

## 기업윤리 브리프스 Business Ethics Briefs

### 1. 기업들은 왜 윤리경영을 강조하는가?

\* South China Morning Post, Financial Times, The Guardian, National Post, The Korea Herald의 보도내용과 윤리경영 관련 연설문(speech) 등을 참고하여 작성

□ 최근 들어 윤리경영은 기업들이 반드시 갖추어야 하는 덕목으로 자리매김

○ 윤리경영의 개념에는 윤리적 행위뿐만 아니라 기업의 지속가능경영, 책임성, 건전성, 안정성 등이 포함되는데 이중 **기업의 사회적 책임(CSR: Corporate Social Responsibility)**이 특히 중요시되는 추세

— 기업은 사회로부터 강력한 힘을 부여받아 지역사회에 지대한 영향력을 미치고 있는 만큼 상호호혜적인 차원에서 좋은 작업환경 조성, 고용 증대 등을 통해 지역사회에 이익을 환원하는 것이 타당

□ 실제로 CSR이란 용어는 1970~80년대에 등장하였으나 최근과 같이 기업의 주요 이슈로 부각되면서 유행어(buzzword)로 자리 잡게 된 것은 5~10년 정도에 불과

○ 세계적으로 보면 영국, 독일 등 유럽국가가 선도자로서 CSR을 수행하였으며 아시아에서는 싱가포르와 일본이 비교적 CSR을 적극 수행

□ 이처럼 CSR을 포함한 윤리경영이 기업들 사이에 강조되고 있는 것은 다음과 같은 추세를 반영하고 있는 것으로 판단

○ 과거 몇 년 사이에 수많은 기업들이 회계부정 등의 물의를 일으키면서 막대한 피해를 입음

— 일본 소니사는 2001년 비디오게임기인 플레이스테이션(play station)에서 카드뮴이 기준허용치를 초과하여 검출됨으로써 2,000억원의 손실 발생

— 운동화 제조회사인 나이키사와 아디다스사는 동남아의 개발도상국에서 미성년 노동력을 착취한 사실이 알려지면서 불매운동이 전개됨에 따라 매출액이 30% 이상 감소

— 미국 엔론사는 회계부정 행위의 영향으로 2002년 파산

○ 이에 따라 다국적 기업들은 단순히 사회적 책임을 수행한다기보다는 기업의 생존을 위한 위험회피 차원에서 윤리경영을 채택하는 경향

— 나이키사는 불매운동에 대처하여 인터넷을 통해 계약상대업체를 투명하게 공개하기로 결정

— 일본의 자동차업체 토요다사는 2002년 「토요다 철학」을 **핵심가치\*(core value)**로 선정하고 이를 확산·전파시키기 위해 토요다 연구소를 설립

\* 지속적인 성장을 지향하는 핵심가치는 시대에 따라 다음과 같이 변천  
· 1980년대: 인적자원을 활용한 경쟁력 제고  
· 1990년대: 인원감축, 조직슬림화를 통한 선도기업 역할 수행  
· 2000년대: 윤리경영을 통한 경쟁력 강화 기반 구축

— 한국에서는 윤리규범을 제정·운영하는 대기업들의 비율이 대폭 상승 (1999년 33% → 2003년 87%)

· 금년 4월 경제5단체장은 상위 500개 상장기업의 윤리경영 채택여부를 지속적으로 점검하기로 하고 행동강령을 도입하는 기업의 비율이 현재의 70% 수준에서 2006년에는 90% 수준으로 높아지도록 하는데 합의

— 세계 각국의 석유정제업 및 광업 등 채취산업(*Extractive Industry*) 영위업체들은 천연자원 활용을 통해 얻은 수익의 사용처를 투명하게 밝히는 채취산업 투명화 운동(*Extractive Industry Transparency Initiative*)을 전개

· 투명성은 기업지배구조를 개선하여 투자증가를 유인하며 이는 사회 및 경제 발전으로 이어져 지속가능한 성장이 가능해지는 선순환 발생

○ 또한 대기업들은 경쟁관계에서 유리한 입지를 확보하기 위해 윤리경영을 지지하는 입장

— 휴렛팩커드社의 캐나다 본부장 Paul Tsaparis는 캐나다 기업의 국제경쟁력을 높이려면 세금인하, R&D증대, 교육향상 등의 대책추진보다는 CSR 채택을 통한 사회적 책임의 선도자적 역할수행이 중요하다고 역설

□ 일부 선진국에서는 중소기업들이 대기업보다 한 차원 높은 윤리경영을 운영

○ 영국의 경우 50인 미만의 중소기업이 전체 기업의 99%를 차지하고 있는데 중소기업이 한층 윤리적 태도를 견지하고 있는 것으로 조사

— Dr Laura Spence의 연구에 의하면 중소기업은 대기업처럼 이익의 극대화에 크게 집착하지 않으며 도덕적 책임과 의무를 상당부분 고려하는 것으로 나타남

— 또한 중소기업 부문에서는 “도전과 사랑”이 공존하고 있는 가운데 기업 및 고객·공급자간의 신뢰(*trust*)관계를 매우 중요시한다는 점을 발견

— 더욱이 중소기업 부문이 영위하는 산업을 보호하기 위하여 경쟁관계에 있는 업체에 대해 자사의 기계를 빌려주거나 자사 직원을 파견하는 등 대기업 부문에서 상상할 수 없을 정도의 우호관계 유지

□ 그러나 아직까지 아시아권의 많은 기업들이 윤리경영을 자선행위(*philanthropy*)로 간주하는 구시대적 사고방식에서 벗어나지 못하고 있는 상황

○ CSR이란 현금 기부, 장비 헌납, 자원 봉사 등을 의미하는 것으로서 기업의 비용으로 계상될 뿐 이익(*benefit*)이 되지 않는다는 입장

○ 직장내 성 또는 인종 차별 폐지, 작업환경 개선 등을 포함하는 윤리경영은 자발적이라기보다는 소송 가능성을 회피하려는 데서 비롯

□ 앞으로 기업들은 윤리경영 개념의 확대추세를 올바르게 인식하고 이에 적절히 대처함으로써 기업의 이미지 제고는 물론 경쟁력을 강화해 나가야 할 것임

○ 과거에는 기업이 안전하고 믿을 수 있는 제품을 생산하면 되었으나 최근에는 환경, 종업원 복지, 지역사회 등과의 영향력을 종합적으로 평가하여 전체 생산공정의 합리화를 고려하는 것이 필요

○ 한편 Financial Times는 기업의 사회적 책임이 다음과 같이 단계적으로 발전해 나가고 있는 것으로 분석

— 제1단계: 지역사회 기부 등 기업의 자선행위

— 제2단계: 기업의 건전성을 유지함과 아울러 기업의 평판을 보호하는 행위

— 제3단계: 기업의 투명성 제고 등 사회적 책임 수행을 향상시키는 행위

## 2. 기업윤리 프로그램의 수립 - (i)

\* 미국 상무성의 「기업윤리: 신흥시장국에서 책임 있는 기업의 경영 편람」중 제4장 “기업윤리 프로그램의 고안”(Creation of Business Ethics Program)에서 발췌

□ 기업주와 경영자는 기업윤리 프로그램의 수립·집행에 앞서 동 프로그램을 통해 달성하고자 하는 목표를 설정할 필요

○ 이에는 '윤리 프로그램이 조직문화에 미치는 영향', '윤리 프로그램 운영을 통해 기업주와 경영자가 기대하는 성과' 등을 들 수 있음

□ 효율적인 기업윤리 프로그램을 수립하기 위해서는 다음과 같은 요소를 고려하는 것이 필수적

- ① 기업의 핵심 가치와 조화
- ② 기업의 조직체계, 정책목표, 경영방식 등과 부합
- ③ 기업윤리에 대한 직원들의 기대 수준과 경영자의 우선순위가 합치
- ④ 기업윤리 프로그램이 기업내 의사결정 및 행동의 지침으로 활용
- ⑤ 장기적으로는 조직문화의 핵심요소로 정착

□ 기업윤리 프로그램의 성패여부는 기업의 조직문화에 의해 결정되므로 조직문화의 특성에 대한 분석이 선행과제

○ 조직문화는 기업주, 경영자 및 이해관계자(stakeholders)의 가치관, 신념, 의식 구조, 관행뿐만 아니라 기업의 창업배경, 연혁 등에 의해 복합적으로 형성

○ 따라서 조직문화의 특징을 정확히 파악할 수 있는 구체적인 지표를 활용하는 것이 필요

○ 이를 위해서는 다음과 같이 가지적으로 드러나는 8가지 요인을 점검·진단

- (1) 경영자는 기업의 손익만큼이나 윤리 및 가치에 대한 관심이 있는가?
- (2) 좋지 않은 사안에 대해서도 불편 없이 보고할 수 있는가?
- (3) 공평한 대우를 받고 있다고 느끼는가?
- (4) 종업원으로서의 가치를 인정받고 있는가?
- (5) 자신의 가치를 포기해야 하는 압력을 받지 않는가?
- (6) 윤리적 행위에는 보상이 따른다고 믿는가?
- (7) 비윤리적 행위에는 처벌이 따른다고 믿는가?
- (8) 기업이 종업원, 지역사회, 사익 중 어디에 중점을 두고 있는가?

□ 한편 기업윤리 프로그램은 책임 있는 기업(Responsible Business Enterprise)이 되기 위한 기본 정신(identity)을 확립하도록 지원하는 데 근본 목적

○ 이러한 기본 정신은 준법 의식, 리스크 관리, 평판 제고, 부가가치 창출 등 4 단계로 구분

**책임있는 기업의 4단계 기본 정신**



○ 기업윤리 프로그램이 기업의 기본 정신 확립에 효과적인지 아닌지를 판단하기 위해서는

- Ⓐ 기업의 윤리규범 위반 및 위반사태에 대한 종업원의 신고 빈도와 신고 이후 경영진의 대응에 대한 종업원의 만족도
- Ⓑ 종업원의 신념(beliefs) 및 윤리기준 준수 의식과 이에 입각한 종업원의 의사결정 빈도
- Ⓒ 책임 있는 기업으로서의 행동에 대한 논의 빈도 및 종업원의 기업에 대한 헌신도

등을 면밀히 관찰·분석하는 것이 긴요

### 3. 국내 기업의 기업윤리 동향

□ 한국토지공사의 2004년 윤리경영 추진실적 및 2005년 계획\*

\* 부패방지위원회 제출자료 요약

#### < 2004년중 주요 추진실적 >

◎ 윤리경영체제의 적기 구축 및 본격적 시행

— 윤리경영조직의 완비

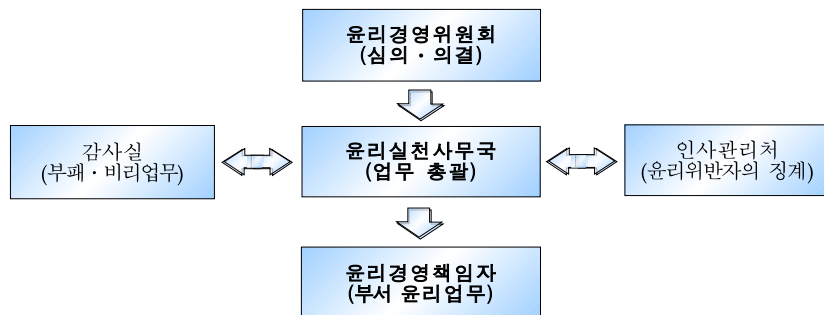
○ 윤리경영 주요사항 심의·의결기관으로 윤리경영위원회 구성

· 부사장(위원장), 관리이사, 사외이사, 노조부위원장, 부서장 4명 등 총 8명으로 운영

○ 윤리경영위원회의 직속기구로서 윤리경영 실행조직인 윤리실천사무국 구성

○ 각 부서의 2급 이상 직원 1인을 윤리경영책임자로 선정하여 부서 직원에 대한 윤리교육 및 윤리경영 자문·상담 실시

윤리경영조직 체계도



— 윤리규범의 제정

○ 윤리경영 추진기반을 확립하기 위하여 윤리경영규정, 윤리헌장, 윤리강령, 행동강령 등을 제정·시행

— 윤리경영 수행방침 천명

○ 부패방지위원회와 기업윤리 확립을 위한 시범협약을 체결하고 윤리경영 선포식을 개최

○ 공사·용역 시행업체 등 협력업체에 대해 공사의 윤리경영 시행안내문을 발송하고 윤리경영의 조기정착을 협조 요청

○ 비윤리적 사안에 대한 신고와 윤리경영 개선사항을 제안하는 신문고(인트라넷)와 윤리경영콜센터(인터넷) 설치·운영

◎ 윤리경영 정착노력의 본격 전개

— 윤리경영 교육 시행

○ 지사 순회교육 및 이-러닝(E-learning) 교육 시행과 아울러 윤리경영책임자 교육 등을 지속적으로 실시

윤리경영 관련 교육실적

	교육기간 및 참여현황	교육내용
지사 순회교육	○ 기간 : 6.21~7.7	○ 윤리경영의 개념 및 필요성 이해
	○ 전지사 근무직원(1,240명)	○ 윤리경영 추진현황 및 향후 계획
e-learning 교육	○ 기간 : 10~12월	○ 윤리경영 전반에 대한 온라인
	○ 전 임직원(1,075명 이수)	교육 및 평가
윤리경영 책임자교육	○ 기간 : 11.4~5	○ 윤리경영과 지속가능경영
	○ 윤리경영 책임자 (43명)	○ 윤리경영 정착방안 토론

— 윤리경영 실천프로그램 발굴·시행

- CEO를 비롯한 전임직원에게 대해 윤리경영 실천서약서 징구
- 윤리경영 분위기 확산을 위해 윤리경영 슬로건 공모

**슬로건 입상 내역**

구 분	슬 로 건 내 용
당선작(1편)	“깨끗한 기업이 청정한 국토를 만듭니다” (Clean Company Clean Country-4C캠페인)
우수작(2편)	“실천하는 윤리경영 신뢰받는 국민기업”
	“맑고 깨끗한 경영으로 아름다운 국토를 만들어갑니다”
가 작(3편)	“투명한 국토경영 당당한 국민기업”
	“기업의 양심, 미래의 경쟁력입니다”
	“투명한 윤리경영 함께 하는 국민기업”

— 윤리경영 성과에 대한 평가 강화

- 윤리경영 성과에 대한 내부평가\*를 실시하고 동 평가결과를 성과급 및 인사평정에 반영

\* 평가지표: 윤리강령 준수노력, 친환경경영 노력 사회공헌 노력

- 개인의 윤리수준에 대해서도 다면평가를 실시하고 동 결과를 승진, 이 동시 인사자료로 활용

◎ 반부패의식 제고를 위한 대책 수립·시행

— 부패위험성 자율진단방안 수립·운영

- 개인 및 조직의 부패위험도 자기진단 및 기업윤리 자기점검 방안 수립·운영

— 회계 및 계약업무의 투명성 강화

- 현재 계약단계에서 시행중인 청렴계약제를 건설공사 및 설계용역 점검 부문으로 넓히고 물품구매시에도 적용하는 등 청렴계약제 범위 확대
- 회계감사인 선정방식 개선, 소액 수의계약 대상공사 완전 공개, 입찰 예정 가격 결정방법 개선 등 회계업무 및 입찰제도의 투명성 강화

◎ 지속가능경영체제의 도입 추진

- 외부 용역팀과 공사내 T/F팀과의 긴밀한 협력아래 종합적인 지속가능경영 체제를 구축하고 선진국과 같은 지속가능경영보고서\* 발간

\* ‘기업이 지속할 가능성이 얼마나 높은가?’를 나타내주는 연차보고서로서 경제·환경·사회의 세 가지 축을 포함한 기업의 지속가능경영 비전과 전략, 조직, 프로그램, 성과 등을 수록한 보고서

— 사회공헌활동 본격 추진

- 사회공헌대상제도 도입 및 토공 사회봉사단(1004) 창단

**< 2005년중 주요 추진계획 >**

◎ 윤리경영 마스터플랜 수립

<b>윤리경영 목적</b>	‘국가 토지경영의 최고기업으로의 정립과 영속 성장’
<b>윤리경영 목표</b>	‘윤리적 기업문화 정착’, ‘정당한 이익창출’
<b>윤리경영 전략과제</b>	‘정교한 윤리경영시스템 구축’, ‘개인의 윤리의식 강화’, ‘기업문화 혁신’

◎ 개인규범 강화

- 윤리교육 프로그램 수립 · 시행
  - 전 임직원에 대해 정기적으로 윤리교육을 실시하고 직급별 윤리교육 이수 의무화
- 윤리경영 실천평가 강화
  - 내부평가 적용 부서를 본사까지 확대하고 가중치를 상향조정하는 한편 윤리위반 직원 근무부서에 대해서는 내부평가지 불이익을 부여하는 '계통책임제' 시행
- 윤리적 근무환경 조성
  - 부서장의 윤리적인 분위기 조성 노력을 내부평가지 반영하고 부장급 이상을 멘토로 지정 · 운용하는 「신입사원 멘토제도」 시행
- 부패위험성 자율진단 활성화
  - 매월 1일에는 개인 및 조직의 부패위험도의 자기진단을 실시하고 매주 수요일은 "기업윤리 자기점검의 날"로 운영

◎ 위험영역 집중관리

- 계약관련 업무의 투명화
  - 각종 계약관련 업무의 불투명한 요소를 확실히 제거하고 청렴계약제의 시행범위를 한층 확대
- 비리 취약부서에 대한 순환근무 의무화

- 협력업체와의 유착관계를 사전에 방지하기 위해 비리 취약부서에 대해서는 정기적으로 순환 배치

- 고발시스템 활성화 및 부패방지를 위한 제도개선 · 상시점검제도 운영

- 외부 전문기관을 통한 부패영역 진단 및 개선방안 강구와 함께 부패 · 비리 취약분야에 대한 상시점검체계 구축 · 시행

◎ 윤리적 기업문화 창출

- 비전의 공유

- 뉴 비전의 재정립을 계기로 비전의 공유를 통한 공동체 의식 강화

- 비전의 실현을 위한 책임의식을 고취함으로써 윤리경영 체질화

- 윤리경영 리더십 발휘와 실천모델 개발

- CEO의 확고한 윤리경영 실천의지를 제시하고 솔선수범하는 태도를 견지하는 가운데 구체적인 실천모델 개발 · 시행

- 사회공헌활동 본격화

- 사회공헌대상제도 도입 · 시행 및 사회봉사단 운영 활성화