

Steen L.Wartick and Donna J.Wood, International Business and Society.

Malden, MA : Blackwell,1998. p250

이 덕 훈*

기업과 사회의 연구상황은 제도학과, 조직학과, 철학과 등으로 나뉘어지지만 근래에는 기업정책과 윤리를 중심으로 전개하는 윤리적 기업관을 나타내는 견해¹⁾와 기업 경영적인 접근으로서의 환경적인 면을 접근하는 견해²⁾로 나뉘어지는 것이 일반적이다.

상술한 책들의 주제는 기업과 사회적 책임, 기업과 정부등의 문제점이 주를 이루었으나 국제기업에서의 사회적인 면을 접근하지 않았다는 부분적인 결함도 있다고 하겠다.

그러나 본인이 평을 하려고 하는 International Business & society 는 글로벌경제와 무한경쟁 속에서 국제기업에서 일어날 수 있는 여러 가지 상황을 국제기업과 사회를 중심으로 집필한 책이라 하겠다.

우선 저자인 Wartick 은 세인트루이스미주리 대학의 경영정책학과의 교수로서 사회문제로서의 chair를 갖고있으며 IABS(International Association for Business and society) 의 회장의 경력을 갖고있는 학자로서 기업의 사회적 업적과 정부와 기업간의 관계 등을 연구하였다. 또한 Wood 는 피츠버그대학의 경영학과 교수로서 IABS 의 창립멤버로서 활동하였으며 기업의 사회적 업적과 이해관계이론, 윤리 등에 관심을 갖은 여성학자이다.

우선 이 책은 서문에서 이들이 밝힌바와 같이 경영자가 기업을 운영함에 있어 복잡한 기업의 복잡한 정치, 사회 문화적 환경을 이해하는데 분석적 도구로서 이용할 수 있도록 만들어졌다고 하겠다.

이 책은 10장으로 구성되어 있고 제1장에서는 제2차 세계대전후의 1950년대부터의 각국의 기업환경을 설명하면서 세계적인 변화의 흐름 즉, 소련의 인공위성발사와 “베이비 붐” 과 “페스트 푸드”의 등장을 설명하였다. 또한 현재의 글로벌 환경을 설명하면서 다국적기업, 여성의 역할 변화, 생태학적 환경, 정치적인 면을 설명하면서 SEPTEmber 모델을 등장시켰다. SEPTEmber 모

본 서평은 2000년2월부터 2001년1월까지의 미국 Babson College 의 Arthur M Blank Center for Entrepreneurship 의 교환교수로 가서 국제기업과 기업가 연구 중에서 관심을 끌었던 책을 읽으며 느낀 것이다.

* 한남대학교 경영학과 교수

1) William C. Frederick, James E. Post, Keith Davis, Business and Society, McGraw-Hill,1992. Alfred A. Marcus , Business and Society, IRWIN,1993

2) Archie B.Carroll, Business and Society, IRWIN,1993
Heidi Vernon-Wortzel, Business and Society, IRWIN,1994

텔이란 Social Environment, Economic Environment, Political Environment, Technical Environment, Ecological Environment,의 첫 자를 모여 만들어서 마치 September(9월)을 연상시키게 만든 것이 이들의 모델이다.

또한 기업과 이해관계자를 설명하고 사회적 책임의 원칙과 사회적 반응의 과정 그리고 기업 행동의 결과로 이어지는 CSP (corporate social performance) model을 설명하였다.

제2장에서는 SEPTTE 와 제도적 -이념적 모델(Institutional -Ideological Model: IIM)에 대해 설명하였다. 기업과 사회에서 중요시되는 사회를 경제적, 정치적, 사회적 행동의 세가지 형태로 나누어서 설명하였고 이데올로기도 세가지 형태로 구분하였다. 우선 경제적 이데올로기의 범위는 자유시장자본주의 와 제한 자본주의 혼합자본주의 사회주의 이상적 공산주의 등으로 5가지로 구분하였는데 이것은 어떤 사회가 개인의 자유와 집단적 정의를 이루는데 가장 성취적인 것인가에 대해서는 각국의 정부와 기업간의 관계에 대해 다르게 설명할 수 있다. 또한 정치적 이데올로기도 무정부주의부터 단순 민주주의, 공화민주주의, 사회민주주의, 전체주의 등 6개로 구분하여 설명하였다. 그리고 가장 복잡하고 설명하기 어려운 사회적 이데올로기에 대해서는 의외로 간단하게 개인주의와 집단주의 2개의 형태로 구분하였다.

따라서 이들은 이데올로기와 제도의 상호작용에 의해 기술과 생태적 요인까지도 설명하였다.

제3장은 지금까지 경영학자들이 관심을 보이지 않았던 기업과 정부의 관계에 대해 의사결정자의 욕구 (within and across societies)와 정책적 이론 (다원주의(Pluralism)와 공공정책과 유형) 그리고 어쩌면 기업에서는 중요하면서 학계에서는 다루기 힘든 로비활동(lobbying)을 공익(public interest)과 연결시켜 지역적 결과 와 금전적 결과, 다국적 결과 그리고 정예주의 의 결과로 나누면서 이익그룹만족과 광의적 사회이익으로 구분하였다.

그리고 James posts 의 교수의 reaction, proaction, interaction 개념을 도입하여 국제환경에서의 기업과 정부의 관계를 적용하였다.

제4장에서는 기업의 사회적 책임과 반응에 대해서는 저자들은 국제적 영역에서의 기업이 영향을 주고받는 관계를 조명하였다. 특히 기업의 사회적 책임의 정의 에 대해 합법적 원칙(제도적 수준)과 공공책임의 원칙(조직적 수준), 경영자 재량의 원칙(개인적 수준)으로 나누어 설명하였고 또한 글로벌기업의 사회적 책임에 대해서는 환경오염으로 설명하였고 다국적기업들은 공해통제기술을 경쟁력향상의 채널로 이용하고 있음을 ISO14000으로 설명하였다.

제5장에서는 국제 이해자 관계에 대해 설명하였다. 우선 이들은 기업의 이해관계자이론에 대해서 신고전주의, 행동주의, 그리고 이해관계자이론으로 나누어 설명하였다.

특히 제1차적 이해관계자에서는 Clarkson의 말을 빌려 제1차적 이해관계자 의 참여 없이는 기업이 생존할 수 없고 이에 해당하는 부류를 소유자, 종업원, 소비자, 고객, 공급자, 정부 등으로 나누었다.

또한, 이해관계자의 이익에 대해서는 물질적 이익, 정치적 이익, 소속적 이익, 정보적 이익, 상징적 이익, 정신적 이익 나누어 설명하였다.

제2차적 이해관계자 는 기업의 경제적인 활동에 직접적으로 참여하진 않지만 기업의 활동에

영향을 받거나 주는 이해관계자들로 정의하였다. 이러한 범주에는 방송매체, 환경운동가, 소비자보호단체 등을 예로 들었다.

여기에서 한 걸음 더 나아가 국제적인 이해 관계자와의 관계지도를 작성하고 문화적 환경과 이해 관계자의 행동예측에 대한 모형을 만들었다.

제6장에서는 미시적 수준의 이슈에 대해 윤리와 가치를 중심으로 설명하였다.

상호작용과 윤리에 대해 설명하며 수입국에서 합법적으로 금지된 농약을 수출하는 다국적기업은 윤리적인가에 대해 행위자와 평가자로서의 기준이 달라짐을 설명하였으며 윤리적인가 하는 문제는 갈등의 시작과 끝으로 보았다.

비즈니스의 윤리는 기업환경이 올바른가가 그른가의 원칙과 관련되어 있으며 비즈니스게임에 의거하여야 한다. 이들은 축구의 예를 들어 축구는 독특한 규칙이 있고 규칙을 집행하는 심판이 있듯이 규칙을 지키지 않는다면 그 팀은 벌을 받는다. 따라서 팀의 목표는 게임에서 이기기 위해 게임의 규칙 내에서 경쟁하여야 한다는 것이다.

또한 뇌물과 다국적기업과의 관계에서는 Kohls 와 Buller의 예를 들어 윤리적 갈등을 해결하는 새로운 접근 즉, 이문화 갈등에 대해 설명하였다. 이들은 이문화를 회피, 집중, 교육, 침투, 협상, 융통성, 협력의 7단계로 나누고 설명하였다. 1970년대의 록히드의 사장인 Carl Kotchian은 록히드의 생존을 위하여 일본관료에게 뇌물을 결정하게되었음을 예로 들어 설명하였다. 그리고 국제비즈니스에서의 비윤리적 행동은 개인, 조직에게 경쟁우위를 제공하겠지만 장기적으로는 기업에게도 좋지 않으므로 모든 사람을 반영하도록 하여야 한다.

제 7장은 다양한 사회환경에서의 기업경영윤리에 대해 설명하였다. 특히 재미있는 것은 1980년대 중반의 한 다국적기업의 인사관리부가 사용한 윤리문제에서 발췌된 것으로 국가 A로부터 국가 F에 이르기까지의 윤리퀴즈문제이다. 이 질문들은 국제적인 사업을 할 때 돈 지불 문제와 관련된 까다로운 문제들을 어떻게 다룰 것인가를 알아보기 위한 것이었다.

이사급들의 경영자가 처음으로 해외발령을 받을때 테스트를 받곤 했는데 그들의 대답은 그 부서가 위의 상황중 돈을 지불하는 것이 정당할 때를 판단하는 기준을 결정하는데 참고가 된다. 경영간부들은 그들이 접근하는 관점의 기준이 이것은 하고 저것은 하지 말라는 식으로 단정짓는 것이 아닌 상황설정 및 토론에 의해서만 확립될 수 있다고 생각된다.

이들의 견해는 10달러정도의 보수로 개인인전면허증 취득정도의 뇌물만 받아들여질 수 있는 것으로 보여진다.

특히 7장에서는 다양한 사회에서의 기업윤리는 (1) 개인, 그리고 개인의 윤리적 가치관 및 의사결정과정에 영향을 미친 환경요인 (2) 개인이 근무하고 있는 사회, 특히, 개인의 윤리와 행동방식에 대한 그 사회의 기대치 (3) 개인이 몸담고 있는 다국적기업의 기반사회의 윤리적기대치로 나뉘어진다. 그리고 윤리적 제국주의와 윤리적 상대주의로 나뉘어지는데 초기에는 윤리적 제국주의로 각국사회의 윤리적 가치관이 미국본사의 가치관에 맞아 움직였다는 것인데 이는 Serban-Schreiber(1969)의 '미국의 도전,' Barnet 와 Mhuller(1974)의 세계화시대의 도래'등에서 추악한 미국인으로 표현하기까지 하였다. 그 다음이 로마에 가면 로마법을 따르라는 윤리적 상대주의의 등장인데 그러나

이 또한 설자리를 잃고 있어 초국가적 윤리 또는 글로벌스탠더드로서의 기업윤리가 확립되어야 한다는 것이다. 그래서 저자들은 윤리적 풍토의 조성을 구조적 접근으로 접근하여 행동규범정립과 과오동기감소, 과오범할시 공개등 으로 빈도를 높여 가야 한다고 주장하고 있다.

또한 기업은 조직의 고위층과 하부계층과 동료들간의 내면적 상호작용을 촉진하는 공통의 가치체계를 구축하도록 노력해야 한다는 것이다. 명백한 문제는 공통의 가치관을 어디서 찾느냐하는 것이다. 대부분의 다국적기업의 경영자들은 가치관의 차이를 구별할 줄 알지만 공통의 가치관을 규명하는 일은 찾는 일은 하지 못하고 있다. 국제화, 정보화시대에서도 국제투명성기구(Transparency International)의 조사에서도 나타나듯이 공통의 가치관과 윤리관의 설정은 쉽게 진전하지 못하리라 보고있다.

제8장은 국제적 쟁점관리와 공적 업무에 관하여 살펴보았다. 우선 필자는 국제기업과 사회의 범위의 주요구성요인들을 이해하는데 중점을 두었다. 그리고 사업 및 사회개념과 쟁점관리를 쟁점 확인, 쟁점분석, 반응전개의 축과 제도적 관념모델, 기업과 정부의 관계, 기업의 사회적성과, 제3자 관리, 윤리적분석 등으로 나누어 분석하고 있다. 그리고 쟁점관리에 대해 접근하는 방법에 대해 문제점은 무엇이며 어디서 나타나는 것일까 하는 것보다는 효과적인 경영자는 어떤 것이 문제점이며 어떤 것은 문제점이 아닌가 하는 간단한 접근으로 의문을 풀기도 한다는 것이다.

특히 Gap(차이점)은 conformance gap과 ideals gap으로 구분하고 무엇보다도 중요한 점은 Tombari의 쟁점라이프 사이클의 도표화³⁾라고 생각한다. 다시 말하면 쟁점라이플 사이클을 초기, 중기, 성숙으로 나누어서 설명한 점은 국제기업의 관리자가 견뎌야할 상황적 인식을 이슈화시킨 것으로 문제접근방법의 도식화로서 인식되고 있다.

제9장은 글로벌 기업의 사회적 업적관리에 대해 설명하였다. 일반적으로 섬유산업이나 농산물과 수송, 유통산업 등을 포함한 많은 산업들은 글로벌논쟁과 문화적 갈등에 부딪히고 있다. 당면문제를 해결하기 위해 경영자는 글로벌기업의 사회적 업적을 전략적 사고에 기초하도록 접근하고 있다. 우선 저자는 Donna J. Wood⁴⁾의 사회적적의 보고와 평가 표를 이용하여 설명하였으며 기업의 사회적 업적모델을 만들었다. 이 모델은 사회적 책임의 원칙(법적, 공공책임)→ 사회적 책임의 과정(환경심사, 이해관계자경영)→기업행동의 결과(사회적 충격, 사회적 정책, 사회적 프로그램)로 나누어 분석하였다. 다시 말하면 기업의 사회적 업적은 사회적 책임의 원칙 하에 사회적 반응과정을 거침으로써 기업행동의 결과로 표출된다는 것이다.

그렇지만 최적의 환경 하에서 글로벌 사회적 업적관리가 불가능하기 때문에 경영자는 기업의 사회적 업적전략의 중심특성에 대한 명확한 시각을 지녀야 한다.

논리적인 목적, 윤리적 이유, 조직행동에 대한 명확한 가이드라인의 일관성, 기업의 사회적 업적과 사람들의 삶의 질을 높이는 기회에 따른 인식, 기업이 속한 환경에서 다양성의 실천, 계획의 붕괴, 가치하락 등의 위기에 관한 즉각적인 책임을 지는 긴급성을 관리하여야 한다.

3) Tombari, Henry A. Business and Society, 1984 Dryden Press

4) Donna J. Wood, Business and Society, Newyork: HarperCollins,1990,p585

환언하면 기업이 속한 사업이 무엇인가라는 의문보다는 우리는 무엇을 견지하여야 하는가하는 전략적 관점을 확인하여야 한다.

제10장은 이 책의 마지막장으로 비즈니스와 사회: 미래의 전망에 대해 살펴보았다.

국제 비즈니스와 사회와의 관계 속에서 그 미래가 명확하게 나타나지 않지만 전체적인 윤곽은 잡을 수 있다. 하나는 기업과 사회는 조직과 사회, 정치, 기술, 경제 그리고 자연환경사이의 관계에서 영향을 줄 수 있다는 점이고 또 하나는 주권국가의 의사결정과 행동은 다국적기업의 국제조직에 중요한 영향을 미칠 것이다.

기업과 사회는 존재하고 운영되는 기업조직과 사회, 정치적, 기술적, 경제적 그리고 자연환경과의 관계를 연구하는 것이다. 본장에서 1장과 2장에서 등장하였던 SEPTEMBER 분석을 통하여 다시 설명하였다.

그리고 국제적 추세를 통하여 기업과 사회의 관계를 설명하려 하였다. 이 관계의 세계변화는 첫째, 국제적인 규칙(규제)과 초국가적인 정부를 만들어 가는 제도적 추세와 두 번째, 하나의 근본적인 단순원칙으로 보편적 윤리의 통합이라는 이념적 추세를 확인하고 있다.

주지하는 바와 같이 세계의 다양한 국가와 문화에서 이루어지고 있는 다국적기업의 행동에 수반되는 이익과 비용은 세계의 시민과 그들의 정부와의 관계 속에서 지속될 것이다. 다국적기업의 경영자는 현지문화와 경제에 접하면서 그들 기업에 영향을 줄 수 있는 요인을 평가하여야 한다.

본서는 국제경영을 전공하는 학자 및 학생과 국제경영자 그리고 기업과 사회를 전공하는 모든 사람들에게 다음과 같은 면을 보여 주고 있다.

시장의 세계화(Globalization of Market)에서 나타나는 코카콜라나 맥도널드는 육구의 공통화를 보여주고 있어 국제화가 글로벌 경영자들의 생활을 더욱 단순하게 해 줄 것이라는 주장도 있다. 그러나 코카콜라나 맥도널드와 같은 공통화 육구의 총족제품도 있지만 일본의 미소(된장)나 한국의 김치등은 미묘한 맛과 국내적 특성을 유지하면서 발달하기 때문에 지역적 특수성을 무시할 수 없다.

오랜 경험을 쌓은 다국적기업이라 할지라도 경영이론을 보편화하는 것은 쉽지 않고 보편화된 이론이라 하더라도 특수화를 인정하지 않을 수 없기 때문에 나타나는 문제점이 본서에 간접적인 시사점을 해주고 있다. 특히 윤리적인 면에서의 보편화는 어렵기 때문에 각 지역의 문화권에서의 윤리적인 행동이 타 문화권에서 어떻게 전달되고 이해되고 경영에서는 어떻게 반응되는지 앞으로의 우리가 가야할 길을 문제점으로서 제시해 준책이라고 하고 싶다.

시장의 글로벌화는 세계시장의 동질성과 세계시장의 단일화를 의미하는 것이므로 기업으로서 는 기업성과와 과정, 조정 등을 표준화해야 할 필요성이 더욱 커졌다. 그러나 사회문화, 법규, 등 지역적 특성에 조직을 적응시켜야 한다는 일관성과 적응사이의 조화를 유지하는 것 이야말로 국제기업인의 필수요소라는 것을 필자들은 알려주고 있다.

그리고 이 책이 우리 한국에게 주는 시사점을 잊어서는 안된다.

성수대교 붕괴문제(1994년), 삼풍백화점 붕괴(1995년), 대우그룹 도산(1998)등에서 우리는 경영자의 무책임하고 비양심적인 행동은 어느 정도까지가 필요한 것이며 고객 및 국민에게 어느정

도까지 이해를 받을 수 있을까 하는 과제가 우리 한국사회에 등장하게 되었다.

그리고 법은 어느 정도까지 기업의 행동을 용서할 수 있으며 기업은 법만 어기지 않으면 기업의 행동이 정당화되는 것일까? 하는 과제로 발전되어 기업의 윤리적인 문제가 사회 전체적인 문제로 발전하였다.

국제화 시대의 우리 기업들은 외국자본 도입의 절대적 필요성과 OECD 가입 및 자본시장의 글로벌화로 기업경영의 투명성 확보 요구가 증가되고 있다.

따라서 본서는 이러한 시기에 기업의 사회적 책임과 사회 반응에 대한 요구를 우리들 실생활에 어떻게 접근하며 기업의 윤리적 책임은 어떻게 발전하여 왔는가를 국제적인 감각에서 보여주었다고 하겠다.