

기업윤리 브리프스

5호

▶ 국민권익위원회 홈페이지 www.acrc.go.kr “기업윤리”에서 자세한 내용을 보실 수 있습니다.

Monthly Business Ethics Briefs

★ 전문가 칼럼

브랜드 윤리의 필요성

이화여대 경영대학 교수 박성연



2006년 7월 코카콜라의 제조 비밀을 빼내 경쟁사인 펩시콜라에 팔려던 코카콜라사 직원이 경쟁사 펩시콜라의 신고로 체포되었다. 코카콜라 이사의 여비서가 공범 2명과 짜고 코카콜라의 고급비밀을 제공하겠다는 제안을 했으나, 펩시는 이 사실을 코카콜라에 즉각 알렸고, 코카콜라는 FBI에 신고하여 합정

수사를 벌인 결과 일당 세명을 모두 체포하였다. 오매불망 코카콜라를 추월하기 위한 노력을 하고 있던 펩시에게 제조 관련 비밀을 팔겠다는 제의는 만년 2위 브랜드 자리를 탈출할 수 있는 절호의 기회였을지도 모른다. 그럼에도 펩시는 코카콜라에게 이 사실을 알림으로써 그러한 유혹을 뿌리치고 정정당당히 경쟁하는 정도경영과 윤리적 마케팅을 실천하였고, 이러한 펩시의 행동은 소비자들의 신뢰를 더한층 받게 되는 계기가 되었다.

영국의 대형 유통업체인 M&S(막스앤스펜서)는 2006년 Look Behind the Label이란 소비자 캠페인을 시작하였다. 라벨에 적힌 가격만 보지 말고 뒷면에 적힌 상품의 내역을 잘 알고 구매하라는 소비자 운동으로서 M&S는 친환경 농산물, 공정무역제품, 바다에서 남획하지 않은 수산물, 유전자 변형하지 않은 농산물 등을 대폭 강화하면서 M&S 마크를 단 모든 식품에 Eat Well이란 마크를 달고 커피는 유기농이며 공정무역을 통해 수입된 것이어야 하고, 계란은 모두 100% 방목한 유정란이며, 소금의 양을 줄이고 첨가제는 극도로 줄일 뿐만 아니라 수산물도 불법조업으로 남획되지 않은 윤리적으로

보장된 것만 취급한다는 원칙을 세웠다. 이듬해인 2007년 M&S는 Plan A를 선포하며 기후변화와 쓰레기 감량, 지속 가능한 원료의 사용, 공정무역, 소비자들의 더욱 건강한 삶을 위한 100가지 약속을 내세우고 실천하였으며, 2012년에는 Plan A의 약속을 180가지로 더욱 확장하여 실천하고 있다.

이러한 해외 사례에 비추어 볼 때 우리의 브랜드 윤리는 어떤 수준에 와 있는가? 대형유통점의 횡포는 여전히 뉴스의 단골 메뉴이며, 금년 4월에는 원양어선들의 불법조업으로 인해 한국이 미국으로부터 불법 어업국으로 지정되기까지 하였다. 불법 어업국으로 지정되면 국제적인 신뢰가 땅에 떨어지는 수치스러운 불명예일 뿐만 아니라 미국 항만진입이 금지되고, 수산물과 수산 가공품 수출도 금지되게 된다. 단기간의 매출 성과에만 집착하고 올인하는 브랜드는 절대 윤리적인 브랜드가 될 수 없다. 제 살 깎아먹기 식의 치열한 시장쟁탈전에만 올인할 것이 아니라 환경과 사회, 소비자의 이익에 충실한 브랜드가 될 때 그 브랜드는 소비자와 사회의 사랑을 받게 되고 지속가능한 브랜드로서 우뚝 설 수 있다는 것을 모든 브랜드 관계자들과 CEO들이 기억했으면 한다.



윤리경영과 브랜드가치

윤리적 소비자의 등장과 기업가치

과거의 소비자들이 좋은 제품을 싼 값에 구입하려는 합리적 소비자였다면, 오늘날의 소비자들은 좋고 싼 제품이라도 기업이 생산·유통과정에서 비윤리적인 행동을 하지는 않았는지를 살펴보는 윤리적 소비자로 변화하고 있다. 영국의 마케팅조사기관 GfK NOP가 미국과 영국, 독일, 프랑스, 스페인 5개국에 거주하는 시민 5,000명을 대상으로 실시한 설문조사에 따르면 30%의 응답자가 가격이 비싸도 윤리적 기업의 제품을 구입하겠다고 답했으며, 이를 통해 윤리경영을 도입한 기업들이 소비자의 신뢰를 얻어 상업적으로도 성공하고 기업의 가치를 상승시킬 수 있음을 알 수 있다.

기업의 윤리경영이 기업 가치에 미치는 효과

전국경제인연합회의 조사에 따르면, 기업의 윤리경영은 고객의 신뢰성을 증가시키고, 기업의 이미지를 제고하며, 임직원의 애사심을 증가시키는 것으로 나타났다. 또한 매출액을 증가시키고, 고객 및 소비자 단체의 불만을 감소시키는 긍정적 효과가 있는 것으로 나타났다. 산업정책연구원이 윤리경영지표(KoBEX)를 이용하여 윤리경영 실천노력과 재무적 성과와의 관계를 분석한 결과 역시 KoBEX지수가 높은 기업과 낮은 기업 사이에서 재무적

성과에 차이가 있는 것으로 나타난 바 있다. 최근 3개년(2009~2011년) 동안의 경제정의지수(경제정의연구소) 평가 기업과 한국기업지배구조원 ESG평가 기업을 대상으로 분석한 결과, 윤리경영의 수행성과가 높은 기업의 가치가 높게 나타났으며, 윤리경영의 수행성과는 소비자, 종업원, 잠재적 투자자 등 이해관계자들에게 양호한 기업이미지를 부각시켜 매출 증대, 생산성 향상 등을 통한 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

윤리경영의 성공 및 실패 사례

유한킴벌리는 윤리경영을 위한 전담 조직인 내부통제실을 운영하고 있으며, 모든 법과 규정의 준수는 물론 임직원의 뇌물과 부패방지, 정보보호, 공정 거래 준수 등에 대한 서약을 하고 있다. 또한 주요 사업 파트너 선정 시에도 윤리인권 분야에 대한 점검과 더불어 안전, 환경, 품질을 우선 고려하는 윤리경영 실천 여부를 평가하는 등 윤리경영을 위한 다양한 노력을 하고 있다. 이러한 윤리경영 활동은 소비자로 하여금 유한킴벌리의 긍정적인 이미지를 구축하도록 하며, 유한킴벌리의 브랜드파워를 향상시키는 결과를 낳았다.

과거 미국의 일류 기업으로 손꼽힌 엔론은 분식회계 사실이 밝혀지면서 주가와 신용등급이 순식간에 추락했다. 부실을 숨기고 주가를 높이는 데에만 열을 올리는 등 단기적인 이익만 추구하고 투명경영과 윤리경영은 인종에도 없었던 엔론은 몇 달 되지 않아 파산했으며, 이는 경영진이 아무리 유능하고 혁신적이라고 하더라도 기업 윤리에 둔감한 기업은 생존할 수 없음을 말해준다.

최근 국내외 동향

:: 국내 윤리경영 동향

권익위-공익신고자 지원 민간단체 간담회 개최

권익위 이성보 위원장은 4월 23일 서울시 중구 파이낸스 빌딩에서 공익신고자를 지원하는 민간단체의 심사위원장인 김창준 변호사(참여연대 의인상), 박홍식 교수(호루라기재단 호루라기상), 김거성 회장(한국투명성기구), 최강욱 변호사(한국투명성기구 투명상)와 만나 공익신고자 보호제도의 실효성 및 이행력 강화를 위한 「공익신고자 보호법」 개정방안 등에 대한 의견을 교환함

권익위, 공공기관 청렴제도 민간기업과 공유

지난해에 열린 세계경제포럼(WEF)에서 한국의 기업윤리경영 분야가 56위를 기록함에 따라 국민권익위원회는 민간 기업들의 부패를 줄이고 기업윤리의식을 높이기 위해 기관의 청렴수준을 점수화하는 '청렴도 평가', 직원들이 업무와 관련해 지켜야 할 청렴기준을 제시한 '행동강령' 등을 민간기업과 공유하기로 하였음. 권익위는 '반부패 청렴정책'의 공유 프로젝트에 참여 의사를 밝힌 66개 기업 중 15개 기업을 대상으로 4월 3일 윤리경영 교육을 시범실시하고 나머지 기업들을 대상으로 올해 안에 3차례 더 시행할 계획임

주식도 '착한 종목' 이 대세... 뜨는 '사회책임투자'

착한 기업에 투자하는 사회책임투자(SRI, Social Responsible Investing)가 다시 각광받고 있으며, 특히 연기금을 중심으로 SRI 투자관련 움직임이 빨라지고 있음. 우리투자증권에 따르면 2013년 1월 말 기준 국민연금이 운용 중인 SRI형 자산규모는 5조원에 달했으며, 사학연금과 공무원연금의 SRI펀드도

각각 1,000억 원 규모이며, 우정사업본부도 SRI 투자에 참여할 것으로 기대함. 특히 국민연금은 향후 5년 내 SRI형 투자규모를 11조 원까지 늘릴 계획으로 알려짐. 글로벌 SRI 투자 시장 규모는 지난 2011년 기준 13.6조 달러에 달하고 있음

CEO 95%, CSR 평가에 ISO 26000 기준 적용

100대 기업 CEO들의 CSR(기업의 사회적 책임) 프로그램에 대한 평가 욕구가 상당히 높은 것으로 나타남. '더나은미래' 설문조사 결과, 'ISO 26000 기준에 의거한 CSR 프로그램을 평가할 의향이 있다'는 CEO들은 22명였고, '현재까지는 계획 없으나 평가할 의향은 있다'는 응답도 36명으로, 응답자(61명) 가운데 무려 95%(58명)에 달하는 CEO가 CSR 평가의 뜻을 밝힌 것으로 조사됨

:: 해외 윤리경영 동향

EU, 기업의 사회·환경 문제 투명성 강화

유럽연합(EU)은 기업의 사회적 책임과 환경 관련 규제를 강화하는 방안을 추진할 계획으로 EU 집행위원회는 4월 16일 기업 경영에서 사회 문제 및 환경 문제와 관련 있는 사항에 대한 공개 의무 부과를 골자로 하는 기업회계 규정 개정안을 발표하였음. 새로운 규정은 우선 종업원 500인 이상의 대기업부터 적용되며, 기업들은 기존의 회계보고서 및 장기 영업전략 보고서에 더해 환경 및 사회 문제 관련 보고서를 매년 제출해야 함

카길 CEO '원자재 업계에 투명성 필요'

미국의 거대 곡물기업 '카길'(Cargill Inc.)이 원자재 업계에 투명성 제고를 촉구함. 카길의 그레그 페이지 최고경영자(CEO)는 스위스에서 열린 FT 세계 원자재 업계 정상회의에서 "원자재 업계가 더 윤리적이고 투명한 업무 관행을 받아 들여야 한다."며 "그렇지 않으면 과거 금융권이 그랬던 것처럼 대중과 규제 당국의 비난을 받게 될 것"이라고 하였음

권익위 - 주한 외국기업 CEO 초청 정책간담회 개최

국민권익위원회(위원장 이성보)는 4월 30일 오전 서울시 중구 프레스센터에서 주한 외국 경제인 60여명을 초청해 한국에서 기업활동을 하는 주한 외국기업인들의 애로사항을 듣고 해법을 모색하기 위한 '외국기업 CEO 초청 정책간담회'를 개최하였음



현장을 찾아서

:: 에쓰-오일

에쓰-오일의 윤리경영 활동과 이러한 활동이 에쓰-오일의 브랜드 가치에 어떠한 영향을 미치고 있는지에 대한 이야기를 들어보도록 하겠습니다.

1. 에쓰-오일의 윤리경영 활동과 프로그램에 대해 설명 부탁드립니다.

에쓰-오일은 2004년 8월 임직원 윤리규정을 제정한 이래 내부신고제도의 운영, 구매의 투명성 제고 및 협력업체 윤리경영 지원을 위한 공급자/입찰자 임직원 윤리규정 준수 등 윤리경영을 확산·정착시키기 위한 전사적인 노력을 기울여 왔습니다. 또한 자체 윤리위원회를 통해 윤리

문제와 관련한 사항에 대하여는 항상 최선의 의사결정이 이루어지도록 하는 등 윤리경영 실천의 역량 강화를 위한 체계를 구축하는 데도 애써 왔습니다. 또한, 전 임직원을 대상으로 하는 윤리경영 교육 실시, 윤리경영 웹사이트 구축 및 비윤리적인 사안에 대한 외부제보 채널 구축 등 다양한 윤리경영 활동과 프로그램을 시행하고 있습니다.

2. CEO께서는 기업이 윤리경영을 추진해야 하는 이유가 무엇이라고 생각하십니까?

에쓰-오일은 윤리경영의 목적이 회사가 도덕적으로 경영을 이끌어가야 한다는 일차원적인 규범이라기보다 잘못된 관행이나 비용구조를 윤리적 기준에 맞게 개선함으로써 기업의 경쟁력을 높이며 경제적 부가 가치를 극대화하는 데 기여하는 것이라고 생각합니다. 에쓰-오일이 지향하는 '수익성 있는 지속성장'의 근간에는 구성원 개개인의 높은 윤리의식과 엄정하고 투명한 업무처리, 기본과 원칙에 충실한 조직문화가 있으며, 모든 임직원의 윤리경영 실천 및 솔선수범만이 에쓰-오일이 국민과 사회의 신뢰를 받고 존경받는 초우량기업으로 나아가는데 디딤돌이 될 수 있다고 확신하고 있습니다. 투명성과 윤리성을 바탕으로 한 윤리경영은 이제 기업의 경쟁력은 물론 지속가능한 발전을 위한 핵심요소라고 할 수 있을 것입니다.

3. 임직원들의 윤리경영에 대한 인식과 참여를 높이기 위해 어떠한 노력을 하고 있는지요?

에쓰-오일은 임직원들이 업무를 수행하는데 있어 가치판단과 행동의 기준을 제공하기 위해 윤리경영 핸드북을 제작하여 제공하고 있습니다. 또한, 전 임직원을 대상으로 각각의 직급과 직무를 고려한 체계적이고 전문화된 다양한 윤리경영 교육 프로그램을 개발하여 시행하고 있습니다. 현재 9개의 교육 프로그램을 운영하고 있으며, 모든 임직원들은 매년 최소 1개 이상의 교육 프로그램을 이수하도록 하고 있습니다. 그리고 매년 임직원 윤리경영 인식 조사를 통해 개선사항들을 발굴하여 관련 제도, 시스템 및 교육 등에 반영함으로써 윤리경영이 더욱 활성화될 수 있도록 노력하고 있습니다.

4. 에쓰-오일의 윤리경영 문화가 기업 이미지와 브랜드 가치에 어떠한 영향을 미치고 있다고 생각하시는지요?

에쓰-오일이 지속적으로 실천해 온 윤리경영은 내부적으로 잘못된 관행이나 비용구조를 개선하여 회사의 경쟁력을 향상시킬 뿐만 아니라 회사를 둘러싼 다양한 이해관계자와 신뢰를 바탕으로 한 건설적인 상생의 관계를 구축함으로써 에쓰-오일이 지향하는 '수익성 있는 지속성장'의 토대를 마련하는데 큰 기여를 하고 있습니다. 이러한 적극적이고 진정성 있는 윤리경영 활동을 통해 '다우존스 지속가능경영지수(DowJones Sustainability Index : DJSI)' 월드기업에 아시아·태평양지역 정유사로선 최초로 2010년부터 3년 연속으로 선정되는 등 국내뿐만 아니라 세계에서도 기업이미지와 명성을 더욱 공고히 하고 있습니다.

5. 에쓰-오일의 윤리경영 활동을 벤치마킹하고 싶어하는 독자 여러분들께 한 말씀 부탁드립니다.

앞서 말씀드린 것처럼 윤리경영은 남들에게 보여주지 위한 것이 아니라 기업이 더 큰 경제적 가치를 창출하고 장기적으로 생존하기 위해 필수불가결한 핵심요소입니다. 따라서 진정성을 바탕으로 윤리경영에 대한 최고경영자의 굳은 의지와 구성원 모두의 자발적인 실천이 함께할 때 비로소 "수익성 있는 지속 성장" 기업이 될 것입니다. 그리고 윤리리스크는 회사의 기업 이미지와 브랜드 가치에 커다란 악영향을 미칩니다. 따라서 한번 훼손된 기업이미지와 브랜드 가치는 회복이 불가능하다는 인식하에 윤리경영을 한층 더 upgrade하여 국내 최고 수준의 윤리경영기업이 되도록 노력해야 할 것입니다.

윤리경영과 기업의 평판

제품을 파는 기업은 이미지를 파는 기업을 이길 수 없다고 한다. 기업의 평판 관리능력이 기업의 지속가능성에 대한 주요 열쇠가 되는 시대가 되고 있다. 브랜드에 대한 이미지가 제품의 기능을 뛰어넘을 정도로 기업의 이미지 즉, 기업평판은 더욱 중요해지고 있다. 더욱이 소비자들의 영향력이 점점 더 커지면서 기업의 평판은 단기적으로는 매출액을 증대하고, 장기적으로는 기업의 성장에 영향을 주는 무형자산이 되고 있다.

기업호감지수(CFI)

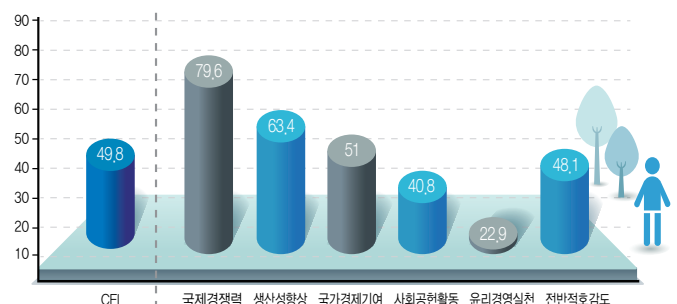
기업호감지수(CFI: Corporate Favorite Index)는 국민이 기업에 대해 호의적으로 느끼는 정도에 대한 평가로서, 기업이 생산하는 상품 및 서비스, 기업 활동, 기업인에 대한 평가와 이미지를 통해 형성된다. 전반적 호감도를 비롯해 국제 경쟁력, 생산성 향상, 국가경제 기여도, 사회공헌 활동, 윤리경영 실천의 다섯 가지 요소에 대한 평가를 통해 국민이 인식하는 우리나라 기업에 대한 평판을 알아볼 수 있다. 대한상공회의소에서 발표한 2012년 하반기 기업호감도 점수는 100점 만점에 49.8점을 기록하였다.



기업에 대한 비호감 이유는 비윤리 경영

CFI 조사결과 기업에 호감을 갖지 않는 이유로는 비윤리 경영(45%)이 1위를 기록했다. 다음으로 상생협력 부족(23%), 사회책임 소홀(20%), 고용창출 노력부족(12%)의 순으로 나타났다. 이처럼 기업의 비윤리적인 행동과 임직원의 부정행위는 사회적 신뢰를 잃고 소비자를 돌아서게 하는 결정적인 이유가 되고 있다. 또한 임직원의 비윤리적 태도 역시 기업평판에 치명상을 입힌다. 이러한 기업의 비윤리적 행동은 소비자로 하여금 불매운동과 같은 단기적인 매출상의 불이익뿐 아니라 장기적으로는 기업평판의 하락으로 이어져 더 큰 손실을 초래할 수 있을 것이다.

CFI 세부 영역별 점수



산업별로 보는 윤리... 정보통신업

:: 정보통신업계의 주요 윤리 이슈와 이에 대응하는 기업들의 노력 고객정보 보호

고객정보 보호와 관련된 윤리 이슈는 이미 10년 넘게 불거져 오고 있다. 특히 정보통신업계의 경우에는 고객의 정보를 팔아 수백억 원의 부당이익을 챙기는 등 고객정보 노출과 관련된 이슈가 특히 문제가 되고 있다. 과거 초고속 인터넷 시절, 서비스 이용가구 중 두 집 건너 한 집꼴로 고객의 개인정보가 노출되었다는 점을 보더라도 이는 심각한 수준이다. 특히 개인정보 문제의 핵심 주민등록번호의 경우 이를 보호할 수 있는 강력한 대안이 필요하다. 정보통신 기술의 발달과 함께 한번 유출된 정보는 끊임없이 인터넷을 통해 떠돌아다니면서 엄청난 피해를 주는 만큼 정보통신업계는 고객정보 보호에 대한 노력을 해야 할 것이다.

정보통신업계의 일감 몰아주기

경제민주화의 확산 및 일감 몰아주기에 대한 규제 강화와 함께 정보통신업계의 계열사 간 거래 제한이 이슈가 되고 있다. 정보통신업계는 일감 몰아주기의 대표로 분류되는 업종으로, 정보통신업계의 대부분 기업이 지난 2011년

기준으로 계열사 관련 매출이 전체 65% 이상을 웃돌고 있다. 또한 시스템 관리·유지보수 계약을 체결하면서 현저히 유리한 조건으로 일감을 몰아준 것으로 드러났으며, 특히 계약을 맺을 때 운영인력에 대한 인건비 단가를 비계열사보다 높게 책정하였다. 입찰방식 역시 경쟁입찰이 아닌 5~10년의 장기 수의계약 방식으로 이뤄진 사실도 적발되어 이슈가 되고 있다.

상생협력을 위한 노력

정보통신업계는 대기업과 중소기업이 창의적인 아이디어와 협력을 통해 시너지를 내는 스마트상생 정책을 실현하기에 가장 적합한 업종이다. 국내 통신업체들은 서로 윈-윈 할 수 있는 상생협력 모델을 만들기 위한 노력을 쏟아 붓고 있다. SK텔레콤은 협력사들과 상생문화를 조성하고, 상생문화를 기업 경영의 인프라로 삼고 있으며, 이를 통해 기업 전체의 가치를 극대화한다는 목표로 상생정책에 접근하고 있다. KT의 상생정책은 협력사와 공정한 거래 구축, 경쟁력 강화, 시장개척 지원, 미래지향적 동반성장 등 크게 4가지 방향으로 이루어진다. 특히, 회사가 보유한 역량을 지원해 개인이나 중소기업체가 아이디어만으로도 세계로 진출할 수 있는 기회를 제공한다는 전략을 내놓았다. LG유플러스 역시, 중소기업과 공동 기술개발을 적극 추진하고 협력업체와 수탁사의 상생을 위한 교육을 대폭 강화하는 등 동반성장을 위한 폭넓은 상생협력을 전개하고 있다.

미국의 '해외부패방지법'

- 지난호에 이어서

:: 해외 자회사의 행위에 따른 모회사의 책임과 승계자 책임

미국 법무부(DOJ)와 증권거래위원회(SEC)에서 발간한 FCPA 안내서는 해외 자회사의 행위에 대하여 모회사도 FCPA에 따른 책임을 부담할 수 있는 경우를 제시하고 있으며, M&A 과정에서 FCPA 위반에 대한 책임이 승계될 수 있음을 밝히면서 FCPA 실사(Due Diligence)의 중요성을 강조하였다.

해외 자회사의 행위에 따른 모회사의 책임

FCPA는 모회사에게 어떤 경우 자회사나 계열사의 행위에 대한 책임을 물을 수 있는지 여부에 대하여 명확한 규정을 두고 있지 않아, 실무상 해석에 많은 어려움이 있었다. 더구나 실제 사례 중에는 모회사가 자회사의 행위에 관여했는지 여부, 혹은 인식했는지 여부 등과 상관없이 책임을 지는 것으로 보일 수 있는 사례도 있어서 이에 관해 많은 비판이 제기 된 바 있다.

이에 안내서는 모회사가 자회사의 뇌물 행위에 의해 책임을 져야 하는 경우로 2가지를 제시하고 있는데, (1)모회사가 해당 행위에 직접 연관된 경우(예컨대 자회사의 행위를 지시하거나 이에 직접 참여한 경우 등), (2)전통적인 대리인 이론에 따라 자회사의 행위에 대한 책임을 부담할 경우 등을 거론하고 있다. 그리고 후자의 경우에는 모회사의 통제 정도가 중요한 판단 요소라고 설명

하고 있다.

안내서가 종래의 실무와 달리 모회사의 책임 범위를 제한하는 태도를 취한 것인지 여부는 논란의 여지가 있으나, 여전히 한국 기업들의 해외 자회사가 FCPA 위반 행위를 한 경우에 그 모회사가 부담하게 될 위험이 있다는 점을 유념해야 한다.

승계자 책임(Successor Liability)

FCPA는 기업의 M&A에 있어 FCPA 위반에 대한 책임을 인수인이 승계하는지 여부에 대한 명확한 규정을 두고 있지 않아 논란이 되어 왔다. 안내서는 합병 등에 의하여 부채와 책임이 포괄적으로 인수되는 경우뿐만 아니라, 주식 인수나 자산 양수 등의 경우에도 (i) 대상 회사의 FCPA 위반이 매우 중대하고 지속적인 것인 경우, 또는 (ii) 승계자가 대상 회사를 인수한 이후에 그 위반 행위에 동참하였거나 막지 못한 경우에 승계자에 대하여도 책임이 인정될 수 있다고 설명하고 있다.

아울러 M&A 과정에서 철저하고 충분한 FCPA 실사의 중요성을 강조하면서 이러한 실사를 통해 대상 회사의 정확한 가치를 파악할 수 있을 뿐만 아니라 뇌물에 의존하는 대상 회사의 업무 관행이 인수 후에 이어지는 것을 막을 수 있다고 설파하고 있다. 해외 M&A를 고려하는 한국 기업들로서는 FCPA에 관한 철저한 이해를 바탕으로 대상 회사의 FCPA 위반 여부에 대한 면밀한 실사가 필요할 것이다.

- 다음호에 계속됨.

2013년 2차 '청렴정책 민간기업 전수과정' 운영안내

국민권익위원회에서는 공공부문을 대상으로 실시하고 있는 주요 청렴정책을 민간기업에 전수하기 위한 프로그램을 운영하고 있습니다.

- **일 시** : 2013년 6월 13일(목) 09:00~17:00
- **장 소** : 추후 결정
- **대 상** : 민간기업 윤리경영담당 임직원(25명 정도) ※ 전수과정 수요조사에 참여한 기업
- **교육방식** : 1일 과정, 제도소개와 토론방식으로 운영
- **프로그램** : ① 공직자 행동강령의 운영 ② 청렴도 진단모델 및 분석기법 ③ 신고자 보호제도 ④ 우수 제도개선 사례소개

※ 수요조사에 응하지 않은 기업으로 전수과정에 참여할 의사가 있는 기업은 위원회에 별도 문의바람

문의 : (02) 360-2772, 2774 (이석진, 문옥인)



Q&A 이런 때 이렇게...



1 | 직위의 사적 사용 금지

- Q** 00공사 추진본부장이 친구의 개업식에 본인 소속 기관 명칭 및 직위가 적힌 축하화환을 보내는 것이 문제가 되는지 궁금합니다.
- A** 직무의 범위를 벗어나서 친구의 개업식에 본인의 소속 기관 명칭이나 직위가 적힌 화환을 보내어 공표·게시하는 행위는 행동강령에 위반됩니다.



2 | 공용물의 사적 사용 · 수익 금지

- Q** 모 공직유관단체 차장이 도로공사 현장감독소장으로 발령 받자 공사감리용 차량으로 출퇴근을 하고, 주말에 등산을 하면서 차량을 사용한 것이 문제가 되는지 궁금합니다.
- A** 공직자가 공용물인 공사감리용 차량을 업무와 관련 없이 출퇴근 등 사적인 용도로 사용하는 것은 공직자 행동강령 상 공용물의 사적 사용 · 수익 금지 위반입니다.

주 : 공직자 행동강령 내용을 기준으로 작성한 것임

5월

국내외 행사를 소개합니다!

국 내

2013년 반부패 심포지엄 개최

유엔글로벌콤팩트(UNGC)의 4대 분야 중 반부패에서 기업의 사회적 책임이 갖는 중요성을 전파하기 위한 '2013년 반부패 심포지엄'이 개최될 예정임

- 주최 : 유엔글로벌콤팩트 (UNGC) 한국협회 & 한국투명성기구
- 일시 : 2013년 5월 29일(수)
- 장소 : 페럼타워 3층(페럼홀)



국 외

Corporate Responsibility Event

기업의 지속가능성과 책임 있는 비즈니스 솔루션에 대한 관심을 공유하기 위해 핀란드의 선도적인 기업의 사회적 책임 이벤트가 개최될 예정임

- 주최 : Ratkaisun Paikka
- 일시 : 2013년 5월 14일(화)
- 장소 : 핀란드 헬싱키

GRI Global Conference on Sustainability and Reporting

비즈니스, 금융, 회계, 컨설팅, 시민 사회, 정부, 노동, 학계의 지도자 및 전문가들과 함께 지속가능한 미래에 대한 도전과 가능성을 논의하기 위해 GRI 국제 컨퍼런스가 개최될 예정임

- 주최 : IARSA
- 일시 : 2013년 5월 22일(수)~2013년 5월 24일(금)
- 장소 : 암스테르담

윤리경영 퀴즈

FCPA는 해외 자회사의 행위에 따른 모회사의 책임과 승계자 책임에 대해 규정하고 있다. 다음 중 이와 관련이 없는것은 무엇인가?

- 1) 모회사가 전통적인 대리인 이론에 따라 자회사의 행위에 대한 책임을 부담할 경우
- 2) 자회사가 모회사와 직접적인 연관 없이 뇌물 행위를 한 경우
- 3) M&A과정에서 대상 회사의 FCPA 위반이 매우 중대하고 지속적인 경우
- 4) M&A과정에서 승계자가 대상 회사를 인수한 이후 그 위반 행위에 동참한 경우

정답을 보내주신 분 중 5명을 추첨하여 문화상품권(1만원 상당)을 보내드립니다

- 정답 제출처 : 국민권익위원회 기업윤리브리프 담당자 문옥인(oim2821@korea.kr)

※ 정답은 25일까지 성함, 연락처, 주소(상품을 받아보실 수 있는 곳)를 적어 보내주시시오.

- 지난 호 퀴즈 정답자는 채민지님, 왕태일님, 유혜진님, 최금순님, 신승임님입니다.

※ 상품은 보내주신 주소로 발송해드리겠습니다. 다시 한번 축하드립니다!

Yes 준비!
 Ok 윤리!

정직한 당신!



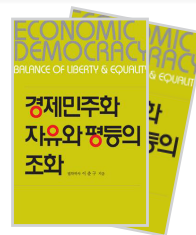
자신의 직무에 따르는 성과책임을 다하는 것이 바로 윤리경영입니다. 자료제공 : 교보생명 (그림 안중만)

새로운책 소개



1. ISO 26000 사회적 책임 글로벌 스탠더드로 실행하라

저 자: 정택진, 정재익, 이은숙, 류길홍, 송준일
출 판: 한울
출판일: 2013년 03월 29일
정 가: 14,000원



2. 경제민주화 자유와 평등의 조화

저 자: 이춘구
출 판: 이지출판
출판일: 2013년 04월 05일
정 가: 25,000원

- 본 월간지의 저작권은 국민권익위원회에 있습니다.