

백화점식 지원 아닌 맞춤형 파트너십으로 CSR 재정렬

2016~2030 UN 지속가능개발목표와 글로벌 CSR의 방향

지키지 못할 약속은 아예 하지 말라는 말이 있다. 약속의 내용이나 범위가 크면 그것이 진짜인지 아닌지 실감하지 못할 정도로 반신반의하게 된다. 하지만 최근 해외에서는 글로벌 사회공헌 분야에서 실감이 나지는 않지만, 실제로 지켜질 약속들이 쏟아져 나오고 있다. 아무나 하는 말이 아니다. 굴지의 선진 기업들이 글로벌 사회공헌을 위한 통 큰 기부 약속을 하고 있는 것이다.

글 안젤라 강주현 | (사)글로벌경쟁력강화포럼 상임대표

해외 선진 기업들의 통 큰 기부

2015년 9월 UN 총회에서는 2016~2030년 기간 동안 UN 새천년개발목표를 대체할 UN 지속가능개발목표¹⁾가 채택되었다. 이에 부응하여 해외 선진 기업들은 2020년, 2030년 등 기한을 정해 정량화된 중장기 목표를 세우고 앞다투어 전 세계에 기부 공약²⁾을 발표하고 있다. 17개³⁾ 목표로 구성된 UN 지속가능개발목표는 사회공헌 범위를 넘어, 전 인류의 지속가능한 성장·발전·생존을 위해 당면한 많은 문제를 푸는 데 정부·기업·시민사회 등 모두의 노력을 필요로 하고 있다.

글로벌 기업들의 몇 가지 공약을 한번 살펴보자. 페이스북은 2020년까지 최빈국의 모든 이들이 인터넷 접근을 가능케 하기 위한 공약을 내걸었다. UNHCR과 다른 IT기업들과 함께 유엔 난민캠프에 함께 인터넷이 연결될 수 있도록 지원하는 인터넷 연결 선언⁴⁾Connectivity Declaration을 발표⁴⁾한 것이다. 이 캠페인은 빌 게이츠, 위키피디아의 창립자 지미 웨일즈, 록스타 보노도 함께한다. 적어도 한 달에 한 번 이상 로그인하는 가입자가 15억 명인 페이스북으로서의 담대하지만, 불가능하지는 않은 약속이다.

후지제록스는 2023년까지 10만 명의 필리핀, 미얀마, 태국의 취약 아동들에게 교육교재를 제공할 예정이며, 마스

터카드는 2020년까지 포용적 경제성장을 위해서 5억 명의 최빈곤 계층을 지원할 계획이다. 또한 다국적 제약회사 GSK는 2020년까지 최빈국 2억 명에게 보건·의료 서비스 지원을 실시할 예정이다. 세계 굴지의 광물채굴기업인 앵글로아메리칸은 지난 25년간 10만 명에게 직접 혹은 협력업체를 통해서 일자리를 제공했는데, 향후 2030년까지 25만 명으로 일자리를 늘릴 계획이다.

비영리 기관들도 발 빠르게 움직이고 있다

도너 기업뿐만이 아니다. 전 세계 비영리 기관들도 앞다투어 나서고 있다. UN 지속가능개발목표 달성을 위해, 각 기관 활동의 콘셉트를 더 명확히 하여 17개 목표 아래 재 정렬하고 있다. 글로벌 사회공헌활동을 위해 민간기업과 비영리 파트너 기관들을 연결시켜주는 미국 소재의 세

1) <http://www.globalgoals.org>
 2) https://www.unglobalcompact.org/docs/issues_doc/development/PSF2015Announcements.pdf
 3) 1. 빈곤 퇴치, 2. 기아 퇴치, 3. 보건과 건강 증진, 4. 교육의 질 증대, 5. 양성평등, 6. 깨끗한 식수와 위생, 7. 저렴하면서도 청정한 에너지 보급, 8. 양질의 일자리와 경제성장, 9. 산업, 혁신, 인프라 건설, 10. 불평등 감소, 11. 지속가능한 도시와 지역사회 개발, 12. 책임 있는 소비와 생산, 13. 기후변화 대응, 14. 해양자원 보존, 15. 육상생태계 보호, 16. 평화롭고 정의로운 제도 구축, 17. 목표 달성을 위한 파트너십.
 4) <http://www.bbc.com/news/technology-34373389>



2015년 9월 UN총회에서 채택된 2016~2030 UN 지속가능개발목표 17개

계적 기관인 글로벌임팩트Global Impact는, 17개의 각 목표별로 역량 있는 비영리 파트너 기관들을 소개하여 펀드레이징하는 SDG Fund 웹사이트⁵⁾를 2015년 10월 오픈했다. 민간 지원금에 목마른 비영리 파트너 기관들에게 맞춤형으로 전 세계적인 모금 핫라인을 개설해준 것이다.

첫째 목표인 '빈곤 퇴치'를 위해서는 CARE, Save the Children 등을 소개하고 있다. 아직도 하루에 1.25달러 이하로 살아가는 개도국의 25% 사람들에게 가뭄에 단비를 내리도록 돕는 것이다. 둘째 목표인 '기아 퇴치'를 위해서는 옥스팜이나 각종 기아 퇴치 기관을 소개하고 있는데, 2050년까지 20억 명에 이르는 이들의 배고픔을 해결할 계획이다. 셋째 목표인 '보건과 건강'을 위해서는 국경없는의사회 등의 보건 증진 기관을, 넷째 목표인 '교육의 질 증대'를 위해서는 유니세프와 컴패션 등의 기관을, 다섯 번째 목표인 '양성 평등'을 위해서는 월드비전, 플랜인터내셔널 등의 기관을 소개하고 있다. 여섯 번째 목표인 '깨끗한 식수와 위생'을 위해서는 2050년까지 전 세계 인구의 4분의 1이 식수 부족 문제를 겪게 될 위험성을 경고하면서 인류를 위한 물, 월드비전 등의 기관을 소개하여 민간 분야 모금을 촉진하고 있다. 이 밖에도 장애우나 비장애우 모두에게 양질의 일자리와 경제성장을 지원하는 국제기관들, 산업·혁신·인프라 건설을 위한 국경없는엔지니어 등의 기관들도 소개하고 있다.

도너 기업도 비영리 파트너 기관도 맞춤형 파트너십 선호

이제 비영리 파트너 기관들도 백화점식으로 수혜자 지원 활동을 지원하는 것에만 머무르지 않는다. 해당 기관이 무슨 활동을 다른 기관들보다 얼마나 더 잘 하여 어떻게 차별화된 사회적 가치를 제시할 수 있는지 알리는 데 노력하고 있다. 이러한 경향을 『CSR 3.0』의 원저자인 제이슨 사울은 “핀드레이징의 종말이 왔으며, 이제는 영향력을 파는 시대가 왔다”⁶⁾라고 표현한다.

이러한 경향은 무엇보다 도너 기업들이 원하는 바다. 글로벌 사회공헌이나 지속가능경영을 위한 자원 배분, 투자를 하는 데 있어서 내부와 외부 이해관계자들로부터 SROI(Social Return on Investment)에 대한 요구가 점점 거세지고 있다. 또한, 도너 기업에게는 기업의 업종이나 사업 특성을 반영하여 보다 차별화된 활동을 하기 위해서는 주제별로 특성화된 비영리 파트너 기관들의 협력이 필수적인 것이다.

UN 지속가능개발목표 채택은 글로벌 기업사회공헌과 CSR 전반의 지평을 확대하고 기업과 비영리 파트너 기관 모두를, 보다 전략적으로 움직이도록 변화시키고 있다. 글로벌 CSR 경쟁에서 뒤처지지 않으려면 한국 기업들도 더 발 빠르게, 더 통 크게, 더 활발하게 움직이지 않으면 안 된다. 늦었다고 할 때가 가장 빠른 때이다. 글로벌 CSR 지평 확대를 통해 세계의 지속가능발전에 기여하고 기업과 사회가 지속가능한 성장을 만들어 나갈 때이다. **Insight**

5) <https://sdgfunds.charity.org>
 6) Saul, Jason. The End of Fund Raising. 2011. Jossey-Bass.

안젤라 강주현

(사)글로벌경쟁력강화포럼(Global Competitiveness Empowerment Forum: GCEF) 설립자 겸 상임대표로 연대 영문학과 학사와 하버드케네디스쿨 석사를 졸업하였고, 국가브랜드위원회 자문위원, 기획재정부 공공기관 경영평가단 위원을 역임하였으며, 산업통상자원부 규제개혁위원, KOTRA 해외CSR 자문위원, 유엔 글로벌컴팩트 한국협회 운영위원 등으로 활동 중이다.