 대해서 본격적인 면접에 들어가기 이전에 충분히 설명하였다. 면접은 연구진이 기업을 직접 방문하여 휴게실이나 회의실에서 1시간에서 2시간 동안 실시되었고 필요한 경우 저녁늦게까지도 실시하였다.

라. 사례조사표의 내용

사례조사 내용은 크게 6개의 분야로 구분하여 작성하였다.

첫째, 기업의 사회참여활동에 대한 의사결정과정과 최고경영진의 관여정도에 대하여 조사하였다. 다시 말해서 기업의 사회참여활동은 어떠한 과정을 통해서 기획, 선정, 실행되는지, 담당은 어느 부서에서 하는지, 또는 이러한 의사결정과정에 최고 경영진의 경영이념이나 철학이 어느 정도의 영향을 미치

는지를 알아보았다.

둘째, 사회참여활동의 동기 및 취지에 대하여 조사하였다. 설문지 조사를 통해 정부요청에 의한 참여인지, 사회적 분위기에 의한 것인지, 독자적 결정에 따른 것인지 알아보고 실무자의 이야기를 직접 들음으로써 더욱 자세한 정보를 얻으려했다. 즉 사회적 압력이나 비판에 대해 기업의 이미지를 유지하기 위한 참여인지, 사회적 기대에 따른 기업의 적극적 참여인지, 시장전략의 일환에 따른 참여인지 등의 여러 가능성에 대해서 조사하였다. 특히 사회참여활동의 유형별로 어떠한 동기와 취지를 가지고 사회참여활동을 수행하는지도 자세하게 파악하고자 하였다.

셋째, 현행 사회참여활동과 활동주체에 대해서 조사하였다. 활동분야별로 기업이 직접 참여하는 사업과 재단을 통해서 참여하는 사업이 있으므로 어떤 취지나 목적에 따라 사업주체가 바뀌는가를 조사하였다. 특히 그룹의 경우 계열사의 사회참여활동에 대한 관련 자료를 부탁하여 가능한 자세한 정보를 파악하려고 하였다. 기업이 직접 사회참여활동을 수행할 경우 전담부서가 있는지를 파악하여 전문성 정도를 알아보았고, 재단을 통해서 사회참여활동을 할 경우 재단과 기업의 관계는 어떤지 또한 얼마나 영향을 미치는지를 조사하였다.

넷째, 사회참여활동 수행시 직면하는 애로사항을 기업 내부적 요인과 외부적 요인으로 나누어 조사하였다. 그리고 이러한 애로사항을 해결하기 위해 정부에 건의할 사항도 알아보았다. 추가적으로 필요한 경우에는 최고경영진의 인식부족, 사회참여활동을 위한 예산부족, 산업 성격상 사회참여활동을 통해 얻을 수 있는 효과성이 적다는 점 등의 기업 내부적 요인과 정부요청, 법적 제제상의 어려움, 사업선정의 어려움, 효과에 대한 부정적 시각, 사회적 분위기 등의 기업 외부적 요인을 조사하였다.

다섯째, 기업의 사회참여활동에 대한 예산은 어떻게 이루어지며 규모가 어느정도 되는지 알아보았다. 또 사회참여활동 예산이 어떻게 책정되며 운용되는지를 알아보았다.

마지막으로, 청소년사업에 대한 인식과 태도, 계획 등에 대해 조사하였다. 청소년사업에 대한 관심과 인식, 태도 등에 대한 실무자의 입장과 기업의 입장은 어떠한지 조사하였다. 또한 기업의 입장에서 볼 때 청소년사업의 효과성에 대해서 어떻게 생각하고 있으며 앞으로 참여 계획과 어떠한 사업을 계획하고 있는지도 조사하였다. 재벌기업에 대한 사례조사 항목은 부록에 수록되어 있다. 다음 절에서는 위에서 언급한 내용을 중심으로 국내 몇몇 재벌을 대상으로 실시한 사회참여활동과 청소년사업을 각 사례별로 분석한다.

2. 대기업과 청소년사업

가. 삼성그룹의 청소년사업

삼성그룹의 경우 그룹차원에서 생각하는 기업의 사회참여활동의 기본방침은 "기업의 본연의 임무는 질 좋은 상품을 생산하여 해외로 수출하여 국익에 일조하는 것, 고용을 창출하는 것, 기업이윤을 극대화하여 국민의 생활향상에 기여하는 것"에서 출발한다. 이런 맥락에서 보면 기업의 사회참여활동은 생산활동이나 이윤추구에 비해 이차적인 문제이지만 기업이윤의 사회적 환원이 라는 차원에서 본다면 필요한 일이다. 왜냐하면 장기적으로 사회발전이 곧 기업발전이라고 생각하기 때문이다.

삼성 그룹의 경우 최고 경영진의 사회참여활동에 대한 경영 방침이나 철학의 영향이 크다. 특히 현재 가장 초점을 두는 사업 가운데 하나는 탁아사업인데 이 사업에 주력하는 이유는 탁아사업을 제공함으로써 어머니들이 일할 수 있고, 이로 인해 빈곤탈피의 계기가 되도록 여건을 조성해 주는 일이 중요하다고 생각하기 때문이다. 즉, 일할 능력이 있는 사람에게 일할 수 있는 환경을 조성하는 일이 우선적으로 이루어져야 한다는 것이다. 현재 삼성그룹에서는 삼성 복지재단 및 24개 관계사에서 다음과 같은 사업을 실시하고 있다.

(1) 삼성의료원 건립 : 기존의 대형병원 은 적자상태인 경우가 많지만 이러한 상황을 알면서도 국민보건의 일익을 담당하기 위해서 의료원을 건립.

- (2) 탁아사업 및 소년소녀가장 지원사업 :보사부와 연계하여 대상자를 선정하고 서울지역은 삼성복지재단에서 운영하고 지방은 삼성생명에서 운영.
- (3) 호암상 :사회발전 및 사회봉사에 공헌한 사람에게 수상하는 시상사업.
- (4) 심장병어린이 바자회 :삼성물산에서 실시하는데 심장병어린이돕기 운동에 기금을 지원.
- (5) 한국어린이재단에 기금지원.
- (6) 장학, 학술사업 :삼성전자에서는 지방 주요 대도시에 있는 어린이회관 교육관에 첨단전자과학관을 조성.
- (7) 국내대학에 산업용 로봇과 시스템 기증.
- (8) 서울대학교에 호암관, 신기술 연구소 건립.
- (9) 중학생, 고등학생 수학 경시대회 주최.
- (10) 반도체 유희장비 대학에 기증.
- (11) 민족관련사업으로 무궁화 관련사업을 실시하며 기타 초·중·고 사생대회, 서울국악 경연대회 지원사업이 있다.
- (12) 환경관련사업: 일사일산 가꾸기 운동.
- (13) 체육진흥사업: 레슬링, 승마, 농구, 탁구, 육상에 지원.

이러한 여러가지 사업 가운데 청소년 대상의 공익활동은 다음과 같다.

첫째, 전국 수학·과학 경시대회인데 이 행사는 영재를 조기에 발굴, 집중 육성하기 위해 1989년부터 중고등학생들을 대상으로 매년 열어왔다. 특히 교육부가 공동주최자이고 서울대가 주관자로 참여한다. 입상자들에게는 장학금을 지급하는 것 이외에 국제학력경시대회 참가, 해외연수 등의 특전을 주고 있으며 연간 행사비는 약 1.7억원이며 전액 삼성에서 지원하고 있다.

둘째, 어린이 전자과학전시관 기증인데 1987년부터 삼성전자는 어린이들에게 미래에 대한 건전한 꿈을 심어주는 놀이터이자 학습공간으로서의 전자과학 전시장을 서울과 지방의 어린이회관 등에 무료로 건립해서 기증하고 있다. 특히 이 전시물은 어린이들이 흥미를 갖고 직접 조작해 보는 동시에 전

자과학에 대한 이해를 더할 수 있는 것 위주로 꾸며져 있다. 지금까지 약 6.8 억원을 들여 서울어린이회관, 부산과학교육원, 청주어린이회관, 경북과학교육원 등에 건립, 기증했다.

셋째, 무궁화 큰 잔치인데 삼성물산에서는 민족의 기상과 얼을 상징하는 무궁화 꽃나무 보금운동의 일환으로 1990년도부터 청소년층을 대상으로 무궁화와 관련한 글 그림 사진 대회를 열고 우수작을 시상함으로써 자라나는 세대에 대한 민족문화의식을 심어주고 있다.

넷째, 전국 청소년 사생실기대회인데 청소년들에게 자연 예술을 사랑하는 마음을 심어주고 건전한 여가 선용을 위해 삼성생명은 1981년부터 사생실기대회를 개최하고 있다. 미취학 아동에서부터 고등학생까지 참가하고 있는 이 대회는 올해 응모작품수가 25만여점에 이르는 등 이부문에서 국제 최고의 권위와 규모가 있는 대회로 정착해 가고 있다. 예선을 거친 응모자들이 서울 등 전국 6대 도시에서 본선을 갖고 있으며 대상인 교육부장관상을 포함 2천 8백여명씩을 시상, 미술에 대한 관심과 동기를 부여한다.

다섯째, 장애아동돕기 카드 캠페인인데 삼성신용카드는 1991년부터 한시적으로 공익카드를 발급하고 이들 카드의 신용판매 사용액중 0.05%씩을 장애아동을 돕기 위한 기금으로 적립, 장애아동 관련단체에 1992년 9월부터 기부 예정이다.

여섯째, 벽지 어린이 초청 행사인데 삼성전자와 삼성생명은 각각 전국 벽지 어린이들에게 꿈과 희망을 심어주고 건문을 넓혀 주기 위해서 매년 벽지 학교 학생들을 서울로 초청, 다양한 프로그램으로 구성된 행사를 열고 있다.

일곱째, 동요 보급 사업인데 삼성전자는 어린이들의 정서 함양과 건전한 가족문화 창달을 위해 가족동요창작 경연대회, 대한민국 동요대상, 동요악보 보내기, 송년동요잔치, 미국 일본 소련 등 해외동요행사 등을 매년 주최하고 후원함으로써 동요 보급 사업에 앞장서고 있다. 1991에 약 9천만원의 재정으로 사업을 실시하였다.

여덟째, 우수 졸업생 시상사업인데 삼성생명은 전국 지방도시 학생들의 향

학열을 더욱 복돋워 주기 위해 매년 지방 2백여 학교의 우수 졸업생 각 1명씩을 선발, 시상하고 있다.

아홉째로, 소년소녀가장 지원사업인데 어린 나이로 가계를 꾸려가는 소년소녀가장의 기본적인 생활을 보장, 이들이 훌륭한 사회 구성원으로 성장하도록 삼성복지재단에서 1990년도부터 3백명에게 매달 10만원씩을 지급하고 있다. 소년소녀가장 본인의 신청이나 행정기관의 추천을 받아 대상을 선정하고 있다.

열번째로, 국교생 초청 글짓기대회가 있는데 삼성석유화학은 1983년부터 울산 및 울주군내 국민학생들에 대한 장학사업의 일환으로 글짓기 대회를 매년 개최하고 있다.

마지막으로, 심장병어린이 무료수술 기금 지원사업이 있는데 삼성물산 에스에스패션에서는 심장병을 앓고 있으면서도 수술비가 없어 고생하는 어린이들을 위해 매년 바자회 등을 통해 마련한 수익금중 50%를 수술기금으로 적립, 한국어린이보호회에 기증하고 있다. 1991년 한해동안 삼성물산이 마련한 기금으로 치료한 심장병 어린이는 모두 37명이다.

이상에서 언급한 일반사회복지사업과 청소년대상 사업에 덧붙여 삼성그룹에서 앞으로 계획하고 있는 사업은 대개 비영리 조직, 즉 재단을 통해서 사회참여활동을 수행할 것을 강조한다. 하지만 현재는 국내외의 상황이 경제적으로 어려운 시기이고 기업 본연의 임무는 경제부문이므로 기업의 사회참여활동이 그렇게 활발하리라 기대하기는 어렵다. 하지만 국내 유수의 재벌기업 가운데 하나인 삼성의 사회참여활동에 대한 본질적인 출발점은 기업이윤의 사회적 환원이라는 점이며 이 사업들이 기업이미지 개선에 도움이 된다는 긍정적인 태도를 가지고 있다. 특히 새로운 최고경영자의 취임후 공익사업이 활발한 경향인데, 다른 기업에서 참여하지 않는 독특한 사업을 하고 싶지만 새로운 아이디어와 사업거리가 부족한 점을 강조하고 있다.

지금까지 살펴본 삼성의 청소년 사업을 분석해 볼 때 삼성은 대체적으로 다른 재벌기업에 비해 청소년 사업이 활발한 편이고 청소년 수련활동에 대한

전망도 긍정적인 편이다. 하지만 이 그룹도 청소년을 주대상으로 하는 장기적 사업은 많지 않다. 삼성이 청소년기본법과 청소년 기본계획에 의한 청소년 수련시설과 수련거리 등과 같은 사업에 참여토록 하기 위해서는 그룹 최고경영진과 실무자들에게 정부의 청소년사업에 대한 정확한 정보를 제공하고, 그래서 그들이 경영전략의 차원에서 청소년사업에의 참여나 투자를 긍정적으로 검토하도록 하는 것이 필요하다. 정부의 청소년사업에 대한 장기적 계획을 홍보함으로써 기업쪽에서도 아이디어나 사업거리의 부족을 충족시킬 수 있을 것이다. 다음은 현대그룹의 사회참여활동 및 청소년활동을 살펴본다.

나. 현대그룹의 복지사업과 청소년사업

우선 현대의 사회참여활동의 현황은 아산복지사업재단과 그룹 문화실, 42개 각 계열사로 나누어서 참여하고 있다. 특히 현대그룹의 대표적 재단인 아산복지사업재단은 사회복지사업, 의료사업, 연구개발사업, 장학사업의 4가지 기본사업을 수행하고 있으며, 그룹 문화실은 기업의 이미지 개선을 위해 종합기획실에서 분리되었으며 홍사단 지원과 같은 청소년 관련행사 후원을 포함한 각종 후원사업을 추진하고 있다. 문화실 주최사업은 사원 자녀를 위한 사업, 국민학교 고학년생 산업시찰, 산간벽지 어린이 서울나들이, 사원주택 건립을 수행하고 있지만 각 계열사에서 수행하는 개별적인 사회참여활동을 그룹본부에서 파악하는 것은 어렵다.

사회참여활동의 의사결정과정은 사회복지사업경우 아산복지사업재단에서 독자적으로 기획, 결정하나 문화실 사업은 문화실에서 기획하고 최고경영자가 결정한다. 42개 계열사의 사업은 그룹차원에서 결정하여 분담하나 대체로 총괄부서에서 통제한다. 사업선정의 기준은 일반 국민, 특히 대학생들의 현대에 대한 이미지가 별로 좋지않기 때문에 기업의 이미지 개선에 효과를 거둘 수 있는 사업을 우선적으로 지원한다. 하지만 현대그룹의 사회참여활동이나 청소년 사업에 대한 기본방침은 장기적으로 투자가치가 있고 아이디어나 사업거리만 좋다면 언제나 참여하거나 투자할 준비가 되어 있다. 하지만 현대

그룹에서도 실무자의 의견과 상관없이 최고경영자의 이념에 따라 결정되는 경우도 허다하다.

현대그룹이 경험하는 사회참여활동시 어려운 점은 경험과 아이디어 부족으로 인해 사업선정의 어려움이 크다는 사실이다. 특히 이 그룹의 경우 일반인을 대상으로 하는 활동계획은 없고 그룹 문화실에서는 주로 특정 사업에 대한 간접적인 지원, 후원사업에 주력한다. 현대그룹의 특징은 아산복지재단의 비중이 크고 재단이나 계열사의 자율성이 다른 그룹에 비해 강한 편에 속한다.

현대그룹의 각종 후원사업도 삼성에서처럼 기업의 이미지개선을 염두에 두고 하는 경우가 많다. 특히 아산복지사업재단이 다른 기업에 비해 매우 일찍부터 활동을 해왔고 이루어 온 성과도 괄목할 만하기 때문에 현대그룹의 주된 사회참여활동은 아산복지사업재단을 통해서 이루어지고 있다. 현대그룹의 경우 삼성그룹에 비해 청소년층을 대상으로 실시하는 사업이 적다. 하지만 점차 이 그룹에서도 비영리재단을 통해서나 회사가 직접 참여해야 하는 청소년 사업의 필요성을 강하게 느끼고 있기 때문에 청소년 사업에 대한 전망이 어두운 편은 아니다. 그렇지만 아직도 순수한 사회활동보다는 유형, 무형의 반대급부를 기대하는 조건에서만 참여할 것이라고 관계 실무자는 말한다. 다음은 럭키금성그룹의 청소년 사업을 알아본다.

다. 럭키금성그룹의 청소년 사업

럭키금성그룹은 사회참여활동 및 청소년사업에 대해 전반적으로 소극적이다. 하지만 기업이윤의 사회환원 차원에서 럭키금성복지재단을 설립했으며 현재로는 가장 도움이 필요한 절대빈곤층을 대상으로 하는 사회복지사업이나 사회복지시설을 우선적으로 지원하는 것이 재단의 우선적인 목적사업이다.

현재 수행하는 사회참여활동은 첫째로, 사회복지법인인 럭키금성복지재단의 사회복지사업과 사회복지시설 지원이 있는데, 소년소녀가장의 지원을 위한 종합사회복지관을 건립하였고 이에 대한 운영은 구청에 위탁하였다. 이

그룹의 관점은 기업은 시설 등의 지원을 하고 운영은 사회사업가들에게 위탁하는 것이 바람직하다는 생각이다. 둘째로, 연암문화재단이 있는데 장학, 문화, 학술진흥사업을 시행하고 있으며 연암학원은 육영사업을 실시하고 있다. 요약하면 럭키금성그룹의 경우 복지재단, 문화재단, 학교재단으로 나누어져 있고 재단을 중심으로 사회참여활동을 수행하고 있다.

그룹 산하의 각 계열사가 실시하는 사업에 대해 그룹본부나 재단에서 자세히 파악하기 어렵다. 몇몇 구체적인 사업으로는 연암사이언스홀 운영이라든가, 한강청소년 음악회를 후원하는 정도이고 그룹홍보실에서 어린이날에 국민학생을 선발해서 유람선, 63빌딩, 사이언스홀 관람을 시키는 정도이다.

럭키금성그룹의 사회복지재단 기금은 계열 기업에서 순이익의 1%씩을 기부받아서 30억을 최초로 조성하였다. 사회참여활동이나 청소년 사업에 대한 의사결정은 럭키금성복지재단으로 대개 일원화되어 있으며 럭키금성그룹의 모든 공식적인 사업을 사실상 책임지는 형편이다. 대개 실무진이 기획해서 최고경영진의 결재하에 시행하는데 복지법인의 임원은 사장 1명, 외부자문교수 3명이 있고 전담 스태프 2명이 있다.

이 그룹이 경험한 사회참여활동시 어려운 점은 첫째, 정부부처간의 협조가 필요한 법제, 세제, 경리의 문제이다. 다시 말해서 정부 부처 사이에 특정 기업의 사회참여활동이나 재단 운영에 관련된 제반 제도들이 정리되지 않아서 기업이나 재단 쪽에서 어려움을 겪는 경우가 많다는 것이다. 둘째는 사업의 효과성 문제인데 사회적 인식 때문에 사회참여활동이 왜곡될 우려가 있다는 것이다. 이 그룹의 관계자는 아직도 사회사업이나 청소년 사업에 대해 과거의 부정적 시각에 대한 우려를 가지고 있다. 특히 일반 국민들의 차별의 전반적 행태에 대한 부정적 이미지와 사회참여에 대한 고정관념 때문에 실제로 순수한 동기를 가지고, 또 실제적인 요구가 시급해서 시작하는 사업에까지 지장을 초래한다는 사실을 강조하였다. 세째, 사업선정의 어려움이라고 할 수 있는데 전문가의 입장에서 선정한 중요한 사업이 실무자의 입장에서 보면 어려운 사업이 될 수가 있고 그래서 어려운 경우가 허다하다. 사업선정이나 사

업에 대한 아이디어의 부족은 거의 모든 기업체의 실무자들이 공통적으로 지적하고 있는데, 이는 우리나라 기업이 아직도 사회사업이나 기업의 공헌 활동에 대해 전문화의 수준이 낮다는 것을 간접적으로 나타내 준다. 한편으로는 제대로만 계획된다면 청소년 사업이 좋은 사업거리가 될 수 있다는 가능성을 엿보이게도 한다. 마지막으로, 청소년 사업의 경우 대상층인 청소년들의 참여의지나 시간의 절대부족으로 사업시행의 효과성이 의문스럽다고 강조한다. 실무자로서, 또는 청소년의 학부모로서의 지적이 우리의 청소년 사업의 현실과 청소년 수련사업에 대한 민간참여의 어려움의 한 단면을 보여주는 것이라 여겨진다.

사회참여활동 및 청소년 사업의 계획에 대해서 말하면 기업가의 입장에서 는 사업을 하는데 도움이 되는 계층을 대상으로 하는 사업을 지원하는 것이 효과적이다. 따라서 청소년층을 대상으로 하는 사업은 직접적 효과가 크다는 유리한 점이 있지만 절대빈곤층에 대한 직접적인 지원이 우선적이라고 생각하는 최고 경영자의 이념 때문에 당분간은 어렵다고 보여진다. 뿐만 아니라, 이 그룹의 경우 특정인, 특정단체를 지원하는 것보다는 전국규모의 사업에 중점을 두고 있으며 간접적인 지원이나 후원보다는 직접지원이 우선적인 사업이다. 특히 전국 산업체 부설 특별학교(약 10,108 여개)가 점점 감소하는 추세에 있음에 비추어 도움이 필요한 중소기업체 근로자 특별학교에 대한 지원방안을 계획하고 있으며 일반 고등학교 수준의 야간학교 개설도 예정하고 있다.

럭키금성복지재단의 경우 1991년 1월에 설립되어 재단의 역사가 짧기 때문에 사업선정에 어려움을 많이 느끼고 있다. 특별히 소년소녀가장에 대한 직접 지원은 최고경영자의 의견이 매우 많이 작용된 사업이다. 청소년 수련사업과 관련해서 특이한 점은 종합사회복지관을 설립해서 전문법인체에게 위탁한 일인데, 앞으로 청소년 수련관도 종합사회복지관과 유사한 방식으로 기업에서 설립할 수 있다는 점에서 매우 시사하는 바가 크다. 특히 재단의 실무자의 입장에서 직접적인 도움을 받는 계층을 대상으로 하는 탁아사업, 청소

년사업이 효과적이라고 생각하고 있다는 점에서 청소년 수련사업이 이 그룹에게는 하나의 추천할 만한 사업거리가 될 수 있을 것이다. 럭키금성그룹의 사례는 민간기업의 청소년 수련사업에의 참여와 투자확대와 관련해서 다음의 사실을 암시해 준다.

첫째, 청소년 수련사업에 참여하는 모델을 추론할 수 있다는 점이다. 즉, 남가좌동과 하월곡동에 종합사회복지관 시설을 건립해서 공공기관인 구청에 위탁해서 운영한다는 점이다. 이 경우 재정적인 부담이 큰 시설투자는 민간기업이 담당하고 이에 대한 운영책임은 공공기관이 맡는 방식은 청소년 수련시설의 기업참여에 유력한 방식의 하나로 보여진다.

둘째, 많은 기업이 그렇듯이 이 그룹도 제단사업선정에 어려움을 겪고 있다. 다시 말해서 재정도 확보되어 있고 사업에 대한 열의도 있지만 참여하고 투자할 만한 사업거리를 정하지 못하고 있는 실정이다. 이 점에서 청소년 수련사업의 가능성을 볼 수 있다. 다시 말해서 주요 민간기업을 대상으로 청소년기본법과 청소년 기본계획의 취지를 설명하고 민간기업의 참여와 투자에 대한 정부측의 원칙만 제시되면 많은 대기업들이 참여할 개연성이 크다고 할 수 있을 것이다. 청소년 시설에 관련된 이슈가 정책적으로 중요하고, 그래서 비공개적인 측면이 많이 있지만 민간기업에 대한 적절한 홍보도 함께 이루어진다면 그렇게 어려운 문제는 아닐 것이다. 다음은 대우그룹의 청소년 사업을 살펴본다.

라. 대우그룹의 청소년사업

대우그룹의 최고경영자의 경영이념은 창조, 도전, 희생이다. 여기서의 희생은 후대를 위한 기성세대의 자기 헌신을 의미하고 청소년에게 발전된 국가를 물려주어야 하는 것이 기성세대의 임무라고 생각한다. 이 그룹의 최고경영자는 청소년에 대한 관심이 매우 많다. 이에 대한 구체적 사례로서 책판매를 통한 인세를 소년소녀가장 아파트 건설에 이용하고 있다. 청주시에 건설된 소년소녀가장 아파트는 최근에 총 100가구 정도의 1차사업이 완공되었고 집

기, 비품, 가구는 대우에서 지원했으며 청주대 사회복지학과 학생들의 자원봉사활동을 통해 학생지도나 상담등을 수행하고 있다.

사회참여활동의 의사결정은 그룹의 기획조정실에서 기획해서 필요성을 검토한다. 다음에는 사장단으로 구성되는 운영위원회에서 결정되는데, 최고경영자의 의견이 많이 반영 될 수는 있지만 운영위원회의 결정에 따라 결정되는 경향이 강하다. 현재의 사회참여활동의 현황은 낙도오지의 장학사업, 의료활동, 보건사업, 교대학생들의 진학지원이 있는데 이는 후세 교육, 초등교육자의 자질개선을 위한 의도에서 실시하고 있다. 현재 수행중인 청소년사업은 (1) 청주시에 대우 꿈동산을 만들어 소년소녀가장을 위한 아파트를 건설했으며, (2) 부산에 청소년 전용회관을 1991년 12월에 개관했고, 이는 지하 1층, 지상 7층의 청소년 복지센터인데 26억이 소요되었으며 부산시에 기증해서 부산시가 운영하고 있다. (3) 이벤트 사업으로서 라디오 캠페인 '젊음에게물' 기획해서 기성세대들이 청소년에게 들려주고 싶은 이야기를 라디오에서 연속물로 기획했는데 이는 대내외적으로 좋은 반응을 얻고 있으며, 책자, 카세트테이프를 만들어 학교, 독자들에게 배부하고 있다. (4) YWCA 지원사업으로서 바른 교육 캠페인에 1억을 지원해서 교육문제, 교육현장의 문제점을 부각시키고 있다.

대우그룹의 사회참여활동의 주력기관인 대우재단은 기업의 나쁜 이미지를 개선하기 위해 활동하는 다른 재단과는 차별화하려는 의도가 크다. 재단이 수행하는 대표적인 사업으로 비영리 병원운영, 학술사업 지원사업이 있다. 이 그룹의 경우 과거에는 사회참여활동에 대한 광고나 홍보를 꺼려하는 경향이 있었고 다른 기업에 비해 집행이 늦었다. 특히 대내외적으로 기업의 전반적 이미지가 별로 좋지 않았고 사내에서도 자사의 사회참여활동에 대한 의구심이 많았다. 하지만 현재는 대내외적인 이미지와 기업자체의 이미지 형성을 위해 사회참여활동에 대한 광고도 실시하고 있다.

대우그룹의 피면접자에 따르면 기업이 사회참여활동을 하는 까닭은 기업의 사회참여활동에는 반드시 그 반대급부가 있기 때문이라고 강조한다. 사실 마

케팅의 차원에서 또 장기적 안목에서 보면 다양한 사회참여활동이 소비자의 복지증진에 도움이 된다. 부의 절대적 양을 소비자와 나누어 소비자의 상품 구매력을 높여주기 위한 장기적 목적이 있고, 대중이 사랑해 주고 애호하는 기업이 되기 위한 목적도 있다. 시대의 변화로 사명감을 가지고 하는 사회참여활동보다는 마케팅 차원의 목적이 더 크다. 기업의 사회참여활동의 정도는 대부분의 기업들이 자율성을 가지고 참여활동을 하려는 의도가 많지만 정치 경제적 여건에 따라 사회참여활동의 수준도 달라질 것이다.

대우그룹의 경우 기업의 사회참여활동을 마케팅의 일환으로 수행된다고 보는 시각이 특이하다. 실제로 기업의 사회참여활동이 단기적이고 형식적인 수준에서 벗어나 사회참여활동에 대한 기업의 지속적인 참여를 유도하려면 기업의 사회참여활동이 보다 광범위하고 전략적인 마케팅의 차원에서 이루어져야 한다는 점은 주목할 만한 자세라 보여진다. 대우의 사례에서 나타난 뚜렷한 특징은 무엇보다도 재단을 통한 활동의 비중이 높다. 다시 말해서 기업의 사회참여활동을 일찍부터 전문화 조직화시켰다고 평가할 수 있다. 비록 청소년 사업에 대한 참여가 재단의 수준에서 아직 활성화되지 못하지만 내부적으로 청소년 수련시설에의 참여에 대한 관심이 크고 또 이에 대한 기초 용역 및 타당성 조사까지 진행중인 점으로 미루어 여러가지 방식의 청소년 사업에의 참여나 투자가 기대된다. 사실 기업에서 청소년 수련사업에 여러가지 방식으로 참여하고 재원을 투자하기 위해서는 반대급부가 주어져야 하는데 건전한 반대급부를 주는 것을 상정한다면 -반대급부를 주지 않고 기업의 참여와 투자를 유치하는 방안이 이상적이라 하더라도- 이에 대한 연구와 검토가 필요하리라 본다. 다음절에서는 쌍용그룹과 한일그룹의 청소년 사업을 검토한다.

마. 쌍릉그룹과 한일그룹의 청소년사업

쌍릉그룹의 주된 사회참여활동은 두개의 공익재단을 통해서 수행되고 있으며 그외의 사업은 홍보실이나 종합조정실에서 주로 추진된다. 최고경영자의 경영철학과 사회봉사에 대한 신조는 신뢰, 혁신, 인화가 있으며, 어떠한 환경 속에서도 연속성을 유지하고 기업환경을 주도해 가는 창조적인 기업으로 성장하여 사회에 봉사하는 것이다. 현재 수행하는 사회참여활동은 (1) 코리아 심포니 오케스트라, 용평 뮤직캠프 페스티벌, 사온 음악회 등과 같은 문화 지원사업이 있고, (2) 장애인 지원사업이 있는데 한국장애인 복지체육회 설립 등의 사업이 이에 속한다. (3) 체육진흥활동은 유도의 진흥을 위해 노력하고 있고, (4) 한국보이스카우트 지원재단을 설립했다. 사회참여활동에 대한 종업원들의 인지도와 반응은 사보나 기타의 사내 홍보활동을 통하여 잘 알려져 있으며 직원들의 인식도 좋은 편이다.

사회참여활동의 효과에 대한 평가는 기본적으로 기업이익의 사회적 환원이 라는 차원에서 실시하고 의무감도 느끼고 있으나, 사실 눈에 보이지 않는 무형의 효과가 큰 것도 사실이다. 사회활동을 수행하는데 애로요인은 사회활동이나 문화활동을 수행하고 있지만 전문인이 아니기 때문에 지식이 부족한 것을 많이 느낀다는 점이다. 그래서 어떤 사업을 어떻게 하는 것이 바람직할 것인가에 대한 판단이 어려울 때가 많이 있다. 하지만 쌍릉그룹의 앞의 재벌 기업들과 비교해 볼 때 청소년 사업의 규모가 그다지 활발하다고 볼 수 없다.

한일그룹의 사훈은 신용, 성실, 창의이며 직원상은 정직하고 과학적이며 적극적인 태도이다. 현재 한일그룹에서 수행하는 사회활동은 육영사업(한효학원과 한일여자고등학교 설립)이 대표적인데, 선대회장의 개인적인 의지와 자신의 경험에 비추어 일하면서 공부하는 청소년상을 모색하고 특히 가정이 풍족하지 못한 소녀들에게 일터와 배움의 길을 동시에 제공하기 위해 시작하였다. 기타 국제연합 아동기금사업에 대한 지원행사나 문예지 출판지원 그리고 자선음악회 개최 등이 있지만 청소년만을 주대상으로 하는 것은 아니다. 사

실 청소년을 주대상으로 하는 사업은 뚜렷한 것이 없고 프로스펙스 상표를 통해 청소년에게 질 좋은 제품을 제공하자는 것이 있는 정도이다.

청소년사업이 중요하기는 하지만 현재의 여건으로는 적극적일 수 없다. 왜냐하면 기업이 당면한 내외적 어려움을 생각해 볼 때 현재는 기업의이윤확보가 중요한 시기이기 때문이다. 하지만 앞으로 또 다른 기회가 올 지 모른다. 원론적으로 말해서 기업의 입장에서 정부나 국가와 관련된 사업을 하는 것은 여러가지로 어려운 점이 있다. 특히 관료조직과의 협조적인 관계가 아직 부드럽지 못한 면이 있고, 또 기업이 직접 청소년 사업의 운영에 참여했을 때 양두구육적으로 보는 시각이 있는 것도 사실이다. 다음은 현재의 주요 기업 가운데 청소년 수련활동에 대한 참여와 투자가 가장 활발한 코오롱 그룹의 사례를 살펴보자.

바. 코오롱 그룹의 청소년사업

코오롱의 경우 주로 재단을 통해서 사회참여 및 청소년 사업을 시행하고 있으며 사회참여활동에 관련된 다양한 의사결정과정은 주로 재단에서 기획하고 상임이사 중심의 이사회에서 결정한다. 현재의 사회참여활동은 오운문화재단(직원 10명, 상임이사 1, 수련원 현장인원 3명)에서 장학사업, 수련원 건립, 산간 벽지에 학습기자재 지원사업을 수행하고 있으며 수련원 건립사업은 오운문화재단에서 현재 실시하는 사업가운데 가장 규모가 크고 또 강조하고 있는 분야이다. 재단과는 별도로 실시하는 그룹차원에서의 사업은 성북동에 탁아소를 건립해서 구청에 위탁했는데 운영은 조계사에서 하기로 결정되었다. 기타 대학 기자재 지원사업이나 마라톤 지원사업 등이 있다.

코오롱그룹이 청소년 수련시설에 관심을 가진 이유는 재단의 장기적인 목적사업을 모색하던 중 청소년이 국가의 장래를 위해 중요하고 또 청소년사업이 다른 사업에 비해 효파성이 높을 것이라 생각해서 결정했으며, 현재 속리산 국립공원에 30만평의 대지를 구입해서 준비하고 있다. 하지만 규제 일변도의 현행 법체제로 어려움이 많고 정부 부처간 조정이 안된 부분이 많아 통

괄적인 조정체계가 필요하다고 주장한다. 특히 산림법에 의한 산림대체 조성비, 농지법에 의한 농지대체 조성비는 청소년 수련시설에 대한 기업참여의 활성화를 위해 제고되어야 한다는 것이다.

사회참여활동과 청소년 수련사업 참여시 어려운 점은 규제 일변도의 현행 법체계에 있는 듯하다. 예를 들어 수련원 건립장소는 5,000평에 불과하지만 30만평에 대한 산림대체 조성비, 농지대체 조성비등을 부과하는 비합리적 행정때문에 어려움이 있다고 주장한다. 또한 환경청은 나름대로 수련원건립이 환경오염에 영향을 준다는 생각이 크고 그래서 환경비용이 예상밖으로 늘어났다. 특히 사업심의를 맡은 공원심의위원회의 청소년사업에 대한 인식부족도 어려운 요인 중의 하나이다. 코오롱 그룹은 사업의 수행주체의 측면에서 기업이 직접하는 것보다는 비영리 재단이 청소년 수련사업을 하는 것이 더 바람직하다고 주장한다. 왜냐하면 기업은 결국 이익을 남기려는 방향으로 가기 쉽지만 재단은 목적사업 수익금의 60%를 사회에 환원해야 하므로 유리한 점이 많다. 재단 사업에 대한 사원들의 인지도는 높은 편이지만 과거에 비해 재단사업에 대한 인식이 부정적으로 바뀌는 경향이다.

기업에서 참여하고 투자하는 청소년 수련사업 가운데 최근 기공된 코오롱 그룹 산하의 오운문화재단에서 추진중인 보람원은 민간의 청소년 사업참여의 가장 전형적인 사례로 손꼽힌다. 코오롱의 사례를 통해 앞으로 기업이 참여할 수 있는 가능성과 방안, 그리고 문제점들을 파악해 본다. 아래에서는 코오롱그룹이 현재 추진중인 청소년 사업의 역사와 현황을 더욱 구체적으로 살펴봄으로써 앞으로 민간에 의한 청소년 사업의 참여나 투자가능성에 하나의 주요 사례로서 적용될 수 있을 것이다.

〈코오롱 청소년 수련원 건립사례〉

I. 오운문화재단 현황

1. 재단 연혁

- 1981. 10. : 재단법인 오운문화재단 설립

(비영리 공익법인으로 문교부 허가득)

- 1982. 1. : 장학사업 및 연구지원 사업 승인 (문교부)
- 1985. 3. : 교육기관 지원사업 승인 (문교부)
- 1989.12. : 청소년 수련원 설치 운영사업 승인 (문교부)

2. 설립 목적

○ 사회 일반의 이익에 공여하기 위하여 공익법인의 설립, 운용에 관한 법률에 따라 국가와 민족의 발전에 기여할 수 있는 유능한 인재의 양성 및 과학기술의 개발 등에 기여하기 위하여 설립되었음.

3. 재단 사업실적 (1982년-1991년)

◎ 장학사업

- 대 상 : 대학생, 유학생, 외국인등
- 지급액 : 669백만원 (587명)

◎ 연구개발 지원사업

- 대 상 : 대학교 및 연구기관
- 지급액 : 701백만원 (총 136건)

◎ 교육기관 지원사업

- 대 상 : 산간벽지 및 낙도에 위치한 국민학교 (24개교/년)
- 지급액 : 407백만원 (전국 170개 국민학교)

※ 합계 총 17억원 지급

II. 청소년 수련원 설치운영

1. 개 요

청소년 수련원 설치운영사업은 1986년 확정, 수립된 중장기 사업계획의 일환으로 1990년대에 대비한 미래지향적인 신규사업의 필요성에 따라 장기간의 연구검토결과 1989년 12월 목적사업으로 추가되었다. 재단에서는 수련원 건립부지(1,964,725평방미터)의 매입에 이어 1990년 6월 각 부문별 전문가를 위촉하여 청소년 수련원 설치 및 운영에 관한 자문위원회를 구성하였으며 상

기위원회는 건축설계, 유스호스텔, 기획교육, 문화예술, 체육, 레크리에이션등 6개 부문으로 분류되어 활동하며 청소년 수련원 설치운영에 관한 기본계획수립에 공헌하였다.

본 수련원은 속리산 국립공원 선유구곡에 위치하고 있으며 재단은 1차계획기간(1990-1994)중 136억원을 투자하여 1994년 5월 개원할 것이며 2차계획기간(1995-1997)중 36억원을 추가 투자하여 명실공히 세계적인 청소년 수련원으로서의 면모를 갖추어 나갈 것이다. 또한 수련원 이용 대상별로 특성 있는 교육 프로그램을 개발, 활용하여 수련활동의 질을 높이며 각종 문화예술행사의 개최와 함께 앞으로 청소년 관련 전문지 발간, 청소년 문제 상담소 운영 등으로 사업영역을 점차 확대해 나갈 계획이다.

2. 청소년수련원 사업목적

국가 백년대계를 위한 세계적인 청소년수련원 건립

- 1) 청소년의 꿈과 이상을 설계하는 공간제공
- 2) 전인교육을 위한 사회교육의 장
- 3) 건전여가 문화조성 및 일탈행위 예방 및 교정의 장
- 4) 국제 청소년 교류를 통한 세계관, 국가관, 가치관 확립
- 5) 청소년 지도자 지도 육성

3. 위 치

◎ 충청북도 괴산군 청천면 관평리 군자산 일대

(속리산 국립공원내 약 694,000평)

4. 교육 PROGRAM

4-1. 전통문화 교육

- 1) 전통 민속관
- 2) 민속 공예관(전통도예, 전통공예)
- 3) 생활 예절
- 4) 전통 민속 놀이(계절별)

4-2. 자연 학습

- 1) 과학관
- 2) 실습 농원
- 3) 식물원
- 4) 조류장
- 5) 암석원
- 6) 시청각 교육

4-3. 체력 단련

- 1) 수영
- 2) 극기훈련
- 3) 캠핑
- 4) 각종 민속경기
- 5) 각종 체육
- 6) 산림욕

4-4. 청소년 테마 캠프

- 1) 문화예술 분야 : 음악캠프, 연극캠프, 문예캠프
- 2) 스포츠 분야 : 수영캠프, O.L캠프 등
- 3) 사회 분야 : 국가관, 인생관, 협동심, 책임의식, 인내심, 자기개발동

4-5. 국제 청소년 교류

- 1) 국제행사 개최 및 참가
- 2) 해외교포 청소년 교류

4-6. 청소년 지도자 교육

- 1) 지도자 PROGRAM 개발
- 2) 지도자 양성기관으로 육성 발전

4-7. 청소년 가족 PROGRAM

4-8. 청소년 건전문화 진흥

- 1) 청소년 상담소 운영

2) 청소년 간행물 발간

5. 대 상 자

- 초·중·고등학생
- 청소년 단체
- 청소년 지도자
- 청소년 가족 및 근로 청소년
- 해외 교포 청소년
- 국제 청소년

6. 지역발전 기대효과

- ◎ 국립공원으로서의 황폐화 ⇒ 조경화
- ◎ 인근 지역 교육기관에 대한 지속적인 지원으로 교육환경 개선효과
- ◎ 동지역 주민의 고용 기회 확대 효과
- ◎ 각종 주, 부식 현지조달에 따른 소득 증대 효과
- ◎ 공사기간중 현지 조달 가능 자재 및 고용증대 효과
- ◎국위선양 및 동 지역 IMAGE 제고

7. 환경오염 방지 대책

7-1. 오수정화 설비(무방류 SYSTEM)

원내에서 발생하는 생활오수를 정화 처리하여 원내의 잡용수 및 조경, 잔디, 자연학습장의 농업용수등으로 100% 재사용하며 만일에 대비하여 5,000톤 규모의 연못을 조성하고 또한 선정 공법을 기계설비 의존도가 낮으며 수량 및 기온의 변화에도 안정된 성능을 유지할 수 있는 고도처리 공법을 도입하여 기계 고장이나 관리소홀로 인한 일시적인 처리효율이 최소화하도록 하며 국립공원 내에서는 최초로 처리수를 100% 재활용하는 무방류 오수처리 시스템을 시범적으로 설치하여 전국적으로 확산되도록 유도하고 청소년 수련원으로서 환경오염 방지에 대한 교육용으로 활용토록 하여 차세대의 환경에 대한 중요성을 인식토록 한다.

7-2. 쓰레기 처리방안

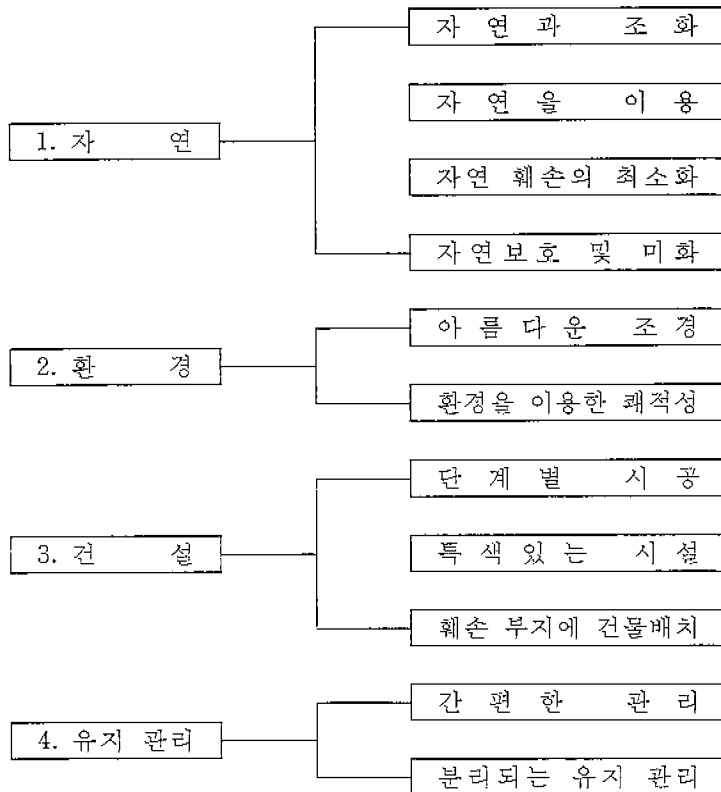
○ 재활용 쓰레기 : 압착 프레스를 이용하여 1:20으로 축소하여 재활용
공장으로 수송

○ 폐 기 물 품 : 압착 프레스를 이용하여 1:20으로 축소하여 콘테이
너에 실어 매립지로 수송

8. 시설 기본 방침

〈표 5-1〉

보람원의 시설 기본방침



9. 시설 설치 계획

9-1. 1차시설(개원 : 1994년 5월)

- 1) 국제관 (건평 : 514평)
 - 국제 청소년 교류 및 행사 개최
 - 해외교포 청소년 및 청소년 지도자 교육 등
- 2) 숙박동(건평 : 1,258평)
 - 국내 청소년 전용 숙박 시설로서 쾌적한 공간 조성
- 3) 연수동(건평 : 991평)
 - 각종 교육시설
 - 식당 포함
- 4) 대강당(건평 : 362평)
 - 우천시 입·퇴소식
 - 농구, 배구등 실내경기
- 5) 자연학습장(면적 : 4,000평, 건평 : 29평)
 - 실습농사를 통한 농촌생활의 체험학습
- 6) 야외 수영장(건평 : 34평)
 - 25m × 15m의 소규모 수영장
- 7) 야외 공연장
 - 500명 수용규모의 야외 공연장
- 8) 제 1야영장(건평 : 34평)
 - 야영생활을 통한 자연과의 대화 및 청소년 심신단련
- 9) 극기훈련장
 - 극기훈련을 통한 심신단련
- 10) 소운동장(500평/2개소)
 - 배구, 농구등의 구기운동 시설
- 11) 눈 썰매장(면적 : 3,000평, 건평 : 60평)
 - 간이용

12) 오수처리장(면적 : 197평)

- 자연환경 보존
- 무방류 시스템

13) 기타 편의시설

- 주차장, 경비실(11평), 연못, 야외식물원, 어린이놀이터, 삼림욕장 등

※ 1차시설 연건평 약 3,490평

9-2. 2차 시설(준공 : 1997년 5월)

1) 본 관(건평 : 197평)

- 기념관 및 전시관으로 활용

2) 민속관(건평 : 231평)

- 민속 공예관, 민속 도예관, 생활 예절관, 민속 놀이장
- 한국의 고유 전통문화 고취

3) 기숙사(건평 : 78평)

- 독신자 직원의 숙박활용

4) 과학관(건평 : 349평)

- 청소년의 과학탐구의식 고취

5) 제2야영장(건평 : 51평)

- 야영생활을 통한 자연과의 대화 및 청소년 심신단련

6) 실내수영장(규모 : 25m × 15m, 수용인원 : 200명, 건평 : 350평)

7) 대운동장

- 정규 규격의 축구장 겸용(3,000평)

8) 상징 구조물

- 수련원의 특성을 살린 상징탑

9) 기타 편의 시설

- 조류장(99평), 암석원, 휴게소(49평), 경비실(11평), 명상의집(30평), 정자(3평) 등
- 2차시설 연건평 약 1,448평

10. 추정 투자비

〈표 5-2〉

보람원 추정 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	1 차 (1992~1994)	2 차 (1996~1997)	계
토 지	2,500	0	2,500
건 물	6,369	1,091	8,270
옥외시설물구축물	3,100	430	3,530
집 기 비 품	616	400	1,016
부 담 금	750	0	750
기 타	900	200	1,110
계	14,235	2,931	17,166

11. 추진현황

〈표 5-3〉

보람원 추진현황

○ 인허가 및 행정절차

년 월 일	추진내용	관계부처	비고
'89. 8.~12.	체육청소년부 산하 한국청소년연구원 에 연구 의뢰(제목 : 청소년수련원 건 립을 위한 기초조사)	오 윤 문 화 재 단	
'89. 12. 28.	청소년수련원 설치 운용사업 허가	교 육 부	별 첨
'89. 12.~ '90. 12.	부지매입	오 윤 문 화 재 단	
'90. 1.~3.	시설배치 계획수립	한국청소년 연 구 원	
'90. 2. 16.	기부금 사용승인 1,400,000,000원		별 첨
'90. 4.~5.	투자 및 운영계획 수립		
'90. 5.~6.	공원 기본계획수립		

〈표 5-3〉 계속

년 월 일	추진 내용	관계부처	비고
'90. 12.	속리산 공원계획 변경 승인 신청 (사업총면적 : 2,300, 990㎡)		
'91. 1. 18.	충북도 및 정부 9개 부처 협의 공문발송		
'91. 4. 17.	기부금 사용승인 1,600,000,000원		별첨
'91. 3.~7.	환경처, 국방부, 문화부, 산림청, 교통부, 농수산부, 내무부, 재무부, 체육청소년부, 충북도의 동의의견서 접수		
'91. 8. 22.	충북도 공원계획 변경 연기 공문 발송 충북도 의견 ┌ 기초의원 반대 └ 주민의 공감대 형성 부족	내무부	
'89. 12. 28	토목공사 기본 및 실시설계	동양기술개발공사	
'91. 6.~11.	건축공사 기본 및 실시설계	동성종합건축연구소	
'91. 9.~10.	민원해소 및 공감대 형성으로 주민동의서 완료. 군의회 설명회 개최로 군의회 동의서 완료	오운문화재단	
'91. 11. 26.	기부금 사용승인 : 코오롱상사(주) 주식 64,516주	교육청	별첨
'92. 3. 29.	기부금 사용승인 850,000,000원	"	"
'92. 6.	제22차 국립공원위원회 심의 결의	내무부	
'92. 7. 11.	속리산 국립공원 계획 변경 결정 (고시 제1992-15호)	내무부	별첨
'92. 8. 27.	속리산국립공원 청소년 심신수련장 기본설계 승인 (공고 제1992-45호)	"	"
'92. 10. 8.	사업시행 허가	국립공원관리공단	"
'91. 10. 30.	기공식	오운문화재단	
'92. 10.~ '94. 4.	토목 및 건축공사	코오롱건설(주)	
'94. 5. 5.	개원 예정		

3. 청소년사업과 기업의 참여 및 투자방안

한국을 대표하는 주요 대기업의 청소년사업에 대한 조사연구의 결과 다음과 같은 사실을 발견할 수 있다.

첫째, 전반적으로 기업의 사회참여에 대한 관심이 경제의 생산성에 대한 관심보다 적다. 특히 청소년사업에 대한 관심은 몇몇 소수의 최고 경영자의 경영철학이나 기업방침에서 강조되지 않은 경우에는 더욱 미미한 실정이다. 이러한 문제의 해결을 위해서는 기업을 대상으로 청소년 정책을 적극적으로 알리고, 또한 청소년사업의 중요성과 기업참여의 필요성을 적극적으로 홍보하는 것이 시급하다. 왜냐하면 앞서서도 논의되었듯이 청소년사업에 대한 기업의 참여는 최고경영자의 의지가 가장 중요한 요인 가운데 하나이기 때문이다.

둘째, 하지만 몇몇 선구적인 기업집단에서는 사회복지사업과 특히 미래 우리나라의 주인이 될 청소년사업의 중요성과 필요성을 강하게 인정하고 있으며 그룹차원에서 많은 투자를 하고 있고, 앞으로 계획하고 있는 경우도 많다. 하지만, 청소년사업의 중요성을 인정하고, 참여 및 투자준비가 되어 있는 기업의 경우도 어떻게, 어떤 사업을, 어떤 통로를 이용해서 접근할 것인가에 대해서는 분명한 입장을 밝히지 못하고 있다. 다시 말해서 기업의 경우 아이디어의 빈곤을 절실히 느끼고 있으며, 이는 잘 기획되고, 잘 수행될 수 있는 사업의 경우에는 기업에서 투자하고 참여할 가능성이 매우 높을 수 있다는 것을 함축한다. 이런 점에서 잘 계획된 사업을 구상해서 기업체에 제시할 경우 기업체의 호응도가 높을 수 있을 것이다.

셋째, 대기업 집단군이 청소년사업 가운데 청소년 수련시설의 설립이나 운영을 하려고 할 때 가장 커다란 애로요인 가운데 하나는 그린벨트의 적용, 기업의 생산활동과 관련이 적은 부동산에 대한 매각조치와 같은 정부의 거시적 정책, 산림법과 농지법, 환경기준법과 같은 관련법규와의 충돌, 공원심의 위원회와 같은 소위 정부내의 관련부처나 관련제도와의 갈등과 충돌을 들 수 있다. 이러한 문제점과 애로요인을 해결하는 방안으로서 관련부처의 합동회

의를 통하여 청소년 사업의 중요성과 특징을 설명하고 이에 기초해서 청소년 사업에 관련된 애로사항을 극복해야 한다.

넷째, 기업을 청소년사업에 자연스럽게, 그리고 효과있게 참여시키기 위해서는 기업의 행동양식과 특성에 맞는 유인책을 제공하여야 한다. 예를 들어, 기업이 기업소유의 녹지대나 임야, 또는 부동산에 대해 청소년 수련시설을 설치하고 운영할 경우, 청소년이 많이 이용하는 성수기가 아닐 때에는 수련시설을 기업의 사원 교육이나 사원대상 수련활동을 할 수 있도록 하면 기업에게는 호소력 있는 유인(incentive)이 될 수 있을 것이다.

마지막으로, 청소년사업에 대한 기업의 참여 및 투자방안이 여러 형태로 나타날 수 있지만 위에서 언급한 수련시설에 대한 투자를 제외하면 가장 공헌이 클 수 있는 사업은 기업에게 청소년 사업을 전문적으로 운영하게 유도하는 일이다. 이를 통해서 기업은 기업대로 기업의 활동에 보람을 느낄 것이고 공공기관은 재정적인 부담이나 실제적인 사업수행에서의 도움을 받을 수 있고, 청소년은 대기업에서 기획, 운영된 더욱 전문화되고 세련된 청소년활동을 즐길 수 있을 것이다.

다음의 마지막 장에서는 지금까지의 논의와 실증적 분석의 결과를 종합하고 이에 근거해서 수련사업에 대한 민간참여를 증진하기 위한 정책적 제언을 한다.

제 6 장 결론 및 제언

제 6 장 결론 및 제언

이 연구에서는 청소년 수련사업에 대한 민간의 참여 및 투자가 필요한 상황을 고려하여 어떤 영역의 민간부문을 어떤 방향과 방법으로 청소년사업에 참여하게 할 것인가를 주요 연구 주제로 삼았다. 앞의 이론적인 논의를 했던 장에서도 언급되었듯이 민간의 영역은 독립된 개인에서부터 시작하여 기업이나 자발적 민간단체, 기타 다양한 직능집단별로 여러가지 집단이나 조직이 존재한다. 각각의 민간영역이 모두 그 영역나름의 장점과 특징을 살린다면 다양한 방식으로 청소년 수련사업의 활성화에 공헌할 수 있을 것이다. 하지만 모든 민간영역에 의한 청소년 수련사업의 참여 가능성을 이 연구에서 동시에 다룰 수는 없을 것이다. 그래서 이 연구에서는 민간영역 가운데서도 재정적으로나 인적으로, 그리고 조직력에서도 가장 강력한 힘을 가진 기업에 의한 청소년사업의 참여 및 재정적 투자 확대 방안을 논의하였다. 민간기업을 제외한 다른 영역에서도 이러한 문제의식과 연관되어서 후속적인 연구가 필요할 것으로 본다. 예를 들어 민간의 자원봉사제도에 의한 참여도 추가적인 연구가 필요한 영역이라고 본다.

기업의 청소년 수련사업에 대한 참여와 투자에 초점을 두고서 이 연구에서는 다음과 같은 구체적인 연구주제를 선정하였다. 첫째, 현재 한국의 대표적 기업들이 가지고있는 일반적이고 광범위한 의미의 사회참여활동과, 보다 구체적으로 청소년사업에 대한 의식과 태도는 어떠하며, 특히 청소년문제나 청소년정책에 대해 어떠한 생각이나 관점을 가지고 있는가? 둘째, 사회봉사활

동에 참여하고 청소년사업에 투자하는 기업은 어떤 기업들이며 어떤 특징을 가지고 있는가? 셋째, 현재 한국기업이 참여하는 사회참여활동과 청소년사업의 현황과 특성은 어떠한가? 넷째, 기업은 왜 사회참여활동을 수행하며 또 청소년사업에 투자하는가? 다시 말해서 기업 본연의 이윤추구가 아닌 사회봉사활동을 수행하는 동기가 무엇인가 하는 것이다. 다섯째, 기업의 사회참여활동이나 청소년사업의 활동분야를 결정하는 요인은 무엇이며 어떤 변수가 결정적인 영향을 미치는가를 파악한다. 마지막으로, 기업이 사회참여활동이나 청소년사업에 참여할 때 당면하는 제도적 어려움은 무엇이며 개선방향은 무엇인가를 파악하는 것이다.

이러한 구체적인 연구문제를 파악하기 위해서 이 연구에서는 두가지의 상호보완적인 실증조사를 실시하였다. 첫번째 실증조사는 89개 기업체에 대한 우편설문조사를 실시하였고, 두번째 실증조사는 국내 최대규모의 4대재벌을 포함해서 9개 재벌기업을 대상으로 하는 면접조사 및 자료분석적 연구를 실시하였다. 이러한 두가지 실증조사 연구를 통해서 청소년 수련사업에 대한 민간의 참여 및 투자확대를 위한 여러가지 미시적 전략과 아울러 거시적 정책방안을 추론할 수 있을 것이다. 실증적 조사연구에서 밝혀진 연구결과는 다음과 같이 요약될 수 있다.

1. 연구 결과의 요약

첫째, 우리나라 기업의 사회참여활동이나 청소년사업의 동기가 취지가 대체적으로 건전하고 자율적인 경향이 강함을 보여준다. 한때 시대적 분위기나 정치 경제적 상황에 따라 기업이나 정부 사이의 위상이 불확실했고, 또 준조세적 성격을 가지는 여러가지 강제적 지출이 많았지만 90년대의 한국기업의 사회활동이나 청소년사업에 대한 참여 및 투자의 경향은 자발성과 자율성으로 요약될 수 있다. 하지만 아직도 몇몇 주요 기업에서는 정부와의 관계에서 오는 갈등과 긴장에 대해 약간의 의구심을 품고 있으며 사회참여활동이나 청소년사업에 대한 참여의 순수성에 대해서도 조심스러운 경계의 입장을 보이

고 있다. 특히 몇몇 재벌그룹에서 이러한 분위기가 있음은 특이하고 정책적 고려가 필요한 사항이라 여겨진다.

둘째, 대개 우리나라 기업들은 사회참여활동이 기업의 이미지를 개선한다는 사실에 동의하고 있으며 활동의 효과에 대해서도 긍정적인 편이다. 이는 우리나라 기업의 풍토가 점점 단기적 이윤추구보다는 장기적인 이미지 제고를 지향한 장기적이고 안정적인 경영전략으로 변화하고 있음을 나타낸다. 이 때문에 사회참여활동이 더욱 늘어날 가능성이 크다고 할 수 있다. 면접조사에서도 확인되었듯이 몇몇 기업에서 참여활동의 기획이나 조직화에 대한 애로점 때문에 약간의 머뭇거림은 있지만 거의 대부분의 기업체 종사자들이 사회참여활동이나 청소년을 위한 프로그램의 효과를 원칙적으로 인정하고 있으며 대체로 긍정적인 평가를 내리고 있다.

셋째, 현재 우리나라 기업이 사회참여활동이나 청소년사업에 활발히 참여하지 못하는 가장 큰 요인은 예산이나 자금부족 등과 같은 경제적 요인이다. 많은 기업체가 현재의 경제상태를 장기적 불황에 직면한 것으로 평가하고 있으며, 이러한 요인 때문에 생산 외적 활동에 관심을 가질 여유가 없음을 지적하였고, 특히 규모가 작은 기업일수록 이러한 경향이 강하게 나타났다. 재벌그룹의 경우는 경제적 불황보다는 사회참여나 청소년활동 그 자체의 사회적·기업문화적 중요성을 강조하는 편이고, 그래서 경제적 요인의 영향을 소규모 기업에 비해 덜 받는 편이다. 이러한 경향은 사회활동이나 청소년활동에 대한 기업체의 기본적인 인식과도 연관이 있다. 말하자면 생산활동의 결과로 생긴 여유분을 가지고 사회활동을 한다고 생각하는 경우에는, 만약 경제적 여유가 없다면 사회활동에 소극적일 수 밖에 없다. 그와는 반대로 사회참여활동도 일종의 간접적인 생산비용이거나 광고 및 홍보비용으로 생각하는 경우는 경제적 불황에 관계없이 사회참여활동에 적극적일 가능성이 큰 것이다.

넷째, 우리나라 기업의 사회참여활동에 대한 참여율이 전반적으로 높은 편이다. 하지만 청소년을 대상으로 하는 사업에 참여하는 비율은 높은 편이 아

니다. 표본기업체의 90% 정도가 한가지 이상의 사회참여활동에 종사하는 데 반해, 한가지 이상의 청소년사업에 참여하는 기업은 50% 정도에 불과하다. 물론 청소년 사업에 관한 이러한 수치는 낮은 편이 아니지만 다른 사업에 비해 아직 활동적이지 못하다고 할 수 있다. 한편, 사회참여활동의 구체적 내용도 장학사업 중심의 사업에서 점차 지역사회지원사업이나 사회복지사업 등으로 다양화되어 가는 경향을 보여준다. 이러한 경향은 한편으로는 우리나라 기업들이 그동안 지나치게 안일하고 수동적인 자세로 사회참여나 청소년 지원사업에 참여했음을 반영하고 있으며, 또다른 편에서는 지방화 시대와 복지국가 시대를 향한 미래의 추세에 보조를 맞추어 기업이 사회참여활동을 다양화 한다고 볼 수 있다.

다섯째, 현재의 한국기업은 사회참여활동을 위한 인원이나 조직의 구성에서 전문화와 조직화의 정도가 높지 않다고 할 수 있다. 특히 비영리 공익재단의 설립비율이 높지 않으며 전담부서나 그 인적구성이 빈약한 편에 속한다. 대개의 경우 사회참여활동을 다른 업무를 수행하는 부서에서 부가적으로 또는 보조적으로 수행하는 경우가 많고 전담직원도 별로 없는 실정이다. 이러한 사실은 현재 한국기업에서 사회참여활동이나 청소년사업에 대한 중요성이나 우선순위를 높지 않게 평가한다는 사실을 간접적으로 나타내 준다고 할 수 있겠다. 특히 60%에 달하는 기업들이 사회참여활동을 위한 전담부서가 없다는 사실에서 우리 기업의 사회활동 전문화의 현주소를 나타내 준다고 하겠다.

여섯째, 우리나라 기업이 사회활동이나 청소년사업을 활성화시키기 위해 정부에 바라는 점은 기업에 직접적인 경제적 혜택이 있는 조세감면이나 세제 혜택이다. 비록 사회활동이나 청소년사업에 대한 인식의 개선을 위한 홍보노력도 중요하지만 기업들은 일관되게 규제나 허가의 완화를 주장하고 있다. 물론 기업체 자신들도 지나치게 규제를 완화하면 생길 수 있는 부작용도 인식하고 있고, 이에 대한 경계를 강조하지만 선의의 뜻을 가진 기업을 위한 규제의 완화를 요구하고 있다.

일곱째, 우리나라의 거의 모든 기업들이 청소년사업의 필요성을 강하게 인정하고 있지만 정부의 청소년정책이나 사업에 대해 잘 알고 있지는 못하다. 정부가 추진중인 장기적 청소년계획의 목적이 학교교육의 문제점을 보강하고 학교를 떠난 가정이나 일상생활에서의 활동을 지원할 수 있는 방안을 구상했다는 점에서 일단 기업들과 정부의 생각이 유사함을 알 수 있다. 요약하면 기업도 청소년사업의 필요성을 인정하지만 그 필요성을 충족시키기 위해 현재 정부가 수행하는 청소년정책이나 사업에 대해서는 잘 알지 못하고 있다. 정부의 청소년정책이나 사업에 대한 홍보의 필요성을 시사해 준다.

여덟째, 기업들은 정부나 민간의 청소년사업이 청소년들의 심신단련과 정서함양에 이바지하고 궁극적으로 건전한 청소년문화의 창출에 기여해야 한다고 생각하고 있다. 하지만 현재의 청소년 수련사업이나 수련시설들이 건전한 청소년문화의 창조에 훨씬 못미침을 강조하고 있다. 특히 정상적인 시설을 갖춘 수련터전을 마련하는데는 토지비용을 포함해서 재정적 부담이 크다는 사실을 잘 알고 있다. 사실 정부가 민간참여와 투자를 유치하려는 영역도 거의 수련터전이나 시설에 집중되어 있다는 사실에서 볼 때 시설투자과 유치가 민간참여의 성과를 좌우하는 결정적인 요소가 되는 것이다.

아홉째, 현재 우리나라 기업의 청소년을 대상으로 하는 대부분의 사업영역이 장학사업에 치우쳐 있는 경향을 보인다. 특히 청소년 심신수련활동에 참여하고 투자하는 기업의 비율은 고작해서 5%를 넘지 못하고 있다. 기업재단을 조사한 전경련의 한 연구(부록 1 참조)에서도 90여개의 조사 대상 가운데 단 2개의 재단 만이 청소년 수련사업에 참가하고 있는 실정이다. 물론 최근의 몇몇 대기업에서 청소년 수련시설 사업에 관심을 보여 기초적인 타당성조사를 진행하는 것을 볼 때 희망적인 관측을 할 수 있으나 더욱 적극적인 자세와 구체적인 계획에 의한 유치전략이 필요하다고 하겠다.

열번째, 기업들은 아직도 청소년사업에 참여하려고 할 때 직접적인 투자나 운영보다는 민간 청소년단체에 대한 후원적 지원이나 정부나 공공기관에 대한 재정적 기여를 선호하는 경향을 보인다. 이러한 점은 기업과 정부의 바람

직한 관계를 설정하는 의견에서도 나타나는데 기업-정부의 바람직한 관계는 정부가 시설을 제공하고 기업은 운영만을 책임지거나 보조적인 역할을 수행하는 것을 선호하는 것으로 나타나고 있다. 물론 약 4분의 1의 기업에서는 기업에서 시설제공 뿐만 아니라 운영까지도 책임지고 정부는 간접적인 지원이나 방향을 제시하는 역할을 수행하는 것을 지지하지만 아직 주도적인 경향은 아니다.

열한번째, 한국의 기업들은 사회참여활동이나 청소년사업을 수행하는데 있어서 업종 사이에 뚜렷한 차이를 보이지 않고 있다. 다시 말하자면 청소년과 접촉이 높은 업종에 종사한다고 해서 청소년 대상 수련사업에 적극적으로 참여하는 것은 아니다. 청소년 수련사업에 대한 참여 및 투자에 가장 중요한 요인은 기업의 설립년도인데, 오래된 기업일수록 청소년사업에 더 많이 참여한다고 할 수 있다. 하지만 오래된 기업들도 청소년기본법이나 이에 근거한 기본계획이 장려하는 청소년 수련사업에 참여하기 보다는 장학사업에 집중적으로 투자한다는 사실도 지적되어야 한다.

열두번째, 한국의 대표적인 재벌기업들도 청소년사업이나 사회참여활동 전반에 대한 관심이 적지는 않지만 활발하지는 않다. 하지만 최고 경영자가 관심을 보이고 이러한 사업에 많이 관여하는 경우는 다른 기업에 비해 활발한 활동을 하고 있거나 계획하고 있다. 다시 말해서 이론적인 논의에서도 제기되었듯이 최고경영자의 관심정도가 청소년 수련사업의 승패에 치명적인 영향을 미치는 것이다. 이러한 사실에서 추론할 수 있는 것은 기업의 수련사업에 대한 참여를 증대시키기 위해서는 기업이나 재벌의 최고경영자에게 수련사업의 중요성과 민간참여 및 투자에 대한 필요성을 역설하는 것이다.

열세번째, 청소년사업에 대한 긍정적인 입장을 가진 기업들도 청소년사업의 정확한 개념, 방법, 사업방향, 그리고 투자의 우선순위에 대한 방침을 정하지 못하고 있다. 다시 말해서 청소년사업의 다양성에 대한 아이디어가 부족한 형편이다.

열네번째, 현재의 청소년사업에 대한 기업의 참여나 투자를 방해하는 요소

가운데 중요한 것은 여러가지 법적·제도적 행정규제를 들 수 있다. 청소년사업에 대한 참여나 투자를 촉진하면서도 선의의 피해자를 줄일 수 있는 범위 내에서 법률, 세제, 정책상의 행정규제가 완화되는 것이 바람직하다.

마지막으로, 기업의 의사결정양식과 문화에 친화적인 유인책을 제공해야 한다는 사실을 지적할 수 있다. 이러한 유인책은 쉬운 일은 아니지만 기업이 참여하고 투자해서 청소년사업이 질적으로 성장하기 위해서는 꼭 필요한 고려사항이다. 다음 절에서는 이론적인 논의와 경험적 연구결과에 기초해서 청소년 수련사업에 대한 민간의 참여 및 투자확대방안을 논의하고 이에 근거해서 정책적인 대안을 제시하고자 한다.

2. 민간참여 및 투자확대 방안

가. 기본개념

청소년사업에 대한 민간참여와 투자를 활성화하고 증진시키는 방안의 기본지침은 청소년사업에 뜻을 가진 개인이나 단체, 그리고 조직들에게 그들이 가진 청소년사업의 정신을 실현케 하는 일이다. 사실 청소년사업에 대한 요구의 증대는 막대한 재정자원을 요구하게 됨으로 공공부문에 의한 서비스 공급은 한계에 직면할 것으로 보인다. 이러한 한계를 극복하기 위해서 청소년수련사업에 대한 민간 및 사회부문의 참여가 시급하며 점차 이들 조직들에 의해 제공되는 사업의 영역이 확대되고 있으며, 지방 자치제 하에서는 더욱 증가될 것으로 기대된다.

이런 아이디어는 청소년사업에 대한 공공과 민간 부문의 파트너쉽(partnership)의 개념으로도 설명될 수 있다. 한정된 자원을 활용하며 공공 목적을 달성하기 위하여 보다 합리적이고 투자효과가 큰 방향으로 자원이 배분되어야 함은 당연하다. 주민환경 및 여건의 변화를 고려할 때 국가 주도의 제 사업에 민간의 참여를 적극 권장하여야 할 필요를 느낀다. 기초적 서비스는 국가 또는 지방공공단체가 계속 공급하여야 하겠지만 높은 차원의 고급서비스는 민간부문에 맡김이 옳을 것이다.

나. 민간참여 및 투자의 유형

청소년 사업에 대한 민간참여의 대상은 크게 두가지 유형으로 나눌 수 있는데 첫째는, 청소년 사업에 순수한 뜻이 있는 개인이나 집단들이 있다. 이들은 유인책이 없어도 청소년 사업에 참여하거나 투자할 가능성이 높은 사람들이다. 이들에게 국가나 지방자치단체가 할 수 있는 일은 참여 및 투자를 위한 여건을 조성하는 일이다. 두번째는 반대 급부를 노리는 사람이나 집단, 그리고 조직이 있을 것이다. 일부 저의가 건전치 못한 반대 급부를 노리는 사람도 있겠지만 이들은 대개 구별될 것이므로, 소위 질 좋은 반대 급부를 노리는 사람이나 조직에 대한 대책을 마련해야 한다. 보다 구체적으로 민간부문에서 청소년 사업에 참여하는 방법들이 어떠한 형태로 이루어 질 수 있는가를 살펴보자.

(1) 민간에 의한 직접투자

직접투자는 가장 간단 명료한 형태인데, 기업이 청소년 사업을 직접 수행하는 방법이다. 여기서 직접 수행한다는 것은 민간의 자유의지를 기초로 자발적 선택에 의해서 조직되고 전부 또는 일부의 민간 자금을 재원으로 기획, 운영되는 것을 말한다. 민간 부문이 청소년 사업을 직접 시행하는데 이들의 참가 및 투자를 고취할 수 있는 방안들은 다음과 같은 것들이 있다.

첫째, 우선 민간이 참여하는데 토지획득문제가 커다란 애로사항으로 제기될 것이다. 이에 대한 부분적인 해결책으로 국유지의 유효 적절한 이용책이 강구되어야 할 것이다. 민간에 대하여 토지 불하가 곤란한 경우에는 토지소유권의 변경을 가하지 않는 차지(借地) 혹은 신탁제도의 활용도 하나의 대안이 될 것이다.

둘째, 민간이 청소년 사업을 직접 운영할 때 사회의 공익성과 안정성을 고려하여 정부로 부터의 각종 규제가 불가피하게 된다. 그러나 청소년의 참된 욕구에 부응한다는 의미에서 앞으로는 정부규제에 대한 재인식이 이루어져야 할 것이다.

셋째, 민간부문에 있어서 가장 현실적인 관심 사항은 역시 사업으로 부터

기대되는 투자효과 즉 경제성이다. 따라서 경제성이 떨어지는 것을 막을 수 있는 가능한 범위 내에서의 공적 보조제도를 마련하는 것이 중요하다. 사업체에 대한 합리적인 정책 금융이라든가 세제상의 혜택이 마련될 수 있으며, 필요하다면 비용의 일부를 공공부문이 부담할 수도 있는 것이다. 또한, 주민이 자신의 창조적이고 자조적인 노력에 의해 커뮤니티(communitiy)의 일원으로서의 위치를 확인하고, 보다 좋은 지역사회를 구축해 가도록 주민의 자발적인 참가의욕을 북돋아 주는 장치가 마련되어야 할 것이다.

(2) 민간의 간접지원

민간참여의 두번째 방법으로는 다양한 청소년사업에 민간의 지원을 활용하는 방안이 있다. 공적 영역에서는 재정구조의 악화로 공적 자금을 조달하는데 점점 그 한계가 나타날 것이다. 이 때문에 공공 부문에서도 자금조달의 다양화를 도모하는 등 많은 노력을 하고 있지만 이와 더불어 민간 자금을 폭넓게 활용하는 시도가 민간의 참여를 고취하는 방안이 될 수가 있다.

(3) 민간위탁의 활용

세번째 방법으로는 민간에게 주요 청소년사업을 사무 위탁하는 방안이 있다. 공공단체에서는 그 운용의 효율성을 높이기 위해 기업체에서 행하는 것과 유사한 경영 방식을 도입한다든가 아니면 민간에게 업무의 전부 또는 일부를 위탁하는 방법을 생각할 수 있다. 예를 들어 청소년 수련사업의 질적 향상을 꾀하기 위해 프로그램의 개발이나 운영을 민간에게 위탁하고 수익자 부담원칙에 따라 민간에게 경제성도 고려할 수 있는 것이다.

다. 민간참여의 모델

청소년사업에 공공 부문과 민간 부문이 함께 참여해서 파트너쉽(partnership)을 형성하는 방식을 몇가지 모델로 정리하면 다음과 같다.

(1) 공공주도 민간보조형 모델 : 이 유형은 중앙정부나 지방자치단체가 청소년 수련사업에 대한 시설의 투자나 운영을 전적으로 책임지고 민간부문은 단지 보조적인 역할을 수행하거나 도움을 주는 정도에 그친다. 이러한 유형

의 사업에 함축된 의미는 청소년사업의 공익성과 공공부문 관리의 중요성을 강조하는 모델이라고 할 수 있다.

(2) 관민합작 모델 : 두번째 유형의 모델은 청소년사업을 관민합작사업의 유형으로 발전시키는 것이다. 이러한 유형의 사업도 일종의 민간화 전략이라고 볼 수 있는데, 기본적인 생각은 민간의 우수한 재능과 경제력, 경쟁력을 이용하고자 하는데 있다. 이 모델이 앞의 모델과 다른점은 청소년사업에 대한 정책과 투자를 정부의 직접공급에서 민간과의 계약, 보조금지급, 이용권지급, 허가, 자조자원조직공급, 시장공급으로의 전환규제 혹은 과세조치의 이동 등을 활용하는 것이다. 이러한 유형은 정부가 투자를 하되 민간이 운영을 맡아서 하는 방법과 유사하며 민간 부문으로 하여금 서비스 공급을 담당하도록 장려하거나 기업으로 부터의 일시적 도움을 받는 형태이다.

(3) 민간주도형 모델 : 세번째 모델은 시설이나 사업에의 투자를 민간이 전적으로 맡아서 하고 운영도 민간이 해서 어느 정도의 경제성과 투자의 수익성을 보장하면서 정부로서는 공익성을 보호하는 범위내에서 제도상이나 법률적으로, 또는 조세상의 지원이나 혜택을 주는 방안이 었다. 그러나 이러한 공과 민 사이의 역할분담은 청소년사업의 개별적인 특징에 따라 결정되어야 하며 일괄적인 기준으로 한다면 공공부분이 가진 공익성의 보호의 측면과 민간부분이 가진 서비스 공급의 양질성 및 경제성의 측면을 함께 손실할 수도 있는 것이다.

이런 이유로 사업의 특징에 따라 민간참여의 모델을 심사하고 결정하는 것이 바람직하며 단일 모델로서 모든 민간참여를 획일화시키는 것은 바람직스럽지 않아 보인다. 어떤 형태의 민간참여 모델이든 어느 정도의 민간참여는 필수적이므로 이를 고취시키기 위한 정책적 대안들이 필요하다.

3. 정책적 대안

가. 청소년사업에 대한 적극적인 홍보전략이 필요하다.

기업으로 하여금 중앙정부가 주도적으로 실시하는 청소년 수련사업에 대한

참여 및 투자를 고취시키기 위해 가장 시급한 과제는 정부의 청소년정책의 전반 뿐만 아니라 세부적인 내용에 이르기까지 기업을 대상으로 더욱 적극적으로 알리는 일이 중요하다. 경험적 연구에서도 밝혀졌지만 기업들은 정부나 민간청소년 단체들이 청소년의 복지를 위해서 무엇인가 하고 있다는 사실을 조금은 알고 있지만 그 구체적 내용에 대해서는 거의 알지 못하며, 또 알지 못하기 때문에 관심이 적다. 물론 청소년사업에 대한 민간기업의 유치정책에 어느 정도의 보안을 요하는 민감한 주제나 기업이나 국가의 이해관계에 직접적으로 연관된 사안들이 있지만 이러한 사실을 고려하더라도 기업의 청소년 정책이나 수련사업에 대한 지식은 지나치게 빈약하다. 장기적으로 보아 기업 쪽에서 자발적으로 투자하기를 바란다면 방어적이고 소극적 개념의 홍보전략에서 공격적이고 적극적인 개념의 홍보전략으로 수정이 필요하다. 어떤 참여 거리나 투자대상이 있다는 사실을 아는 것이 의사결정의 첫번째 단계이기 때문이다.

나. 기업체의 문화와 의사결정양식에 적절한 접근전략이 중요하다.

기업이란 본질적으로 영리를 목적으로 하는 조직이다. 다시 말해서 기업의 입장에서는 유형, 무형의 보상이나 장기적, 단기적 대가가 없으면 청소년 수련사업에 참여하는 것을 주저하기 쉽다. 특히 현대 기업의 특성 가운데 하나가 노조의 설립에 따른 노조의 권력과 영향력 강화이다. 물론 노조가 기업의 청소년 수련사업에 대한 참여에 무조건 반대할 것으로 생각할 수는 없다. 하지만 최고 경영자나 주요 의사결정기구의 입장에서는 노조원의 복지적 측면을 도외시하고 기업 외부의 청소년사업 등에 쉽게 참여하거나 투자할 수가 없다. 이러한 갈등을 해결하기 위해 기업측의 입장에서는 사원복지사업과 청소년 수련사업을 동시에 만족시킬 수 있는 사업구상이나 기획이 필요할 것으로 여겨진다. 예를 들어 청소년 수련시설의 설립허가를 받고서 주말이나 방학에는 청소년 수련사업의 고유업무를 수행하고 평일에는 지역주민이나 사원을 대상으로 하는 수련프로그램을 운영하는 것이 가능할 수 있다. 이러한 활

동을 통해 궁극적으로 청소년 수련시설이 청소년, 기업, 그리고 지역주민들에게 골고루 이용되는 다목적 시설이 되게 하는 것이 중요하다. 물론 이러한 아이디어는 부분적으로 청소년기본법의 시행령이나 시행규칙과 배치될 수 있을 지 모른다. 하지만 기업의 생리와 특성을 고려치 않는 참여 및 유치전략은 성공할 가능성이 많지 않음을 기억해야 할 것이다.

다. 궁극적으로 민간 기업체가 비영리 공익법인의 형태로 참여할 수 있도록 장려해야 한다.

특히 청소년 수련시설의 설립시 비영리법인으로 설립하게 하여 면세와 같은 세제상의 혜택을 주는 방법이 강구되어야 한다. 물론 이럴 경우에도 여전히 문제점은 생긴다고 할 수 있다. 대개의 경우 우리나라 사람들은 재산으로서의 땅에 대한 애착이 강하기 때문에 재단법인으로의 설립을 꺼리는 경향이 있다. 이상적으로는 기업체가 여러 형태의 토지를 비영리법인에 출연하여 운영하다가 궁극적으로는 국가나 지방자치단체에 귀속하게 하는 것이다.

하지만 청소년 수련시설에 대한 법인체의 문제점은 그 운영에 필요한 비용의 조달방안이다. 즉, 학교법인이나 사회복지법인의 경우는 국가나 지방자치단체가 시설이나 운영비를 보조하는 근거가 있지만 청소년 수련사업에 관련된 시설은 정책적 미화와 현실감각 사이에 괴리가 크다. 특별법에 의한 법인을 제외하고는 민법상의 사단법인이나 재단법인으로 선택하는 방법 외에는 없다. 청소년 기본계획은 청소년정책에 대한 이상이자 또 이에 따라 정책이 입안되는 현실이다. 기획 및 실행자가 할 수 있는 작업은 현실과 이상을 접목시키는 작업인 것이다.

사실 독점적이고 폐타적인 청소년 법인의 설립 방안이 있기는 하지만 아직까지 정치적으로, 또는 행정적으로 그 필요성을 강하게 느끼지 못하고 있는 것이다. 사실 청소년 수련시설에 대한 민간참여의 방향은 청소년 기본법 26조 2항에 잘 나타나 있다. 위의 조항에 의하면 "개인 법인 또는 단체는 체육 청소년부장관의 허가를 받아 수련시설을 설치 운영할 수 있다는 것이다." 이

는 모든 개인이나 단체가 청소년 수련사업의 시설의 설치에 참여할 수 있다는 것을 의미하는 것이다.

한편 청소년 육성법의 청소년 관련 시설은 영리를 목적으로 설치해서는 안 된다는 조항을 삭제해서 영리추구금지를 완화시켰다. 영리가 아닌데도 소득세 부가가치세를 부과하고 있는 점에 비추어 세법개정도 추진해야 된다고 본다.

사실 순수하게 비영리로 운영하는 사업이 얼마나 되며 가능하겠는가? 예를 들어서 사회교육시설도 영리추구를 금지하고 있지만 영리적 요소가 포함하고 있는 점을 부인할 수가 없다. 청소년 수련시설도 비영리의 정신은 고수하되 이용료의 통제나 승인제도 등을 통하여 운영비나 관리비 정도는 보장해야 된다고 본다. 이런 점은 청소년 시설의 운영을 위한 기본적인 보장과도 연관이 있어 보인다. 사실 기부금에 의존해서 시설을 운영하는 데에는 한계가 있다. 특히 민간이 출연한 시설의 경우에는 부가가치세의 면제 등의 세제상의 혜택을 주어야 하고, 업무용 토지와 비업무용 토지를 판단하는데 청소년 수련시설을 위한 토지에는 비업무용 요소가 적절히 고려되어야 한다. 특히 부록 1과 2에서 잘 나타나 있듯이 현재 우리나라의 기업체가 설립한 비영리 공익법인의 실태 및 세제나 설립·운영에 관한 법령개선 건의를 공익사업의 순수성이 훼손되지 않는 범위내에서 긍정적으로 검토하는 것이 필요하다.

라. 기업이 실시하는 청소년사업의 실태를 파악해야 한다.

민간참여를 고취하기 위한 정책이 수립되고 시행되기 위해서는 현재 각 기업체들이 참여하는 청소년 수련사업의 현황에 대한 정확한 실태파악이 우선해야 한다. 민간참여를 권장하기 위해서는 현재 민간이 참여하는 사업의 문제점, 또는 장애요인에 대한 실태파악도 전제되어야 한다. 다시 말해서 기업이 직접 수행하는 사업이나 재단을 통해서 하는 사업, 그리고 민간 수련원업자들의 현황과 문제점, 그리고 수련사업에 참여하기를 원하는 사람들의 애로요인과 장애 등에 대한 이해가 선행되어야 하며, 이를 기초로 해서 정책적인 대안이나 고려사항을 입안할 수 있을 것이다. 이용가능한 모든 2차 자료

인 기록된 문서나 서류에 우선 의존하고 전혀 실태파악이 안된 분야나 잘못 파악된 경우는 새로운 연구사업이나 용역으로 자료수집을 해야 한다. 왜냐하면 기초자료나 정보가 불충분한 상태에서 내리는 판단이나 정책은 불완전할 가능성이 높기 때문이다.

마. 정부의 토지정책과 밀접한 협조가 있어야 한다.

가장 실질적이고 핵심적인 과제는 역시 기업에게 어느 정도의 가시적인 보상과 유인을 제공하는 것이다. 현재의 여건에서 청소년 수련사업에 대한 기업의 참여 및 투자유도방안과 관련되어 토지문제의 핵심은 그린벨트와 비업무용부동산의 처리문제에 집중되어 있다. 그린벨트가 그동안 국토의 녹지대 보호차원에서 시행되었고 또 그 성과가 적지 않았지만, 이것으로 인한 폐해 또한 적지 않았다. 청소년 수련사업을 원활히 시행키 위해 청소년 수련시설을 설치할 때 그린벨트의 해제나 규제완화 등의 조치가 필요한 것이다. 물론 청소년 수련시설의 건축허가가 나면 자동적으로 그린벨트 지역이 해제되는 단순한 요구보다는 청소년 수련사업과 이 사업에 필수적인 수련시설의 중요성을 인정하여 기업이나 개인이 청소년 수련사업을 우선적인 목적사업으로 할 경우 수련시설을 설치하는데 그린벨트 규제의 조건을 부분적으로 완화시키는 작업이 필요하다는 것이다. 공정하고 엄격한 심사기준만 제정된다면 청소년 사업에 그린벨트 규제의 완화를 조심스럽게 접목시킬 수 있을 것이다.

또다른 주요 토지문제가 소위 5·8조치로 알려진 기업의 비업무용 부동산에 대한 매각조치이다. 기업측의 입장에서 보면 기업의 장기적 전망이나 기획에 기초해서 미래를 내다보고 구입한 토지에 대해 지금 당장의 업무와 연관이 없다고 해서 비업무용으로 판정되고 그래서 강제 매각조치를 당해야 하는 것이 뼈아픈 일이지만, 또 정부의 입장도 기업의 과도한 부동산 소유가 국가의 토지정책에 장애나 불안 요인이 되기 때문에 어느 정도 불가피한 요소가 있어 보인다. 5·8조치에 대한 평가가 어떻게 나든 청소년 수련사업을 위해서 기업에서 비영리 공익재단에 토지를 출연할 경우에는 강제 매각조치에서 유

보될 수 있도록 하는 조항을 검토할 필요가 있다고 본다. 물론 5·8조치 자체가 워낙에 국가 중대사이고 그 과장이 경제문제나 기업문제에 국한되기 보다는 더욱 근원적인 사회문제와 연관되기 때문에 쉽게 해결될 수는 없지만 관계부처와 협의하면 긍정적인 가능성을 발견할 수 있을 것이다.

물론 정부도 민자의 유치에 결정적인 요인이 토지를 둘러싼 제반문제에 있다는 사실을 누구보다도 더 잘 알고 있으며, 그래서 체육청소년부에서도 타 부처와의 협의하에 주요 관계법령의 개정을 추진하고 있으며 그 가운데 일부는 다음과 같다.

(1) 국토이용관리법시행령 : 종전의 규정은 산림보전지역등 일부지역만 청소년 시설의 설치가 가능했지만 개정된 규정에 의하면 경지지역까지 청소년 시설의 설치가 가능하게 되었다.

(2) 건축법시행령 : 현재의 건축법은 청소년 시설관련 규정이 없고, 건축물 용도를 문화시설, 교육시설 등 타용도로 준용하도록 하고 있으며, 또 설치가 능지역을 제한하고 있음에 비추어 개정된 규정에 따라 청소년 시설을 건축물 용도에 별도 분류하고, 또 용도 지역별로 설치가 가능토록 규정하고 있다.

(3) 도시계획법시행령 : 종전의 규정에 따르면 청소년 시설은 도시계획시설이 아니었기 때문에 계획적인 설치가 불가능하거나 부지확보가 곤란하였다. 그러나 개정된 규정에 의하면 청소년 시설을 도시계획시설로 규정하고 있다.

(4) 주택건설기준에 관한 규정 : 종전의 규정에 따르면 공공주택단지의 복리시설에 청소년 시설이 포함되지 않았으나 개정된 법에 의하면 청소년 시설을 필수 복리시설로 규정하고 있다.

이상의 법들이 개정이 완료된 건설관련 법령들로서 이들 법령의 개정으로 청소년수련시설의 일반적인 관리 뿐만 아니라 민간의 제 단체들이 청소년 수련시설에 여러가지 방식으로 참여하거나 투자하고자 할 때에 관련된 제반 애로요인들도 많이 완화되거나 해결되리라 본다.

바. 민간참여의 촉진을 위한 세제 및 법령의 개선과 조정이 검토되어야 한다.

건설관련 법령 못지않게 청소년사업과 관련이 깊은 분야가 정부의 각 부처와 다양하게 연관된 다양한 세제(稅制)에 관련된 법령들이다. 현재 협의가 완료되었거나 협의중에 있는 청소년 관련 및 청소년 시설투자관련 제 법령들을 보면 다음과 같다.

(1) 지방세법 시행령 : 현행 지방세법에 의하면 청소년 시설용 토지는 종합합산과세 대상인데 반해 개정되어야 할 방향은 청소년 시설용 토지를 별도로 합산과세로 변경하여 종합토지세를 인하해야한다. 한편 청소년 시설용 토지 및 건물은 기업의 비업무용 부동산으로 분류되어 처분 및 증과세 대상이었지만 개정되어야 할 방향은 청소년시설용 토지·건물을 업무용으로 인정하여 취득세 감면 등의 혜택을 주어야 하는 것이다. 현행 세법에 의하면 창업중소기업에 대해 최초 5년간 지방세의 50%의 감면 혜택을 주고 있듯이 청소년 시설에 대해서도 설치후 5년간 50%의 감면 혜택을 주어야 할 것으로 보인다.

(2) 소득세법 시행규칙 : 현행 소득세법에 의하면 청소년 협회와 회원단체에 대한 기부금은 소득공제의 혜택을 받고 있지만 회원단체가 아닌 경우 이러한 혜택을 받지 못하고 있는 것이다. 바람직한 법령개정의 방향은 비록 회원 단체가 아니라 해도 기부금에 대한 소득공제의 혜택을 주어야 한다.

(3) 법인세법 시행규칙 : 현행 법인세의 특징은 청소년 시설용 부동산을 기업의 비업무용 부동산으로 분류하여 법인세를 부과하고 있으나 이는 시정되어야 한다고 본다. 즉, 청소년 시설용 부동산도 업무용으로 인정하여 법인세의 부과에 면제를 주어야 한다. 뿐만 아니라 현재 청소년 협회와 그 회원단체에 대해서만 기부금의 손금을 인정하고 있는 법령을 회원단체 이외의 청소년 단체에 까지 확대하는 것이 바람직할 것으로 보인다.

(4) 부가가치세법 : 현행법에 의하면 청소년 시설 이용료에 대하여 부가가치세를 부과하는 것을 면제하는 것이 바람직할 것으로 보인다.

(5) 산림법 시행령 : 현재 청소년 시설용으로 대부받은 국유림의 대부요율의 연10%에서 5%로의 인하가 필수적이다.

(6) 환경개선 비용부담법 시행령 : 현행법에 의하면 생산 제도시설외의 건축물에 대해서 환경개선 비용부담금을 부과하고 있으나 청소년 시설에 대해서는 환경개선 비용부담금을 면제해 주어야 할 것이다. 이밖에도 농지보전이나 초지법에 관련된 법령이나 건설 및 내무행정에 관련된 여러 법령의 검토 및 개정작업도 추진되어야하고 현재도 추진되고 있는 실정이다.

4. 결 론

청소년 수련사업 자체가 중요하고 시급한 만큼 민간의 참여가 투자도 시급하다. 국가나 민간단체가 청소년을 위해 무엇인가 유용한 활동을 조직하고 싶지만 재정적인 문제의 해결이 활동 조직화의 성패에 결정적으로 중요한 요인이다. 재정적인 문제에 대한 부분적인 해결책으로 제기될 수 있는 것이 민간의 참여를 유도하는 것이고, 민간참여나 투자를 담당할 핵심적인 민간부문은 재정적인 능력을 갖춘 기업체이다. 하지만 기업체의 특성은 이윤이나 영리가 보장되지 않는 사업에 선뜻 참여하거나 투자하지 않는 것이다. 그렇다고 민간참여를 촉진시키기 위해 청소년 수련사업을 기업의 영리사업의 일종으로 만들 수는 없다. 왜냐하면 청소년 수련사업의 공공성이 강조되기 때문이다. 이런 점에서 청소년 수련사업의 공공성과 기업의 참여와 투자의 속성을 함께 살리는 방안을 모색해야 하지만 이런 방안 자체가 쉽지 않다. 여러 가지 방안 가운데 몇몇 예로서 제시된 것들이 최고 경영자의 관심을 높이거나 청소년 정책과 사업에 대한 홍보를 강화하는 것들이다. 또한 기업들에게 비영리 공익법인의 설립을 권장하고 청소년 수련사업을 기업재단의 주요 목적사업의 하나로 권장하는 일들이다.

청소년 문제가 심각하고 청소년 정책이 중요하고, 그래서 청소년 수련사업이 필수 불가결한 것이기는 하나 청소년 사업의 중요성에만 호소해서는 기업이나 민간단체의 참여를 기대하기가 쉽지 않다. 지금의 청소년 정책이 지향해야 할 방향은 도덕적인 당위나 명분에만 합리적이고 경제적인 실질을 점목시키는 일이다.

참 고 문 헌

- 김경동, 이은죽, 1989, 사회조사연구방법-사회연구의 논리와 기법-. 서울 : 박영사.
- 김만두, 1987, “사회복지 서비스에 있어서 정부와 민간기관의 역할”, 사회복지 저울호.
- 김인숙, 1990, “사회복지법상에 나타난 공·사 사회복지실천체계 간의 관계”, 사회복지학의 이론과 실제. 인식 장인협 박사 정년퇴임 기념논문집 간행위원회.
- 박경원, 1989, 도시공공서비스 공급의 민간화에 관한 연구. 연세대학교 대학원 행정학과 박사학위논문.
- 신유근, 한정화, 1991, 한국기업의 사회참여활동. 전국경제인연합회 경제사회 개발원.
- 양옥경, 1992, “정신장애인 복지에 있어 국가와 민간의 역할”, 10월 프레스 센터에서 열린 현대경제사회연구원 개원 6주년 기념세미나에서 발표된 논문임.
- 오운문화재단, 1992, 청소년 수련원 설치운영(안) 및 추진현황.
- 윤희미, 1990, “사회사업종사자의 Burnout과 그들의 작업환경에 관한 연구”, 한국사회복지학 통권 제16호.
- 전국경제인연합회, 1992, 한국의 기업재단 실태.
- 전국경제인연합회, 기업재단협의회, 1992, 기업재단 관련제제 개선건의.
- 전국경제인연합회, 기업재단협의회, 1992, 공익법인의 설립 운영에 관한 법령 개선 건의.
- 정구현, 박상용, 박태규, 1991, 한국기업의 사회적 책임과 사회봉사. 장기신용은행부설 경영연구원.
- 지주연, 1991, 사회복지 수용시설에 대한 국가와 민간의 역할에 관한 연구. 이화여대 석사학위논문.

체육청소년부, 1992, 한국청소년 기본계획 연도별 세부시행계획(안) 총괄편
체육청소년부, 1991, 한국청소년 기본계획 완결편.

한국청소년연구원, 1991, 21세기를 향한 한국청소년 정책. 한국청소년연구 제
2권 제3호.

Bert, Ronald S., 1983, Corporate Profits and Cooptation. New York, NY:
Academic Press.

Blankart, Charles, 1985, "Market and Non-Market Alternatives in the
Supply of Public Goods: General Issues", in Francesco Forte and
Alan Peacock(eds.), Public Expenditure and Government Growth.
Oxford: Basil Blackwell.

Brandes, S., 1976, American Welfare Capitalism. Chicago: University of
Chicago Press.

Buono, A. F. and L. T. Nicholes, 1990, "Stockholder and Stakeholder
Interpretations of Business' Social Role", in Business Ethics:
Readings and Cases in Corporate Morality. 2nd ed. W. M. Hoffman
and J. M. Moore(eds.), New York: McGraw-Hill.

Clark, Helen, 1947, Principles and Practices of Social Work.

Donnison, David, 1984, "The Progressive Potential of Privatization," in
Julian Le Grand and Ray Robinson(eds.), Privatization and the
Welfare State. London: George Allen and Unwin.

Dunleavy, Patrick, 1986, "Explaining the Privatization Boom : Public Choice
Versus Radical Approaches", Public Administration, Vol. 64, Spring.

Freeman, R. E. and D. L. Reed, 1983, "Stockholders and Stakeholders : a
New Perspective on Corporate Government", California Management
Review, Vol. 25, Spring.

Friedman, Milton, 1971, "Does Busines Have a Social Responsibility?",

- Bank Administration, April.
- Galaskiewicz, Joseph, 1985, Social Organization of an Urban Grants Economy : A Study of Business Philanthropy and Nonprofit Organizations. New York, NY : Academic Press.
- Gilbert, Neil and Barbara Gibert, 1989, The Enabling State : Morden Welfare Capitalism in America. Oxford : Oxford University Press.
- Greene, Caracelli, and Graham, 1988, Toward a Conceptional Framework for the Mixed Evaluation Designs. Ithaca : Cornell University Press.
- Hayek, F., 1970, Studies in Philosophy, Politics, and Economics. Chicago : University of Chicago Press.
- Kamerman, Sheila B., 1983, "The New Mixed Economy of Welfare : Public and Private", Social Work, Vol. 28, Number 1.
- Levey, Ferdinand K. and Gloria M. Shatto, 1983, "Social Responsibility in Large Electric Utility Firms : The Case of Philanthropy", in Lee E. Preston(ed.), Research in Corporate Social Performance, Vol. 2. Greenwich, CT : JAI Press.
- Lincoln and Guba, 1985, Naturalistic Inquiry. Beverley Hills, CA: Sage Publications.
- Morris, Robert, 1982, "Governmernt and Voluntary Agency Relationships", Social Service Review, September.
- Patton, A. Q., 1980, Qualitative Evaluation Methods. Beverley Hills, CA : Sage Publications.
- Rose, Richard, 1989, "Welfare : The Public/Private Mix", in Sheila B., Kamerman and A. J. Kahn(eds.), Privitization and the Welfare State. Princeton University Press.
- Savas, E. S., 1977, "An Emperical Study of Competition in Municipal Service Delivery", Public Administration Review, 37, Nov./Dec.

- Useem, Michael and Stephan I. Kutner, 1986, "Corporate Contributions to Culture and the Arts : The Organization of Giving, and the Influence of the Chief Executive Officer and Other Firms on Company Contributions in Massachusetts", in Paul DiMaggio(ed.), Nonprofit Organizations in the Production and Distribution of Culture. New York, NY : Oxford University Press.
- Useem, Michael, 1988, "Market and Institutional Factors in Corporate Contributions", California Management Review, Vol. 32, Number 2, Winter.
- Webb, Siney, 1914, "The Extension Ladder Theory", Survey X X X I, No. 23, March 7.
- White, Arthur H. and John Bartolomeo, 1982, "The Attitudes and motivations of Chief Executive Officers", in Corporate Philanthropy : Philosophy, Management, Trends, Future, Background. Washington, D.C.: Council on Foundations.
- Wokutch, Richard E. and Babara A. Spencer, 1987, "Corporate Saints and Sinners : The Effects of Philanthropic and Illegal Activity on Organizational Performance", California Management Review, vol. 29, Number 2, Winter.

부 록

1. 한국의 기업재단 실태
2. 기업재단 관련세제 개선건의
3. 공익법인의 설립·운영에 관한 법령 개선건의
4. 한국기업의 사회참여활동 조사
5. 재벌용 면접문항
6. 설문조사에 응답한 기업체
7. 자문위원 명단

한국의 기업재단 실태

I. 머 리 말

기업이나 기업인이 많은 기금을 출연하여 기업재단을 설립하는 동기는 크게 3가지로 볼 수 있다.

첫째, 기업의 사회적 책임의 일환으로 기업이익을 사회에 환원하며 간접적으로는 기업 이미지를 제고하기 위해 재단을 설립한다.

둘째, 경기의 호황, 불황에 영향을 받지않고 지속적인 사회봉사활동을 할 수 있다. 즉, 기업이 직접 사회봉사활동을 하는 것보다 재단설립을 통해 할 경우 기업이 불황에 빠져도 재단의 기본재산은 재단이 해산되지 않는 한(공익법인의 설립·운영에 관한 법률 제13조 : 해산시 잔여재산은 국가에 귀속됨) 재단에 영원히 귀속되므로 안정적이고 지속적으로 사회참여활동을 할 수 있다.

셋째, 기업의 창립기념일 또는 기업인의 생전 업적을 기리기 위해 재단을 설립하는 경우가 있다.

그러나 기업재단에 대한 사회 일반의 시각은 재단을 통해 상속·증여세를 절약하면서 부를 세습하기 위한 수단으로 사용한다는 부정적 시각이 팽배해 있다. 이러한 비판은 특정한 극단적인 측면만 너무 지나치게 강조한 나머지 재단의 일반적인 순기능적 역할을 도외시하는 측면이 있다.

일단 자금이 공익재단에 출연되면 공익법인의 설립·운영에 관한 법률 제13조에 의해 다시는 그 출연자에게 재산이 귀속될 수 없으므로 부의 세습이 될 수 없으며 재단의 설립·운영에 대해서는 공익법인의 설립·운영에 관한 법률 및 세법에 의해 엄격한 통제와 관리를 받고 있으므로 오히려 기업이나 기업인의 재단설립 및 재단출연을 통한 기업의 사회참여활동을 조장하고 권장해야 할 것이다. 재단에 대한 부정적 비판이나 지나친 규제는 재단설립을 기피

하거나 제약함으로써 기업의 사회참여활동을 위축시킬 우려가 있다.

민간차원에서 기업재단이 정부의 예산이 미치지 못하는 부분을 보완해 주는 역할을 해야 할 것이며 이러한 순기능적 역할을 기업재단이 원활히 수행해 나가고 기업재단의 설립이 촉진·활성화 될 수 있도록 제도의 개선 및 사회적 인식의 제고가 이루어져야 할 것이다.

Ⅱ. 재단의 현황

1. 재단설립

재단의 설립을 연대별로 살펴보면, 경제성장이 본격적으로 시작되고 기업 활동이 활발해진 70년대 이후 재단설립이 많아졌으며(28.9%), 특히 80년대 들어서는 경제사회적 환경의 변화와 민주화 추세에 따라 기업에 대한 사회적 기대가 고조되면서 재단설립이 급증하고 있다(50%). 따라서 기업재단의 평균 나이도 90. 12. 31을 기준으로 했을 때 11.7년이며 국내 재단의 효시는 39년 6월 삼양사에서 설립한 양영회이다.

〈부록표 1〉 자산규모별/설립연대별 재단수

(단위 : 원, 개)

자산규모	60년대 이전	60년대	70년대	80년대	90년 이후	계
1억 미만	3	1	8	6	0	18
1억 ~ 10억	0	2	8	22	3	35
10억 ~ 50억	1	0	2	7	3	13
50억 ~ 100억	0	0	2	0	0	2
100억 이상	0	0	0	2	0	2
무 응 답	1	2	2	1	0	6
계	5	5	22	38	6	76

* 자산규모는 설립당시 기준임.

자산규모별로 설립년도를 살펴보면, 설립년도에 관계없이 대부분 1억원 이상 10억원 미만의 자산규모로 시작했으나 70년대에는 50억 이상 100억 미만의 재단이 2개, 80년대에는 100억이상의 재단이 2개나 설립되는 등 점차 규모가 큰 재단으로 출발하고 있음을 볼 수 있다.

2. 주무부처

주무부처별로 재단수를 보면, 주무부처가 교육부인 재단이 55개로 전체 재단의 72.3%를 차지해 가장 많다. 이는 아직도 우리재단이 장학, 학술사업을 독적사업으로 하는 장학재단(공익법인의 설립·운영에 관한 법률에 의해 설립됨) 위주임을 의미한다.

〈부록표 2〉 자산규모별/주무부처별 재단수

(단위 : 원, 개)

자산규모	교육부	보사부	문화부	공보처	경제기획원	과학기술처	계
1억 미만	0	0	0	0	0	0	0
1억 ~ 10억	16	3	4	0	1	0	24
10억 ~ 50억	26	4	1	1	0	0	32
50억 ~ 100억	7	0	0	0	0	0	7
100억 이상	5	4	1	0	0	1	11
무응답	1	0	0	1	0	0	2
계	55	11	6	2	1	1	76

* 자산규모는 현재('90. 12. 31) 기준임.

재단수에 있어서는 보사부의 관리·감독을 받는 기업재단이 11개로 14.4%에 불과하지만 자산규모에선 총 3,556억원(재단평균 323억원)으로 교육부 관할 재단의 자산합계 2,164억원(재단평균 40억원)보다 규모가 더 큰 것으로 나타났다. 이는 뒤에 나오는 자산분석에서 보는 바와 같이 보사부가 주무부처인 기업재단의 경우 대부분 자산규모가 커서 100억원 이상인 재단이 4개나 되며 이 가운데 1,000억 이상인 재단 1개, 2,000억 이상인 재단도 1개나 되는 등 70~80년대에 민법 및 사회복지사업법에 의해 큰 규모의 사회복지재단이 많이 설립되었기 때문이다.

3. 사무국 직원수

기업재단들은 대부분 1~5명 정도의 직원을 두고 있으며(71%), 재단별 평균 직원수는 5.1명이다(단, 아산재단과 삼성미술문화재단이 각각 29명으로 가장 큰 규모이다).

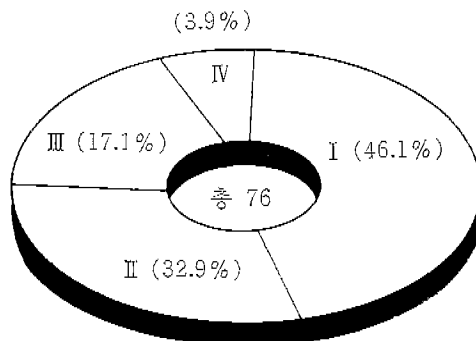
〈부록표 3〉 사무국 직원별 재단수

인원	1~5명	5~10명	10~20명	20명이상	무응답	계
재단수	54	9	7	3	3	76

한편 기업재단의 직원 유형을 살펴보면, 재단에 전속된 직원만 있는 경우가 46.1%이고 모기업 파견직원만 있는 경우는 32.9%, 두가지가 혼합된 경우는 17.1%이다.

〈부록 그림 1〉

직원의 유형



- I. 재단 전속직원만 있는 경우(35개)
- II. 모기업 파견직원만 있는 경우(25개)
- III. 혼합된 경우(13개)
- IV. 무응답(3개)

직원 유형별 평균직원수는 재단 전속직원만 있는 경우 7.1명, 모기업 파견 직원만 있는 경우엔 3.0명, 혼합형인 경우는 3.5명으로 나타난다.

4. 모체기업의 업종

섬유·가죽업종(18.3%)과 석유·화학업종(16.4%)의 기업들이 비교적 재단설립에 관심이 많은 편이다.

〈부록표 4〉 모체기업 업종별 재단수

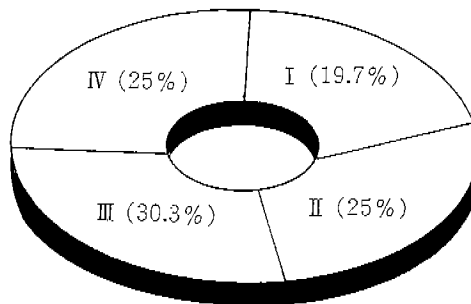
(단위 : 개)

업종	재단수	업종	재단수	업종	재단수
어업	2	제약	5	건설업	1
식·음료	8	비금속광물	4	도·소매업	6
섬유·가죽	11	기계·장비	1	운수·창고	1
약기	2	철강·전선	5	계	61
석유·화학	10	금융·보험	5	(개인출연 15개 제외)	

5. 기업출연형태

재단의 기금출연 형태는 둘 이상의 기업이 공동출연한 경우가 30.3%로 가장 많고 주력기업 단독출연 및 개인과 기업이 공동 출연한 경우가 각각 25%, 개인이 출연한 경우는 19.7%로 나타났다. 한편, 일본의 경우는 단일기업 32.9%, 개인 및 기업 공동출연 18.2%, 복수기업 11.9%, 기타 9.7%이다.

〈부록 그림 2〉 기금출연형태



- I. 개인출연(15개)
- II. 단일기업(19개)
- III. 복수기업(23개)
- IV. 개인+기업(19개)

6. 재단에 출연한 기업수

재단에 출연한 평균 기업수는 4.7개로 89년의 4.2개보다 약간 늘어난 것이다.

〈부록표 5〉 출연 기업수별 재단수

기 업 수	1개	2~5명	6~10명	10명이상	계
재 단 수	19	27	10	5	61

7. 자산규모

재단당 평균자산액은 설립 당시 9억원에서 89년에는 79억8천만원으로 8.9배 증가했으며 90년에는 84억9천만원으로 설립 당시에 비해 9.4배가 증가하는 등 재단의 자산규모가 점차 커지고 있다. 설립 당시에는 전체재단의 74.7%인 53개 재단이 자산규모 10억원 미만으로 출발한 반면 100억원 이상인 재단은 2개에 불과했으나 90년 현재는 자산규모 100억원 이상인 재단이 11개로 증가했다. 특히 90년 현재 자산규모 100억원 이상인 상위 11개 재단이 자산합계 총액의 78.6%를 차지하고 있으며 이가운데 자산규모 1,000억원 이상인 재단도 2개나 있다.

한편, 재단당 평균 기금액은 설립 당시 7억원이었으나 90년말 현재는 52억원으로 증가했다.

〈부록표 6〉 자산규모별 재단수

(단위 : 개, %)			
자 산 규 모	설 립 당 시	'89. 12. 31	현재('90. 12. 31)
1억 미만	18(25.4)	0(0.0)	0(0.0)
1억~ 10억	35(49.3)	23(25.5)	24(32.4)
10억~ 50억	14(19.7)	24(36.9)	32(43.2)
50억~100억	2(2.8)	9(36.9)	7(9.5)
100억 이상	2(2.8)	9(13.8)	11(14.9)
계	71(100.0)	65(100.0)	74(100.0)

* ()안은 자산규모별 비중임.

8. 자산의 구성

총자산액 중에서 개별자산항목이 차지하는 비중을 보면 90년 현재 유가증권의 비중이 53.1%로 총자산의 절반 이상을 차지하고 있으며 부동산 19.9%, 현금·예금 10.6%순으로 나타난다.

자산의 구성비를 설립당시와 비교해 보면 현금·예금의 비중이 설립당시의 32.7%에서 10.6%로 크게 감소한 반면 부동산은 4.0%에 19.9%로 증가했는데 이는 87년이후 부동산가격이 90년 현재 16.5%로 크게 증가했는데 이는 일부 문화재단의 문화소장품의 가격 및 비중이 높아졌기 때문이다.

〈부록표 7〉 자산의 구성(총액기준)

(단위: 개, %)

구 성 항 목	설 립 당 시	'89. 12. 31	현재('90. 12. 31)
현 금 · 예 금	20,532(32.7)	45,499(8.8)	66,969(10.6)
유 가 증 권	39,011(62.3)	309,662(59.7)	333,204(53.1)
부 등 산	2,533(4.0)	103,978(20.0)	124,749(19.9)
기 타	637(1.0)	59,712(11.5)	103,124(16.4)
계	62,713(100.0)	518,851(100.0)	628,046(100.0)

그러나 이러한 통계는 규모가 큰 몇몇 재단에 의해 좌우되기 때문에 〈부록표 7〉과 같이 단순 평균비중, 즉 재단별로 자산합계의 가운데 각 자산항목이 차지하는 비중을 평균한 비율을 살펴보았다.

〈부록그림 3〉 구성비 기준에 의한 자산항목별 비중

설립당시	현금·예금(59.5)	유가증권(34.6)	부동산(4.0)	기타(1.1)
89년 말	(37.0)	(51.4)	(6.7)	(4.9)
90년 현재	(41.1)	(46.3)	(8.2)	(4.4)

90년 현재 부동산이 차지하는 비중은 설립 당시에 비해 큰 변화가 없으며, 현금·예금부문은 설립당시 34.6%에서 10.6%로 감소한 반면 유가증권의 비중은 46.3%를 보이고 있다. 이는 초창기에는 현금출연이 많았으나 주식시장이 활성화되면서 주식평가액(90.12.31 이전에는 시가기준을 적용했음)이 높아졌기 때문으로 보여진다.

한편 각 재단의 대차대조표상의 자산구성비율을 보다 잘 나타내주는 통계로서는 총액기준에 의한 비율보다는 각 재단의 자산구성비율을 평균한 <부록 그림 1>이 적합하다고 본다.

9. 수입현황

재단의 수입원천을 수입배당금 및 수입이자와 같은 기본재산의 과실, 기부금 및 보조금, 정관에 규정된 사업수익 그리고 기타수입으로 구분하면 다음과 같다.

<부록표 8>

수입내역(총액기준)

(단위: 개, %)

수 입 내 역	'90년 실적	'91년 예산	증감률
기본재산의 과실	20,267(11.6)	25,507(14.5)	+25.8
기부금 및 보조금	22,340(12.6)	31,245(17.7)	+39.9
사업수익(순이익)	5,135(2.9)	6,630(3.8)	+29.1
전기이월잉여금	121,747(68.5)	110,853(62.9)	- 9.0
기 타	7,852(4.4)	1,978(1.1)	-74.8
계	177,701(100.0)	176,213(100.0)	- 0.8

* ()안은 총수입 대비 각 수입내역별 비중임.

90년도 전체 기업재단의 총수입은 약 1,777억원이며 1개 기업재단당 평균 수입은 25억4천만원이다. 한편 수입내역을 살펴보면 이월잉여금의 비중이 68.5%로서 가장 높고 다음은 기부금 및 보조금 12.6%, 기본재산 과실이 11.6%를 차지하고 있다.

총수입은 91년(예산)에도 90년과 비교해서 큰 변화가 없을 것으로 예상되

나 비목별로는 기부금·보조금이 39.9%나 증가하는 반면 기본재산의 과실과 사업수익은 각각 25.8%, 29.1% 증가에 그쳐 기부금·보조금과 같이 재단 외부에 의존하는 비율이 점차 높아지고 있음을 알 수 있다.

그러나 각 재단별로 총수입액 각 수입내역이 차지하는 비중을 평균한 구성비 기준에 의한 분포에서는 기본재산의 과실 52.4%, 기부금 및 보조금이 23.8%, 사업수익이 6.4%, 이월잉여금 13.8%, 기타수입 3.6%순으로 나타나 재단수입원의 대부분을 기본재산의 과실 및 기부금·보조금에 의존하고 있음을 알 수 있다.

10. 지출현황

〈부록표 9〉

지출내역(총액기준)

(단위 : 개, %)

지출내역	'90년 실적	'91년 예산	증감률
인건비	2,978(3.3)	3,849(15.6)	+29.2
관리비	4,511(4.5)	5,488(7.7)	+21.7
사업비	94,877(92.2)	64,520(86.7)	-31.9
계	102,933(100.0)	74,537(100.0)	-27.6

90년도 기업재단이 사업비, 관리비, 인건비등에 사용한 총지출액은 1,027억원이었으며 이가운데 사업비에 대한 지출이 92.2%로 가장 높았고 인건비 3.3%, 관리비 4.5%로 나타났다. 1개 재단당 평균사업비 8억3천만원보다 각각 61.5%, 63.9% 증가한 것이다. 한편 당해 사업년도에 미사용 부분은 이월되어 차기사업년도에 사용되었다.

한편 91년도 총지출 예산액은 90년도에 비해 27.6% 감소된 745억원이고 이 가운데 사업비에 대한 지출이 31.9% 감소한 646억원이 될 전망이다 그 주된 이유는 90년도에 아산재단이 병원 및 연구소 건립, 의료기기 구입 등 의료복지사업에 대한 투자가 많았기 때문이다. 반면 인건비와 관리비는 절대금액 뿐만 아니라 전체 지출액중에서 차지하는 비중도 각각 2.3% 포인트, 3.

2% 포인트 증가될 예정이다. 또한 재단당 평균지출액은 10억6천만원이며 사업비 지출액은 평균 9억2천만원이 될 전망이다.

11. 사업비 내역

가. 사업비 구성내역

90년도 기업재단의 사업비 구성내역을 보면 장학사업의 사업비총액이 101억원으로 총사업비의 29.3%를 차지해 가장 큰 비중을 보이고 있으며 다음은 학술진흥사업비 64억원(18.6%), 사회복지사업비 49억원(14.1%), 문화예술진흥사업비 44억원(12.3%) 순이다.

한편, 91년(예산)의 경우엔 사회복지사업비가 126억원으로 총사업비의 27.4%로써 90년 14.1%에 비해 대폭 증가할 것으로 예상되는데 이는 기존의 재단들이 점차 장학사업에서 탈피해 사회의 그늘진 분야를 찾아 지원하는 사회복지사업으로 전환하고 있음을 보여준다. 특히 90년대에 들어 럭키금성복지재단, 한국타이어 복지재단, 송학재단등 사회복지재단이 많이 설립되었기 때문이다.

〈부록표 10〉 사업비 구성내역(총액기준)

(단위: 개, %)

사 업 내 역	'90년 실적	'91년 예산	증감률
장 학 사 업	10,073(29.3)	12,240(26.6)	+ 21.5
학 술 진 흥 사 업	5,401(18.6)	10,688(23.2)	+367.0
사 회 복 지 사 업	4,856(14.1)	12,599(27.4)	+160.4
의 료 복 지 사 업	113(0.3)	744(1.6)	+658.4
문 화 · 예 술 사 업	4,441(12.3)	4,509(9.8)	+ 2.2
체 육 진 흥 사 업	4(0.0)	4(0.0)	0.0
지역사회지원사업	2,839(8.3)	952(2.1)	- 66.5
기 타	5,688(16.5)	4,316(9.4)	- 24.2
계	34,385(100.0)	46,051(100.0)	+133.9

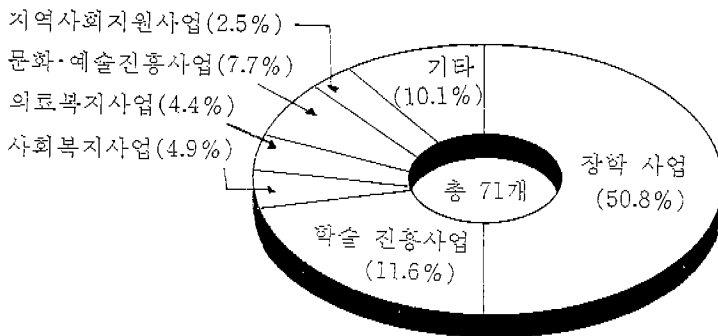
* ()안은 총사업비 대비 각 사업내역별 비중임.

** 아산재단은 의료복지사업비 규모가 너무 커 제외시켰음.

전체적으로 볼 때 91년도에는 사회복지사업, 학술진흥사업, 장학사업이 각각 160.5%, 367.0%, 21.5% 증가한 반면 지역사회지원사업은 각각 66.5% 감소할 것으로 예상된다.

한편 재단별로 총사업비 중 각 사업이 차지하는 비중을 평균한 사업활동 비율을 살펴보면 <부록표 10>과 다소 상이함을 알 수 있다.

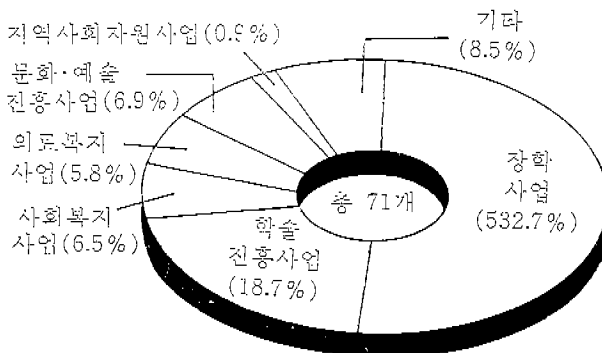
<부록 그림 4> 90년 사업활동 비율(실적)



<부록그림 4>에서는 장학사업활동이 50.8%로써 전체사업활동의 과반수 이상을 차지하고 있으며 다음은 학술진흥사업활동 19.6%, 문화·예술진흥사업활동 7.7% 순이고 사회복지사업활동은 4.9%로 나타납니다.

이는 전체 기업재단 가운데 교육부 관할 재단이 72.3%를 차지한 <부록표

<부록 그림 5> 91년 사업활동 비율(예산)



1)의 결과와 비슷하며 <부록그림 4>가 각 재단별 사업활동 비율을 평균한 것이므로 몇몇 큰 재단에 의해 좌우되는 총액기준에 의한 구성비보다 재단의 활동을 보다 잘 설명해준다고 볼 수 있다.

<부록그림 5>가 보여 주듯이 91년(예산)의 경우에도 90년도에 비해 큰 변화는 없을 전망이다.

나. 사업종류별 참여 재단수 및 평균 사업비

90년도 기업재단들이 가장 보편적으로 실시했던 사업내용은 장학사업으로 53개 재단에서, 다음은 학술진흥사업으로 43개 재단에서 실시하고 있으며 사회복지사업은 14개 재단에서, 문화·예술진흥사업은 13개 재단에서 실시하고 있다. 그러나 사업종류별 평균사업비에 있어서는 의료복지사업이 101억원으로 가장 많고 다음은 지역사회지원사업 5억7천만원, 사회복지사업과 문화·예술진흥사업이 각각 3억5천만원, 장학사업 1억9천만원 순으로 나타났다. 특히 지역사회지원사업의 평균 사업비가 큰 이유는 삼성복지재단이 90년도에 처음으로 지역사회 지원사업에 적극 참여했기 때문이다.

<부록표 11> 업종류별 재단수 및 평균 사업비

(단위 : 백만원)

사 업 내 용	'92년 실적		'92년 예산	
	재 단 수	평균(백만)	재 단 수	평균(백만)
장 학 사 업	53	190	57	215
학 술 진 흥 사 업	43	149	43	249
사 회 복 지 사 업	14	347	14	900
의 료 복 지 사 업	6	10,100	9	2,146
문화·예술진흥사업	13	339	12	375
체 육 진 흥 사 업	2	2	2	2
지역사회지원사업	5	568	6	159
기 타	24	237	27	160

* 평균금액은 <부록표 10>의 금액을 사업내역별 재단수로 나눈 수치임.

** 90년도에 아산재단의 병원 및 연구소 건립에 대한 투자가 대부분 끝났기 때문임.

한편, 91년(예산)에는 사회복지사업이 재단당 9억원으로 가장 많으며 다음으로 문화·예술진흥사업, 학술진흥사업, 장학사업, 지역사회지원사업 순으로 사업규모가 결정될 전망이다.

Ⅲ. 기업의 사회봉사와 기업재단의 진로

산업화와 더불어 기업의 사회적 영향력이 확대됨에 따라 기업 역할에 대한 국민의 기대가 커지면서 기업의 사회적 책임이 중요하게 인식되기 시작하였다. 기업의 사회적 책임에 대한 논쟁은 그 동안 학자들을 중심으로 찬반양론이 대립되어 왔으나, 사회문제 해결을 위한 기업의 적극적인 역할이 강조되고 있는 것이 오늘날의 일반적인 추세이다.

그러나 사회적 책임을 충실히 수행하기 위해서라도 기업은 우선 이윤추구라는 본질적 기능을 완수해야 하며, 그런 후에 사회봉사활동을 통한 사회전체의 효율성 제고를 위해 노력해야 할 것이다. 특히 기업의 사회봉사(corporate contribution)는 기업이 단기적 이윤극대화의 목표를 넘어 장기 경영전략적 차원에서 사회문제의 해결에 능동적으로 참여한다는 자발적 기여(voluntary contribution)의 성격이 강하므로, 무조건 사회봉사를 강요하는 사회풍토는 바람직하다고 할 수 없다.

기업의 사회봉사는 기부행위와 같이 기업이 직접 참여하는 방법과 기업재단을 통하여 전문적인 봉사활동을 수행하는 방법이 있다. 그러나 기업에 대한 사회적 요구가 거대·다양화됨에 따라 기업재단의 설립을 통한 간접적인 사회참여가 세계적인 추세이며, 우리나라도 기업의 역사는 일천하지만 기업이윤의 사회환원을 통한 사회적 책임의 이행과 기업이미지 제고를 위한 수단으로 기업재단의 설립·운영이 활발해지고 있다.

전경련 사회협력부의 한 연구에 의하면 우리나라는 소수의 기업재단이 의료 및 사회복지 부문에서 대규모 사업활동을 벌이고 있으나, 여타재단의 대부분은 그 설립목적이 장학·학술사업에 치우쳐 있다. 또한 기업재단의 평균

직원수는 5.1명이며, 전속직원이 있는 재단이 전체의 46.1%에 불과한 것으로 나타나, 매우 취약한 인력구조를 보이고 있다. 한편 기업재단이 그 자체로서 효율적 운영을 이루기 위해서는 인적 자원의 충원과 함께 운용의 독립성 확보가 관건이다. 비교적 연륜이 짧은 우리나라의 사업재단은 출연기업의 실질적 통제하에 있으나, 포드재단이나 록펠러재단 등 역사가 오래된 미국의 기업재단처럼 우리나라의 기업재단도 점차 운용상의 독립성이 강화되는 방향으로 나아갈 것으로 본다.

독립된 '공익법인'으로서의 기업재단의 사회적 역할을 다하기 위해서는 먼저 정부의 기업재단 설립·운영에 대한 규제를 완화하여 기업(인)의 기금출연 및 재단설립 분위기를 조장해야 할 것이다. 또한 기업에 대한 준조세 부담을 대폭 철폐, 기업의 자율적인 사회봉사 여력을 증대시킴으로써 기업재단의 활성화를 도모해야 할 것이다.

재단 내적으로는 출연기업으로부터의 독립성을 강화하여 기업재단의 사회적 위상을 정립하고, 유능한 인재의 확보를 통해 효과적인 사업을 발굴함으로써 민간차원의 기업재단이 정부의 예산이 미치지 못하는 부분을 보완해 주는 공익법인으로서의 기능을 수행해야 할 것이다. 또한 기업재단활동을 일반 국민에게 널리 알려 기업재단에 대한 긍정적 인식을 확산시킴과 더불어, 기업재단의 정보교환 및 사업영역 조정을 통해 재단활동의 효율성을 높여야 할 것이다.

부록 2

기업재단 관련세제 개선건의

1992. 11.

전국경제인연합회

기업재단협의회

1. 조세감면규제법

1) 당해 사업년도 소득금액 범위내에서 지출하는 기부금의 전액손금산입 허용대상에 공익법인도 포함

현황	개 선 의 견
사립학교법에 의한 학교법인과 사회복지 사업법에 의한 사회복지법인이 당해년도 수익사업에서 발생한 소득을 그 법인이 운영하는 학교의 학교 교육 또는 사회복지사업을 위하여 지출하는 기부금은 당해년도의 소득금액의 범위안에서 이를 그 사업년도의 손금에 산입 (법 제49조 제3항)	공익법인의 설립·운영에 관한 법률의 적용을 받는 공익법인 추가

〈문제점 및 이유〉

○ 현재 공익법인의 설립·운영에 관한 법률에 의해 설립된 재단법인은 법인세법 제18조 제2항의 규정에 의해 지정기부금의 손금산입한도를 당해 사업년도 소득금액의 60%로 규정하고 있음. 따라서 수익사업에서 발생한 소득금액을 전부 사용할 경우 초과분에 대해 법인세를 납부하고 있음.

○ 동 조항의 입법취지가 공익활동의 촉진에 있음을 감안, 공익사업을 목적으로 하는 재단법인에 대해서도 사회복지법인 및 학교법인과 동일한 세제 혜택이 적용되어야 할 것임.

2) 토지매각에 따른 특별부가세 면제대상에 공익법인도 포함

현 황	개 선 의 건
학교법인(법 제67조의3 제1항 제1호)과 사회복지법인 및 종교법인(법 제67조의14 제1항 제1호, 제2호)이 고유목적사업을 목적으로 기본재산인 토지를 양도함으로써 발생하는 소득에 대한 특별부가세 면제(법 제67조의3 제1항 및 67조의4 제1항)	공익법인의 설립·운영에 관한 법률의 적용을 받는 공익법인 추가(조항 신설)

〈문제점 및 이유〉

○ 학교법인, 사회복지법인, 종교법인은 각각 교육사업, 사회복지사업, 종교의 보급 및 교화를 촉진하기 위해 특별부가세를 면제해 주는 것임. 따라서 학술, 자선, 문화지원사업 등 공익활동을 목적으로 하는 공익법인에게도 공익사업의 촉진 차원에서 동일한 혜택을 부여해야 할 것임.

3) 과기처창관이 추천하는 민간연구기관에 지출하는 기부금의 손금 인정

현 황	개 선 의 건
내국인이 민간연구기관에 연구비 또는 연구시설비로 지출하는 기부금의 손금 불산입 (참고조항:구법 제49조 제2항)	과기처창관이 추천하는 민간연구기관에 대해 내국인이 연구비 또는 연구시설비로 지출하는 기부금의 손금산입 인정 (조항신설)

〈문제점 및 이유〉

○ 지난 '88년 조감법 개정시, 기업의 준조세적 지출을 줄인다는 취지하에 기부금의 손금산입 허용대상 비영리법인을 대폭 줄이는 과정에서, 과기처장관이 추천하는 개인이나 단체도 제외시킴으로써, 현재 민간연구기술기관에 대한 기부금은 손금으로 인정되지않고 있음.

○ 국가간의 수출경쟁이 심화되는 추세속에서 기술우위가 교역을 주도하는 절대적인 요건임을 감안하여, 종전과 같이 과기처장관이 추천하는 민간연구기관에 대한 기부금의 손금인정이 요망됨.

2. 상속세법

1) 출연받은 재산의 사용기한 및 사용의 무역 완화

현 황	개 선 의 견
출연받은 재산을 그 출연받은 날로부터 2년내에 출연목적에 전부사용 의무 (시행령 3조의2 제7항 제1호)	출연목적에 80%사용으로 완화

〈문제점 및 이유〉

○ 전경련의 「기업재단 실태조사」('91년) 결과에 의하면 '90년도 국내 기업재단의 평균지출액중 사업비 부문에 82.5%, 일반관리비(인건비 포함) 부문에 17.5%가 사용되었음. 이같은 재단현실을 감안할 때 출연받은 재산을 출연목적에 전부 사용할 경우 일반관리비 지출여력이 없어지게 되어 효율적인 재단운용이 불가능하게 되므로, 출연재산을 출연목적에 80%만 사용할 수 있도록 완화해야 할 것임.

2) 목적사업장의 사용인에 대한 인건비를 목적사업비 포함

현 황	개 선 의 견
목적사업비의 범위에 의사, 고아원 탁아소의 보조, 도서관의 사서 등에 게 지급하는 급여 포함 (기본통칙 29...8의2 제2호 단서)	고유목적사업을 직접 수행하는 독립 된 목적사업장의 사용인에 대한 인건 비로 대체

〈문제점 및 이유〉

○ 독립된 목적사업장은 재단 사무국과는 별개의 독립사업장일 뿐만 아니라 운용비의 대부분이 목적사업장 운영을 위해 고용한 사용인에 대한 인건비임.

○ 목적사업 분야의 다양화 추세에 따라 이에 필요한 인원도 다양화되고 있음을 감안할 때 목적사업비에 포함하는 급여를 의사, 보조, 사서에만 한정하는 것은 지극히 제한적이라 할 수 있음. 예컨대 소년소녀가장 아파트 관리인의 경우와 같이, 목적사업 수행을 위해 필수적으로 집행하여야 하는 사용인에 대한 인건비는 목적사업비에 포함되어야 할 것임.

3. 소득세법

1) 개인소득자의 기부금 특별공제한도 확대

현 황	개 선 의 견
개인소득자의 기부금 공제한도: $\text{종합소득금액} \times 5/100$ (법 제66조의3)	$\text{종합소득금액} \times 10/100$ 으로 확대

〈문제점 및 이유〉

○ 공익법인의 사업운영은 개인이나 단체등 외부지원에 상당부분 의존하고 있는 바 외부지원 의존도('90년 23.8%, '91년 32.4%, 전경련 「기업재단 실태조사」) 개인소득자의 기부에 대한 세제상의 혜택을 확대하여 공익사업의 활성화를 도모하는 것이 바람직함. (참고:미국 50/100, 일본 25/100)

4. 토지초과이득세법

1) 토초세 비과세 대상에 의료업을 영위하는 재단법인의 토지도 포함

현 황	개 선 의 건
동일한 의료업을 영위하는 법인중 의료법에 의해 설립된 의료법인만 토초세 비과세 (시행령 제30조 1항 제4호)	공익법인의 설립 운영에 관한 법률의 적용을 받는 의료법인도 비과세

〈문제점 및 이유〉

○ 토초세법의 입법취지는 영리법인의 산업자금이 재테크나 비업무용 토지 매입 등에 투자되는 것을 규제하여 궁극적으로 토지의 효율적 이용을 기하기 위한 것이므로, 공익사업용 토지에 대해서는 유헴토지로 보지 아니하여 토초세를 비과세 하고 있음. 다만, 의료사업은 수익사업으로 인정하여 비과세 대상에서 제외하되 의료법인에 대해서는 과세하고 있음.

○ 그러나 공익법인은 무상출연된 자금으로 재단의 장·단기 사업추진계획에 따라 토지를 취득하므로 취득개념부터 다를 뿐만 아니라, 기본재산에 편입된 토지는 감독관청의 승인없이는 처분이 불가능하므로 투기목적의 토지로 볼 수 없음.

○ 한편, 의료법에 의해 설립된 의료법인은 의료사업 외에 다른 비영리 공익사업을 하지 않고 있음에도 토초세가 비과세되고 있는 반면, 민법에 의해 설립된 비영리공익법인은 의료사업외에 사회복지, 장학 학술, 문화사업 등 다른 공익사업을 병행하고 있음에도 불구하고 비과세 혜택을 받지 못하고 있음. 이는 동일한 의료업에 대한 조세차별로서 조세형평의 원칙에 어긋날 뿐만 아니라, 공익법인의 의료복지사업을 위축시킬 우려가 큼.

5. 지방세법

1) 취득세 비과세대상 수익사업에 재단법인이 경영하는 의료업도 포함

현 황	개 선 의 견
취득세 비과세대상 수익사업에 의료법에 의해 설립된 의료법인이 경영하는 의료업은 인정 (시행령 제78조의2 제2항)	공익법인의 설립 운영에 관한 법률의 적용을 받는 공익법인이 경영하는 의료업도 포함

〈문제점 및 이유〉

○ 의료법에 의해 설립된 의료법인은 의료사업 외에 다른 비영리 공익사업을 하지 않고 있음에도 각종 지방세가 비과세되고 있는 반면, 민법에 의해 설립된 비영리공익법인은 의료사업외에 사회복지 장학·학술, 문화사업 등 다른 공익사업을 병행하고 있음에도 불구하고 비과세 혜택을 받지못하고 있음. 이는 동일한 의료업에 대한 조세차별로서 지방세법에서 비영리사업장에 대하여 각종 지방세를 비과세하여 주는 입법취지에 비추어 조세형평의 원칙에 어긋날 뿐만 아니라, 공익법인의 의료복지사업을 위축시킬 우려가 있음.

○ 대법원 판례(대법 90누 4327, 91. 5.10)에 의거 73. 9.30 이전에 설립된 재단법인이 경영하는 병원(26개 병원)은 비과세혜택이 주어짐. 따라서 '74년 이후에 설립된 재단법인 및 사단법인이 운용하는 병원만이 과세대상이 되고 있어 설립년도에 따라 각종 지방세가 차별 과세되는 비합리적이고 불균형한 결과를 초래하고 있음.

2) 의료사업을 목적사업으로 하는 재단법인도 비영리사업자의 범위에 포함

현 황	개 선 의 견
비영리사업자의 범위에 의료법에 의해 설립된 의료법인 포함 (시행령 제79조 제1항)	공익법인의 설립 운영에 관한 법률의 적용을 받는 의료사업을 영위하는 공익법인 추가

〈문제점 및 이유〉

○ 1)과 동일

3) 사업소세 비과세사업자, 의료업을 목적사업으로 하는 재단법인 포함

현 황	개 선 의 견
사업소세 기타 비과세사업자의 범위에 교육법에 의해 설립된 의과대학 등의 부속병원은 포함. (시행령규칙1 제110조)	공익법인의 설립 운영에 관한 법률의 적용을 받는 공익법인 추가

〈문제점 및 이유〉

○ 1)과 동일

부록 3

공익법인의 설립·운영에 관한 법령 개선건의

1992. 11.

전국경제인연합회

기업재단협의회

1. 임원취임 승인신청시 첨부서류 축소

현 황	개 선 의 건
* 임원취임 승인신청시 첨부서류 1. ... 2. ... 3. 신원증명서 2부 4. ... 5. 민간인 신원진술서 4부 6. 호적등본 2부 7. ... (시행령 제7조)	민간인 신원진술서 및 호적등본 삭제

〈문제점 및 이유〉

○ 공공법인 임원의 경우 보안업무규정(제31조)상 신원진술서를 제출하도록 되어 있으나 금치산자, 한정치산자 등과 같은 임원자격 결격사유는 신원증명서 만으로도 충분히 확인될 수 있음.

○ 호적등본을 제출하는 것은 특수관계자가 법인의 임원으로 취임하는 것을 감독하기 위한 것이나, 호적등본 이외도 특수관계자 부재각서를 쓰도록 되어 있으므로 특수관계자 부재각서로 갈음하여 서류간소화 및 법인의 선량한 관리자의 의무이행을 유도.

○ 사회복지사업법에 의해 설립된 사회복지법인은 호적등본 및 민간인 신분진술서의 제출의무가 없음(사회복지사업법 시행령 제6조).

2. 상근직원 정수 승인신청조항 완화

현	개 선 의 건
상근직원의 정수 승인신청:사전승인 (시행령 제14조)	삭제 또는 사후신고로 개선

〈문제점 및 이유〉

○ 동 조항은 불필요한 인력의 채용으로 인한 인건비의 과다지출을 제한하려는 취지이나, 상속세법 시행령 제3조의 2항, 제7항 2호의 규정에 의해 인건비 및 관리비는 출연재산 운용소득의 40% 범위내에서만 허용되고 있음. 따라서 상근직원의 정수는 그 제한범위 내에서 공익법인의 자출에 맡기는 것이 타당하므로, 삭제 또는 사후신고로 완화하는 것이 바람직함.

3. 감정평가기관의 조성

현	개 선 의 건
기본재산 처분시 필요로하는 평가감정서는 20이상의 금융기관의 감정서 또는 한국감정원의 평가감정서로 규정 (시행령 제17조 제2항)	금융기관은 삭제하고 한국감정원 또는 지가공시 및 토지등의 평가에 관한 법률에 의한 감정평가 법인의 평가감정서로 확대

〈문제점 및 이유〉

○ 기본재산, 특히 주식처분의 경우에는 시세변동이 심해 처분허가를 신속히 받아야 할 필요가 있음. 그러나 금융기관, 특히 은행에서는 감정서 발급만을 위한 감정평가는 해주지 않는 것이 현실이므로, 정부의 허가를 받아 동일한 감정평가가 업무를 수행하는 감정평가법인의 평가감정서도 인정되어야 할 것임.

4. 주무관청의 승인이 필요한 장기차입금액의 상향조정

현 황	개 선 의 건
주무관청의 승인을 받아야 할 장기차입 금액: 장기차입금의 총액이 100만원 이상인 경우 (시행령 제18조 제1항 제2호)	1억원 이상인 경우로 승인범위 확대

〈문제점 및 이유〉

○ 기본재산규모가 작은 공익법인은 실제로 시행령 제18조 1항 제1호의 적용을 받게 됨. 그러나 기업재단 등 기본재산 규모가 큰 공익법인의 장기차입을 규제하기 위해 설정된 제2호의 금액규정(100만원 이상)은 '76년 등 시행령 제정당시에 설정된 금액이므로, 그동안의 물가상승률 및 재단 자산규모 증대 등을 감안하여 현실화할 필요가 있음.

○ '90.12.31 현재 기업재단의 기본재산 평균규모는 52억원이며, 부채규모는 장기차입승인규정으로 인해 미비한 수준임. 이를 감안할 때 시행령 제18조 1항 제1호 '기본재산 총액에서 부채총액을 뺀 금액의 100분의 5' 규정을 적용하더라도 약 2억원 수준이 되므로, 주무관청의 승인을 받아야 하는 장기차입금 규모도 기금규모에 걸맞게 최소한 1억원 이상으로 상향조정되어야 할 것임.

5. 사업실적등의 제출기한 연장

현 황	개 선 의 건
대차대조표, 손익계산서 등의 사업실적 및 결산서류를 당해 회계년도 종료후 2월 이내에 주무관청에 제출 (시행령 제19조 제2항)	당해 회계년도 종료후 3월이내로 연장

〈문제점 및 이유〉

○ 법인세법 제26조 제1항 및 3항은 법인의 법인세 신고기한을 회계년도 종료후 75일(외무부조정법인은 90일)로 규정하고 있음. 따라서 대부분의 기업재단은 외부조정법인이므로 공익법인의 사업실적 및 결산서류의 제출기한도 회계년도 종료후 3월이내로의 동일적용이 요망됨.

6. 기타:기본재산 처분허가절차의 간소화 교육부 규칙

현 황	개 선 의 건
기본재산의 처분허가를 받고자 할 때 관할 교육(구)청에 접수, 시·도교육청의 허가를 받음 (시행령 제17조 1항 관련 교육부소관 비영리법인의 설립 및 감독에 관한 규칙 제15조)	허가관청인 시·도교육청에 직접 신청하여 허가를 받고 교육청에서 해당 교구청으로 그 결과를 통보하는 방향으로 절차 개선

〈문제점 및 이유〉

○ 기본재산 가운데 특히 주식의 경우에는 시세변동이 심한 관계로 매도시점 포착이 중요한 바, 기본재산 처분허가와 관련한 행정절차(접수:교육구청, 허가:시·도 교육청)수속에 따른 처리기간이 지연될 경우 적정한 매도시기를 놓칠 우려가 있음.

○ 현행 허가 절차에 의하며 기본재산의 처분허가 신청에서 통보까지 최소한 10일이상이 소요되고 있음.

한국기업의 사회참여활동 조사

안녕하십니까?

정부는 미래사회의 주인이 될 청소년들이 윤리와 도덕성 그리고 건강과 용기가 웅만한 지성인이 되어 친절하고 따뜻한 마음으로 이웃과의 공동체적 삶을 실천하고, 자유민주주의 원칙에 대한 자신감과 조국에 대한 무한한 긍지를 가지고 우리나라의 발전과 인류공영에 기여할 줄 아는 밝고 능동적인 모습으로 성장할 수 있도록 하기 위한 「한국청소년기본계획」을 수립하여 1992년도 부터 시행하고 있습니다.

이 연구는 이러한 청소년사업에 대학이나 기업등의 민간참여의 역할이 중요하다는 인식하에 청소년사업에 대한 기업의 의견과 실태를 탐색하고자 합니다. 귀사의 귀중한 한마디의 의견이 귀사의 경영전략과 문화사업 뿐만 아니라 청소년사업에 대한 정부의 정책수립에 기초자료가 될 수 있다는 점을 이해하시어 바쁘시더라도 성의껏 작성하여 주시면 대단히 감사하겠습니다.

끝으로 본 조사내용은 통계법 제8조에 의거 그 비밀이 절대 보장되며 통계 목적 이외에는 사용하지 않습니다.

1992. 8.

문의 및 연락처:황창순 박사:(02) 578-7925

박수경 (02) 576-2895

서울시 서초구 양재동 60번지

한국청소년연구원

I. 일반사항

연구 목적에 따른 기초 자료를 분석하기 위하여 다음의 일반사항에 대하여
알아 보고자 합니다. ()의 내용은 직접 작성하여 주시고 나머지는 해당
번호에 V표를 해 주십시오.

1. 회 사 명:()
2. 설립년도:()
3. 상장년도:()
4. 응답자의 성명/직위:성명() 직위()
5. 산업분류(해당 번호에 V표를 하시오)

(제조업)

- ___ 1) 음식료 및 담배
- ___ 2) 섬유·의복 및 가죽
- ___ 3) 목재 및 나무제품, 가구
- ___ 4) 종이 및 종이제품, 인쇄 및 출판
- ___ 5) 화학물, 석유, 석탄, 고무 및 플라스틱
- ___ 6) 비금속 광물
- ___ 7) 제1차 금속
- ___ 8) 조립 금속제품, 기계 및 장비
- ___ 9) 기타 제조업

(비제조업)

- ___ 10) 광 업
- ___ 11) 전기·가스 및 수도사업
- ___ 12) 건설업
- ___ 13) 도·소매 및 음식·숙박업
- ___ 14) 운수·창고 및 통신업
- ___ 15) 금융, 보험, 부동산 및 서비스업
- ___ 16) 사회 및 개인 서비스
- ___ 17) 기 타()

II. 기업에 관한 사항

1. 귀사의 지난 2년간의 재무제표(財務諸表)에 관련된 사항을 적어 주십시오.

	1 9 9 0	1 9 9 1
매 출 액		
당 기 순 이 익		
총 자 산 규 모		
자 기 자 본 규 모		
세 전 순 이 익		

2. 귀사는 어느 그룹사의 일원에 속하십니까?

그렇다면 어느 그룹입니까?

___ ① 예(그룹명 : _____) ___ ② 아니오

3. 귀사의 경영이념이나 사훈(社訓)이 있습니까?

___ ① 예 ___ ② 아니오

만약에 경영이념이나 사훈(社訓)이 있다면 그것을 모두 기술해 주십시오.

(_____)

III. 기업의 사회참여활동에 관한 사항

(하나만 선택하셔도 좋고 두개 이상을 선택하셔도 좋습니다)

1. 귀사는 다음의 사회참여활동 가운데 현재 어떤 사업을 수행하십니까?

- | | |
|--------------------|----------------|
| ___ ① 교육 및 학술사업 | ___ ② 문화진흥사업 |
| ___ ③ 체육진흥사업 | ___ ④ 사회복지사업 |
| ___ ⑤ 지역사회지원사업 | ___ ⑥ 국가민족관련사업 |
| ___ ⑦ 기 타(_____) | |

2. 귀사가 사회참여활동을 하게 된 동기는 무엇입니까?

- ___ ① 정부 요청에 의해 참여
- ___ ② 사회적 분위기에 이끌려서 참여
- ___ ③ 회사자체의 독자적 결정에 의해 참여
- ___ ④ 기 타()

3. 귀사에서 사회참여활동을 하는 취지는 무엇입니까?

- ___ ① 준조세적 성격에 의한 지출
- ___ ② 사회의 한 구성체로서의 역할을 다하기 위해
- ___ ③ 최고경영자 또는 설립자의 경영철학에 의해 수행
- ___ ④ 기업이익의 사회환원의 원칙에 부합하기 위해서 수행
- ___ ⑤ 기 타()

4. 귀사에서 사회참여활동을 통해 얻을 수 있는 효과는 무엇이라고 생각하십니까?

- ___ ① 기업의 이미지 개선효과
- ___ ② 판촉 및 광고효과
- ___ ③ 기업체 종사원들의 일체감 조성효과
- ___ ④ 별로 효과가 없다
- ___ ⑤ 기 타()

5. 귀사에서 현재 계획중에 있거나 혹은 앞으로 수행하기를 원하는 사업은 무엇입니까?

- | | |
|-----------------|----------------|
| ___ ① 교육 및 학술사업 | ___ ② 문화진흥사업 |
| ___ ③ 체육진흥사업 | ___ ④ 사회복지사업 |
| ___ ⑤ 지역사회지원 | ___ ⑥ 국가민족관련사업 |
| ___ ⑦ 기 타 () | |

6. 귀사에서 사회참여활동을 관장하는 부서가 어디입니까?

- | | |
|-------------------------------------|----------------|
| ___ ① 기획실 | ___ ② 홍보실 |
| ___ ③ 비서실 | ___ ④ 총무부 |
| ___ ⑤ 기타 부서() | ___ ⑥ 전담부서가 없다 |

7. 만약에 사회참여활동의 담당 부서가 있다면 몇명의 직원으로 구성되어 있습니까? () 명

8. 귀사의 사회참여활동 주체는 누구입니까?

- ___ ① 기업이 직접한다
___ ② 재단을 설립해서 따로 시작한다

9. 귀사가 사회참여활동을 한 기간은 얼마입니까?

(괄호 안에 번호를 적어주십시오)

- ___ ①1년 미만 ___ ②1년 이상-5년 미만 ___ ③5년 이상 -10년 미만 ___ ④10년이상
- ___ ① 교육 및 학술사업 () ___ ② 문화진흥사업()
___ ③ 체육진흥사업() ___ ④ 사회복지사업()
___ ⑤ 지역사회지원사업() ___ ⑥ 국가민족관련사업()
___ ⑦ 기타 ()

10. 귀사에서 사회참여활동을 통하여 얻을 수 있었던 효과에 대한 평가는 어떻습니까?

- ___ ① 준조세적 지출이므로 효과를 기대하지 않는다
___ ② 아무런 성과가 없고 자금만 낭비한 것 같다
___ ③ 약간의 성과를 얻었으나 만족스럽진 못하다
___ ④ 그저 그렇다
___ ⑤ 상당한 효과를 얻었으며 만족스러운 편이다
___ ⑥ 매우 만족스러운 편이다

11. 귀사에서 사회참여활동을 하는데 애로요인은 무엇입니까?

- ☐ ① 최고경영자의 인식부족
- ☐ ② 사회참여를 위한 예산부족
- ☐ ③ 사회참여의 효과가 적다
- ☐ ④ 정부 요청으로 인한 부담
- ☐ ⑤ 조세제도상의 損金算入의 한계
- ☐ ⑥ 효과에 대한 부정적 시각
- ☐ ⑦ 기타 ()

12. 기업의 사회참여활동을 활성화하기 위해서 정부가 해야 할 일은 무엇이라고 생각하십니까?

- _____ ① 조세감면 혜택 등의 세제 지원
- _____ ② 법인설립에 관한 법률개정 등 법적 완화
- _____ ③ 과도한 규제 및 허가사항을 폐지하여 간섭을 줄이고 효율적 운영
여건 조성
- _____ ④ 사무절차 및 구비서류 등 지나친 관료적 양상을 지양
- _____ ⑤ 기 타()

다음의 질문들은 기업의 활동에 관련된 내·외적 환경에 대한 것으로 5점 척도를 사용하고 있습니다. 각 질문에 대하여 귀하가 느끼시는 정도를 표시해 주시면 감사하겠습니다.

- | | 확실히
아니다 | 아닌것
같다 | 잘
모르겠다 | 그런것
같다 | 확실히
그렇다 |
|---|------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| 13. 기업의 사회참여 활동은 기업 이
미지 개선에 많은 도움이 된다. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. 우리 기업의 사회참여활동이 사
회에 기여하는 바가 크다. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15. 우리 기업의 사회참여활동은 대외
적으로 비교적 잘 알려져 있다. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16. 우리 기업의 현재의 사회참여활
동은 만족스러운 성과를 거두고
있다. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17. 우리 기업의 사회참여활동은 회
사 직원들에게 잘 알려져 있다. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18. 현재 기업의 사회참여활동에 관
련된 세제는 여건에 비추어 볼
때 합당하다. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19. 현재 기업의 사회참여활동에 관
련된 법규는 만족할 만하다. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

정부는 미래사회의 주인이 될 청소년들이 건전하게 성장할 수 있도록 하기 위한 『한국청소년기본계획』을 수립하여 1992년도 부터 시행하고 있습니다. 다음은 귀사의 사회참여활동 가운데 청소년에 관련된 질문 들입니다. 질문을 잘 읽으시고 귀사의 청소년에 관련된 사회참여 및 복지사업에 관해 답해주시오.

IV. 청소년 정책과 수련사업에 관한 사항

1. 정부의 청소년정책에 대해서 어느 정도 알고 계십니까?

- ___ ① 청소년 수련사업내용을 자세히 알고 있다
 ___ ② 사업내용은 자세히 모르지만 무엇인지 대충은 안다
 ___ ③ 들어본 적이 있으나 잘 모른다
 ___ ④ 전혀 들어본 적이 없다

2. 청소년 수련사업의 필요성에 대하여 어떻게 느끼고 계십니까?

- ___ ① 청소년들의 전인교육을 위해 절대적으로 필요하다
 ___ ② 절대적이지는 않지만 필요하다
 ___ ③ 별 영향을 주지 못하므로 있어도 좋고 없어도 좋다
 ___ ④ 아무런 영향을 미치지 못하므로 필요없다

3. 청소년 수련사업의 지원에 대한 귀사의 입장은 무엇입니까?

- ___ ① 절대적으로 필요하다고 느끼기 때문에 적극적으로 지원한다
 ___ ② 필요하다고 느끼지만 다른 사업에 비해 우선순위가 낮다고 생각한다
 ___ ③ 필요하다고 느끼지만 예산부족으로 참여할 수가 없다
 ___ ④ 학교교육을 통해 할 수 있으므로 별로 필요없다고 생각한다
 ___ ⑤ 별 관심없다
 ___ ⑥ 잘 모르겠다

4. 기업의 입장에서 볼 때 청소년 수련사업의 목적은 무엇이 되어야 한다고 생각하십니까?

- ___ ① 청소년들의 심신단련과 정서함양
- ___ ② 청소년들의 자질개발
- ___ ③ 청소년들의 사회봉사정신 고취
- ___ ④ 건전한 청소년 문화 창출
- ___ ⑤ 스트레스 해소
- ___ ⑥ 기 타()

5. 여건이 허락한다면 귀사에서 청소년을 위해 우선적으로 도울 수 있는 방법은 무엇이라고 생각하십니까?

- ___ ① 청소년 수련터전(수련관 또는 시설)의 확보
- ___ ② 청소년단체에 대한 직·간접 지원
- ___ ③ 청소년 수련거리(프로그램) 개발
- ___ ④ 정부가 하는 청소년 수련사업에 대한 재정지원
- ___ ⑤ 기 타()
- ___ ⑥ 도울 방법이 없다

6. 청소년 수련사업에 대한 기업과 정부와의 바람직한 관계는 무엇이라고 생각하십니까?

- ___ ① 정부가 모든 시설 및 운영을 책임지고 기업은 보조적인 역할만 한다
- ___ ② 정부가 시설을 제공하고 민간기업이 운영을 한다
- ___ ③ 시설의 제공 및 운영까지도 기업이 책임지고 정부는 간접지원으로 그쳐야 한다
- ___ ④ 기업이 전적으로 책임지고 수행해야 한다
- ___ ⑤ 잘 모르겠다

7. 현재의 여러가지의 청소년사업이 청소년들의 욕구를 충족시키고 있다고
생각하십니까?

- ___ ① 충분히 충족시키고 있다
- ___ ② 대체로 충족시키고 있다
- ___ ③ 그저 그렇다
- ___ ④ 거의 충족시키지 못하고 있다
- ___ ⑤ 전혀 충족시키지 못하고 있다

8. 기업의 입장에서 청소년들이 사용할 수 있는 수련시설은 충분하다고 보십니까?

- | | |
|---------------|----------------|
| ___ ① 매우 충분하다 | ___ ② 대체로 충분하다 |
| ___ ③ 그저 그렇다 | ___ ④ 부족하다 |
| ___ ⑤ 매우 부족하다 | |

9. 귀사에서 현재 어떠한 종류의 청소년사업에라도 참여하고 있습니까?

- | | |
|---------------|------------------|
| ___ ① 참여하고 있다 | ___ ② 참여하고 있지 않다 |
|---------------|------------------|

10. 지금까지 귀사의 청소년과 관련된 활동이 있으면 간단히 기술하십시오.

(예:청소년 장학지원사업 등)

(_____)

11. 앞으로 귀사가 계획중에 있거나 혹은 앞으로 하였으면 하는 청소년사업은 무엇입니까?

- | | |
|----------------|-------------------|
| ___ ① 장학사업 | ___ ② 사회복지사업 |
| ___ ③ 심신수련활동사업 | ___ ④ 문화예술사업 |
| ___ ⑤ 청소년단체 지원 | ___ ⑥ 기타(_____) |

12. 귀사가 청소년 수련사업에 참여할 경우 가장 어려운 점은 무엇이라고 생각하십니까?

- ___ ① 재정적 부족
- ___ ② 사업선정의 어려움
- ___ ③ 최고경영자의 인식부족
- ___ ④ 효과에 대한 부정적 시각
- ___ ⑤ 정부의 법적·제도적 규제
- ___ ⑥ 기 타()

13. 청소년 수련사업 활성화를 위해 정부가 할 일은 무엇이라고 생각하십니까?

- ___ ① 조세감면 혜택 등의 세제 지원
- ___ ② 학제 개편
- ___ ③ 사회적 인식을 개선하기 위한 노력
- ___ ④ 민간 이양, 위탁의 적극화
- ___ ⑤ 정부와 민간의 기능분담 기준설립
- ___ ⑥ 기 타()

14. 기업이 넓게는 사회참여활동을 하고 좁게는 수련사업에 참여하는데 제반 어려움과 건의할 사항이 있다면 자유롭게 서술하여 주십시오.

(1) 기업내부적 요인

(2) 기업외부적 요인

감사합니다.

부록 5

대기업용 면접지

1. “청소년 수련사업에 대한 민간의 참여 및 투자확대 방안 연구”의 목적과 필요성, 의의 등을 설명한다.
2. 기업의 사회참여활동과 청소년사업에 대한 이해를 도모하기 위해 개괄적인 설명을 하고 타기업이나 그룹의 사회참여활동의 예를 들어 설명한다.
3. 연구대상업체를 방문하게 된 목적을 설명하고 관련자료에 대한 협조를 부탁한다.
4. 그룹 차원에서 생각하는 사회참여활동은 무엇인가?
5. 최고경영자의 사회참여활동이나 청소년사업에 대한 철학은 무엇인가?
6. 귀사의 사회참여활동이나 청소년사업의 동기 및 취지는 무엇인가?
7. 사회참여활동이나 청소년사업에 대한 투자의 의사결정 과정은 어떻게 진행되는가?(기금조성방법, 기획, 사업선정 기준, 집행과정 등)
8. 현재 실시하는 사회참여활동에는 어떤 것이 있는가?
(사회참여활동 주체, 취지, 예산, 사업선정과정 등)
 - a. 그룹차원에서 직접 시행하는 사업
 - b. 소속 재단에서 시행하는 사업
9. 사회참여활동이나 청소년사업의 수행시 애로요인은 무엇인가?
 - a. 기업 내적인 요인
 - b. 기업 외적인 요인
10. 특별히 청소년사업에 대한 생각은 어떠하며 앞으로 그룹차원에서 어떤 사업을 구상하는가?
11. 사회참여활동이나 청소년사업에 관련해서 정부에 대한 건의사항은 무엇인가?

부록 6

설문조사에 응답한 기업체(표본기업: N=89)

- | | | | |
|------------|-------------|-------------|---------------|
| 1. 상아제약 | 2. 금호석유화학 | 3. 우성식품 | 4. 범양식품 |
| 5. 금강개발산업 | 6. (주)럭키 | 7. (주)대한펄프 | 8. 신라교역 |
| 9. 현대건설 | 10. 삼화전자 | 11. 갑을방직 | 12. 제일모직 |
| 13. (주)기린 | 14. 충청은행 | 15. 경남은행 | 16. 신일건설 |
| 17. 대구은행 | 18. 호남식품 | 19. 동부제강 | 20. 쌍용중공업 |
| 21. 아시아자동차 | 22. (주)일신석재 | 23. (주)대농 | 24. 풍림산업(주) |
| 25. 동아제약 | 26. 한국타이어 | 27. 강만성 | 28. (주)쌍용 |
| 29. 포항제철 | 30. 삼진제약 | 31. 한일개발 | 32. 한신공영(주) |
| 33. (주)빙그레 | 34. 동서산업 | 35. 제철화학 | 36. 대우전자 |
| 37. 동방유량 | 38. 기아자동차 | 39. (주)녹십자 | 40. (주)종근당 |
| 41. 현대미포조선 | 42. (주)우성건설 | 43. (주)태영 | 44. 삼미종합특수강 |
| 45. 삼성전관 | 46. (주)대우 | 47. 대림산업 | 48. 일동제약 |
| 49. 현대화재보험 | 50. (주)금성사 | 51. 삼성전자 | 52. 한주통산 |
| 53. 인천제철 | 54. 동양화재 | 55. 삼도물산 | 56. (주)유공 |
| 57. 신한은행 | 58. 삼성종합건설 | 59. 동양시멘트 | 60. 쌍용정유 |
| 61. 선경 | 62. 코오롱상사 | 63. 한국투자신탁 | 64. 한국산업리스(주) |
| 65. 대우증권 | 66. 효성물산 | 67. (주)경방 | 68. 한국투자증권 |
| 69. 럭키금성상사 | 70. 현대증권 | 71. (주)유공가스 | 72. 동일신약(주) |
| 73. 한일시멘트 | 74. 현대자동차 | 75. 한국외환은행 | 76. 현대차서비스 |
| 77. 장기신용은행 | 78. 조흥은행 | 79. 서울신탁은행 | 80. 대광산업 |
| 81. 만도기계 | 82. 한일은행 | 83. 한보철강 | 84. 크라운제과 |
| 85. 성도어패럴 | 86. 선경증권 | 87. 고려증권 | 88. 동부산업 |
| 89. 태창기업 | | | |

자문위원명단

성규탁 (연세대 사회사업학과 교수)

박태규 (연세대 경제학과 교수)

한정화 (한양대 경영학과 교수)

한인섭 (경원대 법학과 교수)

박세정 (한국행정연구원 수석연구원)

박준식 (현대사회연구원 책임연구원)

박병삼 (오문문화재단 사무국장)

주상식 (한국청소년연맹 기획부장)

박천석 (전국경제인연합회)

