

기업윤리 브리프스

6

기업윤리의 날 특집

국민권익위원회 Monthly Business Ethics Briefs

▶ 국민권익위원회 홈페이지 www.acrc.go.kr 에서 '기업윤리 브리프스'에서 자세한 내용을 보실 수 있습니다.

전문가교칭

윤리적 조직문화 확립을 위한 기업의 역할



양 세 영
윤리경영원 원장
(홍익대 경영대학 교수)

질문 1

윤리적 조직문화가 성공적인 윤리 경영의 관건이 되는 이유는 무엇인가?

최근 미쓰비시 자동차의 연비조작 (2016), 폭스바겐의 배기장치 조작 (2015), GM의 점화스위치 결함 은폐 (2014) 등과 같은 기업 스캔들은 비윤리 행위를 예방할 수 있는 성공적인 윤리 경영은 어떤 것이어야 하는지 심각한 재검토를 요구하고 있다.

질문 2

기업은 윤리적 조직문화 수준을 제고하기 위해 무엇을 해야 하는가?

먼저 CEO의 윤리 경영에 대한 확고한 의지와 몰입이 요청된다. 조직문화는 단기간에 가시적으로 성과가 드러나는 것이 아니므로 CEO의 장기적 관점과 노력이 중요하기 때문이다. 구체적으로 CEO는 핵심가치와 윤리 공동체로서의 비전을 적극적으로 제시 하고 소통하여야 한다. 또한, 주요 경영활동에서 윤리적 의사 결정의 모델이 되어야 한다.

둘째, 윤리적 가치와 목표, 전략, 일상 업무 간의 정렬과 조직 구성원의 가치 내면화가 필요하다. 국내 기업은 대부분 윤리적 핵심가치를 표방하고는 있으나, 경영목표, 전략, 활동과 연계가 부족하며 심지어는 윤리규정과도 관련성이 약한 경우가 많다. 조직문화의 가장 중요한 요소는 가치공유(shared value)로서, 조직 구성원의 윤리적 가치 공유는 윤리적 추론과 윤리적 의사 결정 능력을 향상시킨다.

셋째, 가치 지향적 윤리 프로그램의 운영이 필요하다. 윤리 프로그램은 통제방식에 따라 순응 지향적 윤리 프로그램 (compliance-oriented program)과 가치 지향적 윤리 프로그램 (value-oriented program)으로 구분할 수 있다. 순응 지향적 프로그램은 규정 위반행위의 탐지와 감시, 위반자에 대한 제재에 초점을 두고 있는 반면, 가치 지향적 프로그램은 상담과 소통, 교육을 통한 가치공유와 윤리적 문화구축을 강조한다.

최근 연구에 따르면 국내 대기업과 공공기관은 그동안 다양한 윤리 프로그램을 도입·운영하고 있으나, 대부분 순응지향적인 방식으로 운영하고 있어 윤리적 조직문화를 구축하는 데 취약한 것으로 나타났다. 이는 국내 조직들이 많은 윤리 프로그램을 운영하고 있음에도 불구하고, 비리가 지속적으로 발생하고, 청렴도 수준도 정체되어 있는 이유를 설명해 준다. 이론적으로는 두 방식이 상호 배타적일 필요는 없으나, 보다 가치 지향적인 방식으로 윤리 프로그램을 운영할 필요가 있다.

윤리 프로그램이 본격적으로 기업에 확산된 계기는 1991년 미국 FSG(연방판결지침)의 도입이라 할 수 있다. FSG는 조직이 효과적인 윤리 프로그램을 구축하고 적절한 주의(due care)를 기울인 경우 연방법규를 위반하였다 하더라도 형벌이나 벌금의 감면이 가능하도록 만든 제도로서 부패통제에 크게 기여한 조치로 평가받고 있으나, 확인이 가능한 외형적인 요소를 강조함으로써 기업들이 프로그램의 설치에만 관심을 가질 뿐 실효성을 위해 노력하지는 않는 한계가 비판되었다. Trevino, Weaver 등의 연구에 따르면 윤리경영이 성공적으로 추진되기 위해서는 윤리 프로그램보다 경영진(CEO)의 윤리 리더십과 몰입, 윤리적 조직문화(Ethical Culture)가 더 중요한 역할을 한다. 특히, 윤리적 조직문화는 윤리경영이 성공적으로 추진될 수 있도록 하는 핵심 요소이면서 동시에 윤리경영의 궁극적 목표라는 점에서 전략적인 중요성이 있다고 할 수 있다. 2004년 FSG 개정 내용이 윤리적 조직문화를 구축하는데 초점이 맞추어진 것도 이러한 실증연구 결과를 반영한 것으로 보인다.

조직문화는 조직 구성원들에 의해 공유된 가치와 신념의 공통 집합으로 정의된다. 윤리적 조직문화(ethical culture)는 조직 문화의 한 부분으로서 공유된 윤리 가치를 통해 구성원들의 비윤리 행동을 예방하는 데 핵심적인 역할을 한다. 앞에 언급한 기업들이 윤리적 문제를 일으킨 것도 윤리·준법 프로그램의 문제이기 보다는, 고객 최우선이나 환경보호라는 핵심가치를 내세울 뿐 조직 전반에 내재화되지 않아 부정행위에 대한 내부제보가 묵살되고 소통이 억제되는 등 '조직문화'의 문제라 할 수 있다.

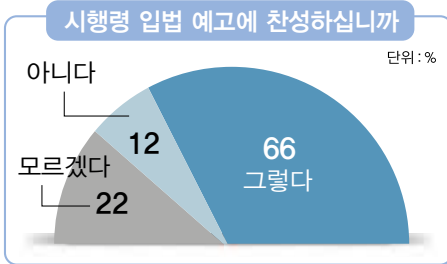


윤경萬里

:: 국 내

1. 국민 66%, 청탁금지법 시행령 적극 찬성

한국갤럽은 5월 17~19일 전국 성인 1천 4명을 대상으로 '청탁금지법' 입법 예고에 대한 설문조사를 실시, 그 결과를 발표했다. 응답자의 66%가 '잘된 일'이라고 평가했고, '잘못된 일'이라는 응답자는 12%, 나머지 22%는 의견을 유보했다. '잘된 일'이라고 답한 이유로 '부정부패·비리가 사라질 것'(27%), '공무원·공직사회 변화 기대'(11%), '당연한 일·꼭 필요한 것'(9%), '부정청탁이 줄어든 것'(9%) 등을 꼽았다. 최근 논란이 많은 경제적 영향평가 설문조사는 41%가 '긍정적인 영향을 줄 것', 12%가 '부정적인 영향을 줄 것'이라고 답했고, 29%는 '영향이 없을 것'이라고 답했다.



참고 <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/05/20/0200000000A-KR201605200750000033-HTML2?from=search>
<http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20160520000448>

2. 한국 대기업, 조직투명성 '우수', 부패방지 노력 '미흡'

한국투명성기구가 5월 26일 '한국 50대 기업의 투명성 조사 결과'를 발표했다. 조사는 연결 자회사 명단 및 지분 공개 등을 따지는 '조직투명성', 익명 내부고발 통로 개설 등을 평가하는 '부패방지 프로그램', 기업활동 해외 공개 수준을 평가하는 '국가별 보고'의 3개 영역으로 진행되었고 영역별로 점수(10점 만점)를 매겼다. 국내 대기업의 조직투명성은 6.9점으로 세계 평균(3.9점)을 웃돌았다. 이는 기업공시제도에 기인한 것으로 보인다. 그러나 부패방지 프로그램 점수는 5.6점으로 세계 평균(7.0점)에 미치지 못했고, 국가별 보고 점수는 0.14점(세계 평균 0.6점)에 그쳤다.

참고 <http://www.munhwa.com/news/view.html?no=2016052601071203025001>

3. 24개 중소기업 유관기관, 청렴·윤리 실천협약 체결

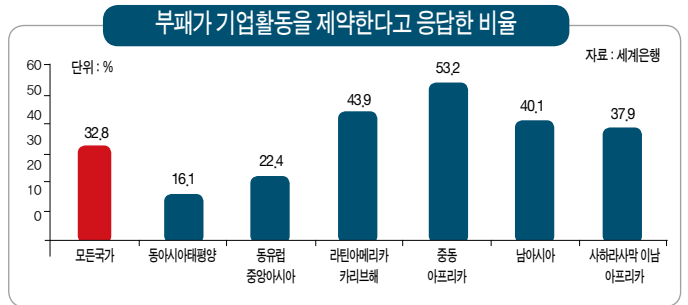
5월 17일 중소기업청과 중소기업중앙회 등 24개 중소기업 유관기관 및 단체장이 중소기업 분야 반부패·청렴문화 확산을 위한 '청렴·윤리실천협약'을 체결했다. 이번 협약의 주요 내용을 살펴보면, 유관기관·단체 전 직원들이 '법과 원칙 준수, 잘못된 관행과 부패척결, 깨끗한 조직문화 정착, 고객만족 서비스 제공'이라는 청렴·윤리 실천서약을 하는 등 청렴실천 활동을 강화한다. 이를 위해 중소기업에서 금품을 받은 임직원은 무관용 원칙으로 처벌하는 '윈스트라이크 아웃제'를 적용하고, 글로벌 기업의 모범적인 준법정책준수 점검 프로그램을 벤치마킹해 부패요인을 상시적으로 사전 발굴·개선하는 '청렴 자율실천 프로그램'을 도입하는 등 청렴문화 확산 활동을 펴기로 했다.

참고 <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/05/17/0200000000A-KR2016051711400030-HTML2?from=search>
<http://www.ftimes.com/paper/view.aspx?num=153799>



:: 해 외

1. 세계기업 33%, '부패를 사업의 걸림돌'로 인식



세계은행이 135개국 기업 13만 명의 임원과 오너 등을 인터뷰한 '세계은행 기업 설문조사' 자료(5월 13일 발표)에 따르면, 기업가의 33%는 부패가 기업 활동에 큰 제약이 된다고 생각하고 있는 것으로 나타났다. 특히 중동·북아프리카 지역의 비율이 53%에 달해 가장 높았고, 고소득 국가 중에서도 OECD 회원국과 비회원국이 각각 11%와 23%로 큰 차이를 보였다. 정부 계약을 따내려면 선물을 줘야 한다는 기업의 비율은 전체적으로 27%로 나타났다. 2014~2015년 조사치가 있는 국가 중에서 정부 계약을 따기 위해 선물을 주겠다는 기업의 비율은 베트남(57.2%)이 가장 높았고 스웨덴은 0%로 부패 정도가 최저 수준이었다.

참고 <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/05/12/0200000000A-KR201605121723000039-HTML2?from=search>
http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2016/05/13/2016051300963.html

2. 전 세계를 오가는 뇌물 2,332조원, GDP 2%



IMF는 지난해 연간 1조 5천억 달러(약 1,749조 원)~2조 달러(약 2,332조 원)의 뇌물이 오간 것으로 추산된다고 5월 11일 발표했다. 이는 전 세계 GDP의 2% 정도에 해당하는 것으로, IMF는 곳곳에 만연한 뇌물과 부정행위들이 경제성장을 제한하고 건전한 정부 정책을 해치고 있다면서 대책 마련이 시급하다고 강조했다. 또 뇌물은 과세를 피할 목적으로 제공되는 경우가 많아, 정부의 세수감소를 초래한다고 지적하고 국제사회가 서둘러 대책 마련에 나설 것을 촉구했다.

참고 <http://www.24news.co.kr/the-news/economic-news/206282-isotope-maker-nordion-to-pay-penalty-to-sec>

3. 일본, 악덕기업 실명공개 결정

일본 정부는 장시간 연장 근무나 심야 노동을 강요하는 악덕 기업 명단을 공개하기로 했다. 50년 후 인구 1억 명 유지가 국가목표일 정도로 심각한 저출산 문제에 시달리는 아베정부는 육아 환경 정비가 필수적이라고 판단하고 기업들의 근로 조건을 대대적으로 개선하기로 했다. 월 80시간 이상의 장시간 연장 근무나 휴일, 심야 노동을 강요하는 기업을 단속해 여성들이 육아를 병행할 수 있는 환경을 만들겠다는 구상이다. 특히 원청기업이 극단적으로 짧은 납기를 제시해 하청기업 직원들이 가혹한 근무에 시달리는 것을 막는데 주안점을 두고 있다.

참고 <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/05/16/0200000000A-KR20160516088351073-HTML2?input=1179m>
http://www.yln.co.kr/_ln/0104_201605170536131625

윤리연구소

‘기업윤리의 날’에 돌아본 윤리경영현주소



최근 가장 핫 이슈는 가습기 살균제 사건이다. 많은 피해사례들이 알려지면서 해당기업에 대한 시민들의 신뢰도는 바닥을 향해 치닫고 있고, 급기야 전면적인 불매운동으로 분노가 표출되고 있다. 먼저 피해자에게 사과와 피해보상을 하지 않고, 피해원인에 대해 변명과 모르쇠로 일관한 기업의 비윤리적 행태에서 그들의 윤리경영이 허울뿐인 구호에 지나지 않고 있음을 알 수 있다.

각종 부정행위가 난무하고 조직윤리의 중요성이 부각되면서, 기업 및 공공기관은 ‘윤리실천의 날’, ‘청렴의 날’ 등 다양한 이름의 윤리경영 기념일(주간)을 제정·운영하고 있다. 권익위는 윤리경영의 공감대 형성과 통합적 시너지효과 창출을 위해 윤리가 연상되는 6월 2일을 ‘기업윤리의 날’로 정하여 각 기업의 자발적 참여를 권장하고 있다.

이번 호에서는 기업윤리의 날을 맞이하여 윤리경영을 실천하고자 하는 기업들에 도움이 될 만한 몇가지 사례를 간단히 살펴보고 미래 윤리경영 방향을 고민해보고자 한다.

Q 윤리경영을 실천하는 기업 사례

사회책임경영

유한킴벌리는 윤리경영과 준법경영을 기업경쟁력의 원천으로 생각 하며, 2012년 최고경영자 직속 윤리법무본부를 신설, 내부통제위크 그룹, 내부통제위원회, 자율준수실무위원회를 운영하고 있다. 윤리 경영의 구체적 내용은 △윤리경영주간 운영 및 부패·뇌물수수방지, 개인정보보호 교육 실시, △공정거래 자율준수 프로그램 도입 및 교육, △행동규범 위반신고 핫라인 운영, △부패사건 관련 징계위원회 운영 등이다.

all Together 윤리경영

농수산물식품유통공사는 자체적으로 ‘윤리청렴주간’을 지정·운영하고 있으며, 공정하고 투명한 윤리경영을 기업의 제1원칙으로 삼고 있다. 특히 윤리경영콘텐츠에 대한 임직원의 접근성을 높이기 위해 윤리 경영 통합시스템 ‘all Together 윤리경영’(<http://at.bestmind.co.kr>)을 구축하여, 개인 및 부서별 윤리교육을 체계적으로 실시하고, 그 실적을 수치화한 윤리지수를 관리하고 있다.

청렴수심(Clean Depth) 마일리지제도

인천항만공사는 △청렴 자가진단 프로그램 운영, △부서·업무별 청렴업무수칙 제정, △행동강령 학습, △청렴수심 마일리지제도 운영 등을 통해 지속적으로 청렴문화를 확산시키고 있다. 특히 자율과 책임을 중시하는 조직문화 정착을 위해 제도개선과제 및 반부패사례의 발굴과 시행, 임직원 행동강령 위반자 신고 등 윤리경영 실천 활동을 청렴수치로 환산 평가하는 청렴수심 마일리지제도를 통해 ‘올해의 청렴인’을 선정, 인사가점을 부여하고 있다.

익명신고시스템

한국수력원자력은 내부 부패행위 신고센터 신문고제도와 함께 외부에서 운영하는 익명신고시스템 제도로 임직원의 비윤리적 행위 고 발프로그램을 운영하고 있다. △외부강의 및 회의 등의 신고에 관한 지침, △외국기업과 거래 시 행동지침, △임원 직무청렴 계약운영 규정, △비리신고의 처리와 보상 등에 관한 지침 등 기업 특성에 따른 특징적인 윤리규범을 제정·운영하고 있고, 추가적으로 협력 회사의 윤리행동강령도 마련되어 있다.

Q 윤리경영의 새로운 고민

많은 기업들이 윤리경영을 시대적 과제로 삼고 전담부서를 통해 새로운 윤리강령과 실천 프로그램을 제정하고 있다. 특히 기업의 사회적 책임에 대한 국제표준인 ISO26000이 정식규범으로 발효된 상황은 윤리경영과 CSR의 결합을 요구하고 있다. 그리고 미래 기업은 공유가치창출(CSV)이란 새로운 비즈니스 전략을 수립해야한다. CSV는 사회가 안고 있는 문제를 해결하는 과정에서 새로운 비즈니스 기회와 이윤을 창출하는 방법이다. 즉, 기업도 전통적인 시장의 니즈만 공략하는 게 아니라, 기업시민으로서 고령화, 청년실업, 빈곤과 건강불평등, 환경 등 여러 사회문제를 해결하면서 사회적 가치와 이윤창출을 동시에 달성해야한다. 따라서 새로운 비즈니스 전략수립이 윤리경영의 떠오르는 고민거리가 되고 있다.

Q ‘기업윤리의 날’을 맞아 간단하게 임직원의 공감을 이끌어낼 수 있는 행사가 있을까요?

A 임직원이 함께하는 <기업윤리 나무>를 소개합니다.
방법은 아주 간단해요!

1. 먼저 회사 입구나 사무실에, 큰 나무를 그린 전지를 붙입니다. (이때, 나무에 잎사귀는 그리지 않습니다.)
2. 여기에 포스트잇과 펜만 준비하면 준비 끝! (포스트잇이 나뭇잎 모양이면 더욱 좋습니다)



이제 임직원이 풍성한 나무를 만들어 갈 수 있도록 기업윤리와 관련된 주제를 제시하면 됩니다. ‘우리만의 윤리슬로건’, ‘나만의 윤리실천법’, ‘우리가 지향해야 할 윤리경영의 모습’, ‘꼭 해보고 싶은 윤리 활동’ 등 다양한 의견이 나올 수 있는 주제를 선정하면 좋겠지요? 오고가는 임직원들이 자유롭게 의견을 적어 나무에 붙여주면 상상했던 나뭇가지에 잎이 하나씩 생겨납니다. 행사가 끝난 후에는 임직원이 함께 만든 풍성한 ‘기업윤리 나무’ 한 그루가 위풍당당하게 서 있겠지요?

이 나무의 잎사귀를 살펴보면 윤리경영에 대한 우리 회사 임직원들의 생각을 알 수 있으니, 윤리경영 활동을 진행 하는데도 큰 도움이 될 것입니다.

윤리 알뜰알뜰
—問—答



윤리경영 스터디

2016년 에델만 신뢰도 지표조사 분석



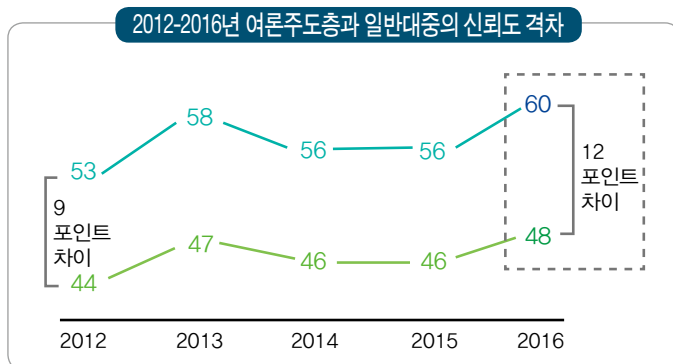
기업이 내보낸 정보, 상품광고 보다는 자신이나 주변 사람이 특정 제품 및 서비스를 이용한 경험에 진실이 있다고 믿는 시대적 환경에서, 신뢰 관련 시대적 트렌드를 잘 읽어내는 신뢰도 조사가 있다. 바로 세계 최대 규모의 글로벌 커뮤니케이션 마케팅 기업 에델만의 신뢰도 지표조사이다.

2001년 5개국 1,300명 설문조사로 시작된 에델만 신뢰도 지표조사는 여론주도층과 일반대중을 대상으로 정부, 기업, 미디어, NGO 등 주요 사회 주체에 대한 신뢰도를 파악하고, 개인 및 그룹 간 신뢰 형성과 관련된 커뮤니케이션 패러다임의 변화를 분석한다.

Q 조사방법

2016년 에델만 신뢰도 지표조사는 자회사 에델만블랜드를 통해, 28개국 33,000명 이상을 대상으로 온라인 설문조사로 실시되었다. 응답자는 여론주도층과 일반대중으로 구분되는데, 여론주도층은 25~64세 대졸 이상의 학력 보유자로 가계소득이 상위 25%인 사람 중 정기적인 미디어 구독자로서 비즈니스 뉴스에 관심 있는 사람을 대상으로 선정한다. 이 여론주도층은 전 세계 인구의 15%를 대표한다. 여론주도층이 아닌 사람들이 일반대중으로 분류된다.

Q 신뢰도 격차의 가속화와 소득불평등



여론주도층(60%)과 일반대중(48%)의 전체 신뢰도가 지난 16년간 조사에서 가장 큰 12%포인트로 격차가 벌어졌음을 보여준다. 60% 이상의 조사대상국에서 일반대중의 정부, 기업, 미디어, NGO 등 4대 기구에 대한 신뢰도가 절반을 밑도는 상황이다. 또한 늘어난 격차는 소득불평등과 연결되어, 고소득과 저소득 응답자 사이의 두 자릿수 신뢰도 격차는 조사대상국 2/3에서 나타난다. 일반대중은 미래에 대한 기대감이 크지 않다. 조사대상국 2/3이상에서 5년 내 자신과 가계의 살림살이가 나아질 것으로 믿는 응답자는 절반도 안 된다.

Q 기업, 변화적응 가능성 가장 높다

기업은 벌어진 신뢰의 틈새를 연결할 가장 좋은 기회를 갖고 있다. '변화하는 환경에 빠르게 적응하고 사회문제 해결을 이끌 것 같은 대상'을 묻는 질문에서 기업이 가장 높았다. 응답자들은 정부(41%) 나 NGO(55%)보다 기업(61%)이 급속한 변화에 훨씬 더 잘 적응할 수 있을 것으로 보고 있다. 기업신뢰도가 낮지만 변화 주도에 대한 기대감은 높다는 의미로 해석할 수 있다. 한편, 응답자의 80%는 기업이 이윤을 추구하면서 공동체의 사회경제적 조건을 향상시킬 수 있다고 생각하는데, 이 수치는 작년 대비 6%포인트 증가한 것이다.

Q 낮은 기업신뢰도의 회복추세

산업부문별 신뢰도 트렌드를 살펴보면, 테크놀로지 분야가 74%로 신뢰도가 가장 높았고, 금융서비스 분야가 51%로 가장 낮은 신뢰도를 보였다. 자동차 산업은 지난해 66%에서 60%로 6%포인트 하락, 일반대중의 날카로운 신뢰도 감소경향을 보였다. 한편 한국인의 기업 신뢰도는 작년보다 3%포인트 상승했지만, 평균 53%보다 20%포인트 낮은 33% 수준에 머무르며 최하위의 신뢰도를 기록했다.

Q 기업리더십의 신뢰도 지표 분석

[CEO가 아래 이슈에 대해 개인적 견해를 밝혀야 한다면 동의하느냐?]

63%	기업 이윤	소득 불평등 공공 정책에 대한 논의
79%	사회적 문제	사회적 문제에 대한 개인적 견해

기업 CEO에 대한 신뢰도에서는 CEO가 '단기적인 성과'에만 너무 집중한다가 67%, 로비활동에 치중한다가 57%였다. 또한 신뢰도 향상에 긍정적 영향을 미치는 장기적 가치추구가 충분치 않다가 57%, 일자리 창출이 부족하다가 49%였다. 기업 CEO가 소득불평등이나 공공정책토론과 같은 사회적 이슈에 대해 자신의 견해를 개진해야한다는 의견이 79%로 굉장히 높게 나왔다.

Q 기업신뢰도와 사회적 책임의 중요성

"내가 일하는 회사를 신뢰한다."고 답변한 한국의 임직원 비율은 55%에 불과하다. 한국은 조사대상국 28개국 중 23위를 기록했다. 한국에서 기업불신은 이미 내부에서부터 강하게 작용하고 있음을 알 수 있다. 사회공헌을 하는 기업의 임직원들은 그렇지 않은 기업의 임직원들보다 "자신의 고객을 위해 최선을 다한다."고 응답한 비율(83%)이 11%포인트 높았고, "업무 수행에 동기부여가 된다."고 응답한 비율(80%)도 25%포인트 높았다. 기업이 사회문제 해결에 동참할 때 임직원의 지지도 함께 증가한다는 사실이 확인된 것이다.

기업은 단기 목표에 초점을 맞추기보다, 임직원과 열정적 소비자의 지지를 바탕으로 장기 변화를 이끌어야할 시대에 직면해있다.

이번 에델만 신뢰도 지표조사는 기업이 공동체의 사회경제 환경을 향상시킬 시대적 책무가 있음을 강하게 보여준다. 특정 기업의 낮은 신뢰도 수준은 청렴, 사회참여, 품질관리, 경영원칙 등 핵심내용이 이해관계자에게 제대로 제공되지 않기 때문이다.

특히 청렴과 사회참여는 중요성을 충분히 알면서도 실천하기는 어려운 내용이다. 결국 기업은 정직하고 윤리적인 참여로 자신의 가치를 표현하고, 가장 강력한 지지자인 직원들을 격려하며, 이해관계자들과의 투명한 의사소통 채널을 통한 실천이 요구된다.

윤리 수다

윤리경영을 되새기는 날

일상에서 우리 회사의 윤리경영에 대해 생각하고 실천하는 직원들은 얼마나 될까? 윤리경영에 자부심을 가지고 있는 임직원이 아니라면 이를 인식하고 있는 직원은 많지 않을 것이다. 그런 이들을 자극하기 위해 필요한 것, 그것이 바로 '윤리경영 기념일'이다.

6월 2일, 기업윤리의 날

윤리경영 분위기를 조성하기 위해 정한 6월 2일 기업윤리의 날에 각 기업들이 자체적으로 주관하는 다양한 윤리경영 행사가 진행된다.

한국농어촌공사의 '윤리화분'

6월 2일 아침, 기업윤리의 날을 맞아 직원들에게 250개의 윤리화분을 나눠주는 행사가 열렸다. 화분에 심어진 다육식물은 건조한 환경 속에서도 강한 생명력을 자랑하는 식물로, 어떤 역경도 우리 안의 윤리의식으로 극복하자는 바람을 느끼게 하였다. 화분에는 청렴윤리 캠페인 문구가 새겨져 있어 직원들이 일상 속에서 윤리적 문화에 대해 생각하고 공감할 수 있는 매개체가 된다.

농수산식품유통공사의 '윤리 십계명'



임직원이 직접 윤리경영 가이드라인 제작에 참여한다. 임직원으로부터 공모를 통해 선정된 제안을 10계명으로 제작하여 전 직원들에게 배포·홍보함으로써 윤리경영 내재화를 다시 한 번 다짐한다.

한국자산관리공사의 '윤리주간 운영'

6월 2일이 속한 한 주를 윤리주간으로 지정하여 운영함으로써 다양한 행사를 통해 임직원들의 청렴의지를 다지는 시간을 마련하였다. 이 기간 동안 윤리 슬로건 공모, 퀴즈대회, 윤리 우수사례 발굴을 통해 임직원의 자발적인 참여를 유도하였고, 청렴윤리 협의회를 개최하여 부패취약부문에 대한 개선활동을 전개하였다.

해외 기업의 윤리경영 기념일

기념일을 지정하여 임직원의 윤리의식을 고취시키고자 하는 것은 해외 역시 마찬가지이다. 해외의 윤리경영 기념일 역시 교육이나 임직원이 참여할 수 있는 활동으로 이루어진다.

홈데포의 '준법&윤리주간'

가정용 건축자재를 제조하고 판매하는 미국의 홈데포는 5월 25일부터 31일까지를 '준법&윤리주간'을 지정하고 방송과 이벤트를 진행한다. 모든 이벤트의 기본은 홈데포의 '8가지 핵심가치'와 '올바른 일을 하는 것'에 초점을 두고 있다.

식사와 함께 강의를 듣는 'Lunch and Learn'과 같은 임직원을 위한 활동뿐만 아니라, 홈데포의 마스코트가 이해관계자들을 찾아가 홈데포의 준법&윤리 메시지가 적힌 아이템을 선물하는 등 함께 일하는 모두에게 자신들의 윤리경영을 알린다.

SHS(Summa Health System)의 '준법 카니발'

지역사회에서 환자와 의사(또는 병원)를 매칭해주는 미국의 SHS에는 '준법 카니발'이 있다. 이 '준법 카니발'에서는 온라인과 오프라인 행사가 함께 진행되는데, 그 시작은 월요일에 발송되는 윤리 담당 부서의 이메일이다. 윤리 담당부서에서는 메일을 통해 교육의 일정과 내용을 알리며, 오프라인에서는 미니 골프, 부패 물품선 터트리기, 뇌물 주머니 거절하기 등 윤리적 실천을 이끌어 낼 수 있는 다양한 미니 게임이 진행된다.

기업윤리 주간 | 행사브리핑

나주 · 울산 지역 청렴문화제



특강, 영화 상영 등 문화 콘텐츠를 활용한 다양한 행사가 진행되었다.

기업 내 윤리경영 분위기를 조성해 청렴문화를 우리 사회 전반으로 확산하고자 권익위가 지난해부터 운영하고 있는 기업 윤리주간에 나주 (5.30)와 울산(6.2)에서 기업, 시민사회, 지자체 등 지역사회 모두가 참여하는 지역 청렴 문화제가 개최되었다. 지역 청렴문화제는 혁신도시 이전 공공기관들이 중심이 되어 지역사회 전반에 반부패 청렴문화를 확산하기 위한 행사로 청렴 공모전, 청렴 콘서트, 청렴

기업윤리 워크숍 및 청렴정책 전수교육



정책을 공유하고 윤리경영 실천 의지를 다졌다. 워크숍은 △윤리경영 전문가(유규창 한국윤리경영학회장 등) 특강 △윤리경영 우수사례 발표 △청탁금지법 및 공익신고자보호제도 설명 등으로 진행되었다.

권익위, 제약협회 회원사 CEO 대상 청렴특강

한국제약협회는 6월 3일 권익위 박진영 부위원장을 초청하여 '청렴 선진국을 향한 노력과 성과'를 주제로 청렴특강을 진행하였다. 더 팔래스호텔에서 열린 이번 청렴특강은 제약협회 70여개 회원사의 CEO 및 임원이 참석하였으며, 청탁금지법 시행을 앞두고 제약기업들의 자율적인 윤리경영 문화 확산을 지원하기 위해 마련되었다.

6·2 기업윤리의 날



맛·취·보·세·요

다음 중 국제표준화기구가 제정한 '기업의 사회적 책임'에 대한 국제표준은 무엇일까요?

- ① ISO 14000 ② OHSAS 18001
③ BS 10500 ④ ISO 26000

- 지난 호 정답 : 4번, 수직경영
- 정답 제출처
국민권익위원회 민간협력담당관실 장준용 주무관(gukmin@korea.kr)
- ※ 성함, 주소(상품권 수령지), 연락처를 보내주세요(22일까지).

정답을 보내주신 분 중 5명을 추첨하여 문화상품권을 보내드립니다.

- 지난 호 퀴즈 정답자는 국은지님, 김희석님, 김미선님, 이슬아님, 김보리님입니다.

*축하드립니다!