

2016년 묶음집

기업윤리 브리프스

Business Ethics Briefs



2016

-

기업윤리 브리프스

Business Ethics Briefs



국민권익위원회

[내부 보관용]

Contents

007 웹진 표지

021 전문가칼럼

- 022 더 많은 이익(Bottom line)이 아닌 더 의미(Upper line) 있는 회사가 되어라!
- 024 윤리경영의 필요조건과 충분조건
- 025 개정 공익신고자 보호법과 기업의 대응방향
- 027 권위주의 문화와 윤리경영
- 029 지속가능 윤리경영 : 신뢰와 정체성에 기반한 사회적 관점
- 031 윤리적 조직문화 확립을 위한 기업의 역할
- 033 기업범죄와 기업윤리
- 035 공유가치창출(CSV)과 책임경영
- 037 청탁금지법은 성공할 것인가?
- 038 Ethics & Compliance 가치를 추구하는 교육
- 041 정보보호, 사람에 주목하고 좋은 거버넌스 만들어야
- 043 기업이며, 제3자 리스크를 넘어 소비자 신뢰를 구축하자!

045 윤리it수다

- 046 마케팅을 할 때도 윤리가 필요한가요?
- 049 함께하는 윤리경영
- 052 권위주의가 조직에 미치는 폐해
- 055 기업의 투명성 바라보기
- 058 윤리경영을 되새기는 날
- 060 고객을 외면한 기업들
- 063 가치를 만드는 회사
- 066 글로벌 반부패 규정
- 069 컴플라이언스 문화 조성하기
- 072 윤리적으로 정보 다루기
- 075 윤리경영, 우리만 잘하면 된다?

079 윤리연구소

- 080 2015년 최악의 인물, 마틴슈크렐리
- 084 페트로브라스 뇌물스캔들과 부패방지법
- 088 아마존과 BBC 사례에 나타난 기업문화의 중요성
- 093 ‘글래스도어’를 통해 본 투명경영
- 098 ‘기업윤리의 날’에 돌아본 윤리경영의 현주소
- 102 ‘징벌적 손해배상’, 윤리경영의 또 다른 출발
- 106 우나오일(Unaoil) 스캔들과 기업의 사회적 책임
- 110 청탁금지법과 뇌물방지경영시스템 ISO 37001
- 113 세계화시대의 부패방지 컴플라이언스
- 116 애플 사태를 통해 생각하는 개인정보보호
- 119 유명 스포츠 브랜드의 선택, ‘스피드 팩토리’

123 윤경萬里(동향&소식)

- 124 제1호 국내외 동향 및 소식
- 126 제2호 국내외 동향 및 소식
- 130 제3호 국내외 동향 및 소식
- 134 제4호 국내외 동향 및 소식
- 138 제5호 국내외 동향 및 소식
- 142 제6호 국내외 동향 및 소식
- 145 제7호 국내외 동향 및 소식
- 148 제8호 국내외 동향 및 소식
- 151 제9호 국내외 동향 및 소식
- 154 제10호 국내외 동향 및 소식
- 157 제11호 국내외 동향 및 소식
- 161 제12호 국내외 동향 및 소식

165 윤리경영 스터디

166	2015년 공공기관 청렴도 측정결과
169	실효성 있는 윤리·준법경영 프로그램
172	뇌물방지 경영시스템 BS 10500 & ISO 37001
176	2016년 세계 5대 컴플라이언스 트렌드
181	2016년 세계 프로드(사기) 보고서
185	2016년 에델만 신뢰도 지표조사 분석
190	기업범죄(경영범죄) 분석과 효과적 예방
194	기업과 사회의 공유가치창출 로드맵
198	“컴플라이언스 문화(Culture of Compliance)”보고서
202	2016 정보보호 10대 이슈
205	제3자 리스크 관리 보고서

209 윤리 일문일답(Q&A)

223 청탁금지법

229 윤리경영 Quiz

233 e포스터

245 지식노트

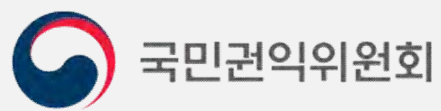
- 246 하인리히의 법칙
- 250 공익신고자보호법
- 254 힘희롱
- 259 모럴다이어트
- 264 퍼펙트스톰
- 269 CSV(공유 가치창출)
- 273 청탁금지법
- 277 넛지효과(nudge effect)
- 281 정보의 블랙아웃을 막아라
- 286 상자 속 썩은 사과

291 즐거운 윤리(웹툰)

- 292 비윤리 언행
- 293 쏘! 일급 비밀이에요~
- 294 보안 뉴스~
- 295 컴퓨터 마무리~!
- 296 방심
- 297 6.2 기업윤리의 날
- 298 난 괜찮을 걸(?)
- 299 밖에서도 윤리인!

301 기타

- 302 2015년을 돌아보며
- 304 글로벌 리포트
- 307 문화속의 윤리



2016 Business Ethics Briefs

웹진 표지



기업윤리 브리프스 2016-2호

시선과 생각

윤리잇수다

윤리연구소

윤경萬里

윤리경영스터디

일문일답

지식노트

e 포스터

시선과 생각



윤리경영의 필요조건과 충분조건

사회책임윤리경영연구소 정운용 소장

윤리잇수다

마케팅을 할때도 윤리가 필요한가요?

윤리 연구소



2015년 최악의 인물, 마틴 슈크렐리

지식노트

허안리하의 법칙

윤경萬里

· 2015년 한국 부패인식지수(CPI) 56점, 37위
· 코코아찌방아 '쓰레기 비프 커피' 사건

윤리경영스터디



고품질 윤리준법경영 프로그램의 원칙과 실천(ECI)

일문일답

마케팅 윤리, 구체적으로 어떻게 해야 하나요?

e 포스터

선비를 상징하는 사군자

즐거운 윤리 "일급비밀"



클린리더십



맞춰보세요!

이번 달 퀴즈



2016년 기업윤리 교육 수요조사

독자의견

웹진 신청

생활공감 정책

기업윤리 브리프스 2016-3호

홈페이지

PDF 파일

출력하기

자바로 보기

전문가 코칭
윤리수다
윤리 연구소
윤경萬里
윤리경영 스테디
일문일답
지식노트
e 포스터

전문가 코칭 개정 공익신고자 보호법과 기업의 역할 박해경 권익위 공익심사정책과장	윤리수다 함께하는 윤리 경영	윤리 연구소 페트로브라스 뇌물스캔들과 부패방지법	지식노트 ‘공익신고자보호법’
윤경萬里 · 건강권 윤리경영 제고방안 논의 · 국제육상경기연맹 후원 중단	윤리경영 스테디 뇌물방지 경영시스템 BS 10500	일문일답 어쩌다가 거래처로부터 금품을 수수하게 됐습니다.	e 포스터 한 정부의 초에서 시작되는 청렴 정치 동기 당신으로부터 조지를 밝히는 B1 첫 시작합니다.
최근 신종 사이버 금융사기가 기승을 부리고 있어 피해 사례가 발견되고 있습니다. 보 안 NEWS 즐거운 윤리 보안뉴스~!	클린리더십	맞춰보세요! 이번달 퀴즈	공공재정 부정수급 감중신고기간
웹진 신청		독자의견	
생활공감 정책		생활공감 정책	

기업윤리 브리프스 2016-4호

전문가 코칭
윤리it수다
윤리 연구소
윤경萬里
윤리경영 스테디
일문일답
지식노트
e 포스터

전문가 코칭 권위주의 문화와 윤리경영 정동일 숙명여대 경영학부 교수	윤리it수다 권위주의가 조직에 미치는 폐해	윤리 연구소 아마존 BBC 사례에 나타난 기업문화의 중요성	지식노트 ‘합회롱’
윤경萬里 · CSR 성공을 위한 키워드 SUCCESS · 중국 권도 가속 득해 고용안 활컴	윤리경영 스테디 2016년 세계 5대 컴플라이언스 트렌드	일문일답 (一問一答) 합회롱이 뭐가요?	e 포스터 협력과 화합의 자세로 함께 할 때, 우리는 일하기 좋은 회사로 거듭납니다.
‘일 마감 후 컴퓨터 끄기’로 하루 마무리~!! 즐거운 윤리 컴퓨터 마무리~!	클린리더십 가정영어호	맞춰보세요! 이번 달 퀴즈	권익위 3년간의 발자취 폭풍공유 이벤트
독자의견		웹진 신청	
생활공감 정책			

기업윤리 브리프스 2016-5호

윤리브리
지

PDF 파일

윤리찾기

지나오 보기

전문가 코칭
윤리수다
윤리 연구소
윤경萬里
윤리경영 스토리
일문일답
지식노트
e 포스터

전문가 코칭 지속가능 윤리경영: 신뢰와 정체성에 기반한 사회적 관점 유태영 한국외국어대학교 경영대학 교수	윤리수다 기업의 투명성 바라보기	윤리 연구소 '글래스도어'를 통해 본 투명경영	지식노트 모럴다이어트
윤경萬里 연세정들 의리나먼시 신허 올림푸스 내부 고발자, 5,100만 달러 받는다.	윤리경영 스토리 2016년 세계 프로드(사기) 보고서	일문일답 (一問一答) 히위보고 같은 정보 조작은 왜 일어나는 걸까요?	e 포스터 글로벌수수 근일대기, 우리 모두가 함께 해야 합니다. 한 사람의 부당부대가 조직 전체를 망가뜨릴 수 있습니다.
즐거운 윤리 방심 저는 사람들의 마음이 돌아졌을 때 나타나는 '방심'입니다.	클린리더십 오리정승	맞춰보세요! 이번달 퀴즈	EVENT 내 이름을 불러줘~
독자의견		EVENT 윤리경영 워크숍 및 청렴정책 전수과정 안내	
생활공감 정책		EVENT 윤리경영 워크숍 및 청렴정책 전수과정 안내	

기업윤리의 날 특집

기업윤리 브리프스 2016-6호

홈페이지

PDF 파일

종가보기

지대로 보기

전문가 코칭
윤리수다
윤리 연구소
윤경萬里
윤리경영 스테디
일문일답
행사브리핑
즐거운 윤리

전문가 코칭 윤리적 조직문화 확립을 위한 기업의 역할 양세영 윤리경영원 원장(홍익대 교수)	윤리수다 윤리경영을 되새기는 날	윤리 연구소 기업윤리의 날에 돌아온 윤리경영 현주소	행사브리핑 청정인 오경Fair 2016.5.30(화)~6.3(일) 빛가람문화센터 1층
윤경萬里 · 국민 66%, 청탁금지법 시행령 적극 찬성 · 세계기업 33%, 부패를 사업 걸림돌로 인식	윤리경영 스테디 2016년 에델만 신뢰도 지표조사 분석	일문일답 (一問一答) '기업윤리 나무'	
즐거운 윤리 기업윤리의 날	클린리더십 말을각장에 데려가는 날	맞춰보세요! 이번 달 퀴즈	관리자 블로그 / 페이스북에 접속해서 행정실편 퀴즈 이벤트에 참여하세요
독자의견			웹진 신청



기업윤리 브리프스 2016-8호

전문가 코칭

윤리it수다

윤리 연구소

윤경萬里

윤리경영 스테디

일문일답

지식노트

e 포스터

전문가 코칭

공유가치창출(CSV)과 책임경영

김상준(이화여자대학교 경영대학 교수)

윤리it수다
가치를 만드는 회사

윤리 연구소

우나오일(Unaoil) 스캔들과 기업의 사회적 책임

지식노트

CSV(공유가치창출)

윤경萬里

· 구명출원 사회적 기업의 국고보조사업
· 영국 YPO, 뇌물과 돈세탁 혐의로 우나오일 수사

윤리경영 스테디

기업과 사회의 공유가치창출 로드맵

일문일답 (一問一答)

지역사회를 위한 CSV를 준비 중인데, 정말로 이게 지역사회에 도움을 줄 수 있을까요?

e 포스터

윤리경영실천은 모두에게 달려 있습니다.

너무 시끄럽지 않으세요?
가-침
사람들하고
둘러싸서
이 정도...

클린리더십
뛰어넘는 윤리

맞춰보세요!
이번 달 퀴즈

브리프스 신청

기업윤리 교육 신청안내

독자의견

즐거운 윤리
밖에서도 윤리!

생활공감 정책



기업윤리 브리프스 2016-10호






[전문가 코칭](#) | [윤리it수다](#) | [윤리 연구소](#) | [윤경萬里](#) | [윤리경영스터디](#) | [일문일답](#) | [지식노트](#) | [e 포스터](#)

전문가 코칭  Ethics & Compliance 가치를 추구하는 교육 박영석(서강대학교 경영학부 교수)	 윤리it수다 컴플라이언스 문화 조성하기	윤리 연구소  세계화시대의 부패방지 컴플라이언스	지식노트 “넋지효과” 
 윤경萬里 구글 국내비영리단체 10곳에 35억원 지원 영국 직원 경제범죄사 경영상도 감소 추진	윤리경영스터디  컴플라이언스 문화(Culture of Compliance) 보고서	 일문일답 (一問一答) 감사와 컴플라이언스의 차이점	 e 포스터 최고의 명절선물은 마음입니다.
 청탁금지법 Q&A	 클린리더십 엘리베이터의 원리	 맞춰보세요!	 브리프스 신청
 독자의견		 생활공감 정책	

기업윤리 브리프스 2016-11호

윤리저장

PDF파일

윤리찾기

지나호 보기

전문가 코칭 | 윤리i수다 | 윤리 연구소 | 윤경萬里 | 윤리경영 스테디 | 일문일답 | 청탁금지법 Q&A | 국내외 행사소식

전문가 코칭 정보보호, 사람에 주목하고 좋은 거버넌스 만들어야 권현영 (고려대학교 정보보호대학원 교수)	윤리i수다 윤리적으로 정보 다루기	윤리 연구소 애플 사태를 통해 생각하는 개인정보보호	지식노트 단 하나의 허점에서 시작되는 막대한 피해
윤경萬里 · 공공기관 임직원 2시간 이상 부패방지교육 받아야 · 미국 웰스파고, 유령계좌 200만개 스캔들	윤리경영 스테디 2016 정보보호 10대 이슈	일문일답 (一問一答) 우리 회사 정보를 지키기 위해 양직원 개인이 할 수 있는 일은 뭐가 있죠?	e 포스터 잘 잠겨있습니까? 정보보안, 사소한 데서 시작됩니다
청탁금지법 Q&A	클린리더십 계명배	국내외 행사소식	공익침해 예방가이드
브리프스 신청			생활공감 정책

기업윤리 브리프스 2016-12호



PDF 파일



문서 업로드



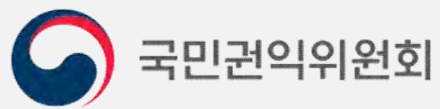
문서 업로드



문서 업로드

전문가 코칭
윤리it수다
윤리 연구소
윤경萬里
윤리경영 스테디
일문일답
청탁금지법 Q&A
국내외 행사소식

전문가 코칭  기업이여, 제3자 리스크를 넘어 소비자 신뢰를 구축하자! 김재훈 (대구대학교 경제학과 교수)	 윤리it수다 윤리경영, 우리만 잘하면 된다?	윤리 연구소  유명 스포츠 브랜드의 선택, '스피드 팩토리'	 상자 속 썩은 사과
 윤경萬里 · 현대카드 리볼빙서비스 불완전 판매로 징계 · 난소암 유발 콘돔엔존슨에 802억 원 양벌칙 배상 판결	윤리경영 스테디  제3자 리스크 관리 보고서	 일문일답 (一問一答) 제3자 리스크에서 말하는 제3자는 누구를 말하는 건가요?	 족쇄 e 포스터
청탁금지법 Q&A 	클린리더십 출판질 	국내외 행사소식 	공익침해 예방가이드  브리프스 신청
독자의견 		 생활공감 정책	



2016 Business Ethics Briefs

전문가칼럼

- 더 많은 이익(Bottom line)이 아닌 더 의미(Upper line) 있는 회사가 되어라! • 01호
- 윤리경영의 필요조건과 충분조건 • 02호
- 개정 공익신고자 보호법과 기업의 대응방향 • 03호
- 권위주의 문화와 윤리경영 • 04호
- 지속가능 윤리경영 : 신뢰와 정체성에 기반한 사회적 관점 • 05호
- 윤리적 조직문화 확립을 위한 기업의 역할 • 06호
- 기업범죄와 기업윤리 • 07호
- 공유가치창출(CSV)과 책임경영 • 08호
- 청탁금지법은 성공할 것인가? • 09호
- Ethics & Compliance 가치를 추구하는 교육 • 10호
- 정보보호, 사람에 주목하고 좋은 거버넌스 만들어야 • 11호
- 기업이여, 제3자 리스크를 넘어 소비자 신뢰를 구축하자! • 12호

더 많은 이익(Bottom line)이 아닌 더 의미(Upper line) 있는 회사가 되어라!



김기찬 가톨릭대학교 경영학부 교수, 세계중소기업학회장

**좁고 얇은 마케팅은 고객의 지갑을 열려고만 하고 고객의 마음을 담게 하는 것이다.
넓고 깊은 마케팅은 반대로 고객의 지갑은 닫고 고객의 마음을 열고 싶어 하는 것이다.**

귀사는 어느 쪽인가?

안타깝게도 우리 주위 기업들은 지나치게 이익창출에 몰입되어 지갑에만 관심이 있다. What's the bottom line?이라고 묻는 사람도 너무 많다. Bottom line이란 기업의 손익계산서의 맨 아랫줄을 말한다. 맨 아랫줄은 세금, 이자, 비용, 감가상각비를 제외한 순수 이익을 말한다. 그러나 “돈은 발이 4개인 짐승이라 발이 2개 달린 사람이 쫓아갈 수 없으며, 돈은 따라 오는 것이지 잡으려고 하면 안된다”라는 말이 있다.

The bottom line의 상대적인 용어는 Top line이다. 손익계산서의 맨 윗줄(top line)에 표기하는 액수는 ‘총수입, 총 매출’을 말한다. 그런데 장수하는 기업들은 Top line 위에 있는 Upper line에 관심을 가지고 있다. Upper line이란 무엇일까?

손익계산서상에서 표현할 수 없는 기업 최고의 지향점이다. 마케팅의 그루 필립 코틀러는 이를 마케팅 3.0이라 불렀다. 영혼이 있는 회사가 최고의 마케팅 기업이라는 의미이다. 피터 드러커는 이를 미션(Mission)이라 불렀다. 드러커 경영의 출발은 기업존재 이유인 미션에서부터 시작된다. 즉 기업의 존재이유에 대한 사회적 공감대가 있으면, 고객이 몰려오고, 고객의 지나간 흔적이 이익이 되는 것이다. 미션과 가치경영을 강조하는 모 기업의 경우 미션은 ‘모든 사람이 미래의 역경에서 좌절하지 않도록 도와드리는 것’이고, 기업은 이 미션이 잘 실천되도록 노력하는 것이 회사가 사회에서 사랑받는 이유이고 사회에서 존재해야 하는 이유라고 한다. 이 기업의 회장 또한 ‘회사에서 보스는 회장자신이 아니라 기업의 미션과 비전이 빅보스(Big Boss)’라고 하며, 기업은 회장이 아니라 빅보스를 따라가라고 한다.

정리해보면, 기업의 유형은 3가지로 나뉘어진다.

마케팅 1.0회사는 Bottom line, 즉 이익을 중시하는 주주중심의 기업이며, 마케팅 2.0회장은 Top Line, 즉 매출액을 높이는 고객지향적 기업이다. 마케팅 3.0회사는 Super line, 즉 사회에 의미 있는 존재가 되고자 하는 철학이 있는 기업이다.

기업은 어떻게 경영해야 하는가? 기업에서 bottom line(순이익)에만 관심이 있는 회사는 지속가능한 성장이 어렵다. 왜냐하면 사람자원을 혹사하여 오늘의 이익 만들기에 급급하여 내일의 조직능력구축에 실패하기 때문이다.

직원과 함께 번영해야 회사도 지속적으로 진화할 수 있다. 이익만을 추구하지 말고 철학을 가진 마케팅 3.0회사가 되도록 해야 한다. 중국집 짜장면의 철가방이 가벼워지기 시작하면 배달부는 부자가 될 징조이다. 반대로 몇 푼 벌려고 내가 이 짓하고 있나 생각되면 철가방은 무거워지기 시작한다. 배고픈 사람에게 평화를 가져다주는 것이라는 짜장면의 철학이 없기 때문이다. 철학이 없으면 회사경영에 감동도 없고 재미도 없고 돈벌이의 머슴이 될 수밖에 없어진다. 기업의 손익계산서를 P&L Statement라 한다. 그런데 돈을 벌고 못벌고 하는 'Profit & Loss'의 게임이 아니라 사람을 사랑하는 'People & Love'의 게임이 '이나모리 가즈오' 교세라 회장의 철학이다. 종업원이야말로 기술진화의 원천이기 때문이다.

철학은 원칙을 편안하게 만든다. 철학의 크기가 윤리경영의 크기이다. 철학이 없는 회사에서 윤리경영의 원칙은 종업원을 매뉴얼의 머슴으로 만든다. 그러나 철학이 있는 회사는 종업원을 원칙과 매뉴얼의 주인으로 만든다. 그러므로 지속가능하게 성장하고 싶은 회사일수록 이제 더 많은 이익에서 더 의미 있는 회사로의 사고의 대전환이 필요하다. 기업은 일시적 단기적 대박싸움이 아니라 장기적으로 지속가능한 건강한 기업이 되도록 해야 한다. 윤리경영은 종업원을 주인으로 만들어가는 철학이 되어야 한다. 윤리경영, 지키기 어려운 원칙들인가? 기업윤리, 2가지 길이 있다. Bottom Line의 도구가 되는 길과 Upper Line의 주인이 되는 길이다. 철학이 있으면 가벼워지고 즐거워지는 것이다. 여러분은 어느 길을 걷고 있는가?

사람의 사람에 의한 사람을 위한 기업은 영원히 멸망하지 않을 것이다. 사람중심 기업가 정신으로 윤리경영이 저절로 이루어지는 병신년이 되기를 바란다.

윤리경영의 필요조건과 충분조건



정운용 사회책임윤리경영연구소 소장

법무부가 최근 발표한 자료에 따르면, 지난 해 민관유착, 공공인프라 비리, 국고보조금 비리 등 국가재정 관련 범죄로 단속된 인원이 무려 1,517명, 구속된 사람도 370명에 이르며, 그 규모도 수천억원에 달한다고 한다. 법무부는 그 전년도에도 비슷한 상황을 보고하고 개선대책을 내놓았지만 필자가 보기에는 아쉽게도 그리 크게 개선된 것으로 보이지는 않는다.

민간 측면에서도 성실하고 이른바 ‘착한 기업’이라 우리 국민들이 믿었던 곳, 윤리경영 우수기업이라는 곳마저 납품업체에 대한 횡포, 종업원에 대한 인격적 모욕, 소비자 기만, 부패사건 등이 끊이지 않았다.

도대체 윤리경영은 누가 하는 것일까? 윤리경영도 결국은 사람이 하는 것일진대, 윤리적인 사람이 윤리경영을 하는 것일까? 아니면 윤리적인 행동을 하는 사람이 윤리경영을 하는 것일까?

어떤 이가 출근을 하기 위해 지하철을 나서는데 이 추운 겨울에 어떤 아주머니께서 광고 전단지를 나누어 주고 있는 것을 보았다. 다른 사람들은 모두 외면하고 받지 않았지만, 이 분은 ‘귀찮고 필요도 없지만 내가 한 장이라도 받아주면 이 추운 겨울에 그 아주머니가 조금이라도 일찍 들어가실 수 있겠지’라는 생각에 그 전단지를 받았다. 이 분은 윤리적인 사람인가? 아마 그럴 수도 있을 것이다.

그런데 그 다음 날 출근하는데 또 같은 분이 전단지를 나누어 주고 있었지만 그 날은 받지 않았다. 왜냐하면 날씨가 너무 추워서 양손을 코트 주머니 속에 넣고 있었고 굳이 그것을 빼고 싶지 않았기 때문이다. 그렇다면 이 분은 비윤리적인가? 어제는 윤리적인 사람이 어떻게 하루아침에 비윤리적인 사람이 되어 버리는 것인가?

도대체 달라진 것은 무엇인가? 그것은 ‘상황’이다. 바로 코트 주머니 속에 손을 넣은 상황 말이다. 다시 말하면 윤리경영에 위반되는 행동을 막으려면 비윤리적인 행동을 하게 되는 상황, 코트 주머니 속에 손을 넣는 상황을 만들지 않아야 하는 것이다. 그 역할을 하는 것이 윤리경영 인프라이고 이것이 윤리경영의 필요조건이다. 하지만 윤리경영은 이것만으로 충분하지는 않다.

윤리경영 인프라가 아무리 잘 갖추어져 있다고 해도 윤리경영을 관통하고 있는 그 정신 ‘공동체 의식’이 없다면 결코 성공할 수 없는 것이다. 윤리경영의 목표가 무엇인가? 피부색이 희거나 검거나, 많이 배웠거나 그렇지 않거나, 재산이 많거나 그렇지 않거나, 장애가 있거나 그렇지 않거나 모두 함께 행복하게 살아가는 세상을 지향하는 것이 윤리경영의 정신이 아니던가? 우리가 어디에 있건, 각자 무슨 일을 하건, 이 사회는 우리가 함께 살아가야 하는 그런 세상이라는 정신, 그것이 바로 공동체 의식이 아닌가? 함께 행복하게 살아가는 세상을 꿈꾸는 곳에서 어떻게, 이른바 ‘갑질’이 있을 수 있을 것이며, 환경을 파괴하고, 소비자를 기만하고, 부패를 저지를 수 있을 것인가? 공동체 의식! 이것이 바로 윤리경영의 충분조건이 되는 것이다.



박혜경 국민권익위원회 공익심사정책과장

개정 공익신고자 보호법과 기업의 대응방향

『공익신고자 보호법』 개정으로 무엇이 달라지나요?

먼저 『공익신고자 보호법』을 간략히 소개하자면, 제목에서 미루어 알 수 있듯이 공익신고자를 보호하기 위한 법으로, 국민의 건강, 안전, 환경, 소비자 이익 및 공정한 경쟁 등 공익을 침해하는 행위를 누구나 한심하고 신고할 수 있도록 하기 위해 2011년 제정되었습니다.

이후 시행 과정에서 공익신고자 보호의 사각지대 문제가 제기되고, 보호의 실효성을 강화해야 한다는 목소리가 높아져 법률 개정을 진행하였고, 올해 1월 25일부터 개정법률이 시행되었습니다.

개정법의 특징은 신분상, 인사상 불이익을 받을 개연성이 높은 내부 공익신고자에 대한 보호 강화 및 기업의 책임 강화입니다. 특별보호조치를 신설해 실제 공익침해행위가 발생한 경우는 물론 공익침해행위가 발생했다고 믿을만한 합리적인 이유가 있다고 인정되는 경우에도 보호를 받을 수 있도록 했습니다. 또한 공익신고와 관련한 위법행위가 발견되더라도 형벌이나 징계 뿐 아니라 불리한 행정처분도 감면받을 수 있습니다.

아울러 신고자의 불이익 상태가 장기화되는 것을 막기 위해, 기업이 권익위의 보호조치 결정을 이행하지 않으면 이행강제금을 부과할 수 있도록 했습니다. 또한 법인의 대표자나 개인의 종업원 등이 불이익 조치 등 위반행위를 하였을 경우, 사용주체인 그 법인 또는 개인도 처벌하도록 양벌규정을 도입하였습니다. 물론 책임주의 원칙에 따라 관리감독상 주의의무를 다한 때에는 처벌을 면할 수 있습니다.

이 외에도 공익신고 보상금 목적의 전문신고자로 인한 부작용을 해소하기 위해 보상금 지급 대상을 내부 공익신고자로 제한했습니다. 반면 내부 공익신고자에 대한 보상금 상한액은 10억원에서 20억원으로 상향함으로써 내부 공익신고자에 대한 경제적 인센티브는 강화했습니다.

『공익신고자 보호법』은 시행된 지 5년이 채 안되었지만, 호주국제투명성기구가 G20개 국가의 공익신고제도 중 우리나라의 제도를 미국 다음으로 뛰어나다고 평가하고, 일본 변호사회가 “한국의 공익신고자 보호법 조사보고서”를 발간하는 등 선진적인 제도로 인정받고 있습니다.

앞으로도 권익위는 『공익신고자 보호법』 시행과정에서 나타나는 다양한 사례들을 검토, 분석하여 공익신고제도를 발전시키고, 궁극적으로 공익침해행위를 예방하고 신고자를 철저히 보호할 수 있도록 노력할 것입니다.

공익신고자에 대한 부정적 인식을 개선하기 위한 기업의 역할은 무엇인가요?

아직까지 우리 사회에서는 공익신고자를 조직의 배신자로 배척하거나 신고자를 색출하는 등 신고자 보호에 대한 인식이 부족한 것이 사실입니다.

하지만 공익신고자는 공익침해행위로 인한 기업의 손실을 최소화하는데 중요한 역할을 하는 존재입니다.

지난 해 세계적 자동차 제조업체인 독일 폭스바겐의 배출가스 조작 사실이 드러나면서 각국 정부는 판매 금지, 리콜, 과징금 부과 등 강도 높은 제재조치를 취하고 있습니다. 독일 언론 보도에 따르면 2011년 폭스바겐의 기술자가 배출가스 조작 사실을 보고했지만 묵살되었다고 합니다. 폭스바겐은 직원들을 상대로 앞으로는 내부신고자에 대한 책임을 묻지 않겠다며 사태 수습에 나서고 있다지만, 이미 천문학적 규모의 경제적 손실은 물론 기업 이미지에도 타격을 입었습니다.

만약 폭스바겐이 내부 공익신고자의 목소리에 귀 기울이고 사태를 조기에 수습했더라면, 지금과 같은 금전적·비금전적 손실을 막을 수 있었을 것입니다.

즉, 기업은 기업의 발전을 위해, 그리고 기업의 사회적 책임을 다하기 위해, 내부신고자를 배신자나 조직 부적응자로 바라보는 인식이 바뀔 수 있도록 노력해야 할 의무가 있습니다. 또한 이들이 보복당하지 않도록 철저히 보호해야 합니다.

이를 위해서는 우선 기업이 공익신고 처리기능을 갖추어 자체적으로 공익침해행위를 제거·예방함과 동시에, 임직원에게 대한 지속적이고 반복적인 교육과 홍보를 통해 준법 의식을 습관화시키고 내부신고의 중요성에 대해 각인시켜야 할 것입니다.

특히, 임직원들이 내부신고의 정당성, 신고채널, 보호내용, 구제절차, 이용방법 및 그 효과 등에 대해 숙지할 수 있도록 교육하고, 다양한 매체를 통해 지속적으로 내부신고자에 대한 인식전환이 필요하다는 메시지를 전달할 필요가 있습니다.

권위주의 문화와 윤리경영



정동일 숙명여자대학교 경영학부 교수

권위주의 문화는 윤리경영에 어떤 영향을 주는가?

권위를 가지고 있는 사람은 다른 사람에게 커다란 영향력을 행사한다. 상대방의 사고나 행동을 변화시키기도 하고, 그 사람으로부터 자발적인 복종이나 동의를 이끌어내기도 한다. 권위에는 최소 두 가지 전제조건이 필요하다. 첫째가 정당한 근거이다. 전문적 지식이든, 합법적 지위든, 아니면 인품과 같은 독특한 개인적 자질이든, 상대방이 기꺼이 인정하고 동의할 수 있는 명확한 근거가 있어야 한다. 둘째는 행동이나 말에 대한 책임이다. 고도의 전문지식을 가지고 있더라도 자기의 행동에 책임지지 못하는 의사나 변호사는 권위를 잃게 된다.

권위주의는 이 두 가지 전제조건 중 적어도 하나가 결여된 상태에서 다른 사람에게 영향력을 행사하는 경우를 말한다. 자기에게 부여된 역할을 넘어서 권력을 행사하거나 객관적인 사실에 근거하지 않고 다른 사람에게 행동을 강요하는 것, 자기가 한 말이나 행동이 가져올 결과에 책임지지 않는 것이 여기에 해당한다. 그래서 권위주의는 대체로 이익을 챙기는 사람과 피해를 보는 사람을 갈라놓는다. 권위주의가 윤리적일 수 없는 이유이다. 한 집단이 권위주의적 태도나 행동을 당연한 것으로 받아들일 때, 권위주의적 문화가 형성된다.

권위주의나 권위주의 문화는 기업경영의 투명성, 공정성, 합리성을 해쳐 종종 윤리적 문제를 일으킨다. 기업은 주주, 거래처, 종업원뿐만 아니라 지역사회, 생태계를 포함하는 다양한 이해관계자를 상대한다. 권위주의 문화가 팽배한 사회에서 경영자는 정당한 근거 없이 거래처에 막대한 피해를 안기고는 이에 대해 책임지지 않는다. 무엇을 해도 괜찮은 갑(甲)과 힘없이 당하는 을(乙)의 관계가 당연한 거래질서로 받아들여진다. 수년 전 모 기업 최고경영자가 부하 직원에게 폭력을 행사하고 아무런 부끄럼 없이 돈으로 무마하려고 했던 일이 있었다. 이것 역시 권위주의적 문화가 만들어낸 사건이다. 권위주의 문화는 모든 기업구성원의 생각과 행동에 체화되어 나타나기도 한다. 누군가의 율이었던 사람이 다른 사람에게는 갑이 된다. 부패, 강압, 월권이 계층 피라미드를 타고 맨 아래까지 이어지고, 마침내 기업 경계를 넘어 하청업체나 대리점 같은 또 다른 을을 찾아 퍼져 나간다. 서구사회에서 기업윤리 문제는 보통 과도한 이윤추구의 결과로 이해되곤 한다. 우리의 경우에는 권위주의 문화까지 더해지면서 더욱 해결하기 어려운 윤리적 문제를 낳는다. 동쪽에서 뺨맞고 서쪽에 가서 화풀이하는 것이 당연한 규범처럼 받아들여지다 보니, 부패나 월권 같은 비윤리적인 문제해결의 실마리가 보이지 않는다.

권위주의 문화를 극복하고 합리적 윤리경영 문화 정립을 위해 기업은 무엇을 해야 하는가?

조직개발 컨설턴트들은 아무리 좋은 기술, 전략, 조직구조, 생산 프로세스를 도입해도 기업문화가 같이 바뀌지 않으면 실패할 가능성이 매우 높다고 말한다. 기업문화는 곧 기업의 체질을 의미하고, 기업에서 가장 변화시키기 어려운 것이다. 권위주의 문화도 마찬가지다. 요즘 기업의 사회적 책임이 화두로 등장하면서 윤리경영에 대한 관

심도 높아지고 있다. 많은 기업이 너나할 것 없이 윤리경영을 천명하고 있다. 부조리신고 포상제도, 자율 재산등록제도, 청렴 평가제도, 윤리교육 의무화제도, 협력업체의 부당거래 신고제도, 전자입찰 확대 등 다양한 절차와 제도를 마련하고 있다. 하지만 이런 제도적, 절차적 변화가 진정한 윤리경영으로 정착되기 위해서는 권위주의 문화도 함께 변화해야 한다.

바람직한 윤리경영 문화를 정립하기 위해서는 권위주의가 아닌 권위를 존중하는 문화가 정립되어야 한다. 업무 지시는 대부분의 사람들이 동의할 수 있는 객관적 사실에 기초해야 하고, 주어진 역할 범위 안에서 이루어져야 한다. 그렇지 않을 경우 반대할 수 있는 권리나 그 이유를 설명하도록 요구할 수 있는 권리가 동시에 주어져야 한다. 근거의 타당성과 함께 자기가 한 말이나 행동에 대해 책임을 지는 것도 중요하다. 물론 최고위 경영자의 솔선수범이 우선되어야 한다. 책임지는 상급자는 권위를 갖는다. 권위가 바로 선 기업은 투명하고, 공정하며, 합리적인 윤리경영을 할 수 있다.

소니 픽처스는 권위주의 문화를 변화시키기 위해 ‘코드의례’라는 것을 실시했다. 상급자가 동의할 수 없는 일방적 지시나 명령을 내릴 때, 하급자는 “코드”라는 말을 외칠 수 있다. 이것은 “근거를 알려 주십시오. 내가 동의할 수 있는 설명을 해 주십시오.”라는 말을 대신하는 그들만의 ‘은어’이다. 권위주의 문화에서 부하직원이 상사에게 객관적 근거를 대달라고, 혹은 동의하지 못하겠다고 면전에서 직접 말하기는 쉽지 않으니, 같은 의미의 은어를 사용하는 것이다. 코드의례는 상사와 부하직원의 합리적 의사소통을 가능케 한다. 물론 오랜 역사를 통해 형성된 권위주의 문화가 하나의 제도만으로 쉽게 사라지지는 않는다. 하지만 이런 작은 문화적 의례들이 실천되고 확산될 때, 권위주의 문화가 서서히 사라지면서 투명하고, 공정하며, 합리적인 윤리경영의 토대가 마련될 수 있다.

지속가능 윤리경영 : 신뢰와 정체성에 기반한 사회적 관점



유태영 한국외국어대학교 경영대학 교수

윤리경영을 바라보는 관점은 어떤 것이 있는가?

윤리경영은 정치적, 경제적, 규범적(법+윤리) 관점에서 이해하는 것이 일반적이다. 정치적 관점에서 윤리경영은 정부, 언론, NGO 등의 압력에 따른 정당성을 확보하기 위해 이익 공유, 환경책임, 사회공헌 행위를 하는 것이다. 경제적 관점에서 윤리경영은 기업이 양질의 제품과 서비스를 생산, 제공하고 고객, 투자자, 부품 공급자 등 다양한 이해관계자에게 적절한 이익을 창출하는 행위를 말한다. 규범적 관점에서 윤리경영은 법과 윤리라는 사회 규범에 부합하는 경영행위로서, 법적 규범은 강제성을 띠지만 윤리적 규범은 사회구성원이 일반적으로 기대하는 자율적으로 준수해야 할 가치를 일컫는다.

이 세 가지 관점은 윤리경영을 구체적으로 왜 실시하고 미시적인 결과물이 무엇인지 파악하는 데 장점이 있다. 하지만 기존의 관점은 사회적 제도 및 규범에 따라 기업경영이 어떻게 운영되는지, 그리고 윤리경영에 영향을 미치는 사회적 배경에 대한 깊은 고려가 없다. 즉, 윤리경영이 각 사회의 역사적 경험과 환경에 따라 달라질 수 있는데, 이것을 제대로 설명하지 못한다. 국제표준이 제공하는 윤리경영 운영지침을 명시적 또는 적어도 묵시적인 윤리경영의 바람직한 운영형태로 받아들여 각 사회의 여러 특징을 간과하고 동일한 양식과 형태여야 한다는 점을 전제로 한다고 볼 수 있다.

우리는 기업의 경영활동이 각 사회의 역사적 전통과 경험에 따라 상이한 양식과 운영형태, 그리고 결과를 초래한다는 사실을 이미 경험적으로 알고 있다. 따라서 기존의 관점을 보완하여 윤리경영을 사회적 관점으로 이해할 필요가 있다. 사회적 관점에서 주목하는 것은 한 사회의 역사적 전통에 따라 형성된 가치관의 핵심인 신뢰와 정체성 문제이다. 신뢰는 한 사회의 구성원들이 다른 구성원에 대해 가지는 일반적인 믿음이고, 정체성은 자신과 다른 사람, 조직, 그리고 주위 사회 환경과의 관계 속에서 형성된 인간 및 조직의 근본문제이다. 신뢰와 정체성은 사회마다 각기 다른 특징을 가지고 있고, 높은 신뢰/낮은 신뢰 그리고 사회관계지향 정체성/자기이익우선 정체성 등으로 구분할 수 있다. 이에 따라 사회적 관점에서의 윤리경영은 4가지 조합의 사회적 배경이 존재함을 알 수 있다.

한국에서 효율적 윤리경영을 하려면 무엇을 해야 하는가?

사회적 관점에서 윤리경영 양식 및 운영방안을 마련하기 위해, 개인과 기업의 경제행위에 영향을 미치는 각 사회의 고유한 전통, 즉 신뢰수준과 정체성 특성을 우선적으로 파악해야 한다. 낮은 신뢰수준과 자기이익 우선의 정체성으로 규정될 수 있는 한국사회의 경우, 경제적, 규범적 관점의 윤리경영이 가지는 실효성은 감소할 것이고, 이를 보완하는 방안으로 자연스럽게 정치적 압력이 높을 수밖에 없다. 이러한 윤리경영의 실행방식은 윤리경영의 자율성이 상대적으로 낮아 그 실행범위가 좁고, 지속가능성 역시 낮다. 따라서 한국에서 효율적인 윤리경영을 하

려면 낮은 신뢰와 자기이익 우선의 사회적 배경을 보완할 수 있는 방안을 먼저 고려해야 한다. 신뢰의 핵심이 상대의 행위를 예측할 수 있게 한다는 점을 감안할 때, 경제행위의 투명성을 제고하는 방안이 우선 고려될 수 있다.

2014년 국제투명성기구가 발표한 기업의 투명성 순위는 내부 규정, 자료 등 기업의 모든 것을 대중에게 얼마나 공개하느냐가 결정적으로 작용한다. 세계 124개 기업 중 7.3점으로 1위를 차지한 이탈리아 국영탄화수소회사 ENI는 모든 자료를 공개해 조직투명성에서 100%를 기록했다.

분식회계로 체면을 구긴 기업이 늘어가면서 회계 관련 투명성이 강조된다. 기업행위의 전반적인 사항, 예를 들어 부품공급자의 이윤율 등과 같은 다양한 이해관계자와 관련된 정보공개 범위를 확대할 경우, 기업행위의 예측가능성은 높아질 것이고, 정보가 공개되는 만큼 낮은 신뢰와 자기이익 중심의 정체성 사회에서도 지속가능한 높은 수준의 윤리경영이 시행될 수 있을 것이다.

윤리적 조직문화 확립을 위한 기업의 역할



양세영 윤리경영원 원장 · 홍익대학교 경영대학 교수

Q1. 윤리적 조직문화가 성공적인 윤리경영의 관건이 되는 이유는 무엇인가?

최근 미쓰비시 자동차의 연비조작(2016), 폭스바겐의 배기장치 조작(2015), GM의 점화스위치 결함 은폐(2014), 도요타 리콜사태(2010) 등과 같은 굵직한 기업윤리 스캔들은 이들 기업들이 글로벌 수준의 윤리 프로그램과 준법감시 장치를 작동하고 있었음에도 대형 비리를 야기했다는 점에서, 과연 비윤리 행위를 예방할 수 있는 성공적인 윤리경영은 어떤 것이어야 하는지 심각한 재검토를 요청하고 있다. 윤리 프로그램이 본격적으로 기업에 확산된 계기는 1991년 미국 FSG(연방판결지침)의 도입이라 할 수 있다. FSG는 기업은 물론 공공기관과 비영리단체 등 모든 조직을 대상으로 효과적인 윤리 프로그램을 구축하고 적절한 주의(due care)를 기울인 경우 연방법규를 위반하였다 하더라도 형벌이나 벌금의 감면이 가능하고, 반대로 윤리 프로그램을 제대로 갖추지 못한 경우에는 증벌이 부과되는 제도이다. 이러한 FSG는 윤리 프로그램 운영을 통한 부패통제에 크게 기여한 역사적 조치로 평가받고 있으나, 외형적으로 확인이 가능한 공식적인(formal) 요소를 강조함으로써 기업들이 윤리 프로그램의 설치에만 관심을 가질 뿐 프로그램의 실효성을 위해 노력하지는 않는다는 점에서 한계가 있다고 비판되었다. Trevino, Weaver 등 윤리경영 학자들은 윤리경영이 성공적으로 추진되기 위해서는 윤리 프로그램보다 경영진(CEO)의 윤리 리더십과 몰입, 윤리적 조직문화(Ethical Culture)가 더 중요하며, 윤리 프로그램이 효과적으로 작동되기 위해서도 필수적인 요소라고 지적하였다. 특히, 윤리적 조직문화는 윤리경영이 성공적으로 추진될 수 있도록 하는 핵심요소이면서 동시에 윤리경영의 궁극적 목표라는 점에서 전략적인 중요성이 있다고 할 수 있다. 2004년 FSG가 개정되면서 윤리적 조직문화를 구축하는데 필요한 시스템을 구축하는데 초점이 맞추어진 것도 이러한 실증연구 결과를 반영한 것으로 보인다.

조직문화는 조직 구성원들에 의해 공유된 가치와 신념의 공통집합으로 정의된다(Deal & Kennedy, 1983; Schein, 1984). 윤리적 조직문화(ethical culture)는 이러한 조직문화의 한 부분으로서 공유된 윤리 가치를 통해 구성원들의 윤리 행동을 증진시키고 비윤리 행동을 예방하는 핵심적인 역할을 한다. 미쓰비시, 폭스바겐, GM, 도요타 등 글로벌 대기업이 윤리적 문제를 일으킨 것도 윤리-준법 프로그램의 문제이기 보다는, 고객 최우선이나 환경보호라는 핵심가치가 선전용일 뿐 구성원들에게 내면화되지 않았고, 부정행위에 대한 내부제보가 묵살되었으며 소통이 억제되는 등 “조직문화”의 문제라 할 수 있다.

Q2. 기업은 윤리적 조직문화 수준을 제고하기 위해 무엇을 해야 하는가?

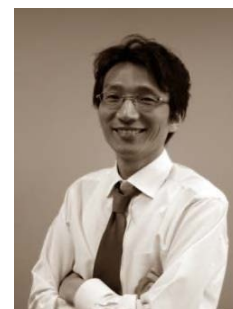
먼저 CEO의 윤리 경영에 대한 확고한 철학과 의지, 몰입이 윤리적 조직문화 형성을 위해 필수적으로 요청된다. 조직문화는 단기간에 가시적으로 성과가 드러나는 것이 아니므로 CEO의 장기적 관점과 지속적인 노력이 중요하기 때문이다. 구체적으로 CEO는 기업의 핵심가치와 윤리 공동체로서의 비전을 적극적으로 제시하고 소통하여야

한다. 또한, 주요 경영활동에서 윤리적 의사결정의 모델이 되어야 한다. 경영학의 대가인 Barnard(1938)에 따르면 경영자의 윤리적 책임은 자신이 도덕적인 인간으로 살아야 할 책임(Moral Person)과 조직 구성원을 도덕적으로 이끌 책임(Moral Manager) 2가지로 구성된다. 이러한 측면에서 CEO는 윤리경영에 솔선하고 모범을 보이면서 동시에 직원들이 비윤리 행동을 하지 않도록 공식·비공식적 수단을 모두 활용하여 윤리적 커뮤니케이션에 힘써야 한다. 이러한 노력들은 윤리적 조직문화를 촉진하는데 기여한다.

둘째, 윤리적 가치와 기업목표, 전략, 일상 업무 간의 정렬과 조직 구성원의 가치 내면화가 필요하다. 우리나라 기업은 대부분 윤리적 핵심가치를 표방하고는 있으나, 경영목표, 전략, 활동과 연계가 부족하며 심지어는 윤리규정과도 관련성이 약한 경우가 대부분이다. 조직문화의 가장 중요한 요소가 공유된 가치(shared value)임을 고려할 때 윤리적 조직문화가 형성될 수 있는 기본적 토대 자체가 결여되어 있다고 볼 수 있다. 윤리적 가치가 공유될 때 윤리적 추론 능력이 향상되고, 윤리적 의사결정이 가능해져 윤리경영이 조직내부에서 실질적으로 구현될 수 있다. 또한, 핵심가치를 강조하는 소수 기업도 윤리적 가치를 구성원에게 내면화시키는 노력에서는 부족한 것이 현실이다. 윤리적 조직문화가 정착되기 위해서는 윤리적 가치가 최고경영자와 직원간 대화, 정기적인 윤리교육, 성공사례 공유 등과 같은 내부 커뮤니케이션을 통해 조직 구성원에게 내재화되는 것이 필수적이다.

셋째, 가치 지향적 윤리 프로그램(Value oriented ethics program)의 운영이 필요하다. 윤리 프로그램은 제대로 운영된다면 윤리적 조직문화와 대척적인 것이 아니라 오히려 인프라 역할을 한다. 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. 그 동안 국내외의 실증연구 결과에 따르면 조직 구성원이 윤리 프로그램을 가치 지향적으로 인식할 경우 순응 지향적으로 인식할 때보다 윤리 프로그램이 구성원의 행동과 태도에 더 효과적으로 영향을 미친다. 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 대형 비리가 지속적으로 발생되고, 윤리와 청렴도 수준이 정체되어 있는 현실의 이유를 설명해 준다. 이론적으로는 두 방식이 상호 배타적일 필요는 없으나, 국내 기업은 보다 가치 지향적인 방식으로 윤리 프로그램을 운영할 필요가 있다.

기업범죄와 기업윤리



이창민 한양대학교 경영대학 교수

Q1. 기업범죄란 무엇이고, 구체적으로 어떤 부정적 영향을 초래하나?

기업범죄는 단일한 정의가 없고 유형도 다양하다. 미국의 경우, 기업사기(corporate fraud)라는 표현을 주로 쓰는데 회계조작, 주식 내부자 거래, 임원진 연봉계약 조작 등이 가장 많이 나타난다. 한국의 경우는 그 내용이 조금 달라, '특경가법'상 횡령 및 배임이 주를 이룬다. 횡령은 지배주주가 회사의 돈을 훔쳐가는 형태이다. 배임의 경우, 우선 경영진이 회사와 부당거래행위를 하는 것을 들 수 있다. 예를 들면, 경영진이 계열사 부동산을 터무니 없이 싼 가격에 구매하는 행태 등이다. 다음으로 계열사끼리의 거래가 있다. 그룹 내 부실 계열사에 대한 타 계열사의 지원 등이 대표적이다. 이를 재무에서는 경영진의 사적이익추구(Private benefit of control) 또는 터널링(Tunneling)이라고 한다. 즉, 경영진 개인의 이익을 위해 회사의 자원을 빼돌린다는 의미이다.

기업범죄는 해당 기업만의 문제가 아니라 국민경제 전체에 악영향을 미친다. 한국경제에서 대기업이 차지하는 비중은 매우 높다. 또한 재벌 내 계열사끼리는 다양한 방식으로 연결되어 있다. 부실계열사에 대한 타 계열사의 지원 등 기업범죄 때문에 대기업의 덩치가 커지고 지배구조가 복잡해지는 것이다. 대기업이 하나 망하면 큰 일이 날 거라는 인식이 시장에 퍼져있다. 대기업이 절대 망하면 안 된다는 '대마불사'(too big to fail)의 왜곡된 국민 정서도 여기서 출발하고, 부실계열사에 대한 정부지원을 당연하게 받아들이게 만든다.

더욱 중요한 것은 효율적 투자가 이루어질 수 있었던 돈을 경영진이 사적 이익을 위해 유용한 것이기 때문에 경제성장에도 악영향을 미친다는 점이다. 또한 회사의 주인인 주주(Shareholder)의 이해를 침해하는 것은 말할 나위도 없고, 기업에 대한 불신을 낳아 사회적 갈등을 조장하는 악영향을 초래한다.

Q2. 기업범죄의 예방 및 대응 방안으로 무엇을 생각해볼 수 있는지?

기업범죄예방은 기업이 윤리현장을 제정하고 윤리의식 고취를 위한 교육을 강화하는 것과 함께 추가적인 제도와 조치가 필요하다. 기업범죄 없는 윤리경영활성화를 위해 사외이사나 감사위원회의 역할이 중요하다. 이상한 인수 합병, 부실계열사에 대한 지원 등은 이사회에서 철저하게 막아야 한다. 사외이사의 역할은 단순한 예방에 그치지 않고, 기업범죄를 저지른 경영진에게는 해임뿐 아니라 이후에 다시 경영진으로 복귀하지 못하도록 막는 것이다. 범죄를 저지른 사람이 경영진으로 복귀하는 회사에서 윤리경영활성화를 이야기 할 수는 없다. 그런데 이러한 일이 한국기업, 특히 대기업에서 비일비재하게 일어난다.

윤리경영과 기업가치의 선순환을 위한 윤리, 사회적 책임, 지배구조 지수(ESG Score)를 도입하는 것도 고려해볼 만하다. 외부의 독립적인 기관이 개별기업 윤리 항목에 대해서 평가하고, 이 점수가 높으면 소비자나 투자자의 신뢰도가 높아져 기업가치가 높아지는 선순환 시장구조를 만들어주는 것이다. 기업입장에서는 윤리경영을 위

한 행동의제가 명확해져서 좋다. 소비자나 투자자 입장에서는 신뢰할만한 기업윤리경영 정보가 생겨서 좋은 것이다.

기업범죄를 줄이기 위해 언론의 윤리경영에 대한 여론조성 및 기업범죄 고발, 기업범죄를 저지른 경영진에 대한 사법부의 엄격한 처벌 등이 필요하다. 특히 계열사끼리의 부당거래에 대해 강력하게 처벌해야 한다. 지배주주가 복잡한 지배구조를 통해 경영권을 유지하는 것은 기업의 중장기 발전전략행위라기 보다는 전형적인 사적이익추구 행위이다. 계열사끼리의 부당거래에 대한 솜방망이 처벌은 한국경제의 시스템 리스크를 계속 가중시키는 것이다. 덩치가 큰 부실기업을 계속 연명시키는 역할을 하는 것과 유사하다.

공유가치창출(CSV)과 책임경영



김상준 이화여자대학교 경영대학 교수

Q1. 기업의 공유가치창출은 어떤 (윤리)경영전략이며, 왜 필요합니까?

기업은 이윤추구라는 본래의 목적과 함께 사회구성원으로서 당연히 가져야 할 사회적 책임(Corporate Social Responsibility: CSR)이 요구된다. 하지만 이 당위성에 함정이 도사리고 있다. 기업은 어떻게 해서든 겉만 화려한 CSR의 옷을 입길 원하고, 기부행위나 자선사업 등의 외형적인 이미지 가꾸기에만 치중하게 된다. 오스트리아 빈 대학 마틴 노이라이터 교수는 “한국기업들에게 CSR은 여전히 이미지, 명성, 홍보(PR) 등이 주목적이다”라고 지적한 바 있다. 한국 상황에서는 CSR 개념이 사회적으로 강조될수록 기업은 오히려 보여주기 활동에만 치중하고 실질적으로 사회적 임팩트(social impact)를 창출하는 데는 큰 관심을 가지지 않을 가능성이 높다. 미국의 포터 교수와 크레이머 교수는 기업의 공유가치창출(Creating Shared Value: CSV) 개념을 주창하여, 기업 스스로 사회에 실질적인 임팩트를 줄 수 있는 전략적 틀을 제공했다.

신발회사 ‘탐스(Toms)’는 고객이 신발 한 켤레를 구매할 때마다 아프리카 아이들에게 한 켤레씩 기부하는 새로운 비즈니스 모델을 개발하였다. 탐스 신발을 사야 하는 이유(cause)에 공감한 고객들이 많아질수록 기업은 성장하고 아프리카 아이들은 보다 편하게 발을 다닐 수 있게 된다. 결국 탐스는 아프리카에서 나타날 수 있는 사회문제를 비즈니스 모델로 승화함으로써 기업성장은 물론 새로운 공유가치를 창출할 수 있었다. 이처럼 CSV는 사회에서 일어날 수 있는 여러 사회문제를 비즈니스 방식을 통해 해결하려는 일련의 활동을 모두 포괄한다. 따라서 기업 활동이 곧 사회를 위한 활동이고 사회를 위한 가치창출은 기업의 실질적인 성장을 돕는 선순환이 발생해, 경제와 사회 두 영역의 가치가 통합되는 결과를 얻게 된다.

기업은 자신이 가장 잘하는 부가가치창출을 활용하여 그 가치에 대한 대가를 받고, 사회는 기업이 제공한 혜택으로 더 풍요함을 누릴 수 있는 것이다. CSV를 통한 대가는 기업의 인센티브가 되므로 이제 더 이상 CSV 활동은 당위적인 ‘사회적 책임’이나 비용이 아니라, 그 자체가 기업의 본질적 활동이고 존재의 이유가 되며 사회를 위해 새로운 가치창출이 된다.

Q2. 성공적인 CSV 활동을 위해 기업은 어떤 노력을 기울여야 합니까?

성공적인 CSV 활동을 위해 가장 먼저 고려해야 할 것은 핵심역량이다. 기업이 가장 잘할 수 있는 것을 알게 되면, 그 속에 사회적 가치를 녹여내는 것은 큰 무리가 없다. 기업은 제품 및 서비스를 생산하는 전 과정에서 공유가치를 창출할 수 있는 방안이 무엇인지 고민해야 한다. 네슬레는 ‘네스카페 플랜’ 프로젝트를 통해 중국·콜롬비아·에티오피아 등 세계각지의 영세 커피재배농민으로부터 커피원두를 직접 구매하고, 생산량이 좋고 질병에 강한 커피품종을 무상 또는 소액대출로 보급하며, 커피재배기술을 무상교육하고 있다. 커피품질이 좋아져 네슬레의 성

과를 향상시키는 것은 물론, 커피재배농민들의 수익 또한 증가시키는 결과를 낳았다.

기업이 원재료 공급, 생산, R&D, 마케팅, 일반 매니지먼트 등 모든 부가가치를 만드는 가치사슬에서 자신의 핵심역량을 파악해 이를 사회적 가치로 환원하거나 다른 사회구성원들과 공유하기 위해 필요한 세 가지 기업행동가이드라인은 다음과 같다.

우선 기업을 둘러싼 사회문제가 무엇인지 파악해야한다. 사회 불평등을 심화시키는 계층화현상이나 지속가능한 발전을 가로막는 환경문제 등은 공유가치를 위해 고려할 수 있는 대표적 사례다. 하지만 기업이 모든 사회문제를 다룰 순 없기 때문에, 다음으로 고려할 사항은 기업과 가장 밀접하게 관련된 사회문제를 선별해 우선순위를 정하고, 공유가치창출을 위한 새로운 프로그램 및 활동전략을 수립하는 것이다. 마지막으로 공유가치창출전략의 지속성 유지를 위해, 지속적인 학습과 효과적인 모니터링 및 피드백이 필요하다. 특히 목표관리 측면에서, CSV의 사회적 영향이 어떠한지 평가할 수 있는 표준지표 개발은 CSV 활동개선 및 책임경영을 위해 반드시 필요한 부분이다.

청탁금지법은 성공할 것인가?



홍성수 숙명여자대학교 법학부 교수

한국사회 부패의 핵심은 사회문화적 요인, 이른바 ‘관행’의 문제다. 연줄을 이용한 각종 청탁이나 접대, 금품수수, 향응제공 등이 사회전반에 만연해 있다. 법적 규제가 없었던 것은 아니지만, 지금까지 법적 규제의 대상은 ‘대가성’ 여부였다. 이를테면, 공직자가 돈을 받은 ‘대가로’ 직무를 부당하게 수행했을 때에만 처벌할 수 있었다. 하지만 실제로 그 대가성을 입증하기 어려운 경우가 허다했고, 그 빈틈을 노리고 다양한 형태의 금품수수와 향응제공 관행이 끊이지 않았다. 대가성 여부가 불확실했지만 어떤 식으로든 직무수행에 영향을 준 경우가 많았을 것이다. 설사 직무수행에 영향을 주지 않았더라도, 그러한 관행 자체가 직무의 공정성과 신뢰를 심각하게 훼손시켜왔다. 금품수수와 향응제공이 만연한 현실에서 직무수행은 공정하게 이루어졌다고 주장한다면, 과연 그 말을 누가 믿을 수 있겠는가?

청탁금지법은 이러한 기존 법규제의 빈틈을 틀어막는 것을 목표로 탄생했다. 청탁금지법은 공직자에게 부정하게 청탁하는 것 자체를 금지하며, 청탁이 실제 직무수행에 영향을 주었는지 여부는 따지지 않는다. 즉, 직무와 관련된 일체의 금품수수를 금지하며, 이 때 대가성 여부는 따지지 않는다. 사회적으로 논란이 되고 있는 식사/선물/경조사비 상한액 ‘3/5/10’만원 규정은 최소한의 예외조항일 뿐이다. 대가성은 물론 직무관련성조차 없어도 일정 금액 이상의 금품수수는 무조건 금지다.

이 법이 과연 성공적으로 사회에 정착할 수 있을까? 사실 법사회학을 전공하는 필자의 입장에서, 법 자체로만 보면 법집행이 쉽지만은 않아 보인다. 게다가 입법과정을 거치면서 대상범위가 지나치게 넓어졌는데, 법집행의 관점에서 보면 이 또한 마이너스요인이다. 은밀하게 이루어지는 ‘부당거래’를 사정당국이 물샐틈없이 적발하는 것이 힘들어 보이는 것도 사실이다. 그래서 일부에서는 법망을 요리조리 피해나갈 편법을 벌써부터 생각하거나, ‘접대 비실명제’처럼 결국 폐지 수순을 밟을 것이라는 예측까지 나오기도 한다.

하지만 이러한 부정적인 전망은 두 가지 점을 놓치고 있다. 하나는 신고체계다. 언론에 잘 보도되진 않았지만, 청탁금지법은 당사자가 자진 신고할 수 있는 ‘동기부여’에 무척 신경을 많이 쓴 법이다. 일단 공직자가 신고의무를 위반하면 징계·처벌한다. 심지어 배우자의 금품수수도 신고해야 한다. 신고자를 보호하거나 보상하는 규정을 두었고, 신고 후 처리절차도 법제화하였다. 금품제공자가 언제든지 변심하여 제보할 가능성을 무시할 수 없는 한, 공직자 입장에서는 일체의 금품수수를 거절하거나 자진 신고하는 것이 ‘합리적인 선택’일 수밖에 없다. 신고시스템이 정비된 상황에서는 그렇게 행동할 동기가 더욱 분명해졌다.

또 한 가지는 법을 둘러싼 사회적 맥락이다. 청탁금지법 시행을 앞두고 보여준 국민들의 반응은 무척 뜨거웠다. 이번만큼은 부정부패척결에 동참하겠다는 의지가 그 어느 때보다도 분명하게 나타났다. 시민사회가 이 법을 유명무실하게 방치할 가능성은 거의 없다. 2017년 대선을 눈앞에 둔 정치권은 시민의 지지를 얻고 있는 청탁금지법의 성공적 정착을 위해 나설 가능성이 크다. 편법이 난무하게 방치할 가능성은 적어 보인다. 부정부패는 관행의

문제일 뿐이고, 금품수수나 향응제공 없이 세상이 돌아가기 시작하면 빠른 속도로 새로운 관행이 정착될 수 있다.

이런 상황에서 김영란법의 실패를 예상하고 과거의 관행을 고집하겠다는 것은 어리석은 일이다. 새로운 관행을 만들어 가는데 협조하고, 그러한 변화의 흐름에 맞춰서 전략을 짜는 것이 합리적인 선택일 수밖에 없다. 리스크에 민감한 기업의 입장에서 어느 쪽을 예상하고 대비해야 할지는 너무나도 분명해졌다. 부패가 당연시되던 과거의 관행과 작별해야 할 시간이 다가오고 있다.

Ethics & Compliance 가치를 추구하는 교육



박영석 서강대학교 경영학부 교수

Q1. 기업윤리의 측면에서 컴플라이언스를 어떻게 이해해야 하나?

‘컴플라이언스(compliance)’는 ‘법규준수’로 해석하는 것이 일반적이다. 그런데 ‘법규준수’로만 이해하면, ‘법에서 정하고 있는 것’만 지키면 된다는 식으로 암묵적인 범위를 형성하기 쉽다. 이러한 소극적 생각은 기업이 지향하려는 컴플라이언스 가치(compliance values)보다는 영업활동을 위한 컴플라이언스 기술(compliance skills)을 강조하기 쉽다. 왜냐하면 법의 특성상, 빠져나갈 길이 있는 ‘회색지대(gray area)’는 언제나 존재할 수밖에 없기 때문이다. 따라서 법규준수로 이해한 컴플라이언스는 법규의 회색지대로 인해 ‘윤리의 가치’보다는 ‘우회의 기술’을 실무적으로 강조하기 쉽다.

반면, 컴플라이언스를 ‘규범준수’로 이해하면, 컴플라이언스 가치를 윤리적인 측면에서 고민하게 만든다. 법조항이 아니라 규범준수를 외치는 임직원들은 기업의 윤리 및 컴플라이언스 가치(Ethics & Compliance Values)를 강조하고 법규의 회색지대에서도 기업가치와 기업윤리(Business Ethics)를 지키기 위한 현실적인 고민을 하게 된다. 이는 앞서 언급한 컴플라이언스 기술과는 다른 차원의 기술에 대한 고민이라고 할 수 있다. 그리고 기업윤리 차원에서 규범준수를 위해서는 교육이 강조되어야 한다.

최근 국내 기업들은 법적 규제조항의 요구에 따라 예전과는 비교할 수 없을 정도로 임직원의 의무교육이 강화되고 있다. 이른바 ‘법정교육의 시대’가 도래하여 기업은 임직원에게 일정 수준의 법정의무교육을 실시하지만, 교육생들은 해마다 한번 이상 거쳐야하는 통과외례교육 수준으로 여기는 경우가 대부분이다. 컴플라이언스 교육이 판에 박은 윤리강령을 되풀이하는 수준이라면 컴플라이언스 문화를 만들고 기업윤리가 생활화되기는 어려울 것이다.

Q2. 기업은 왜 컴플라이언스 문화를 필요로 하는가?

글로벌 차원에서 부패방지법의 문턱이 높아짐으로써 기업 내 컴플라이언스 프로그램이 없다면 엄청난 대가를 치를 수 있다. 단순히 좋은 프로그램만 갖췄다고 곧바로 윤리경영이 실현되는 것은 아니다. 한 걸음 더 나아가 기업은 윤리 및 컴플라이언스 문화(Ethics & Compliance Culture)를 가져야 한다. 그러기 위해서는 윤리 및 컴플라이언스 가치를 행동코드화 하여 전 임직원이 공유할 수 있는 문화의 중요성을 지속적으로 교육해야 한다. 이때 중요한 점은 지속적으로 반복하는 것뿐만 아니라, 임직원들이 법규의 회색지대에서 그릇된 의사결정과 영업활동으로 인한 위험의 소용돌이에 빠지지 않도록 분석적이고 체계적인 교육을 실시해야 한다. 컴플라이언스 가치를 윤리적인 측면에서 재해석할 수 있도록 계층별, 부서별, 업무별로 세분화하여 접근하는 것이 중요하다.

컴플라이언스 가치를 존중하는 문화는 임직원의 잘못된 행동원칙을 바로잡고 소비자의 신뢰와 평판을 높이는 데 도움이 된다. 단기적인 영업이익을 위해 움직이는 조직문화는 직원들에게 편법이나 탈법도 용인할 것이라는 안일한 생각에 빠지게 만든다. 기업의 전 직원이 도덕적 인간으로서 규정과 매뉴얼을 준수하지 않을 수 있고, 이런 통제되지 않은 직원은 기업에 부정적 영향을 줄 수 있다. 윤리경영의 장기적 비전을 가진 훌륭한 기업은 직원들이 컴플라이언스 문화를 바탕으로 뇌물과 부패의 유혹에서 벗어나 자신이 다니는 기업에 대한 자긍심을 갖게 만든다. 가치추구 교육으로 완성된 컴플라이언스 문화는 뇌물수수 비용 및 위법행위 적발에 따른 벌금이나 과징금을 없애 기업재무상황을 개선시키고, 최고경영진부터 실무자까지 청렴이나 투명성과 같은 기업의 핵심가치로 믿고 소통할 수 있게 만든다. 기업불신의 시대에 컴플라이언스 문화 자체가 소비자들에게 기업 최고의 상품일 수 있다.

정보보호, 사람에 주목하고 좋은 거버넌스 만들어야



권현영 고려대학교 정보보호대학원 교수

Q1. 기업의 정보보호에서 가장 염두에 두어야 할 사안은 무엇인지?

단연코 사람이 제일 중심이다. 정보보호에서 가장 중요한 부분은 결국 누군가가 지키고자하는 ‘정보’, 즉 ‘내용(contents)’이다. 기업 차원에서는 ‘영업비밀’과 ‘고객정보’이고, 국가 차원에서는 ‘국가기밀’과 ‘국민정보’라고 할 수 있다. 전자는 정보보호(정보보안), 후자는 개인정보보호라고 일컫는다. 그동안 이를 보호하기 위해서 시스템 보안 투자를 꾸준히 늘려 왔다. 하지만 안타깝게도 열심히 정보보호 관련 투자를 하는 기업에서도 보안사고가 반드시 터지게 마련이다. 왜냐하면 기술투자를 하면서도 이 시스템에 접근하는 ‘사람’에 주목하지 않았기 때문이다. 최근 정보보호에서 ‘인적 보안’을 다시 주목하고 있는 이유가 바로 여기에 있다. 이제는 ‘어디’가 정보보호에 취약한가를 살피는 것과 동시에 ‘누가’ 잠금장치를 파괴할지 살피는 경영이 더욱 요구된다.

최근 전 국민을 놀라게 하고 아직도 관련 재판이 진행 중인 신용카드사 정보유출 사건이 있었다. 범인은 자신의 처지나 처우에 대한 비관 때문에 스트레스가 쌓이고 화가 나서 욕하는 마음에 정보유출 범행을 행동으로 옮기게 되었다는 취지의 범행 동기를 밝혔다. 이 범인은 시스템 전산 쪽 전문가로 개발 작업에 참여한 사람이었지만 신용카드사 입장에서는 외주 업체의 직원에 불과했다. 경영자 입장에서는 거의 관심의 대상이 아닌 일용직 근로자에 해당할 만한 이가 어떻게 신용카드사의 가장 중요한 고객 정보에 접근하고 심지어 그걸 통째로 몇 년 동안에 걸쳐 빼돌릴 수 있었을까? 아무도 이 ‘고객정보’가 이러한 ‘위험’을 초래할 수 있는 경영 리스크인지 몰랐기 때문이다. 인적보안은 누가 우리의 중요한 ‘정보’에 접근하는 ‘사람’인지를 먼저 살피고 그 위험을 분석하는 일에서 출발해야 한다.

Q2. 경영자 관점에서 정보보호 리스크를 효과적으로 관리하는 가장 좋은 방법은?

은행·증권·보험 등 금융기관이나 통신회사와 같은 기업 입장에서 고객 정보는 곧바로 돈이 된다. 그 내용이 구체적이고 실시간 정보일수록 더욱 가치가 있다. 이런 정보는 해커나 내부자가 경제적 이유로 유출하게 된다. 이런 일을 막으려면 기업이나 기관의 모든 구성원이 함께 나서야 한다. 그런데 어떻게 하느냐가 문제이다.

‘새로운 문제’에는 ‘새로운 답’을 찾아야 한다. 좋은 거버넌스를 만드는 게 핵심이다. 당장 정보보호책임자를 경영자나 기관장 직속 임원으로 설치하면 된다. 직속으로 만들기 어려우면 적어도 2인자의 직속 임원은 되어야 한다. 미국의 정보보호협회에서는 재무담당이사 직속에 정보보호책임자를 둘 것을 권고하고 있다. 기업에서는 재무이사가 실질적으로 2인자이기 때문이다. 이제는 ‘정보보호’가 경영 리스크의 최상위에 올랐다는 의미이기도 하다. 이미 금융기관에서는 이를 제도화했다. 빅데이터 시대에는 금융기관뿐만 아니라 가전회사, 자동차 회사, 에너지 회사가 모두 고객정보 유출 사고 때문에 바로 망할 수도 있다.

거버넌스를 잘 만든 후에는 모든 구성원이 정보보호 리스크를 이해하고 보안 활동을 실천하게 하는 일이 중요하다. 최고경영진에서 외부 고객까지 이해관계자가 모두 동참해야 하는 일이다.

역설적이지만 ‘김영란법’으로 불리는 ‘청탁금지법’이 좋은 사례이다. 불만은 있지만 모르는 사람이 없고, 어렵지만 모두 실천하고 있다. 기관 내 보안정책도 시끄러울 정도로 오랫동안 함께 만들고 지속적으로 홍보하고 시행하면 어렵다 할지라도 못할 일은 아닌 것이다.

기업이여, 제3자 리스크를 넘어 소비자 신뢰를 구축하자!



김재훈 대구대학교 경제학과 교수

Q1. ‘제3자 리스크’란 무엇이고, 그것이 가져올 결과는?

비즈니스 측면에서 ‘제3자’란 공급망, 유통 및 판매를 대행하는 업체, 에이전트, 협력파트너 등 생산·유통·판매에서 기업내부 직원을 제외한 전체를 포괄하는 개념이다. 따라서 ‘제3자 리스크’란 제3자가 기업을 내·외부 위협과 위험에 노출시킬 수 있는 모든 것이 포함된다. 제3자를 통한 뇌물제공과 부정부패, 벤더나 아웃소싱 과정에서 발생하는 현대노예노동, 제3자가 저지르는 환경범죄, 콩고나 우간다 등에서 전쟁 및 노동착취를 통해 생산되는 분쟁광물 규제조항위반 등을 구체적 사례로 들 수 있다. 공급망 또는 제3자와의 관계에서 현대노예노동을 강요하거나 정부계약을 따내려고 에이전트를 통해 뇌물을 제공하는 행위는 사회를 병들게 할 뿐만 아니라 평판과 이윤추구의 측면에서 기업조직 자체를 망가뜨린다.

2010년 12월 존슨앤존슨의 헬스 케어 자회사 맥닐은 제3자 리스크에 대한 관리소홀로 곤혹을 치렀다. 당시 로레이즈(Roloids)라는 제산제에서 금속 및 나무 성분이 발견됐다는 소비자의 제보가 이어져 해당 제품 수백만 통을 리콜했다. 제3자가 제조한 제품을 납품받은 것이어서 조사해보겠다고 맥닐이 면피성 발언을 공식입장이라고 내놓았지만 미국식품의약국(FDA)은 “맥닐이 제품생산을 제3자에게 아웃소싱했지만 그 책임을 면할 수 없다.”고 반박하였다. 그 후 맥닐 여러 제품들에 대한 청결성 시비가 끊이지 않았고, 제3자 리스크로 실추된 소비자들의 평판을 만회하기가 쉽지 않았다.

최근 SNS를 통한 기업의 상품홍보와 마케팅이 하나의 트렌드로 자리 잡고 있다. 하지만 이런 업무는 외부 에이전시에 아웃소싱하는 경우가 대부분이다. 영세한 에이전시는 사진, 영상, 음악 등의 저작권이나 상표권에 대한 이해가 부족하기 때문에 자칫 잘못하면 대행사로 인한 리스크 노출이 발생할 수 있다. 새로운 비즈니스 환경은 제3자 리스크의 발생 가능성을 높이고, 기업은 이들 리스크의 더욱 세심한 관리전략이 필요하다.

Q2. ‘제3자 리스크’ 관리전략을 위한 핵심적인 실천방안은 무엇인가?

제3자 리스크를 최소화하기 위해 우선 제3자에 대한 평가항목을 마련하고 구체적인 실사를 해야 한다. 기업문화나 사업관행이 어떤지, 과거에 부패스캔들이 일어난 적은 없는지, 법적인 분쟁이나 부정적 언론보도 사례가 없는지, 계약위반사례의 발생 유무, 기업을 둘러싼 주변의 평판 등 몇 가지 항목을 고려하여 제3자 관계설정의 자격유무를 평가해야 한다. 평가결과, 제3자 개인이나 기업이 컴플라이언스, 재무 및 신용, 개인정보보호, 기술보안, 소비자의 평판 등이 만족할만하다면 계약체결을 위해 해당 기업에게 문서화된 형태로 여러 자료들을 요구하여 살

퍼볼 필요가 있다. 이 과정에서 실제 기업지배구조 현황 및 연계된 주변 기업들의 평판 등을 심층적으로 내부감사에 준하여 꼼꼼하게 검토해야 한다. 그리고 기업의 내부 컴플라이언스 프로세스를 제3자에게 확대적용하고, 필요 시 비즈니스 정보를 투명하게 열람할 수 있는 시스템을 제3자와 공유해야 한다. 제3자는 기업의 일부이기 때문에, 적절한 컴플라이언스 및 기타 노력들이 잘 통하게 하는 것이 필수적이다.

애플은 자사의 공급망에서 외국인 노동자를 채용하여 고용수수료를 챙긴 제3자를 발견하고 “현대노예노동”을 제거하는 조치를 취하고 있다. 또한 영국 정부는 ‘현대노예법안’(Modern Slavery Bill)의 결과로 기업들에게 노예노동보고서를 게시하도록 의무화하여 기업의 적극적인 공급망에서 현대노예노동의 근절을 기대하고 있다. 제3자 리스크를 전략적으로 잘 관리한다면 오히려 소비자 신뢰를 높일 수 있는 기회가 될 수 있다. 최근 기업업무가 단일 기업 내에서 완결되지 않고 생산, 유통, 판매, 홍보 등의 전체 업무흐름 가운데 일부는 어떤 형태로든 아웃소싱하는 것이 일반화되었지만, 그 관리에 대한 책임과 평판은 고스란히 해당 기업의 몫이라는 의미이다.

2016 Business Ethics Briefs

윤리it수다

- 마케팅을 할 때도 윤리가 필요한가요? • 02호
- 함께하는 윤리경영 • 03호
- 권위주의가 조직에 미치는 폐해 • 04호
- 기업의 투명성 바라보기 • 05호
- 윤리경영을 되새기는 날 • 06호
- 고객을 외면한 기업들 • 07호
- 가치를 만드는 회사 • 08호
- 글로벌 반부패 규정 • 09호
- 컴플라이언스 문화 조성하기 • 10호
- 윤리적으로 정보 다루기 • 11호
- 윤리경영, 우리만 잘하면 된다? • 12호

마케팅을 할 때도 윤리가 필요한가요?

기업에게 있어 마케팅이 얼마나 중요한 부분인지는 별다른 설명이 필요치 않을 것이다. 기업이 안정적으로 경제 활동을 하기 위해선 상품이나 서비스를 고객에게 알리고, 구매토록 하여, 제공하는 마케팅이 반드시 필요하다. 이러한 마케팅 활동 속에서도 ‘윤리’라는 것이 필요할까? 답은 Yes다. 기업의 윤리성과 마케팅은 상호작용을 한다. 윤리적 마케팅은 고객에게 직접 기업의 윤리성을 보여주는 기회가 되고, 기업의 윤리적 명성은 마케팅에 유용하게 활용되어 고객유치에 도움을 준다.

마케팅이란 분야가 기업 활동의 넓은 영역을 차지하는 만큼 마케팅 활동 속에서 발생할 수 있는 비윤리적 요소는 굉장히 많다. 제품에 대한 여론조사를 할 때 응답률을 높이기 위해 권위 있는 기관 등을 사칭하거나 특정 답안을 유도하는 행위, 안전하지 않은 제품을 유통시키는 행위, 고객에게 제품 정보를 왜곡하여 전달하는 행위 등, 이를 리스트로 뽑고 있다면 지면을 다 활용해도 부족할 것이다. 이달의 ‘윤리잇수다’에서는 이 중 세 가지 이슈를 선정해 보았다.

◎ 허위·과장 광고

소비자는 광고에서 제품에 대한 정보를 얻는다. 이러한 광고에 없는 기능을 소개(허위)하거나 아주 소소한 기능을 부풀려서 소개(과장)하게 되면 당연히 소비자는 제품에 대한 잘못된 정보를 가지고 잘못된 선택을 할 수 밖에 없다.

S자동차의 허위 기능 광고

세계적으로 유명한 자동차 업체인 P사의 국내 딜러사인 S자동차는 2015년 자사의 누리집과 안내서(브로슈어)에서 2014년식 T모델에 경사로 밀림 방지 장치(장착되어 있는 것처럼 소개하였다. 그러나 미국의 T모델에는 경사로 밀림 방지 장치가 장착되어 있지만 국내 시판 모델에선 이 기능이 모두 빠진 상태였고, S자동차는 이를 제대로 확인하지 않은 채 광고를 했던 것이다. 이 사실을 밝혀낸 공정위는 S자동차에게 1억 5천원의 과징금을 부과하였다.

S제품의 후기글 가장 광고

유명 화장품 카페, 블로그, 지식검색 서비스 등에 P사의 S제품을 소개하는 글이 올라왔다. 인터넷 카페나 블로그에 게재된 글은 제품을 구매하거나 이벤트 당첨, 체험단 등을 통해 접하게 되었다는 식으로 사용후기의 형태였으며, 지식검색 서비스의 답변들 역시 사용경험을 바탕으로 답하는 형태였다.

그러나 이 글은 P사에서 진행한 광고로, P사는 광고글의 대가로 825만 원을 지급하였으나, 해당 글에선 경제적 대가를 지급받은 사실을 공개하지 않았다. 광고글을 일반인의 사용후기인 것처럼 꾸민 것에 대해 공정위는 허위광고에 해당한다며 P사에 1억원의 과징금을 부과했다.

◎ 고객을 위한 제품

종종 고객의 건강이나 안전을 위협하는 제품이나 서비스가 있다. 보통 처음부터 고객에게 해가 되는 제품을 생산하는 경우보단 후에 문제점이 발생하거나 발견되는 경우가 많다. 이때, 기업이 평소 문제점을 찾기 위해 얼마나 노력을 기울였느냐, 문제가 발생한 경우 어떠한 조치를 취하고 어떤 보상 및 대안을 마련하는가 등에서 기업의 윤리성은 고스란히 고객에게 보여진다.

중요한 것은 고객의 건강!

지난 2015년 재판부는 식품위생법 위반과 업무상 배임 혐의로 H공기업의 간부 J씨와 S씨에 대해 유죄를 선고했다.

2011년, 중국에서 들여온 양파 480톤과 마른 고추 240톤이 국내 공판장 및 업체 등 시중에 유통되었다. 문제는 이 양파와 마른 고추의 상태. 양파에는 일부 냉해를 입거나 곰팡이가 핀 것이 있었고, 마른 고추 역시 곰팡이와 흙먼지가 잔뜩 묻어 비위생적인 상태였다. J씨와 S씨는 이를 알고도 묵인한 채 비위생적인 양파와 마른 고추를 판매한 것이다.

이 사건에 대해 법원은 1심에서 '양파와 마른 고추는 식품위생법에 규정된 '식품'이 아니라 농산물에 해당한다'고 판단해 무죄를 선고했지만, 2심에서 '조리되지 않은 양파와 고추는 식품 원재료에 해당'하므로 식품으로 보고 유죄를 선고하였다.

그러나 사실 중요한 것은 '식품이냐, 농산물이냐'가 아니다. 바로 이것이 고객의 식탁에 오를 먹거리라는 것. 과연 이들이 곰팡이 핀 양파와 마른 고추로 만든 식사가 자신의 점심이 될 수 있다고 생각했다면 이런 결정을 할 수 있었을까? 비위생적인 먹거리는 곧 고객의 안전을 위협할 수 있는 중요한 부분이다. 그럼에도 이를 유통을 한 것 자체가 이미 양심을 저버린 것이다.

신발에 붙은 라벨



팀버랜드는 환경 친화적 기업으로 '옳은 일을 함으로써 이윤을 낼 수 있다'는 신념을 가지고 아웃도어 신발과 의류를 디자인·판매 하고 있다.

팀버랜드의 제품의 가장 특이한 점은 신발에 붙은 성분표 라벨이다. 이 라벨에는 제작 장소, 제작 방식, 환경에 미치는 영향, 그리고 직원들의 자원봉사 시간까지 표기되어 있어, 소비자가 이 신발 한 켤레의 사회적·환경적 영향을 시각적으로 확인할 수 있도록 도와준다.

다소 높은 비용을 들여서라도 이러한 라벨을 제공하는 이유는 투명하게 정보를 제공함으로써 자신들의 활동을 고객에게 알림과 동시에 신뢰를 얻기 위해서이다. 실제로 팀버랜드의 수익이 악화되는 상황이 오더라도 이해관계자들이 깊은 신뢰를 호응을 얻고 있다.

디즈니 캐릭터와 함께 하는 어린이 식습관 개선

월트 디즈니는 전 세계적으로 유명한 캐릭터 생산 업체이다.

아이들이 디즈니에 느끼는 친근감을 활용해 소비재 제품을 판매하는

디즈니 컨슈머 프로덕트(Disney Consumer Products, DCP)는

디즈니 캐릭터 라이선스를 사용하는 유명업체 가운데 맥도날드가

있다는 점에서 아동 비만 문제에 주목하게 되었다. 맥도날드는

아동비만 유발의 주범으로 인식되고 있었던 것이다.

DCP는 미국 식품의약국의 기준을 참고하여 건강에 좋은 '영양 성분 기준'을 만들고 내부 지침에 이를 활용하여 디즈니 상표나 캐릭터를 사용하는 계약 업체들이 건강한 식품을 판매하도록 유도하고 있다.



Consumer Products

◎ 경쟁자에 대한 윤리

흔히들 경쟁자를 없애고 독주하는 것을 목표로 하지만, 성과를 높이기 위해서는 라이벌이 필요하다. 경쟁자를 모니터링 하여 상대의 장단점을 파악하면서 자신의 장단점까지 파악할 수 있기 때문이다. 기업 역시 경쟁자와 함께

달려야만 파이를 키울 수 있다. 모조 제품, 아이디어 도용, 고의적인 폄훼 등은 단기적으로 우리에게 이익을 주는 듯 하지만, 이는 결국 소송과 같은 리스크로 돌아오거나 장기적으로 시장 전체를 침체 시키는 악영향을 미치게 된다.

이해관계자에 대한 존중

유니레버는 베트남에서 기업활동을 하면서 현지 납품업체들에게 자신들이 가지고 있는 프랙티스를 교육 시켜준다. 이 교육을 통해 현지 업체들은 훌륭한 품질의 제품은 어떤 것인지, 그러한 품질의 제품을 만들기 위해선 어떤 기술이 필요한지를 배운다. 그리고 유니레버의 재정적 지원에 힘입어 실제로 고품질의 제품을 생산한다. 이로써 유니레버는 저비용 수급 체제를 유지하면서도 품질 관리를 할 수 있는 한편, 경쟁사 역시 유니레버의 교육을 받은 납품업체와 계약함으로써 좋은 품질의 제품을 납품 받게 된다. 유니레버 입장에서는 충분히 불만스러울 수 있는 경우이지만 굳이 이를 막으려 하지 않는다. 양사 모두의 제품 품질이 올라감으로써 결국 시장 전체가 발전할 수 있기 때문이다.



지금까지 다양한 마케팅 윤리의 예시를 보았지만, 이는 하나의 코드로 일맥상통한다. 바로 '고객'이다. 고객을 기만하지 않는 것, 정보를 공개하는 것, 건강하고 올바른 제품을 공정한 시장을 통해 합당한 대가를 받고 제공하는 것. 이것이 바로 마케팅 윤리의 목표이다.

*참고

- 『기업윤리-윤리경영의 이론과 실제-』 이종영 저, 탐북스
- 『마켓3.0』 필립코틀러 저, 타임비즈
- http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2015/12/22/2015122200837.html
- <http://biz.newdaily.co.kr/news/article.html?no=10077830>
- <http://www.sporbiz.co.kr/news/articleView.html?idxno=5448>
- <http://news1.kr/articles/?2509608>
- <http://news.donga.com/3/all/20110211/34758674/1>

함께하는 윤리경영

과거 기업의 지향점은 승자독식에 가까웠다. 그러나 현대의 기업들은 다르다. 다양한 이해관계자들과 유기적으로 연결되어 있는 만큼 ‘나홀로 성장’에는 한계가 있다. 이는 윤리경영에 있어서도 마찬가지이다. 예를 들어 A기업이 아무리 윤리경영을 위해 노력하더라도, A기업의 하도급업체에서 발생한 비윤리행위는 A기업의 이미지에 타격을 준다. 또 만약 A기업이 속한 국가가 청렴도 수준이 낮다면 글로벌사회는 A기업의 윤리성도 낮게 평가한다.



이렇듯 기업의 윤리경영은 더 이상 혼자만의 문제가 아니게 되었다. 이에 대한 타개책은 함께 사업을 기획하고 수행하는 것이다. 여기서 함께 할수 있는 대상은 비단 기업만이 아니다. 기업과 기업, 기업과 정부(공공기관), 기업과 기타단체, 그리고 정부(공공기관)와 기타단체 사이에서도 이러한 유기적 협력이 가능하다. 이에 대한 몇 가지 사례를 살펴보도록 하자.

◎ 기업과 정부의 윤리경영 활동

정부의 정책은 기업의 윤리경영에 큰 영향을 미치기 마련이다. 윤리경영을 독려하는 정책이 마련되느냐 마느냐는 기업의 윤리경영 의지를 크게 좌우한다. 그렇기에 정부와 기업의 협력은 윤리경영에 대한 동기부여와 적극적 참여의 면에서 큰 효과를 낼 수 있다.

윤리경영! 그 길을 묻다

2013년 7월, 국민권익위원회와 전국경제인연합회의 업무협약(MOU)이 이루어졌다. 그리고 이에 기반하여 2013년 11월, 윤리경영 실천 사례집 ‘윤리경영! 그 길을 묻다’가 출간되었다. 권익위와 전경련의 협업으로 출간된 이 사례집에는 민간과 공공의 파트를 나누어 다양한 업종, 다양한 분야에서 실무에 도움이 될 수 있는 사례를 다각도에서 검토·선정하여 구체적으로 제시하고 있다.

◎ 기업과 기업 간의 윤리경영 활동

정부의 정책은 기업의 윤리경영에 대해 문제제기를 하고 이를 시정하라고 요구할 수 있다. 실제로 그렇게 하고 있다. 그렇다면 기업은 다른 기업의 윤리경영에 대해 왈가왈부할 수 있을 것인가? 두 가지 사례를 살펴보자.

라나 플라자 참사

방글라데시의 라나 플라자. 이곳은 자라, 갭, 유니클로 등 패스트 패션의 대명사인 대형 브랜드에 의류를 납품하는 공장들이 입점해있었다. 문제는 어느 날부터인가 건물 벽에 금이 가기 시작한 것. 공장주는 노동자와 산업순찰관의 지적으로 이를 알고 있었지만, 절대 공장을 멈추지 않았다. 촉박한 납품 기일에 늦을 경우 발생할 엄청난 손실 때문이었다.

결국 2013년 4월, 라나플라자 붕괴사고가 일어났고, 피해자의 대부분은 의류공장에서 일하던 여공들이었다. 이 사건으로 공장주는 물론, 하청업체의 열악한 환경을 모른 체한 대형 의류브랜드 역시 여론의 질타를 받게 되었다.

I공사와 이해관계자의 윤리경영

I공사는 업의 특성상 45개가량의 아웃소싱 업체들과 한 공간에서 일을 한다. 하지만 I공사의 이용객들은 이들 모두를 I공사 직원으로 생각하여, 아웃소싱 업체 직원의 불친절이나 비윤리행위가 고스란히 I공사 직원의 잘못으로 인식되곤 했다.

때문에 I공사는 UN Global Compact를 I공사의 현실에 맞게 수정한 I공사 Clean Compact란 이름의 공동서약을 시행하고 있다. 본 서약문은 강제성을 띠고 있는 않지만 I공사에서 일하는 모든 정부기관 및 업체들이 윤리경영에 공감하고 함께 실천하고 있다는 생각을 공유토록 하는 상징적인 역할을 한다.

◎ 정부와 민간단체의 윤리경영 활동

정부와 민간단체 사이의 협력에서는 효율성보다도 ‘신뢰’의 문제에 주목하게 된다. 부정부패 소식을 접해왔던 시민들의 인식 저변에는 불신이 깔려있기 마련이다. 이는 하나의 선입견이 되어 윤리경영 활동의 실적이 성과(인식 개선)로 이어지기 어렵게 하는 걸림돌이 된다.

이때 정부, 기업 등이 민간단체(소비자단체)와 함께 윤리경영 활동을 진행함으로써 시민의 눈으로 이들의 활동을 확인하고 신뢰를 회복할 수 있다.

민·관협력 네트워크(B시)

2015년 10월 B시에서 투명사회실천 민·관 네트워크 출범식이 열렸다. B시의 반부패·청렴문화 확산을 위한 본 협력체는 B시와 관련 45개 기관과 87개 시민사회단체가 함께한다.

이들은 “다 함께 더 맑게-우리가 함께하면 세상이 달라집니다”라는 슬로건을 가지고 활동하며, 출범식 행사 종료 직후 슬로건이 적힌 ‘다함께 더 맑게’ 차량스티커를 배포, 부착하는 것을 시작으로 우수기관 탐방 및 교류, 반부패 전문교육 인력양성, 웹진형태의 뉴스레터 발간 등 공동캠페인을 기획·추진하고 있다.

스타벅스 vs 에티오피아

2006년, 에티오피아 정부는 자국커피에 상표권을 신청하여 자국 커피생산농가 수익을 올리고자 하였다. 그러나 이에 글로벌커피기업인 스타벅스가 반발하며 협상을 거부한다. 이를 수용하면 수천만 달러에 달하는 상표권사용료를 내야 하기 때문이었다. 협상이 결렬되자 옥스팜을 비롯한 시민단체들이 나섰다. 그들은 스타벅스가 원두 값으로 폭리를 취한다며 커피생산농가를 위한 캠페인을 벌였다.

그 결과, 스타벅스는 상표권의 사용료를 지불하지는 않지만, 대신 에티오피아산 커피 값을 높일 수 있도록 협력하기로 에티오피아정부와 계약을 체결했다.

윤리경영을 부정적으로 생각하는 사람 중에 ‘나 혼자 깨끗해서 뭐해’라고 하는 경우가 있다. 맞는 말이다. 더러운 게 보통인 세상에서 나 혼자 깨끗해서는 깨끗하다고 인정받기 어렵다. 그러니 우리는 ‘함께 깨끗해’져야 한다. 나 홀로 깨끗한 데서 멈추는 것이 아니라 함께 깨끗한 세상을 만들어 갈 수 있도록, 서로가 서로의 힘이 되어주어야 하는 것이다.

*참고

- 『한국의 윤리경영』 김기찬/송창석/반은규 공저, 프리이코노미북스
- 『고장난 거대 기업』 이영면/정란아/신태중/전채연 공저, 양철북
- <http://www.fairplayerclub.kr/>
- <http://www.nabis.kr/>

- <http://blog.naver.com/finebusan/220515417097>

권위주의가 조직에 미치는 폐해

우리 한국사회에는 과거부터 ‘권위주의’가 지배적이었다. 특별한 이유가 아닌 이상 직급이 높다는 것, 나이가 많다는 것, 먼저 입사를 했다는 것이 하나의 권력이 되며, 이 권력을 업고 직급이 낮은 직원, 어린 직원, 후배에게 마음껏 지시한다. 심한 경우에는 폭력과 폭언까지도 용납되었다. 과거보다 덜해졌다고는 하나 오늘날에도 기업 내에 권위주의는 엄연히 존재한다. 이 권위주의 문화는 기업의 윤리경영 실천에 대해 직접적인 걸림돌이 된다. 이번 윤리잇수다에서는 윤리경영의 쉼방꾼, 권위주의에 대해 살펴보고자 하자.

◎ 부당한 지시

권위주의 문화의 가장 큰 특징은 ‘상명하복’이다. 부하직원은 상사의 지시가 정당하든 부당하든 이를 거부하거나 소명할 기회조차 없다는 것이다. 이는 부조리를 바로 잡을 기회를 잃는 것임은 물론이고, 부하직원의 윤리의식을 떨어트리는 일이기도 하다. 부당한 지시에 어쩔 수 없이 따르던 직원이 나중엔 죄책감 없이 부당한 지시를 하게 되는 것이다.

이상한 채용

2013년, 한 공립 유치원 행정실장은 급여담당 직원으로부터 이상한 보고를 받았다. 야간돌봄강사의 급여가 다른 사람에게 가도록 되어 있다는 것이다. 하지만 “내가 다 책임질 테니 걱정하지 말라”는 원장의 말에 행정실장은 급여를 그냥 지급하라고 지시했다. 하지만 익명의 제보로 경기도교육청의 감사가 시작되면서, 원장이 다른 직장을 다니고 있는 사람이나 정년이 지난 사람 같이 자격에 맞지 않는 사람을 야간돌봄강사로 채용하기 위해 각각 원감과 자신의 딸을 대타로 내세운 사실이 밝혀졌다. 이 사건으로 인해 원장은 파면 처분 되었고, 이를 묵인한 원감과 행정실장 모두 징계를 받게 되었다.

D사의 명퇴 거부직원 다루기

2015년 11월, D사에 근무하는 40대 L씨는 명예퇴직 대상자에 올랐지만, 이를 거부하였다. 그러자 회사는 그를 대기발령을 내고 그의 자리를 사무실 구석으로 옮겨버렸다. 파티션도 PC도 별다른 업무도 없이 조그만 책상에 앉아 하루 종일 사물함이 놓인 벽만 보고 대기해야 하는 상황. 조는 것은 물론, 통화도 인터넷도 할 수 없고, 사보와 사규를 포함한 책을 읽는 것도 금지되었다. 소명자료를 만들기 위해 개인 노트북을 가져왔을 땐 보안규정 위반으로 징계를 받게 되었다. 오전 8시 30분부터 오후 5시 30분까지, L씨는 점심시간 1시간과 15분 휴식시간 두 차례 외에는 항상 자리에 앉아있어야 했고, 10분 이상 자리를 비울 때는 팀장의 허락이 필요했다. 참다못한 직원이 2개월 만에 지역 노동위원회에 부당 대기발령 구제 신청을 하고 나서야 회사는 ‘재교육을 위한 조치’라는 변명과 함께 L씨에 대한 교육을 진행한 후 경력과 무관한 직무로 발령을 냈다.

◎ 내부신고의 어려움

사람은 누구나 실수를 할 수 있다. 그렇기 때문에 실수를 바로잡을 방법을 강구하는 것이다. 내부신고는 자신이나 동료의 실수(그것이 고의든 아니든)를 바로잡을 수 있는 기회이다. 그러나 권위주의 문화에서 내부신고는 제 역할을 할 수 없다. 서열이 명확한 권위주의 문화에서 내부신고는 배신행위로 인지되기 일수이고, 특히 상사의 비윤리 행위를 고발하는 것은 월권행위로 보기 때문이다.

B.F.굿리치의 항공기 브레이크 조작

1967년, 자동차부품 제조업체 B.F.굿리치는 A7-D 경공기에 들어갈 항공기용 신형 브레이크를 납품하기로 하고, 납품 전 미공군 기준에 맞추기 위한 실전 테스트를 진행했다.

B.F.굿리치의 테크니컬 라이터 밴디비어는 납품처에 제출할 보고서 작성을 위해 전달받은 실험실데이터를 검토하던 중 이상한 점을 발견한다. 사실 이 데이터는 설계문제로 인한 결함을 감추기 위해 인위적으로 실험한, 즉, 조작된 데이터였다. 이를 안 밴디비어는 곧바로 상급자인 그레칭어에게 이를 보고 했고, 그레칭어 역시 상부에 이 사실을 보고했다. 하지만 상부는 촉박한 일종과 설계 변경 시의 막대한 비용 문제를 들며 문제가 없다는 보고서를 작성토록 지시했고, 질책을 받은 그레칭어는 밴디비어에게 지시를 전달했다. 굴복할 수 없던 밴디비어가 직접 상부를 찾아갔지만 같은 소리를 들었고, 일자리를 잃고 싶지 않았던 그는 결국 위에서 시킨 대로 보고서를 작성해 넘겼다. 후에 밴디비어는 이 브레이크가 현장 테스트에서 사고를 낼 뻔 했다는 이야기를 듣고 변호사와 상의에 이를 고발하였고, 얼마 되지 않아 해고되었다.

타임이 선정한 ‘올해의 인물’

2002년, 타임에서 올해의 인물로 내부고발자 3인을 선정하였다. FBI요원이었던 콜린 로울리는 수상한 사람이 테러를 계획하는 듯한 정황을 보여 본부에 관련 조사를 요청 했으나 이는 묵살되었다. 후에 그 사람은 9.11테러의 용의자로 지목되었고, 로울리는 고민 끝에 이 사실을 세간에 폭로했다. 월드컴의 내부감시역 신시아 쿠퍼는 내부감사결과 38억 달러 상당의 회계부정 비리를 발견하고 이를 회사 이사회에 경고했다. 그리고 그로부터 한 달 후 월드컴은 파산보호 신청을 내게 된다. 엔론의 전 부사장 세런 왓킨스 역시 회계상의 7억 달러 결손을 발견하고 회장에게 사태의 심각성과 위험성을 경고했다. 이후 엔론은 파산 보호 신청을 했고, 왓킨스는 부사장직에 올랐다. 자신이 몸담은 조직을 위해 문제점을 과감히 드러낸 이들 세 사람은 폭로 이후 견디기 힘든 시간을 보내야 했다. 그들의 고발로 상사의 실수가 만천하에 드러나자 노골적인 증오심을 담아 그들을 바라보았기 때문이다. 그럼에도 불구하고 진실을 알린 이들에 대해 타임은 ‘지극히 당연한 일을 함에도 용기를 내야 했던, 환경이 만들어낸 영웅’으로 묘사했다.

◎ 권위주의의 해결방안

권위주의의 문제점을 모르는 사람은 아마 없을 것이다. 그렇다면 권위주의를 타파하기 위해선 무엇이 필요할까?

H사의 ‘권위주의 타파 14계명’

2013년, 국내 공기업 H사에서 권위주의의 타파를 위한 14계명을 선정했다. 일상생활, 언어예절, 회식문화, 보고/결재, 퇴근/휴가, 회의문화, 행사/의전 등 7개 분야로 구분한 이 14계명은 온라인 공모를 통해 직원들이 직접 만든 것으로 의미가 크다. 14계명 중에는 ‘2. 자신이 마실 차는 스스로 준비 합시다.’, ‘12. 회의 시 상급자는 말을 줄입니다.’와 같이 타인을 배려하거나 ‘8. 과도하게 보고문서를 꾸미는 것을 지양 합시다.’, ‘9. 일을 모두 마치면 눈치 보지 말고 퇴근합시다.’와 같이 기존의 관행을 시정하는 내용 등이 담겨 있어 권위주의 타파에 필요한 배려와 용기의 문화를 만들도록 독려하고 있다.

기업의 ‘문화’를 개선한다는 것은 굉장히 어려운 일이다. CEO에서 말단직원까지 전직원이 문화 개선의 목표와 방안을 인지하고 개선 방향에 맞게 행동을 고쳐야 한다. 이러한 어려움과 번거로움으로 인해 권위주의는 오늘날 까지도 기업 곳곳에서 부조리를 일으키고 있다.

그렇기에 때문에 더욱 우리는 자신이 할 수 있는 일을 찾아 권위주의 타파를 위해 노력해야 한다. 상대를 존중하는 모습을 보이고, 불의에 목소리를 내는 용기를 가져야 하며, 그 용기를 응원할 수 있어야 한다. 그리고 가장 중요한 것은 바로 소통이다. 대화를 나누고 생각을 나누면서 상대를 한 사람으로 인정하고 이해하려 노력하는 것. 그것이 바로 권위주의 문화를 타파하는 첫걸음일 것이다.

*참고

- <http://news.join.com/article/19753915>
- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2015/10/30/0200000000AKR20151030167100061.HTML>
- <http://www.wcatyweb.org/library/documents/err.pdf>
- <https://prezi.com/rnaotpbmaapi/1/>
- <http://legacy.www.hani.co.kr/section-007000000/2002/12/p007000000200212230300478.html>
- <http://www.asiae.co.kr/news/print.htm?idxno=2013050709383569655&udt=1>

기업의 투명성 바라보기

윤리경영을 하면서 ‘기업의 투명성’은 빼놓을 수 없는 이야기이다. 기업의 투명성은 기업의 신뢰와 직결되는 문제이기 때문이다.

임직원은 기업의 투명성을 좌우할 수 있는 위치로, 기업은 이들에 대해 끊임없이 확인하고 지속적으로 교육을 시켜야 한다. 또한, 고객은 기업이 윤리적이고 안전하게 제품을 만들었는지 알고 싶어 하며, 투자자는 기업의 현재와 전망을 명확하게 알고자 한다.

이번 윤리it수다에서는 기업의 투명성을 좌우하는 임직원의 업무방식과 정보의 공개에 대해 살펴보기로 하자.

◎ 투명한 업무수행

임직원이 투명하지 않게 업무를 수행한다는 것은 무엇일까. 가장 대표적인 예는 허위보고이다. 실제와 다른 내용을 보고함으로써 회사의 눈을 가리는 것이다. 특히 이것이 조직적이 되었을 때는 걷잡을 수 없는 문제로 확대된다.

D증권사 센터장의 비밀

지난 3월, 금감원은 대형 D증권사의 L센터장에게 정직 처분을 내렸다. 이상거래 징후를 포착한 금감원의 조사결과 L센터장과 전업투자자 K씨가 함께 시세를 조작하여 총 61억 원을 챙긴 것을 밝혀낸 것이다. 2012년 말부터 2015년 8월까지, 이들의 범죄가 계속 되는 동안 증권사의 전산망에도 이상거래 징후가 포착된 적이 있었다. 그러나 L센터장이 ‘문제없는 거래로 확인되었다’고 허위보고를 하여 주가조작을 숨기고 작전을 지원해주었다.

알바생의 신고

2010년, 대학생 K씨는 고궁 의장행렬에서 의장 복장으로 보조 역할을 하는 아르바이트를 하던 중 뜻밖에 사실을 알아차렸다. 고궁 의장행렬 행사의 아르바이트생 인원수가 서류와 달랐던 것이다. K씨는 이를 권익위에 신고하였고, 본격적인 수사가 진행되었다. 그 결과 고궁 의장행렬 행사를 대행하던 지자체 재단 직원이 아르바이트생 채용인원과 근무상황을 허위로 보고하여 415만 원을 부당취득한 것이 밝혀진 것이다. 이 신고를 통해 지자체는 직원이 편취한 인건비를 환수할 수 있었고, 신고를 한 K씨는 200만 원의 포상금을 받았다.

도시바의 분식회계

2015년 7월, 일본의 전자업체 도시바가 분식회계 의혹을 받으며 세상을 들썩거리게 만들었다. 2009년부터 2013년까지 5년간 1500억 엔(약 1조 3690억 원)이 넘는 금액을 영업이익으로 과다 계상한 것이다. 문제는 여기서 끝나지 않았다. 두 달이 채 지나기 전에 10여 건의 분식회계가 추가로 발견되면서 도시바의 분식회계는 이때까지 일본 최대의 분식회계 사건으로 알려진 구가네보의 분식회계 기록을 뛰어넘었다. 그 결과로 2015년 7월, 일본 증권거래감시위원회는 도시바에 73억 엔이 넘는 과징금을 부과했다. 역대 최대 과징금을 냈던 IHI의 16억 엔의 기록까지 갈아치우며 도시바는 일본 최대의 분식회계, 일본 최대 과징금 부과란 오명을 안게 되었다.

◎ 투명한 정보공개

기업에는 기술이나 노하우 등 보호해야 할 정보도 있지만, 고객과 주주를 위해 투명하게 공개해야 하는 부분 또한 있다. 무엇보다 정보를 투명하게 공개를 한다는 것은 그만큼 올바르게 정직하게 일을 해왔음을 자부하고 있다는 것이다. 이 자신감 자체가 이해관계자에게 신뢰를 줄 수 있다.

싸구려호텔

2012년, 네덜란드의 한스 브링커 버짓 호텔의 광고가 이슈를 일으켰다. 방안에 매트리스 하나만 덜렁 놓인 사진, 방안이 추운 듯 이불을 뽁뽁 싸매고 있는 사람의 사진 등 하나 같이 ‘좋은 호텔’과는 거리가 먼 이미지를 담고 있는 광고였다.

사실 한스 브링커 버짓 호텔은 유스호스텔급이라 좋은 시설이나 서비스는 기대할 수 없는 곳이다. 그래서 그들은 시설과 서비스를 미화하는 대신 심하다 싶을 정도로 진솔하고 익살스러운 광고를 통해 자신들에 대한 호기심과 저렴한 가격을 부각시킨 것이다. 이곳의 진정성을 느낀 사람들은 허름한 시설과 특별할 것 없는 서비스에도 실망하지 않고 이들을 믿을 수 있게 되었다. 자연스럽게 긍정적인 소문이 퍼지자 한스 브링커 버짓 호텔은 전 세계 여행자들의 흥미를 끄는 호텔이 되었다.

감사원의 프로파일링

K기록원 A씨 - 지출결의서 상의 보수 총액과 소득세를 부풀려 2년간 2300만 원 횡령

J교육청의 B씨 - 가족의 계좌로 전출 간 사람의 보수를 허위지급하거나 계약직 교수의 보수를 이중으로 결의하여 6년간 2억9700만 원 횡령

이 두 사건은 2013년, 감사원의 비리감사에서 밝혀진 사건들이다. 감사원은 ‘오랜 감사 경험을 통해 비리 발생 가능성이 높은 케이스를 가려내는 노하우’를 가지고 있다고 밝히며 일종의 ‘프로파일링’과 같은 방식이라고 소개했다.

첫째로 젊은 나이, 적은 봉급에도 명품을 가지고 다니는 사람을 의심할 수 있고, 둘째로 장기간 회계업무를 맡으며 지출에 대한 결의와 집행을 동시에 할 수 있는 경우 비리가 발생하기 쉽다. 마지막으로 휴가를 잘 가지 않는 특징이 있는데, 이는 다른 사람이 대신 업무를 처리하다가 자신의 비위 사실이 드러나는 것을 두려워하기 때문이다.

임직원이 정직하게 업무를 수행하는 것, 주주와 고객에게 정직하게 정보를 공개하는 것. 이것들은 아주 당연한 의무이다. 이 당연한 의무를 지키면 기업은 투명해지고 이해관계자들의 신뢰가 따라온다.

아주 가볍게 말하는 이것이 얼마나 지키기 어려운 것인가는 직접 업무를 수행하고 있는 이들 모두가 알 것이다. 비단 윤리경영부서가 아니더라도, 회계 부서가 아니더라도, 인사부서가 아니더라도 자신의 업무에 대해 솔직해야 할 것을 솔직하게 말하고 밝히는 것은 쉽지 않은 일이다. 그럼에도 이 중요성을 다시 한 번 인지하고, 한 번 더 용기를 내보는 것. 그것이 우리 회사의 투명성을 가져올 수 있는 방법이다.

*참고

- <http://blog.daum.net/loveacrc/5717>
- “춘지·학생수 허위등록 등 소소한 생활부패도 포상금 지급” 국민권익위원회 보도자료, 2012년 5월 3일
- <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0923472528&code=11151200&cp=nv>
- http://imnews.imbc.com/replay/2016/nwdesk/article/3921216_19842.html
- <http://www.etoday.co.kr/news/section/newsview.php?idxno=1156927>
- <http://www.edaily.co.kr/news/NewsRead.edy?SCD=JH41&newsid=03594886609596224&DCD=A00804&OutL>

nkChk=Y

- http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2012/05/23/2012052303092.html
- <http://www.mt.co.kr/view/mtview.php?type=1&no=2013052310471125230&outlink=1>

윤리경영을 되새기는 날

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

◎ 6월 2일, 기업윤리의 날

권익위에서는 윤리경영 공감대를 형성하고자 6월 2일을 ‘기업윤리의 날’로 지정하였다. 이러한 권익위의 뜻에 동조한 기업들은 6월 초순, 윤리경영 기념일을 설정하고 행사를 진행한다.

그랜드코리아레저의 ‘청렴리본 달아주기’

2015년 6월 2일 출근시간, 청렴어깨띠를 착용한 고위직 직원들이 다른 직원들에게 손수 청렴리본을 달아주는 행사가 진행되었다. 고위직이 먼저 다가가 직원들에게 직접 윤리경영 의지를 전파한 본 행사는 2016년 6월에도 진행 될 예정이다.

한국농어촌공사의 ‘윤리화분’

2015년 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 되어주었다.

한국자산관리공사의 ‘윤리주간 운영’

6월 2일이 속한 한 주를 윤리주간으로 지정하여 운영함으로써 다양한 행사를 통해 임직원들의 청렴의지를 다지는 시간을 마련하였다. 이 기간 동안 윤리슬로건 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 활동 등이 이루어진다.

홈데포의 ‘준법&윤리주간’

가정용 건축자재를 제조하고 판매하는 미국의 홈데포는 2008년 5월 25일부터 31일까지를 ‘준법&윤리주간’을 지정하고 방송과 이벤트를 진행했다. 모든 이벤트의 기본은 홈데포의 ‘8가지 핵심가치’와 ‘올바른 일을 하는 것’에 초점을 두고 있었다.

식사와 함께 강의를 듣는 “Lunch ‘n’ Learn”과 같은 임직원을 위한 활동뿐 아니라, 홈데포의 마스코트

가 이해관계자들은 찾아가 홈페이지의 준법&윤리 메시지가 적힌 아이টে를 선물하는 등 함께 일하는 모두에게 자신들의 윤리경영을 알리고자 했다.

SHS(Summa Health System)의 ‘준법 카니발’

지역사회에서 환자와 의사(또는 병원)를 매칭해주는 미구의 SHS에는 ‘준법 카니발’이 있다. 이 ‘준법 카니발’에서는 온라인과 오프라인 행사가 함께 진행되는데, 그 시작은 월요일에 발송되는 윤리담당 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.

윤리경영 기념일의 목표는 임직원의 윤리의식을 고취시키고 실천의지를 다지도록 하는 것이다. 따라서 단순한 이론적 강의보다는 나와 가까운 임직원(또는 CEO)의 목소리를 통해 공감을 이끌어내는 교육이나 임직원 본인이 직접 참여하는 활동을 기획하는 경우가 많다. 또는 기념일이 지나더라도 계속해서 가까이 윤리경영 문구를 두고 볼 수 있도록 기념품 등을 제작해 나눠준다. 이 모든 것은 ‘윤리경영을 일상으로 끌어들이는 활동’이다.

어느새 다가온 6월 2일, 기업윤리의 날에는 한 해의 절반이 지난 동안 내가 얼마나 윤리경영을 의식하며 업무를 수행했는지 돌아켜보고, 남은 2016년에는 어떠한 방법으로 윤리경영을 실천할지 고민해보자.

*참고

- http://www.ekr.or.kr/Kkrpub/promotion/press/view.krc?ARTC_ID=658331&searchType=ARTC_CNTNS&searchWord=%EC%9C%A4EB%A6%AC%ED%99%94%EB%B6%84&MENUST_ID=20277
- <http://blog.naver.com/mcl9999/220146609941>
- <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=650796&cid=43167&categoryId=43167>
- http://www.hcca-info.org/Portals/1/PDF/Products/CnE1008_Consonery.pdf
- <http://www.corporatecompliance.org/Portals/1/PDF/Products/SummaCareCarnival.pdf>

고객을 외면한 기업들

대부분의 임직원들은 좋은 회사에서 자부심을 느끼며 당당하게 일하는 것을 원한다. 하지만 그런 바람이 무색하게 오늘날 뉴스에선 각종 기업범죄가 보도되고 있다.

범죄사회학에서 기업범죄는 ‘기업의 대표나 간부가 자신의 기업 이익을 위해 불법행위를 저지르는 범죄’를 뜻하지만, 넓게는 기업 활동 가운데 자행되는 범죄행위 전반을 일컫기도 한다. 기업범죄는 이번 옥시 사태와 같이 불특정 다수의 직간접적 피해자를 양산하기 때문에 그 피해범위가 광범위하고 장기적이라는 점에서 문제가 크다.

◎ 화이트칼라범죄

‘기업범죄’에 대해 이야기 했을 때 가장 먼저 떠오르는 것은 역시 횡령, 탈세, 비자금 조성과 같은 화이트칼라범죄이다. 이는 국가, 주주, 협력사, 나아가 고객에게까지 손해를 미치지만, 역시 가장 큰 손해를 보게 되는 곳은 기업 자신이다.

A사 대표의 ‘뒷돈’

“매달 납품 식자재 매출액 중 8%를 돌려드리죠.” “인테리어를 맡겨주시면 평당 20여만 원을 드리겠습니다.” 분식프렌차이즈 A사 대표에게 제안된 달콤한 유혹. 유혹에 넘어간 L씨는 2008년부터 4년간, 총 61억여 원을 받고 회삿돈 8억 8천여만 원을 횡령했다.

이에 대해 재판부는 “수수한 금액이 크고 가맹점 사업자들에게 피해가 전가”됐을 수 있다며 징역 2년 6개월에 추징금 27억여 원이 선고했지만, 항소심 재판부에서는 “횡령한 금액은 모두 회사에 돌려주고 과거 형사처벌 이력이 없음을 참작”하여 징역 2년에 집행유예 3년 추징금 30억여 원을 선고하였다.

보조금은 눈 먼 돈?

국내 한 홍삼연구소의 소장 겸 대학겸임교수 L씨. 그는 2010년부터 2014년까지 국가 연구개발 과제를 수행했다. 그 과정에서 자신의 조카를 연구원으로 허위 등록하여 인건비를 부정수급하고, 시약 등 소모성 재료 구입시 납품업자에게 허위 견적서를 요청한 뒤 차액을 돌려받는 등 7700만 원 상당의 연구비를 횡령하였다. 이 사실이 밝혀지며 그는 지난 5월 9일 불구속입건 되었다.

화이트칼라 국고보조금 부정수급은 올해 일어난 3건에서 5명이 4억여 원, 1인당 평균 8천여만 원 정도로 피해액이 크다. 수급자의 직업, 보조금의 크기 등에 따라 피해규모가 달라지는 만큼 직업과 직위를 이용해 고객을 장기적으로 부정수급하기 때문이다.

◎ 환경범죄

기업의 부주의, 안전불감증은 안전 관련 법규 미준수나 환경 관련 법규 위반으로 이어진다. 당연히 위험성을 내재한 근무환경이 조성될 수밖에 없다. 여기에 작은 불씨가 생겼을 때, 견잡을 수 없는 참사가 발생한다.

어느 환경운동가의 죽음

1993년 6월 15일, 나이지리아 오고니 지역에서 대량의 원유가 유출되는 사고가 발생했다. 다국적 석유 기업 셸이 파이프라인 공사를 하던 중 부식된 파이프라인이 터진 것이다. 셸은 파이프라인 공사를 진행하는 40일간 이를 방치했고, 이렇게 흘러나온 2천 배럴의 원유는 오고니족의 농지, 식수원 등 삶의 터전을 모두 오염시키고 말았다.

이를 알게 된 소설가이자 드라마 프로듀서이자 환경운동가인 켄 사로-위와. 그는 이 파괴의 현장을 세상에 알리고자 시위를 시작했지만, 나이지리아의 군사정부는 그의 편이 아니었다. 그를 비롯한 인권활동가 9명을 체포하여 1995년 사형을 집행한 것이다.

아이러니하게도 그의 죽음은 셸의 만행을 알리는 기폭제가 되었다. 결국 셸은 나이지리아 석유 사업에서 철수할 수밖에 없었지만, 문제는 철수하면서 방치한 석유 파이프라인 등 기기였다. 2008년과 2009년, 두 차례나 석유 유출 사고가 발생하면서 오고니는 더욱 망가졌지만 셸은 이에 대한 책임을 회피하다가 2011년, 이 사건에 관련된 UN보고서가 발표되기 전날에야 책임을 인정하고 보상을 약속했다.

한편, 셸은 켄 사로-위와의 사형 이후 군사정부와 공모하여 그의 사형에 관여했던 의심을 받게 되었다. 역시 셸은 이를 인정치 않았지만, 2009년, 유족에게 1550만 달러를 보상하기로 합의하면서 사실상 공모 사실을 인정한 셈이 되었다.

◎ 영국의 기업살인법

지난 2007년, 영국은 '기업과살치사 및 기업살인법(Corporate Manslaughter and Corporate Homicide Act 2007)'을 제정하였다. 업무와 관련하여 안전조치 미흡 등으로 사망사고가 발생할 경우 기업의 범죄 책임을 묻는 이 법은 2011년, 영국에서도 처음 집행되었다.

영국의 기업살인법

1987년 영국에선 엔터프라이즈호가 뱃머리부분의 선수문을 연 채로 출항하다가 2분 만에 침몰하는 사건이 발생했다. 이 외에도 킹스크로스역 화재사고, 템즈강 레저보드와 준철선의 충돌사고 등 기업의 과실로 인한 사건사고가 이어졌다.

그 희생을 딛고 만들어진 것이 바로 기업살인법이다. 수많은 희생을 치른 만큼 강력한 처벌을 자랑한다. 통상 연간 매출액의 2.5~10% 범위의 벌금이 기본이지만, 위반 정도가 심한 경우 상한액이 없는 '징벌적 벌금'을 부과하는데다가 보험으로 벌금을 충당하는 것이 불가능하다. 심지어 유죄가 확정되면 사업주의 이름과 기업의 범죄사실을 공표하므로, 기업은 재정적인 면에서도, 이미지의 면에서도 큰 타격을 받을 수밖에 없다.

이 법안은 국적에 상관없이 영국에서 활동하는 모든 법인과 기업들에게 적용된다.

기업살인법의 첫 적용

알렉산더 라이트는 영국의 토목회사 CGH(Cotswold Geotechnical Holdings)에서 일하는 젊은 지질학자였다. 그러나 2008년, 시험광구에서샘플을 채취하던 그는 지반침하로 3.8미터 깊이의 구덩이에 빠져 질식사하고 말았다. 정부침상 1.2미터 보다 깊은 구덩이에는 말뚝이나 지지대를 활용해야 하지만, 알렉산더가 작업하던 현장에선 지켜지지 않았고, 지하에서 일하는 그를 살려주는 지상인력도 없었다.

이 사건으로 CGH는 안전조치 미이행으로 기업살인법의 첫 적용대상이 되어 2011년, 385,000파운드(약 6억 7천3백만 원)의 벌금을 부과 받았다. 이는 연매출의 250%에 달하는 금액으로, '회사 경영에 영향을 주기에 충분해야 한다'는 원칙에 따른 결과였다.

기업범죄를 막기 위한 기본은 관련 법률의 제정 또는 강화일 것이다. 하지만 법률만 정비되면 문제가 해결될 것인가 묻는다면 답은 'NO'다.

법의 정비보다도 중요한 것은 기업의 총수부터 말단직원까지 모두가 준법의식과 업무에 대한 책임감을 갖고 철두철미하게 업무를 수행하는 것이 더 중요하다. 특히, 기업 경영진이나 관리자는 그 자신이 먼저 솔선수범해야 함은 물론, 기업의 어느 곳에서든 법에 어긋남 없이 업무를 수행할 수 있도록 제도와 시스템을 만들어주어야 한다.

*참고

- <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2073311&cid=44412&categoryId=44412>
- <http://blog.naver.com/khalifah/220612224846>
- <http://blog.naver.com/quitreen/220138994475>
- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2015/11/21/0200000000AKR20151121028600004.HTML?input=1195m>
- <http://www.joongboo.com/?mod=news&act=articleView&idxno=1077714>
- <http://news1.kr/articles/?2678781>
- http://www.daejeonilbo.com/news/newsitem.asp?pk_no=1213510
- http://www.ytn.co.kr/_ln/0115_201605091015282668
- 『고객이 존경하는 기업만들기 윤리경영』 로버트 F 하틀리 저, 21세기북스
- <http://weekly.khan.co.kr/khnm.html?mode=view&code=117&artid=201511091831301&pt=nv>
- 『21세기 신경영 패러다임 환경경영』 이병욱·황금주·김남규 공저, 에코리브르
- <http://h2.khan.co.kr/201509281043501>
- <http://www.hani.co.kr/arti/international/arabafrika/490636.html>
- <http://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20090610017007>
- <http://weekly.khan.co.kr/khnm.html?mode=view&code=117&artid=201511091831301&pt=nv>
- <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1053765&cid=42147&categoryId=42147>
- <http://www.redian.org/archive/75969>
- http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201303192232425&code=940202
- <http://www.mediatoday.co.kr/?mod=news&act=articleView&idxno=129672>
- https://www.kic.re.kr/cmm/fms/FileDown.do?atchFileId=FILE_000000960053992&fileSn=4&browser=MSIE

가치를 만드는 회사

기업에 대한 사회적 책임의 요구는 날이 갈수록 더해지고 있다. 기업은 그에 부응하기 위해 CSR에 노력을 기울이지만, 이는 기업의 비용이기 때문에 회사 입장에선 이를 마냥 확장할 수 없는 것이 사실이다.

하지만 만약 사회적 책임을 다하면서도 수익을 올릴 수 있다면 어떨까? 가치창출을 통해 기업의 사회적 책임을 다하는 기업들. 재미있게 사회적 책임을 다하는 기업들에 대해 살펴보자.

◎ 해외 기업의 CSV

해외에서는 이미 예전부터 CSR에 대한 관심이 높아 업사이클링, CSV 등에 대한 사업의 사례가 많다. 그 중 세 가지 재미난 사례를 정리해보았다.

Coca-Cola Coletivo

코카콜라의 주 소비층은 역시 10대~20대의 젊은 세대이다. 하지만 그들이 가난과 실업 등으로 돈이 없다면? 당연히 코카콜라의 매출도 떨어질 수밖에 없다.

2008년 코카콜라의 연구 결과, 브라질의 경우 초등교육은 잘 되어 있으나 직업 교육의 부재로 청년실업자가 많은 상태였다. 이에 코카콜라는 지역 NGO들과 함께 지역사회의 청년들에게 2개월 간 직업훈련과 자신감 향상 프로그램을 제공하는 사업을 진행했다. 이 직업훈련의 가장 큰 특징은 지역의 소매상과 매칭하여 청년들에게는 직무 경험을, 소매상들에게는 운영실적의 증대를 가져온 것이다. 단기간이었다고는 하나, 직무경험에 리더십을 비롯한 사회적 훈련까지 받은 청년층의 취업가능성이 높아지는 것은 당연한 결과였다. 이 과정을 수료한 청년층의 30%가 4개월 이내에 취업에 성공했고, 이들의 자신감 역시 20% 증가한 것으로 나타났다.

작품을 만드는 청소업체

2012년, 충북 충주에 있는 충주댐에 독일의 청소업체 카처(Karcher)가 방문했다. 당연히 댐 청소를 하기 위해서였다. 카처는 'Karcher Cleans the World'라는 프로젝트를 진행하고 있었는데, 전 세계의 문화유산이나 랜드마크 등을 청소해주는 사업이었다. 특히 이들의 댐 청소는 굉장히 유명했는데, 그것은 이들이 단순히 청소를 하는 것이 아니라 예술작품을 만들기 때문이었다. 카처는 댐의 묵은 때를 벗겨내되 전체를 깨끗하게 청소하는 것이 아니라 치밀한 계산을 통해 거대한 그림을 그려낸다. 한국의 충주댐에는 웅장한 위용을 자랑하는 호랑이가 새겨졌고, 일본의 마츠다가와 댐에는 벚꽃이, 독일의 올레프 계곡 댐에는 사슴들이 나타났다. 나라와 지역 환경 등을 고려해 카처가 댐에 그린 그림들은 그 자체로 엄청난 홍보 효과를 불러일으켰다.



다농과 그라민 은행이 만드는 요구르트

다농의 임마누엘 말찬트(Emmanuel Marchant), 이곳은 노벨평화상 수상자 유누스 교수가 만든 그라민 은행과 프랑스의 유제품 기업 다농의 투자로 만들어진 회사이다. 방글라데시의 보그라에 지어진 공장에서 요구르트를 생산하는 이들이 왜 사회적 책임을 다한다고 보는 것일까.

그것은 바로 이 요구르트에는 영양실조에 시달리는 방글라데시의 아이들에게 필요한 하루 영양소의 1/3이 담겨있기 때문이다. 음식을 차갑게 보관하기 어려운 방글라데시 현지 사정을 고려하여 만든 요구르트는 냉장고 밖에서도 일주일까지 신선하게 보관할 수 있다. 또한, 요구르트에 활용되는 우유, 설탕 등 여러 재료는 모두 해당 지역에서 생산된 것이고, 공장에서 일하는 사람들 역시 지역의 농부들로, 이들은 다른 사람들보다 더 저렴하게 요구르트를 구매할 수 있다. 이 요구르트의 대부분은 지역 여성단체에게 전해지며, 요구르트 가방을 멘 여자들은 마을을 돌아다니며 요구르트를 판매한다.

임마누엘 말찬트의 요구르트는 수익을 내면서도 지역주민, 영양실조에 걸린 아이들, 그리고 여성의 사회활동에 도움을 주는 것이다.

◎ 국내의 CSV

국내 기업들 사이에서도 CSV에 대한 관심은 날로 높아져가고 있다. 기업을 자신과 환경을 위한 활동, 고객의 안전을 한 번 더 생각한 제품 등 그 방법도 다양해져 가고 있다.

자동차부품 기업이 만드는 숲

충북 진천에는 1000년의 세월을 버텨 온 돌다리 하나가 있다. ‘농다리’라는 이름을 지닌 이 다리의 너머로 푸른 숲이 이어진 트레킹 코스가 펼쳐진다. 이 숲의 이름은 ‘미르숲’. 국내 자동차부품기업 H사가 자동차 관련 산업이 반(反)환경적인 사업임을 고려하여 환경 피해를 줄이고자 2012년 100억 원을 투자해 진천군과 자연환경국 민신탁과 함께 만든 친환경생태공간이다. 이 숲은 계속 조성 중으로 2017년, 완료 될 예정이다.



환경을 위한 숲, 비행을 위한 숲

매년 봄철, 대한민국은 황사로 몸살을 앓는다. 황사가 심한 날이면 비행기 운항에도 차질을 빚게 된다. 시계확보가 어려워 비행기가 결항되기도 하고, 황사로 비행기 표면이 오염되어 이를 세척하는 것도 큰일이다. 그렇다면 이 황사를 막을 방법은 없을까?

D항공은 세계 곳곳에 나무를 심는 글로벌 플랜팅 프로젝트를 꾸준히 이어가고 있다. 특히 13년 전부터 몽골의 사막화 지역에 나무심기를 지속한 결과 현재는 9만여 그



루의 나무가 숲을 이루고 있다. 중국에도 황사 방지를 위한 식림 사업을 진행하고 있어 올해 말까지 137만 그루의 나무가 자라는 숲을 만들어 갈 예정이다.

모기를 쫓아라!

아프리카에서 모기는 단순히 가려움을 주는 존재가 아니다. 모기를 통해 전염되는 말라리아는 단 며칠만에 어린 아이의 생명을 앗아가는 무서운 질병이다. 병원에 가서 치료를 받더라도 약이 매우 독해서 이 약을 먹는 것도 곤욕이다. 따라서 아프리카에선 모기를 막기 위한 다양한 방법이 연구되고 있다.

L전자는 아프리카에 수출하는 자사 제품에 모기들이 싫어하는 주파수대의 초음파를 적용해 모기를 쫓는 제품을 생산하고 있다. 무더운 아프리카에서 인기 있는 에어컨과 TV가 대표 적용제품이다. 해당 제품들은 전력 수급이 불안정한 지역에서도 수월하게 사용할 수 있도록 기능을 추가하여 소비자의 불편을 줄였다.

기업에게 있어 사회공헌 활동은 지속경영을 위한 필수임에도 불구하고 고비용에 비해 이득이 적은 활동이다. 심지어 그 활동 속에서 기업이 손해를 줄이고자 한다면 ‘보여주기식 활동’, ‘위선적인 모습’이란 질타가 날아오기 십상이다.

이 가운데 기업과 사회가 함께 Win-Win하는 CSV는 완벽한 대안은 아니지만 기업에게 더 유용하게 사회적 책임을 다할 수 있도록 해주는 길이라 생각된다. 우리 회사에 맞는 사업을 우리 회사에 맞는 방법으로 재미있게 구상해본다면, 오해와 편견을 사는 대신 많은 서포터와 함께 더 나은 사회를 만들 수 있지 않을까.

*참고

- <http://ibr.kr/3693>
- <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=impactsquare&logNo=220006992047&parentCategoryNo=&categoryNo=55&viewDae=&isShowPopularPosts=false&from=postView>
- <http://goodpower.co.kr/110149717531>
- 세계화와 빈곤문제 “방글라데시의 빈곤탈출을 돕는 다농(Danone) 요구르트”, james melik 저, 염지영 김아람 역
- <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/8100183.stm>
- <http://www.sisapress.com/journal/article/151584>
- <http://tip.daum.net/openknow/39119739>
- <http://www.lgblog.co.kr/lg-story/lg-product/582>
- <http://blog.naver.com/hungersaver/220692141883>
- <http://www.diodeo.com/news/view/1651948>

글로벌 반부패 규정

오는 9월 28일부터 청탁금지법이 시행된다. 이 청탁금지법은 과연 우리 사회의 부패를 방지해주는 법안이 되어 줄 것인가. 많은 이들이 관심을 기울이고 있는 가운데 이에 대한 예견을 위해 글로벌 사회에서의 부패방지법을 주목하는 경우도 많다.

단적으로 이야기하여 글로벌 사회에서는 이미 수 년 전부터 부패방지법안에 대한 요구를 높여왔다. 미국, 영국 등 흔히 말하는 선진국에서는 국경을 넘어서는 부패방지법을 제정하고 글로벌 기업에게 깨끗하라는 요구를 하고 있다. 해외에서는 어떤 반부패법이 어떻게 시행되고 있는지 살펴보도록 하자.

◎ 미국의 FCPA

글로벌 반부패 규정의 대표격으로 뽑을 수 있는 FCPA(Foreign Practices Act)는 미국에서 1977년 제정된 법안으로, 해외공직자에 대한 뇌물 공여를 금하는 법률이다. 록히드 사건을 계기로 제정된 FCPA는 대표적인 부패 방지법으로서 미국에 발끝만 닿아도 규제대상으로 보는 엄격한 법안이다.

록히드 사건

1976년, 미국의 군수업체 록히드에서 일본에 항공기를 판매하기 위해 마루베니 상사를 통해 일본 정부의 고관들에게 뇌물을 준 사실이 드러났다. 그 금액은 무려 200만 달러. 이 사건으로 인해 마루베니, 젠니구 등 고관이 체포되었고, 몇 달 후 다나카 가쿠에이 전 수상도 5억 엔을 받고 전일본항공에 록히드 항공기를 구입하도록 압박한 혐의로 체포되었다.

이 사건을 계기로 미국에서는 해외 부패를 단속하는 FCPA의 제정을 추진하게 되었다.



일말의 연관성만 있다면

미국의 EPC(설계·조달·시공)전문업체 KBR은 FCPA 위반으로 거금의 과징금을 맞게 된다. 이유는 2000년대 초에 나이지리아 공무원에게 뇌물을 지급했다는 것이었다. 결국 EPC는 사업 이익금 1억 7700만 달러를 몰수당한다.

문제는 여기서 끝나지 않았다. 불똥은 KBR의 나이지리아 사업 파트너였던 프랑스의 테크넵에게로 튀었다. 테크넵은 미국 증권시장에 상장하지도 않았지만 EPC와 함께 FCPA 위반으로 벌금을 물게 되었다. 사업에 참여한 일본가스공사도 예외는 아니었다. 그들은 뉴욕 소재 은행의 계좌를 통해 불법자금을 지급하였다는 것이 밝혀지며 벌금을 물어야만 했다.

◎ 영국의 Bribery Act

영국은 OECD에서 제정한 뇌물방지협약에 따라 2010년, 기존에 있던 부패방지과 관련 된 법안들을 모으고 제정 비하여 Bribery Act라는 반부패 법안을 제정·시행하였다. Bribery Act 역시 FCPA와 마찬가지로 해외 공직자에

게 뇌물을 주는 것을 엄격히 금지하고 있다.

GSK의 배신

영국의 최대 제약회사 글락소스미스클라인사(Glaxo Smith Kline, GSK)는 최상의 윤리기준에 따라 사업을 운영하고 영국의 중대범죄조사청(SFO)에 협조할 것이라 발표했다. 그러나 2주가 채 되지 않아, 중대조사청에서 GSK의 전 중국지사장 및 직원들을 부패혐의로 기소했다. GSK에서 중국의 의사들에게 30억 위안을 지급했다는 것이 알려진 것이다. GSK는 이것이 시스템의 문제는 아니며 임직원의 위반행위에 대한 처벌을 엄격하게 해왔음을 주장했다.



사기꾼의 말로

농업에너지 회사 SAE(Sustainable AgroEnergy plc)의 전 디렉터 게리 웨스트는 스튜어트 스톤으로부터 뇌물을 받고 그의 범죄에 가담하기로 한다. 두 사람은 사람들에게 캄보디아의 녹색 바이오연료 농장에 투자하도록 종용하였다. 투자에 실패하더라도 이를 보상해줄 보험도 다 들어 있다고 했지만 이 모든 것은 거짓이었다. 스튜어트로부터 뇌물을 받은 게리가 허위 청구서에 서명을 하면서 이들의 사기는 거의 완성되었다.

하지만 SFO는 이들의 수상한 계좌를 주목하고 있었고, 얼마 지나지 않아 SFO의 조사로 두 사람 모두 체포되었다. Bribery Act의 위반으로 두 사람은 각각 13년과 6년의 징역을 선고 받았고, 각각 15년과 10년 동안 이사직에 역임할 수 없게 되었다.

◎ 싱가포르의 부패방지법

매번 국가청렴도 top10을 벗어나질 않는, 청렴선진국으로 유명한 싱가포르. 싱가포르의 부패방지법은 범국가적으로 적용되지는 않지만 자국의 공직자에게 엄격하게 적용된다.

POCA(Prevention Of Corruption Act)

1937년, 싱가포르에 POCA가 제정되었다. 하지만 POCA가 제 역할을 하기 시작한 것은 1960년, 리관류 총리가 수상직에 올라 POCA를 개정하면서 부터였다.

이 개정으로 뇌물의 정의를 확대하고, POCA를 집행하는 부패행위조사국(CPIB, Corrupt Practices Investigation Bureau)에 막대한 권한을 부여하였다. CPIB는 피의자와 그의 가족, 대리인의 은행장부까지도 조사가 가능하고, 공직자가 아닌 민간부분에서도 POCA에 저촉되는 정보나 혐의가 있는 경우 영장 없이도 피의자를 체포할 수 있다.

무엇보다도 피고인의 수입보다 더 큰 부를 소유한 경우, 이를 납득시킬 정당한 이유를 대지 못하면 이를



뇌물의 증거로 취급할 수 있게 되었다.

뇌물의 범위 확대와 신속·정확한 수사기관의 수사력, 거기에 엄격한 처벌까지 더해지자 뇌물수수로 인한 리스크는 늘어날 수밖에 없었다. 그에 반해 공직자에 대한 대우를 높여 주는 정책이 함께 시행되자 공직자에게 뇌물은 ‘받아봤자 손해’가 되어 자연스럽게 뇌물이 줄어들게 되었다.

청탁금지법은 범국가적인 법안도, 수사기관에 막강한 힘을 주는 법안도 아니다. 하지만 우리 사회에서 가장 많이 써오던 편법을 막고, 공직자들에게 더욱 강한 ‘거절의 명분’을 만들어주는 법안이다. 의지를 가진 공직자를 지지해주는 이 청탁금지법을 더 많은 공직자가 활용하여 우리 사회의 부정부패를 정화해나갈 수 있기를 기대한다.

*참고

- <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=928370&cid=43667&categoryId=43667>
- <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1164026&cid=40942&categoryId=31787>
- http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2014/04/28/2014042802877.html
- UK fraud office probes GSK after claims of foreign bribery (Reuters, May 27, 2014)
- <https://translate.google.co.kr/translate?hl=ko&sl=en&u=http://www.corderycompliance.com/23-million-bribery-case-leads-to-28-years-in-jail/&prev=search>
- http://www.hankookchon.com/bbs_shop/read.htm?idx=102006
- <http://tip.daum.net/question/85430430>
- 문형구 외 2명(2013), 해외 반부패 입법동향 및 대응방안 연구

컴플라이언스 문화 조성하기

“법규를 준수하는 것은 가장 기본적인 윤리경영이다.” 흔히 윤리경영에서는 준법에 대해 이렇게 이야기한다. 기업에게 있어 준법이란 어떤 의미를 가질까? 준법은 기업 윤리경영에 있어 최후의 마지노선과 같다. 이 선만 넘지 않으면 기업은 비판과 비난에 시달릴지언정 법에게 보호 받으며 사업을 진행할 수 있다. 하지만, 이 선을 넘는 순간부터 법은 더 이상 기업을 보호하지 않고, 묵직한 철퇴로 그들의 시시비비를 가린다.

이리도 중요한 준법 가치를 위해 기업은 ‘컴플라이언스’, 우리에게 ‘준법감시프로그램’이라 고도 불리는 시스템을 도입한다. 이것의 가장 기본적인 역할은 임직원들에게 준법의식을 주지시키고, 임직원들이 위반행위를 저지르지 않는지 끊임없이 감시하는 것이다.

하지만 컴플라이언스가 단순히 마지노선으로서의 준법 가치를 실현시키려 한 것이라면, 동일한 기준을 가진 한 국가의 기업들은 같은 컴플라이언스 시스템을 가졌을 것이다. 그러나 컴플라이언스가 지향하는 바는 단순히 최악의 리스크를 막기 위한 것만은 아니다. 그렇기 때문에 기업은 이 컴플라이언스에 자신들만의 가치를 첨가하였다. 핵심가치를 담은 컴플라이언스 시스템을 통해 자신들의 핵심가치를 실현시키는 문화를 조성하는 것이다.

◎ 해외 기업의 컴플라이언스 문화

엔론, 월드콤 등 다양한 사례를 지켜본 해외의 기업들은 자체 컴플라이언스 프로그램을 구축하고 이를 시행하고 있다. 뿐만 아니라 장기간에 걸친 모니터링을 통해 이 시스템을 갖고 닦아 자신들의 가치에 맞는 더 품격 있는 컴플라이언스 문화를 만들어가고 있다.

재기의 열쇠

유럽 최대의 엔지니어링 회사 지멘스. 자동화 및 제어, 전력, 운송, 의료, 정보통신 조명 등 6개 주 사업 부분을 가지고 190개의 국가에 본사와 계열사를 둔 이들은 2006년 엄청난 부패스캔들에 휘말린다. 검찰과 검찰의 합동 압수수색으로 4억 6천만 유로에 달하는 비자금을 조성하고, 러시아, 나이지리아, 리비아 등 다양한 국가의 공직자들에게 뇌물을 제공한 사실이 드러난 것이다.

지멘스에는 이미 컴플라이언스가 자리 잡고 있었지만, 이 안에는 준법에 대한 경영진의 의지와 컴플라이언스 실천에 대한 임직원 문화가 없었던 것이 부패스캔들의 원인이었다. 즉, 유명무실한 시스템에 불과했던 것이다.

하지만 지멘스는 다시 한 번 이 컴플라이언스에 사활을 걸었다. 이들의 핵심가치 ‘Responsible(책임감 있는)’, ‘Excellent(탁월한)’, ‘Innovative(혁신적인)’이 빛을 발했다. 회장을 선두로 더욱 전문적이고 반부패의지를 가진 경영진이 선임되었고, ‘준법로드쇼’라는 이름으로 반부패 위험이 큰 국가에는 경영진이 직접 방문하여 컴플라이언스가 잘 이뤄지고 있는지 확인했다. 복잡하고 어려운 가이드라인을 과감하게 버리고, 간소화한 사업행동강령으로 임직원이 일상적인 비즈니스에서 이를 접목할 수 있도록 만들어주었다. 교육을 받은 직원이 다른 직원을 교육하도록 하여 임직원 개개인을 컴플라이언스 전문가의 수준으로 끌어올리고, 컴플라이언스 운영을 잘하는 경영진에게 인센티브를 지급하여 그 책임의식을 더 끌어올렸다.

이러한 노력의 결과 지멘스는 큰 좌절에도 불구하고 재기에 성공하여 지금까지도 컴플라이언스를 대표하는 기업으로 주목 받고 있다.

4시 15분

미국의 금융회사 J.P.모건 체이스 고객만족을 최우선 가치로 하는 이들에겐 특별한 리포트가 있다. 바로 4시 15분 리포트. 영업이 끝난 4시, 15분 이내에 자신이 맡은 업무와 관련하여 발생할 수 있는 위험요소를 작성하는 이 보고서는 특정인이 작성하는 것이 아니라 전 직원이 각자 작성한다. 물론 허위보고에 대해서는 엄격하게 처벌한다.

이로써 회사는 전사 곳곳에서 발생가능성이 있는 위험성을 미리 감지하고 대비할 수 있는 것이다. 이러한 철저한 대비는 위험상황에서 그 진가를 발휘한다. 위기의 리스크를 줄이고, 위기에 봉착하더라도 이를 쉽게 극복하여 고객의 손실을 최소화하는 것이다. 전 직원이 함께 고객의 자산과 가치를 보호하는 것, 그것은 고객에겐 신뢰의 증표가, 임직원들에게엔 자부심의 상징이 된다.



관리자 중심의 컴플라이언스

에어서비스 오스트레일리아 사는 호주 정부소유의 항공사로 매년 3백만이 넘는 항공편의 운항을 관리한다. 이들은 '정직, 책임성, 단합, 신뢰' 등을 중시하며, '사람에게 권한을 부여하여 탁월함과 혁신을 이끌어낸다.'라는 포부를 펼쳐나가고 있다. 에어서비스의 포부에서도 알 수 있듯 이들은 사람과 리더십을 중요시하며, 그것은 이들의 컴플라이언스 시스템에도 고스란히 반영되어 있다. 이들은 관리자들을 부정과 유용에 대한 1차 방어선으로 보고 그들에게 조직 내 부정을 어떻게 예방하고 대응해야 하는지 연수를 실시하고 가이드라인을 제공한다. 바람직한 자세의 관리자는 직원들의 롤모델이 되어 이들의 감독과 선수범을 보고 따르는 사이 직원들의 부정행위에 대한 거부감이 강해진다.

정직하고 책임감 있는 관리자, 그들을 신뢰하는 직원들. 이 같은 환경이 만들어지면 마지막 가치인 단합은 자연스럽게 이루어질 수 밖에 없다.

◎ 국내 기업의 컴플라이언스

국내 기업의 컴플라이언스는 선진국에 비해 역사가 짧은 것이 사실이다. 그러나 검증된 컴플라이언스 시스템에 자신들만의 가치를 더하여 이들은 자신들만의 새로운 컴플라이언스 문화를 만들어가고 있다.

옳은 일을 올바르게!

P사는 국내 대기업 중에서도 발빠르게 컴플라이언스 시스템을 도입한 곳이다. '올바른 일을 올바르게 하자'라는 모토로 윤리경영을 실천하는 P사의 컴플라이언스는 단순한 준법을 넘어서 '비윤리 행위 척결'로 결부된다. P사의 직원들은 직원신분증 뒷면에 자가진단표가 인쇄되어 있어 언제 어디서나 자신의 기업윤리 수준을 점검할 수 있으며, 일찍부터 스마트폰 어플을 이용해 '신문고'를 운영하기도 하였다. 재미난 것은 자체적인 비윤리행위 신고보상제도이다. 임직원이 비윤리 행위 신고 시 자체적인 기준에 따라 최대 5천만 원까지도 보상금을 지급하는 것이다. 이들의 컴플라이언스 문화



는 임직원이 스스로 나서 서로를 지키는 모양을 하고 있다. 덕분에 P사의 임직원들은 신뢰와 자부심을 가지고 업무를 수행해 나갈 수 있는 것이다.

스스로 진단하고 개선한다.

S사는 기업의 사회적 책임에 중점을 두고 컴플라이언스를 운영하고 있다. 고객의 불만에서 기회를 찾고 관습을 타파하겠다고 말하는 그들은 자신들만의 지수정책에 따라 전 관계사의 윤리경영 실천 수준을 스스로 진단하고 경영에 반영한다. 이 지수정책에는 일곱 가지 실천테마에 따라 세부적인 평가항목이 제시되어 있다. 고객존중경영의 평가항목으로는 고객의 소리 답변률, 고객안전사고 발생률 등등이 있고, 준법경영의 평가항목으로는 저작권침해, 근로관계법 위반, 탈세 및 밀수 등등이 있으며, 협력회사 존중경영의 평가항목으로는 동반성장 지수, 협력회사 간담회 실적, 근무환경 개선 등등이, 청결경영의 평가항목으로는 클린신고, 윤리강령 정독, 성희롱 예방 등등이 있다. 인재중시경영의 평가항목으로는 장애인 고용, 육아휴직 사용률, 신규입사자 퇴직률 등등이 있고, 사회봉사경영의 평가항목으로는 임직원 사회봉사 참여도, 탄소배출량 감축 실적 등등이 있으며, 경영투명성의 평가항목으로는 영업실적 대내외 공개, 법인카드 불건전 사용 등등이 반영된다.

S사의 이러한 지수정책은 전문적인 통계분석기법을 통한 것이 아닌 만큼 논란의 여지는 있지만, 지속적인 자체 모니터링을 통해 자신들이 목표한 관습타파와 고객만족을 위한 길을 꾸준히 걸어가고 있음만은 분명하다.

앞서 이야기한 바와 같이 기본적인 컴플라이언스는 법규를 지키고 위반행위에 대한 리스크를 줄이는 것에 불과하다. 그러나 윤리적인 기업에서는 기본적인 컴플라이언스 시스템에 만족하지 않는다. 기본적인 준법의식에 자신들만의 가치를 더하여 윤리적 기업, 사회적 책임을 다하는 기업으로 거듭나고자 한다. 이것은 단순한 벤치마킹으로 얻을 수 있는 것이 아니다. 우리가 걸어가야 할 윤리경영에 대해 임직원이 함께 고찰하고 경영진이 힘을 보태어 걸음을 내딛어야만 비로소 우리만의 컴플라이언스 문화를 조성할 수 있는 것이다.

*참고

- https://www.dongabiz.com/CaseStudy/Article/Article_Sub/article_content.php?atno=1901001001&chap_no=1
- 『한국의 윤리경영』 김기찬/송창석/박은규 공저
- 『윤리 준법 경영의 성공 전략 컴플라이언스』 마틴 비겔만 저, 연암사

윤리적으로 정보 다루기

기업의 정보보안이 윤리경영과 무슨 상관일까? 기업은 사업을 진행하는 가운데 다양한 정보를 취득하고 활용하고 폐기한다. 그 가운데에는 기업 내부의 기밀 정보도 있고, 임직원이나 고객 등 다양한 이해관계자에 대한 정보도 있다. 이러한 정보들은 기업 자산의 한 부분이기 때문에 올바르게 활용하고 보호하는 것 역시 윤리경영의 한 부분에 해당한다.

하지만 이보다 더 중요한 이유는 윤리적 리스크 절감과 윤리적 가치 실현을 위한 것이다. 고객과 임직원, 다양한 이해관계자의 정보를 다룬다는 것은 그들의 신뢰를 지키는 일이며, 이에 대한 책임을 다하는 것이 윤리적 기업의 역할이다. 이를 적확하게 보호 또는 관리하지 못했을 때 윤리적 책임까지 짊어지게 되는 것은 이 역할을 다하지 못했기 때문이다.

◎ 정보보호

기업이 정보보안을 실천해야 하는 이유는 위에서 밝힌 바와 같이 회사의 자산이자, 이해관계자들의 신뢰이기 때문이다. 이를 제대로 지키지 못한 기업에겐 신뢰도 하락은 물론, 비난과 질타까지도 이어진다.

개인정보보호법 위반 기업 공개

행정처분 결과 공표 제도는 개인정보보호에 대한 경각심 고취와 유사 사례 예방을 위하여 개인정보보호 위반으로 인한 행정 처분에 대해 공개하는 제도이다. 2011년부터 시행된 제도였지만, 처음엔 실효성이 다소 떨어진다는 지적이 있었으나 2014년 카드 3사 개인정보 유출 사고를 계기로 정비되었다.

이 제도에 따라 지난 2월, 행정자치부에서는 개인정보보호법 위반으로 행정처분을 받은 5개 기업을 공개하였다. 5개 회사 모두 2014년 정보유출로 인해 행정처분을 받았으며, 가장 많은 정보유출 원인은 해킹이었다.

H사는 2014년, 해킹으로 인해 53만 명의 이름, 주민번호, 주소, 아이디, 비밀번호 등이 유출되었으며, 사단법인 H연합회 역시 같은 해 해킹으로 29만 명의 이름, 주소, 아이디, 비밀번호, 이메일 등을, D사는 22만 명의 아이디, 비밀번호, 전화번호, 이메일 등을 유출 당했다. P사는 19만 명으로 피해인원수는 가장 적었지만, 이름, 주민번호, 주소, 전화번호, 성별, 생년월일, 아이디, 비밀번호, 이메일, 가입일, 결혼여부 등 가장 다양한 정보가 유출되었다. A사는 유일하게 해킹이 아닌 위탁직원으로 인해 20만 명의 이름, 주민번호, 전화번호, 이메일이 유출되었다.

행정자치부에서는 각 기업의 이름과, 유출원인, 구체적인 유출 인원, 유출정보와 공표근거, 그리고 유출 신고 연월을 공개하였으며, 개인정보보호를 위한 안전성 확보 조치 위반, 또는 개인정보 유출 통지 위반 등을 이유로 과태료 4200만 원의 행정처분을 내렸다.

애슐리 매디슨 해킹 사건

2015년 7월, 스스로 '임팩트 팀'이라 밝힌 해커집단이 웹사이트 애슐리 매디슨(ashley madison)을 해킹했던 사실을 알려왔다. 애슐리 매디슨은 기혼자들이 불륜 상대를 찾는 웹사이트로 이 해킹 사건의 피해자들에게 엄청난 정신적 피해를 주었다. 유출된 데이터는 3700만 건에 고객 기록과 취약 비밀번호 수백만 건. 하지만 애슐리 매디슨은 해커들이 직원들의 로그인 화면을 통해 해킹 사실을 알려주기 전까지 이 사

실을 파악조차 못하고 있었다. 해커들은 애슐리 매디슨 고객들의 개인 정보를 공개해버렸고, 불륜자로 낙인찍힌 이들은 정신적 고통을 호소하다가 결국 두 건의 자살 사건까지 발생하고 말았다.



S사 직원의 기술정보 유출 시도

2012년, 무려 1조 100억의 거금이 투입된 국가핵심기술이 중국으로 유출될 뻔한 사건이 발생했다. 다행히 경찰은 해당 정보가 경쟁업체에 넘어가기 전 행위자들을 적발할 수 있었다.

조 씨는 S사의 수석연구원으로 해당 기술 개발에 주도적으로 참여한 최고 전문가로, 함께 개발에 참여한 5명의 연구원과 함께 '이직하면 임원급 대우를 해주겠다'는 약속을 받고 이직했다. 이후, 조 씨는 경쟁사에게 1억 9천만 원을 받으며 기술관련 비밀자료를 넘겼다.

문제는 조 씨가 경쟁사의 임원으로 입사하는 것이 무산되면서 더욱 커졌다. 입사가 무산되자 조 씨는 중국으로 해당 기술정보를 넘기려 하였고, 이 가운데 S사의 전현직 연구원 5명이 조 씨와 손을 잡았다.

불행 중 다행으로 조 씨와 그를 도왔던 전현직 S사 연구원, 경쟁사 임원 등 총 11명이 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률 위반으로 검거되었고, 해외로의 정보유출을 막았다.

◎ 잘못된 정보 관리와 활용

정보의 보호만큼이나 기업신뢰를 좌우하는 것이 정보의 활용이다. 정당한 방법을 통한 수집, 정확한 활용목적 고지, 목적 외 용도로 활용하지 않는 것, 그리고 고지한 기간 및 사용 목적이 달성되면 확실하게 정보를 폐기해야 한다.

페이스북의 잘못된 정보수집

2015년, 벨기에의 브뤼셀 자유대학과 루벤대 연구진은 보고서를 통해 페이스북이 자사 회원 뿐 아니라 회원이 아닌 사람들의 개인정보까지 수집했다는 사실을 공개했다. 그들이 말하는 페이스북의 정보수집 대상자는 페이스북 자사 웹페이지를 방문한 모든 사람이었다. 심지어 로그인하지 않은 사람이나 비회원에게 대한 정보도 수집되었으며, 페이스북의 웹 경로 추적 기능을 거부한 방문자들의 웹 경로까지 추적해온 것으로 드러났다.

이는 EU의 개인정보보호법(사용자에게 요청되지 않은 일부 서비스를 제외하고 기업은 쿠키를 설치하거나 웹 이용 브라우저를 추적하기 전에 사용자로부터 허가를 받아야 한다.)을 위배한 것으로 논란이 일었고, 벨기에 법원은 페이스북에 비회원 유저에 대한 추적을 중단하라는 결정을 내렸다.

H사의 고객정보판매

2015년, H사에서 이벤트 명목으로 고객의 정보를 수집하여 판매한 사실이 드러나 논란이 일었다.

H사는 2011년부터 2014년까지 경품행사를 열면서 전단·영수증·홈페이지 등을 통해 고객들의 개인정보를 취득하였다. 이렇게 취득한 무려 2천400만여 건의 정보는 보험사에 판매되어, H사는 231억 원이 넘

는 돈을 챙겼다.

이 사실을 알게 된 소비자들은 분노하였고, 결국 소송에 이르렀다. 그러나 지난 8월, H사는 무죄 판결을 받았다. 고객의 정보를 마케팅 용도로 활용한다는 것을 응모권에 표기했기 때문에 위법행위는 아니라는 것이다.

응모권에 마케팅 자료로 활용됨이 기재되어 있었으므로, 고객에게 알리지 않고 개인정보를 판매한 것은 아니며, 마케팅 자료로 활용 되는 것까지 경품 행사의 목적에 해당되므로 '경품제공에 불필요한 정보까지 수집하였으므로 과도한 정보를 수집하였다'라는 주장도 적합하지 않다는 것이다.

가장 문제가 되었던 1mm의 안내문에 대해서는 활자의 크기가 다양하게 통용되기 때문에 큰 문제가 되지 않으며, 이를 확인하고 정보제공에 동의하지 않은 응모자들도 많았던데다가 응모함 옆에 4배 크기의 응모권 사진이 있었으므로, 이를 충분히 확인할 수 있기 때문에 고의적으로 고객들을 속이기 위해 작은 글씨로 쓴 것이라 볼 수 없다는 이유였다.

그러나 재판 결과에도 불구하고 소비자들의 배신감은 누그러들지 않고 있으며, H사의 경품행사를 통한 고객정보판매는 소비자 기만이라는 주장이 계속되고 있다.



앞서 말한 바와 같이 기업의 정보보안은 소비자 신뢰와 책임에 대한 직접적인 영향을 미친다. 이는 법적인 문제를 넘어서는 것이다. 법적인 책임을 다하는 것만으로 윤리적 책임을 다했다고 볼 수 없는 것과 마찬가지다. 고객을 지키는 마음으로, 회사와 동료로 지키는 마음으로 정보를 지키고 적확(的確)하게 활용해야만 우리를 믿는 고객과 이해관계자들에 대한 믿음에 응할 수 있을 것이다.

*참고

- <http://www.itworld.co.kr/t/36/%EB%B3%B4%EC%95%88/97727>
- <http://www.itworld.co.kr/slideshow/96878#csidxad3c4588d157149a03e090cf2f01003>
- “90조원 삼성 기술 빼돌린 범인 잡고보니...”, 파이낸셜뉴스, 2012.04.05.
- http://www.newsis.com/ar_detail/view.html?ar_id=NISX20150403_0013578955&cID=10104&pID=10100
- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2015/07/01/0200000000AKR20150701158100030.HTML?input=1195m>
- <http://www.etoday.co.kr/news/section/newsview.php?idxno=1116343>
- <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=shm&sid1=101&oid=056&aid=0010350374>
- <http://news.join.com/article/19042093>

윤리경영, 우리만 잘하면 된다?

윤리경영을 위해 노력하는 회사가 있다. 이 회사는 윤리경영을 위한 내부지침을 만드는 것은 물론, 이를 실천하기 위한 인력과 시스템을 모두 갖추었고 정기적인 교육과 감사, 내부신고 활성화 등을 통해 윤리적 문화까지 이루었다. 뿐만 아니라 직접 계약된 중요 협력업체에게는 정기적으로 윤리교육을 제공하고도 있다. 이런 회사가 비윤리문제에 휘말릴 수 있을까? 뜻밖에도 그렇다. 자체적인 윤리적 기준이 높더라도 ‘제3자’에 대한 윤리적 리스크는 여전히 남아 있는 것이다.

지난 3월 윤리it수다에서 소개한 라나 플라자 참사 또한 대표적인 제3자 리스크의 사례이다. 기업과 직간접적으로 연관되어 있으며 기업의 윤리경영 전파가 소홀한 곳, 그곳에서 비윤리 사건사고가 터지곤 한다.

◎ 노동

제3자 리스크의 가장 대표적인 사례는 노동문제이다. 노동에 아동들이 동원되거나 열악한 근무환경 속에서 일하는 가운데, 기본적인 인권이 착취당하는 것이다.

세계 최대의 IT하청업체, 폭스콘

폭스콘(Foxconn)은 애플을 비롯한 여러 스마트폰의 생산공장으로 유명하다. 이 폭스콘이 유명한 또 한 가지. 그것은 바로 악명 높은 근무환경이다.

2010년 3월, 폭스콘 공장의 기숙사에서 한 남성이 투신하였다. 그의 나이는 고작 23살. 폭스콘 공장 노동자 연쇄 자살 사건의 4번째 사망자였다. 그 이후로도 폭스콘의 직원들은 남녀를 가리지 않고 몸을 던졌다. 2010년 1월부터 5월까지 폭스콘의 노동자 11명이 사망했다. 가장 어린 나이 17살, 나이가 많은 사람도 고작 28살이었다.

그들은 말 한 마디 할 수 없도록 감시(동료들과 작업 중 대화금지)하는 카메라 밑에서 월평균 100시간씩 일해야 했다. 폭스콘의 군대식 기숙사, 비위생적이고 열악한 근무환경, 보안요원들의 감시와 통제, 그리고 처참한 임금은 이미 악명이 자자했다.

하지만 폭스콘은 이 모든 사태에 대하여 ‘제조공정의 위생과 근로자 안전을 최우선 하고 있으며 자살 소동은 개인의 문제’라고 일축했다.

한편 일각에서는 이 연쇄 자살에 대해 애플의 책임이 있다는 이야기가 나왔다. 애플의 제품이 시장을 휩쓸면서 엄청난 물량이 공급되어야 하는데, 이 때문에 폭스콘 노동자들의 노동강도가 살인적인 수준까지 오르게 된다는 것이다. 그럼에도 불구하고 애플은 이러한 노동자들의 근무환경에 관심을 기울이지 않는다는 질타를 받았다.

애플은 뒤늦게 폭스콘 노동자들을 위한 근무환경 개선비를 지원하고 근무원칙을 제시했지만, 2014년, BBC의 위장취업(undercover)이라는 프로그램에서는 잠입취재결과 폭스콘의 근무환경은 그다지 변화되지 않은 것으로 확인 되었다고 전했다.

담배농장의 아이를 구하라

2014년, 글로벌 담배제조회사 필립모리스에 국제인권단체 ‘HRW(휴먼라이츠워치)’가 방문했다. HRW가 필립모리스에 제출한 것은 그들이 작성한 미국 담배 농장의 아동노동에 대한 보고서였다.

HRW 조사결과, 최저 7살의 어린이들이 장시간 노동에 동원되고 있다는 것이었다. 담배농장에서의 노동은 아이들을 ‘담뱃잎 농부 병(잎담배를 수확하는 과정에서 피부로 니코틴을 흡수해 발생하는 병)’에 노출시켜 니코틴 중독, 어지럼증, 구토 등을 야기하기도 한다.

HRW의 자료를 전달 받은 필립모리스는 담배 재배 과정에서 어린이 노동착취와 같은 관행들을 근절시키기 위한 많은 조치를 해나갈 것이라 밝혔다.

블러드 콜탄

2012년 6월, IBM, 델, HP 등 미국의 IT업계 전반에 비상이 걸렸다. 해당 기업에 핵심 부품을 납품하는 기업들에게도 부품의 원산지를 확인해줄 것을 요청되었다. 미국에서 분쟁광물을 규제하는 법이 시행되기 때문이었다.

분쟁광물이란, 내전 등의 분쟁을 겪고 있는 나라에서 비정상적인 방법으로 채취하고 판매되는 광물이다. 과거에는 경제가치가 높은 다이아몬드가 ‘블러드 다이아몬드’라는 이름으로 불릴 정도로 악명을 떨쳤지만, 2003년 김벌리 협약 후에는 IT산업에서 주로 쓰이는 광물들이 주목 받게 된다. 특히 콜탄은 노트북, DVD, 휴대전화 등 다양한 전자기기에 들어가는 탄탈륨의 원료로, 블러드 콜탄이란 오명을 이어받을 정도로 수요가 증가했다. 반정부군이 차지한 콜탄 광산에는 인근 지역 주민이나 납치된 포로 등이 강제로 투입되어 안전장비도 없이 부당한 대우를 받으며 일한다. 이렇게 얻은 콜탄을 판매한 돈은 다시 전쟁자금으로 활용되어 죄 없는 사람들의 고통이 끊이지 않는 것이다.

미국 정부는 이 블러드 콜탄을 포함한 분쟁광물에 대해 제동을 걸었고, 자사 제품에 들어가는 부품의 원산지와 그 뒷이야기에 무관심했던 기업일수록 대대적인 개선이 필요하게 되었다.

◎ 정보보안

제3자에 의한 윤리적 리스크는 하청이나 재하청, 파견 등이 많은 곳에서 발생하기 쉽다. 그리고 정보보안 기술의 영역은 보안 전문가의 영역이므로 직접 고용보다는 관련 업체에 완전히 맡기거나 파견을 받아 처리하는 경우가 많다.

카드3사 정보유출사건

2014년 1월, 카드사에서 개인정보가 유출되었다는 말에 많은 사람들이 경악을 금치 못했다. 개인정보 유출 자체는 그 전에도 몇 차례 보도된 적이 있어 다소 익숙할 수 있었지만, 그 규모가 상상을 초월했다. 세 개의 카드사에서 유출된 정보는 1억 건이 넘었다. 심지어 유출된 내용도 단순 아이디, 패스워드, 이름, 연락처 정도가 아니라 연봉, 자동차 소유 여부, 신용등급과 한도 등 민감 금융정보까지 담겨있어 카드사에 제공된 고객의 정보 대부분이 유출된 셈이었다.

이 정보유출 사건의 발단은 해당 카드사에서 이용한 부정사용방지시스템(FDS)이었다. 고객의 평소 카드 사용행태에 근거하여 이상 거래 내역을 감지하고 고객의 돈을 보호하는 시스템이 무슨 문제였던 것일까. 해당 시스템의 개발 책임자 박모씨는 개발 책임자로서 카드사로부터 고객의 자료를 제공 받을 정당한 권한을 가지고 있었다. (물론, 그에게 제공되는 고객 자료는 실제 자료가 아닌 가상 자료인 것이 원칙이나, 이것은 지켜지지 않았다.) 그는 이렇게 제공 받은 자료를 USB에 담아 1년 반이 넘는 시간 동안 대출광 고업자에게 팔았다. 비용 절감을 위해 아웃소싱을 하고도 용역업체 직원이나 계약직 직원에게 소홀했던 결과였다.

이 사건으로 카드3사는 최고 수준의 법적 제재를 받아 2014년 2월부터 3개월간 영업이 정지되고, 최고

경영자를 비롯한 여러 임직원이 해임권고, 직무정지 등 중징계를 받게 되었다.

◎ 부정부패

윤리경영에 있어 주적은 당연히 부정부패이다. 윤리경영 실천을 위해 가장 먼저 배제되어야 할 것이 협력사에 의해, 재하청에 의해 우리 기업을 좀먹는다면 윤리경영을 실천하는 기업으로서는 이보다 더 불쾌할 수는 없을 것이다.

까르푸의 뇌물 제공은 중국의 문제

프랑스의 기업 까르푸는 중국 시장에 발을 들인 이후 빠른 속도로 사업망을 확대했다. 그런데 2006년, 그 과정에서 까르푸가 공급상들로부터 다수의 뇌물을 받은 사실이 드러나 검찰의 호출을 받았다.

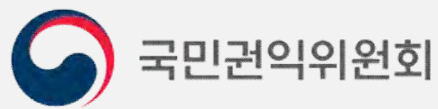
이 사건에 대해 한 인사는 '까르푸의 관리 체계나 해이의 문제라기보다는 이들이 상업 뇌물을 초래하는 장소를 제공한 것'이라고 말했다. 중국에서는 소매상과 공급상 사이의 뇌물이 기본적으로 많은데, 까르푸의 경우 빠른 속도로 사업망을 확대하면서 본사의 감독과 제어능력이 일시적으로 저하되고 이 틈으로 상업뇌물이 발생했다는 것이다. 까르푸와 같은 거대 구매통로에 진입하면 정부에서 인증 받는 것보다도 더 큰 인지도를 확보할 수 있으므로, 중국의 공급상들은 적극적으로 뇌물을 제공한다. 심지어 고위직 직원이 아닌 일선에서 일하는 직급 낮은 직원에게도 그러한 뇌물이 제공되니 뇌물 수수가 발생하기 쉬운 환경이라는 것이다. 이는 체계적으로 설계된 뇌물제공이나 제도화된 부패가 아니었고, 까르푸의 수많은 회사 중 일개 몇몇 사만이 연루되었던 것이 그 증거였다.

까르푸 외에도 지멘스나 맥도날드 등 여러 다국적 기업이 비슷한 문제로 홍콩 염정공서(ICAC)의 조사를 받아야 했다.

제3자 리스크는 그 범위가 광대하다. 특히 제3세계나 타국의 지사에서 발생하는 비윤리 문제는 아무리 본사라고 해도 규제가 어려울 수밖에 없다. 그럼에도 불구하고 현지의 문화, 법률과 우리의 윤리경영 사이에 가이드를 만들고 이를 실천하도록 유도하는 과정이 없다면, 제3자에 의한 리스크는 사라지지 않을 것이다. 소홀해지기 쉽고, 조금만 소홀해져도 위험에 직면하게 되는 것이 바로 제3자 리스크이기 때문이다.

*참고

- <http://digitalstory.net/220216638660>
- <http://www.gukjenews.com/news/articleView.html?idxno=313335>
- http://www.zdnet.co.kr/news/news_view.asp?artice_id=20100609152540&type=det&re=
- <http://www.kookje.co.kr/news2011/asp/newsbody.asp?code=0400&key=20160823.99002014243>
- <http://www.kbench.com/?q=node/100832>
- <http://www.kbench.com/?q=node/106920>
- <http://www.e2news.com/news/articleView.html?idxno=94884>
- http://navercast.naver.com/contents.nhn?rid=2871&contents_id=80353
- <http://www.newspim.com/news/view/20150520000394>
- <http://www.sisapress.com/journal/article/134351>
- <http://blog.naver.com/benefitmag/140208143686>
- <http://news.kotra.or.kr/user/globalAllBbs/kotranews/album/2/globalBbsDataAllView.do?dataldx=39601>



2016 Business Ethics Briefs

윤리연구소

- 2015년 최악의 인물, 마틴슈크렐리 • 02호
- 페트로브라스 뇌물스캔들과 부패방지법 • 03호
- 아마존과 BBC 사례에 나타난 기업문화의 중요성 • 04호
- ‘글래스도어’를 통해 본 투명경영 • 05호
- ‘기업윤리의 날’에 돌아본 윤리경영의 현주소 • 06호
- ‘징벌적 손해배상’, 윤리경영의 또 다른 출발 • 07호
- 우나오일(Unaoil) 스캔들과 기업의 사회적 책임 • 08호
- 청탁금지법과 뇌물방지경영시스템 ISO 37001 • 09호
- 세계화시대의 부패방지 컴플라이언스 • 10호
- 애플 사태를 통해 생각하는 개인정보보호 • 11호
- 유명 스포츠 브랜드의 선택, ‘스피드 팩토리’ • 12호



2015년 최악의 인물, 마틴슈크렐리

2015년 9월, 그때까지 거의 무명인이나 다름없던 마틴슈크렐리라는 인물이 일약 미국인들의 ‘공공의 적’으로 떠올랐다. 슈크렐리가 CEO로 있는 튜링제약이 독소플라스마감염증이라는 희귀 기생충 질환에 걸린 에이즈 환자, 임산부, 일부 암 환자 등에게 처방되는 약인 다라프림의 가격을 하룻밤 사이 한 정당 13.5달러에서 750달러로 무려 55배나 올리면서 논란의 중심에 서게 된 것이다. 미국감염병학회와 HIV의료협회의 추산에 따르면, 이 인상으로 체중 60kg 이하의 환자는 연간 336,000달러, 60kg 이상의 환자는 연간 634,500달러의 약값을 부담하게 될 것이라고 한다. 다라프림을 복용하지 않으면 독소플라스마감염증에 걸린 임산부의 태어나 에이즈, 암 환자가 생명을 잃을 수도 있다는 것이 알려지면서 여론이 들끓기 시작했다. 의료보장을 제대로 받지 못하는 취약계층에게는 날벼락 같은 일이 벌어진 것이다.

언론과 네티즌은 슈크렐리를 “미국인이 가장 싫어하는 인물”, “2015년 최악의 인물”로 지칭하면서 맹렬히 비난했다. 어떤 사안에도 한 목소리를 내지 못하던 미국 대선 후보들이 여야를 막론하고 슈크렐리를 비난하는 보기 드문 광경까지 연출되었다. 힐러리 클린턴 민주당 후보가 약가 규제 제도를 도입하겠다는 공약을 내놓으면서 제약회사들의 주가는 급락했고, 심지어 지구를 반 바퀴 돌아 우리나라 제약업체들의 주가에도까지 영향을 미쳤다.



◎ 법 너머의 윤리

문제는 다라프림의 가격 인상이 어떤 법규에도 저촉되지 않았다는 것이다. 미국은 세계 대부분의 나라들과 달리 약가에 대한 규제가 거의 없다. 제약회사들은 시장이 감당할 수 있는 최고의 가격을 매길 수 있고, 아무리 약값이 비싸도 꼭 살 사람은 사는 것이다. 다라프림처럼 환자의 생사가 달린 약이라면 무지막지한 가격을 책정해도

매출에는 지장이 없고 오히려 큰 수익을 낼 수 있다.

이 때문에 미국에서 이 사건이 촉발한 논의의 초점은 약가 규제를 도입해야 하는가, 만약 도입한다면 어떤 제도가 효과가 있을 것인가에 맞추어져 있다. 전 국민이 건강보험의 보장을 받으며 약가 규제가 상당히 엄격히 시행되고 있는 우리나라 사람들에게 이 사건의 세세한 쟁점은 낯설 수밖에 없다. 그러나 오히려 그렇기에 더 잘 볼 수 있는 것이 있다. 세부적인 제도의 개선을 넘어 문제의 본질을 직시하는 것이다. 물론 법규와 제도는 중요하다. 그러나 법을 어기지 않으면 어떤 짓을 해도 무방한가? 기업이 지켜야 할 법 너머의 윤리와 도덕은 없는 것일까? 냉정한 외부인의 시선으로 이 질문에 답을 내보자.

◎ 탐욕스러운 CEO

사건이 일파만파로 커진 데는 CEO인 슈크렐리 개인의 과격하고 비정한 성격도 한몫했다. 그는 트위터상에서 벌어진 문답에서 저명한 바이오테크 언론인 존 캐럴을 “멍청이”라고 조롱했고, 힐러리 클린턴의 트윗에 대해서는 “LOL”이라는 답을 보냈다. 논란의 와중에 유튜브 생방송으로 자기 집에서 비디오 게임을 하고 온라인 데이트 사이트를 방문하는 장면을 중계하기도 했다. 힙합 그룹 우탕클랜의 단 한 장 남아있는 앨범을 무려 2백만 달러에 온라인 경매에서 구입하고서는, 인기 가수 테일러스위프트가 오럴섹스를 해주면 그녀에게 앨범을 돌려주겠다는 망언을 하기도 했다. 환자의 건강과 생명을 두고 자신에게 비난이 쏟아지는 마당에 이 같은 비정상적이고 반항적인 태도를 보이자 대중은 슈크렐리와 튜링제약에 격분할 수밖에 없었다.

슈크렐리는 아마도 자신에 대한 비난에 억울함을 느끼고 이런 모습을 보인 듯하다. 제약업계에 대한 점증하는 여론의 불만에 편승한 무지한 언론과 포퓰리즘적인 정치인들이 자신을 희생양으로 삼았다는 것이다. 가난한 알바니아 출신 이민자 집안에서 태어나 고등교육도 받지 못하고 헤지펀드 매니저로 자수성가한 32세의 젊은 기업가는 투기적 투자가 판을 치던 월스트리트에서 자신이 보고 들은 아메리칸 드림을 좇았을 뿐이다. 그의 내심은 다음과 같은 말에서 잘 드러난다. “우리 회사 주주들은 다른 어떤 회사의 주주들과 마찬가지로 내가 최대한의 이익을 내기를 기대한다. 그것이 나의 가장 일차적인 의무다. 이윤 곡선의 절반이나 70%가 아닌 100%에 도달하는 것이 우리 모두가 학교에서 배운 것이다.”

그의 경영 철학은 다른 무엇보다도 그의 이력이 분명하게 웅변해주고 있다. 17세부터 인턴으로 시작하여 헤지펀드 매니저로 일하던 그가 22세에 최초로 설립한 헤지펀드는 제약회사의 주가 하락을 예측하는 투자를 한 다음 그 회사의 제품에 대한 악의적인 소문을 주식 거래 채팅룸에 퍼뜨리거나 미국 식품의약국(FDA)에 해당 의약품이 문제가 있다고 제보하여 승인을 늦추는 식의 사업을 전개했다. 이후 레트로핀이라는 제약회사를 창립하여 희귀병인 시스틴뇨증 치료제 시올라의 판매권을 구입한 뒤 한 정당 가격을 1.5달러에서 30달러로 20배 올려 매출을 늘리는 전략을 전개했다. 횡령과 분식회계 혐의로 레트로핀에서 쫓겨난 뒤 설립한 튜링제약에서 이전 회사와 판박이의 판매 전략을 벌이다가 <뉴욕타임스>의 탐사 보도로 이번의 직격탄을 맞게 된 것이다.

그의 발언이나 이력에서는 고객의 처지에 대한 배려나 소비자의 건강과 안전을 책임지는 의료산업의 특별한 사회적 책임에 대한 인식을 전혀 찾아볼 수 없다. 소비자의 윤리 의식이 높아지고 기업 운영의 공정성과 정당성에 대한 사회적 요구가 확산되는 시대적 변화를 전혀 읽지 못한 것이다. 사소한 잘못도 소셜미디어를 타고 빛의 속도로 퍼져나가는 디지털 시대의 특성도 그에게는 관심 밖이었다. 심지어 그는 12월 다라프림 가격을 더 올렸어야 한다고 주장하며 자신에 대한 비판에 정면으로 맞섰다. 기업윤리를 생각지 않은 CEO와 그를 떠받친 투자자들의 탐욕이 2015년 제약업계 최대의 스캔들을 낳은 것이다.

◎ 절박함을 볼모로 삼은 마케팅

제약업계에서 가격 급등을 통한 폭리 전략은 다라프림에 국한된 문제가 아니다. 밸리언트 사는 2015년 고혈압

치료제인 나이트로프레스와 심장병 약인 이수프렐의 판권을 구입한 뒤 가격을 각각 212%와 525% 올렸다. 호라이즌 제약이 2014년 인수한 비모보의 가격은 597%가 올랐고, 2015년에도 가격 인상은 계속되었다. 최근 급증하고 있는 이러한 사례는 찾아보면 끝도 없다.



이들은 모두 R&D 비용의 회수를 가격 인상의 명분으로 내세우고 있다. 신약 개발에는 갈수록 엄청난 비용이 들기 때문에 이를 제품 가격으로 보전해주지 않는다면 제약업계의 혁신은 일어날 수 없다는 것이다. 그러나 약품의 개발비가 얼마나 되는지, 매출액 가운데 R&D에 얼마나 투자되고 있는지를 투명하게 밝히고 있는 제약회사는 한 군데도 없다. 오히려 의사와 병원에 대한 로비에 지출되는 마케팅 비용이 많으면 전체 매출액의 3분의 1을 차지하여 가격 인상의 주요인이 되고 있다는 연구도 있다.

다라프림이나 위에서 예로 든 약품들의 경우는 R&D 비용의 회수라는 명분조차 끼어줄 여지가 없다. 이들은 모두 오래 전에 특허권이 만료된 제품들로서 개발비의 회수는 몇 배나 이루어지고도 남았다. 가격 상승의 원인은 오직 판매회사가 바뀌었다는 것밖에 없었다. 소비자와 보험사, 정부의 부담으로 자신들이 판매권을 구입하는 데 든 비용을 보전하는 후안무치한 행태에 불과한 것이다. 이번 사건이 다른 사례들과 구분되는 점이라곤 부정적 여론에 신경 쓰지 않는 슈크렐리의 막무가내식 대응뿐이었다.

수요와 공급의 변동이 최적의 상품 가격을 결정한다는 시장 논리는 제대로 작동할 수 없었다. 복제약을 만들어 팔기 위해서는 엄청난 비용이 드는 엄격한 FDA 기준을 통과해야 하는 상황은 사실상의 독점 시장을 창출했고, 복제약을 새롭게 개발하는 것보다는 기존의 판매권을 구입해서 독점 이윤의 과실을 따먹는 것이 더 바람직한 경영 전략이 된 것이다. 절박한 처지에 내몰린 환자들의 처지를 악용하여 막대한 이윤을 얻는 이와 같은 마케팅 전략은 환자의 인권, 필수 약품에 대한 접근권, 적절한 가격을 누릴 소비자의 권리와 알 권리를 침해하는 비윤리적인 행태이다.

슈크렐리가 불러온 다라프림 사태는 지금까지 누적된 문제가 끓아터진 것일 뿐이다. 소비자가 체감하는 효용과 가치에 비례하는 가격을 매기는 비례의 원칙을 거부하고 오직 최대 이윤만을 추구한 제약회사들의 누습이 더 이상 지속가능하지 않은 시대가 온 것이다. 단기 이윤의 추구에만 매진하며 고객과 사회에 눈을 돌리지 않은 비윤리적 마케팅이 정부의 규제를 불러오는 자승자박이 되고 있다.

◎ 고객 중심의 윤리경영

그러므로 문제의 핵심은 다시 고객이다. 고객가치 창출을 슬로건으로만 내걸고 실제로는 주주가치만을 유일한 의사결정의 기준으로 삼는 기업들은 더 이상 세상의 매서운 눈을 피할 수 없다. GE의 CEO였던 잭웰치는 1981년 1등과 2등 사업 빼고는 모두 정리하여 극대화된 가치를 주주들에게 돌려주어야 한다고 주장하면서 이후 주주가

치 운동의 아버지로 불렸다. 그러나 글로벌 금융위기가 터진 이듬해인 2009년 웰치는〈파이낸셜타임스〉와의 인터뷰에서 자신의 진의가 왜곡되었다는 변명을 하면서 “주주가치는 세계에서 가장 어리석은 아이디어”이며 “경영인의 주요한 기반은 피고용인과 고객, 그리고 제품”이라고 단언했다. 주주가치의 전도사가 주주가치의 저격수가 된 것은 주주 자본주의가 쇠퇴하고 이해관계자 자본주의가 부상하는 세태를 반영하고 있다.

이번 사태를 보며 기업들은 자문해 보아야 한다. 우리 회사의 경영 비전과 전략은 이해관계자, 그 중에서도 고객의 가치를 높여야 한다는 이념을 반영하고 있는가? 우리 회사 제품의 가격을 결정할 때 고객의 효용과 만족을 주요한 원리로 삼고 있는가? 회사의 전략적 의사결정에 대한 정보가 투명하게 공개되고 있는가? 경제력과 협상력이 약한 소비자에 대해 배려를 하고 있는가? 우리 회사의 CEO는 주주가치만이 아닌 고객가치를 포함한 이해관계자의 이해를 의사결정의 잣대로 삼고 있는가? 그렇지 못한 결정을 내리는 CEO에 대한 견제와 제어의 장치는 제대로 마련되어 작동하고 있는가? 이러한 질문에 제대로 답하지 못하는 기업에서는 언제 제2, 제3의 슈크렐리가 나올지 알 수 없는 일이다.

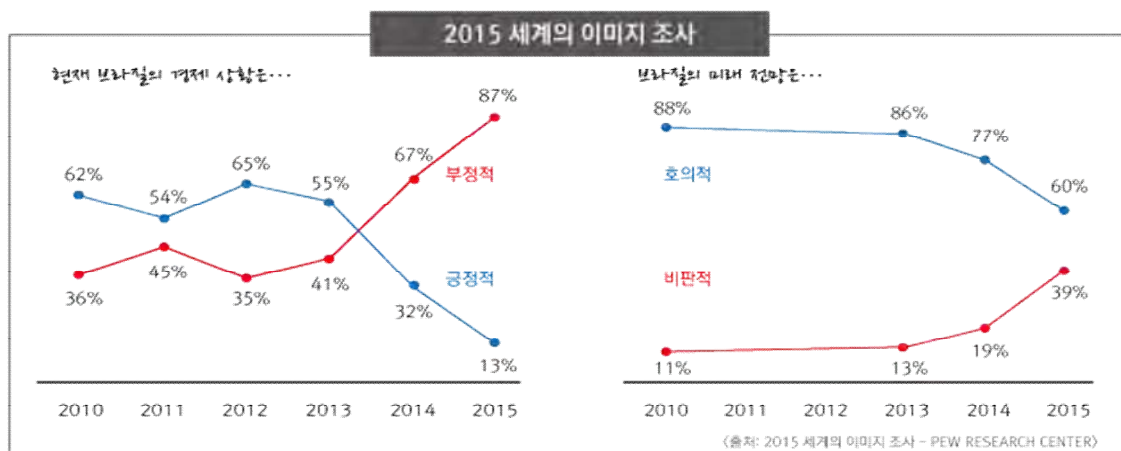
*참고

- Drug Goes From \$13.50 a Tablet to \$750, Overnight
- Prescription Drug Costs Are Rising as a Campaign Issue
- Solving Pharma's Shkreli Problem
- How expensive medications are increasingly out of reach
- Chart of the Day: Purchase Drug, Increase Price, Rinse, Repeat
- Wikipedia: Martin Shkreli
- 책 웰치 “주주가치 집착...어리석었다”



페트로브라스 뇌물스캔들과 부패방지법

브라질은 정치부패, 경제위축, 높은 사회보장비 지출, 글로벌 원자재 가격 급락의 4중 소용돌이의 가운데서 심각한 위기를 맞이하고 있다. 지난 해 여론조사에서 현 호세프 대통령의 국정운영에 대한 부정적 평가가 71%, 대통령 탄핵 찬성이 66%가 나올 정도로 민심도 동요하고 있다. 인구 2억 명의 브라질에 닥칠 험난한 풍랑의 전주곡이 시작되었다. 2009년 브라질 대통령 루이스 이나시우 룰라 다 시우바가, 2016년 하계 올림픽 개최지로 리우 데자네이루가 선정되자, 곧 선진국 대열에 합류할 것이라고 호언장담했을 때와는 사뭇 다른 분위기다. 당시만 해도 국내총생산(GDP) 성장률이 7.6%에 이를 정도로 축제 무드였다. 그러나 불과 5년 만에 세계 7위 경제대국은 GDP가 마이너스 3.7%로 급락했고, 올해에도 추가로 3% 가까이 더 추락할 것으로 전망된다.



지난 해 9월 이후 3대 신용평가기관 중 2곳에서 브라질 채권을 정크(투기) 등급으로 강등시켰고, 실업률도 올해 12%를 넘어설 가능성이 높다. 설상가상으로 지난해 12월 월간 기준 사상 최대의 재정적자를 기록했다. 경제전문가들은 2016년 1인당 GDP가 2009년 수준으로 곤두박질 칠 것으로 예상하며, 아직도 바닥을 치지 않은 상태라고 분석한다. 정치적 교착상태에 빠져 실질적인 국가개혁이 요원한 상태이다. 현 상황의 직접적 원인은 브라질 GDP의 13%를 차지하는 최대 국영석유기업인 페트로브라스에서 발생한 부패스캔들이다. 1953년 설립된 페트로브라스는 석유생산량이 브라질 전체의 93%에 달하며, 직간접 고용 인력이 40만 명에 육박하는 브라질 최대기업이다. 정경유착 부패스캔들이 자칫 잘못하면 국가의 총체적 위기를 불러올 수 있다는 단적인 사례가 바로 페트로브라스 비리사태다.

◎ 페트로브라스 부패스캔들의 성격

2014년 브라질 연방경찰은 라바자투(세차작전) 수사를 통해, 페트로브라스가 대형건설업체들과 계약체결 과정에서 비용을 부풀리는 방식으로 뇌물을 받은 뒤 이 자금을 세탁하여 정치권에 전달한 혐의를 조사하였다. 페트로브라스 임원으로 재직했던 석유기술자 파울루 호베르투 코스타는 수백억 달러를 빼돌려 정치인들에게 뇌물을 제공했고, 스위스와 케이먼제도 은행에 2500만 달러의 자산이 예금돼 있었으며, 은퇴 뒤 리우데자네이루에 컨설팅 업체까지 설립했다. 코스타는 자신이 뇌물을 준 정치인 30여명을 지목했는데, 그 가운데는 집권 노동자당(PT) 소속 상원의원 13명과 하원의원 22명, 주지사 2명이 포함됐다. 모두 50여 명의 정치인이 조사대상에 올랐고, 전·현직 대통령의 부패연루 가능성이 제기되었으며, 현직대통령의 탄핵요구로 이어지면서 부정적인 정치효과가 증폭되었다.

한편, 부패스캔들은 국제규모로 커져, 연방 감사원이 네덜란드 해양설비 업체 SBM 오프쇼어 조사에 착수했다. 이 업체가 페트로브라스 간부 6명에게 뇌물을 준 혐의를 감사원이 포착했다. 또한 미국 국무부와 증권거래위원회(SEC)는 페트로브라스 임직원, 중개인, 도급업자들이 장부를 조작하고 뇌물을 제공하는 등 미국 해외부패방지법(FCPA)을 위반했는지 조사하였다. 세계화로 인해 해외시장 진출이 자유로운 상황에서 부패방지법 집행의 세계화는 이후 중요한 트렌드가 되어가고 있고, 페트로브라스 부패스캔들은 그 추세를 더욱 강화시키는 계기가 되었다.

페트로브라스 부패스캔들은 정부-기업 관계가 복합적으로 얽혀있는 브라질 국가자본주의의 구조적 병폐를 드러낸 셈이다. 브라질 정경유착의 부패사슬은 과거 군사독재 시절뿐 아니라, 1985년 20년간의 군부지배가 종식된 이후에도 계속되었다. 정치권 부패스캔들에 신물 나 있던 국민들은 서민을 위한 최초의 좌파정부인 노동자당은 부패와 비리로부터 자유로울 것으로 믿었다. 그러나 노동자당 역시 공기업 공금을 유용하거나 민간기업으로부터 조성한 비자금으로 의원들을 매수하는 관행에서 벗어나지 못했다. 2005년 브라질 노동당(PTB) 대표 제페르손 의원이 폭로한, 정책연합 파트너 의원들의 돈 매수 사건인 ‘멘살라웅’ 사건이 발생했다. 의회에서 기업인과 정치인을 상대로 국정조사가 열렸고, 정부 고위인사, 정치인, 기업인 수십 명이 사법처리 되었다. 페트로브라스 부패스캔들에 이르기까지 계속적으로 반복되는 브라질의 정치권 부패는 경제적 부패와 직접 연결되어 있고, 단순한 개인적인 권력 남용의 여파를 넘어 정부의 투명성과 책임성, 공정성에 대한 불신을 확산시키고 궁극적으로 국가경제의 파탄으로 이어진다. 페트로브라스 부패스캔들에 연루된 대기업들의 파산신청이 잇따랐고 대규모 국책 에너지 개발 사업도 흔들렸다. 한때 ‘브라질의 자존심’이었던 중남미 최대기업 페트로브라스의 시장가치가 현재 상파울루 증시에서 약 21조 9천억 원에 그쳐, 가장 고평가된 2008년 대비 85%가 공중 분해된 셈이다.

◎ 브라질 부패방지법의 탄생

지난 30여 년간 민주화 및 경제안정화, 건전한 거버넌스 담론을 통한 부패방지 노력에도 불구하고 브라질에서 부패스캔들이 끊이지 않았던 것은 부패에 대한 책임과 이것을 강제하는 방법이 효과적이지 못했기 때문이다. 1990년 대통령에 당선된 콜로르는 선거 당시 대규모 부정축재 혐의가 포착되어 의회에서 탄핵을 진행하자 1992년 돌연 사임하였다. 그 후 뇌물수수 혐의로 기소되어 재판이 진행되었지만, 대법원에서 증거 없음으로 무죄를 선고받았다. 브라질 사법체계는 부패에 연루되어도 대법원 판결을 받기 전까지 처벌을 받지 않기 때문에, 정치인이나 고위 관료는 재판을 무한정 끌면서 자유롭게 생활할 수 있다. 또한 부패방지 노력도 사후 조사에 치우쳐서 지속적인 모니터링이나 효과적 처벌방법 모색에 취약하다. 뉴욕타임스는 이를 꼬집어 “유력자가 버티면서 감옥에 가지 않고 피자나 주문하고 즐긴다.”고 신랄하게 비난했다. 효율적인 부패예방책을 고민한 결과, 부패행위를 한 기업에 책임을 묻는 새로운 부패방지법을 제정하였다.

2013년 6월 브라질이 월드컵과 하계올림픽을 준비하면서 대규모 인프라 투자가 이루어졌지만 정작 시민들의 생활여건이 호전되지 않았다. 게다가 대중교통 요금 인상과 열악한 공중보건 여건에 대한 불만은 시민들의 대규모 거리시위로 이어졌고, 이 기회를 틈타 호세프 정부는 연방의회에 3년 넘게 계류 중이던 부패방지법을 신속히 통과시켰다. 부패방지법은 청정기업법(Clean Companies Act)이라고도 하는데, 그 이유는 주요 규제대상이 기업이

기 때문이다. 국내외 공직자를 매수하는 불법행위를 한 법인에게도 직접 책임을 물을 수 있는 법적 근거가 마련되었다. 브라질은 UN 부패방지협약과 OECD 국제상거래의 외국 공무원에 대한 뇌물방지협약에 가입했기 때문에, 국내 및 외국 공무원에 대한 기업의 부정부패행위 모두를 처벌할 수 있도록 법제도를 정비하였다.

◎ 부패방지법의 특징과 핵심내용

이 법의 가장 큰 특징은 공무원의 부정부패 근절을 위해 법인의 부패행위에 대해서도 민사 및 행정상 처벌을 강화한 것이다. 즉, 부패법인의 강제해산까지 가능하도록 제재수단이 강화되었다. 부패방지법은 기업해산, 영업정지 등의 강수만 두지 않고, 당근과 채찍을 분명히 구분했다. 기업이 부패행위 근절을 위한 예방프로그램을 정착시켜 자체적으로 부정행위를 적발하거나 인센티브를 부여할 경우, 설사 부패행위가 발생해도 처벌을 완화하는 규정을 두었다. 이러한 차별대우 규정을 통해 기업들이 자발적으로 불법행위를 예방·적발하는 효과적인 컴플라이언스 시스템을 구축하도록 유도하고 있다.

부패방지법에 따르면, 법인은 행위자의 주관적 의사와 상관없이 결과에 기초하여 책임을 묻지만, 법인 경영인이나 관리인들은 고의 또는 중대한 과실이 입증되어야 불법행위 책임을 물을 수 있다. 그리고 행정제재로 법인에 부과하는 벌금의 액수가 엄청나다. 부패방지법의 행정처벌에 따르면, “벌금액은 행정제재 절차 시작 바로 직전년도 총 매출액의 0.1~20%에서 결정되며, 조세는 여기에 포함되지 않고 그 액수가 갈취한 금액보다 낮아도 안 된다”라고 명시되어 있다. 행정제재와 별도로 법인에게 민사제재가 이루어질 수 있는데, 자본·권리·금전 손실, 활동정지, 1~5년간 공공기관으로부터 인센티브·보조금·기부금·대출 금지, 최악의 경우 강제해산 등 다양하게 적용된다. 가장 강력한 제재수단인 강제해산은 불법행위를 수월하게 저지르기 위해 법인제도를 이용한 경우와 부당이익이나 불법행위 수혜자의 신원을 감추기 위해 법인을 설립한 경우에 이루어진다.

부패방지법의 특징 중 하나는 부패로 처벌된 기업을 공개하여 국민에게 널리 알림으로써 기업이미지에 영향을 미치도록 만든 것이다. 처벌기업 국가등록제에 등록된 내용은 제재가 완전히 이루어지고 제재기간이 경과해야만 해당기관의 요청에 따라 삭제할 수 있다. 또한 부패행위를 인지한 주무기관은 그 사실을 밝히기 위해 적절한 침해조사를 하여야 한다. 그렇지 않으면 특별법에 따라 형사, 민사 및 행정적 책임을 지기 때문에, 관계기관이 적극성을 가지도록 규정하고 있다. 부패방지법은 강력한 행정 및 민사제재 수단을 갖고 있기 때문에 브라질의 기업문화와 공무원 사회에 만연된 부정부패 관행을 줄이는 데 큰 역할을 할 것으로 기대한다.

◎ 글로벌 트렌드인 부패방지법의 긍정적 효과

브라질 부패방지법은 공무원을 대상으로 한 뇌물제공, 담합입찰 및 기타 공공조달 과정에서 불법행위를 저지른 기업에 행정·민사상 책임을 지우는 법이다. 과거에는 부정행위를 저지른 개인만이 기소될 수 있었다. 부패방지법은 법인이 책임을 져야 할 대상을 규정해 놓았고, 그 준수규정과 처벌규정이 대단히 강력하다. 따라서 글로벌 트렌드를 따라 기업들은 컴플라이언스 시스템 구축에 투자를 해야 한다. 우선, 기업들은 금지행위를 명확히 구분하고, 이를 반복적으로 대상 직원 및 관련 기업이나 관련자들에게 알려주고 교육시킬 뿐 아니라, 정기 또는 수시로 감독하는 시스템을 도입해야 한다. 기업은 매수나 부패 등의 방법이 아니라 적법한 방법으로 기업이윤을 창출하는 기업문화를 만들어야 한다. 부패방지법은 기업 거버넌스를 제도적으로 잘 정착시킨 기업과 그렇지 않은 기업을 구분하여 인센티브를 제공할 수 있도록 했다. 기업은 불법이나 부패행위를 근절시키기 위한 프로그램을 적용하고, 윤리규정 위반이나 부정행위를 고발하면 인센티브를 부여하는 등 예방프로그램을 정착시켜 부패방지법의 수혜자가 되기 위한 노력을 기울여야 한다.

페트로브라스 부패스캔들은 브라질 기업들에게 투명성과 비리척결의 소중함을 교훈으로 남겼다. 부패방지법의 제정으로 투명성이 강조되어 시장에서의 공정한 경쟁 환경이 조성된다면, 고질적인 문제였던 비리 및 부정부패가 척결되어 ‘브라질코스트’가 축소될 것으로 기대된다.

1977년 미국이 해외부패방지법(FCPA)을 제정한 이후 2000년대 들어 세계적으로 기업의 컴플라이언스 강조 추세가 진행되고 있다. 2-3년 전부터는 브라질뿐만 아니라, 러시아와 인도 그리고 중국 등 브릭스(BRICs) 국가에서도 부패방지법 관련 소식들이 뉴스 헤드라인을 장식한다. 부패방지법 집행의 세계화 추세는 기업의 반부패조사 및 컴플라이언스 접근법에 중요한 함의를 지닐 수 있기 때문에, 앞으로 우리도 계속 관심을 기울여야 할 핵심 트렌드이다.

*참고

- <http://weekly.khan.co.kr/khnm.html?mode=view&artid=201411181118501>
- http://www.yonhapmidas.com/print/150510140205_188820
- http://www.lakis.or.kr/webzine/30/02_1.html
- http://www.yonhapmidas.com/print/150510140205_188820
- <http://www.ibtimes.com/political-corruption-plunging-commodities-prices-brazils-fall-grace-could-take-years-2246882>
- <http://nyti.ms/1KV3nBW>



아마존과 BBC 사례에 나타난 기업문화의 중요성

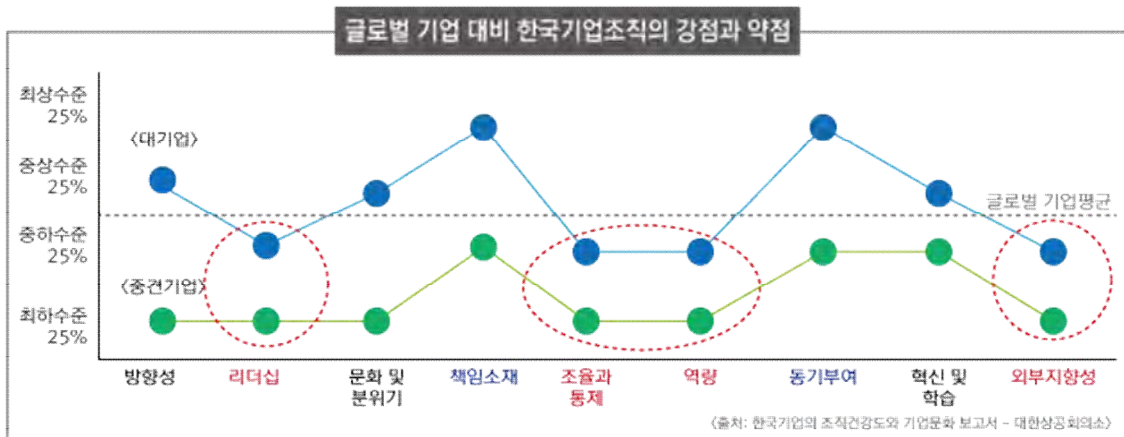
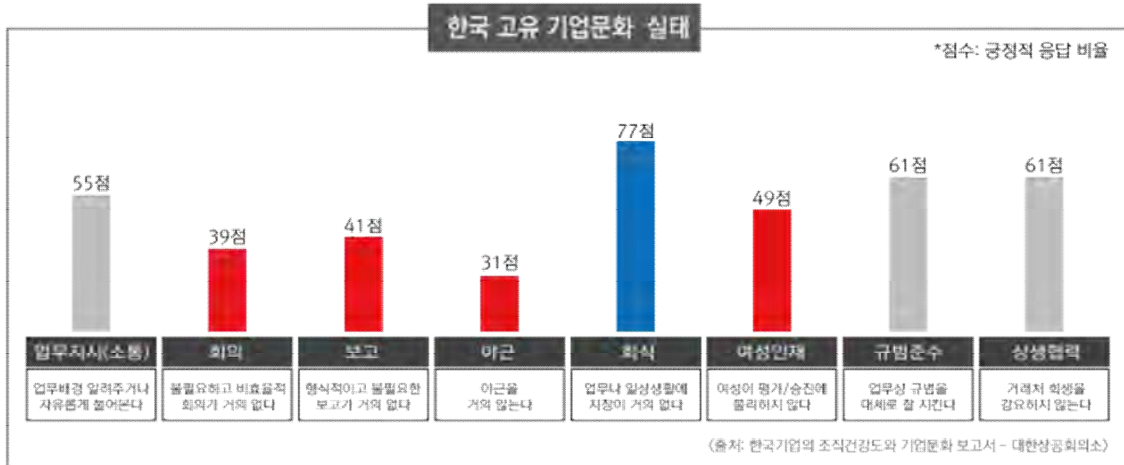
기득권을 가진 사람들의 ‘갑질’ 논란이 우리 사회 핵심 키워드가 된지 오래다. 2014년 말 어느 항공사 부사장이 연출한 땅콩회항 뉴스는 그 대표적 사례이다. 업무관련 매뉴얼과 코드는 사라지고, 위계질서 상 위에서 시키면 무조건 따라야하는 관행이 지배하는 기업현실을 고발한 다큐멘터리라 하지 않을 수 없다.

리더십은 특정 목표를 달성하기 위해 조직구성원들에게 적절한 권한과 업무영역을 배분해서 능동적으로 움직이게 하는 능력 또는 기술이다. 기업의 경우, 경영리더가 어떤 리더십을 발휘하느냐에 따라 성공과 실패가 판가름 난다. 리더십과 비슷한 말처럼 들리지만, 전혀 다른 의미를 갖는 헤드십이란 표현이 있다. 자발적으로 움직이게 만드는 리더십 대신, 헤드십은 직권만으로 반강제로 조직을 움직이게 만든다. 헤드십을 가진 리더는 권위주의로 무장하여, 상명하복식의 일방적 의사소통, 강압적 분위기, 물질적 보상과 처벌을 통해 제왕적 지배를 한다.

우리 기업문화는 대체로 권위주의적이라고 평가받는다. 과거 군사정권 시절의 권위주의 문화가 기업과 사회에 침투한 결과라고 설명한다. 소위 병영적 노사관계라는 심각한 표현까지 사용하면서, 우리의 기업문화를 나무라기도 한다. 잘못된 기업문화는 노사화합과 책임경영을 해치고 시민사회의 평판을 악화시켜 결국 기업을 한계상황에 빠뜨린다. 우선 우리 기업문화를 다룬 보고서의 내용을 간단히 살펴본 뒤, 아마존과 BBC의 해외사례를 통해 기업문화의 중요성을 강조할 것이다.

◎ 한국형 기업문화, 상명하복과 야근

대한상공회의소는 글로벌 컨설팅기업 맥킨지와 공동으로 9개월간 국내 기업 100개사, 임직원 4만여 명을 대상으로 실시한 ‘한국기업의 조직건강도와 기업문화 종합보고서’를 3월 15일 발표했다. 조직건강도 조사 결과, 국내 기업의 77%가 글로벌 기업에 비해 건강도가 낮은 것으로 드러났다. 그 가운데 최하위 수준이 52%나 차지했다. 그리고 가장 심각한 기업문화로 지적한 것은 직장인들의 ‘습관화된 야근’이었다.



구체적인 야근실태 조사보고서에 따르면, 한국 직장인들이 주 5일 기준 평균 2.3일을 야근한다. '3일 이상 야근자' 비율도 43.1%에 이르렀고, '야근이 없다'는 직장인은 12.2%에 머물렀다. 야근을 초래하는 가장 큰 원인은 비효율적 회의, 과도한 보고, 소통 없는 일방적 업무지시 등이었다. 이처럼 우리 야근문화의 근본원인으로 지목할 수 있는 것은 비과학적 업무프로세스와 상명하복의 불통문화였다.

업무효율성 측면에서도 야근이 많을수록 업무시간만 늘어날 뿐, 그 생산성은 오히려 떨어지는 '야근의 역설'이 확인되었다. 8개 기업 45명의 일과를 관찰한 결과, 상습적으로 야근하는 A대리의 하루 평균 근무시간은 11시간 30분이었고, 나머지 직원들의 근무시간은 하루 9시간 50분 정도였다. 근무시간과는 반대로 A대리의 생산성은 45%에 불과해, 다른 직원들의 57%보다 훨씬 낮았다. 생산적인 업무시간도 A대리(11시간30분×45%=5시간11분)가 다른 직원들(9시간50분×57%=5시간36분)에 비해 더 적은 것으로 분석됐다.

우리 야근문화의 이면에는 여성차별의 그림자가 감춰져 있다. 조사보고서에 따르면, 여성의 경우 "육아를 위한 불가피한 상황조차도 눈치를 보는 경우가 많다"면서, "야근 핸디캡과 사내 눈치 보기가 여성의 당연한 조직생활을 가로막고 있다"고 지적한다. 우리 기업문화에서 자주 발생하는 야근이나 화식 때, 육아 때문에 일찍 자리를 떠나 할 상황이 반복될 가능성이 높다. 이 경우 여성은 눈치가 보이고 소외감을 느껴 직장생활에 몰입하기 쉽지 않다.

우리의 권위주의 기업문화는 상명하복을 낳고, 그로 인해 야근시간이 늘어나며 생산성 향상에 역행하는 결과를 초래한다. 양성육아 문화가 정착되지 않은 상황은 여성의 기업문화 적응력을 떨어뜨리고, 결국 여성차별로 이어진다.

◎ 아마존 내부 들여다보기: 가혹한 직장에서 빅 아이디어와의 씨름

1994년 설립된 아마존은 최초로 전자상거래 시장을 개척했다. 온라인 서점에서 시작한 아마존은 의류, 잡화 등 소매상품뿐 아니라, 디지털 음원 등 콘텐츠 판매시장까지 진출해 세계 최대 전자상거래업체가 되었다. 나아가 아마존 웹서비스(AWS)를 개시해 세계 1위 클라우드 서비스 업체가 됐고, 태블릿PC '킨들파이어'와 스마트폰 '파이어폰'을 잇달아 출시하면서 스마트 디바이스 분야까지 그 사업영역을 확장하고 있다. 또한 온라인 식료품 사업을 서서히 확대하면서 '시장게임 교체자'로서의 명성을 확인시켜 준다.

하지만 기업문화의 이면에 자리 잡은 가혹한 실험에 대한 비판의 목소리가 있다. 시가총액 150조 원이 넘는 아마존이 최고의 고객 지향기업이란 찬사와 함께, 직원과 협력업체를 가혹하게 다루고 창업자가 독단적이라는 비판도 함께 받는다.

2015년 뉴욕타임스는 아마존의 전·현직 임직원 100명의 육성을 인용해, 한마디로 “가혹한 기업문화”라고 표현했다. 그 여파인지 모르겠지만, 최근 포브스가 실시한 여성이 일하기 좋은 IT회사 / 다른 여성에게 추천하고 싶은 회사 순위 조사에서도 최하위를 기록했다. 전자책 '킨들' 개발에 참여했던 제이슨 머코스키도 아마존의 기업문화를 한마디로 위계적인 군대문화라고 표현한다. 더욱이 아마존 직원들은 무한한 경쟁 체제에 놓여있기 때문에 서로를 물어뜯어야 살아남을 수 있다고 뉴욕타임스가 보도했다. 또한 한국의 현실과 마찬가지로 끝없이 야근이 이어지고, 심야에도 직원들에게 업무연락을 취해서 즉각 응답하지 않는 직원을 추궁한다고 지적했다. 부활절부터 추수감사절까지 이어지는 마라톤 화상회의, 휴가 중 인터넷을 통해 이뤄지는 상관들의 비판 등에 대한 인터뷰 기사도 실었다.

여성차별에 대한 내용도 담겨 있다. 페이스북, 구글, 월마트와 달리 아마존은 최고위직에 여성이 단 한 명도 없다. 아마존의 여직원들은 "신뢰를 얻어라"(원칙 No.10)와 같이 구체화하기 힘든 기준이나 동료에게 반박하도록 권하는 문화 때문에 승진에서 밀린다고 말했다. 직장에서의 강압적 환경은 여성들에게겐 특히 재앙적인 것이다. 그리고 육아부담 역시 여성에게 불리하게 작용한다.

뉴욕타임스 심층보도에 따르면, 아마존의 기업문화는 직장 생활의 경계를 파괴했고, 자신의 부족함에 대해 스스로 채찍질하게 만들었으며, 만족할 수 없는 감독자인 회사의 마음에 들도록 애써야 했다. 이것이야말로 아마존 성장의 비결이었고 직원 대부분은 입사 몇 년 내에 회사를 떠난다고 보도해 당시 큰 파장을 불러일으켰다. 끊임 없는 혁신으로 성공한 기업이라고 평가받는 아마존의 내부를 심층적으로 들여다보면 '좋은 기업'이나 '위대한 기업'과는 거리가 꽤 멀다.

◎ 스타의 성범죄를 조장한 BBC 기업문화

영국 공영방송 BBC의 간판 진행자였던 지미 새빌(1926-2011)은 '국민 MC'로서 영국민의 사랑과 존경을 한 몸에 받았다. 그는 자선활동가로서 대영제국훈장까지 받는 등 영국 대중문화의 대표 아이콘이었다. 하지만 그의 사후에 터져 나온 성추문 관련 폭로는 영국민뿐만 아니라 그를 알고 있는 세계 모든 이에게 충격을 주었다. 새빌은 BBC에서 쌓아올린 자신의 명성을 무기로 방송국과 심지어 봉사활동 중인 병원에서 무려 50년간 수백 건의 성범죄를 저질렀다. 그 가운데는 미성년자 성추행 사실까지 포함돼 있어서 모두의 할 말을 잃게 만들었다. 과연 이 추악한 성범죄가 새빌의 개인적 일탈만으로 가능했던 것일까에 대한 의심을 갖지 않을 수 없다.

당시 BBC의 경영진이 결코 자신들은 몰랐다고 항변하지만, 국민들은 별로 공감하지 않는 분위기였다. 국민이 낸 수신료로 운영되는 BBC가 새빌의 성범죄 사실을 예방하거나 막지 못한 데에는, 내부고발 시스템이 제대로 작동하지 않았기 때문이라는 비난 여론도 거셌다. 새빌 사건으로 세계적인 공영방송 BBC의 권위는 땅바닥으로 급격

히 추락했다. 피해자의 증언을 통해 드러난 사실은 BBC 직원들이 이미 오래 전부터 알고 있었으면서도 감추기에 급급했다는 것이다. BBC 관계자들은 새빌의 인기와 영향력 앞에 나서기를 주저했고, 그를 무시무시한 괴물로 키웠다.

지난 3년간 BBC에서 내부조사를 벌인 조사단장 자넷 스미스는 BBC의 억압적인 조직문화를 지적하였다. “BBC에는 불평을 하거나 문제를 키우지 않는 게 좋다는 문화가 있다.” 이러한 문화에 길들여진 BBC 직원들은 범행현장을 목격하거나 전해 듣고도 눈과 입을 닫았던 것이다. BBC도 뒤늦게 책임을 인정하고, 힘 있는 유력인사의 허물을 지적했다가 도리어 피해를 볼 수 있다는 생각이 지금도 여전한 것 아니냐는 자성의 목소리가 나오고 있다.

◎ 기업문화 개선의 필요조건과 충분조건

권위주의 기업문화의 왜곡된 결과를 해외 사례를 통해 살펴보았다. 아마존과 BBC의 기업문화 사례가 우리의 기업문화와 큰 차이를 보이지는 않았다. 기업문화의 한국적 특성과 관련해 외국인 임원의 기업 인상평은 시사하는 바가 크다. “한국기업 임원실은 엄숙한 장례식장 같다. 불합리한 지시에도 와이(Why), 노(No) 없이 고개만 끄덕이는 걸 보고 쉽게 개선되지 않겠다는 생각이 들었다.” 상명하복과 불통문화의 단적인 반증이다.

조직문화를 바라보는 세대 간 시각차가 조직건강도 조사에서 분명하게 나타난다. 해당 기업의 조직건강도에 대해 50대 이상은 67점을 준 반면, 30-40대는 최하점에 가까운 50점대를 주었다. 권위주의 기업문화로 인한 불편함이 상대적으로 젊은 세대에게 존재하는 것이다. 젊은 세대를 설득하지 못하는 조직운영 방식으로는 저성장의 뉴노멀 시대를 극복하기 어렵고, 기업의 사회적 지위 향상도 기대하기 힘들다.

대한상의는 “기업문화의 혁신을 위해서 CEO의 인식과 의지가 절대적으로 중요하다”면서, “전근대적이고 비합리적인 기업문화의 개선을 위해 모든 수단을 강구해 집요하게 노력할 것”이라고 밝혔다. 이를 위해 대한상의는 주요기업 CEO들을 위원으로 하는 가칭 ‘기업문화 선진화포럼’을 구성·운영해 기업 최고위층부터 전근대적인 기업문화에 대한 인식을 바꿔나갈 계획이다. 우리의 권위주의 기업문화가 위로부터 고착화된 측면이 있는 만큼, 최고위층의 인식변화는 기업문화 개선의 필요조건인 셈이다. 기업 CEO와 경영진의 뼈를 깎는 자기 인식과 성찰, 기업문화 및 조직건강도에 대한 적극적 개선 의지와 지원이 절실히 요구된다.

기업 내 진정한 리더가 없고, 직원들 또한 권력과 결정권을 가진 결재 라인의 의견에만 몰두하는 권위주의 기업문화가 만연하면, 혁신과 변화를 위해 도입한 여러 제도적 장점이 사라지고 만다. 권위주의가 아닌 권위는 위계를 통해 합리적으로 업무를 배분하고 권한의 정도를 나누어 업무의 책임소재를 명확하게 하는 조직 운영의 필수 요소이다. 상하의 합리적 의사소통이 가능하고, 권위로 존경받는 최고경영자가 윤리경영을 기업철학으로 삼는 상황은 바로 기업문화 개선의 충분조건이 된다.

지속성장의 DNA 형성, 구성원의 조직몰입, 그리고 사회적 신뢰 확보를 위해 기업문화의 대대적 혁신이 급선무다. 대한상의는 한국의 전근대적 기업문화의 근본원인을 찾기 위한 입체적 근인분석을 실시한 결과, △비과학적 업무프로세스 △비합리적 평가보상시스템 △리더십역량 부족과 기업가치관의 공유부재 등을 3대 근인으로 지적했다. 저성장 시대에는 똑똑한 기업이 아니라, 기업문화의 체질을 개선한 ‘건강한 기업’이 불확실성과 무한경쟁 속에서 살아남을 수 있는 지속가능성과 탄력성을 가진다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/03/15/0200000000AKR20160315031200003.HTML>
- <http://www.pressian.com/news/article.html?no=117009>
- <http://nyti.ms/1ISY0xv>
- <http://www.reuters.com/article/us-britain-bbc-savile-idUSKCN0VY15F>

- <http://www.journalist.or.kr/news/article.html?no=38666>



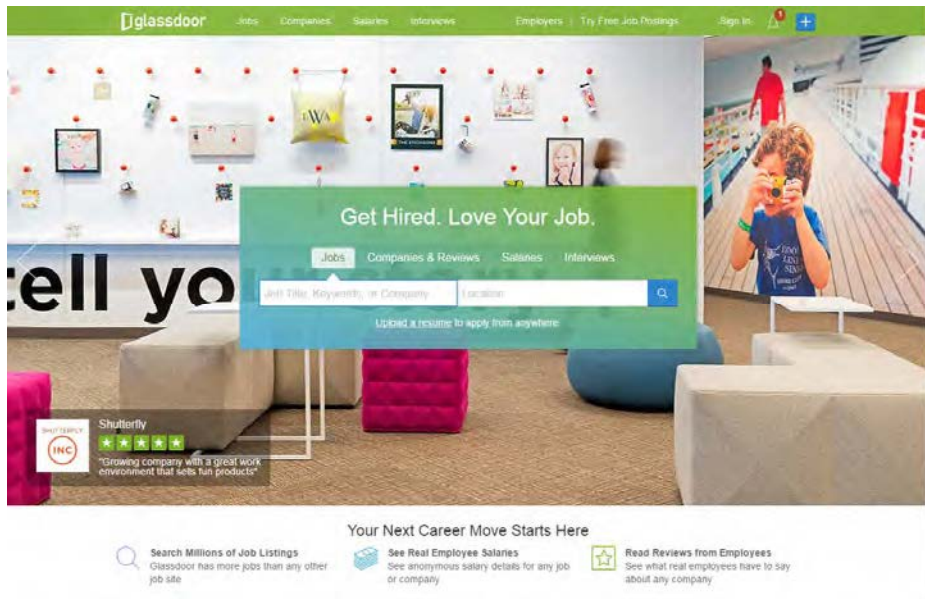
‘글래스도어’를 통해 본 투명경영

기업의 이미지, 즉 소비자들이 인식하는 ‘평판’은 기업의 성장과 발전을 좌우하는 중요한 요소 가운데 하나이다. 인터넷과 모바일이 급속하게 보급되어 거의 대부분의 소비자가 정보제공 단말기를 하나씩 손에 쥐고 있는 현실에서는 기업들의 평판이 더욱 중요해지고 있다. 누군가가 SNS에 무심코 올린 A라는 기업에 대한 부정적 메시지가 기업 가치를 순식간에 떨어뜨릴 수도 있다. 이러한 상황에 발맞춰 일부 기업들은 기업이미지를 관리하는 전담팀을 설치, 운영하고 있다.

SNS시대에 기업평판의 중요성을 알려준 사례 하나가 있다. 미국 미디어 및 인터넷 회사인 IAC 홍보 임원 저스틴 새코는 2013년 남아프리카행 비행기에 오르기 전, “아프리카로 간다. 에이즈에 걸리지 않았으면 좋겠다. 농담이다. 나는 백인이니까.”라는 글을 트위터에 올렸다. 그가 비행기에 탑승한 11시간 동안, SNS는 그야말로 난리가 났다. 백인인 자신은 에이즈에 걸리지 않고 흑인만 걸린다는 인종차별적 메시지로 읽혔기 때문이다. 에이즈단체와 흑인단체의 강한 반발을 산 내용이 주요 언론에 보도되었다. 회사경영진은 즉각적으로 공식 사과했고, 그를 바로 해고 조치했다. 그 임원은 남아프리카 공향에 내려 자신의 해고 사실을 알게 되었다. 기업은 내부자 개인의 단순한 한마디 말실수로도 이미지에 치명타를 입을 수 있으며, 특히 SNS시대에는 거의 실시간으로 평판이 실추될 수 있다.

기업의 외형적 성장과 함께 경영 투명성에 대한 사회적 요구수준이 점점 더 높아지고 있다. 특히 SNS시대에 소비자들은 쇼윈도의 진열품처럼 모든 기업정보가 노출되기를 바란다. 과거엔 조직 내의 소수 인원만 알고 넘어갈 수 있었던 문제들도 요즘에는 한순간의 실수로 SNS에 실시간 중계되는 상황이 발생하기도 한다. 이러한 기술적인 진화는 기업의 이미지나 명성을 위험에 노출시킬 가능성을 지속적으로 높인다. 이러한 상황에서 기업이 제대로 알려주지 않는 정보와 사람들이 평가하는 기업평판의 활용을 비즈니스모델로 삼은 기업이 등장하여 주목받고 있다. 2007년 로버트 호먼이 창업한 글래스도어가 바로 그 주인공이다.

◎ 글래스도어, 기업투명성의 작은 안내자



(출처: <https://www.glassdoor.com/>)

미국 직장인들에게 많은 인기를 얻고 있는 ‘글래스도어’는 가장 빠르게 성장하고 있는 리쿠르트 웹사이트이다. 말 그대로 ‘유리문’처럼 기업들의 보상 수준뿐만 아니라 근무 여건이나 분위기, 업무 강도나 상사들의 리더십 등 회사 내부의 세세한 정보들이 여과 없이 드러나고 있다. 글래스도어는 회사리뷰, CEO에 대한 만족도, 급여 및 각종 수당 보고서, 면접 관련 질문 및 후기, 사무실 사진 등 8백만 건 이상의 데이터베이스를 보유하고 있다. 여타 일자리 알선 사이트와 다른 중요한 특징은 모든 정보들이 그 회사를 가장 잘 알고 있는 내부 직원에 의해 제공된다는 점이다. 글래스도어는 스마트폰 시대에 iOS 및 안드로이드 플랫폼 등에서 작동하는 모바일 앱을 통해서도 얼마든지 이용할 수 있다.

글래스도어는 기업에 대해 일방적인 좋은 평가만 하는 것을 방지하기 위해 회원들이 ‘PROS’(긍정)와 ‘CONS’(부정) 둘 다 입력하게 만들었다. 또한 링크만 걸어놓는 무성의한 글들은 자동으로 걸러진다. 무엇보다 평가를 내리고 받는 양쪽 이해관계자 모두를 플랫폼에 끌어들었다는 점이 중요하다. 만일 어떤 사람이 “S기업의 기업문화가 별로여서, 정시퇴근은 꿈도 못 꾸다.”는 평가를 내렸다면, 해당 기업의 CEO나 관련책임자는 “전혀 사실무근이다.” 또는 “특정 부서에 한정된 예외적 상황이다.” 등의 댓글로 항변할 수 있다. 이러한 이해관계자의 의사소통 과정을 통해 유리문처럼 투명한 평가가 나올 수 있다. 한국 기업들도 글래스도어의 도마 위에 올랐는데, 연봉이나 근무환경 등은 훌륭한 편이지만 수직적 기업문화와 퇴근을 가로막는 강압적 분위기 등의 문제점을 꼬집고 있다.

기업 입장에서 어찌 보면 글래스도어가 눈엣가시 같은 존재일 수도 있다. 익명으로 된 기업내부자의 부정적 리뷰들이 여과 없이 마구 올라올 수 있기 때문이다. 글래스도어는 반대로 기업의 평판을 올려서 훌륭한 인재들을 뽑을 수 있도록 긍정적 기능을 한다고 자평한다. 직원들에게 처우가 훌륭한 기업일수록 글래스도어를 통해서 자동적으로 홍보가 되어 좋은 인재들이 제 발로 몰려들 것이라는 주장이다. 리뷰관리도 철저히 한다. 글래스도어는 기업의 이미지를 근거 없이 훼손할 수 있는 콘텐츠를 필터링하기 위해, 엄격한 규율 아래 기계가 아닌 사람이 직접 관련 글들을 모니터링 한다. 실제 업로드된 리뷰 가운데 15~20%가량이 가이드라인에 맞지 않아 등록이 거절된다고 한다. 일방적으로 회사 측에서 구직 정보를 제공하는 여타 취업사이트와의 차별성을 확보한 글래스도어는 기업투명성에 대한 작은 안내자 역할을 하고 있다.

◎ GE의 기업지배구조와 투명경영

제너럴일렉트릭(GE)은 1878년 발명왕 에디슨이 창업한 미국의 대표적 기업으로서, 1896년 다우존스공업지수에 최초로 포함된 12개 기업 중 현재까지 생존한 유일한 기업이다. GE는 현재 항공기 엔진에서부터 발전설비, 금융 서비스, 플라스틱, 의료영상기기, 방송 프로그램 등 다각화된 사업을 운영하는 글로벌 기업으로 전 세계 350여 생산시설에서 25만 종에 달하는 제품을 생산한다. GE는 포브스가 발표한 ‘기업가치가 높은 세계 100대 기업’ 중 9위를 차지했고, 기업지배구조 평가기관인 GMI의 기업지배구조 평가에서 최고 점수인 10점 만점을 받았다. 가장 존경받는 기업 GE가 자랑하는 성공신화에는 투명한 기업경영과 안정된 지배구조가 있다.

GE는 주식소유구조가 가장 잘 분산된 기업으로 평가받는다. 주주 수만 해도 500만 명에 이르며, 지분구조를 봐도 창립자 가문의 흔적을 찾아보기 어렵다. 최대 주주인 블랙록은 뉴욕에 본사를 둔 세계 최대의 자산 운용사로 지분율이 5.3%에 불과하다. 이 같은 기업지배구조는 오늘날 영미기업의 스탠더드로 자리 잡았다. 지분의 분산이 그 특징인데, 최대 주주의 지분율이 4~8%대가 일반적이다. GE의 1~3대 주주인 기관투자자의 지분율을 모두 합쳐도 14.5%에 불과할 정도로 철저하게 분산돼있다. GE를 비롯해 포드·GM 등 미국을 대표하는 기업은 철저한 전문경영인 시스템과 단순명쾌한 지분구조가 눈에 띈다. GE의 지속적인 성장과 발전은 경영진이 많은 주주들의 장기적 이익을 바라보고 경영하였기 때문이며, 이사회와 엄격한 경영감독에 기인한다고 평가된다. 그리고 실행 임원과 사외이사에 대한 보상체계도 주주의 장기적 이익과 일치하도록 설계함으로써, 주주의 입장에서 판단하고 의사결정을 내리도록 만들었다.

2009년 GE는 진-라이던 로저스를 군수산업 총괄대표로 임명했다. 남성들의 전유물로 여겨졌던 군수산업분야에 여성 CEO를 내세우는 초강수를 두었다. 당시 로저스의 선임 배경에는 높은 평가를 받은 ‘투명경영 능력’이 있는 것으로 알려졌다. ‘연줄’과 리베이트 관행으로 얽혀있던 군수시장이 각국의 국방예산삭감, 글로벌 경쟁 심화로 구조조정에 내몰린 상태에서 내린 결단이었으며, GE의 선택은 오히려 정공법인 투명경영원칙이었다.

◎ 아트라스콧코 기업문화의 차별성, ‘투명성’

1837년 설립된 스웨덴의 아트라스콧코는 압축기와 산업용공구 분야에서 시장을 선도하는 기업이다. 2014년 기준으로 90개국에 지사를 두고 있고 직원 4만 4000여명에 11조 7400억 원의 매출을 올린 글로벌 기업이다. 아트라스콧코의 기업문화는 투명성을 바탕으로 만들어졌다. 회사의 운영방식과 조직을 웹사이트에 투명하게 공개하여 기업운영의 투명성을 높이고 있다. 매번 업데이트되는 웹사이트를 보면, 어떻게 일해야 하는지, 일하는 방식이 무엇인지 누구나 알 수 있다.

이 기업의 규칙과 프로세스는 모두 투명하게 결정된다. 기업운영의 투명성 제고는 내부에서 시작하는데, 아트라스콧코에는 노조를 기업경영의 파트너로 인정하는 문화가 있다. 경영진은 기업의 정책을 결정하기에 앞서 노조에도 사전에 정보를 제공하고 의견을 수렴한다.

아트라스콧코는 ‘무관용 원칙’을 바탕으로 투명성을 높여간다. 회사 내 임직원이 지켜야할 규정이 있고, 만일 이를 어길 경우 회장부터 말단 직원까지 예외 없이 무조건 퇴출된다. 회장도 전문경영인이고, 규칙을 어겼을 경우 자신이 책임지는 원칙을 세워두었다. 그리고 지속적인 교육을 통해 기업문화를 정착시키도록 노력하고 있다. 전 직원은 윤리경영에 관한 교육을 필수적으로 받아야 하고, 모든 책임은 개인이 져야 한다.

기업운영의 투명성을 철저히 지키고 있는 아트라스콧코는 스위스 다보스포럼이 발표하는 ‘글로벌 지속가능경영 100대 기업’에 10년 연속 선정됐다. 2016년 34위를 차지했고, 산업기계분야에서 1위에 올랐다. 세계적 기업윤리연구소 에티스피어 인스티튜트(EI)는 아트라스콧코를 가장 윤리적인 기업 중 한 곳으로 선정하기도 했다.

◎ 국내에서 투명경영의 확산경향

지난 해 현대자동차에 이어, 기아자동차도 올 3월 '투명경영위원회'를 설치하여 주주권익 보호를 위한 첫걸음을 내딛었다. 현대자동차 투명경영위원회는 사외이사 4인으로 구성되었고, 인수합병, 주요 자산취득 등 중요 경영사항이나 위원회가 주요 사안이라고 판단하는 부분에서 주주권익을 대변하는 역할을 한다. 또한 기아자동차의 투명경영위원회는 주주와의 소통 활성화 및 주주권익 향상을 위한 개선방안 발굴을 위해 회사의 핵심 현안을 상시적으로 공유하는 것은 물론, 다양한 이해관계자들과의 소통을 기반으로 회사의 중장기 경쟁력 제고 방안 등에 대해서도 제언하는 역할을 수행한다. 위원회는 전원 사외이사 5인으로 구성되며, 내부에서 경영을 책임지고 있는 사내이사와는 독립적으로 운영된다. 독립적인 투명경영위원회 설치의 주주 친화적 경영의지를 가지고 투명경영을 펴겠다는 의미로 해석될 수 있다.

삼성은 계열사 간 내부거래의 객관성과 투명성을 높이기 위해 일정 규모 이상 거래에 대해 내부거래위원회를 통해 적정성 여부를 검증하고 있다. 아울러 삼성은 임직원들에게 '누드 커뮤니케이션' 원칙을 밝히고 있는데, 직원 간 커뮤니케이션도 투명하고 거짓 없이 공개하겠다는 의지의 일환이다.

2003년 지주회사 체제로 전환한 LG는 출자와 경영을 철저히 분리해 '자율과 책임'의 기업문화원칙을 세웠다. 최고경영진은 합의를 통해 결정된 사항에 책임을 지고 자율적으로 사업을 운영해가는 책임경영문화를 실천하고 있다. 2013년부터 경조사 물품을 일체 받지 않기로 규정을 강화하는 등 지속적인 투명경영활동을 다짐하고 있다.

◎ 기업투명성을 높이기 위해 고려할 사항

지배구조개선 등 투명경영을 강화하고 소액주주권익을 보호하려는 제도적 장치를 마련하려는 기업들이 늘어나고 있다. 그 이유는 투명경영이 경쟁력을 강화하고 기업 가치를 높인다는 생각을 기업 스스로 갖기 시작했기 때문이다. 기업 정보에 대한 대중들의 접근성이 높아지면서 불투명한 기업은 사회적으로 좋지 않은 인식과 평판을 받아 기업가치가 하락한다. 이를 예방하고 기업투명성을 높이기 위해 기업 내에서 우선적으로 고려해야 할 사항 세 가지는 다음과 같다.

첫째, 기업투명성을 책임지는 부서를 명확히 해야 한다. 인접한 여러 부서에서 다른 의미의 메시지를 전달하는 것은 투명성 저해의 주요 원인이다. 회사의 비전·전략·목표 등 중요한 메시지를 전달하는 부서를 명확히 할 필요가 있다.

둘째, 기업 내부적으로 직원 처우나 보상 정책에 대한 명확한 메시지를 전달해야 한다. 직원들의 설문 조사에서 항상 가장 낮은 점수를 차지하는 것이 보상 만족도다. 실제로는 낮지 않은 보상 수준임에도 불구하고 보상 원칙이나 기준을 명확하게 전달하지 않아 발생하는 전달체계 오류가 많다는 것을 명심해야 한다. 투명경영은 작은 곳에서 출발한다.

셋째, 직원들의 성과 관리에 대한 기준과 프로세스를 명확하게 공유해야 한다. 평가에 대한 공정성과 객관성은 항상 갈등의 소지가 있다. 따라서 평가자들은 평가 기준을 직원들에게 주기적으로 잘 설명하고 피드백 과정을 통해 명확하게 전달해야 평가에 대한 불신을 줄일 수 있다.

*참고

- https://www.glassdoor.com/about/index_input.htm
- http://magazine.hankyung.com/business/apps/news?popup=0&nid=01&nkey=2015040901010000191&mode=sub_view
- <https://jmagazine.joins.com/forbes/view/306637>

- http://magazine.hankyung.com/business/apps/news?popup=0&nid=01&nkey=2015041701011000331&mode=sub_view



‘기업윤리의 날’에 돌아본 윤리경영의 현주소

1994년 SK케미칼(당시 유공)이 개발한 가슴기 살균제는 판매가 중단된 2011년까지 20개종이 매년 60만개 가량 판매된 것으로 추산된다. 그 사용자가 1천만 명에 이르고, 앞으로 발생할 잠재적 피해자가 29만~227만 명으로 예상되지만 구체적 수치는 추산이 사실상 어렵다. 총 453만 개의 가슴기 살균제를 판매한 1위 기업 옥시는 부작용을 호소하는 게시판 글을 삭제하고, 대학교수에게 용역을 의뢰해 자신에게 유리한 실험보고서를 작성시켰으며, 주식회사에서 유한회사로 조직을 변경 등의 법적 책임을 면하려고 한 정황이 드러나면서 모든 시민에게 ‘공공의 적’이 되었다.

소비자를 때죽음으로 몬 기업들에 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 우리는 윤리경영이 허울뿐인 구호에 지나지 않음을 알 수 있다. 옥시의 경우, 홈페이지 어디에서도 윤리경영에 대한 언급을 찾을 수 없기 때문에, 최소한의 윤리경영 ABC가 기업 내에 존재했는지 의심할 수밖에 없다. 옥시사태는 윤리경영 실천의 문화적 확산이 필요한 시기임을 우리에게 잘 설명해준다.

최근 각종 부정행위가 사회적으로 난무하면서 조직윤리의 중요성이 더욱 부각되고 있다. 이에 발맞춰 몇몇 기업 및 공공기관은 ‘윤리실천의 날’, ‘윤리데이’, ‘청렴의 날’ 등 다양한 이름으로 윤리경영 기념일(주간)을 제정해 운영하고 있다. 국민권익위원회는 윤리경영에 대한 공감대를 형성하고 통합적 시너지효과를 창출하기 위해 윤리가 연상되는 6월 2일을 ‘기업윤리의 날’, 윤리의 날이 포함된 주를 ‘기업윤리주간’으로 선정하여 각 조직의 자발적 참여를 권장하고 있다. 따라서 윤리경영참여의 공감대 확산을 위해, 윤리주간에 ‘윤리경영대상’을 수상한 기업을 중심으로 윤리경영의 현주소와 미래 윤리경영방향을 살펴볼 필요가 있다.

◎ 윤리경영을 실천하는 기업 사례

최근 기업경영의 투명성과 윤리의식이 요청되는 사회적 분위기는 여러 곳에서 주최하는 ‘윤리경영대상’을 탄생시켰다. 그 가운데 국내 기업의 윤리경영 우수 사례를 찾아 널리 알리기 위한 취지로 제정된 ‘한국윤리경영대상’은 2013년부터 한국윤리학회와 시사저널이 공동주최하고 산업통상자원부가 후원하고 있다. 이 글에서 살펴볼 윤리경영 실천기업은 2015년 11월 선정된 유한킴벌리, 농수산식품유통공사, 인천항만공사, 인천국제공항공사, 한국수력원자력 등 5개 기업을 그 대상으로 한다.

한국윤리학회의 평가기준은 △ 윤리강령제정, △임직원에 대한 윤리경영교육실시, △ 윤리경영전담부서 설치 및 운영, △ 우수자(팀) 포상, △ 다양한 채널을 통한 실천프로그램 모니터링 및 피드백, △ 내부신고제도 및 내부고발자 보호제도 운영, △ 임직원 평가 시 기업의 사회적 책임(CSR) 성과 반영 등 7개 항목이다. 이 중 일곱 번째

항목인 임직원 평가 시 CSR 성과를 반영하는 기업은 선정위원의 평가 결과로는 거의 존재하지 않는 것으로 알려졌다.

■ 유한킴벌리의 사회책임경영

유한킴벌리는 2006년부터 매년 사회책임경영보고서를 발행하고 있다. ‘사람이 희망이다’란 슬로건 아래, 투명경영, 환경경영, 사회공헌 등 사회책임경영 실현의 청사진을 제시한다. 회사 관계자는 사회책임경영의 밑바탕에 윤리경영이 자리하고 있다고 설명한다. 유한킴벌리는 윤리경영과 준법경영을 기업경쟁력의 원천이자 경영활동의 기초로 삼고 있다. 2012년 최고경영자 직속 윤리법무본부를 신설, 내부통제워크그룹, 내부통제위원회, 자율준수실 위원회(23명 구성)를 운영하고 있다. 또한 행동규범과 가이드라인을 만들어 임직원에게 배포했고, 관련 행동규범교육을 정기적으로 실시하여 직원들이 일상 업무에서 제대로 된 판단기준을 갖고 행동할 수 있게 도움을 준다.

한편, 윤리경영을 기업문화로 정착시키기 위한 노력을 꾸준히 하고 있다. 이를 위해 윤리규범규정의 확립과 지속적인 교육, 담당자들이 업무의 명확한 가이드라인을 지킬 수 있게 표준 업무절차 구축, 투명한 회계시스템 확립, 내부적인 윤리경영모니터링제도 운영 등의 노력을 기울이고 있다. 윤리경영의 모든 활동은 통제나 사후관리 중심이 아니라 표준화와 예방중심 체계, 사전공감대 확산과 윤리적 기업문화로 나타나고 있다. 윤리적 기업문화는 최고경영자를 포함한 고위경영진이 솔선수범함으로써 깊이 뿌리내릴 수 있다. 유한킴벌리는 2004년부터 최고경영자가 매년 윤경SM포럼을 통해 윤리경영서약을 함으로써 윤리경영의 실천의지를 천명하고 있다.

유한킴벌리가 실천하는 윤리경영의 구체적 내용은 △ 윤리경영주간 운영 및 부패·뇌물수수방지, 개인정보보호, 성희롱 예방 교육 등 실시, △ 공정거래 자율준수 프로그램 도입과 교육 실시, △ 행동규범 위반신고 핫라인 운영, △ 부패사건에 대한 조치로 징계위원회 운영 등이다.

■ 한국농수산식품유통공사의 all Together 윤리경영

1967년 설립된 농수산식품유통공사는 국민의 먹을거리를 책임지는 공기업으로서 식품가공 산업의 육성을 주도하고 있다. 2014년부터 CEO는 글로벌시대 윤리경영이 기업경쟁력의 근본이라는 인식을 갖고, 끊임없는 조직혁신과 창조를 통해 기업시민으로서 책임과 역할을 다하겠다고 천명하고 있다. CEO 직속 윤리경영사무실(기획실)에서 윤리경영업무를 총괄하고, 윤리실천과제를 발굴하며, 윤리경영시스템을 구축하고 있다. 지속가능경영자문단과 감사자문위원회로 구성된 윤리경영모니터링 회의기구는 감사와 자문 역할을 한다. 그리고 감사실이 중심이 된 반부패·청렴시책 추진단과 긴밀한 협의를 통해 윤리경영을 체계적으로 추진하고 있다.

농수산식품유통공사는 2011년부터 11월 11일을 ‘윤리의 날’로 정하고 이 날을 포함한 일주일을 윤리청렴주간으로 지정, 운영하고 있다. 숫자 1111은 공정하고 투명한 윤리경영을 기업의 제1원칙으로 하고, 임직원 모두 화합하여 하나(1)되어, 고객을 존중하고 거래업체와 투명하게 한(1) 발 다가서는 세계 제1의 국민기업으로 자리매김하고자 하는 염원이 담겨있다. CEO와 감사가 직원들에게 성실과 진실의 꽃말이 담긴 국화와 같이 행동하라는 의미로 ‘윤리국화빵’을 나눠줌으로써, 윤리경영의 소통을 확대하는 행사를 진행했다.

농수산식품유통공사는 거래업체와의 투명성을 강조하고 윤리경영 콘텐츠에 대한 임직원의 접근성을 높이기 위해 윤리경영 통합시스템 all Together 윤리경영(<http://at.bestmind.co.kr>)을 구축하여, 개인 및 부서별 윤리교육을 체계적으로 실시하고, 그 실적을 수치화한 윤리지수를 관리하고 있다.

■ 인천항만공사의 청렴 마일리지 제도

인천항만공사는 공적인 경제주체이자 사회공동체의 기업시민으로서 경영의 투명성을 높이고 사회적 책무성에 부응하기 위한 윤리경영을 기관운영의 핵심가치로 설정하여 다양한 노력을 기울이고 있다.

인천항만공사는 글로벌 항만리더로 도약하기 위해 정당한 수익성 확보와 윤리적 위험에 대한 체계적 관리를 윤리 경영의 목표로 설정하고, 구체적인 실천 프로그램을 운영하고 있다. 자부심과 책임감을 갖춘 글로벌 윤리인재양성을 위해 직급별·업무별 윤리교육과 임원 및 부서장의 교육 참여를 제도화하고 있다. 그리고 윤리적 위험에 대한 관리 강화를 위해 업무별 리스크를 정의하고 있다. 세부적으로 △ 청렴 자가진단 프로그램 운영, △ 부서·업무별 청렴업무수칙 제정, △ 행동강령 학습, △ 청렴마일리지 제도 운영 등을 통해 지속적으로 청렴 문화 확산에 힘쓰고 있다.

인천항만공사의 윤리경영 가운데 특징적인 것은 청렴마일리지 제도이다. 자율과 책임을 중시하는 조직문화 정착을 위해, 제도개선과제, 반부패사례 발굴 및 시행, 임직원 행동강령 위반자 신고 등 윤리경영 실천 활동 수준을 청렴수치로 환산 평가하는 마일리지제도는 이미 정착단계에 접어든 상태로 알려졌다.

■ 인천국제공항공사의 클린 콤팩트

인천국제공항공사는 자체 윤리경영 시스템을 확고히 뿌리내려, 공항을 중심으로 한 4만여 명의 다양한 이해관계자에게 윤리경영문화를 확산시킴으로써 사회적 책임을 달성하려고 노력하고 있다. 즉, 윤리경영이 지속가능성장의 핵심요소라는 강력한 의지를 가지고 사회적 책임을 다할 것이라고 천명하였다.

사회적 책임(SR)위원회를 설치하여 윤리 및 사회책임경영 분야의 주요한 의사결정을 수행하고 있다. 또한 윤리 실무위원이 현업에서 윤리문화실천을 이끌고 있다. 이와 더불어 윤리경영의 실천력을 강화하기 위해 반부패청렴 추진단에서 반부패·청렴활동을 조직적으로 수행한다.

정기적인 윤리교육과 함께 구체적인 윤리실천프로그램으로는 △ 윤리경영 뉴스레터 발송, △ 윤리경영 플래시동영상 및 자가 테스트 배너 게시, △ 윤리경영 홍보물 제작 및 배포, △ 청렴컨텐츠 공모, △ 윤리의 달 캠페인 행사, △ 임직원 윤리규정 준수서약 등이 있다. 한편, 2007년부터 지속가능한 발전을 추구하고, 윤리적, 사회적 책임을 이행하는 문화를 공항 전반에 확산시킬 목적으로 공항 상주기관, 협력사, 입점업체 등과 함께 인천공항 클린콤팩트 서약식을 개최하고 있다. 클린콤팩트의 이행을 통해 인천공항만의 독특한 사회책임경영문화를 확산시켜 나가고 있다.

■ 한국수력원자력의 청렴윤리경영

한수원은 참여와 공감의 윤리경영 활동으로 투명한 기관이 되어 국민의 신뢰를 받는 글로벌 에너지 리더를 목표로 청렴윤리경영을 전개하고 있다. 특히 후쿠시마 원전사고 이후 2013년까지 원전안전성을 둘러싼 여러 악재들이 터지면서 그 신뢰도가 큰 손상을 입었다. 원전 안전에 대한 시민들의 경각심이 높아졌지만, 한수원은 원전에 대한 정보 제공을 제대로 하지 않았다고 판단해, 원전에서 발생하는 아주 사소한 일도 신속, 투명하게 공개하기 시작했다.

청렴윤리경영으로 임직원의 청렴성을 높여 국민의 신뢰와 사랑을 받는 투명하고 깨끗한 기업이 되기 위한 대표적 장치가 마련되어 있다. 내부 부패행위신고센터 신문고제도와 함께, 외부기관에서 운영하는 익명신고시스템인 레드휘슬제도를 도입해, 임직원의 비윤리적 행위 고발프로그램을 운영하고 있다.

한수원의 경우, 기업특성 상 몇 가지 특징적인 윤리규범이 마련되어 있다. 구체적인 윤리규범으로 △ 외부강의 및 회의 등의 신고에 관한 지침, △ 외국기업과 거래 시 행동지침, △ 임원 직무청렴 계약운영 규정, △ 비리신고의 처리와 보상 등에 관한 지침 등이 있고, 추가적으로 협력회사의 윤리행동강령도 마련되어 있다.

◎ 윤리경영의 새로운 고민

기업이 이윤추구라는 기업 본연의 목표와 사회가 기대하는 윤리수준을 조화시키는 윤리경영을 추구하지 않는 한,

지속가능성장을 기대하기 어려운 환경에 직면해있다. SNS 시대에 정보의 확산으로 소비자 의식이 갈수록 높아진다. 반대로 수단과 방법을 가리지 않고 성공만 하면 되고, 과정보다 결과만 중시하는 기업논리가 설 자리는 점점 좁아진다. 착한기업을 요구하는 시대의 흐름을 읽지 못한 기업은 미래 시장경쟁에서 소비자의 선택을 받기 힘들다. 한국 윤리학회장의 다음 발언은 시사하는 바가 크다. “근시안적으로 이윤창출만 된다면 윤리를 저버려도 성공할 것 같지만, 길게 보면 윤리경영을 실천해야 진정으로 성공할 수 있다”며 “진정한 이익은 결코 윤리와 모순되지 않음”을 강조했다.

위에서 살펴본 기업뿐 아니라, 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 요구한다. 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 이윤 창출을 동시에 달성해야한다. 따라서 새로운 비즈니스 전략수립이 윤리경영의 떠오르는 고민거리가 되었다.

*참고

- <http://www.sisapress.com/journal/article/145694>
- http://www.yuhan-kimberly.co.kr/pdf/sustain_2015_ko.pdf
- <http://at.bestmind.co.kr>
- <https://www.icpa.or.kr/content/view.do?menuKey=493&contentKey=25>
- <http://www.airport.kr/co/ko/1/3/2/index.jsp>
- <http://www.khnp.co.kr/content/97/main.do?mnCd=FN04020101>



‘징벌적 손해배상’ , 윤리경영의 또 다른 출발

미국의 재클린 폭스라는 여성은 존슨앤존슨의 베이비파우더를 쓰다 난소암 판정을 받고 2015년 10월 사망했다. 미 연방법원은 폭스가 35년간 사용한 파우더의 난소암 유발 가능성을 인정하고 7200만 달러(약 830억 원)의 배상판결을 내렸다. 이 베이비파우더는 지금 우리나라에서 판매되고 있는 제품이다. 직접 피해액으로 1000만 달러, 이른바 '징벌적 손해배상액'으로 6200만 달러를 산정했다. 만일 가슴기 살균제 피해사건이 미국에서 발생했다면, 현 집계 사망자 수 238명으로 단순계산상으로도 조 단위를 넘어선다. 미국이었다면 옥시 같은 회사는 문 닫아야 할 가능성이 높다.

거의 1000만 명이 사용한 것으로 추산되는 가슴기 살균제로 인한 잠재적 피해자가 얼마나 늘어날지 가늠하기 어렵다. 이 사건을 계기로 기업에 의한 소비자 피해에 관심이 커져, '징벌적 손해배상'제도 도입논의가 정치권, 법조계, 학계, 시민단체 등을 중심으로 활발해지고 있다. 한국소비자단체협의회에 따르면 20대 국회의원 중 설문응답한 127명 가운데 85%인 108명이 징벌적 손해배상제도 도입에 찬성한 것으로 나타났다. 설문조사대로라면 입법가능성도 충분한 셈이다. 특히 반사회적 기업 활동 등 책임비난가능성이 높은 사건에는 통상적인 손해배상 기준과는 다른 배상기준, 즉 징벌적 손해배상과 같은 기준을 마련해야한다는 인식의 공감대가 확산되고 있다.

기업이 불법행위로 얻은 이익이 100인데 피해배상으로 10~20만 지출하는 구조라면, 불법행위에 대한 유혹에서 절대 자유로울 수 없다. 불법행위의 대가로 치를 벌금이나 과징금이 소소한 사업비용으로 여겨진다면, 수단과 방법을 가리지 않고 심지어 사람목숨까지 담보로 돈이나 벌어보자는 반인륜적 기업도 생길 수 있다. 나중에 불법행위가 드러나 손해배상을 하더라도 밀지는 장사가 아니라면 제2, 제3의 옥시가 탄생하지 않는다고 보장하기 어렵다. 이번 윤리연구소는 제2의 옥시를 막자는 슬로건 아래 활발하게 논의되고 있는 '징벌적 손해배상'제도를 필요성, 탄생배경, 쟁점사항 등을 중심으로 다룰 것이다.

◎ 기업의 불법행위를 부추기는 솜방망이 과징금

2015년 4월 표시광고법을 위반한 홈플러스에 시정명령과 함께 과징금 4억3500만원이 부과되었다. 홈플러스는 경품행사를 진행하며 응모자 개인정보를 경품행사와 무관한 보험회사에 팔아 232억 원의 부당이익을 챙겼다. 개인정보제공 사실을 은폐하거나 축소하여 232억 원을 벌어들이는데 들어간 과징금 4억3500만 원은 솜방망이 처벌의 단적인 사례이다.

피해자 1074명이 참여한 민사소송에서 모두 승소해도, 1인당 소송금액 30만원씩 총 3억2220만원만 받는다. 이런 경우라면 홈플러스가 패소하더라도 금전적 부담이 별로 없는 상태다. 솜방망이 과징금은 불법행위 억제논의는커녕,

오히려 부추기는 역할을 할 가능성이 있다.

◎ 징벌적 손해배상제도의 취지와 의미

징벌적 손해배상이란 가해자가 피해자에게 고의 또는 악의를 가지고 손해를 가하거나, 악의를 품고 비난받아 마땅한 무분별한 불법행위를 한 경우, 민사재판에서 가해자에게 징벌을 가할 목적으로 부과하는 손해배상이므로 형벌적 성격을 띠고 있다. 보상적 또는 명목적 손해배상과는 달리 징벌적 손해배상은 ①피해자권리를 극악무도하게 침해하는 난폭한 불법행위를 한 가해자의 처벌, ②구체적으로는 가해자, 일반적으로는 다른 사람들이 앞으로 유사한 불법행위를 저지르는 것을 억제하려는 두 가지 목적을 달성하기 위해 고안되었다. 즉, 징벌적 손해배상은 악의적 행위를 징벌하는 차원을 넘어 유사사고를 예방하는 의미가 있다.

징벌적 손해배상은 가해자의 비도덕적·반사회적 행위가 피해자에게 재산 또는 신체상의 피해를 입힐 경우, 실제 손해액보다 훨씬 큰 액수로 손해배상책임을 지운다. 또한 징벌적 손해배상액을 평가에 있어, 사실심리인(trier of fact)은 가해행위의 특성, 손해의 본질과 정도, 가해자의 재산상태 등을 적절히 고려할 수 있다.

◎ 징벌적 손해배상제도의 외국 사례 분석

오래전부터 징벌적 손해배상제도를 시행한 국가는 영국이다. 1763년 ‘Huckle v. Money’ 사건에서 처음으로 징벌적 손해배상이란 용어가 등장하여, 이후 미국, 캐나다, 호주, 뉴질랜드 등 주로 영미법계 국가로 파급돼 사용되고 있다. 영국 국왕의 신하 Money가 출판업자 Huckle을 일반영장을 가지고 6시간 감금한 사건에서 배심원은 실제 경미한 피해였지만 폭행과 감금을 근거로 30파운드 손해배상을 판결하였다. 가해자는 배상금액이 과도하다고 반론하였지만, 법원은 신체적 손해가 경미해 20파운드 손해배상으로 충분하지만, 권리헌장을 위반하여 전제적 권력을 행사한 사실을 적시하며 징벌적 손해배상을 판결하였다.

미국은 징벌적 손해배상제도가 가장 발달한 나라다. 미 법무부 통계국에 따르면 전체 손해배상 청구소송 중 약 10%가 징벌적 손해배상 형식으로 청구되고 있다. 징벌적 손해배상제도를 명확히 규정하는 연방법이나 주법은 없지만, 보통법에 근거해 대다수의 주에서 다양한 형태의 징벌적 손해배상제도가 인정된다.

징벌적 손해배상액의 상한을 두고 논란이 일면서 플로리다 주 등 15개 주가 징벌적 손해배상액의 상한을 5배 이하로 한정한다. 징벌적 손해배상액의 상한과 관련해서는 법원이 ‘손해배상의 구간’을 설정해 배심원이 적절한 징벌적 손해배상액을 결정할 수 있도록 하고 있다. 1990년 이후부터는 법원에 과다한 징벌적 손해배상액을 무효로 하고 새로운 배상액을 산정할 수 있는 권한을 주고 있다. 미 대법원은 징벌적 배상이 보상적 배상을 한자리수 이상 초과할 경우 적법절차 충족이 흔치 않다고 판시하였다. 그리고 2008년 대법원은 엑손 발데즈 원유유출사고 피해자에게 주어진 징벌적 손해배상액 50억 달러를 5억 달러로 감액해야 한다고 판결했다. 이러한 판결 이유는 보상적 배상액이 상당할 경우, 1:1 비율만으로도 적법절차 보장의 외적 한계에 다다를 수 있기 때문이다. 여기에는 징벌적 손해배상 부과에서 자의성과 과도함을 줄이려는 사법부의 분명한 경향성이 반영되어 있다.

결론적으로 미 법원은 보상적 손해배상액의 2~4배 사이에서 징벌적 손해배상액을 정한다. 그리고 가해행위가 특별히 부당한 경우에만 인정되며, 주법과 연방법 양자에 규율하고 있고, 징벌적 배상의 부과여부는 법관이 결정하며, 그 액수를 정하는 것은 배심원의 재량적 판단사항이다.

중국도 징벌적 손해배상 제도를 시행하고 있다. 중국 식품안전법은 식품안전기준에 미달하는 사실을 알면서 불량 식품을 제조 및 판매한 업자에게 실제 손해액과 함께 판매대금의 최대 10배의 배상액을 물리고, 권익침해책임법은 제조에 결함이 있다는 사실을 알면서 제조 및 판매함으로써 타인을 사망하게 하거나 건강상 중대한 손해가 발생한 경우, 손해 2배 이하를 배상하도록 하고 있다. 따라서 우리나라도 식품, 약품, 세제 등 생활화학용품과 같이

국민의 생명과 신체에 직접적인 위해를 가하는 제조물에 대해 이를 생산한 기업에게 징벌적 손해배상을 명하는 제도를 우선적으로 도입할 필요가 있다.

◎ 징벌적 손해배상제도를 둘러싼 쟁점: 배상액 산정 및 입증책임 문제 등

한국의 경우 2011년 제정된 ‘하도급거래 공정화에 관한 법률’에 징벌적 손해배상제도의 개념이 처음으로 도입되었다. 2013년 개정된 동법 제35조 손해배상 책임에 관한 내용을 살펴보면, “원사업자가 부당한 하도급 대금의 결정금지, 부당한 위탁취소 금지, 부당반품의 금지, 감액금지 및 기술자료 제공 요구 금지를 위반함으로써 손해를 입은 자가 있는 경우에는 그 자에게 발생한 손해의 3배를 넘지 아니하는 범위에서 배상책임을 진다.”고 되어있다. 특징적인 것은 가해자(원사업자)가 고의 또는 과실이 없음을 입증해야한다. 그리고 법원이 배상액 산정에 고려할 사항으로 ①고의 또는 손해 발생의 우려를 인식한 정도, ②위반행위로 인하여 수급사업자와 다른 사람이 입은 피해규모, ③위법행위로 인하여 원사업자가 취득한 경제적 이익, ④위반행위에 따른 벌금 및 과징금, ⑤위반행위의 기간·횟수 등, ⑥원사업자의 재산상태, ⑦원사업자의 피해구제 노력의 정도 등이 나열되어있다.

징벌적 손해배상제도가 기업의 반사회적 위반행위에 대한 가장 효과적인 제재방법으로 꼽히지만, 반대로 기업 활동을 위축시킬 수 있다는 우려의 목소리도 나온다. 대표적인 근거가 징벌적 배상이 피해자가 입은 손해에 대한 보전이 아니라 우연한 횡재에 해당하므로 법적 정의에 부합되지 않고 소송이 남발될 가능성이 있다는 점을 꼽고 있다. 그리고 악의적 불법행위의 억제는 손해배상액의 현실화, 과징금 부과 등 기존 민·형사 또는 행정절차를 정비만으로도 충분히 달성할 수 있다고 주장한다.

소송남발 우려에 대한 반대의 목소리로는 징벌 배상액을 제한하는 방식 등의 제도설계를 통해 극복할 수 있다는 주장이다. 또한 징벌적 배상액의 상당부분을 공익적 기금으로 편입시키는 방안도 생각해볼 수 있다. 미국도 징벌적 배상금의 일정 부분(보통 50%)을 ‘소비자 기금’ 같은 데 적립한다. 폭스 사례도 징벌적 배상액 3100만 달러를 미주리주 범죄희생자보상기금에 보낼 것으로 알려졌다.

징벌적 배상금액을 실제 손실 배상액의 몇 배로 할지도 깊이 있게 논의되어야 한다. 미국의 사례와 기존 하도급법이 참고자료가 될 것이다. 미국의 경우 10배를 초과하는 징벌 배상은 위헌이라는 판결을 내렸고, 우리 하도급법에는 3배 상한원칙이 존재한다. 따라서 도입찬성 측에서는 실손해 배상의 10배 안에서 판사 재량에 맡기는 게 합리적이라는 시각이 다수다. 어느 정도까지 배상을 요구할지는 벌금이나 과징금, 가해자의 재산상태 등 하도급법에 규정된 내용을 고려하면 된다.

징벌적 손해배상제도 도입에서 찬반양론이 갈리는 또 다른 지점은 입증책임부분이다. 징벌 배상을 받기 위해서는 일단 가해자의 잘못을 입증해야 한다. 법체계상 입증 책임은 문제를 제기하는 원고, 즉 피해자에게 있다. 옥시는 2000년 10월 가습기 살균제를 출시하면서 용기에 “살균 99.9%-아이에게도 안심”, “인체에 안전한 성분을 사용하여 안심하고 사용할 수 있습니다” 같은 광고 문구를 넣었다. 가습기 살균제나 자동차 같은 고도의 전문지식이 요구되는 분야에서 일반인이 입증하기란 여간 어려운 게 아니다. 이때 등장한 논의가 피해자의 입증 책임 완화이다. 결함이나 안정성을 구체적으로 증명하지 못해도 피해자 주장이 ‘합리적 추정’만으로 인정돼야 한다는 견해다.

미국 개별 주의 사례를 언급하면서, 징벌적 손해배상소송의 경우 민사소송상의 일반적 입증 정도보다는 강화된 ‘명백하고 설득력 있는 증거’를 피해자가 제시해야만 헌법상 보장된 가해자의 절차적 권리가 보장되는 것 아니냐는 주장도 있다. 즉, 미국 상당수의 주들이 징벌적 손해배상을 부과하기 위해 피해자가 가해자의 의도적 불법행위로 피해를 입었다는 사실을 ‘명백하고 설득력 있는 증거’를 제시해 입증하도록 하고 있다는 것이다. 콜로라도 주에서는 아예 형사소송 수준의 엄격한 입증책임을 요구한다면서, 징벌적 배상이 기업 평판에 심각한 타격을 줄 수 있기 때문에 법적 판단의 오류를 최소화해야 한다는 논리를 펴고 있다.

징벌적 손해배상제도의 본고장인 미국에서도 입증논란은 계속되고 있다. 징벌적 손해배상제를 운용하더라도 일반적인 민사소송에서보다는 엄격하고 확실하게 행위의 불법성을 입증하도록 하여, 고의적이고 악의적으로 한 불법 행위에 대해서만 징벌적 손해배상을 부과하고 있다. 하지만 가해자 기업들이 중요 정보를 쥐고 있는 경우가 대부분이기 때문에 피해자 입증은 쉬운 문제가 아니다. 이번 옥시 사태처럼 ‘시간이 오래돼 자료가 없다’거나 ‘지워 버렸다’면 난감해진다. 가해자에게 해당 정보 제출명령을 강제할 수 없다면, 피해자 입증책임이 완화되어도 여전히 피해자에게 부담이다. 기업 측은 기술·비밀 유출 등을 들어 이에 반대하고 있다.

하도급법상 납품단가 부당감액행위에 대한 징벌적 손해배상제도는 가해자입증책임을 규정하고 있다. 기업들이 납품단가를 깎으면 일단 부당한 것으로 간주된다. 그러한 행동이 정말 부당한 것인지, 부당하다는 사실을 알고 깎았는지 등은 일단 중요하지 않다. 다만 감액행위가 부당하지 않다거나 부당하더라도 자신은 전혀 몰랐다는 사실을 원사업자 스스로 입증해야만 처벌을 면할 수 있다. 실수로 몰랐다는 변명은 통하지 않는다. 이 부분을 두고 원사업자의 헌법상 절차적 권리를 소홀히 한 위헌소지가 있는 주장도 제기된다.

◎ 불법은 밀지는 장사, 윤리경영은 남는 장사

징벌적 손해배상이 제도 도입을 반대하는 목소리, 즉 기업의 경제활동을 위축시키고 이로 인해 국민 경제가 침체될 우려가 있다고 제도 도입을 반대하는 목소리에도 충분히 귀를 기울여야 한다. 기업에 대한 소비자 신뢰가 낮은 것과 기업 자체를 악의적인 집단으로 보는 것은 차원을 달리하는 것이다. 우리사회에서 징벌적 손해배상 주장은 만에 하나 있을지 모를 제2의 옥시를 예방하자는 차원에서 여기저기서 봇물처럼 터져 나오고 있는 것이다. 징벌적 손해배상 논의가 활발한 기업 활동을 막아서는 흐름이 되어서는 곤란하다.

지난해 중소기업중앙회는 불공정 하도급 거래 근절을 위해 도입된 ‘징벌적 손해배상제도에 대한 중소기업 인식’을 조사하였다. 그 결과에 따르면, 제도의 실효성 측면에서 효과가 있다는 응답이 71.9%로 압도적 다수였다. 그러한 응답 이유로는 “예방적 효과”(63.3%), “부당이득 환수 등 금전적 징벌 가능”(18.1%), “기존 제재 수단 미흡”(13.3%) 때문이었다. 적용범위를 확대해야 한다는 의견이 63.3%로 확대방안이 필요한 상황이었다. 대기업-중소기업의 갑을관계에서 을의 입장은 징벌적 손해배상제도의 확대를 바라고 있다.

최근 계속 발생하는 대기업의 반사회적 행동에 대한 사회적 비난이 거세지고 있는 상황에서, 대기업은 사회적 책임의식을 높여 기업시민으로 거듭나야 할 것이다. 징벌적 손해배상제도는 위법 행위자를 처벌하고 그들이 획득한 이익을 전부 회수함으로써, 불법행위의 유인 제거 및 억제 기능을 한다. 따라서 모든 기업이 올바른 준법 및 윤리경영을 한다면 징벌적 손해배상제도가 유명무실할 가능성이 높다. 징벌적 손해배상제도 도입 취지가 무색할 정도로 기업윤리가 하나의 문화로 정착하면 소비적 논쟁을 피할 수 있을 것이다.

기업이 불법행위로 얻는 이익보다 제재로 인한 비용이 훨씬 더 크다면 불법행위를 자제하게 될 것이기 때문에, 가슴기 살균제 피해 같은 사건을 대부분 사전 예방할 수 있을 것이다. 기업이 “불법은 밀지는 장사”라는 생각을 갖게 만드는 것이 과연 징벌적 손해배상제도만 가능한 것인지 깊게 생각하고 논의해야 할 때이다.

*참고

- <http://world.moleg.go.kr/World/NorthAmerica/US/report/27819>
- <http://weekly.khan.co.kr/khnm.html?mode=view&code=115&artid=201605311349531>
- “소비자집단소송과 징벌적 손해배상제의 쟁점과 도입방향” (2016. 6)
- “외국의 징벌적 손해배상 법제 및 사례 연구” (2014. 12)

우나오일(Unaol) 스캔들과 기업의 사회적 책임

부패의 사회경제적 비용은 엄청난 규모이다. 2016년 5월 국제 통화기금(IMF)이 발표한 「부패: 비용과 경감전략」 보고서에 따르면, 연간 1.5~2조 달러 규모의 뇌물이 오가는 것으로 파악되며 이는 세계 GDP의 2%에 해당한다. 이처럼 부패의 직접적인 경제비용은 빈곤퇴치, 일자리 창출, 환경보호 등에 사용되지 못하고 검은 돈으로 소모된다. 크리스틴 라가르드 IMF 총재는 보고서와 함께 발표한 성명에서 “부패는 경제에 치명적인 악영향을 미칠 뿐 아니라 교육과 보건의료 분야 등 사회보장성 지출을 줄어둘게 한다. 부정부패는 정부신뢰와 윤리기준을 잠먹어 추가적인 사회적 비용까지 발생시킨다.”고 밝혔다. 글로벌 차원에서 사회적 책임을 다 하는 것으로 알려졌던 기업의 추악한 모습이 언론의 탐사보도에 포착되었다.

지난 3월 30일 허핑턴포스트와 호주의 페어팩스 미디어는 ‘우나오일’이라는 컨설팅기업에 대한 6개월간의 조사 결과를 발표했다. 이 보도에서 상당수의 글로벌 기업들이 중동 석유산업의 부패에 연루됐음을 시사하는 기밀 자료들이 처음으로 공개됐고 '뇌물공장'(Bribe Factory)과도 같은 석유산업계의 민낯이 드러났다. 이란계 영국인 아타 아사니가 설립한 이 회사는 가장 완벽한 ‘부패의 기술’을 보여준 셈이다.

◎ 우나오일은 어떤 기업인가?

1979년 이란혁명 이후 영국으로 망명한 백만장자 아타 아사니는 1991년 영국령 버진 아일랜드에 우나오일을 설립했다. 그 후 우나오일은 모나코를 기반으로 중동, 중앙아시아, 아프리카의 나라들과 이 지역의 자원에 관심이 있는 서구 기업들을 연결하여 산업적 해결책을 공급하는 외형상 보통기업이다. 오히려 우나오일이 추구하는 기업가치는 청렴 및 윤리, 사회적 책임, 안전과 지속가능성일 정도로 건전한 기업으로 분류될 수 있을 정도이다.



2010년 비영리 인도주의 단체 우나키즈(UnaKids)를 설립해 한 부모 아이들의 삶에 긍정적인 영향을 주기 위해 노력하는 것으로 알려져 있다. 우나키즈의 비전은 아이들의 교육을 통해 폭력과 엄청난 사회적 혼란으로 피해를 입은 지역의 평화와 안정을 되찾는 사업에 기여하게 만드는 것이라고 밝히고 있다. 이러한 목적을 위해 한 부모 아이들의 스폰서가 되어, 대학까지 풀타임 교육에 접근할 수 있게 돕고 있다. 그리고 2년마다 우나키즈가 위치한 지역에 학교나 의료시설을 설립하는 것을 목표로 하고 있다.

우나키즈는 현재 아르메니아, 이라크, 레바논, 네팔에서 활동 중이고, 198명 아동의 교육과 복지를 책임지고 있다. 그리고 이라크에 1,200명 아이들을 가르칠 학교를 세우는 등 겉으로 보면, 기업의 사회적 책임을 충실히 이행하는 기업의 전형적 모습이다. 하지만 그 진면목을 알게 되면 이런 기부천사의 이미지는 한 순간에 사라지게 된다.

◎ 뇌물공장, 우나오일

페어팩스 미디어의 탐사보도에 따르면 할리버튼, 할리버튼의 자회사였던 KBR, 롤스로이스 등 수백 개의 세계적인 대기업들이 이라크, 카자흐스탄, 리비아, 시리아, 튀니지 등 아프리카, 중동, 구소련 국가들에서 우나오일을 통해 유리한 계약을 따냈던 사실이 드러났다. 우나오일은 파트너 기업들에게 자신이 성사시킨 계약 수익의 일부를 요구하여 해당 국가의 공무원들에게 뇌물을 제공하고 나머지는 자신이 챙겨왔다. 다른 컨설팅 기업과 차이를 보이는 특이한 점은 해당 국가의 전문 기업과 손을 잡는 방식이 아니라 부패한 고위공무원들에게 수백만 달러의 뇌

물을 주고 계약을 따내는 것이다. 우나오일은 자원 개발에 관심이 있는 기업과 해당 국가의 공무원을 연결하는 비공식적이고 은밀한 거래를 비즈니스모델로 삼고 있다.

우나오일은 해당 국가의 고위공무원들에게 사소한 소품선물을 시작으로 롤렉스, 고급승용차, 가족의 휴가여행, 월드컵축구나 슈퍼볼 입장권, 자녀등록금 등 뇌물성 '선물'로 바꿔간다. 마지막에는 "당신이 하고 싶지만 돈이 없어서 못하는 것"을 제공함으로써 공무원들을 매수해나간다. 세계은행 글로벌 거버넌스 연구소장 다니엘 카우프만은 세계적인 뇌물수수를 '글로벌 부패산업'이라 부르고, 아무리 낮게 잡아도 매년 1조 달러 이상이 움직이는 것으로 추정한다. 우나오일도 뇌물공장이란 닉네임에 걸맞게 1조 달러에 상당한 기여(?)를 한 셈이다.

우나오일은 로비스트를 자처하며 다국적 기업들에게 자신들의 도움 없이는 계약을 따낼 수 없다는 불안감을 조성했고, 중동 국가의 유력 정치인과 관리들에게는 뇌물을 반복적으로 제공하며 인적네트워크를 강화해나간 것으로 알려졌다. 뇌물의 직접적인 결과로 사전 정보나 수의 계약 등을 끌어내면서 세계적 기업들에게 수십억 달러의 정부 계약을 성사시켜 준 사실에 대한 조사가 모나코와 영국 등에서 진행 중이다.

◎ 우나오일 스캔들과 해외부패방지법

우나오일은 언론탐사보도를 철저히 부인하고 있고, 조사당국이 뇌물제공 사실을 명확히 밝히기 전까지 절대 그런 일이 없었다고 답할 것이다. 하지만 우나오일이 해외 공무원들에게 뇌물을 제공한 사실이 밝혀진다면 어떤 일이 벌어질까? 이 질문에 답하기 위해서 미국 해외부패방지법(FCPA)의 실체를 파악해야 한다. 미국에서 사업을 하거나 미국 거래소에 주식을 발행하는 기업이라면 해외기업도 FCPA의 처벌대상이 된다. 이와 유사한 성격의 부패방지법이 영국, 호주, 캐나다 등 여러 서구 국가들에 존재한다. 그리고 사업파트너가 해외 공무원에게 뇌물을 제공한다는 사실을 알고 있다면, 공모로 간주해 동시에 처벌하게 된다. 따라서 우나오일의 처벌은 물론이고 계약 성사를 위해 우나오일을 고용한 기업들도 형사상의 제재를 받거나 엄청난 벌금을 내야 할 가능성이 높다.

우나오일의 파트너 기업들 중에는 우나오일이 무엇을 했는지 잘 몰랐던 기업도 있을 수 있다. 그러나 FCPA는 사업파트너가 뇌물을 주고 있는지를 제대로 조사하지 않은 기업들에게도 벌금을 부과하고 형사상 처벌을 내릴 수 있다. 이것을 법률용어로 '고의적인 무지'(deliberate ignorance) 또는 '의도적인 눈감기'(willful blindness)라고 부른다. 자원이 있는 약소국에서는 이를 탐내는 서구의 대기업, 부패한 관료들, 그리고 이를 중개하는 우나오일 같은 기업이 합작한 부패시리즈가 나타날 가능성이 매우 높다. 따라서 FCPA처럼 국적을 초월한 부패방지법이 작용하도록 허용하거나, 반부패국제협약의 가입범위를 점차 확대해 나가야 한다.

◎ 우나오일 스캔들이 우리에게 주는 교훈

페어팩스 미디어 조사에 따르면 우리 기업도 우나오일 사건에 연루된 사실이 일부 드러났다. 2008년 A라는 기업이 알제리 정유공장 2곳의 계약에 관심이 많았지만, 다른 기업들이 B라는 컨소시엄을 구성해서 강력한 경쟁자로 나타난 적이 있었다. 알제리의 우나오일은 이 상황에 깊이 개입했고, 밀실 거래를 통해 경쟁자들끼리 카르텔을 맺게 만들었다. 그리고 두 곳만 입찰에 응할 경우 입찰 자체가 무산될 수 있기 때문에, 스페인 기업 하나를 들러리로 내세워 일부터 입찰을 포기하는 대가로 사례를 지불하기로 한 것이다.

'뇌물선수' 우나오일은 입찰과정에서 자신의 고객인 A기업과 그 경쟁자 B컨소시엄을 경쟁관계에서 친구사이로 바꿔놓는 수완을 발휘했다. 그리고는 각각 12억 달러(A기업)와 6억 달러(B컨소시엄) 규모의 사업을 나눠줌으로써, 양자 모두가 만족하는 결과를 만들어냈다. 그리고 우나오일은 커미션으로 1,600만 달러를 받았다. 그 중 많은 돈이 알제리 공무원들에게 뇌물로 은밀하게 주어졌을 것이다.

올 초 스위스 다보스에서 열린 세계경제포럼에서 미국 존 케리 국무장관은 이라크, 시리아, 리비아, 나이지리아를



예로 들며, “부패는 정당한 권위에 대한 믿음을 파괴하기 때문에 과격화를 부추긴다.”고 발언하였다. 그리고 우나오일과 관련된 부패혐의를 보고받은 이라크 새 총리 하이데르 알-아바디는 최소한 군사계약에서는 중개자를 금지 시키겠다고 밝혔다. 그 결과 약 20억 달러의 군사비 절감효과가 있을 것으로 추산된다.

우나오일 스캔들이 주는 교훈은 부패나 뇌물 관행으로 사업을 진행하면 건전한 기업가정신을 해치고, 오히려 수익성을 악화시켜 결국 기업경쟁력의 약화로 이어진다는 사실을 명심해야한다. 부패로 사업을 진행하면, 현지 전문 기업과의 파트너 관계를 쓸모없게 만들어서 기업전문화에도 심각한 장애요소가 된다. 만일 공사비용 일부가 뇌물로 들어가 그 공사가 부실로 이어져, 현지에서 대형사고가 터지게 되면 국가이미지 실추 정도의 문제가 아니라 아랍국가의 표적이 될 가능성도 있다. 우리기업들은 우나오일이 활동하는 지역의 역사적 맥락을 잘 고려해야 한다. 대규모 뇌물수수로 인한 문제가 불거지면, 우리 기업들은 물론 한국도 해당 지역민들로부터 지역·민족·종교 공동체의 공공의 적으로 간주될 위험성이 도사리고 있다.

◎ 부패방지를 위한 기업의 사회적 책임

글로벌 기업들의 우나오일에 대한 시각은 제각각이다. 일부는 단순한 로비스트라고 생각했고, 또 다른 일부는 우나오일이 뇌물을 제공하고 있다고 의심하거나 알았지만 전혀 개의치 않는다는 입장이다. 우나오일은 뇌물방지 컴플라이언스 솔루션을 제공하는 비영리협회 '트레이스 인터내셔널'(Trace International)로부터 2007년 국제인증을 받았다는 사실을 무기로 여러 의혹들을 비껴가려 한다. 기업의 사회적 책임이 자칫 겉모양만 화려한 윤리경영의 형식적 측면으로 전락할 가능성도 배제할 수 없다.

우나오일과 관련된 것으로 지목된 기업들은 자신들이 강력한 반부패 정책을 갖고 있고 이번 사안에 대해 철저히 조사하겠다는 뜻을 밝혔다. 투자자들은 장기적으로 뇌물을 제공하지 않는 것이 유리하다는 확신이 있기 때문에 공무원들의 청렴성이 높은 나라를 투자처로 찾는다. 또한 부패는 사회적·환경적으로 엄청난 비용을 발생시키는데, 부실한 시행규정이 난무하고 더 많은 오염과 천연자원 파괴로 이어지기 쉽다. 따라서 글로벌 차원에서 각국은 회계 및 재무 투명성에 대한 국제적 기준을 채택해야하고, 뇌물거래를 막기 위해 관련 법률을 강화하고 행정 투명성을 높여야 한다.

지난 5월 반부패정상회의에서 채택한 공동선언문은 우리에게 시사하는 바가 크다. 그 주요 내용은 △부패은폐수단으로 악용되는 법적·제도적 장치 개선, △부패신고자의 철저한 보호, △정부예산의 공정한 집행 및 조세투명성 증진, △부패 관련자의 엄벌 및 부패로 인한 피해 회복, △부패문화의 근절 및 국제공조강화 등이다.

기업은 기부, 사회공헌, 봉사 등의 자선활동만을 사회적 책임이라고 생각하기 쉽다. 기업은 사회적 책임이 왜 중요한지 반문하기 보다는, 당연히 해야 할 최소한의 의무라고 생각하고 그 비용이라도 줄이기를 기대할지 모른다. 기업이 사회적 책임을 다해야 하는 이유는 사회가 투명하고, 공정하며, 지속가능발전을 해야 하기 때문이다. 로비스트를 빙자한 기업들이 뇌물제공을 일삼더라도 모든 기업이 사회적 책임의식을 가지고 ‘뇌물산업’에 연루되지 않는다면 부패가 설 땅은 사라질 것이다. 기업의 사회적 책임이 생색내기나 면피용 사업이 되어서는 안 되며, 부패

방지전략의 중심에 자리해야 한다.

21세기 글로벌 기업경영의 화두는 ‘지속가능경영’이다. 글로벌 경쟁에서 기업이 생존하기 위한 필요한 사회적 요구들을 충족시킬 때 지속가능경영이 실현될 것이다. 2010년 국제표준화기구(ISO)는 ISO26000이라는 가이드라인을 마련해 기업 및 정부와 NGO에 지배구조의 개선, 인권신장, 노동관행 개선, 환경보호와 공정거래 등을 통해 소속 사회에 도움이 되도록 노력할 것을 요구하고 있다. 기업의 사회적 책임은 몇 가지 이벤트나 프로그램의 사회공헌활동만으로 끝나지 않고, 기업의 핵심경영철학 및 기업문화에 반영되어 깊이 있게 뿌리내려야 한다. 그리고 유엔 차원에서 기업의 사회적 책임, 기업시민정신을 증진하기 위해 2000년 자발적 기업 이니셔티브인 유엔글로벌콤팩트(UNGC)를 발족시켰다. 2016년 7월 기준 166개국 8,900여 개 기업이 참여한 세계최대의 자발적 기업 이니셔티브이다. UNGC가 마련한 10대 원칙 중 하나가 바로 반부패에 관한 것이다. “기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.”는 원칙을 공식적으로 선언하고 실천하지 않는 기업은 글로벌 기업으로서 갖춰야할 자질을 포기한 것이다.

*참고

- http://www.huffingtonpost.kr/2016/03/31/story_n_9579474.html
- <http://www.unaoil.com/about/unakids/>
- http://news.kbs.co.kr/datafile/2016/05/0513_01.pdf
- <http://www.theage.com.au/interactive/2016/the-bribe-factory/day-1/the-company-that-bribed-the-world.html>

청탁금지법과 뇌물방지경영시스템 ISO 37001



사회적인 찬반논란 끝에 헌법재판소가 합헌 결정을 내린 ‘부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법률’(청탁금지법)이 9월28일 시행된다. 올 하반기 최고의 논쟁거리인 청탁금지법은 시행도 되기 전에 정치, 경제, 사회 각 분야에서 벌써 개정 논의가 활발하게 진행되고 있다. ‘3, 5, 10’ 이란 숫자가 시민들 머릿속에 깊이 각인되기 시작했고, 공직자, 언론인, 사립학교 교직원 등이 직무관련자에게 제공받을 수 있는 식사(3만원), 선물(5만원) 그리고 경조사비(10만원)의 상한선이 해당 숫자로 표현돼있다. 청탁금지법이 입법목적에

충실하게 자리 잡는다면, 공직자 등에 대한 부정청탁이 근절되고, 언론은 정치·경제·사회 모든 권력의 눈치를 보지 않고 견제하며, 정당하고 떳떳하게 직무를 수행하는 바람직한 사회가 만들어질 것으로 기대할 수 있다.

청탁금지법 제24조 ‘양벌규정’에는 청탁금지조항을 위반하면 그 행위자뿐만 아니라 그가 소속된 법인 및 단체에도 벌금 또는 과태료를 부과한다는 내용이 담겨있다. 다만, 법인·단체 또는 개인이 그 위반행위를 방지하기 위해 ‘상당한’ 주의와 감독을 기울인 경우에는 면책을 하는 단서 조항이 달려 있다. ‘상당한’ 주의와 감독을 기울인다는 측면에서 주목할 만한 국제표준의 뇌물방지경영시스템이 발간을 앞두고 있다. 163개 회원국의 국제표준을 개발하고 발간하는 국제기구인 국제표준화기구(ISO)는 9월중 뇌물방지경영시스템표준 ‘ISO 37001’을 공식 발간할 예정이다. 반부패노력은 세계적 흐름이자 기업시민으로서 갖춰야할 최우선 덕목으로 자리잡아가고 있다. 따라서 ISO 37001 도입을 통해 뇌물의 예방·감지·해결에 대한 경영관리시스템을 구축함으로써, 뇌물수수와 관련된 기업의 위험과 비용을 절감시킬 수 있을 것으로 기대하고 있다.

◎ 영국 뇌물수수법의 6대 원칙

ISO 37001은 2010년 제정된 영국의 뇌물수수법(The Bribery Act)에서부터 출발하였다. 엄격한 규정으로 잘 알려진 영국 뇌물수수법에 따르면, 기업의 임직원이나 대리인, 자회사가 뇌물관련 범죄를 저지른 경우, ‘적절한’ 예방조치를 마련한 사실을 입증하지 못한 기업도 형사상 처벌을 받을 수 있다. 하지만 여기에도 기업이 부패예방을 위해 ‘적절한’ 조치를 시행하고 있음을 입증하면 면책될 수 있다는 내용이 포함돼 있다. 이는 기업이 자체적으로 부패방지시스템을 구축하도록 장려하기 위한 규정이다. 2011년 영국 법무부가 발간한 이행지침은 △적절한 절차(Proportionate Procedures) 수립, △최고경영진의 결단 및 실천(Top-Level Commitment), △리스크 평가(Risk Assessment), △실제조사(Due Diligence) 원칙, △교육 및 의사소통(Communication including Training), △모니터링 및 검토(Monitoring & Review) 등 6대 원칙을 반부패 시스템에 반드시 포함시킬 것을 요구한다.

첫째, 적절한 절차수립은 부패위험과 업무영역의 성격, 기업규모, 사업의 복잡성 등에 비례해 부패방지 정책 및 절차가 마련돼야한다는 원칙이다. 즉, 소규모 기업은 정기적인 회의에서 구두 보고만으로도 반부패 정책과 관련 내용을 전달할 수 있지만, 대기업은 체계화된 시스템이 필요하다는 의미이다. 둘째, 최고경영진의 결단 및 실천은 기업의 뇌물에 대한 무관용 원칙을 대내외에 공표하고 동시에 최고경영진이 적극적으로 반부패 노력에 참여한다는 결단과 의지의 표현이다. 셋째, 리스크 평가는 기업 활동 시 예측 가능한 모든 유형의 부패위험의 속성 및 범위를 정기적으로 체크하고 평가한다는 원칙이다. 기업이 해외에 진출할 경우, 해당 국가의 부패방지에 대한 사회

적 인식수준이 높고 법제도가 잘 정비되어 있다면 부패 리스크는 그만큼 낮아질 것이다. 한편, 타 산업에 비해 뇌물 및 부패 빈도가 높은 건설 및 사회기반시설 산업은 부패의 고위험군에 속할 가능성이 높다. 넷째, 실제조사 원칙은 사업 진행 시 에이전시를 포함한 각 단위에서 업무수행자에 대한 철저한 실사를 통해 반부패 노력을 기울인다는 의미한다. 특히 부패 위험이 높을수록 그에 비례해 반부패 노력과 주의도 더욱 세심하게 기울여야 한다. 다섯째, 교육 및 의사소통은 기업 내외의 이해관계자들에게 부패방지 정책 및 절차를 충분히 인지시켜 그 내용이 조직 전반에 스며들고 체화될 수 있도록 교육 등 여러 방법을 통해 전파하고 소통해야 한다는 원칙이다. 마지막으로 부패방지 정책 및 절차를 꾸준히 모니터링하고 검토할 뿐만 아니라 필요하다면 개선의 노력을 기울여야 한다는 원칙이다.

이상의 6대원칙이 개념적 명확성과 지향점은 분명하다. 하지만 실제 기업에서 이 원칙을 바탕으로 뇌물방지 정책 및 절차를 구축하고 실행하기 위해서는 좀 더 구체적이고 세부적인 가이드라인이 요구된다. 이러한 요구에 따른 움직임이 영국표준화기구에서 나왔다.

◎ ISO 37001은 어떤 표준인가?

2011년 영국표준화기구(BSI)는 뇌물수수법에 따른 후속조치로 뇌물방지경영시스템 BS 10500을 제정하였다. 2013년 ISO 회원국에서 뇌물방지국제표준제정의 요구가 높아지기 시작하자, BSI는 자국 내 경험을 토대로 ISO 산하에 프로젝트위원회(ISO/PC278)를 구성하여 국제 뇌물방지경영시스템표준의 개발을 결정하였다. 36개 직접 참여국, 21개 참관국가에서 온 80여 명의 전문가들과 OECD와 국제투명성기구(TI)를 포함한 7개 연락기구가 여섯 차례 회의를 통해 초안을 작성하였다. 9월 최종안 검토 및 회원국 투표를 통해 일반에게 공표될 예정이다.

ISO 37001은 모든 조직 활동에서 발생하는 뇌물수수 위험에 대한 합리적이고 균형 잡힌 정책, 절차 및 통제시스템이다. 예를 들어 공공부문, 민간부문 그리고 비영리 섹터 등 어떤 형태의 조직이나 중소 및 대규모 조직 등 어떤 규모의 조직에서도 그 적용이 가능하다. 그리고 조직 내 임직원의 직접적인 뇌물수수나 조직 에이전시 또는 제3자에 의한 간접적인 뇌물수수 등 두 마리 토끼를 동시에 잡을 수 있는 프로그램이다. ISO 37001은 뇌물에 국한해서 적용할 수 있는 시스템이기 때문에 사기, 반독점/공정경쟁위반, 돈세탁 등 다른 위법행위를 표준에서 구체적으로 다루지는 않는다. 그렇지만 ISO 37001은 조직이 포괄적인 리스크관리 경영시스템을 구축하기 위한 확장성을 구축하는 데 실질적인 도움을 줄 수 있다.

◎ ISO 37001이 필요로 하는 조치들

ISO 37001은 독립적인 경영시스템이지만 기존 경영시스템 및 통제시스템에 통합적으로 구성될 수도 있다. 즉, ISO 37001이 조직 전체 경영시스템에서 독립적으로 또는 통합적으로 존재할 수 있기 때문에, 뇌물방지경영시스템의 구축·이행·유지·발전을 위해서는 반드시 필요한 최소한의 지침이나 요구사항이 갖춰져 있어야 한다. 이 요구조건들에는 영국 뇌물수수법의 가이드라인이 모두 담겨 있고, 이러한 바탕 위에서 ISO 37001은 더욱 효율적으로 작용할 것이다. 구체적인 내용은 아래와 같다.

△뇌물방지 정책 및 프로그램 이행, △모든 관련 직원 및 조직(벤처 파트너, 하청업체, 공급업체, 컨설턴트 등)에게 정책 및 프로그램 알리기, △프로그램을 감독하는 컴플라이언스 관리자 임명, △직원에게 적절한 뇌물방지교육, △뇌물수수의 위험성 평가, △적절한 뇌물방지컨트롤을 실행할 수 있는 합리적 조치, △직원의 뇌물방지정책 준수상태 확인, △선물, 접대, 기부 등이 부패목적 없이도록 통제, △뇌물수수의 위험방지를 위한 적절한 금융, 조달, 계약 및 기타 상업관리의 실현, △보고절차 및 내부고발 이행, △실제 뇌물수수와 의심상황에 대한 적절한 조사 및 처리, △프로그램의 효율성에 대한 모니터링과 평가, 그리고 필요한 경우 개선방안 모색 등이 ISO 37001 실행 과정에서 요구되는 사항들이다.

◎ ISO 37001을 도입하면 경영상 어떤 장점이 있는가?

최근 국제적 추세는 효과적인 뇌물방지규정의 채택을 요구하거나 뇌물방지경영시스템 마련에 따른 조직 인센티브를 법적으로 강제하고 있다. ISO 37001의 도입은 이러한 국제적 흐름에 보조를 맞추는 것이고, 경영상의 장점도 분명히 가지고 있다. 우선 조직이 반부패경영시스템을 이행하는 것을 돕고 현재 보유한 통제조치를 강화시킨다. 둘째, 임직원 및 투자자 그리고 다양한 이해관계자들에게 뇌물통제와 관련하여 국제적으로 공인된 관행을 받아들이고 이행하고 있다는 확신을 줄 수 있다. 셋째, 뇌물수수로 관계당국의 조사를 받을 경우, 조사기관 혹은 법원에 조직이 뇌물방지를 위한 적절한 절차와 단계를 밟아왔다는 증거자료로 제시할 수 있다.

구체적으로 조직의 수익 및 비용이란 측면에서 상당히 긍정적 효과를 기대할 수 있다. 거대 조직 및 그 파트너 조직은 부패방지정책의 다양한 검증 및 실사를 위해 많은 비용을 지불하게 된다. 그리고 기술력 있는 중소기업의 경우 해외 다국적 기업이나 대기업과의 파트너 구축이 부패방지정책을 제대로 마련하지 못해 난관에 봉착할 가능성도 배제할 수 없다. ISO 37001이 163개 회원국에서 부패방지시스템의 대명사가 된다면, 그 인증만으로 부패방지정책의 요구에 따른 비용을 절감하고, 다양한 업체에 대한 마케팅이 자연스럽게 이루어질 수 있게 된다.

ISO 37001 도입으로 조직의 뇌물수수 예방 및 감지 능력이 향상된다면, 기업자금 및 기타 자산을 불법적인 뇌물수수에 사용하는 직접적 비용을 줄일 수 있다. 뿐만 아니라 뇌물수수 혐의에 대한 정부조사로 발생할 수 있는 간접적 비용, 예를 들면 변호사/법정회계사/전자검색전문가를 고용하여 정부조사에 대응하고 문제를 해결하는 데 드는 비용 모두를 줄일 수 있다.

뇌물방지경영시스템은 최근 글로벌 경제에서 강조되는 기업의 사회적 책임(CSR)의 중요한 구성요소가 될 수 있다. 기업은 기업시민으로서 사회와 이해관계자에 대한 폭 넓은 책임이 요구된다. 사회적으로 재무 및 투자 정보에 대한 공개, 지속가능한 비즈니스 모델 수립이라는 기업의 의무를 요구하는 목소리가 높아지고 있다. ISO 37001의 인증과 도입은 기업의 뇌물방지경영시스템표준의 운영 및 윤리경영실천 의지를 다양한 이해관계자에게 입증할 수 있는 계기가 된다.

◎ 청탁금지법 시대의 ISO 37001

청탁금지법 시대에 대부분의 조직은 뇌물방지 시스템 및 프로세스 개발에 많은 시간과 노력을 투자할 것이다. 최고경영진은 뇌물에 대한 무관용 원칙을 대내외에 공표함과 동시에 적극적으로 반부패 노력을 손수 실천해야 한다. ISO 37001은 인증은 불필요한 요식행위가 아니라, 실질적으로 뇌물수수위험이 초래할 부정적 영향을 없애기 위해 필요한 사항이다. 조직의 규모와 구조, 조직이 위치한 지역과 산업, 조직 활동의 내용에 따른 맞춤형 설정이 가능한 ISO 37001은 조직의 클린경영시스템 확립에 많은 도움을 줄 것이다.

뇌물방지경영시스템을 장려하는 것은 부패가 비용을 높인다는 판단 때문이다. OECD 보고서에 따르면 뇌물이 전체 사업비용을 10% 증가시키는 것으로 나타난다. 잘 관리되는 윤리경영조직은 효과적인 품질, 환경 및 안전 관리시스템을 구현하는 것이 쉽고, 또한 효과적인 뇌물방지경영시스템 ISO 37001 인증을 획득해 청탁금지법 시대에 경쟁력을 이어갈 것이다. ISO 37001 인증은 청탁금지법의 적용대상과 직간접으로 연결된 모든 조직의 윤리경영실천의지를 확인할 수 있는 계기가 될 것이고, 민간기업의 청탁금지법 관련 매뉴얼 작성에도 도움을 줄 수 있을 것이다. 나아가 국내기업이 반부패 트렌드의 세계시장에 진출하기 위해서도 ISO 37001은 반부패 가이드라인이나 지침으로서 반드시 필요 할 것이다.

*참고

- http://www.iso.org/iso/iso_37001_anti-bribery_management_systems_standard_brochure.pdf
- https://www.compliance.idoxgroup.com/en/compliance_consulting/iso37001.html
- <http://www.ethisphere.com/wp-content/uploads/A-New-Standard.pdf>



세계화시대의 부패방지 컴플라이언스

1997년 경제협력개발기구(OECD) 회원국들이 공무원의 뇌물수수를 범죄로 규정하고 뇌물방지협약에 서명한 지 19년이 지났다. 그 후 부패방지법을 제정하는 국가들이 점차 늘어나고 있다. 1977년 해외부패방지법(FCPA)을 최초로 제정한 미국이 더 이상 외로운 파수꾼이 아니다. 영국을 포함한 유럽 국가들과 심지어 중국/브라질 같은 신흥경제국도 부패방지규정을 마련해서 시행하고 있다. 이처럼 부패방지규정이 세계적으로 확대되고 있지만 확산 일로의 뇌물수수관행이 좀처럼 사라지지 않고 있다. 2016년 국제통화기금(IMF) 추산에 따르면 전 세계적으로 매년 2조 달러(약 2,332조원)의 뇌물수수가 발생해서 세계경제를 잠먹는 것으로 알려져 있다.

◎ 세계화의 두 가지 경향이 만든 컴플라이언스 환경

세계화는 부패방지 컴플라이언스에 대한 도전이란 측면에서 새로운 변화를 만들어낸다. 세계화에 따라 나타나는 두 가지 트렌드가 컴플라이언스 환경을 급격하게 바꾸고 있다.

첫째, 세계 각국 정부는 부패방지규정을 강화하거나 새로운 법안을 제정하고 있다. 그리고 사정당국은 부패방지를 위해 세계적으로 공동의 감시활동을 펼치고 있다. 따라서 세계시장에 진출한 다국적 기업은 글로벌 기준뿐만 아니라 국가 간 규제차이를 고려하여 컴플라이언스 전략을 수립해야 한다. 즉, 글로벌 기업은 글로벌 차원의 규제환경을 고려한 컴플라이언스 프로그램으로 글로벌 리스크를 평가해야 하고, 지역의 특수한 환경에 따라 맞춤형으로 작동할 수 있는 유연한 프로그램을 갖춰야만 한다.

둘째, 세계화에 따라 기업의 공급망은 확대추세에 있다. 광범위한 지역에서 비즈니스 활동을 전개하는 기업은 이 전보다 제3자 의존도가 훨씬 더 높아질 수밖에 없다. 부패가 만연한 지역에서 기업을 인수·합병할 경우, 과거 그 기업이 정부와 어떤 관계를 유지했는지 제대로 파악하기 어렵다. 그리고 기업의 인수합병이 끝나고도 기업문화, 업무절차, 경영시스템의 차이로 인해 글로벌 부패방지 컴플라이언스 구조에 곧바로 통합되기 어려운 상황으로 이어질 수 있다. 이러한 이유로 각 지역의 에이전시를 통해 문제를 해결해야 하고 결과적으로 기업의 제3자 의존도를 높치게 된다.

위에서 언급한 두 가지 세계화 경향은 부패방지 컴플라이언스의 정착이 쉽지 않은 환경을 만든다. 부패는 추악한 머리를 감추고 기업의 배후에 숨어 정도경영을 방해하게 된다. 155개국에 글로벌 네트워크를 구축하여 회계감사, 세무, 재무자문, 컨설팅 서비스를 전문으로 제공하는 KPMG 인터내셔널은 미국과 영국 기업에게 부패방지과 관련한 의견을 묻고 비교해보았다. 그 결과 최근 부패방지 컴플라이언스를 모니터링하고 평가하는 환경이 더욱 어려워진 것으로 나타났다. 미국 기업의 경우, 제3자 감사의 어려움을 토로한 응답자비율이 2011년 43%에서 2015년 77%로 가파른 상승세를 보였다. 영국도 32%에서 51%로 증가추세가 비슷한 상황이었다. 세계화로 해

외기업이 본사에 편입되기 시작하면서 복잡성이 증가해서 부패방지문제의 처리가 더욱 어려워진 것이다.

◎ 부패방지의 핵심이슈, 제3자 리스크 관리

제3자 리스크 관리가 부패방지의 영역에서 가장 핵심적인 문제이다. 최대 이슈 세 가지 중 두 가지가 제3자와 관련된 내용으로서, 컴플라이언스를 위한 제3자 감사 및 해외에이전트/제3자 실사 수행의 어려움이 바로 그것이다.

부패방지의 핵심이슈 순위

1	컴플라이언스 제3자 감사
2	뇌물과 부패 관련 국가의 규제 변화
3	해외에이전트/제3자 실사 수행의 어려움
4	내부의 자원 부족
5	리스크 평가의 어려움
6	문화적/언어적 이슈

출처: "글로벌 부패방지 조사", KPMG민트내셔널, 2015

제3자나 아무런 관련성이 없어 보이는 사람이 뇌물을 전달하기 때문에 부패방지에서 그 어려움이 더욱 커진다. 2014년 OECD 해외뇌물보고서에 따르면, 427건의 뇌물사건 중 ¾이상에 제3자가 연루돼있다. 따라서 적절한 중개업체 및 공급망을 선정하고 지속적으로 모니터링하여 그들의 업무처리 프로세스를 체계적으로 관리할 필요가 있다. 그리고 제3자 리스크 관리 이외에도 뇌물 및 부패 관련 국가적인 규제변화로 인한 어려움이 있을 수 있기 때문에, 컴플라이언스 프로그램의 지속적인 업데이트가 필요하다.

제3자 리스크 관리의 필요성에도 불구하고 약 34%의 기업이 리스크 높은 제3자에 대해 공식적으로 신원을 확인하고 있지 않다. 그리고 제3자와의 계약체결에서 감사조항이 있는 경우도 56%에 불과했고, 실질적으로 감사를 실시한 기업은 41%에 그쳤다. 심지어 기업의 31%는 제3자 리스크를 염두에 둔 공식적인 적응프로세스조차 갖추지 않은 것으로 밝혀져 충격을 주고 있다.

부정부패와 관련한 많은 문제들이 제3자에 대한 철저한 조사만으로도 충분히 걸러질 수 있을 것이다. 제3자 평가는 기업 자체뿐만 아니라, 조직 뒤에 있는 개인에 대한 세밀한 검증이 동시에 이루어져야 한다. 또 하나 중요한 사실은 제3자에 대한 비용 지불이 시장가치를 기준으로 충분히 이뤄져야 한다는 사실이다. 그렇지 않을 경우 중개과정에서 시장가치를 보상하려고 여러 위법적 행위를 할 가능성이 높다.

세계화 시대에 기업은 제3자로부터 가능한 한 많은 정보를 확인하고 얻는다. 따라서 검증된 제3자를 매개로 접촉하는 파트너들에게 많은 정보개방을 원한다는 사실을 확실하게 알려야한다. 이 과정에서 정보제공을 원치 않는 기업이 있다면, 그들과의 비즈니스는 그만큼 위험천만한 일이 된다.

KPMG 조사에 따르면, 기업이 제3자에게 자체 부패방지정책을 알린 경우는 60%에 불과하다. 다국적 기업의 경우 해당 지역 언어로 소개한 경우는 더욱 소수에 지나지 않는다. 예를 들어 남아프리카의 경우 영어를 포함 11개 공식 언어가 존재하지만, 기업의 부패방지정책은 거의 대부분 영어로만 소개될 뿐이었다.

◎ 컴플라이언스 강화 및 글로벌 리스크 관리

세계화로 부패방지 집행기관의 활동이 더욱 활발해지고 있다. 특히 미국과 영국의 부패방지 관련법의 강화는 세계적인 공급망 기업들이 자체적으로 부패방지 프로그램을 갖추게 하는 순기능을 하고 있다. 아시아와 남아메리카의 신흥시장에서조차 사정당국이 활발한 감시활동을 벌이고 있다. 왜냐하면 미국과 영국 부패방지기준은 미국 및 영국 기업의 공급자 역할을 하려면 그들 자체적으로 공식적인 부패방지 프로그램을 갖출 것을 요구하기 때문이다.

하지만 기업이 좋은 부패방지 프로그램을 갖췄다고 전부는 아니다. 아무리 좋은 정책과 절차를 가지고 있더라도 실행의 측면에서 제3자를 프로그램의 틀 안에 위치시키지 못하면 컴플라이언스 프로그램은 효력을 발휘하기 어렵다. 따라서 컴플라이언스 강화는 제3자 리스크 관리를 포괄하는 방향으로 확대 적용되어야 한다.

세계화의 한 가지 신호는 국경을 초월한 인수합병의 증가이다. 미국 법무부(DOJ)와 증권거래위원회(SEC)는 미래의 뇌물수수 발생을 차단하기 위해 기업을 인수할 때 반드시 부패방지 실사절차를 거치라고 당부한다. KPMG의 조사에 따르면, 미국과 영국의 응답기업 69%가 인수 전 고려할 사항에 부패방지를 포함시키고 있다. 그 밖의 지역은 55%에 불과하다.

일반적으로 피인수기업은 부패방지 실사절차의 생략을 원하기 때문에, 특히 해외기업 인수 시 부패방지 실사절차를 포함시키기 쉽지 않다. 이러한 상황에 대한 대안으로 제시할 수 있는 것이 독립적인 제3자를 선정해 민감한 마케팅 및 재무정보 (종종 관련 공급업체/고객정보)를 취합·평가하게 하고, 세부적인 사항은 구매자에게 공개하지 않는 가이드라인이 있다.

◎ 기본에 충실한 부패방지 컴플라이언스

기업이 제3자에게 자신과 동일한 컴플라이언스를 강요하지 못하고 꺼리는 분위기가 존재한다. 왜냐하면 공급망 및 판매망의 측면에서 제3자와 사업상 파트너십이 틀어지길 바라지 않기 때문이다. 제3자의 컴플라이언스 협력 요구가 어찌 보면 소비자들에게 회계장부를 공개하는 것과 동일하게 비칠 수도 있다. 하지만 독립적인 기관이 제3자를 모니터링하기 위해 관련 데이터베이스에 접근하는 것은 상생의 기업환경을 만들어 가는 기본적인 요구라고 할 수 있다.

사후적으로 리스크가 확인되면 기업의 부패방지 통제장치가 리스크 완화에 효과적인지 평가해야 하는데, 이때 가장 효율적 방법이 데이터 분석이다. 그리고 부패방지에 필요한 데이터가 무엇인지 찾는 과정에서 데이터 분석가, 컴플라이언스 전문가, 경영진 사이의 긴밀한 협력이 요구된다. 해외기업인수 후 구매자와 판매자의 컴퓨터 시스템의 통합의 불일치로 인해 그러한 협력이나 컴플라이언스 프로그램의 효율성 평가가 어려울 수 있다. 잠재적인 규정위반을 감지하기 위해 지속적으로 데이터를 모니터링 하고 있는 기업은 42%에 불과한 현실이 효율성 평가의 어려움을 잘 말해준다.

최근 기업에서 부패방지와 청렴 및 투명성 축진이 글로벌 규제환경과의 조화 속에서 핵심 의제가 되고 있다. 세계화 시대에 다국적 기업은 자신의 부패방지 컴플라이언스를 해외 파트너 기업들에게 실천하도록 권장할 책무가 부과된다. 기본에 충실한 부패방지 컴플라이언스의 국제표준이 문화와 언어, 그리고 경영시스템의 차이를 극복할 수 있게 기업평가의 핵심항목이 되어야 할 것이다.

*참고

- <https://home.kpmg.com/xx/en/home/insights/2015/09/rising-to-the-challenge.html>
- <http://www.oecd.org/corruption/oecdantibriberyconvention.htm>
- <https://www.justice.gov/sites/default/files/criminal-fraud/legacy/2015/01/16/guide.pdf>



애플 사태를 통해 생각하는 개인정보보호

10년 전 처음 출시한 이후 지난 3월까지 이미 7억 대의 아이폰이 판매되었다. 그런데 올해 초 한 대의 아이폰 때문에 애플과 미국 연방수사국(FBI) 간 세기의 '프라이버시' 전쟁이 시작돼 아직까지 법정 공방전을 벌이고 있다. 이 사태의 발단은 지난해 말 캘리포니아 샌 버나디노에서 발생한 무슬림 부부의 총기난사 사건이다. 14명이 죽고 22명이 부상당하는 끔찍한 참사가 발생한 것이다.

미 FBI는 수사를 위해 애플 측에 테러범이 사용한 아이폰 5C의 '잠금 해제'를 요구했다. 하지만 애플 회장 팀 쿡은 고객의 개인정보를 위협하는 FBI의 월권행위에 맞서 이용자 정보보호를 끝까지 지킬 것이라며 대법원까지 가는 장기전을 불사하고 있다. 팀 쿡은 직원들에게 이메일을 보내, "이번 사안은 법을 준수하는 수천만 고객의 자료보안이 걸린 것이고 모든 사람의 프라이버시를 위협하는 위험스런 선례를 남기는 일"이라며 수사당국을 강하게 비판하고 내부단속에 나섰다. 그에 반해 법무부는 "애플의 협조명령 거부행위가 자사평판에 대한 부정적 영향을 차단하려는 상술에서 비롯된 것"이라며 맹비난한 바 있다.

◎ 애플이 FBI 협조를 거부하는 이유

FBI가 애플에 요구하는 것은 사용자가 열 번 이상 틀린 암호를 넣으면 폰 자료가 자동으로 삭제되도록 한 기존 소프트웨어를 우회하거나 방지할 수 있는 새로운 소프트웨어를 만들어달라는 것이다. 그리고 FBI가 새로운 소프트웨어를 이번에만 적용할 것이란 점을 강조했지만 애플은 '백도어(보안장벽 우회로)' 개발 요구를 거부했다. 이런 백도어를 만들면 수사 당국이 언제든지 다른 아이폰에 악용할 우려가 있다는 것이다. 결국 철저한 프라이버시 보장과 보안을 브랜드로 성공한 애플 입장에서는 FBI의 백도어 프로그램 개발요구를 받아들일 경우 기업 이미지 실추는 물론 고객의 대량 이탈이라는 불이익을 감수해야한다는 얘기다. 따라서 애플은 협조거부의 이유를 구체적으로 설명하고 있다.

애플은 FBI 협조를 위해 10명의 엔지니어와 직원이 4주가량 매달려야 하고, 고객정보보호 문제로 향후 벌어질지 모를 소송에 대비해 전체 개발과정을 일일이 정확하게 기록해야 한다고 주장한다. 무엇보다도 법원의 협조 명령이 떨어질 때마다 이런 개발 및 폐지 작업을 반복할 경우 자사 부담이 더욱 가중될 것이며, 결과적으로 정부 요청을 다루는 새로운 '해킹' 전문 부서를 설치해서 수사요청이 있을 때마다 매번 잠금장치를 해제하는 새로운 백도어 소프트웨어를 개발하는 우스꽝스런 상황이 벌어질 것이라 밝히고 있다. 뿐만 아니라 FBI의 협조 명령이 '강압적인 부담'이며, 제약회사에게 독약을 만들라고 요구하거나 범죄수사의 미끼로 사용하기 위해 허위기사를 보도하도록 언론사에 지시하는 것과 다를 바 없는 상황이기 때문에 FBI 요구를 받아들일 수 없다는 것이다. 그리고 애플은 테러용의자의 아이폰에 저장된 데이터와는 아무런 상관이 없으므로 개별 아이폰에 대한 책임을 질 하등의

이유가 없다고 항변하고 있다. 즉, 애플은 제조업체가 상품을 출시했다는 이유만으로 정부가 업체의 협조를 강요하는 것은 영장법 체계에 맞지 않다고 주장한다.

◎ 프라이버시보호 vs. 국가안보

윤리경영은 고객의 프라이버시보호를 우선적으로 고려해야하지만, 국가안보라는 현실의 법리 논란 속에서 정부의 수사권과 프라이버시보호 사이의 균형을 어떻게 잡을 것인지 중요한 부분이다. 마이크로소프트 전 CEO 빌 게이츠는 애플 사태와 관련해 FBI의 주장에 제한적으로 찬성하며 올바른 안전장치를 둘 경우 테러방지 등 공공이익을 위한 정부활동에 협조할 수 있을 것이라는 의견을 냈다. 그러나 페이스북, 구글, 트위터의 CEO들은 데이터 암호화의 필요성을 강조하면서 고객정보보호를 최우선으로 생각해야 할 기업이 고객의 권익에 반하는 행동을 하도록 정부가 강요하고 있다고 주장한다.

미국 내 전반적인 분위기는 프라이버시보호 쪽의 손을 들어주고 있는 것처럼 보인다. 다수의 시민단체와 IT 업체는 애플 지지를 선언하고 있다. 여기에는 “IT 업체에 해킹 방법 제공을 요구하는 것은 고객프라이버시 침해”라고 주장하는 구글 CEO 순다 피차이도 포함된다. 피차이는 “사용자의 정보를 안전하게 지킬 수 있는 안전한 제품을 만들고 수사기관의 적법한 법적 요구에 데이터 액세스를 허용할 수는 있지만, 사용자의 기기를 해킹하라고 IT 업체에 요구하는 것은 차원이 다른 문제이며, 곤란한 선택으로 남을 위험이 있다”고 강조한다. 미국에서의 법리 공방전이 어떤 결과가 나오더라도 애플 사태가 먼 나라의 분쟁만은 아니다. 우리도 정부, 기업, 소비자 등 이해관계자들의 개인정보보호와 국가안보의 충돌 가능성을 염두에 두고 진지한 논의가 필요한 시기다. 애플 사태의 추이에 관심을 가져야하는 이유도 여기에 있다.

◎ 프라이버시보호를 위한 비식별조치

바야흐로 빅데이터를 활용하는 마케팅 시대가 열렸다. 비자카드사는 고객의 결제 장소, 시간, 구입품목 등을 실시간으로 파악하고 구매이력 및 성향을 감안하여 현재 고객이 있는 인근 매장의 할인쿠폰을 실시간으로 발송해 주는 RTM(Real Time Messaging) 서비스를 운영 하고 있다. IBM의 '왓슨 헬스 클라우드'는 의료정보를 클라우



드로 수집해 의사나 의료관련 기업 등에 분석기능을 제공한다. 구글은 환자의 암진단 키트를 이용한 혈액분석으로 암 진행상황 등을 체크하고 데이터는 플랫폼 클라우드에 전송돼 분석하는 기술을 운영 중이다. 미국 AT&T는 빅데이터를 기반으로 한 스마트 교통관제와 커넥티드카 분야에 집중하여 2016년 1분기 커넥티드카 순증은 120만대로 커넥티드카 누적 가입자가 800만에 이르렀다. 국내에서도 KT가 서울시와 연계해 심야버스노선을 최적화하고, 질

병관리본부와 로밍 및 위치데이터를 활용한 유행성 질병 감염경로 추적 서비스도 개발한 바 있다.

데이터를 조합해 새로운 가치를 창출하는 빅데이터 시대에 미국, 일본, 유럽연합(EU) 등 선진국은 프라이버시보호와 개인정보이용 사이의 갈등을 없애는 데이터 비식별화 기술에 관심을 갖고 관련 사업을 진행하고 있다. 개인정보의 철저한 비식별 조치와 추후 재식별 방지 및 처벌 조치를 위한 지속적인 모니터링 등 사후관리를 강조하고 있다. 미국은 소비자 프라이버시 권리장전법(CPBRA), 의료개인정보보호법(HIPPA) 등 개별법규에서 비식별화를 정의하고 비식별 조치를 완료한 데이터는 개인정보보호 범위에서 제외한다. 지난 4월 EU의회에서 통과된 개인정보보호법(GPDR)도 가명처리(Pseudonymisation)를 규정하고 있다. 데이터의 가명처리 요건을 충족하면 개인정보사용동의 의무가 면제되어 최초 수집목적 외의 다른 용도로의 사용과 데이터 외부 제공 시 정보주체 통지의무의 면제 등이 허용된다. 다만, 가명정보를 동의 없이 처리할 수 있는 경우는 공익, 과학적 연구, 역사연구, 통계 목적으로만 한정되어 있다. 국내에서도 지난 7월 1일 행정자치부를 비롯한 관계 부처에서 '개인정보 비식별 조치

가이드라인'과 '개인정보 법령 통합 해설서'를 발표하는 등 빅데이터 활성화를 위한 개인정보 보호제도 개선을 단행했다. 비식별 조치를 사전검토, 비식별 조치, 적정성 평가, 사후관리 등 4단계로 나누고 각 단계별 조치 사항과 유의사항이 명시되어 있다. 빅데이터 시대를 주도하기 위해서는 정부와 학계, 기업과 소비자 간 개인정보이용에 대한 합의가 전제되어야 한다.

◎ 국경을 초월한 개인정보보호의 필요성

세계화로 국경의 문턱이 거의 사라진 상황에서 국가정보의 주권확립은 중요한 문제이다. 선진국들은 국민의 개인정보보호를 위해 자국민의 개인정보 국외 이전을 규제하기 시작했다. 많은 기업은 개인정보보호가 허약한 나라로 데이터 센터를 이전하여 이들 규제를 회피하고 있다. 페이스북은 유럽 내에서 데이터 보안법이 가장 약한 아일랜드에 유럽본부를 두고 있다. 타국 정부나 해외 기업이 자국의 온라인 정보에 수시로 접속하여 개인정보유출문제가 발생하기 때문에, 각국은 자국민의 개인정보보호를 위해 데이터의 무분별한 해외 이전을 엄격히 제한하기 시작한 것이다.

2000년 10월 EU와 미국은 '세이프 하버(Safe Harbor)' 조약을 체결하여 미국기업이 협정 7개 원칙을 준수한다면 개인정보보호조치를 취한 것으로 간주하고 EU지역에서 수집한 개인정보를 자유롭게 미국으로 이전 할 수 있도록 했다. 7개 원칙은 △고지(Notice: 기업은 개인에게 정보를 수집·사용할 목적/ 고충 등에 관한 연락방법, 정보를 재제공하는 제3자의 종별/ 정보의 이용·제공을 제한하기 위하여 개인에게 부여된 수단 등을 고지해야 함) △선택(Choice: 기업은 개인이 당초 수집 목적과 그 후 해당 개인에게 승인된 목적 이외에 제3자에게 개인정보를 제공할지의 여부/ 당초의 수집 목적과 그 후 해당 개인에게 승인된 것과는 다른 목적으로 개인정보를 사용할지 여부에 관해 선택할 기회를 부여해야 함) △제3자제공(Onward Transfer: 기업이 개인정보를 제3자에게 제공할 경우에는 '고지' 및 '선택'의 원칙에 따라야 함) △접근(Access: 개인은 기업이 보유한 자신의 정보에 접근할 수 있고, 해당 정보의 정정·수정·삭제가 가능해야 함) △보안(Security: 기업은 개인정보의 삭제·오용·권한이 없는 자의 접근·누설·파괴로부터 보호하기 위한 예방조치를 취해야 함) △정보통합(Data Integration: 기업은 개인정보를 수집목적과 그 후 본인에게 승인받은 목적에 반하는 방법으로 처리해서는 안 되며, 정보를 신뢰할 수 있고 정확, 완전, 최신임을 확보하기 위한 조치를 취해야 함) △법률이행(Enforcement: 효과적인 프라이버시 보호책으로 위의 원칙준수를 위한 구조/ 원칙이 준수되지 않았을 경우 개인에 대한 구제조치/ 원칙 위반의 경우 제재조치 등이 포함되어야 함) 등이다. 그러나 지난해 유럽사법재판소는 이 조약만으로는 EU시민의 개인정보를 보호하기 어렵다는 이유로 체결 15년 만에 무효화를 선언했다.

한국기업들도 EU국가의 개인정보를 그 밖의 지역에서 사용할 수 있도록 '개인정보보호적합성평가추진단'을 통해 국가차원에서 EU의 개인정보보호적합성평가를 추진하고 있다. 지금까지 한국은 국가차원의 적합성 평가를 받지 않아 국내 기업이 개별국가의 심사를 거쳐야 개인정보를 국내에 전송하고 처리하는 것이 가능했다. 앞으로는 정보의 자유로운 유통을 보장하지만 무분별한 사용을 제한하고 개인프라이버시를 보호할 수 있는 방안에 대한 협의가 본격적으로 이루어질 것이다. 개인정보보호정책이 강력하게 적용되는 유럽에서 사업을 하려면 민감한 정보와 그렇지 않은 정보를 따로 구분하는 것이 사내 문화로 완전히 정착되어야 하며, 그렇지 않으면 엄청난 벌금을 물게 될 수 있다. 윤리경영을 표방하는 기업이라도 해외 각국의 정보이전시스템을 체계적으로 파악하지 않으면 정보보호스캔들의 주역이 될 가능성을 배제할 수 없기 때문에 정보보호에 각별한 관심이 요구된다.

*참고

- <http://www.sisain.co.kr/?mod=news&act=articleView&idxno=25528>
- <http://www.itworld.co.kr/news/98096>
- <http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2016073109525564547>
- http://www.hellot.net/new_hellot/magazine/magazine_read.html?code=202&sub=003&idx=27431

유명 스포츠 브랜드의 선택, ‘스피드 팩토리’

세계화 과정에서 진행된 다국적 기업의 아웃소싱이나 글로벌 공급사슬은 세계적인 불평등을 유지 또는 심화시킨 요인으로 꼽힌다. 나이키, 아디다스, 푸마 등 세계 3대 스포츠 브랜드는 이러한 설명을 돕는 대표적 사례에 해당한다. 개발도상국 노동자의 값싼 노동으로 벌어들인 부가 최상위에 있는 다국적 기업에 흘러가는 구조로 짜여있고, 개별 국가는 이 공급사슬에 들어가기 위해 사실상 최저임금의 하향 경쟁을 벌이는 상황이 연출되고 있다.

◎ 제3자의 잘못이라고 책임을 회피한 브랜드 윤리

1990년대 본사가 디자인과 마케팅만 책임지고 생산은 아웃소싱하는 나이키의 혁신적 비즈니스 모델이 점차 일반화되어갔다. 나이키 제품은 처음 일본에서 생산하기 시작해서 한국을 거쳐 중국, 인도, 파키스탄, 베트남 등 저임금지역으로 생산기지를 옮겨 다니며 생산해왔다. 아웃소싱으로 생산비용을 절감하고, 제3자와 비교적 자유롭게 계약 또는 해지할 수 있기 때문에 자체생산라인을 가진 기업에 비해 유연하고 가격경쟁력이 클 수밖에 없었다.

1996년 미국 ‘라이프’지에 12살 파키스탄 소년이 나이키 축구공을 바느질하는 사진이 실리면서 아동노동문제로 언론의 집중공격을 받게 됐고, 2000년 하청업체에서 아동이 월급 50유로(약 6만2000원)에 하루 15시간씩 노동한 사실이 밝혀져 엄청난 스캔들에 휩싸이기도 했다. 당시 나이키 본사 경영진은 하청업체의 잘못일 뿐이라고 발뺌하다가 시민사회의 거센 반발에 직면하자, 공급망 윤리지침을 마련하였고 하청업체들에 신발생산 시 18세 이상 노동자를 고용하는 관행을 정착시켜 나갔다. 그리고 이 지침은 하청계약의 평가 자료로 활용되었고 본사가 상시적인 감사를 강화하는 계기가 되었다.

◎ 저임금의 유혹에 무력해진 기업의 사회적 책임(CSR)

생산노동자의 몫 : 2%



생산노동자의 몫 : 1%



최근 브랜드윤리운동의 조사에 따르면, 100유로짜리 나이키 신발을 만든 노동자가 받는 몫은 단 2%에 불과하다. 아디다스는 더욱 심각한 상황으로서 1%만 임금으로 지급되는 실정이다. 반면, 지난해 나이키는 주주배당금으로 10년 전에 비해 135% 상승한 30억 유로(약 3조7400억 원)를 지급했고, 아디다스는 66% 상승한 6억 유로를 지급했다. 유명 스포츠 브랜드가 맨체스터유나이티드, 바이에른뮌헨, 레알마드리드 등 유럽의 10대 프로 축구단에 후원하는 돈은 2015년 기준 4억 유로(약 5천억 원)이고, 이는 인도네시아 노동자 31만

명의 ‘최저임금’과 맞먹는다.

아디다스는 기업의 사회적 책임(CSR)을 밝힌 홍보물에서 중국과 동남아에 있는 40만 종업원의 인권상황개선과 인권존중을 위해 노력하겠다고 다짐하고 있다. 하지만 실제 마케팅 및 스폰서 비용이 늘면 안정적 부가가치창출을 위해 원가절감노력을 할 수밖에 없다. 그래서 중국 노동자 임금이 지난 10년간 2.5~3배 증가하자 곧바로 눈을 돌린 곳은 최저임금연대의 기준임금에 한참 못 미치는 베트남과 인도네시아 등 동남아 국가들이다. 최근 유명 스포츠 브랜드의 하청업체 선택 기준은 ‘중국보다 낮은 임금’이 되었다. 따라서 유명 스포츠 브랜드의 전략적 선택은 항상 광고와 스폰서, 배당금이 우선이었고 공급망의 노동조건과 임금현실화는 뒷전일 수밖에 없었다.

◎ 아디다스의 귀환, ‘스피드 팩토리’

1993년 모든 운동화 공장을 해외이전한지 24년 만에 아디다스가 독일로 생산라인을 유턴하기 시작했다. 지난 5월 인건비 부담을 이유로 아시아의 생산라인 철수를 선언한 아디다스가 최근 로봇 생산공장 ‘스피드 팩토리’를 안스바흐에 설립해 내년 정상 가동을 목표로 시제품을 생산했다. 스피드 팩토리는 로봇을 이용해 소비자 맞춤형 제품을 보다 신속하게 생산하여 공급한다는 개념으로 만든 공장이다. 스피드 팩토리의 장점은 인건비가 거의 들지 않고 소비자들이 있는 곳 어디나 공장건설이 가능해 물류비용이 절감된다는 점이다. 그리고 주문생산으로 재고의 위험이 없고 공장을 24시간 풀가동할 수 있다.

스피드 팩토리는 독일 ‘산업4.0’의 구체적 사례에 해당된다. 산업4.0의 핵심은 제조업과 ICT를 결합시켜 생산성을 극대화시키는 것이다. 즉, 인공지능(AI)이 빅데이터를 분석하여 가장 효율적인 방식으로 생산하는 것을 말한다. 따라서 스피드 팩토리에서는 관련 정보를 수집하여 소비자에 딱 맞는 것만 소량다품종생산을 하지만, 속도와 효율성 측면에서는 표준화된 대량생산과 동일하다. 이는 제조업의 기존질서를 허무는 것이며, 적어도 생산과정에서 노동착취와 같은 윤리적 문제가 발생하진 않는다.

◎ 스피드 팩토리 시대의 과제



스피드 팩토리 시대를 우려하는 목소리 또한 만만찮게 들린다. 고용문제해결의 시대적 과제 앞에서 일자리 창출이라는 공유가치창출(CSV)과 엇박자를 보이기 때문이다. 지난 7월 국제노동기구(ILO)는 로봇생산시스템이 확산되면 20년 안에 아시아 노동자 1억 3700만 명의 일자리가 사라질 수 있음을 경고한 바 있다. 이 숫자는 타이와 캄보디아, 인도네시아, 필리핀, 베트남의 임금노동자 56%에 이르는 규모이다. 특히 900만 명이 일하고 있는 섬유·의류·신발 제조업의 경우 인도네시아 64%, 베트남 86%, 캄보디아 88%의 노동자가 인공지능

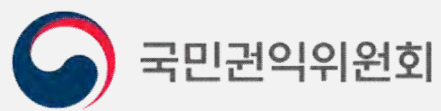
로봇 공장시스템으로 인해 일자리를 잃을 위험이 크다. 현재 어느 나라 정부나 경제 정책도 자본주의가 산업4.0으로 전환하는 추세를 막을 수 없는 만큼, 현실을 직시하고 문제해결을 위한 바람직한 대안이 무엇인지 이해당사자들과 글로벌 차원에서 협의해 나가야 한다.

따라서, 저임금의 노동착취를 이유로 나이키와 아디다스 제품을 반대하던 소비자운동도 이슈를 바꿔야 할 때가 된 것이다. 기업윤리가 단순한 임금인상이나 노동조건 개선에 그쳐서는 안 되며 기업시민으로서 모두가 상생하는 근본적 대안을 찾아야 할 시기가 도래했다. 유명 스포츠 브랜드의 사회적 책임도 비단 소비자의 평판과 만족도에 좌우되는 수준을 넘어 글로벌 시대의 공유가치를 어떻게 실현할 것인지 고민해야 할 시점이다.

CSR의 기본이 되는 책임경영, 컴플라이언스, 윤리경영을 제대로 실천하지 않는 기업이 제3자나 소비자 등 이해관계자와의 신뢰를 형성하지 않은 채 홍보나 마케팅의 커뮤니케이션 전략만 지나치게 강조할 경우 결국 어딘가에서 문제점이 드러날 가능성이 높다. CSR을 전략적으로 실천하는 것과 CSR 전략을 적극적으로 홍보하는 것은 완전히 다른 차원의 것이다. 스피드 팩토리 시대에 기업이 제아무리 CSR이나 CSV를 실천한다고 강조해도 ‘잡(Job) 킬러’ 또는 ‘일자리파괴자’의 이미지에서 완전히 자유로울 수는 없다. 따라서 기업은 지속가능성 리스크를 효과적으로 관리하고 새로운 수익창출 모델을 어떻게 성공적으로 만들 것인지 논의를 시작해야 한다. 스피드 팩토리 시대에 글로벌 상생의 전략적 CSR 모범사례를 만드는 것이 유명 스포츠 브랜드의 새로운 과제로 남겨진 것이다.

***참고**

- <http://www.economyinsight.co.kr/news/articleView.html?idxno=3251>
- <http://www.hani.co.kr/arti/economy/it/763577.html>
- http://economyplus.chosun.com/special/special_view_past.php?boardName=C12&t_num=9880&img_ho=



2016 Business Ethics Briefs

윤경萬里(동향&소식)

[제1호] 국내외 동향 및 소식

국내 동향

1. 민간어린이집연합회, 윤리경영 비전 선포식 가져

한국민간어린이집연합회는 지난 11월 23일 오후 서울 영등포구 사학연금 서울회관에서 전국 연합회 임원 700여명이 모여 '2015년도 윤리경영 비전 선포식'을 개최하였다. 이번 행사는 전국 77만 5000여 명의 영유아들에게 양질의 보육을 제공하기 위해 준법·윤리경영에 대한 새로운 각오와 다짐을 밝히기 위해 개최됐다. 이번 선포식에서는 철저한 교육과 자율 정화 운동을 통해 위법적이고 탈법적인 운영 비리가 재발하지 않도록 근절시켜 나가겠다는 강력한 의지를 표명했으며, 모든 민간 보육교사들에 대한 8시간 근무제 확립 및 처우개선을 제시했다.

*참고

- <http://www.ibabynews.com/news/newsview.aspx?newscode=201511241126284400008418&categorycode=0010>

2. 단순한 기부는 No, 엔터테인먼트 업계의 개성 있는 사회공헌

착한기업 열풍이 엔터테인먼트 업계에도 불고 있다. 엔터테인먼트 업계의 사회공헌활동은 사회적으로 큰 영향력을 미치는 아티스트가 소속된 기업의 활동이라는 측면에서 일반기업의 CSR보다 큰 의미를 갖는다. 또 단순 기부 형식을 벗어나 특색 있는 사회공헌 모델을 선보이고 있다는 평가를 받고 있다. 로엔엔터테인먼트는 로엔뮤직캠프를 매년 진행함으로써, 뛰어난

열정과 재능을 가졌으나 전문적인 교육의 기회가 없었던 청소년을 대상으로 진행되는 국내 첫 번째 청소년 대상 교육캠프이다. fnc엔터테인먼트는 love fnc스쿨 프로젝트를 통해 교육의 기회로부터 소외된 전 세계 아동 및 청소년들에게 균등한 기회를 제공하기 위해 학교 설립을 시작했다. fnc엔터테인먼트는 소속가수들을 사랑해 주는 사람들이 대부분 아동과 청소년이라는 점에 착안, 그들을 위한 공헌활동을 계획하였다. YG 엔터테인먼트는 소속 아티스트, 직원, 팬들이 함께 참여하여 쌀 기부, 밥 차 기부, 심장병 환자 후원 등 다양한 사회공헌활동을 YG with라는 캠페인으로 진행한다.

*참고

- <http://www.ajunews.com/view/20151202231101434>

3. 대한건설협회, '2015 건설업 윤리경영대상 시상식'

대한건설협회는 지난 28일 서울 논현동 건설회관에서 '2015년도 건설업윤리경영대상' 시상식을 개최했다. 올해 수상업체로 대상에 동서건설이 선정됐고 우수상에는 삼양건설, 대한, 남경종합건설, 신화건설이 각각 선정됐다. 최삼규 대한건설협회 회장은 "윤리경영 모범 사례가 건설산업 전반에 확산돼 건설산업이 국민에게 사랑받는 산업으로 도약하는 계기가 되기를 기대한다"고 밝혔다. 윤리경영대상은 윤리경영을 모범적으로 실천하는 업체를 발굴, 그 사례를 확산하고 산업내 정착시키기 위해 2011년부터 대한건설협회가 주최하고 권익위, 국토부, 공정위 등의 후원으로 시행되고 있다.



*참고

- <http://www.etoday.co.kr/news/section/newsview.php?idxno=1260500>

해외 동향

1. 19개국 기업인·정부 '클린 에너지 펀드' 만든다

19개국의 글로벌 기업의 기업인들이 기후변화를 막기 위해 주요 국가들과 힘을 합쳐 향후 5년간 친환경 에너지 기술에 투자하는 200억 달러(23조 1,500억원) 규모의 클린에너지 펀드를 만들기로 했다. 이 펀드는 민간 공동기금으로 구성될 예정이며 미국을 비롯해 한국, 중국, 영국, 프랑스, 인도, 브라질 등 19개국이 참여하고 민간에서도 빌 게이츠 마이크로소프트 창업자에 더해 마크 저커버그 페이스북 CEO, 투자자 조지 소로스, 맥 휘트먼 휴렛 팩커드 CEO, 마윈 알리바바 회장 등이 참여한다. 이번 기금은 풍력 및 태양열 발전과 첨단 전력저장 기술 등 청정에너지 신기술의 연구개발에 필요한 재원으로 쓰일 예정이다.

*참고

- <http://economy.hankooki.com/lpage/worlddecono/201511/e20151130172022143180.htm>

2. 비즈니스 행동에 대한 영국 대중들의 인식 설문 조사

IBE 기업윤리 연구소에서는 비즈니스 행동에 대한 영국 대중들의 인식을 알아보는 설문조사를 진행하였다. 기업윤리 연구소는 지난 12년간의 영국 대중들이 가진 기업윤리에 대한 인식을 설문한 결과 39%에 달하는 영국 대중들이 느끼기에 최근의 비즈니스는 여전히 비윤리적이라고 응답하였다. 이러한 결과는 영국의 기업들의 윤리적인 행동에 대한 개선이 실패하였음을 보여주고 있다. 한편 기업이 가장 관심을 가지는 이슈는 세금 회피나 경영상의 이익, 노동자 문제, 고용인들의 내부고발과 같은 내용들이 주를 이루었다. 이 조사에 대해 IBE의 이사 필리파 포스터는 비즈니스에 대한 공적인 신뢰는 죽어가고 있다고 밝혔다.

*참고

- http://www.ibe.org.uk/userassets/briefings/ibe_20attitudes_survey_2015.pdf

3. 강력한 반부패 정책 반영, 중국 올해의 한자로 '염(廉)'자 선정

최근 중국 정부는 윤리경영 관련 법안을 발의하고 부패와의 전쟁을 선포하는 등 중국 교육부와 대학을 중심으로 청렴한 기업 문화를 실현하는데 노력하고 있다. 이런 정책을 반영하여 교육부 산하 국가언어자원 조사연구센터와 상무인서관, 인민일보 인터넷판인 인민망(人民網) 등이 공동 주최하여 2015년 한 해를 나타내는 '올해의 한자'로 청렴할 염(廉)자를 선정하였다고 한다. '염'자가 선정된 것은 중국 시진핑 지도부가 수년째 추진 중인 강력한 부패척결 캠페인과 연관이 있는 것으로 평가됐다. 주최 측은 "관료계의 청렴은 서민들의 가장 큰 기대"라고 하며 "간부 개인들이 청렴해지면 정계의 풍토 전반이 맑아질 것이며 유덕한 정부가 공덕 있는 사회를 이끄는 양성순환도 형성될 것"이라고 밝혔다.

*참고

- http://www.newsis.com/ar_detail/view.html?ar_id=NISX20151222_0010492538&clD=10101&pID=10100

국내외 행사소식

(국외) 2016 제1차 G20 반부패 실무그룹 회의

2016년 9월 G20 정상회담(중국 항저우) 선언문에 포함될 반부패 관련 부문 논의와 2017~2018년 반부패 행동계획을 논의하기 위해 개최. 한국에서는 국민권익위원회 부패방지국장 등이 참석할 예정

일시: 2016년 1월 26~27일

장소: 중국 베이징

(국외) World CSR Congress

CSR 지도자, 전문가, 최고 경영자, 지속가능성 전문가 등이 참여하여 '세계 CSR 의회' 조직을 축하하고, 국제·지역 사회에 변화를 가져올 수 있도록 CSR 사례를 논의하고 메시지를 확산할 예정

주최: World CSR Day

일시: 2016년 2월 17일

장소: 인도 뭄바이

[제2호]

국내외 동향 및 소식

국내 동향

1. 정부, 4대 부패방지 백신 프로젝트 발표

사람이 아프지 않기 위해 필요한 것은 무엇일까? 이미 아프기 시작했다면 약을 먹고 치료를 해야 하지만, 아프기 전에는 예방접종을 통해 미리 병을 예방할 수 있다. 백신을 미리 체내에 투입하여, 항원을 만들고 면역체계를 만들어 놓는 것이다.

지난 1월 12일, 정부는 부정부패 척결을 위한 백신을 내놓았다. 이른바 '4대 부패방지 백신 프로젝트'이다. 단순한 부패방지 프로젝트가 아니라 '백신' 프로젝트인 이유는 사후 적발이 아닌 사전예방에 초점을 맞추고 있기 때문이다.

4대 부패방지 백신 프로젝트의 요지는 다음과 같다.

① 국책사업에 대한 실시간 감시 ② 대규모 자산 운용 공공기관에 대한 선제적 리스크 관리 ③ 국고보조금 통합관리시스템 구축 ④ 자체 감사 기능을 강화한 내부 클린 시스템 운용가장 눈에 띄는 특징은 '이중 감시', '이중 검증'이다. 대규모 예산이 투입되는 국책사업에 대해서는 별도의 검증팀을 따로 두어 확실한 검증을 꾀해 예산 누수를 막는다. 또한, 자체 감사를 강화하면서도 총리실 등에서 이중으로 감사를 진행하여 일명 '제 식구 감싸기'를 예방한다. 아울러 비리행위자에 대한 징계도 강화된다.

정보 공유 역시 기대되는 부분이다. 국고보조금 통합관리시스템이 구축된다면 부정수급을 차단하여 예산 누수를 예방할 수 있는 것이다.

본 프로젝트는 부패취약 분야(대규모 예산에 비해 관리 감독이 취약한 분야, 담당자의 재량권이 과도한 분야)에 우선 적용될 계획이다. 정부는 본 프로젝트가

성공적으로 추진될 경우 5조원 이상의 예산을 절감할 수 있을 것이라 예상했다.

*참고

- <http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20160112000059>
- <http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=201601194077g>
- http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2016/01/12/2016011201070.html
- <http://go.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20160113003002>

2. 금융업계와 제약업계, 윤리경영을 위한 발돋움

금융업계와 제약업계의 윤리경영을 위한 노력이 조금씩 구체화 되어 가고 있다.



금융업계는 작년 5월 TF팀을 만들었고 7월에는 '금융권 윤리헌장'을 마련하였다. 6개의 금융협회가 뜻을 모아 만든 이 윤리헌장에는 고객우선, 법규준수 등 10대 기본가치가 담겨있다. 이후, TF팀은 지난 12월 말까지 이를 구체화하여 행동지침을 마련하는데 공을

들여 '금융업권별 표준윤리강령'을 제정하는 한편, TF 회의를 통해 모아온 사례를 공유하기로 하고 회원사 및 소속 임직원의 우수 사례를 모아 사례집을 발간했다. 앞으로 금융회사들은 표준윤리강령을 기반으로 내부 윤리강령을 수정·보완하고, 이를 바탕으로 정기적인 임직원 교육을 진행할 예정이다.

윤리경영을 위한 제약업계의 노력은 2014년부터 시작되었다. 2014년 7월 윤리헌장 선포식을 시행한 이후 이들은 윤리강령 및 내규 제정·공표로 표준모델을 제시하였고, 2016년을 맞이하여 이번에는 자율점검지표를 개발하여 배포하였다. 이번에 발표한 자율점검지표에는 제약산업에 특화된 자율준수 프로그램의 수립부터 운영, 결과 산출 방법 및 기준까지 담겨 있어 제약업계의 윤리경영 확산 및 정착에 큰 도움이 될 것으로 예상된다.

*참고

- http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=201

5122902109958795002

- <http://www.viva100.com/main/view.php?key=20151229010006707>
- <http://www.joseilbo.com/news/htmls/2016/01/20160107283261.html>
- http://www.bosa.co.kr/umap/sub.asp?news_pk=598796

3. 기업가정신지수, 1976년 150.9에서 2013년 66.6로 하락

우리나라의 기업가정신지수가 1970년대에 비해 절반 이상 하락했다는 분석이 나왔다. 한국경제연구원이 1월 27일 발표한 '기업가정신지수의 장기 변화 추이 분석' 보고서에 따르면, 기업가정신지수가 1976년 150.9에서 2013년 66.6으로 37년 새 절반이상 떨어졌다. 환경연은 △경제활동 참가율 △수출 증감률 △인구 10만명당 사업체 수(10인 이상 기준) △대규모 사업체 비중(종업원 300인 이상) △국내총생산(GDP) 대비 설비·연구개발 투자비율 △법안가결율 △공무원 경쟁률(9급) 등 7개를 토대로 기업가정신지수를 평가한다. 기업가정신이 전반이상으로 떨어진 데에는 공공부문 지수 하락이 영향을 미쳤기 때문으로, 국회의 법안 가결율, 공무원 경쟁률 지표가 포함된 공공부문 지수는 1981년을 100점으로 볼 때 1991년 90.7점, 2001년 70.2점, 2013년 26.4점으로 크게 하락했다. 또 전체 사업체 수는 늘었지만 대규모 사업체 비중이 갈수록 줄어드는 것도 환경연의 기업가정신지수 하락에 한 몫을 했다.

*참고

- http://www.keri.org/web/www/news_02?p_p_id=EXT_BBS_messageId=351235
- <http://economy.hankooki.com/lpage/industry/201601/e20160127175325142400.htm>

해외 동향

1. 2015년 한국 부패인식지수(CPI) 56점, 37위
국제투명성기구(TI)가 1월 27일 발표한 '2015년 국가별 부패인식지수(CPI)'에서 우리나라는 100점 만점에 56점으로 전체 168개 조사대상국 가운데 37위를 기록하였다. 2014년 순위가 43위였으므로 순위 자체는

지난해보다 6계단 상승하였으나, 2014년에 우리나라보다 상위에 있던 바베이도스, 바하마, 세인트빈센트 그레나딘, 푸에르토리코, 도미니카가 이번 조사대상에서 제외되어 실제로는 큰 변화가 없었다. OECD 가입 34개국 중에서는 체코와 함께 공동 27위로 하위권에 머물렀다. 부패인식지수는 공공부문의 부패에 대한 전문가들의 인식을 반영하여 산정하는 지수로, 2015년 우리나라 부패인식지수는 2014년 55점에 비해 1점이 올랐지만 2008년 5.6점(당시 10점 만점)을 기록한 이후 매년 54~56점 수준에서 정체와 하락을 반복하고 있다. 부패인식지수는 70점대를 '사회가 전반적으로 투명한 상태'로 평가하며, 50점대는 '절대부패로부터 벗어난 정도'로 해석된다.

*참고

- <http://ti.or.kr/xe/291854#0>, <한국투명성기구>
- <http://news.donga.com/3/all/20160127/76167535/1>

2. 코코이찌방야 '쓰레기 비프 커틀릿' 사건

2015년 9월, 세계적인 카레 체인업체 '코코이찌방야'에서 냉동 비프커틀릿 4만장을 폐기하였다. 공장에서 비프커틀릿을 만드는 공정 중에 이물질이 섞였을 우려가 있었기 때문이다. 다행히 코코이찌방야가 이를 빨리 알아채고 신속하게 처리함으로써 사태는 마무리 되는 듯 했다.

그런데 얼마 후, 대형 마트 등에 코코이찌방야 비프커틀릿 제품에 이물질이 들어있을 수 있으니 해당 제품을 구매한 분은 반품해달라는 안내문이 붙었다. 코코이찌방야에서 폐기처분한 비프커틀릿이 시중에 유통된 것이다.

코코이찌방야는 폐기물업체 '다이코'에 폐기를 요청하고 제품 4만장을 전달하였는데, 다이코에서 이 중 7,000장만 폐기하고 나머지는 다른 식품업체에 싼 값에 판 것이다. 이를 사들인 '미도리푸드'는 폐기 해야 할 비프커틀릿의 포장지와 상자를 바꾸어 이를 유통시켰다.

이 사건은 나고야 시의 한 코코이찌방야에서 일하던 직원이 마트에 갔다가 코코이찌방야의 비프커틀릿이 유통되고 있던 것을 알고 자사에 신고하면서 알려졌다. 코코이찌방야에선 자회사의 냉동 돈까스와 냉동 비프커틀릿을 외부에서 팔지 못하도록 하고 있는데, 식품업체에서 미처 코코이찌방야의 마크를 뜯지 못한 것을 이 직원이 발견한 것이다.

이 사실이 알려지며 다이코에 대한 대대적인 조사가 이루어졌고, 그 과정에서 이 업체가 이전에도 미소 된장, 참치 등 다양한 폐기 식품을 다시 시장에 유통시킨 것으로 밝혀졌다. 철저한 식품 안전으로 유명한 일본이었기에, 이 사건은 더욱 충격을 주고 있다.

*참고

- 폐기식품이 다시 식탁에, 대형 먹거리 범죄로 日 ‘발각’, 〈MBC〉
- 일본서 ‘쓰레기 비프 커틀릿’ 소동,〈세계일보〉
- 일본, 식품 폐기물이 명품 먹거리로 둔갑, 〈YTN〉
- [일본 금주 화제] 돈까스 파동에 빠진 일본, 〈헤럴드경제〉
- Illegal cutlet sale scandal widens to include more supermarkets, retailers

3. 브라질의 세차 작전

지난 2014년, 브라질의 연방검찰은 ‘라바자투 작전(세차 작전)’에 착수했다. ‘라바자투(LAVA JATO)’란 세차용 고압분사기를 지칭하는 말로, 세차를 하듯 부패 스캔들을 깨끗하게 처리하겠다는 의지가 담겨 있는 작전명이다.

일명 브라질의 기둥이라고까지 불리던 국영석유기업 ‘페트로브라스’와 건설업체들 사이의 뇌물을 중심으로 시작된 이 조사로 인해, 페트로브라스의 주가는 곤두박질 치고 최고경영진 다수가 교체 되는 등 큰 파장을 몰고 왔다. 심지어 이 돈의 일부는 돈세탁을 거쳐 주요 정당의 정치자금으로 쓰였다는 정황이 포착되었고, 검찰들은 불법선거 자금을 마련한 정당을 조사하여 현직 상원의원까지 체포하였다.

사건의 여파는 여기서 끝나지 않았다. 브라질 최대 투자은행 BTG팩츄얼의 CEO가 이 비리사건에 연루되어 있었던 것이다. 검찰은 CEO 안드레에스티브 역시 체포하였고, 그 후 BTG팩츄얼의 주가는 26% 가까이 떨어졌다.

이 세차 작전을 주도하는 연방검찰 등은 이를 브라질의 부패 고리를 끊기 위한 시작이라며, 잘못된 사람이 마땅히 처벌 받는 시스템을 만들겠다는 포부를 밝혔다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/01/18/0200000000AKR20160118004600094.HTML?input=1195m>
- <http://www.hani.co.kr/arti/international/globalecon>

omy/679178.html

- <http://www.mt.co.kr/view/mtview.php?type=1&no=2015112813121320151&outlink=1>

국내외 행사 소식

(국내) APEC 제22차 반부패·투명성 워킹그룹 회의 및 워크숍

APEC 당사국의 UN 반부패 협약 이행 경과 및 활동 내용 공유와 국가별 동향 파악 등을 위해 개최. 한국은 청탁금지법 시행 준비와 청렴교육 의무화 추진 등을 보고할 예정

일시: 2016년 2월 22일 ~ 23일

장소: 페루 라마

(국내) 페어플레이어 클럽 반부패 서약 선포식 개최

민관협력 반부패 프로젝트인 페어플레이어클럽의 주도로 각 산업계 대표기업들이 시장경쟁에서 윤리경영을 실천할 것을 다짐하는 행사

주최: 유엔글로벌콤팩트 한국협회

일시: 2016년 2월 18일 오전 11시

장소: 서울 소공동 롯데호텔 3층 연회장

출처:

http://www.unglobalcompact.kr/wp/?mod=document&uid=1327&page_id=2386

(국외) 2016 OECD Integrity Forum (2016 OECD 청렴 포럼)

“숨겨진 관세와의 싸움: 부패 없는 세계 무역”이라는 주제로, 무역에서 부패를 제거하는 정책과 민관협력의 방향에 대해 논의

주최: OECD

일시: 2016년 4월 19일 ~ 20일 오전 11시

장소: OECD 컨퍼런스센터, 파리

출처:

<http://www.oecd.org/cleangovbiz/integrity-forum-2016.htm>

(국외) 12th Annual TRACE Forum (제12회 국제투명성기구 포럼)

국제투명성기구의 기업 회원들이 모여 다양한 기업들의 반부패 활동 경험을 공유하는 자리

주최: TRACE International
일시: 2016년 3월 2일 ~ 4일
장소: The St. Regis, Washington, D.C
출처:
<http://www.traceinternational.org/event/12th-annual-trace-forum/>

(국외) 국외 ECI's Annual Conference (ECI 연례 포럼)

윤리·준법경영 전문가 직업단체인 ECI의 정기 연례 회의로서, 각계 실무자들에게 윤리·준법경영의 최신 정보를 습득할 수 있는 기회를 제공

주최: ECI (Ethics & Compliance Initiative)
일시: 2016년 5월 1일 ~ 4일
장소: Disney's Contemporary Resort, Orlando, Fla.
출처:
<http://www.ethics.org/newsite/events/upcoming-events/aecc>

(국외) 8thAnnualEthicsSummit(제8회 글로벌 윤리 정상회의)

다양한 지역과 업종을 대표하는 기업의 중역들이 한데 모여 윤리경영의 현황을 발표하고 서로의 경험을 나누는 모임

주최: ethisphere
일시: 3월 9일 ~ 10일
장소: Grand HYATT, New York
출처: <http://globalethicssummit2016.com/>

[제3호] 국내외 동향 및 소식

국내 동향

1. 전경련, 청탁금지법 시행 앞두고 윤리경영 제고방안 논의

오는 9월 청탁금지법이 시행될 예정인 가운데 전국경제인연합회가 반부패와 뇌물수수 방지 등 윤리경영 강화 방안을 모색했다. 전경련은 2월 26일 여의도 전경련 컨퍼런스센터에서 2016년 제1차 윤리경영임원협의회를 개최해 국내 기업들의 윤리경영 제고방안을 논의했다고 밝혔다. 협의회 자리에서는 청탁금지법의 주요내용과 함께 해외 선도기업들의 윤리경영 사례와 윤리경영 지표 등에 대해 살펴보았고, 회의 참석 위원들은 윤리경영 제고방안으로써 객관적인 목표설정과 성과 관리의 필요성에 공감했다.

전경련 사회본부장은 이번 협의회에 대해 "윤리경영 관련 지표의 세부적 내용과 해외 우수사례를 살펴봄으로써 해당업무를 담당하는 임원들에게 도움이 될 것으로 보고 이 자리를 마련했다."며 "특히 올해 청탁금지법이 시행될 예정인 만큼 다우존스지속가능성지수(DJSI)와 GRI에서 규정하고 있는 반부패 및 뇌물수수와 관련된 내용은 기업들의 관심이 크다"고 전했다.

*참고

- <http://www.fnnews.com/news/201602260811104670>
- <http://www.mt.co.kr/view/mtview.php?type=1&no=2016022608072127480&outlink=1>
- <http://www.asiatoday.co.kr/view.php?key=20160225010016499>

2. 페어플레이어클럽 반부패 서약 선포식 개최

유엔글로벌콤팩트 한국협회는 2월 18일 소공동 롯데 호텔에서 정부, 산업관련 협·단체 및 60여개 기업 대표들 함께 '페어플레이 반부패 서약 선포식'을 개최했다. 산업통상자원부, 금융위원회, 국민권익위원회가 후원하고 (사)글로벌경쟁력강화포럼이 주관한 행사에서, 반부패 증진을 위한 민관협력 프로젝트 '페어플레이어클럽(FPC)' 1차 년도 주요 성과를 소개하고 다양한 산업군의 기업 대표, 임직원들이 준법윤리경영을 선포했다.



정부관계자 및 서약 참여기업 대표 <사진: 유엔글로벌콤팩트 제공 (홈페이지: <http://www.unglobalcompact.kr/>)>

FPC는 세계은행과 지멘스 청렴이니셔티브가 후원하는 세계 24개 반부패 프로젝트 중 하나로써 공정하고 깨끗한 시장 환경 및 비즈니스를 추구하는 정부와 기업의 공동노력(Collective Action)을 구축하는데 목적이 있다. 2015년부터 향후 3년 동안 1차(산업), 2차(지역), 3차(국가) 특성을 살린 반부패 교육, 조사연구, 인식 제고 활동을 통해 투명윤리경영 문화 확산운동을 전개하며, 1차 년도에는 자동차, 전자정보통신, 기계, 철도, 해외건설, 의료기기 산업 협회와 협력을 통해 기업들의 반부패 인식 제고 활동 및 교육을 진행했다. 2차 년도(지역)는 7개 광역시 지자체 및 지방상회의와 민관협력을 통해 전국 주요 도시에 위치한 기업들을 대상으로, 3차 년도(국가)는 주한 외국 대사관 및 외국상회의와 함께 한국 진출 기업들을 대상으로 반부패와 윤리경영의 중요성을 전파할 예정이다.

한편, 국민권익위원회 최학균 상임위원은 행사에서 "우리 사회가 부패의 고리를 끊어내고 진정한 청렴국가로 진입할 수 있도록 권익위가 사회 구성원 간의 유기적인 소통을 강화하는 '청렴생태계'를 조성해 나가고, 이를 위해 정부는 물론, 기업을 중심으로 한 민간

부문이 함께 노력하자”고 강조했다.

*참고

- <http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20160218001100>
- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/02/18/0200000000AKR20160218094100004.HTML>
- <http://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2016021815320897878>

3. 동반성장위원회의 중소기업 적합업종 제도

중소기업 적합업종 제도란, 동반성장위원회의 권고에 따라 특정 업종의 중소기업이 경쟁력을 확보할 수 있도록 3년 간 대기업의 사업 확장을 막는 제도이다. 2011년 도입된 이 제도로 73개 업종이 보호를 받고 있었으나, 올해 이중 18개 업종의 시한이 만료될 예정이었다. 그러나 23일 열린 제 39차 동반성장위원회 본회의에서 제과점업을 비롯한 7개 업종에 대한 시한을 늘리기로 결정하여 올해의 중소기업 적합업종은 62개가 될 예정이다.

문제는 이 중소기업 적합업종 제도가 권고사항에 불과하다는 것이다. 이는 동반성장위원회의 권고사항에 불과하며 대기업에서 이를 반드시 지켜야 할 의무는 없다. 이 때문에 중소기업 적합업종 제도를 법제화해야 한다는 중소기업계와 이에 반대하는 산업계의 마찰이 불거지고 있다.

중소기업계에서는 일부 대기업의 경우 상생 의지가 미흡한데다가 언론을 이용해 제도의 부작용을 강조하여 제도의 실효성에 대해 이의를 제기하고 있다고 주장했고, 산업계에서는 대기업이 시장에 진출하지 못하면서 시장 자체의 규모가 줄어들고, 무엇보다도 그 자리에 외국 기업이 진출하고 있다며 반론을 제기했다. 가장 중요한 정부의 입장은 중소기업 적합업종 제도를 법제화하기는 어렵다는 입장이며, 이 제도에 대한 정책담당자들의 의견도 중소기업 적합제도가 실질적인 도움이 되는가에 대해 다소 견해차가 있는 것으로 밝혀졌다.

*참고

- http://www.rapportian.com/n_news/news/view.html?no=25799
- http://www.medipana.com/news/news_viewer.asp?NewsNum=178177
- http://www.bosa.co.kr/umap/sub.asp?news_pk=5

99741

- <http://news.kukinews.com/article/view.asp?arcid=0010370638>

해외 동향

1. 아디다스와 네슬레, 부패스캔들 일으킨 국제 육상경기연맹(IAAF) 후원 중단

IAAF 전 회장 라민 디악은 회장 임기 중 거액의 뒤통돈을 받고 러시아 육상선수들의 조직적인 금지약물 복용을 묵인 혐의로 프랑스 검찰의 조사를 받고 있다. 러시아 육상선수 전원은 그 여파로 브라질 리우데자네이루 올림픽을 비롯한 국제대회 출전이 전면 금지돼 있는 상태다.

지난 달 독일 스포츠용품회사 아디다스는 IAAF 후원 이 기업이미지에 부정적 이미지를 미칠 것으로 판단하여 후원중단을 결정했다. 최대 스폰서 아디다스의 후원 중단으로 IAAF는 3천만 달러(360억 원) 이상의 재정적 손해를 볼 것으로 추산된다.

스위스 식음료회사 네슬레도 아디다스와 마찬가지로 기업이미지 실추를 우려해 IAAF 어린이 육상 프로그램 파트너십을 당장 중단하기로 결정했다. 네슬레의 전격 후원 철회 결정에 세바스찬 코 IAAF 현 회장은 “받아들일 수 없는 결정이다. 후원 중단으로 인해 피해를 받는 대상자가 어린이 육상선수들”이라며, “네슬레의 발표에 화가 나고 실망했다. 받아들일 수 없다”고 잘라 말했다. IAAF는 보도자료를 내고 네슬레의 결정으로 피해를 입게 될 어린이들의 숫자를 구체적으로 밝혔다. “2016년 IAAF의 어린이 육상 프로그램은 15개국에서 8640명의 지도자가 300만 명의 어린이를 대상으로 360회 실시할 예정”이다. 아디다스와 네슬레의 후원 중단 선언으로 IAAF는 엄청난 손실을 입게 됐다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/01/25/0200000000AKR20160125020800007.HTML>
- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/02/11/0200000000AKR20160211062700007.HTML>
- <http://www.bbc.com/sport/athletics/35385415>
- <http://www.bbc.com/news/business-35546032>

2. 스위스 금융그룹 UBS, 자금도피·탈세방조 행위로 6조원 벌금 위기

세계 최대의 자금운용기관인 스위스의 금융그룹 UBS가 프랑스에서 불법으로 고객을 유치, 스위스 계좌를 개설해 자금도피와 탈세를 방조한 죄목으로 엄청난 벌금을 물 위기에 처했다. 2013년부터 스위스의 UBS 본사와 프랑스 자회사는 프랑스 당국으로부터 이 같은 혐의에 대한 조사를 받아왔다. 2월 18일자 일간 르몽드는 수사 자료를 입수해 '범죄사실'을 상세히 공개했다. UBS가 프랑스 고객들을 유치해 이들의 막대한 자금도피 및 탈세를 도운 과정을 자세히 보도했다.

스위스 금융기관들은 그동안 독재자들을 포함, 전 세계 고객들의 불법 자금을 보관해온 전력을 갖고 있으며, 아울러 부유층들의 자금 도피 및 탈세 통로로 이용되어 온 오명을 지니고 있다.

사태의 발단은 독일에서 비롯됐다. 독일 세무당국이 유사한 혐의를 갖고 UBS를 조사하던 중 상당수 프랑스 고객 파일을 발견, 이를 프랑스에 통보하면서 조사가 시작됐다. 프랑스 당국의 추산에 따르면 UBS의 불법 고객 모집으로 프랑스에서 빠져나간 전체 누적액수가 130억~230억 유로에 달한다. UBS에 계좌를 개설하려면 최저 25만 유로에 300만 유로 이상이면 중요고객, 그리고 3천만 유로 이상이면 '핵심'고객 대우를 받아온 것으로 드러났다. 르몽드는 UBS의 이러한 불법행위로 프랑스 재정당국이 수십억 유로의 손실을 입었다고 지적했다. 만약 UBS측이 불법 고객 모집과 자금 도피 및 세탁 방조, 교사 등의 혐의에 대해 최종적으로 유죄 판결을 받을 경우, 기록적인 46억 8천만 유로(약 6조원)의 벌금 처분을 받을 수 있다. 그동안 부정자금의 도피처로 인기를 끌어 온 스위스 비밀 금고의 문이 열리면서 전 세계 계좌 소유자들에게도 불안감을 미칠 전망이다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/02/19/0200000000AKR20160219125800009.HTML?from=search>
- <http://www.reuters.com/article/us-ubs-france-idUSKCN0UZ2LJ>
- <http://www.reuters.com/article/france-ubs-idUSL8N16140J>

3. 국제표준화기구, 뇌물방지경영시스템 국제표준(ISO37001) 개발 중

국제표준화기구(ISO)에서는 뇌물방지경영시스템을 위한 새로운 국제표준인 ISO37001(Anti-bribery management systems) 초안을 개발 중에 있다. 합의된 표준이 존재하지 않아 조직마다 뇌물방지를 위한 실행 체계의 수준이 상이하고, 이해관계자들이 동의할 수 있는 조직의 뇌물방지 대책이나 노력이 체계적으로 이루어지기 어려운 상황에서 뇌물방지경영시스템 표준에 대한 국제적인 수요를 반영한 결과이다. 현재는 회원국으로부터 표준 초안에 대한 의견을 받고 있는 단계이며, 올해 말경에 국제표준으로 제정될 예정이다. ISO37001이 제정되면 전 세계적으로 기업 간 거래와 공공·민간사업 수행에서 뇌물방지경영시스템에 대한 실행 요구가 더욱 증대될 것으로 보인다.

*참고

- <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso37001.htm>

국내외 행사소식

(국내) 개인 기부 파트너십 강화 워크숍 (Enhancing Private Donor Partnerships)

아시아개발은행(ADB)은 한국 기획재정부/수출입은행과 공동으로 기업의 사회적 책임(CSR)을 통한 개인 기부 파트너십 강화에 관한 워크숍 개최

주최: 아시아개발은행, 기획재정부(한국), 한국수출입은행

일시: 2016년 3월 10일

장소: 서울 밀레니엄 힐튼 호텔

출처:

http://www.unglobalcompact.kr/wp/?page_id=2386&uid=1344&mod=document

(국외) 2016 아시아 책임경영컨퍼런스 (Responsible Business Summit Asia 2016)

원탁 토론과 워크숍을 통해 상업적 성장과 지속가능한 가치사슬의 실질적 통과 아이디어를 제공

주최: Ethical Corporation

일시: 5월 17-18일

장소: Novotel Clark Quay, Singapore

참조: <http://events.ethicalcorp.com/rbs-asia>

(국외) Corporate Citizenship Conference (기업시민컨퍼런스)

글로벌 기업의 CSR 핵심임원들이 기업시민 전략과 프로그램 소개, 기업시민의식을 실천하기 위한 성공 요소 공유, CSR 핵심 이슈에 대한 26개의 브레이크아웃 세션

주최: Boston College Center for Corporate Citizenship

일시: 2016년 3월 20-22일

장소: Omni Atlanta Hotel at CNN Center, Atlanta, GA

출처: <http://ccc.bc.edu/index.cfm?pagelId=476>

(국외) 2016 Women's Empowerment Principles Annual Event (여성역량강화원칙)

양성평등을 위한 비즈니스 파트너, 지속가능발전목표(SDGs) 달성을 위한 이벤트

주최: UN Global Compact & UN Women

일시: 2016년 3월 15-16일

장소: Trusteeship Council Chamber, United Nations Headquarters

출처: <http://weprinciples.org/Site/MediaInformation/>

(국외) Responsible Business Summit USA 2016 (2016 미국 책임경영컨퍼런스)

기업대표들과 기업의 발전 및 협력 구상, 여러 가지 이슈에 대한 원탁 토론 및 질의응답이 진행되는 미국 최고의 CSR 및 지속가능경영 컨퍼런스

주최: Ethical Corporation

일시: 4월 12-13일

장소: Affinia Hotel, Manhattan NYC

출처: <http://events.ethicalcorp.com/rbs-usa>

[제4호]

국내외 동향 및 소식

국내 동향

1. 기업의 사회적 책임(CSR) 성공을 위한 키워드, 'SUCCESS'

3월 22일 대한상공회의 지속가능경영원은 국내기업 CSR담당자와 외부전문가 115명에게 '2016국내기업 CSR 트렌드'를 조사한 결과, 그 성공키워드로 'SUCCESS'를 선정했다고 밝혔다. SUCCESS는 공급망 관리(Supply Chain Management), 유엔 지속가능발전목표(UN DSGs), 시기후체제(Climate Change), 공유가치창출(CSV), 윤리경영 고도화(Ethical management), 환경·사회 문제에 대한 해결책(Solution), 지속가능한 혁신전략(Strategy)의 첫 글자를 따온 말이다.

전체 16개 항목 중 3개 이슈를 고르는 설문 결과, '유엔 지속가능발전목표 대응'이 총 84점으로 가장 높은 점수를 받았고, 이어 '신기후체제와 온실가스 감축 노력'(80점), '공급망 관리'(62점), '공유가치창출'(46점), '윤리경영 고도화'(38점)순이었다. 유엔 지속가능발전목표는 2016-2030년까지 빈곤종식과 지속가능개발에 대한 지침 역할을 한다. 신기후체제(파리협약)는 195개 당사국 모두 지켜야 하는 첫 세계적 기후 합의로, 선진국들이 2020년부터 개발도상국 등의 기후변화에 대처하는데 매년 최소 1,000억 달러를 지원한다는 내용을 담고 있다.

대한상의는 "국내에서는 동반성과 윤리경영이 여전히 정부와 사회 등의 꾸준한 관심을 받을 것"이라고 전망했다. 한편, CSR 성공을 위한 두 가지 핵심 트렌드는

△지해결자로서의 기업 역할 증대 △지속가능성을 고려한 혁신전략 강화였다. '해결자로서 기업 역할 증대'는 환경과 사회문제 해결에 기업들이 적극 참여해 역할을 증대시키고, '지속가능성을 고려한 혁신전략의 강화'는 기업의 신성장동력이 환경과 사회를 고려한 혁신전략이어야 한다는 내용이다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/03/22/0200000000AKR20160322033400003.HTML?inp ut=1179m>
- <http://www.fntimes.com/paper/view.aspx?num=149761>
- <http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20160322000557>

2. K주류업체, '결혼하면 나가라' 성차별 논란

지난 13일, 한 시사프로그램에서 한 회사의 이해하기 힘든 문화를 다뤘다. K주류업체의 직원에 대한 처우였다. 직원 A씨는 입사 5년만에 직원 최초로 주임으로 승진한 유능한 인재였다.

그러나 그녀가 결혼 날짜를 잡고 회사에 알리는 순간 그녀는 싸늘한 시선을 마주해야 했다. 그녀의 팀장과 인사 팀장이 차례로 그녀와 면담을 하며 '우리 회사에서 결혼한 직원은 나가는 게 전통이다'라고 말했다. 심지어 이를 거부하면 '퇴사를 할 수밖에 없도록 만든다'라는 협박도 들었다. 이를 납득하지 못한 A씨가 직접 사장을 찾아가 물었지만, 사장은 결혼하고 회사에서 일한 선례도 없었다며 은근하게 퇴사를 권했다.

실제로 A씨가 퇴사 요구를 거부하고 버티자 따돌림이 시작되었고, 그녀의 결혼 이후 담당 팀장은 인사이동 조치되었다. 인사팀장은 지속적으로 협박에 가까운 폭언을 하였고, A씨의 결혼식에 몰래 참석한 직원은 결혼식에 참석한 것이 발각되어 심한 질책을 들어야 했다.

A씨 이전에 퇴사한 직원들은 인터뷰에서 '17년을 일한 언니도 승진하지 못했다.', '굳이 말하지 않아도 그래야 하는 분위기다.', '직원들도 당연하다는 분위기다'라며 '어차피 여자는 임금도 오르지 않는다.'고 밝혔다. 실제로 K사의 인사고과 규정에서는 남자직원은 업무에 따라 나눠 관리하지만, 여자직원만은 오직

‘여사원’으로 평가하고 있었다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/03/02/0200000000AKR20160302092200017.HTML?input=1179m>
- <http://www.mediatoday.co.kr/?mod=news&act=articleView&idxno=128444>
- <http://www.mt.co.kr/view/mtview.php?type=1&no=2016031011343291906&outlink=1>

3. 소상공인연합회, 1분기 동반성장 대기업 상생지수 발표

소상공인연합회가 지난 3월 11일부터 일주일 동안 업종별 단체장과 전국 소상공인 2만여명등을 대상으로 동반성장 대기업 상생지수 설문조사를 진행하고, 23일 결과를 발표했다. 평가 대상은 10개 그룹형 기업과 금융권 기업 등 모두 20개 대기업이다.

사회지거 책임을 잘 실천하고 있는 기업으로 삼성그룹(29%)이 1위를 차지했고, LG그룹(26%), KT(18%), SK그룹(15%) 순으로 좋은 점수를 받았다. 낮은 점수를 받은 기업은 CJ그룹과 롯데그룹으로 각각 3%와 6%의 지지를 받는데 그쳤다. 윤리경영을 잘 실천하고 있는 기업으로는 LG그룹이 30%로 가장 많은 표를 얻었고, 삼성(26%), KT(17%), 현대(13%)가 뒤를 이었다.

최승재 소상공인연합회 회장은 “지수가 높은 대기업과 금융기업에 대해서는 소상공인들도 잘한 것은 칭찬하는 문화를 수립하면서 상생 문화가 확산되길 바란다”고 말했다.

*참고

- <http://www.sisaweek.com/news/articleView.html?idxno=66519>
- <http://news.donga.com/3/all/20160323/77167245/1>

4. 권익위, 주한외국상의 임원 대상 반부패 정책 소개

국민권익위원회는 3월 30일 프레지던트 호텔에서 정부의 주요 반부패 정책을 소개하고 주한 외국기업의 애로사항을 청취하기 위한 ‘주한외국상공회의소 임원 초청 정책간담회’를 개최했다. 간담회에는 스티브 더크워스 주한영국상공회의소 회장(ERM코리아 지사장),

미키 아츠유기 서울재팬클럽 회장(한국미쓰이물산 대표이사) 등 주한외국상공회의 임원진이 참석했다. 외국 기업인은 한국정부의 반부패 의지를 적극 지지한다고 밝히며, 특히 올 9월 시행을 앞두고 있는 청탁금지법의 주요 내용 및 시행력 제정 추진 현황에 대한 뜨거운 관심과 법 제정 필요성에 대한 공감대를 보였다.

해외 동향

1. 중국 관료의 가족을 특혜 고용하다 적발된 쉐컴

우리나라에도 잘 알려진 미국 무선통신업체 쉐컴이 사업상 이득을 노리고 중국 관료들의 가족을 특혜 고용하다 미국 증권거래위원회에 적발되어 750만 달러의 벌금을 물게 되었다. 이 사건에 연루된 중국 관료들은 쉐컴의 모바일 기술을 채택할지 여부의 결정권자였고, 쉐컴은 자사의 고용 기준에 미치지 못함에도 불구하고 10여 년에 걸쳐 이들의 가족을 고용해 왔다.

적발된 사례 가운데는 미국 유학 중인 중국 국영기업 임원의 아들에게 7만5천 달러의 연구비를 주어 학생 비자를 갱신하고 박사과정에 계속 다닐 수 있게 한 일도 있다. 이 아들은 나중에 쉐컴에 인턴으로 고용되었고, 이후 면접 결과가 “채용 부적격”으로 나왔는데도 정직원으로 받아들여졌다. 심지어 살 집을 구매하라고 7만 달러를 빌려주기까지 했다.

이 밖에도 쉐컴은 국영 통신기업의 관료들에게 선물, 여행, 향응 등을 제공해서 자사에 유리한 결정을 이끌어내려 한 것으로 밝혀졌다. 쉐컴은 이와 같은 뇌물을 적발하는 내부통제가 미흡했고, 장부와 기록에 이를 정당한 업무비용으로 허위기재하는 분식회계도 저지른 것으로 드러났다.

이 사건의 적발은 중국 공산당과 국영기업의 고위 관료 자녀들을 지칭하는 이른바 “태자당”을 고용하는 방식으로 변형된 뇌물을 제공하는 널리 퍼진 관행을 척결하려는 미국 증권거래위원회의 광범위한 노력의 일환이다. 실제로 최근 HSBC와 JP모건도 이러한 고용 관행에 대한 조사 대상이 된 것으로 알려졌다.

***참고**

- <http://www.reuters.com/article/us-qualcomm-corruption-idUSKCN0W35G7>

2. OECD 최초 반부패 각료회의 개최, 해외뇌물 척결 공조

3월 16일 프랑스 파리 경제협력개발기구(OECD) 본부에서 최초의 '반부패 각료회의'가 개최되었다. 이날 회의에는 OECD 회원국(34개국) 및 뇌물방지협약 가입국의 법무장관과 검찰총장, 12개 초청국가 대표, 유엔마약범죄사무소(UNODC) 등 국제기구 고위 인사들이 대거 참석했다.

‘뇌물방지협약’은 회원국의 국내법상 외국공무원에 대한 뇌물제공행위(이른바 ‘해외뇌물사건’)를 범죄화하도록 요구하는 한편, ‘해외뇌물사건’을 국내 뇌물사건에 상응하는 정도로 처벌할 것 등을 요청하고 있다. 이날 회의의 결과 채택된 선언에는 △ 뇌물방지협약 4단계 이행평가의 공식적 개시 △ 해외뇌물 사건의 적극적인 적발, 법 집행 및 기업의 책임 강조 △ 해외뇌물 및 부패 척결을 위한 효과적인 국제공조 필요성 인식 △ 뇌물방지협약 비가입국 참여 독려 등이 담겼다.

OECD는 뇌물방지협약에 가입한 41개국 법집행 담당자 등으로 구성된 '뇌물방지작업반'을 운영해 각국의 협약 이행 상황을 상호 평가 방식으로 점검하고 있다. 한국 법무부는 이번 회의가 향후 주요국 반부패 관련 기관과의 긴밀한 국제공조 네트워크를 더욱 공고히 하는 계기가 될 것이라 내다봤다. 법무부 관계자는 “이번 회의를 통해 한국 정부의 해외뇌물 및 부패사건 근절을 위한 강력하고 확고한 의지를 대외적으로 천명하는 동시에, 향후 주요국 반부패 관련 기관들과의 긴밀한 국제공조 네트워크를 더욱 공고하게 하는 계기가 될 것으로 예상된다.”고 전했다. 그리고 이번 반부패 각료회의를 기점으로 “앞으로도 엄정한 법질서를 확립하고 국내외 부정부패 척결을 위하여 최선을 다할 것”이라고 다짐했다.

***참고**

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/03/17/0200000000AKR20160317069400004.HTML?input=1179m>
- <http://www.mt.co.kr/view/mtview.php?type=1&no=2016031709100757159&outlink=1>

- <http://www.oecd.org/corruption/oecd-anti-bribery-ministerial-2016.htm>

3. 미국 증권거래위원회(SEC), 동위원소 생산업체 노르디온에 벌금 부과

3월 3일 미국 증권거래위원회는 의료용 동위원소 생산기업 노르디온(캐나다)이 그들의 반부패 실행 절차상의 잘못을 원만히 해결하기 위해 제안한 37만 5,000달러의 처벌을 받아들였다. 이 금액은 SEC가 최근 부과한 벌금에 비해 상당히 낮은 금액이다. SEC의 결정은 노르디온의 강력한 부패방지 컴플라이언스 프로그램 및 교육의 도입 및 유지보수노력을 높이 평가한 결과이다.

증권거래위원회의 발표에 따르면, 2004년 노르디온 엔지니어 미하엘 고르비치는 러시아에 있는 친구를 통해 테라스피어라고 불리는 간암 치료의 정부 승인을 얻도록 도움을 주었다. 2005-2011년 컨설팅 비용으로 러시아 에이전트에게 약 23만 5,000달러를 지불했는데, 이 자금의 일부가 러시아 공무원에게 뇌물로 사용됐으며 최소 10만 달러가 리베이트 명목으로 고르비치에게 송금되었다. 하지만 결과는 러시아에서 테라스피어가 실제 배포되지 못했다.

2012년 노르디온은 부적절한 지불의 증거를 발견하고, 공개적으로 해외부패방지법(FCPA) 및 해외부정축재방지법(CFPOA) 위반에 대한 내부조사를 실시했다. 노르디온은 캐나다 및 미국 당국에 자체보고서를 전달해 공동으로 조사활동을 벌였다. 그리고 외부에서 전문가를 고용해 정책, 절차, 내부통제장치를 업데이트했다. 비록 노르디온이 거래법과 해외부패방지법을 위반했지만, 자기보고 및 당국의 협력, 재발방지를 위한 내부 컴플라이언스 프로그램 수정 등의 노력으로 인해 원만한 합의점을 찾은 것이다. 이는 우리에게 시사하는 바가 크다.

***참고**

- <http://www.24news.ca/the-news/economic-news/206282-isotope-maker-nordion-to-pay-penalty-to-sec>
- <https://www.osler.com/en/resources/cross-border/2016/nordion-resolves-4-year-anti-corruption-investigation>

국내외 행사소식

(국내) 유엔 글로벌콤팩트 COE 워크숍 개최

유엔 글로벌콤팩트에 참여하는 NGO, 재단, 학계, 기업협회, 공공기관, 지자체 등 참여보고서(COE)를 제출하는 회원을 대상으로 국내외 우수 사례를 공유하고, 직접 COE를 작성하는 워크숍

주최: 유엔 글로벌 콤팩트 한국협회

일시: 2016년 4월 8일

장소: 서울 글로벌센터 9층 국제회의장 A, B

출처:

http://www.unglobalcompact.kr/wp/?mod=document&uid=1358&page_id=2386

(국외) 2016 OECD Integrity Forum (2016 OECD 청렴 포럼)

“감춰진 관세와의 싸움: 부패 없는 세계 무역”이라는 주제 아래 두 가지 트랙이 제공된다. 첫째, 청렴과 무역 트랙은 다양한 시각에서 청렴과 무역을 집중 조명한다. 둘째, 일반적인 청렴 트랙은 난민위기, 기후변화, 채취산업, 국유기업과 같은 긴급한 다른 청렴이슈에 초점을 맞춘다.

주최: OECD Integrity Forum

일시: 2016년 4월 19-20일

장소: OECD Conference Centre, Paris

출처:

<http://www.oecd.org/cleangovbiz/integrity-forum-2016.htm>

(국외) The 24th ECI's Annual Conference (제24회 ECI 연례회의)

“윤리와 컴플라이언스 아이디어의 구체화: 일상적 이슈를 위한 창조적 전략”을 주제로 세계 각지 모든 산업, 전문개발의 모든 단계의 실무자들에게 최신 정보를 배울 수 있는 기회를 제공한다. 그리고 현장에서 수백 명의 실무자 및 전문가들과 아이디어를 공유할 수 있다.

주최: ECI (Ethics & Compliance Initiative)

일시: 2016년 5월 1-4일

장소: Disney's Contemporary Resort, Orlando, FL

출처:

<http://www.ethics.org/eci/events/upcoming-events/aecc/aecc-agenda>

(국외) Responsible Business Summit Asia 2016

(2016 아시아 책임경영컨퍼런스)

본 컨퍼런스는 원탁 토론과 친밀한 워크숍을 통해 상업적 성장과 지속가능한 가치사슬을 달성하기 위한 실용적인 톨과 아이디어를 제공한다.

주최: Ethical Corporation

일시: 5월 17-18일

장소: Novotel Clark Quay, Singapore

출처: <http://events.ethicalcorp.com/rbs-asia>

[제5호]

국내외 동향 및 소식

국내 동향

1. 면세점들, “담합 안 했다”면서 뒤로는 리니언 시 신청

4월 22일 알려진 8개 면세점의 환율 담합 여부에 대한 공정거래위원회 조사 결과에 따르면 그 중 절반 이상이 자진신고 시 과징금을 감면해주는 리니언시를 신청한 사실이 확인되었다. 비밀에 부치는 감면제도의 특성에 따라 조사대상 업체는 공개되지 않았다. 리니언시가 적용되면 과징금을 50~100% 감면받는다.

공정위 조사 대상에 오른 면세점은 외환은행이 고시하는 원·달러 환율을 무시하고 임의로 원·달러 기준 환율을 정하는 방식으로 가격 담합을 벌였다는 혐의를 받고 있다. 면세점 업체들은 매일 제품 가격표를 바꿔 달아야 하므로 편의상 업계 기준 환율을 사용했고, 환율 변화에 따라 환차손과 환차익이 모두 발생할 수 있다면서 담합 사실을 부인해왔다.

공정위 전원회의에서 담합이 인정되면 면세점들은 담합 기간에 발생한 매출액의 최대 10%까지 과징금을 내야 한다. 면세점 업계 관계자는 “과징금 규모가 클 것으로 예상되는 업체들이 이를 줄이기 위해 리니언시 제도를 활용했을 것”이라고 추정했다. 조사결과는 다음 주 경제관계 장관회의를 통해 발표 예정인 서울 시내 면세점 신규 추가 특허 허용 여부와 맞물려 ‘돌발 변수’가 될지 업계의 이목이 집중되고 있다. 정부의 면세제도 개선안에 따르면 시장 지배적 사업자가 부당한 지위남용행위를 한 경우 5년간 신규 추가 특허를 신청할 수 없도록 돼 있다.

*참고

- <http://www.munhwa.com/news/view.html?no=2016042201071921305001>
- <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3268306&ref=D>

2. 전경련, 공익신고자 보호법 개정사항 대응방안 논의

전국경제인연합회는 5월 22일 여의도 전경련 컨퍼런스센터에서 제3차 윤리경영협의회를 열고 올해 1월부터 시행 중인 공익신고자보호법 개정 사항이 기업에 미치는 영향과 대응방안에 대해 논의했다.

개정된 공익신고자보호법은 기업의 공익신고자 보호 의무를 규정하고 국민권익위원회의 신고자 보호조치 결정을 이행하지 않을 시 이행강제금을 부과 받게 되는 등 기존 법안과 비교해 기업의 책임을 강조하고 있다.

주제발표를 받은 권익위 공익심사정책과장은 공익신고 처리와 관련해 비밀보장, 불이익 조치 금지, 자율예방 시스템이 중요하며, 예방, 적발, 조치 등 부패행위와 관련된 전사적 윤리경영 시스템이 제대로 작동하고 있는지 점검해야 한다고 조언했다. 또 사업주체의 감독 책임 강화를 위해 양벌규정이 새롭게 도입됐으므로 기업들이 사전 예방을 위해 임직원 교육에도 만전을 기해야 한다고 설명하였다.

이날 회의에는 교보생명, GS칼텍스, 삼성생명, 지멘스 등 협의회 30개사의 임원 및 관계자가 참석했으며, 참석한 위원들은 기업 내 윤리경영 위반사항 제보채널의 편의성과 운영시 비밀보장 필요성에도 공감했다.

*참고

- <http://www.asiatoday.co.kr/view.php?key=20160422010010907>
- <http://www.m-i.kr/news/articleView.html?idxno=22684>

3. P사 부패 뿌리 뽑기, 보상금 최대 30억

경영쇄신에 박차를 가하고 있는 대기업 P사가 윤리경영을 대폭 강화하여, 4월 1일부터 ‘반부패 준수지침’을 제정해 시행하고 있다. 지침에는 접대 및 편의 제공

때 준수해야 할 사항, 해외 비즈니스 때 급행료 지급 금지, 대리인과 업무 추진 때 지켜야 할 사항 등이 담겨있다. P사는 이 지침이 제대로 지켜질 수 있도록 반부패 관련 신고, 내부고발자 보호, 처벌·보상 관련 항목도 규정했다.

P사는 비윤리행위를 신고한 임직원에게는 사실 확인을 거쳐 최대 30억 원의 보상금을 지급하기로 결정했다. 이 제도는 2004년 8월부터 시행됐으며 지난 2011년 최대 보상금 한도가 5천만 원에서 10억 원으로 확대된 바 있다. 비자금 조성 등 내부 문제로 홍역을 치른 P사는 지난해 비상경영쇄신위원회를 출범시켜 그룹 차원의 대대적인 경영 쇄신안을 발표했다.

올 초 P사 회장은 "비윤리 행위에 대해서는 지위고하와 경중을 따지지 않고 무관용 원칙을 적용할 것"이라며 "윤리 경영의 바탕 위에 성과에 따른 평가와 보상을 강화함으로써 더 높은 성과를 내는 선순환의 기업문화를 만들어가겠다."고 밝힌 바 있다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/04/05/0200000000AKR20160405156500003.HTML?from=search>
- <http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20160406000461>

해외 동향

1. 미쓰비시 연비 시험결과 조작, 일본 재계 신뢰 흔들

일본 미쓰비시 자동차가 연비 시험결과 조작 파문에 휩싸이며 일본 기업윤리의식이 도마 위에 올랐다. 미쓰비시는 이번 연비 조작 이전에도 2000년과 2002년 두 차례에 걸쳐 결함·리콜을 은폐한 전력이 있었다. 과거 일본 검찰이 전 회장을 비롯해 경영진을 허위보고 혐의로 기소했으나 정작 재판에서는 일부 무죄판결이 나왔다. 미쓰비시의 은폐체질이 바뀌지 않고, 거짓말과 능력대응, 모르쇠 발표 등이 재현될 조짐이다.

최근 일본 기업에서 윤리문제가 거듭 불거지는 것이 상명하복의 조직문화 때문이라는 지적이 나온다. 미쓰히

로 구니사와 자동차 평론가는 마이니치신문에 "상부에서 내건 목표를 달성할 수는 없기에 이를 맞추려고 부정하게 손을 댄 것"이라며, "부정을 알아챈 직원이 이를 지적할 수 없는 기업문화가 큰 문제"라고 설명했다.

미쓰비시는 연비조작 사건이 아니더라도 동아시아 일대에서 '전범기업'으로 이미지가 좋지 못하다. 미쓰비시중공업은 2차 세계대전 당시 한국과 중국에서 노동자를 강제 징용해 노동력을 착취한 혐의로 아직도 소송이 진행 중이다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/04/21/0200000000AKR20160421083100009.HTML?from=search>
- <http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20160421000335>

2. 이탈리아 의료분야 부정부패로 연간 7조 원 손실

4월 6일 이탈리아가 의료분야 부정부패로 연간 60억 유로(약 7조 8980억 원)의 손실을 보고 있다는 조사 결과가 나왔다고 이탈리아 언론이 보도했다. 국제투명성기구 이탈리아의 라파엘레 칸토네 회장은 이날 151개 의료기관을 대상으로 설문조사한 결과를 담은 보고서를 통해 지난 5년간 건강보험 회사 3개 중 1개에서 부정부패와 연관된 사건이 발생했다면서 이같이 밝혔다.

칸토네 회장은 "우리는 여전히 높은 수준의 건강보험을 유지하고 있지만, 부정부패로 질이 저하되고 있다."면서 "의료계의 부정부패는 전통적인 뇌물수수가 변형된 형태로 계속되고 있으며, 부정부패가 가장 높은 분야"라고 말했다. 그는 또 "대기환자 명단을 투명하게 관리하는 등 정부 전문가들과 부정부패를 없애기 위한 계획을 수립하기로 했다."면서 "새로운 강력한 의료 윤리기준을 만들어 의료 관련기관과 의료인들이 이를 지켜나가도록 해야 한다."고 말했다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/04/06/0200000000AKR20160406184200088.HTML?from=search>

3. 유엔·IMF·세계은행·OECD, 조세회피에 공동

대응

4월 19일 유엔, IMF, 세계은행, OECD가 조세회피에 대응하기 위한 공동 협력기반을 구축한다고 IMF가 발표했다. 이들 국제기구는 개발도상국들이 조세회피 대응 정책을 수립하는 과정에서 응용할 수 있는 본보기 정책들을 제공하고, 신흥시장에 속한 국가들이 각국 조세당국의 손길이 미치지 못하는 이른바 '비공식' 경제활동에 대응하기 위한 정책 마련을 도울 계획이라고 IMF는 밝혔다.

4대 국제기구는 정식 협의기구를 만들어 정기적으로 조세회피 현안과 대응방안 등에 대한 의견을 교환할 예정이다. 이런 움직임은 파나마 로펌 '모색 폰세카'에서 유출된 역외 조세회피자 자료, 즉 '파나마 페이퍼스'가 공개되면서 전 세계적으로 조세회피에 대한 경각심이 높아진 가운데 나와서 주목된다.

IMF는 유엔 등 주요 국제기구와의 협력기반 구축이, "국제적으로 조세 문제와 관련해 대대적인 움직임이 나타나고, 유엔의 지속가능개발목표(SDG) 달성 과정에서 조세 문제의 중요성이 부각되는 가운데 이뤄졌다."고 설명했다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/04/06/0200000000AKR20160406184200088.HTML?from=search>
- <http://www.mt.co.kr/view/mtview.php?type=1&no=2016042007285560764&outlink=1>
- <http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2016042005423407567>

4. 리베이트와 뇌물 사건 신고한 내부고발자, 5,100만 달러 받으며 승리

미국 올림푸스는 연방 리베이트방지법을 위반한 혐의로 6억4600만 달러의 벌금을 물게 되었다. 이 금액은 해당 법률위반으로 지불한 최고액이다. 올림푸스의 위법행위는 2009년 준법감시인이었던 존 슬로워의 내부고발로 알려지게 되었다. 그는 뇌물과 리베이트에 관한 신고포상금으로 5,100만 달러를 받게 되고, 벌금 중 일부가 배당될 것이다.

법무부 관계자는 의사와 병원관계자들에게 향응을 제공한 결과, 저급하거나 값비싼 장비 사용을 초래해 건강

관리 비용 상승을 가져왔다고 밝혔다. 올림푸스는 자신들의 행위에 대한 책임을 인정하면서 그것이 기업의 가치나 전 직원을 대표하는 것은 아니라고 말했다. 향후 법을 준수하기 위해 최선을 다할 것이라고 밝혔다.

한편, 내부고발자 슬로워는 준법감시인 시절 전문적 지식도 없었고 교육훈련도 제대로 받지 않았다고 밝혔다. 오히려 올림푸스 CEO 마크 굼즈는 준법감시업무가 사업에 큰 영향을 주지 않는 범위 내에서 일하는 방법을 찾을 것을 지시한 것으로 알려졌다. 슬로워이 뇌물과 리베이트 근절을 위한 준법 프로그램을 마련하려 했지만, CEO의 지시로 배제된 것으로 밝혀졌다.

*참고

- <http://money.cnn.com/2016/03/02/news/companies/whistleblower-olympus-medical-equipment>

국내외 행사소식

(국내) 2016 공유가치창출 전문가 양성과정

기업종사자, 청년·대학생, 사회적 기업가 등을 대상으로 공유가치창출에 관한 이론교육 및 현장교육을 실시하여, 공유가치창출 관련 전문가를 양성하고 인식 확산을 도모한다.

주최: (사)한국사회공헌연구원

일시: 2016년 5월 2일~6월 27일 (주 2회)

장소: 서울 광화문 한글회관 3층 강의실

출처: <http://www.ksrri.kr/index3.html>

(국내) 노사상생플러스교육

교육을 통한 상생의 노사문화를 조성하고, 노사상생협력 우수사례(대·중소기업 및 하청기업 공생발전, CSR 등)를 교육한다. 그리고 현업에 적용할 수 있는 상생의 노사관계 실무를 제공한다.

주최: 노사발전재단

일시: 2016년 5월 11~12일

장소: 용인 한화 리조트

출처: http://nosaedu.nosa.or.kr/intro//i_ewk.do

(국외) UNGC Leaders Summit (유엔 글로벌 콤팩트 지도자회의)

UNGC가 공식 채택한 지속가능발전목표(SDGs)와 기업의 참여를 중점적으로 논의할 예정이다. 지도자회의에서 기업들

은 경제성장과 혁신 기회를 활용하고, 책임 있는 경영활동을 통해 SDGs를 달성하기 위한 전략을 공유할 것이다.

주최: UN Global Compact

일시: 2016년 6월 22~23일

장소: New York

출처:

<https://www.unglobalcompact.org/take-action/events/411-un-global-compact-leaders-summit-2016#overview>

(국외) Managing Ethics in Organizations (조직경영윤리과정)

20년 이상 진행된 조직경영윤리 과정은 생생하고 효과적인 윤리프로그램을 만들고 운영하기 위한 실질적인 조언과 이론적 도구를 제공한다. 이 과정은 역사가 가장 오래되고 인정받는 기업윤리코스이며, 1000여명의 참가자들이 과정 수료증을 받는다. MEO를 수료한 많은 이들이 윤리 책임자나 컴플라이언스 임원이 되었다.

주최: Center for Business Ethics

일시: 2016년 6월 13~17일

장소: Bentley University, Waltham (Boston), Mass.

출처:

<http://www.ethics.org/eci/events/professional-development/meo>

[제6호] 국내외 동향 및 소식

국내 동향

1. 국민 66%, 김영란법 시행령 적극 찬성

한국갤럽은 5월 17~19일 전국 성인 1천4명을 대상으로 '부정청탁과 금품 등 수수 금지에 관한 법률'(김영란법) 입법예고에 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 줄어들 것'(9%) 등을 꼽았다. 최근 논란이 많은 경제적 영향평가 설문 조사는 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/2016/05/20/0200000000AKR20160520075000033.HTML?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 '조직 투명성', 익명 내부

고발 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 조직 투명성은 6.9점으로 세계 평균(3.9점)을 웃돌았다. 이는 기업공시제도로 인한 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·윤리실천협약 체결

5월 17일 중소기업청과 중소기업중앙회 등 24개 중소기업 유관기관 및 단체장은 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 '원스트라이크아웃제'를 적용하고, 글로벌 기업의 모범적인 준법정책준수 점검 프로그램을 벤치마킹해 부서장 자율과 책임 아래 부패요인을 상시적으로 사전 발굴·개선하는 '청렴 자율실천 프로그램'을 도입하는 등 청렴문화 확산 활동을 펴기로 했다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/05/17/0200000000AKR20160517111400030.HTML?from=search>
- <http://www.fntimes.com/paper/view.aspx?num=153799>

해외 동향

1. 세계기업 33%, “부패를 사업의 걸림돌”로 인

식

세계은행이 135개국의 기업 13만 개의 임원과 오너 등을 인터뷰한 '세계은행 기업 설문조사' 자료에 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/2016/05/12/0200000000AKR20160512172300009.HTML?from=search>
- http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2016/05/13/2016051300963.html

2. 전 세계를 오가는 뇌물 2천332조원, GDP 2%

IMF는 지난해 연간 1조5천억 달러(약 1천749조 원)~2조 달러(약 2천332조 원)의 뇌물이 오간 것으로 추산된다고 발표했다.

이는 전 세계 GDP의 2% 정도에 해당하는 것으로, IMF는 곳곳에 만연한 뇌물과 부정행위들이 경제성장을 제한하고 건전한 정부정책을 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.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/05/12/0200000000AKR20160512134600009.HTML?from=search>
- <http://www.mt.co.kr/view/mtview.php?type=1&no=2016051308181480309&outlink=1>

3. 일본, 악덕기업 실명공개 결정

일본 정부는 장시간 연장 근무나 심야 노동을 강요하

는 악덕 기업 명단을 공개하기로 했다. 50년 후 인구 1억 명 유지가 국가목표일 정도로 심각한 저출산 문제에 시달리는 아베정부는 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/2016/05/16/0200000000AKR20160516088351073.HTML?input=1179m>
- http://www.ytn.co.kr/_ln/0104_201605170536131625

국내외 행사소식

(국내) 제1기 청렴교육 전문강사 양성과정(기본)

각 행정·공공기관 소속 공직자를 대상으로 청탁금지법 시행, 청렴교육 의무화 법안 통과 예상 등에 따른 각급 기관 청렴교육의 수요를 충족시키고, 기관 자체 청렴교육 지원시스템 구축을 위한 전문지식을 전수한다.

주최: 국민권익위원회 청렴연수원

일시: 2016년 6월 8일~6월 10일

장소: 충북 청주시 청렴연수원

출처:

<https://www.acrc.go.kr/edu/eduSchd.do?menuId=100303&conMonth=201606>

(국외) EBEN Annual Conference 2016 (2016년 유럽 기업윤리네트워크 연례회의)

EBEN 연례회의는 오랜 전통 속에 학계와 실무자가 네트워크를 형성해, 경험을 공유하고 서로 배울 수 있는 기회를 제공한다. 이번 회의 주제는 “책임과 지속가능한 비즈니스 실천의 개발: 습관, 사고방식 및 비즈니스 모델”이다.

주최: EBEN

일시: 2016년 6월 20~22일

장소: Nottingham Trent University, Nottingham, UK

출처:

<http://www.eben-net.org/?q=content/eben-annual-conference-2013>

**(국외) DNWE Business-Ethics-Summit 2016
(2016년 독일 기업윤리네트워크 연례회의)**

올해 회의 주제는 “연대 3.0 - 오늘날 사회경제적 행위의 기초?”이다. 21세기 새로운 연대 개념을 학계와 실무자가 학제적으로 찾을 것이고, 경제와 사회에 녹아 있는 의미를 논의할 것이며 상호 대화 속에서 실천적 행동을 도출할 것이다.

주최: Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik e.V.

일시: 2016년 7월 9-10일

장소: Darmstadt, Germany

출처:

<http://www.dnwe.de/Veranstaltungen/jahrestagung/business-ethics-summit-2016.html>

**(국외) Embedding Ethics & Compliance in
Third Party & Supply Chain Relationships (제3자
및 공급망의 윤리와 컴플라이언스)**

2016년 ECI 최고실천포럼은 참가자가 제3자 및 공급망 관계에서 윤리 & 컴플라이언스 리스크를 관리하는 데 도움을 줄 것이다. 상호간 활발한 대화형 프로그램을 통해 중요한 전략을 검토하게 될 것이다.

주최: ECI's Best Practice Forum

일시: 2016년 7월 11-12일

장소: Westin Crystal City, Arlington, VA

출처:

<https://www.ethics.org/eci/events/upcoming-events/bpf>

[제7호]

국내외 동향 및 소식

국내 동향

1. 한국, IMD 국가경쟁력 중국에 뒤진 29위

스위스 국제경영개발대학원(IMD)이 5월말 공개한 61개국 국가경쟁력 평가보고서에 따르면, 한국은 29위에 그쳐, 지난해보다 4계단 하락했다. 일본은 물론 중국에도 뒤처졌다. 정부 관계자는 기업인들의 낮은 윤리 의식과 경영의 불투명성이 국가경쟁력을 크게 떨어뜨린 것으로 파악했다. 특히 설문조사 기간 터진 옥시 가습기 살균제 사태가 기업효율성을 하락시킨 중요한 요인으로 지목된다.

‘기업효율성’ 부문은 지난해 37위에서 48위로 무려 11계단 하락했다. 세부 항목별로 유능한 경영진 확보(44→52위), 숙련 노동자 확보(23→48위), 기업윤리 실천정도(39→58위), 경영자의 사회적 책임(50→60위) 등의 순위가 특히 많이 떨어졌다. 경제성장률 둔화와 고용환경 악화 등으로 경제성과순위도 15위에서 21위로 6계단 내려갔다. 이번 평가로 기업윤리 및 기업지배구조 등 경영시스템 개선이 국가경쟁력을 끌어올리는 핵심내용임을 알 수 있다.

*참고

- http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/746135.html
- <http://news.joins.com/article/20101583>

2. 사행사업 공공기관, 윤리경영강화 청렴클러스터 구축

6월23일 강원랜드, 마사회, GKL(그랜드코리아레저),

국민체육진흥공단 등 4개 사행사업 공공기관 청렴정책 관계자들이 반부패·윤리경영을 위한 청렴클러스터를 구축하고 제1차 회의를 정선에서 가졌다. 회의에서 그간 시행했던 반부패 우수사례를 서로 공유하고 2016년 반부패 활동계획을 발표하였다. 앞으로 청렴클러스터 회의를 정례화하고, 청렴문화 형성에 4개 기관이 공동 대응할 것을 약속했다.

이번 회의에서 참가자들은 정부가 추진 중인 ‘부패방지 4대 백신 프로젝트’와 9월부터 시행되는 부정청탁 금지법과 관련해 사전 예방을 목적으로 한 새로운 패러다임의 부패 대응체계 구축을 논의했다. 강원랜드 관계자는 “이번 청렴클러스터 구축을 계기로 참여기관들 내에 청렴문화가 확산될 것으로 기대한다.”며 “4개 기관이 협력해 국민으로부터 더욱 신뢰받는 공공기관이 될 수 있도록 노력할 것”을 다짐했다.

*참고

- http://www.newsis.com/ar_detail/view.html?ar_id=NISX20160623_0014171700&clD=10805&pID=10800
- <http://www.chamnews.net/news/articleView.html?idxno=76800>

3. 이케아의 소비자 보호, 미국선 OK ! 한국선 NO !

한국소비자원은 북미지역에서 6월 28일 리콜 결정된 말름 시리즈 서랍장에 대해 한국에서도 동일한 조치를 요구하는 공문을 이케아코리아에 보냈다. 이케아는 서랍장이 앞으로 넘어지면서 어린이가 숨지거나 다치는 일이 잇따르자 미국에서 2천 900만개, 캐나다에서 660만 개의 서랍장 리콜을 각각 결정했다. 하지만 이케아코리아는 제품 하자가 아니기 때문에 리콜 조치는 없을 것이며, 대신 캠페인을 통해 서랍장을 벽에 고정해서 쓸 수 있도록 있도록 안내하고 있다는 입장을 밝힌 것으로 전해졌다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/06/29/0200000000AKR20160629152900030.HTML?input=1179m>
<http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/06/29/0200000000AKR20160629152900030.HTML?input=1179m>
- http://news.jtbc.joins.com/article/article.aspx?news_id=NB11263185

해외 동향

1. 멕시코 국회 부패방지법 의결, '비리왕국' 오명 벗어나

'비리 왕국'이란 오명을 뒤집어쓴 멕시코가 강화된 반부패법 도입을 추진한다. 6월18일 멕시코 국회는 여당인 제도혁명당(PRI)의 주도로 여러 건의 부패방지법안을 의결했다. 부패방지법은 부패 공무원에 대한 벌금과 형량을 대폭 강화하고 독립적인 반부패 특별검사제를 도입하는 것을 주요 내용으로 한다.

정부에서 지원금을 받는 개인이나 정부가 발주한 공공 공사 계약을 한 사업자가 의무적으로 재산을 공개하는 조항도 포함됐다. 그러나 국회는 애초에 포함됐던 의원과 공무원들이 재산을 비롯해 세금 납부 현황, 이자 소득 등을 공개하는 조항은 삭제했다. 반부패법은 엔리케 페냐 니에토 대통령의 재가를 거쳐 발효될 예정이다. 니에토 대통령은 반부패와의 전쟁을 최우선 정책 순위에 두고 관련 입법을 공언했지만 임기 후반으로 갈수록 의지가 흔들리는 것 아니냐는 비판을 받아왔다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/06/19/02000000000AKR20160619002600087.HTML?from=search>
- http://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1003632978&plink=ORI&cooper=DAUM

2. 일본 공적연금, '부정회계 스캔들' 도시에 106억원 손배소

일본 공적연금(GPIF·연금적립금관리운용)이 지난해 부정회계 스캔들로 업계를 뒤흔든 전자업체 도시바에게 추가하락에 따른 9억6,400만 엔(약 106억원) 상당의 손해를 배상하라며 도쿄지법에 소송을 제기했다. 일본 신탁서비스은행이 공적연금의 위탁운용사를 대표해 원고로 나섰으며, 6월21일 첫 공판이 진행됐다.

지난해 말 개인주주 50명이 도시바에 추가하락에 따른 손해배상을 요구하며 소송을 제기한 바 있지만, 기관 투자자까지 소송에 나선 것은 이번이 처음이다. 도

시는 2008년 4월부터 2014년 말까지 비용은 축소하고 이익을 부풀리는 방식으로 세전 이익을 실제보다 총 2,248억 엔(약 2조원) 높여 기재하는 등 회계부정을 저질렀다. 이 같은 사실이 드러나면서 도시바 사장 등 고위 인사 3명이 사임했고, 일본 증권거래감시위원회가 도시바에 역대 최대 과징금 74억엔을 물리라고 권고하기도 했다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/international/2016/06/23/0602000000AKR20160623159700009.HTML>
- <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3300398&ref=D>

3. FIFA 전 간부들 5년간 950억원 부당이득

6월2일 제프 블라터 FIFA 전 회장의 부패 혐의를 수사 중인 스위스 연방검찰이 취리히에 있는 FIFA 본부를 추가로 압수수색했다. 지난해 9월 블라터의 부패 혐의를 포착해 수사를 시작했고, 올 3월 블라터의 오른팔이었던 제롬 발케 사무총장의 연루 정황까지 잡고 수사를 확대했다. 스위스 검찰은 블라터와 발케 두 사람과 관련된 증거를 이미 확보하고 있다고 밝혔다.

FIFA의 소송을 대리하는 미국 로펌은 블라터와 발케, 그리고 마루크스 가트너 전 사무총장 대행 등 3명이 지난 5년간 급여인상과 보너스 등으로 부당하게 8천만 달러(약 950억원)의 부당이득을 챙겼다고 전했다. FIFA 윤리위는 발케 전 사무총장이 2014년 브라질 월드컵 축구대회 입장권을 암시장에 빼돌리고 월드컵 TV 중계권을 헐값에 팔아넘기려 했으며, 조사가 시작되자 증거 인멸을 시도했다고 설명했다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/06/04/02000000000AKR20160604000700088.HTML?from=search>
- <http://www.mt.co.kr/view/mtview.php?type=1&no=2016060410224126567&outlink=1>

국내외 행사소식

(국내) 준법·윤리경영 페어플레이어클럽 세미나

서울시 소재 공기업 및 민간기업을 대상으로 청렴·윤리경영에 관한 국내외 동향 소개 및 반부패 사례 공유를 통해 기업의 부패 리스크 방지와 역량강화를 지원하는 세미나이다.

주최: 서울특별시, 유엔글로벌콤팩트 한국협회

일시: 2016년 7월 14일 14:00~17:00

장소: 시청역 프레스센터 19층 기자회견장

출처:

http://www.unglobalcompact.kr/wp/?mod=document&uid=1467&page_id=2386

주최: UN Department of Economic and Social Affairs

일시: 2016년 7월 19일

장소: New York, United States of America

출처:

<https://www.unglobalcompact.org/take-action/events/701-sustainable-development-goals-business-forum>

(국외) 2016 July ECI Fellows Meeting (2016년 7월 ECI 회의)

윤리와 컴플라이언스 그리고 노동의 미래를 주제로 직장의 구조적 변화가 직원과 회사의 관계, 기업의 문화와 가치에 얼마나 깊은 영향을 주고, 이러한 새로운 환경에서 기업의 청렴성을 어떻게 가능케 할 것인지를 모색한다.

주최: ECI

일시: 2016년 7월 13-14일

장소: The Westin Crystal City, Arlington, VA

출처:

<https://www.ethics.org/events/upcoming-events/fellows-meetings>

(국외) 3rd International Conference on CSR, Sustainability, Ethics and Governance (제3차 CSR, 지속가능, 윤리 및 거버넌스 국제컨퍼런스)

새로운 기업 패러다임으로서 지속가능성에 초점을 맞춰 독일 쾰른에서 개최되며, CSR을 주제로 한 독일 최대 규모의 국제컨퍼런스.

주최: Global Corporate Governance Institute and Cologne Business School

일시: 2016년 8월 1-3일

장소: Unter Sachsenhausen 10-26, Köln, Germany

출처:

http://www.dnwe.de/tl_files/Dateien/Call%20For%20Papers%20-%20Cologne%202016__2.pdf

(국외) Sustainable Development Goals Business Forum (지속가능발전목표 비즈니스포럼)

비즈니스포럼은 최고위 정치포럼 중에 개최, 지속가능발전을 위한 의제 2030 채택한다. 지속가능성장목표의 핵심 성과를 리포트하고, 지속가능성장의 촉진을 위한 비즈니스 역할을 확인하는 자리이다.

[제8호] 국내외 동향 및 소식

국내 동향

1. 구멍 뚫린 사회적 기업의 국고보조사업

7월7일 제주지검은 사회적 기업 경영컨설팅 보조금을 가로챈 혐의(사기)로 경영컨설팅 업체 대표와 사회적 기업 대표 등 3명을 구속하고 보조사업자를 컨설팅업체에 소개해 준 대학교수와 보조금 사업자 48명을 같은 혐의로 불구속 기소했다고 밝혔다. 경영컨설팅 보조 사업은 사회적 기업의 경영역량을 강화하고, 농업 투자의 효율성 등을 높이기 위해 고용노동부, 농림축산식품부 등이 지원하고, 지자체가 보조사업자를 선정해 보조금을 집행하는 사업이다.



구속된 컨설팅업체 대표들은 2011~2015년 사이 보조금 사업자와 짜고 17억 원대 경영컨설팅 보조금을 가로챈 혐의를 받고 있다. 이들은 보조사업자의 자기 부담금 1천만 원 상당을 대신 내주는 대가로 나머지 국고보조금을 받아 챙기는 수법으로 보조금을 가로챈 것으로 검찰 조사결과 드러났다. 이들 업체와 짜고 자기 부담금 없이 경영컨설팅을 받은 보조금 사업자는 제주 14명, 광주전남 28명, 전북 4명, 경남 3명 등 49

명에 이른다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/07/07/0200000000AKR20160707112500056.HTML?input=1179m>
- <http://www.hani.co.kr/arti/society/area/751413.html>

2. 서울시 '청렴건설행정시스템' 베트남 등 5개국에 전수



7월15일 서울시는 유엔개발계획(UNDP)과 함께 베트남, 태국, 우크라이나, 우간다, 요르단에 건설공사정보를 투명하게 공개하는 '청렴건설행정시스템'을 자문·지원한다고 밝혔다. 청렴건설행정시스템은 서울시에서 시행하는 건설공사의 전 과정을 시민에게 공개하는 관리시스템이다. △건설정보관리시스템, △건설알림이, △대금e바로 등이 이에 해당된다. 건설정보관리시스템은 서울시에서 이루어지는 건설공사정보를 감독관, 시공자, 감리자가 공유·관리하는 시스템이다. 건설알림이는 시민 누구나 자가지역에서 이루어지는 공사정보를 시공부터 준공 단계까지 쉽게 볼 수 있는 사이트(cis.seoul.go.kr)다. 대금e바로는 금융기관과 제휴해 발주자가 하도급업체에 바로 공사대금을 지급해 하도급자의 임금체불 문제를 해결하는 시스템이다.

이 시스템은 2013년 유엔이 우수 공공행정서비스와 정책에 주는 '유엔공공행정상' 부패 척결·방지 분야에서 수상하기도 했다. 특히 시는 '청렴건설행정시스템' 가운데 건설 사업의 기본 데이터 관리에 활용되는 건설정보관리시스템과 건설알림이를 중점적으로 지원한다. 발라즈 호르바트(Balazs Horvath) 유엔개발계획 서울정책센터소장은 "개발도상국의 요구에 부응해 긍정적인 변화를 유도하는 좋은 사례가 될 것으로 기대한다."고 말했다.

***참고**

- <http://www.mt.co.kr/view/mtview.php?type=1&no=2016071419283259361&outlink=1>
- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/07/14/0200000000AKR20160714172500004.HTML?from=search>

3. 권익위, 부산지역 청렴클러스터 구축

6월 29일 국민권익위원회는 부산지역을 기반으로 '청렴 클러스터'를 구축했다. 현재 부산에는 주택도시보증공사와 한국해양수산개발원, 게임물관리위원회 등 11개의 공공기관이 이전해 있고, 내년까지 한국해양과학기술원을 포함해 총 12개의 공공기관이 이전을 완료할 예정이다. 이들 공공기관이 인접 지역에 밀집해 부패 관련 이슈에 공동으로 대응하고 부패 취약분야 발굴과 청렴시책 추진, 직원 대상 청렴교육 실시 등에 유리하다고 판단, 청렴클러스터 구축이 진행되었다.

권익위 관계자는 "이번 청렴 클러스터 구축을 계기로 부산지역에 자생적 청렴문화가 형성될 것으로 기대"한다며 "앞으로도 충북, 강원, 대구 등 권역별 청렴 클러스터 구축을 통해 우리 사회 전반에 청렴문화가 확산될 수 있도록 노력할 것"이라고 밝혔다.

***참고**

- <http://news1.kr/articles/?2704641>
- <http://www.korea.kr/policy/pressReleaseView.do?newsId=156139131>

해외 동향**1. 영국 SFO, 뇌물과 돈세탁 혐의로 우나오일 수사**

7월 19일 영국 중대비리조사청(SFO)은 모나코 기업 '우나오일'에 대한 수사를 진행하고 있다고 밝혔다. 우나오일은 뇌물수수, 부정부패, 돈세탁 등의 혐의를 받고 있다. 우나오일은 같은 혐의로 SFO 외에도 모나코에서도 조사를 받고 있다.

SFO는 우나오일 비리관련 여러 정보원들에 접근해왔으며, 관련 정보를 갖고 있는 사람들의 제보를 공식 요청했다. SFO는 지난 3월부터 수사를 개시하여 "우

나오일의 임직원을 조사하고 있으며 뇌물수수, 부패, 돈세탁 등과 관련된 채널을 조사하고 있다"고 말했다. 지금 현재로서는 더 자세한 내용은 밝힐 수 없다고 공식 논평했다.

한편 우나오일은 이번 조사와 관련된 질문에 답변을 거부한 상태이다.

***참고**

- <https://www.sfo.gov.uk/2016/07/19/unaoil-investigation/>
- <https://www.theguardian.com/business/2016/jul/19/serious-office-opens-criminal-investigation-into-unaoil>
- <http://news1.kr/articles/?2725030>

2. 일본, 기업통치지침 도입 후 달라진 주총풍경

일본에서 작년 6월부터 기업이 주주나 투자자와 대화를 통해 경영의 공정성, 투명성을 높이려는 기업 거버넌스 개혁인 '기업통치지침'이 도입된 뒤 올해 각사 주주총회의 풍경이 크게 바뀌었다. 아베정부 주도로 기업가치 향상을 위해 마련된 기업통치지침은 기업 이사회나 위원회 등이 규정된 새로운 기업지배구조에 관한 지침이다. 특히 독립 사외이사 도입 규정이 강화되면서 사외이사를 복수로 도입한 기업이 지난해 50%대에서 올해는 80%대로 올라갔다.

수익성이 낮거나, 스캔들을 일으킨 기업에서는 경영진에 대한 비판의 목소리가 강해졌다. 최고경영자(CEO) 선임 반대 비율이 올라간 사례도 눈에 띄었다. 요식행위이던 주총이 크게 변한 것이다. 니혼게이자지는 "일본에서 주주총회가 주주와 기업이 적극적으로 의견을 교환하고 토론하는 장소로 변화되면서 기업은 통치구조 개선을 강하게 의식하지 않을 수 없게 되었다"고 전했다.

***참고**

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/06/30/0200000000AKR20160630085500009.HTML?from=search>
- <http://vip.mk.co.kr/news/view/21/21/2582333.html>

3. 말레이 국부펀드, 잇따르는 횡령의혹

7월21일 스위스 법무부는 말레이시아 국영투자기업 1MDB가 횡령자금으로 구입한 고호의 '아를르 뱅상의 집'과 '산 조르조 마조레', '수련 연작' 등 모네의 작품 2점을 확보했다고 밝혔다. 2013년 1월 런던 소더비 경매에 나온 모네의 수련 작품은 감정가가 최고 2천 370만 달러(약 270억 원)에 달했다. 스위스 법무부는 "수사가 계속 진행되고 있어 작품을 어디에서 확보했는지는 밝힐 수 없다"고 말했다.



앞서 미국 법무부는 1MDB에서 횡령한 자금으로 산 10억 달러(약 1조1천400억원) 규모의 자산을 몰수하는 소송을 전달인 20일, 로스앤젤레스 연방법원에 제기했다. 미국 법무부는 "1MDB에서 도둑맞은 돈이 전 세계 페이퍼컴퍼니에서 세탁된 뒤 부동산, 예술품 등으로 둔갑해 숨겨져 있다"고 말했다. 2009년 설립된 이 펀드는 작년 말 기준 13조 원에 육박하는 부채가 드러나면서 비리 의혹이 잇따르고 있다. 스위스 검찰은 올 1월 40억 달러(4조5천500억원)가 유용된 정황을 찾았다고 발표했다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/07/21/0200000000AKR20160721201800088.HTML?input=1179m>
- <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3316321&ref=D>
- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/07/21/0200000000AKR20160721008000072.HTML?input=1195m>

to Tackle Corruption)

이 프로그램 참여기업은 국제표준으로 전환을 앞두고 있는 반부패경영시스템(BS10500) 표준과 영국의 앞선 정책과 경영시스템 수립을 위한 도구를 학습할 수 있고, 내·외부 이해관계자들과 반부패노력을 소통할 수 있다.

주최: BSI 코리아, 유엔글로벌콤팩트 한국협회

일시: 2016년 7월 ~ 2017년 3월

장소: 서울 종로구 종로 51, BSI 코리아

출처:

http://www.unglobalcompact.kr/wp/?page_id=2386&uid=1504&mod=document

(국외) EBEN Research Conference 2016 (2016년 유럽기업윤리네트워크 연구컨퍼런스)

2016년 EBEN 연구컨퍼런스 темa는 '윤리적 행동과 윤리적 공개'이고, 윤리적 행동과 기업이 윤리행동을 공개하기로 결정하는 방식 사이의 복잡한 관계를 이해하는 데 초점을 맞출 것이다.

주최: EBEN

일시: 2016년 9월 8-9일

장소: Palermo, Italy

출처:

<https://www.ethics.org/events/upcoming-events/fellows-meetings>

(국외) Corporate Citizenship Communications (기업시민 커뮤니케이션)

이 프로그램은 더 나은 커뮤니케이션, PR, 마케팅, CSR/시민권, 동료와 협력하고자하는 기업시민 전문가를 위해 설계되었고, 주요 기업의 이해 관계자들과의 직접 접촉을 가질 것이다.

주최: Boston College Center for Corporate Citizenship

일시: 2016년 9월 7-9일

장소: Chicago Marriott Downtown, IL

출처:http://ccc.bc.edu/index.cfm?fuseaction=CourseCalendar.viewCourse&course_ID=5929&master=1&pageid=1291

국내외 행사소식

(국내) 반부패 공동행동 프로그램 (Collective Action

[제9호] 국내외 동향 및 소식

국내 동향

1. 폭스바겐 인증취소·판매정지, 과징금 178억원 부과로 퇴출위기



8월2일 환경부는 배출가스와 소음 시험성적서 위조를 이유로 폭스바겐 32개 차종 8만3천대에 인증취소·판매정지의 행정처분을 내렸다. 지난해 11월 배출가스 저감장치 조작에 따른 인증 취소 차량 12만6000대를 합치면 20만9000대, 총판매차량 70%가 판매금지목록에 올라 사실상 퇴출위기에 몰려있다. 또한 환경부는 배출가스 시험성적서 위조 24개 차종 47개 모델 5만7000대에 대해서는 과징금 178억원 부과를 결정했는데, 이는 최대 3200억원에 달하는 과징금 폭탄이 부과되리란 예상에는 훨씬 못 미치는 수준이었다. 7월 28일부터 차종 당 과징금 상한액이 10억원에서 100억원으로 상향됐지만 폭스바겐은 3일 앞서 전격 판매중단을 선언하면서 100억원 한도를 피할 수 있었다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/08/0>

2/0200000000AKR20160802040200004.HTML?input=1179m

- <http://www.hani.co.kr/arti/economy/car/754861.html>

2. 한국노바티스, 25억원대 불법리베이트 '꼼수'



8월11일 한국노바티스 임직원이 자사 제품을 써달라며 의사들에게 25억원대의 불법리베이트를 제공한 혐의로 불구속 기소됐다. 이들은 2011년부터 올해 1월까지 의약전문지나 학술지에 제품 광고비 등으로 총 181억원을 준 뒤 이 매체들을 통해 의사들에게 거마비, 원고료, 강연료 명목으로 25억9천만원을 준 혐의를 받고 있다. 2010년부터 '리베이트 쌍벌제' 실시로 리베이트제공업체와 의사를 모두 처벌하자, 더욱 교묘하게 의사들에게 뒷돈을 주는 탈법 '꼼수'를 부린 것으로 밝혀졌다. 한편, 한국노바티스는 '한국 일부 직원들이 규정을 위반한 일'이라고 개인의 일탈이지 본사와는 무관하다는 유감을 표명했다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/08/10/0200000000AKR20160810158800017.HTML?input=1179m>
- http://mbnmoney.mbn.co.kr/news/view?news_no=MM1002524574

해외 동향

1. 2016 APEC, 기업 뇌물방지 컴플라이언스 프로그램과 인센티브 워크숍 개최

2016년 8월 15일 페루 리마에서 18개 회원국 참여 하에 개최된 APEC 제23차 반부패 투명성 워킹그룹

회의 및 워크숍에서는 태국, 페루, 베트남, 러시아, 한국, 미국 등의 반부패 협약 이행 활동에 대한 각국의 보고가 있었다. 또한 국제상거래에서 뇌물을 예방하고 탐지하기 위한 기업 컴플라이언스 프로그램(CP)에 대한 국제적 기준과 각국의 운영사례를 공유하고, 인센티브에 관한 구체적인 논의가 있었으며, APEC 주최국인 페루는 올해 4월 기업 뇌물과 관련하여 법인에 책임을 지우는 법안이 통과되어 2017년 발효될 예정이라고 언급했다.

2. '사회책임투자'에 나서는 세계최대 일본공적연금

7월말 일본 공적연금을 운용하는 '연금적립금관리운용 독립행정법인(GPIF)'은 올해 안에 환경(Environment), 사회적 책임(Social), 기업지배구조(Governance)를 중시하는 기업을 선별해 자금을 투입하는 사회책임투자, 이른바 'ESG 투자'에 나선다고 밝혔다. ESG 투자는 지속가능발전에 기업이 공헌할 수 있느냐, 아니냐를 고려해 투자하는 기법으로서, 소득격차나 지구온난화 같은 사회문제에 대한 태도, 지배구조투명성 등이 판단기준이다. 세계최대 기관투자자인 GPIF가 ESG를 투자 척도로 삼으면 자연스럽게 기업 투명성을 높이고 건전한 성장을 유도하는 효과가 있을 것으로 시장관계자들은 보고 있다. 한편, GPIF의 운용자산은 140조엔(약 1천506조원)으로 그 가운데 약 30조엔을 일본주식에 운용하고 있다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/07/22/0200000000AKR201607220776000009.HTML?inpu=1179m>
- <http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20160722000245>

3. 영국 SFO, 에어버스 사기혐의 수사

8월7일 영국 중대범죄수사청(SFO)은 프랑스 항공기업 에어버스의 수출신용과 관련된 사기 및 뇌물 혐의를 잡고 수사에 돌입했다. SFO는 에어버스 해외영업의 에이전트 운영실태 조사에서 수출신용장에 허위정보를 적거나 정보를 누락한 사실을 발견하고 수년간 이를 추적해왔다. 수출신용이 이뤄지는 과정에서 에어버스와 거래사간 불법행위가 있었을 것으로 보고 있다. 최근 영업·수주 활동에서 에이전트 활용은 반(反)부패 사정대상이 되면서 급격히 줄어들고 있다. 그러



나 방위산업 등 일부 업계에서는 여전히 외부 업체를 끼지 않고는 영업활동이 쉽지 않은 상황이다. 범죄 수사가 수년간 이어질 수 있고 프랑스, 독일 당국도 비슷한 조처에 나설 수 있는 만큼 이번 일은 유럽 제조사인 에어버스에 큰 타격이 되는 동시에 미국 경쟁사인 보잉에 유리하게 작용할 수 있다고 파이낸셜타임스는 전망했다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/08/08/0200000000AKR201608080378000009.HTML?from=search>
- <http://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2016080807553236404&type=2&sec=world&pDepth2=Wtotal>

국내외 행사소식

(국내) 2016년 대한민국 친환경대전 (Eco-Expo Korea 2016)

최고의 친환경 생활 및 산업 종합박람회로서, 각 분야의 환경경영 소통과 협력의 장

주최: 환경부

일시: 2016년 10월 18-21일

장소: 서울 코엑스 C&D 홀

출처:

http://www.unglobalcompact.kr/wp/?page_id=2386&uid=1530&mod=document

(국내) 제3회 청년 CSR 회의 (Youth-CSR Conference)

청년을 대상으로 유엔글로벌콤팩트/기업의 사회적 책임(CSR) 가치에 대한 지속적인 인식을 제고한다.

주최: 유엔글로벌콤팩트 한국협회

일시: 2016년 10월 1일

장소: 서울 연세대 백주년기념관, 백양관

출처:

http://www.unglobalcompact.kr/wp/?page_id=2386&uid=1530&mod=document

(국외) London Compliance & Ethics Forum (런던 컴플라이언스 및 기업윤리 포럼)

오늘날 기업에 큰 충격을 가하는 청렴문제 해결을 위해 다양한 기업지도자를 초청하여 논의하는 포럼

주최: Ethisphere

일시: 2016년 10월 11일

장소: Arundel House, London

출처: <http://londoncomplianceforum.com>

(국외) DGCN Unternehmenscoaching “Einführung Corporate Carbon Footprint” (기업 코칭, ‘탄소발자국도입’)

이 코칭은 기업의 탄소발자국(CCF) 및 환경경영 영역의 정보와 지식이 부족한 기업을 대상으로 이해를 돕는다.

주최: Deutsches Global Compact Netzwerk (DGCN)

일시: 2016년 10월 13일

장소: Reichpietschufer 20, Berlin

출처:

http://www.dnwe.de/tl_files/Dateien/DGCN-Coaching-Einfuehrung-CCF_13.10.2016.pdf

[제10호]

국내외 동향 및 소식

국내 동향

1. 구글, 국내 비영리단체 10곳에 35억원 지원



구글 임팩트 챌린지는 '더 나은 세상, 더 빠르게'라는 비전 아래, 기술을 활용하거나 새롭고 창의적인 방식으로 사회문제를 해결하려는 비영리단체를 지원하는 프로그램이다. 이 프로그램은 매년 3~5개 국가에서 진행되는 사회공헌사업의 하나로 미국·일본·호주·영국 등에서 행사가 개최되었다. 8월 23일 국내 370여개 비영리단체들이 참여한 가운데 첫 행사가 열려 우수비영리단체 10곳이 선정되어 35억원을 지원받게 됐다. 특히 선정된 10개 단체 중 4개의 우수 단체만을 가려 투자하기로 한 당초 계획과는 달리 모든 단체의 가능성이 인정받아 투자 대상이 된 것이 인상적이다. 행사를 주최한 구글닷오알지 재클린 풀러 총괄은 “가장 높은 수준의 참여율을 보여준 한국 비영리단체와 적극적으로 투표에 참여한 한국시민들의 열정에 구글 임팩트 챌린지 프로그램의 지원이 더해져 더 나은 세상을 앞당길 수 있을 것”이라고 밝혔다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/08/23/02000000000AKR20160823111700017.HTML?input=1179m>
- <http://news.mk.co.kr/newsRead.php?no=599266&year=2016>

2. 전경련, 청탁금지법 대응 '기업윤리학교 ABC' 개최



9월 8일 전국경제인연합회는 청탁금지법 시행에 앞서 기업 경영활동의 혼선을 최소화하기 위해 윤리경영·법무·총무 등 업무와 관련된 회원사 임직원 400여명을 대상으로 '기업윤리학교 ABC'를 개최했다. 이날 강사진은 법무법인 태평양, 한국사내변호사회, 딜로이트안진 등의 전문가들로 구성되어 청탁금지법에 대해 소개하는 역할을 맡았다. 기업윤리학교에서 “일반적인 회계 감사 이외에 접대비에 대한 정기적인 감사실시와 인사부서를 통해 매년 임직원을 대상으로 준법 서약서를 받는 방법” 등의 대응책이 발표됐다. 또한 “임직원의 법인비용 지출 시, 상대방·용도·한도를 특정해 사전 승인받도록 통제시스템을 구축하는 것도 도움이 될 것”이라는 의견도 나왔다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/09/07/02000000000AKR20160907186600003.HTML?from=search>
- http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2016/09/08/2016090802210.html

해외 동향

1. 영국, 직원 경제범죄시 경영진도 기소 추진

9월 12일 영국 제러미 라이트 검찰총장은 직원이 돈 세탁, 회계부정, 사기 등을 저질렀을 경우 경영진도 책임을 물어 기소하는 방안을 추진한다고 밝혔다. 이는 직원의 경제범죄를 막지 못한 책임으로 경영진이 형사 처벌받는 범죄 영역을 지금의 뇌물수수과 탈세에서 확대하는 방안이다. 라이트 총장은 "법 위반을 기소하고 벌금을 부과하는 것 외에 기업의 책임 문화를 고취해 범죄 위험에 더 쉽게 대응하려는 의도"라고 덧붙였다. 이에 앞서 영국의 현 총리 테리사 메이도 근로자와 소비자 대표를 이사회에 의무 참여시키는 방안과 경영진 보수지급안에 대한 주주들의 표결 결과에 구속력을 부여하는 방안 등을 약속한 바 있어 그와 같은 맥락에서 풀이되고 있다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/09/12/0200000000AKR20160912173900085.HTML?from=search>
- <http://www.sedaily.com/NewsView/1L1E390PV7>

2. 'G20 반부패연구소', 베이징사범대에 설립



중국은 항저우에서 열린 G20 정상회의 공동 합의에 따라 G20 반부패연구소를 베이징사범대에 설립하기로 했다. 이 연구소는 자산 은닉 및 경제 사범 검거를 위한 각종 정보를 모아 제공하며, 이를 위해 중국과 G20 출신의 전문가를 영입할 예정으로 수개월 내 공식 운영에 들어갈 것으로 보인다. 중국공산당 중앙기율조사위원회(CCDI) 국제합작국은 "센터는 국내 뿐 아니라 G20 국가의 부패 범죄를 심층 조사하게 될 것"이라며 "국내외 관련법과 불법 자산 압류, 범인 인도, 사법 지원 등과 관련한 절차를 비교하고 국경을 넘나드는 기업들의 뇌물도 조사할 수 있다"고 설명했다. 한편 G20 정상회의에서는 이 같은 중국의 반부패 연구소 설립 등의 움직임에 대하여 환영의 뜻을 내비

쳤다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/09/08/0200000000AKR20160908058700083.HTML?from=search>
- <http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2016090816184512358>

국내외 행사소식

(국내) 기업투명성 제고를 위한 토론회 계획

국내외 기업 전문가들이 참여하여 기업투명성에 대한 국제적 논의와 정책방향에 대해 토론

주최 : 한국TI, 투명사회실천네트워크, 주한독일상공회의소
일시 : 2016년 10월 6일
장소 : 대한상공회의소 중회의실

(국내) 제1기 청렴역량 강화 심화과정

각 행정 및 공공기관의 중간관리자 이상 공직자를 대상으로 청렴역량의 개념 및 가치에 대한 이해를 높여 청렴성을 증진시키기 위한 교육. 청렴역량 컨설팅을 기반으로 실효적인 청렴역량 강화 방안을 수립할 수 있게 돕는다.

주최: 국민권익위원회
일시: 2016년 10월 31일 ~ 11월 4일
장소: 충북 청주 청렴연수원
출처: <https://www.acrc.go.kr/edu/eduSchd.do?menuId=10030301&searchType=M&conMonth=201610>

(국외) New York City Regional Compliance & Ethics Conference (뉴욕 지역 컴플라이언스 & 윤리 컨퍼런스)

본 컨퍼런스는 지역의 컴플라이언스 전문가와 상호 작용하고 컴플라이언스의 성공과 도전에 대한 정보를 공유하는 포럼. 특히 2016년 해외부패방지법(FCPA)의 업데이트된 내용을 자세하게 논의할 예정이다.

주최: Society of Corporate Compliance & Ethics
일시: 2016년 10월 7일
장소: New York, NY
출처: http://www.corporatecompliance.org/Events/EventInfo.aspx?sessionaltcd=002_LCN16

(국외) Conference on "Business Ethics and

Competitiveness in SMEs” (중소기업의 기업윤리와 경쟁력 컨퍼런스)

중소기업의 맥락에서 기업의 사회적 책임(CSR)과 공유가치 창출(CSV)의 역할과 그들의 경쟁력을 논의하고 최선의 실천을 공유하기 위한 지식을 교환하는 모임. 대학에 몸담고 있는 학자들의 학문적 기여와 현장에서 활동하는 실천가의 경험이 어우러져 중소기업의 기업윤리 및 경쟁력에 대한 구체적인 대안을 논의할 예정이다.

주최: CCGBE

일시: 2016년 11월 14-16일

장소: Vienna, Austria

출처: <http://www.ccgbe.at/emoc2016>

[제11호]

국내외 동향 및 소식

국내 동향

1. 공공기관 임직원, 2시간 이상 반드시 부패방지교육 받아야

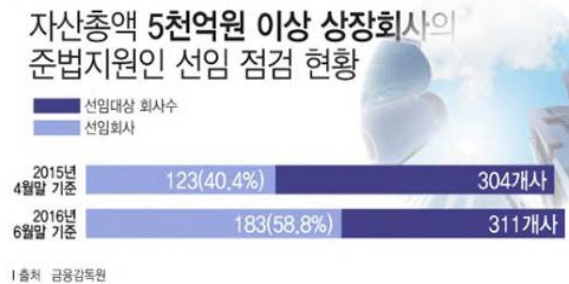
국민권익위원회는 '부패방지 및 국민권익위원회의 설치와 운영에 관한 법률'과 시행령 개정에 따라 9월30일부터 중앙행정기관, 지방자치단체, 공직유관단체 등 1300여개 공공기관 소속 임직원은 매년 1회, 2시간 이상 부패방지 의무교육을 받아야한다고 밝혔다. 신규 공직자나 승진자 등에게는 반드시 대면 교육을 실시해야하고, 권익위는 교육 실시 여부를 정기적으로 점검해야 한다.

또한 비위면직자의 취업제한이 강화돼, 재직 중 부패행위로 300만 원 이상 벌금형을 선고받은 퇴직공직자는 취업이 제한된다. 기존에 일정 규모(자본금 10억원/연매출액 100억 원 이상)의 영리사기업체 등에만 취업이 제한돼 온 규정을 확대하였다. 부패행위와 직접 관련이 있는 기관이나, 퇴직 전 소속하였던 부서 또는 기관과 업무 관련성이 있는 사기업체 등에는 규모에 상관없이 취업이 제한된다. 취업제한 규정을 위반하면 2년 이하 징역이나 2천만 원 이하 벌금에 처해질 수 있다고 밝혔다

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/09/30/0200000000AKR20160930074000001.HTML?input=1179m>
- <http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20160930000152>

2. 준법지원인 안 뽑은 상장사 40% 넘어



10월17일 공개된 금융감독원 자료에 따르면, 올 6월말 기준 준법지원인을 선임해야 하는 상장회사 311곳 중 183곳(58.8%)만 준법지원인을 두고 있는 것으로 밝혀졌다. 준법지원인은 기업의 준법·윤리경영 강화를 위해 만들어진 제도로써, 상장사의 경영진이 정해진 법과 규정을 준수하고 회사 경영을 적정하게 수행하는지 파악해 이사회에 보고하는 역할을 한다. 기업의 의사결정 과정에서 발생할 수 있는 법적 리스크를 줄이는 것이 이 제도도입의 취지이다.

연말 기준 자산총액이 5000억 원 이상의 상장사는 변호사 혹은 감사·법무 담당 부서 경력자 등을 준법지원인으로 선임하게 돼 있지만, 대상 기업이 준법지원인을 선임하지 않아도 마땅한 처벌 규정이 없는 상태이다. 준법지원인 제도를 따르지 않는 곳이 전체 대상 상장사의 40% 이상에 달했고 특히 골목상권 침해 논란이 잦은 유통업종에서 많았으며 유명 제약업체와 일부 공기업들도 준법지원인 제도를 따르지 않고 있었다. 이 결과는 상당수 기업들의 준법경영 의지가 여전히 부족한 상태임을 보여준다.

*참고

- http://biz.khan.co.kr/khan_art_view.html?artid=201610171700001&code=920100
- <http://thel.mt.co.kr/newsView.html?no=2016101710228273497>

3. 개인정보보호 위반 정보통신서비스업체에 과태료 처분

10월20일 방송통신위원회는 개인정보 유출·노출을 자진 신고한 정보통신서비스 제공사업자 중 강원심층수, 대교에듀피아, 서울소프트, 아시아나항공, 예스24 등

5개 업체에 시정명령과 과징금 236만원, 과태료 총 7500만원을 부과했다고 발표했다.



방통위는 이 업체들이 개인정보처리시스템에 대한 접근통제조치를 하지 않았거나 개인정보를 암호화해 보관하지 않는 등 기술상·관리상 보호조치를 취하지 않았다고 설명했다. 또한 주민등록번호를 파기해야 하는 유예기간이 지난 후에도 계속 보관하거나 보호조치의무를 위반한 4개 업체(케이제이정보통신, 루켄로프트, 여행박사, 통로미지)에도 500만원씩 총 4천만원의 과태료를 부과했다. 한편, 경미한 위반을 한 영세 기업은 과태료 부과 유예 조치되었다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/10/20/0200000000AKR20161020114600017.HTML?input=1179m>
- <http://it.chosun.com/news/article.html?no=282547>

해외 동향

1. 미국 웰스파고, '유령계좌' 200만 개 스캔들

9월초 미국 4대 은행 중 하나인 웰스파고가 2011년부터 고객명의를 도용해 '유령계좌' 200만개를 만들어 부당이익을 챙긴 사실이 적발돼 큰 파문을 일으켰다. 미 연방소비자금융보호국(CFPB)은 웰스파고에 1억8천500만 달러의 벌금과 고객 환급액 500만 달러를 부과했다.



웰스파고 직원들은 계좌개설 할당량을 부여받고 이를 달성하지 못하면 해고 등 불이익을 받기 때문에 강압에 못 이겨 유령계좌를 만든 것으로 알려졌다. 사퇴압력을 받던 존 스텀프 회장은 10월12일 스캔들의 책임을 지고 전격적인 사임을 발표했다. 최고경영진을 재편한 이사회는 그에게 지급된 스톡옵션의 일종인 언베스티드 주식(unvested stock) 4,100만 달러(약 450억 원)를 환수한다고 이미 지난달 말 밝힌 바 있다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/10/13/0200000000AKR20161013043500009.HTML?input=1179m>
- <http://news.joins.com/article/20717162>

2. '반(反)부패' 강화하는 중국, 한국의 청탁금지법에 주목

시진핑 체제 들어 반부패 사정드라이브를 강화하고 있는 중국이 한국의 부정청탁 및 금품등 수수 금지에 관한 법률(청탁금지법)의 시행에 큰 관심을 보이고 있다. 중국 주요매체들은 "한국에서 사상최강의 반부패법이 발효됐다"며 공직사회의 분위기와 각종 사회적 변화의 움직임을 비중 있게 다루고 있다. 신화통신은 법의 직접 적용 대상자는 약 400만 명이지만 이들에게 금품이나 뇌물을 제공하는 상대방도 처벌받을 수 있다는 점에서 사실상 전체 국민에게 모두 적용되는 효과가 있다고 평가하기도 했다.

중국이 특히 한국의 청탁금지법에 주목하는 이유는 시진핑 주석이 집권한 이후 공직자들을 대상으로 강력한 반부패 드라이브를 펼치고 있어 혹시 벤치마킹이 가능한지 주시하기 때문인 것으로 분석된다. 시진핑 지도부는 "부패에는 관용도 성역도 없다"는 단호한 자세로 부패 공직자를 연이어 적발하여 처벌하고 공직사회기강 확립을 위해 각종 조치를 단행하고 있다. 최근 중

국 공직사회는 공무접대 과정에서 음주를 엄격히 금지하는 '금주령'까지 확산하는 분위기다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/09/30/0200000000AKR20160930084300083.HTML?input=1179m>
- <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3353739&ref=D>

3. 인도, 검은 돈 엄벌 경고에 은닉자산 10조 자진신고

인도정부가 탈세 목적으로 은닉한 자산을 자진신고하면 사면해주겠다고 발표하고 4개월간 자진신고 받은 결과, 10월2일 기준으로 모두 6만4275명이 6천525억 루피(10조8천120억원)의 은닉자산이 자진신고 되었다. 은닉 수입과 자산을 자진 신고한 사람은 세금과 과태료 등을 내는 대신 처벌을 받지 않는다. 인도 정부는 내년 9월까지 자진신고를 통해 45억 달러(약 5조원)의 세수를 확보할 것으로 전망하고 있다.

2014년 총선에서 승리한 모디 총리는 '검은 돈'과 부패청산을 약속했다. 작년 5월 해외 은닉자산이 적발되면 해당 자산에 세금 30%와 벌금 90%를 부과하고, 은닉자에게 최대 10년의 징역형을 선고하는 '검은돈 방지법'을 통과시켰다. 신고기한이 지나 은닉자산이 드러나면 엄벌하겠다고 경고한 모디 총리는 "탈세 자진 신고가 성공적이었고 경제 성장과 투명성에 크게 기여할 것"이라고 말했다. 하지만 10조원대의 많은 자산이 신고 됐다지만, 전체 은닉자산의 일부에 불과하다는 주장이다. 인도중앙수사국은 스위스 등 해외 조세피난처에 5천억 달러(약552조원) 규모의 은닉 자산이 더 있을 것으로 보고 있다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/10/02/0200000000AKR20161002022600077.HTML?input=1179m>
- http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2016/10/02/2016100200792.htm

국내외 행사소식

(국내) 윤경SM포럼 정기모임 & CEO 클럽 정례모임

윤리경영 선진 우수사례 공유 및 이슈발굴을 통해 국내 산업계의 경쟁력을 강화하고, 청탁금지법이 시행됨에 따라 기업이 법에 대한 올바른 이해에 도움이 되도록 배움의 기회를 마련하고자 한다

주최: 윤경SM포럼

일시: 2016년 11월11일

장소: 롯데호텔

(국외) First Green Business Forum for Asia and the Pacific (제1차 아시아-태평양 녹색 비즈니스 포럼)

녹색 비즈니스가 녹색 성장의 핵심 요소이자 원동력이라는 인식 아래 이 포럼이 개최된다. 여기서 녹색 비즈니스 실무자와 전문가들이 열린 대화를 통해 최선의 아이디어와 경험을 공유할 수 있을 것이다.

주최: Asian Development Bank

일시: 2016년 11월 22~24일

장소: Manila, Philippines

출처:

<https://www.adb.org/news/events/first-green-business-forum-asia-and-pacific>

(국외) Basic Compliance & Ethics Academy Spain (스페인 컴플라이언스 & 윤리 기초 아카데미)

글로벌 기업들은 미국을 벗어나 효과적인 컴플라이언스 교육을 제공받기 어려운 상황이다. 이번 컴플라이언스 & 윤리 기초 아카데미는 이러한 글로벌 기업의 요구를 충족시킬 것이다.

주최: SCCE

일시: 2016년 11월28일~12월1일

장소: Madrid, Spain

출처:

http://www.corporatecompliance.org/Events/EventInfo.aspx?sessionaltcd=002_CA11116

(국외) 4th Annual Asia Ethics Summit (제4차 아시아 윤리 정상회의)

아시아 윤리 정상회의는 아시아-태평양 지역 비즈니스 리더들에게 청렴, 윤리문화, 컴플라이언스 실천 등을 경험할 수 있는 특별한 기회를 제공한다. 뇌물수수, 데이터 프라이버시, M&A 함정, 기업지배구조 및 이사회참여, 기업가치 등

이 메인테마로 다뤄진다.

주최: Ethisphere

일시: 2016년 12월 6일

장소: The Fullerton Hotel, Singapore

출처: <http://asiaethicssummit.com>

[제12호] 국내외 동향 및 소식

국내 동향

1. 현대카드 리볼빙서비스 불완전 판매로 징계

10월 27일, 금융감독원은 리볼빙 서비스 불완전판매로 신용카드 회원에게 피해를 입힌 현대카드에 기관경고를 의결하고 관련 임직원 11명에게 감봉 또는 견책 등 징계 조치를 내리도록 지시했다. 리볼빙 서비스란 결제대금 일부를 이월하는 서비스로 이월대금에는 최고 20%대의 고금리가 적용된다. 결제계좌에 결제금액이 부족하더라도 연체처리 없이 자동으로 이월 처리하는 것이다.

금감원의 실태조사 결과 현대카드는 리볼빙서비스 전화마케팅 영업을 하면서 이월된 금액에 대해 고금리가 적용된다는 등의 중요사항을 제대로 알리지 않았던 것으로 나타났다. 굳이 리볼빙서비스가 필요하지 않은 소비자들마저 고금리 리볼빙서비스를 이용하게 만들어 피해를 유발시킨 것이다. 지난해 현대카드 리볼빙서비스 수익은 2035억 원으로 업계 1위를 차지했다. 한편, 현대카드에서는 자체 심사를 통해 피해 고객에게 피해금액을 환급할 예정으로 알려졌다.

*참고

- <http://www.hani.co.kr/arti/economy/finance/767688.html>
- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/10/27/0200000000AKR20161027168300002.HTML?input=1179m>

2. 의료계 리베이트 처벌기준 강화



국회는 의약품 리베이트 처벌기준을 현행 2년 이하 징역에서 3년으로, 2천만 원 이하 벌금에서 3천만 원 이하로 상향하는 약사법 개정안과 의료기기법 개정안을 통과시켰다. 법적용의 대상자는 제약업체와 의료기기업체, 약사 등이다. 의료계에서는 “저수가와 약가결정구조의 왜곡 등에 의한 리베이트를 단순히 처벌을 강화하는 것만으로 억제하려는 것은 맞지 않다”며 이를 반대해왔지만, 이 안은 11월 7일 국회 보건복지위원회를 통과했고 16일 법제사법위원회까지 통과하였다.

그러나 리베이트에 연루된 의사의 형량 기준을 담은 의료법 개정안은 국회 법제사법위원회에 아직 계류 중이다. 리베이트와 관련해서 주고받은 양쪽을 모두 처벌하는 ‘쌍벌제’가 적용되지만 약사, 제약업체, 의료기기업체의 형량만 강화된 셈이다. 계류 중인 법안이 통과되지 않으면 리베이트가 적발되더라도 약사나 제약업체는 법률상 최대 3년의 징역형울, 의사는 2년형을 받게 되는 것이다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/11/19/0200000000AKR20161119025200017.HTML?input=1179m>
- <http://www.kpanews.co.kr/article/show.asp?idx=178794&table=article&category=C>

3. 노동부, 사회적 기업 창업팀 30곳 지정

10월 26일 고용노동부는 처음으로 우수창업팀 30곳을 ‘고용부 예비 사회적 기업’으로 지정하고 지원하기로 했다. 사회적 기업은 취약계층에게 일자리를 제공하거나 지역주민 삶의 질을 높이는 등 사회적 목적을 추구하는 기업을 말한다. 이번에 선정된 30곳 중 22곳은 청년사업가들이 운영하는 곳이며, 일자리 빈곤퇴

치, 우간다 아동의 수질환경 개선 등 다양한 문제를 해결하는 아이디어를 가지고 있는 것으로 알려졌다.

예비 사회적 기업으로 지정된 이들은 연간 5천만 원 규모의 사업비를 지원 받을 수 있으며, 최저임금 수준의 일반인력 인건비와 월 250만 원 수준의 전문 인력 인건비 일부도 지원 받을 수 있다. 3년이 지나 사회적 기업으로 지정된 기업에겐 더 많은 혜택이 제공될 예정이다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/10/26/0200000000AKR20161026081000004.HTML?input=1179m>
- <http://news1.kr/articles/?2813111>

해외 동향

1. 난소암 유발 존슨앤존슨에 802억 원 '징벌적 배상' 판결



미국에서 난소암 유발 논란이 제기된 베이비파우더 생산 회사 존슨앤드존슨에 미 법원이 800억 원이 넘는 징벌적 배상 판결을 내렸다. 10월 28일 미국 세인트루이스 지방법원은 존슨앤드존슨 베이비파우더를 40년간 사용하다가 난소암에 걸렸다면 손해배상청구소송을 제기한 데버러 지아네키니(63세)에게 7000만 달러(약 802억 원)를 배상하라고 판결했다.

이 법원은 앞서 2월과 5월에도 동일사례 소송에서 7200만 달러와 5500만 달러를 각각 배상하라고 판결했다. 소비자 단체는 20년 전부터 탈크 성분의 발암 가능성을 지적해왔다. 하지만 존슨앤드존슨은 난소암 투병환자들에게 위로를 건네면서도 베이비파우더는 안

전성이 보장된 제품이라고 말하고 있다. 실제로 존슨앤드존슨 본사가 있는 뉴저지법원은 난소암 관련 소송에서 증거불충분을 이유로 원고패소판결을 내려 존슨앤드존슨의 손을 들어주었다.

*참고

- http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2016/10/31/2016103100192.html
- <http://www.speconomy.com/news/articleView.html?idxno=74503>

2. 롤스로이스, 부정거래 의혹

10월 31일 영국 BBC와 가디언은 영국의 항공엔진제조업체 롤스로이스가 뇌물제공 혐의로 조사를 받았던 인도의 무기중개상 추드리와 연관된 기업에게 돈을 지급한 정황이 포착됐다고 보도했다. 인도 정부의 호크 전투기 구매 사업계약에 영향을 미쳤을 것으로 파악하고 있다. 인도정부에서 구매하기로 한 호크기 123대에는 모두 롤스로이스가 제작한 엔진이 들어가 있는데, 롤스로이스가 추드리를 통해 호크기 계약 당시 주요 협상가였던 피터 진저에게 리베이트를 주어 인도정부와의 계약을 따냈다는 것이다.

의혹의 핵심은 롤스로이스가 진저에게 리베이트를 제공함으로써 인도 정부와의 계약이 성사됐느냐는 것이다. 인도에서는 국방사업 계약을 따내려고 중개인에게 수수료를 지급하는 것을 법으로 금지하고 있다. 롤스로이스가 이 사업으로 거둔 수입은 4억 파운드(5600억 원)다. 가디언은 롤스로이스가 이런 식으로 인도, 브라질, 중국, 중동 등 12개국에서 중개인을 통한 계약을 수주했을 것으로 추정된다고 보도했다. 당사자인 롤스로이스와 추드리는 이러한 의혹을 강하게 부인하고 있다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/11/01/0200000000AKR201611010523000009.HTML?input=1195m>
- <http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2016&no=760871>

3. 시리아 난민 청소년, 자라·망고 터키공장서 착취당해

10월 24일 영국 언론에 따르면 유럽 대형 의류·유통 업체의 터키공장에서 청소년이 포함된 시리아 난민이 노동착취를 당하고 있는 것으로 알려졌다. 영국 최대 소매업체 막스앤드스펜서의 터키 공장에는 중간 모집책을 통해 취업한 시리아 난민 7명이 일하고 있었으며, 이들은 터키 최저 임금에 못 미치는 시간당 1파운드(약 1385원)를 조금 넘는 임금을 받고 있었다. 이들 중 가장 어린 노동자는 15세였으며, 하루 12시간 이상 영국에 보내는 옷을 다림질하고 있었다. 망고와 자라에 청바지를 납품하는 터키공장에서도 시리아 난민들이 하루 12시간씩 일하고 있었다. 뿐만 아니라 청바지 표백을 위해 유독한 화학물질을 뿌리는 일을 하면서도 얼굴에 마스크조차 착용하지 않은 것으로 밝혀졌다.



터키 의류공장에서는 취업허가를 받지 않은 난민들을 불법 고용하여 노동을 착취하는 일이 비일비재하게 발생한다. 터키는 유럽과 가까운 탓에 긴급 주문이나 새로운 디자인의 옷을 신속하게 공급할 수 있는 지리적 장점이 있다. 한편, 시리아 난민을 착취한다고 지목된 유럽의 기업들은 앞으로 터키공장의 인력 공급망을 면밀히 감시하여 난민이나 아동노동착취를 용납하지 않겠다고 밝혔다.

*참고

- <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/10/24/0200000000AKR20161024179500009.HTML?from=search>
- <http://www.kukinews.com/news/article.html?no=403383>

국내외 행사소식

(국내) 대한민국 청렴컨퍼런스

UN세계반부패의 날 기념식, 투명사회실천네트워크 대표자 회의(45개 단체), 청탁금지법 토론회 등 개최

주최: 투명사회실천네트워크, 국민권익위원회

일시: 2016년 12월 9일

장소: 정부세종컨벤션센터

참여: 시민사회단체, 직능단체, 공공기관 등

(국내) 제2회 '컴플라이언스경영 전문가(CCP)' 워크숍
'청탁금지법 Q&A' 및 '컴플라이언스 KPI(지표) 개발(성과관리)' 등을 주제로 하는 CCP 워크숍.

주최: 시장경제교육원

일시: 2016년 12월 9일

장소: 서울 공정경쟁연합회

출처:

<http://edu.kcf.or.kr/UserSite/Cyem/LessonDetailView1.aspx?LCategoryCode=300&CategoryCode=0&sn=283>

(국외) Basic Compliance & Ethics Academy Spain(스페인 컴플라이언스 & 윤리 기초 아카데미)

주최 : SCCE

일시 : 2016년 11월 28일~12월 1일

장소 : Madrid, Spain

출처

http://www.corporatecompliance.org/Events/EventInfo.aspx?sessionaltcd=002_CAID1216

(국외) Basic Compliance & Ethics Academy Dubai (두바이 컴플라이언스 & 윤리 기초 아카데미)

3박4일 일정으로 컴플라이언스의 기준, 정책, 절차 등에 대한 심도 깊은 지식을 얻는 교육프로그램.

주최: Society of Corporate Compliance and Ethics

일시: 2017년 1월 8일 ~ 1월 11일

장소: Dubai, UAE

출처:

http://www.corporatecompliance.org/Events/EventInfo.aspx?sessionaltcd=002_CAID1216

(국외) Supply Chain: Manage and Communicate with Vendors and Suppliers (공급사슬: 벤더 및 공급업체의 관리와 소통)

공급 파트너가 기업시민프로그램에 기여할 수 있게 관리하기 위한 프로그램.

주최: Boston College Center for Corporate

Citizenship

일시: 2017년 1월 19일

장소: Scottsdale, AZ

출처:

http://ccc.bc.edu/index.cfm?fuseaction=Coursecalendar.viewCourse&master=1&pageid=2206&course_ID=5949

949

2016 Business Ethics Briefs

윤리경영 스터디

- 2015년 공공기관 청렴도 측정결과• 01호
- 실효성 있는 윤리•준법경영 프로그램• 02호
- 뇌물방지 경영시스템 BS 10500 & ISO 37001• 03호
- 2016년 세계 5대 컴플라이언스 트렌드• 04호
- 2016년 세계 프로드(사기) 보고서• 05호
- 2016년 에델만 신뢰도 지표조사 분석• 06호
- 기업범죄(경영범죄) 분석과 효과적 예방• 07호
- 기업과 사회의 공유가치창출 로드맵• 08호
- “컴플라이언스 문화(Culture of Compliance)” 보고서• 10호
- 2016 정보보호 10대 이슈• 11호
- 제3자 리스크 관리 보고서• 12호

[제1호]

2015년 공공기관 청렴도 측정결과

[이번 호 윤리경영 스테디에서는 '2015년 공공기관 청렴도 측정결과'를 바탕으로
청렴도의 측정방법과, 2015년 공공기관 평가 결과 및 부패방지 노력에 대해 알아보자.]

2015년 12월 9일 국민권익위원회는 2015년 공공기관 청렴도를 발표했다. 「부패방지 및 국민권익위원회의 설치와 운영에 관한 법률」 제12조 및 제29조에 따라 중앙행정기관, 지방자치단체, 교육청 및 공직유관단체를 통틀어 총 617개 기관에 걸쳐 시행된 청렴도 측정은 측정 대상기관에 대해 직·간접적 업무경험이 있는 국민들이 응답한 설문조사 결과와 부패사건 발생현황 점수를 종합하여 도출한다. 금년 청렴도 측정에 참여한 국민은 모두 24만 5천명으로, 8월부터 11월까지 약 4개월에 걸친 설문조사가 진행되었다.

올해의 공공기관 평균 청렴도는 10점 만점에 7.89점으로 전년도(7.78점) 대비 0.11점 상승하였으며 공공기관의 업무처리 및 정책의 청렴 수준이 전반적으로 향상된 것으로 나타났다.

◎ 공공기관 청렴도

공공기관의 청렴도는 설문조사결과(외부청렴도, 내부청렴도, 정책고객평가를 가중합산)에 부패사건 발생현황 및 신뢰도 저해행위 감점을 적용하여 종합청렴도를 산출하게 되며 2015년 청렴도 측정에는 부패 측정지표의 개선 및 합리화를 위한 개선 내용이 추가되었다.

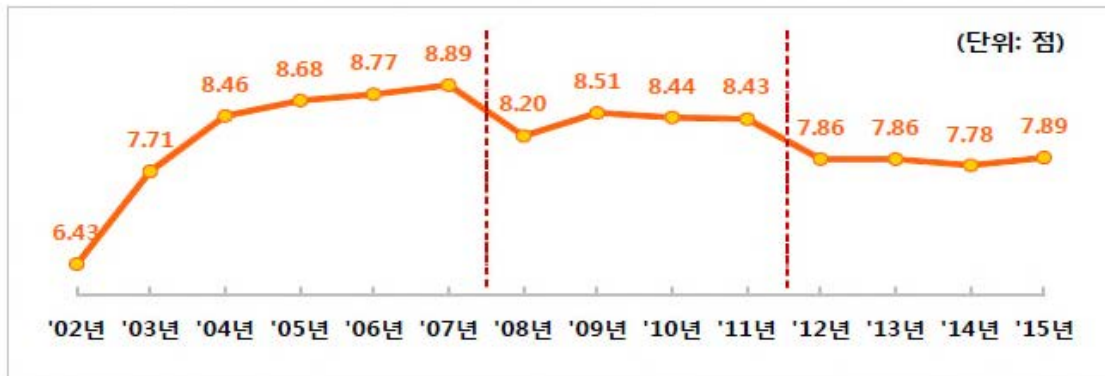
종합청렴도 측정 방법

종합청렴도 = 외부청렴도 + 내부청렴도 + 정책고객 평가 - 부패사건 발생현황 - 신뢰도 저해행위

◎ 2015년 종합청렴도 측정 결과

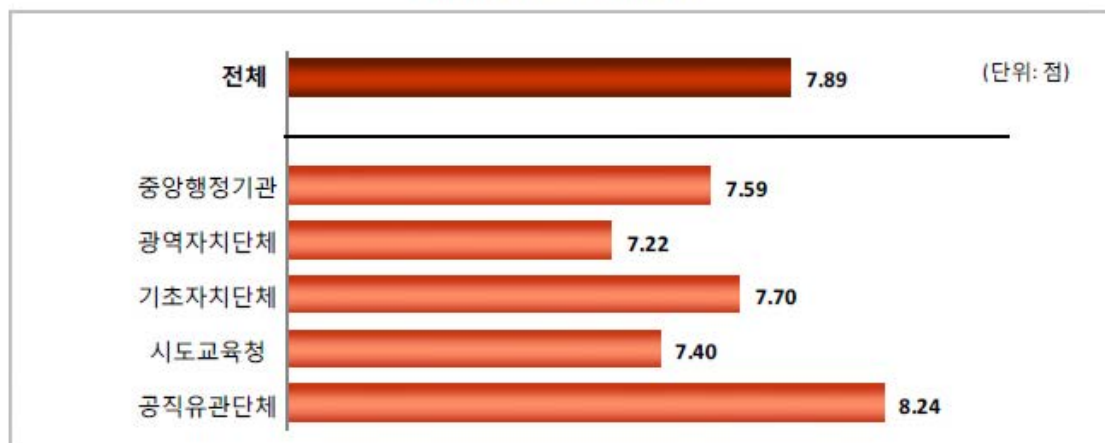
전체 대상기관의 종합청렴도는 10점 만점에 평균 7.89점으로, 전년 대비 평균 0.11점 상승하였다. 이는 전년 대비 외부·내부청렴도 및 정책고객평가 설문결과가 전반적으로 개선되고, 감점 대상 부패사건이 감소했기 때문이다. 기관 유형별로는 공직유관단체의 종합청렴도(8.24점)가 가장 높은 반면, 광역자치단체의 종합청렴도(7.22점)가 가장 낮았는데 이는 광역자치단체의 수행업무가 상대적으로 대규모의 예산집행을 수반하는 현장 중심 업무가 많은 특성이 반영된 것으로 보인다.

< 청렴도 점수 추이('02~'15) >



※ '08년, '12년은 모형개편으로 인해 전년도와 시계열 단절

< 기관유형별 종합청렴도 >



◎ 각 청렴도 평가 지표 결과

종합청렴도 (+) 지표

종합청렴도:(+) 지표 외부청렴도: 민원인 등 업무상대방의 입장에서 주요 대민업무의 청렴도를 평가한 것
 내부청렴도: 소속직원의 입장에서 해당기관의 내부업무와 문화의 청렴도를 평가한 것
 정책고객평가: 전문가·업무관계자·주민이 해당 기관의 정책 등 업무전반의 청렴도를 평가한 것

■ 외부청렴도

부패지수와 부패위험지수로 구성된 설문조사 결과에 의해 도출되는 외부청렴도의 경우 8.02점으로 전년(7.95점) 대비 0.07점 상승하였다.

[부패지수] 부패에 대한 인식, 부패 직·간접경험 등으로 구성된 부패지수는 8.00점으로 전년(7.97점) 대비 소폭 상승하였다. 세부적으로 살펴보면, 공공기관과 업무처리 경험 있는 국민들이 공직자에 금품·향응·편의를 제공하는 사례는 감소하였으나, 공직자의 청렴한 업무처리에 대한 국민들의 기대수준은 상승한 것으로 나타났다.

[부패위험지수] 업무처리의 투명성 및 책임성 정도를 측정하는 항목으로 구성된 부패위험지수는 8.36점으로 전년도(8.29점)에 비해 소폭 상승하여 업무처리 기준·절차의 공개성 등 투명성, 업무완수에 대한 노력 등 책임성 모두 전년 대비 개선되었다.

■ 내부청렴도

2015년 평가 결과, 청렴문화지수와 업무청렴지수로 구성되는 내부청렴도는 8.00점으로 전년(7.82점) 대비 0.18점 상승한 것으로 나타났다.

[청렴문화지수] 조직 내에서의 부패행위 관행화 정도와 부패 방지제도 운영의 실효성 제도를 평가하는 청렴문화지수는 8.16점으로 전년(8.03점)대비 0.13점 상승한 것으로 나타나 연고주의 등 조직문화에 대한 평가와 부패행위 신고자 보호 실효성 등 제도에 대한 평가 모두 전년 대비 상승하였음을 알 수 있다.

[업무청렴지수] 인사, 예산집행, 업무지시 영역을 평가하는 업무청렴지수는 전년(7.72점) 대비 0.20점 상승한 7.92점으로 나타나 인사, 예산집행, 업무지시 관련 경험과 인식 점수 모두 전년 대비 상승하였음을 알 수 있다.

■ 정책고객평가

전문가·업무관계자(학계, 출입기자, 국회보좌관, 상급기관 감사·평가담당자, 시민단체 등), 지역주민, 학부모 등이 평가한 정책고객평가는 7.08점으로 전년(6.86점) 대비 상승하였으며, 기관의 업무전반에 대한 부패인식, 징계·처벌, 부패예방 노력 등을 평가하는 부패통제, 공직자의 금품·향응·편의 수수 간접 경험을 반영한 부패경험이 전년 대비 모두 상승하였다.

종합청렴도 (-) 지표

부패사건 발생현황: 부패공직자 징계지수와 부패사건지수로 구성

신뢰도 저해행위 감점: 측정대상자 명부의 임의변경·오기, 현지점검 등으로 적발된 설문결과와 호의적 평가유도 건수

부패사건 발생현황 감점은 부패공직자 징계 지수, 부패사건지수로 이루어져 있으며 부패공직자 징계지수 적용 대상 부패사건은 총 137개 기관 484건으로 전년(총 161개 기관 553건) 대비 감소하였으며, 부패사건지수 적용 대상 부패사건 역시 총 61개 기관 95건으로 전년(총 79개 기관 128건) 대비 감소하였다.

신뢰도 저해행위 감점에서는 측정대상자 명부상 연락처 중복·오기 등으로 인한 감점 기관이 총 28개 기관이었으며, 설문결과와 호의적 평가 유도에 따른 감점 기관은 총 406개 기관으로 집계되었다.

◎ 청렴도 측정을 위한 주요 개선 내용

[부패경험 측정 지표의 개선] 시행예정인 청탁금지법의 취지 및 최근 부패현황을 반영하여 측정 대상 부패경험의 범위를 확대

[청렴도 설문에 예산부당집행 사례 도입] 조직화·관행화된 부패양태에 대한 공직자의 인식을 제고

[부패사건 발생현황 반영 합리화] 모든 측정 대상기관에 대해 부패사건 발생현황을 상시적으로 모니터링하고, 확인대상 자료의 범주를 확대

[기존 부패공직자 징계지수 산식 보완] 부패행위 심각성 정도를 타당성 있게 반영하기 위해 부패금액을 기관총액으로 반영

◎ 종합 결과 및 결어

국민이 참여한 ‘2015년도 공공기관 청렴도 측정’ 결과 공공기관 평균 종합청렴도는 전년 대비 다소 상승하였으나 부패에 대한 경험률은 1.7%로 전년과 유사하고, 직접적인 금품 등의 제공 경험률은 감소했으나 연고관계에 따른 업무처리 등의 부패인식은 악화되었음을 알 수 있다. 반면 국민들이 인식하는 공공기관 업무처리의 투명성과 책임성은 전년 대비 개선된 것으로 나타나고 있다. 국민권익위원회는 2015년 청렴도 평가결과를 바탕으로 반부패 노력을 적극 유도하고 수범사례를 전파하는 등 공공부문 전반의 청렴수준을 끌어올리는 노력을 해 나갈 것이라고 하였다.

[제2호]

-

**실효성 있는
윤리·준법경영 프로그램**

[Principles and Practices of High-Quality Ethics & Compliance Programs]

윤리·준법경영의 초점이 프로그램의 도입 여부에서 프로그램의 유효성으로 바뀌고 있다. 지금까지는 어떤 프로그램을 어떻게 도입해야 하는가에 관심이 모아졌지만, 이제는 윤리·준법경영 프로그램이 실제로 높은 성과를 내기 위해서는 무엇을 어떻게 해야 하는가가 더 중요한 문제가 되고 있다. 미국의 대표적인 윤리·준법경영 전문가단체 ECI(Ethics & Compliance Initiative)는 각계의 전문가로 패널을 구성하여 이 문제를 논의하고, 2015년 12월 그 중간 보고서 “고품질 윤리·준법경영 프로그램의 원칙과 실천(Principles and Practices of High-Quality Ethics & Compliance Programs)”을 발간했다.



보고서는 조직의 규모와 종류를 막론하고 적용할 수 있는 탁월한 윤리·준법경영 프로그램의 공통된 특징을 밝히며 모든 기업에 유용한 청사진을 제공하려고 한다.

◎ 배경

뛰어난 윤리·준법경영 프로그램은 실제로 법적·윤리적 리스크를 줄이며 윤리적 문화를 조성하는 데 기여한다는 것이 증명되고 있으며, 그것이 이 보고서의 발간 배경이 되었다.

- **효용의 확인** : 연구 결과에 따르면, 효과적인 윤리·준법경영 프로그램을 도입한 기업은 조직 내 비윤리 행위를 66%까지 줄였으며, 내부신고는 88% 증가했다.
- **선진사례의 축적** : 실제로 높은 성과를 내고 있는 기업의 모범사례가 증가하여 체계적인 벤치마킹의 기회를 제공하고 있다. 이 보고서의 패널에도 인텔, 록히드마틴, GE 등 윤리·준법경영 선진기업들이 참여하여 자사의 성공 경험을 공유하였다.
- **규제의 초점 변화** : 규제당국의 관심이 윤리·준법경영 프로그램의 구체적 효과를 확인하는 데로 이동하고 있다. 미국의 경우 2015년 고위 관리들의 일련의 발언을 통해 단순한 프로그램 도입만으로는 더 이상 기업의 의무를 다했다고 인정할 수 없음을 밝히고 있다.

◎ 구성

보고서는 이러한 배경 아래 기업들이 실무에서 바로 적용할 수 있는 고품질 윤리·준법경영 프로그램의 면모를 체계화된 형식으로 제공하는 데 주력하고 있다. 본문에서 고품질 윤리·준법경영 프로그램이 지켜야 할 원칙, 하위 목표, 실천지침을 상세하게 제시하고, 부록에서 이에 적용할 수 있는 모범사례 및 빠지기 쉬운 함정을 열거하고 있다.

- ☑ **원칙:** 모든 조직이 준수해야 할 5개의 원칙
- ☑ **하위목표:** 각각의 원칙을 반영한 구체적인 목표들
- ☑ **실천지침:** 목표 달성을 위한 세부적인 프로그램의 요소들
- ☑ **모범사례:** 규모와 종류, 업종이 다른 다양한 조직의 실제 실천 사례들
- ☑ **빠지기 쉬운 함정:** 프로그램 도입 시 흔히 범하는 주의해야 할 점들

◎ 원칙 및 관련 사례

보고서의 방대한 내용 가운데 다섯 가지 핵심 원칙과 그 원칙을 적용한 주요 관련 사례를 뽑아 아래에 소개한다.

원칙1 윤리·준법경영을 경영 전략의 핵심 요소로 삼는다.

의료업체 A사에서는 각 사업부의 장이 모두 윤리·준법경영 관련 의무를 진다. 비윤리 행위의 보고, 조사, 감축, 준수 등 구체적 의무를 규정하고, 영역별 측정지표와 점수표를 통해 문제를 파악하고 해결의 우선순위를 결정하게 한다.

원칙2 윤리·준법 리스크를 리스크 관리의 업무 영역에 포함시킨다.

글로벌 제조업체 B사는 반독점, 지적재산권, 이해상충, 로비 등 자사의 14개 핵심 준법경영 분야별로 리스크 관리 책임자를 배정하여, 리스크 관련 평가, 정책결정, 교육, 커뮤니케이션, 모니터링, 감사, 개선 업무를 책임지게 한다

원칙3 각급 부서의 리더들이 윤리적 문화의 창출에 앞장선다.

거대 복합기업 C사는 각급 임원의 성과평가 지표에 윤리·준법경영 관련 성과를 포함시키고, 임원보수 산정에 반영하고 있다. 윤리의 중요성에 대한 공개발언, 윤리적 행위의 모범 보이기, 부하들의 사내 윤리기준 준수, 윤리·준법경영 업무에 대한 지원 등의 평가항목이 측정된다.

원칙4 임직원이 윤리적 문제를 자유롭게 제기할 수 있는 환경을 조성하며, 이에 대한 보복을 방지한다.

에너지 기업 D사는 내부신고의 조사가 마무리되면, 신고자를 회의에 참석시켜 처리 결과를 알려준다. 신고된 내용이 사실이 아닌 것으로 밝혀지더라도, 신고자가 자발적으로 앞에 나선 것에 대해 감사의 뜻을 표명한다.

원칙5 윤리적 문제가 발생했을 때 적절한 조치를 취하며, 그 책임을 회피하지 않는다.

정부사업 발주업체 E사의 비윤리 사건 조사팀은 어떤 신고도 무시하고 넘어가지 않으며, 필요한 경우 외부 조사인력을 포함시켜 중립적이고 철저한 조사를 수행한다. 모든 사건은 추후 별개의 조사팀이 다시 검토하여 사건의 교훈을 최대한 뽑아내고 처리 프로세스에서 개선할 점을 파악한다.

◎ 맺음말

미국 및 기타 선진국의 사례가 중심이 되어 일부 우리 실정과 맞지 않는 내용도 있지만, 대부분의 내용은 우리나라 기업들에서도 큰 효과를 발휘할 수 있는 것들이다. 기업들은 이 보고서의 내용을 도표화하여 자사의 윤리·준법경영 프로그램과 비교해 봄으로써, 형식적 윤리경영에서 실질적 윤리경영으로 나아가는 로드맵으로 활용할 수 있을 것이다.

*참고

- ECI Releases Blue Ribbon Panel Report On High-Quality Ethics & Compliance Programs

[제3호]

-

뇌물방지 경영시스템 BS 10500 & ISO 37001

뇌물수수는 은밀하게 이루어진다. 교통규칙을 위반하고 단속 중인 경찰관에게 눈감아 달라고 푼돈을 건네는 작은 것에서부터 수천억 원대의 계약을 따내기 위해 검은 돈거래를 하는 중대한 위법행위까지 뇌물의 종류는 다양하다. 그 대상과 방법 그리고 빈도는 차이가 있지만 많은 나라에서 뇌물수수가 공공연하게 진행된다. 심지어 뇌물제공이 “급행료”의 명목으로 일상화된 나라도 적잖이 존재하고, 특히 권력자에 대한 뇌물제공이 당연시되기도 한다. 뇌물은 윤리경영을 가로막고 부도덕하다는 것이 일반적 인식이지만, 세계은행 추산에 따르면 전 세계적으로 매년 뇌물로 지출되는 총액이 전 세계 GDP의 약 3%가량인 1조 달러에 달한다고 한다. “비즈니스를 성사시키기 위해” 또는 “공공기관에서 요구하는 복잡한 행정절차를 생략하기 위해” 필요악처럼 뇌물이 용인되는 경우도 많다.

국제투명성기구(TI) 조사에 따르면, 경쟁사의 뇌물제공 때문에 경쟁에서 불리해졌다는 응답이 27%에 이른다. 아직도 많은 국가에서 공공연히 공무원들에게 뇌물공여가 이루어지고 있음을 추정하게 만든다. 뇌물은 시장에서의 공정한 경쟁을 해치기 때문에, 경제성장을 둔화시키며 투자를 위축시킨다. 또한 뇌물은 시장참여자에 대한 감시감독의 필요성을 유발시켜 시장제약을 강화시키며, 결국 국민의 삶의 질을 떨어뜨리는 주된 원인이 된다.

◎ 뇌물방지 국제협약과 영국 뇌물방지법

국제투명성기구는 글로벌 기업의 투명성을 반부패프로그램/조직 투명성/국가별 보고서 등 세 가지 측면에서 평가하고 그 순위를 공개함으로써 기업의 투명성 강화를 위해 노력하고 있다. 그리고 뇌물척결을 위한 법적인 대책도 마련되었다. 뇌물수수를 범죄로 인식하고 효율적인 뇌물척결 대책 수립을 요구하는 여러 국제협약이 체결되었으며, 그 가운데 대표적인 것이 UN 반부패협약과 OECD의 뇌물방지협약이다. 많은 국가들이 뇌물수수행위를 중대 범죄로 간주하고 뇌물방지를 위한 국제협약에 가입하고 자체적으로 부패방지법을 강화하는 추세다. 모든 OECD 회원국들은 자국의 조직과 개인이 외국의 공무원에게 뇌물을 공여하는 행위를 위법으로 규정하였다. 이를 위반한 개인에게는 징역, 벌금, 해임 등의 처분을 내릴 수 있으며, 조직의 경우 과징금 부과, 자격 중지, 계약해지 등의 조치가 내려진다.



영국은 두 가지 뇌물방지협약의 비준국으로서 기존의 뇌물관련법을 한층 강화한 ‘뇌물방지법’을 2010년에 제정하였다. 영국 뇌물방지법은 부패관련 입법 가운데 가장 엄격하다고 알려진 가운데, 뇌물을 제공한 개인뿐만 아니라 기업에도 기업규모에 상관없이 뇌물예방에 대한 책임을 묻는다. 따라서 평상시 뇌물위험 진단, 내·외부 교육, 모니터링 및 감독 등 뇌물방지에 대한 적절한 절차를 갖춘 기업들만 기업의 예방실패 책임에 대한 면책권을 가질 수 있다. 영국과 교역하는 기업은 뇌물방지법 이행지침에 주목하여, 영리조직이 따라야 할 뇌물방지절차 6대 원칙을 잘 지켜야 한다. OECD 국가들의 경우 글로벌 기업윤리규범이 강화되는 추세이다. 따라서 우리 기업들이 가장 선진적인 영국 뇌물방지법의 가이드라인을 준수한다면 해외시장에서 비즈니스 리스크를 최소화할 수 있을 것이다.

- (1) 위험도에 비례하는 절차: 당면 뇌물위험 및 사업 활동의 속성·규모·복잡성 등에 비례하는 부패방지 절차의 수립 및 운용
- (2) 최고경영진의 결단 및 실천: 이사회, 기업소유주 등의 뇌물불허 및 예방 의지
- (3) 위험성 평가: 내·외부의 잠재적 뇌물위험에 노출되는 경우 그 속성과 범위 평가 (정기적인 위험진단 및 부패방지노력 기록)
- (4) 상당한 주의 의무: 제3자 대리인에 대한 실사
- (5) 의사소통(교육·훈련 포함): 내·외부 커뮤니케이션 및 교육·훈련 등을 통한 회사의 부패방지정책 공지
- (6) 감독과 심사: 관련 절차에 대한 모니터링 및 감독실시

◎ BS 10500은 무엇인가?

영국표준협회(BSI)는 뇌물방지법 2010을 즉각 반영하여, 뇌물방지 경영시스템 요건들을 규정한 BS 10500을 개발하였다. BS 10500은 비즈니스에서 부패와 뇌물수수 관용 정책의 위험성을 조기에 식별해, 적절한 뇌물방지 통제장치를 제공할 것으로 기대된다. BS 10500의 도입을 통해 조직은 효과적으로 뇌물을 방지할 수 있는 경영시스템을 갖추어 실행함으로써, 관련 법규를 준수하고 윤리적인 조직운영의 모범관행을 따를 수 있다. 조직이 적절한 절차를 유지하고 계속적으로 개선해 나갈 수 있게 도움을 주어, 비즈니스와 공급망 그리고 직원들을 보호할 수 있게 해준다. 비록 BS 10500이 영국의 뇌물방지법 준수에 중점을 두고 개발되었으나, 국제적으로 적용 가능한 여러 모범사례들을 함께 반영하고 있어 영국 이외 국가에서도 적용이 가능한 표준으로 평가된다.

BS 10500은 모든 규모/부문/지역의 공공 및 민간 영역의 조직들에 적용이 가능하도록 개발된 뇌물수수방지 프레임워크를 제공한다. 조직의 뇌물 관련 위험성은 조직규모, 국가 및 산업 특성, 사업장 자체의 특징 등에 따라 다양하게 나타난다. 특히 뇌물방지 표준은 항공우주, 화학, 건설, 군사, 공학, 의료, 광업, 제약 및 전기·가스·수도 등 공익사업과 같이 더욱 커다란 리스크에 노출된 산업종사자들에게 도입을 권장한다.

BS 10500은 정책, 절차, 관리 및 통제 활동을 위험성에 기초해 실행하도록 요구하기 때문에, 모든 조직들이 각 조직의 특성에 맞게 유연하게 적용할 수 있다는 특징이 있다. 따라서 BS 10500의 구현은 모든 조직에서 뇌물과 부패 위험을 파악해 적절한 조치를 취하는 데 커다란 도움을 줄 것이다.

◎ BS 10500의 PDCA 모델

BS 10500은 계획(Plan), 실행(Do), 평가(Check), 개선(Act)의 PDCA 모델을 따라 뇌물방지 경영시스템(ABMS)이 구체적으로 작동한다. 이 과정을 간단히 표로 정리하면 아래와 같다.



계획	전반적인 시스템 구축과 실행 준비 단계
- 조직 차원에서 뇌물방지 경영시스템의 계획을 위한 책임 및 역할 배분 - 뇌물방지에 관한 방침 제정 - 실행을 위한 자원 배분	
실행	뇌물방지를 위한 방침을 채택하고 경영시스템을 실행하는 단계
- 뇌물방지 방침과 체계에 대한 내부 의사소통 - 뇌물방지에 관한 교육 및 훈련 - 담당자 책임 및 역할 분담 - 위험성 평가 - 신고절차 마련 - 조직 내·외부 업무 전반에 걸친 활동 관리	
평가	뇌물방지 수준 평가 단계
- 일상 업무에 대한 뇌물 방지 준수 수준 검토 - 내부 심사활동 - 결과의 최고경영진 보고 및 검토	
개선	조직 차원에서 지속적인 개선 단계
- 평가결과 뇌물방지 경영시스템에 변화나 개선이 필요한 경우 실행에 옮김	

◎ BS 10500의 이점

BS 10500은 기업에게 신뢰와 명성 그리고 더욱 활발한 비즈니스 환경과 뇌물방지 경영시스템 구현을 위한 최선의 실천적 프레임워크를 제공할 것이다. 또한 뇌물방지 경영시스템이 조직 내에 정착할 수 있도록 적절한 정책과 절차를 보장할 것이다. BS 10500은 인증 가능한 표준이기 때문에, 인증을 받은 기업은 대내외적으로 윤리적인 기업으로서 공인받는 이점이 있다. 또한 조직 경영자는 뇌물방지 절차 및 활동에 대한 분명한 확신을 가질 수 있으며, 고객 및 투자자, 시민사회 등 다양한 외부 이해관계자들에게 자사의 윤리경영에 대한 의지와 노력을 높은 신뢰 속에 전달할 수 있다.

영국표준협회 설문조사 응답자의 53%는 뇌물이나 부패에 연루된 공급자 또는 에이전시와 계약을 체결할 의사가 없다. BS 10500 인증조직은 비즈니스 관계를 개선함으로써, 공급채널에서 뇌물과 부패의 리스크를 줄일 수 있다. 그리고 응답자의 45%는 뇌물이나 부패스캔들에 연루된 기업에서 일할 의사가 없다고 응답했다. BS 10500 인증조직은 윤리적 조직으로 평판이 높아져 노동시장에서도 비교우위를 점할 수 있다. 또한 뇌물 및 부패 문제를 중대한 경영관련 이슈로 여기는 경영환경 속에서, 비즈니스 수행 시 경쟁우위를 가져다 줄 수 있다. 마지막으로 국가기관에서 BS 10500을 뇌물방지 경영시스템 표준으로 인정한다면, 공공·민간입찰 참여에서 요구되는 자격요건에 대한 적격성의 근거가 된다.

불과 2-3년 사이 뇌물방지법의 영향력이 커지고 있는 국제흐름 속에서 뇌물관련 사례들이 사회적 이슈가 될 가능성이 높다. 따라서 어떤 기업이나 조직이 BS 10500의 뇌물방지 경영시스템을 적절하게 실행하고 관련 인증을 취득한다면, 어려운 경제 환경에서도 얻을 수 있는 이점들이 더욱 명확해질 것이다. 특히 정부의 공공입찰이나 대규모 사업, 또는 뇌물 위험이 높은 국가나 산업에서는 정부나 고객, 투자자 등으로부터 BS 10500의 요건에 준하는 경영시스템의 요구가 증대될 것이 분명하다.

*참고

- <http://www.bsigroup.com/en-GB/BS-10500-Anti-Bribery/>
- <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso37001.htm>
- <http://www.bsigroup.com/LocalFiles/en-GB/bs-10500/resources/BS-10500-Anti-Bribery-UK-EN.pdf>
- <http://www.kats.go.kr/upload/board/ebook/p201501/ipbstart.htm?23>

[제4호]

2016년 세계 5대 컴플라이언스 트렌드



법규준수/준법감시/내부감시 등의 의미로 사용되는 컴플라이언스 프로그램은 기업이 자발적으로 관련 법규를 준수하도록 하는 일련의 시스템이다. 때로는 기업윤리까지 포괄해서 “윤리 및 컴플라이언스 프로그램”으로 표현하기도 한다. 기업운영의 투명성 관련 법규와 요구가 증가하면서, 조직은 점차 강화된 컴플라이언스 통제 시스템을 채택한다. 이 방법은 조직이 불필요한 노력과 활동을 중복적으로 반복하지 않고, 반드시 필요한 관련 요건들만 모두 갖추기 위해 사용된다. 즉, 임직원이 업무 수행 시 관련법규를 반드시 준수하게 함으로써 리스크를 예방 및 최소화하고, 조직과 임직원을 보호하는 상시적이며 통합적인 체계 및 활동을 의미한다. 준법경영의 실천을 위한 가장 핵심적인 수단이 컴플라이언스 프로그램이다.

최근 글로벌 지식서비스 기업인 톰슨 로이터는 우리가 주목해야 할 자료 하나를 발표했다. 리스크 관리 솔루션의 일환으로 조사한 컴플라이언스 관련 내용이 잘 나타나있다. 이 자료의 검토를 통해, 2016년 컴플라이언스 환경에서 발전하고 있는 핵심 트렌드가 무엇인지를 파악할 수 있고, 한 발 앞서 그 핵심 트렌드를 쫓을 수 있을 것이다. 컴플라이언스 전문가들은 규제변화와 그것이 컴플라이언스 프로그램에 미칠지 모를 영향에 대한 모니터링을 꾸준히 진행해야한다.

◎ 트렌드 1: 컴플라이언스 문화 만들기

기업의 조직 청렴성은 생산성, 수익성, 종업원의 참여도를 높이고 전반적으로 리스크 감소에 도움이 된다. 톰슨 로이터가 조사한 기업의 58%는 청렴한 기업문화가 컴플라이언스 및 윤리 프로그램의 궁극적 목표가 되어야 한다고 생각한다. 컴플라이언스 투자를 통해 조직문화에서 나타나는 경쟁우위는 다음과 같다.



우선 수익이 증가한다. 분식회계 스캔들이 발생할 경우, 조직은 다방면의 어려움에 직면하게 된다. 그 가운데 대표적인 것이 시민들의 불매운동과 같은 평판악화이다. 일반적으로 분식회계 스캔들이 발생하면, 스캔들 이전의 기업가치 27%에 상응하는 비용을 발생시키는 것으로 알려져 있다.

다음으로 건실한 브랜드 평판과 높은 인지도를 가져온다. 해당 기업문화에 대한 인지도가 높아진다는 것은 시민사회로부터의 신뢰를 구축해 경쟁사와의 차별화 전략에 도움을 줄 수 있다.

마지막으로 벌금과 같은 부담금이 줄어든다. 기업이 벌금이나 과징금으로 낼 돈을 차입금이라 생각하고 컴플라이언스에 투자한다면, 회사와 이해관계자에게 경제적으로 이익이 되는 결과를 만들 것이다.

세 가지 경쟁우위 이외에도 여러 긍정적 결과를 가져올 컴플라이언스 문화를 만들어가는 단계를 정리하면 아래와 같다.

<컴플라이언스 문화형성을 위한 단계>

☑ 의사소통 - 위로부터의 목소리

컴플라이언스 문화형성은 이해관계자, 이사회, C-레벨 최고위 임원, 고위 경영진 및 경영리더의 지원과 함께 상층부에서 시작한다.

☑ 교육

적극적인 트레이닝 - 종업원들이 컴플라이언스 이슈를 어떻게 인식하고 다루어야 하는지에 대한 교육에 투자; 이러한 트레이닝은 종업원들이 정기적으로 해당 사안들을 재검토하는 지속적인 과정이다.

☑ 평가

컴플라이언스 문화를 지원하는 현재의 노력에 대한 평가; 잘못된 영역을 인식하고, 컴플라이언스를 장려하기 위해 정책들을 어떻게 적용할 수 있을지 논의한다.

◎ 트렌드 2: 컴플라이언스 업무에 대한 투자 확대



지난 해, 기업의 71%는 전문지식을 갖춘 고위 경력직 컴플라이언스 전문가의 수요 상승으로 인해 관련 비용이 증가할 것이라고 예상했다. 이러한 트렌드는 2016년에도 계속 이어질 전망이다. 따라서 컴플라이언스 지출이 '현저하게 증가할' 것이라고 예측한 이사회의 비율이 상당히 높다. 북아메리카의 경우 60%, 유럽이 75%, 중동은 무려 80%에 이른다.

조직은 컴플라이언스 정책과 절차를 처리하는 자원(시간/종업원)의 양을 확대할 것으로 예상된다. 59%는 매주 3시간까지 투입할 것으로 예상한다(2013년 60%). 20%는 4-7시간 투입을 예상하고(2013년 19%), 21%는 7시간 이상 투입을 예상한다(2013년 18%). 조사된 조직의 1/3 이상이 규제변화를 추적해 분석하는 업무에 최소한 주당 하루를 소비한다.

<컴플라이언스 운영에 대한 투자를 극대화하는 단계>

- ☑ 숙련된 컴플라이언스 전문가에 대한 투자는 리스크 완화에 도움을 준다.
- ☑ 규제변화의 추적을 능률적으로 간소화하기 위해 필요한 톨과 함께 컴플라이언스 팀에게 권한을 부여한다.
- ☑ 컴플라이언스 및 리스크 관리에 필요한 세부적인 능력을 갖추기 위해 컴플라이언스 교육프로그램을 실시한다.
- ☑ 종업원 감독 및 윤리강령 준수 업무를 자동화하여, 그로 인해 절약되는 자원을 다른 컴플라이언스 업무에 활용한다.
- ☑ 강력한 컴플라이언스 문화와 컴플라이언스에 대한 긍정적 태도를 구축함으로써 컴플라이언스 전문가 확보에 기여한다.

◎ 트렌드 3: 변화하는 규제환경 따라잡기



규제당국은 계속적으로 감시감독을 강화하고, 지역과 국가의 경계를 넘어 규제의 범위를 확대한다. 지난해에도 규제 활동이 꾸준히 증가했다. 대표적인 규제 이니셔티브는 다음과 같다.

우선 글로벌 차원에서 금융위기 재발을 방지하기 위한 바젤III가 있다. 과거 은행의 무분별한 고위험투자가 국제 금융시장 불안을 야기한 요인이라고 지적되었기 때문에, 이 기준에는 자본 및 유동성 규제를 대폭 강화한 내용이 담겨 있다. 그리고 유럽연합 차원에서 대체투자펀드매니저 지침(AIFMD), 정보보호 지침(DPD), 유럽 시장인프라 규제(EMIR), 금융상품투자지침(MiFID II), 솔벤시 II 등이 있다. 컴플라이언스 개념이 자금세탁을 방지하고 적발하기 위해 금

융부문에서 발전했기 때문에, 주로 금융관련 규제 이니셔티브가 다수 존재한다. 미국, 영국, 호주 등 개별 국가 단위에서도 유사한 규제 장치들이 있다.

규제의 초점은 개인의 책임과 행위에 따른 규제이다. 톰슨 로이터의 뉴욕 고객 컨퍼런스에서 투표한 실무자의 93%는 2016년 규제 위반 시 컴플라이언스 전문가 개인에게 책임을 묻는 경향이 증가할 것으로 예상했다. 응답자의 64%는 이러한 경향이 세계 각국으로 확산될 것으로 예상했다. 한편 규제위반 행위에 따른 벌금이 전 세계적으로 200억 달러를 초과 할 것으로 예상된다.

<앞서가기 위한 단계>

- ☑ 여러 규제 제도를 모니터링해서 조직에게 중요한 규제변화에 초점을 맞춘 대안을 제공할 수 있는 시스템 구축
- ☑ 종업원들이 새로운 발전을 쉽게 파악하게 만드는 의사소통전략 수립
- ☑ 기존 컴플라이언스 프로그램에 새로운 규제들을 결합시키는 방법 개발

◎ 트렌드 4: 제3자 리스크 모니터링



정부 간 조직인 OECD는 해외 뇌물리포트에서 427건의 부패 사례를 분석했는데, 그 중 3/4에 제3자가 연루돼 있었다. 미국 재무부 산하 해외자산통제국(OFAC)의 블랙리스트에는 6,000건 이상의 기업/개인 이름이 올라있다. OFAC 지침 위반행위에 대해서는 최고 2,000만 달러의 벌금과 최대 30년 형을 부과한다. 2015년 해외부패방지법 집행으로 미국 증권거래위원회(SEC)는 1억 1,480만 달러를 거둬들였다.

<포괄적인 제3자 관리체제를 위한 단계>

프로그램 개발	기업 전체 수준에서 정책, 절차, 통제를 정의하고 수립
통제의 수립과 운영	기업운영에서 정책 실행
리스크 감지	합법성과 지속가능성 보장을 위한 제3자에 대한 선별작업
평가	결과를 재조정하고 필요한 경우 추가 조사 실시
모니터와 리포트	실사 증거에 대한 보고서 작성 및 미래 위험 감지를 위한 지속적 모니터링
리뷰와 조정	프로그램 위반에 대한 적절한 시정 및 징계 조치, 리스크 분석표 변화 조정을 위한 지속적 평가 및 조정
훈련 및 교육	뇌물과 부패로 인한 위협에 대한 교육 및 인식 제고

◎ 트렌드 5: 내부고발자 활동 장려



미국 증권거래위원회(SEC)는 2015년 약4,000건의 내부고발 제보를 받았고 3,700만 달러를 포상금으로 지급했다. 미국 노동부 산하 직업안전청(OSHA)은 효율적인 내부고발 프로그램을 설치하기 위해 조직 가이드 라인을 만들었다. 대표적으로 직장의 안전과 관련된 문제를 제기하거나 직업안전청의 활동에 협력했다는 이유로 차별 혹은 보복당하는 노동자는 직업안전청에 고소장을 접수할 수 있다. 내부고발자 보호 법안들은 내부자가 조직 내 심각한 문제를 상부나 정부 기관에 고발하는 행위를 보호함으로써 내부고발행위의 긍정적 효과를 인정하고 장려하고 있다.

영국 금융감독원(FCA)과 건전성감독청(PRA)은 새로운 내부고발자 보호 조치들을 발표했다. 2015년 10월 공표된 새로운 규정은 종업원들이 내부적으로 우려를 표명하는 잘못된 관행과 행태에 대해 이의를 제기할 수 있는 문화를 장려하는 것이 목적이다. 2016년 9월 발표되는 내부고발에 관한 규정은 자산규모 2억 5천만 파운드 이상의 예금수취기관과 솔벤시 II 지침 대상의 보험사에 적용된다.

<내부고발자 보호권 향상을 위한 단계>

- ☑ 현재 조직 내에서 내부고발 이니셔티브에 대한 리뷰
- ☑ '신문고' 정책을 만들고, 독립적인 내부신고제도를 실시하며, 헬프라인 같은 사건관리시스템을 구축하여 신고내용을 효율적으로 처리하고 점검
- ☑ 종업원이 고발에 대한 보복행위로 피해를 입지 않도록 보호하는 제도적 장치에 대한 이해를 돕는 내부고발 및 안티-보복 교육 제공

◎ **결어: 조직의 지속가능성에 대한 최신 트렌트 유지**

최신의 규제 정보에 대한 업데이트를 통해 글로벌 규제환경을 탐색하고, 규제 리스크를 관리함으로써 기업경영에서 바람직한 결정을 내릴 수 있다. 종업원들이 실제 세계 컴플라이언스 이슈를 이해하고 적절하게 대응할 수 있도록 정책에 대한 교육을 실시해야 한다. 그 결과로 내실 있는 기업문화가 만들어진다. 조직의 리스크 접촉을 최소화하기 위해 가능한 제3자 위험노출을 관리하고 선별해야 한다. 눈에 확 띄는 컴플라이언스 문화를 만들 수 있도록 종업원의 이해 갈등을 관리하고 행동에 대한 감독이 필요하다. 이러한 최신 트렌트 유지 노력들이 모여 시민들의 평판과 기업의 지속가능성은 더욱 높아질 것이다.

***참고**

- <https://risk.thomsonreuters.com/infographic/top-5-compliance-trends-around-globe-2016>
- <http://www.fca.org.uk/news/fca-introduces-new-rules-on-whistleblowing>
- <http://www.dbpia.co.kr/Journal/ArticleDetail/NODE01582748>

[제5호] - 2016년 세계 프로드(사기) 보고서



조직은 항상 경제적 리스크, 재해 리스크, 공급망 리스크, 규제 리스크 등 다양한 리스크 환경에 직면해있다. 그 가운데 자산이 있는 모든 조직에는 부정직한 개인이 조직자원을 편취할 위험성이 늘 도사리고 있다. 불행하게도 그 위험의 상당 부분이 조직에서 일하는 직원들에 의해 현실로 나타나기도 한다. 이것을 우리는 직업적인 사기 리스크라고 부를 수 있다. 여기서 직업적 사기란 개인이 고용된 조직 자산 및 자원을 의도적으로 오용, 횡령함으로써 자신의 부를 늘이는 데 직업을 활용하는 것을 말한다. 1996년 세계 최대 반(反) 프로드(사기) 조사기관 ACFE는 이 부분에 대한 조사를 최초로 실시하였다. 이 단체는 150개국 이상에 75,000명 이상의 회원을 보유하고 있고, 세계적으로 기업 내 사기행각을 줄이기 위해 여러 교육훈련과 자원을 제공하고 있다.

2016년 세계 프로드 조사보고서는 사기행각이 어떻게 자행되는지, 어떻게 탐지하는지, 조직이 그러한 위협에 어떻게 대처하는지에 대해 조망하고 있다. 보고서는 2014년 1월부터 2015년 10월까지 전 세계 114개국에서 발생한 2,410개 사례조사에 대한 분석을 토대로 작성되었다. 2,410개 사례조사 결과 직업적 사기로 인한 전체 피해액은 63억 달러를 넘고, 연 수입의 5%에 이른다. 전체 사례의 평균 피해액이 15만 달러였고, 100만 달러 이상 피해를 입은 경우는 23.2%였다. 직장에서의 횡령이나 배임 등 사기성 범죄가 자주 발생하는 상황에서 이 보고서는 프로드(사기)의 세계적 추세를 읽고 대처방안을 수립하는 데 도움을 줄 것이다.

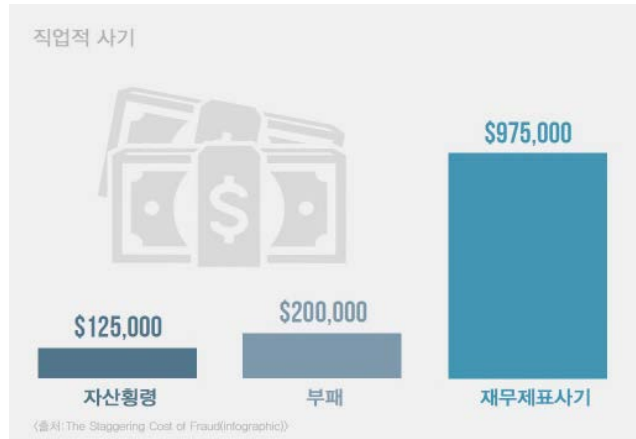


◎ 직업적 사기는 어떻게 자행되었나?

직업적 사기는 크게 세 가지 주요 범주, 자산횡령/부패/재무제표사기 등으로 분류될 수 있다. 자산횡령 사례가 가장 빈번하게 83.5%나 발생했지만, 평균 피해액은 가장 적어 건당 약12억5천만 달러였다. 반면에 재무제표사기의 발생은 9.6%에 불과했지만, 평균 피해액은 가장 많은 97만5천 달러였다. 부패의 경우 35.4%가 발생했고,

평균 피해액이 20만 달러로 중간에 위치했다. 그리고 세 가지 직업적 사기가 중첩적으로 이루어지기도 하는데, 가장 일반적인 유형이 자산횡령과 부패의 결합으로서 23.6%가 발생했다.

자산횡령을 조금 더 자세히 들여다보면, 빈도의 측면에서 청구서 방식(22.2%), 평균 피해액의 측면에서 수표변조(15만8천 달러)가 가장 큰 리스크를 야기한다. 그리고 사기 지속기간이 길면 길수록 금전적 피해는 당연히 늘어난다. 사기의 평균 지속기간은 18개월이었고, 5년 이상 지속된 경우도 7.8%나 되며 평균 피해액도 85만 달러에 달했다.



사례조사의 94.5%에서 범인들이 자신의 사기행각을 감추기 위해 노력을 했다. 가장 일반적인 은닉 방법은 실제 문서를 작성하거나 변경하는 것이었다. 부패 사례에서는 허위문서 작성이 좀 더 보편적인 방법이었다.

◎ 사기계획의 탐지

가장 일반적인 사기계획 탐지방법은 팀(정보)으로서 사례의 39.1%에 나타났다. 다음으로 내부감사(16.5%)와 경영평가(13.4%)를 통해 사기계획을 탐지할 수 있었다. 그리고 종업원 100인을 기준으로 큰 조직과 작은 조직 간에 두 가지 탐지방법에서 차이를 보였다. 팀을 통해 작은 조직이 29.6%를 탐지한 반면, 큰 조직은 무려 43.5%나 탐지하였다. 내부감사를 통해서도 작은 조직은 12%, 큰 조직은 18.6%를 탐지하였다. 한편, 핫라인 보고체계를 갖춘 조직이 그렇지 못한 조직보다 팀을 통해 사기계획을 탐지할 가능성이 훨씬 높은 것으로 나타났다 (47.3% 대 28.2%).



직원들이 팀을 제공하는 비율이 51.5% 정도이고, 40% 이상이 외부에서 이루어진다. 고객에 의한 팀 제공이 17.8%, 벤더들이 제공하는 팀이 9.9%, 그리고 제3자가 중요한 팀 제공자이다. 팀 제공의 14%는 익명으로 이루어졌다. 그리고 감시, 모니터링, 계좌조정 등 적극적인 탐지방법을 통해 발견되었을 때, 사기로 인한 평균피해와 지속기간이 더 낮았다.

공식적인 프로드 보고 메커니즘을 갖춘 조직에서, 팀 제공으로 가장 일반적으로 사용되는 방법은 전화 핫라인(39.5%)이었다. 하지만 이메일(34.1%)과 웹 기반 온라인 형식(23.5%)이 결합된 인터넷을 통해 제출된 팀이 절반이 넘는다. 이것은 조직이 프로드 보고 채널을 다양하게 제공하여야 효과적이라는 사실을 말해준다.

보고 메커니즘과 관련해, 제보자가 자신의 직속관리자에게 초기 보고한 사례가 20.6%로 가장 일반적이었다. 다음으로 회사임원(18%), 프로드 조사팀(13.1%), 내부감사부서(12.3%)순이었다.

◎ 피해조직에 대한 분석

피해조직을 유형별로 살펴보면, 보고된 사례의 약 2/3이상이 사기업과 공기업에서 피해가 발생했다. 또한 영리단체인 사기업(18만 달러)과 공기업(17만8천 달러)이 가장 큰 피해를 입은 것으로 분석됐다.

정부의 피해사례를 보면, 연방차원에서 발생한 평균피해가 19만4천 달러로 가장 높은 것으로 보고됐다. 주정부(10만 달러)나 로컬단위(8만 달러)에서의 피해액은 상대적으로 적은 편이었다.

조직규모에 따른 피해빈도는 종업원 100인 이하 소규모 조직에서 30.1%, 1만 명 이상 대규모 조직에서 20.5%가 발생했다. 나머지 조직들은 두 집단 사이에 존재한다. 평균피해가 가장 큰 조직규모는 100~999명 조직단위로 18만 6천 달러 수준이었다. 그리고 100인 이하 조직과 1만 명 이상 조직의 평균 피해규모가 15만 달러로 같은 수준이었다. 그러나 이러한 피해유형은 소규모 조직에 훨씬 큰 영향을 미칠 가능성이 있다.

조직규모에 따라 프로드 리스크의 유형이 달라진다. 100인 이상 큰 조직에서는 부패가 40.2%로 100인 이하 작은 조직(29.9%)보다 빈도가 높았다. 소규모 조직일수록 부당청구, 수표변조, 봉급지급명부조작, 현금절도 등 거의 모든 유형의 사기계획이 10~20%대로 고르게 나타났다.

피해조직을 산업별로 살펴보면, 은행 및 금융 서비스 분야가 16.8%로 가장 피해를 많이 보았고, 다음으로 정부 및 공공행정(10.5%), 제조업(8.8%)순이었다. 광업(0.9%) 및 도매무역업(1.6%)이 모든 산업 가운데 가장 적은 사례였지만, 평균피해액은 각각 50만 달러와 45만 달러로 가장 큰 규모였다.

피해조직에서 안티-프로드 통제장치로 실시한 가장 일반적인 방법은 재무제표에 대한 독립적인 외부감사(81.7%)였다. 또한 조직의 81.1%는 사기행각이 발생한 시점에 적절한 행동강령을 가지고 있었다. 중요한 점은 감사가 프로드 발견에 특화되어있지 않아서, 조사보고서에 따르면 4% 미만의 프로드를 탐지했을 뿐이었다는 사실이다. 그리고 당연히 모든 조직이 핫라인을 설치했을 것으로 생각되지만, 피해조직 조사 결과 60.1%가 핫라인을 갖추고 있었다.

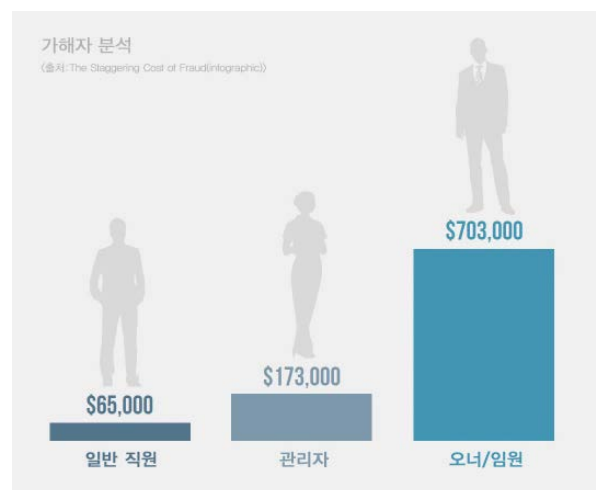
소규모 기업은 대기업보다 프로드 방지 시스템이 상당히 낮은 수준으로 실행되고 있다. 소규모 기업은 내부통제 장치에 투자할 여력이 없기 때문에, 최소한의 투자로 행동강령, 경영평가절차수립, 임직원 프로드 교육 정도만 실시하고 있다. 소규모 조직은 그들의 제한된 자원에 심각한 피해를 줄 수 있는 프로드에 영향을 받기 쉽다.

안티-프로드 통제장치의 존재는 낮은 피해, 신속한 탐지와 상관관계를 보였다. 적절한 통제장치를 갖춘 조직이 그렇지 못한 기업에 비해 프로드 피해가 14.3~54% 정도 적었고, 33.3~50% 정도 더 빨리 발견되었다. 사기행각을 벌이게 만드는 조직적인 취약성은 내부통제의 부재였는데, 조사사례의 29.3%에서 이 내용이 언급되었다.

◎ 프로드가해자 분석

프로드가해자의 권한수준과 사기규모 사이에 밀접한 상관관계가 있었다. 오너/임원에 의해 자행된 사기행각은 평균피해가 70만3천 달러로 엄청난 규모였다. 이것은 관리자(17만3천 달러)에 의한 평균피해액보다 4배가 높은 수치고, 일반 직원(6만5천 달러)으로 인한 피해보다 거의 11배나 높은 수치다.

직업적 사기가 다른 부서에 비해 회계부서(16.6%)에서 더 많이 발생했다. 분석된 사기의 3/4 이상이 7개 핵심부서인 회계, 운영, 영업, 임원/경영진, 고객서비스, 구매, 재무 등에서 근무하는 개인에 의해 저질러졌다. 또한 직업적 사기에 관련된 개인이 많으면 많을수록, 더 많은 피해를 입게 된다. 한 사람의 프로드가해자가 입힌 평균피해가 8만5천 달러인데, 두 사람이 공모했을 경우 평균피해는 15만 달러가 된



다. 3인 공모는 22만 달러, 4인 공모는 29만4천 달러, 5인 가해자가 공모한 프로드는 평균피해가 63만3천 달러에 달한다.

프로드가해자는 범죄행각을 벌일 때 행동징후를 나타내는 경향이 있었다. 가장 일반적인 경고표시는 수입을 넘는 생활, 금전적 어려움, 벤더 또는 고객과 과잉 접촉, 거리낌 없는 행동과 같은 "수완 좋은 사업가"의 태도, 최근 이혼이나 가족문제 등이다. 조사사례의 78.9%에서 이러한 경고표시 중 적어도 하나가 사기행각 중에 드러났다.

대부분의 직업적 사기범은 초범이다. 프로드가해자의 5.2%만이 이전에 프로드 관련 범죄로 유죄 판결을 받았고, 단 8.3%가 이전 프로드 행위로 고용주에 의해 해고된 경험이 있었다.

◎ 결론

프로드 피해조직의 40.7%가 대중들의 나쁜 평판에 대한 두려움 때문에, 내부 프로드 사례를 법집행기관에 고발하지 않기로 결정 내린다. 단지 23.1%가 민사소송으로 이어지고, 완료된 소송 가운데 80.8%는 피해자 승소 또는 합의조정 판결을 받는다. 피해조직의 8.4%는 프로드 결과로 벌금을 부과받았다. 벌금이 부과된 피해조직 비율은 서유럽(15.6%)이 가장 높았다.

직장에서 이루어지는 범죄행각 프로드는 사전교육과 통제장치 등을 마련하여 철저하게 예방될 필요가 있고, 그 피해가 단순한 금전적 액수를 넘어 대중의 나쁜 평판이라는 보이지 않는 부분까지 고려하면 상상을 초월하는 액수에 달할 수도 있다. 아래 프로드 예방 체크리스트를 통해, 일상에서 지속적인 환기가 필요하다고 하겠다.

<프로드 예방 체크리스트>

- ☑ 조직의 모든 직원들에게 지속적인 안티-프로드 교육을 제공하고 있는가?
- ☑ 적절하고 효율적인 프로드 보고 메커니즘이 있는가?
- ☑ 직원들의 프로드 탐지 인식을 높이기 위한 적극적 조치를 취하고 있는가?
- ☑ 정직과 청렴을 경영목표로 삼고 있는가?
- ☑ 내·외부 프로드에 대한 기업의 취약점을 식별, 완화하기 위한 프로드 리스크 평가를 적극적으로 수행하고 있는가?
- ☑ 강력한 안티-프로드 통제장치가 효율적으로 운영되는가?
- ☑ 내부감사부서가 최고 경영진의 부당한 영향 없이 효과적으로 운영되는가?
- ☑ 고용정책이 법적 테두리에서 잘 작동되고 있는가?
- ☑ 중독, 정신/심리 건강, 가족 및 금전 문제 등 어려움을 겪는 직원을 돕기 위한 프로그램을 직원들이 지지하고 있는가?
- ☑ 직원들이 압박에 관해 자유롭게 얘기할 수 있는 오픈도어정책이 운영되고 있는가?
- ☑ 직원들의 도덕성 평가를 위한 익명의 설문조사를 실시하고 있는가?

*참고

- <http://www.acfe.com/rtnn2016.aspx>
- <https://s3-us-west-2.amazonaws.com/acfepublic/2016-report-to-the-nations.pdf>

[제6호]

-

2016년 에델만 신뢰도 지표조사 분석



전 세계 23개국 25~64세 대졸 이상, 가계소득 상위 25%에 해당하는 5000여명에게 물었다. “기업이 내보낸 정보를 몇 차례나 접해야 믿을 수 있나?” 미국·영국의 응답자 대다수는 같은 정보를 서로 다른 장소에서 6~10회 접해야 믿을 수 있다고 답했다. 한국·일본은 그 횟수가 줄어 전 세계 평균인 3~5회였다. IT기술과 미디어의 폭발적인 성장이 만들어낸 현상이다. 이제 하버드·옥스퍼드 출신들이 ‘포춘’이나 ‘이코노미스트’에서 아무리 떠돌어도, 같은 내용을 트위터나 페이스북 친구에게 접해야 믿는 세상이 됐다. 홀로 진실을 말하던 ‘전문가의 권위’가 사라진 자리에 ‘소비자의 수만큼 다양한 경험’이 들어선 것이다.

소비자 스스로 창조해낸 진실 외에 진실이 존재하지 않는 시대, 자신이나 주변 사람이 특정 제품 및 서비스를 이용한 경험에 진실이 있다고 믿는 시대다. 현재 정부·기업·언론이 직면하고 있는 새로운 환경, 즉 ‘불신의 시대’를 2011년 실시한 에델만 신뢰도 지표조사가 다루고 있다. 이처럼 에델만 신뢰도 지표조사는 신뢰관련 시대적 트렌드를 잘 읽어낸다. 옥시사태로 기업 신뢰도가 추락하는 상황은 2016년 에델만 신뢰도 지표조사 분석의 필요성을 제기한다.

에델만은 세계 최대 규모의 글로벌 커뮤니케이션 마케팅 기업으로서, 기업 및 기관이 최고의 브랜드를 형성·발전시키고, 위기상황에서는 고유의 브랜드와 명성을 지켜나갈 수 있게 도와준다. 2014년 포브스가 뽑은 “가장 영향력 있는 에이전시”에 선정된 바 있고, 칸영화제 PR분야 그랑프리 사자상을 수상했으며, 글래스도어에 “최고의 직장”으로 세 번이나 뽑혔다. 그리고 에델만은 리서치 전문기관 에델만 벌랜드를 자회사로 두고 있다.

2001년 5개국 1300명 설문조사로 시작된 에델만 신뢰도 지표조사는 여론주도층(Informed Public)과 일반대중

(Mass Population)을 대상으로 정부, 기업, 미디어, NGO 등 주요 사회 주체에 대한 신뢰도를 파악하고, 개인 및 그룹 간 신뢰형성과 관련된 커뮤니케이션 패러다임의 변화를 분석한다. 매년 스위스 다보스 세계경제포럼에서 조사결과를 발표한다.

◎ 조사방법

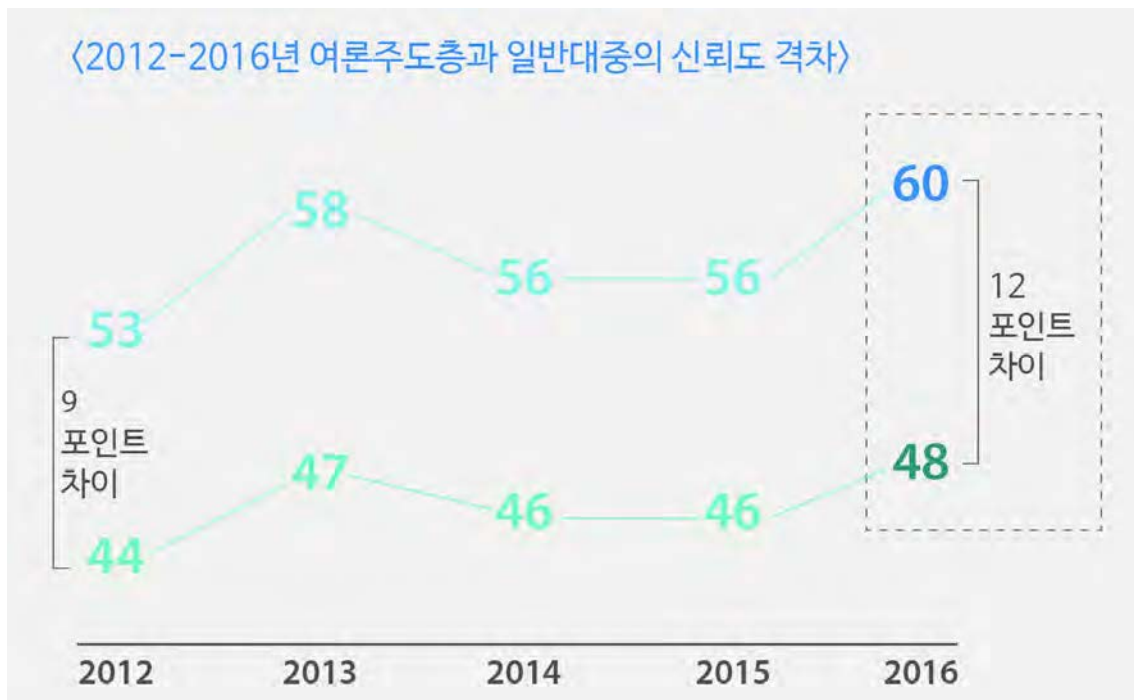
2016년 에델만 신뢰도 지표조사는 자회사 에델만벌랜드를 통해, 2015년 10월 13일부터 11월 16일까지 28개국 33,000명 이상을 대상으로 온라인 설문조사로 실시되었다. 전체 인구를 여론주도층과 일반대중으로 구분하여 설문조사를 진행하는데, 여론주도층은 25~64세 대졸 이상의 학력 보유자로 가계소득이 상위 25%인 사람 중, 정기적인 미디어 구독자로서 비즈니스 뉴스에 관심 있는 사람을 대상으로 선정한다. 이 여론주도층은 전 세계 인구의 15%를 대표한다. 여론주도층이 아닌 사람들이 일반대중으로 분류된다. 한국에서는 여론주도층 200명을 포함, 총 1,150명이 참여했다.

◎ 신뢰도 격차의 가속화와 소득불평등

2016년 에델만 신뢰도 지표조사는 여론주도층(60%)과 일반대중(48%)의 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. 2012년부터 양자 간 신뢰도 격차는 더욱 늘어났고, 조사대상국 절반 이상에서 두 자릿수 수준이다. 미국이 그 격차가 가장 커 거의 20%포인트를 차이를 보이고, 다음으로 영국이 17%포인트, 프랑스·인도·호주가 16%포인트로 그 뒤를 잇는다.

에델만 CEO 리처드 에델만은 "우리는 지금 세계의 신뢰 불평등을 관찰하고 있다"면서, "이것이 가져올 잠재적 결과는 포퓰리즘 정치인의 증가, 혁신의 중단, 보호주의 및 이주민배척주의의 시작"이라고 지적한다.

늘어난 격차는 직접적으로 소득불평등과 연결되어 있다. 고소득과 저소득 응답자 사이의 두 자릿수 신뢰 격차는 조사대상국 2/3에서 나타난다. 가장 큰 격차를 보이는 나라는 미국으로 31%포인트, 다음으로 프랑스(29%포인트), 브라질(26%포인트) 순이다. 일반대중은 미래에 대한 기대감도 크지 않다. 조사대상국 2/3 이상에서 5년 내 자신과 가계 살림살이가 나아질 것으로 믿는 응답자는 절반이 안 된다. 그 수치가 가장 낮은 나라는 일본으로 일반대중의 믿음이 15%에 불과하다.



이번 조사에서 주목할 점은 여론주도층의 신뢰도가 일반대중보다 높았지만 영향력은 일반대중이 더 높았다는 점이다. 소수 여론주도층의 영향이 컸던 과거와 달리 다양한 채널과 방대한 정보, 커뮤니케이션의 활성화 등으로 인해 일반대중의 독립적 견해가 강해졌다는 뜻으로 해석될 수 있다. 한편, 한국은 여론주도층과 일반대중의 신뢰도가 각각 50%와 40%로, 10%포인트 격차를 보였으며 이는 2012년 이후 약 4%포인트 가량 증가한 수치였다.

◎ 기업, 변화적응 가능성이 가장 높다

기업, 정부, 미디어와 NGO의 신뢰도가 모두 전반적인 상승추세를 보였다. 특히 한국에서는 NGO와 정부에 대한 일반대중의 신뢰도가 각각 6%포인트, 5%포인트 상승하여 4개 기관 중 상대적으로 큰 상승폭을 보였다. 그러나 기관이 아니라 개인으로 눈을 돌리면, 응답자들이 CEO 또는 정부 관료보다 일반직원을 더욱 신뢰해, "자신과 비슷한 처지의 사람"에게 점점 더 의존하고 있음을 보여준다. 소셜 네트워킹 및 콘텐츠 공유 사이트에서 응답자들은 CEO(49%)보다 가족과 친구(78%)를 훨씬 더 신뢰한다.

리처드 에델만은 다음과 같이 조언한다. "우리는 대중이 엘리트를 계속적으로 따를 것이라는 '커다란 환상'에서 깨어나야 한다. 이러한 환상은 여론주도층만이 고급정보에 접근해, 그들의 이익을 서로 연결시켜 엘리트가 된다는 믿음에 기초한 것이다. 하지만 정보 민주화, 탐욕과 부정행위의 폭로가 용이한 상황은 소득불평등의 증가와 함께 어슬픈 환상을 여지없이 깨뜨리고 만다. 일반대중의 신뢰도 지표는 당연한 결과이다."

일반대중의 회의적인 시각에도 불구하고, 기업은 벌어진 신뢰의 틈새를 연결할 가장 좋은 기회를 갖고 있다. 역설적으로 "변화하는 환경에 빠르게 적응하고 사회문제 해결을 이끌 것 같은 대상"을 묻는 질문에서는 기업신뢰도가 가장 높았다. 즉, 일반대중 응답자들은 정부(41%)나 NGO(55%)보다 기업(61%)이 급속한 변화에 훨씬 더 잘 적응할 수 있을 것으로 보고 있다. 현재 기업신뢰도는 낮지만 변화 주도에 대한 기대감은 높다는 의미로 해석할 수 있다. 21개 조사대상국에서 기업이 정부보다 훨씬 더 신뢰할만한 것으로 조사되었다. 남아프리카공화국과 멕시코가 44%포인트 격차를 보여 최고 수준이었고, 미국도 12%포인트 격차를 보였다. 그리고 결정적으로 응답자의 80%는 기업이 이윤을 추구하면서 지역사회와 사회경제적 조건을 향상시킬 수 있다고 생각한다. 이 수치는 지난해 대비 6%포인트 증가한 것이다. 조사결과, 동아시아 3국 한·중·일 기업에게 가장 중요한 사회적 이슈는 환경 보호 및 개선인 것으로 드러났다.

◎ 낮은 기업신뢰도의 회복추세

한국인의 기업신뢰도는 작년보다 3%포인트 상승했지만, 조사대상국 평균 53%보다 20%포인트 낮은 33% 수준에 머무르며 최하위의 신뢰도를 기록했다. 해외국적 기업에 대한 한국인의 신뢰도는 전반적으로 상승했지만, 자국 기업에 대한 신뢰도는 지난해 대비 3%포인트 하락한 37%를 기록하며 매우 낮은 수준에 머물렀다. 일반대중의 기업신뢰도가 70%를 넘는 국가는 멕시코(76%), 인도네시아(71%), 중국(70%)이었다.

산업부문별 신뢰도 트렌드를 살펴보면, 테크놀로지 분야가 74%로 신뢰도가 가장 높고, 금융서비스 분야가 51%로 가장 낮은 신뢰를 보였다. 2012년 조사 이후 금융서비스 분야의 지속적인 회복노력에 일반대중의 신뢰가 높아지기 시작해, 8%포인트 증가했다.

자동차 산업은 지난해 66%에서 60%로 6%포인트 하락, 일반대중의 날카로운 신뢰도 감소경향을 보였다. 이것은 지난해 폴크스바겐에서 배출가스조작스캔들 및 다른 제조업체의 안전성 관련 리콜에 의해 영향으로 풀이된다.

또 하나 지적할 것은 선진국 시장에 본사를 둔 기업은 개발도상국 시장에 본사를 둔 기업보다 신뢰도가 높은 것으로 드러났다. 캐나다, 스웨덴, 스위스는 66% 신뢰도를 보였고, 그 다음이 64%의 독일이었다.

특정 기업에 대한 낮은 신뢰 수준은 청렴, 사회참여, 품질관리, 경영원칙 등 핵심내용이 이해관계자에게 제대로 제공되지 않기 때문이다. 특히 청렴과 사회참여는 중요성을 충분히 알면서도 실천하기는 어려운 내용이다. 윤리경영 및 투명경영, 기업위기상황에서 책임행동, 고객가치우선, 종업원 처우 개선 등의 사안에서 중용성 인식과 기업 실행 간 괴리가 발생할 가능성이 높다.

◎ 기업리더십의 신뢰도 지표 분석

사회적 역할에 대한 기대는 CEO 신뢰도 지표에서 고스란히 드러난다. 지표조사 결과, 기업 CEO의 행동이 지나치다고 생각하는 부분은 '단기적인 성과'에 너무 집중한다가 67%, 로비활동에 치중한다가 57%였다. 반면에 너무 불충분하다고 생각하는 부분은 긍정적 영향을 미치는 장기적 가치추구가 57%, 일자리 창출이 49%였다. 그리고 기업 CEO가 소득불평등이나 공공정책토론과 같은 사회적 이슈에 대해 자신의 견해를 개진해야한다는 의견이 80%로 굉장히 높게 나왔다.

〈CEO가 아래 이슈에 대해 개인적 견해를 밝혀야 한다면 동의하느냐?〉



일반대중은 기업이윤과 사회적 이익의 이중 임무를 실현하기 위해 노력하는 CEO에게 긍정적인 태도를 보인다. 지난 5년간 CEO 신뢰도는 48%까지 실제 꾸준히 증가해왔다. 그러나 그들은 신뢰도 수준 52%로 우위에 있는 직원의 도움이 필요하다. 특히 응답자들은 직원처우정보(48% 대 19%)와 기업운영 및 위기 정보(30% 대 27%) 문제에서 CEO보다 일반직원을 더욱 신뢰한다.

◎ 기업신뢰도와 사회적 책임의 중요성

“내가 일하는 회사를 신뢰한다.”고 답변한 한국 임직원 비율은 55%에 불과하다. 일본이 최하위로 40%였고, 한국은 조사대상국 28개국 중 23위를 기록했다. 기업신뢰도에 가장 큰 영향을 미치는 요인 중 하나가 ‘임직원의 내부 신뢰’라는 점으로 미루어 보았을 때, 한국에서 기업불신은 이미 내부적 요인이 강하게 작용하고 있음을 알 수 있다.

기업이 사회적 문제 해결에 동참할 때 임직원의 지지도 함께 증가한다는 사실이 밝혀졌다. 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.

이번 지표조사에서 일반대중의 영향력이 막강해졌다는 사실과 기업 CEO들이 대중의 신뢰를 향상시키기 위해 단기적 이익추구보다 장기적 관점에서 사회적 책임을 다해야 한다는 사실을 알 수 있었다. 기업은 단기적 목표에 초점을 맞추기보다, 임직원과 열정적 소비자의 지지를 바탕으로 장기적 변화를 이끌어야할 시대에 직면해있다. 새로운 CEO 모델은 우리의 시대적 문제를 제기하고, 사회의 성공에서 개인적인 이해를 추구하는 것이다. 이해관계자는 기업의 안정적인 재정수입뿐만 아니라, 교육, 건강, 환경 등의 핵심현안에 대한 행동도 기대한다. 에델만 신뢰도 지표조사는 기업이 공동체의 사회경제적 환경을 향상시킬 시대적 책무가 있음을 강하게 보여준다. 결국 기업은 정직하고 윤리적인 참여로 자신의 가치를 표현하고, 가장 강력한 지지자인 직원들을 독려하며, 이해관계자들

과의 투명한 의사소통의 채널을 만들어야 한다.

***참고**

- <http://www.edelman.com/insights/intellectual-property/2016-edelman-trust-barometer/>
- <http://www.prnewswire.com/news-releases/2016-edelman-trust-barometer-finds-global-trust-inequality-is-growing-300205549.html>
- http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2012/01/06/2012010601538.html

[제7호]

-

기업범죄(경영범죄) 분석과 효과적 예방

기업은 일차적 목적인 이윤창출과정에서 다양한 위법행위가 발생하기도 한다. 기업의 위법행위로 인한 피해는 개인이 저지르는 단순범죄에 비해 상당한 후유증을 남긴다. 분식회계나 탈세 등은 막대한 경제적 손실을 초래하고, 오염물질이나 폐수의 불법배출은 환경파괴의 재앙을 가져올 수도 있으며, 하자있는 상품을 제조 및 판매함으로써 소비자의 생명과 신체에 치명적인 위협을 가할 수도 있다.

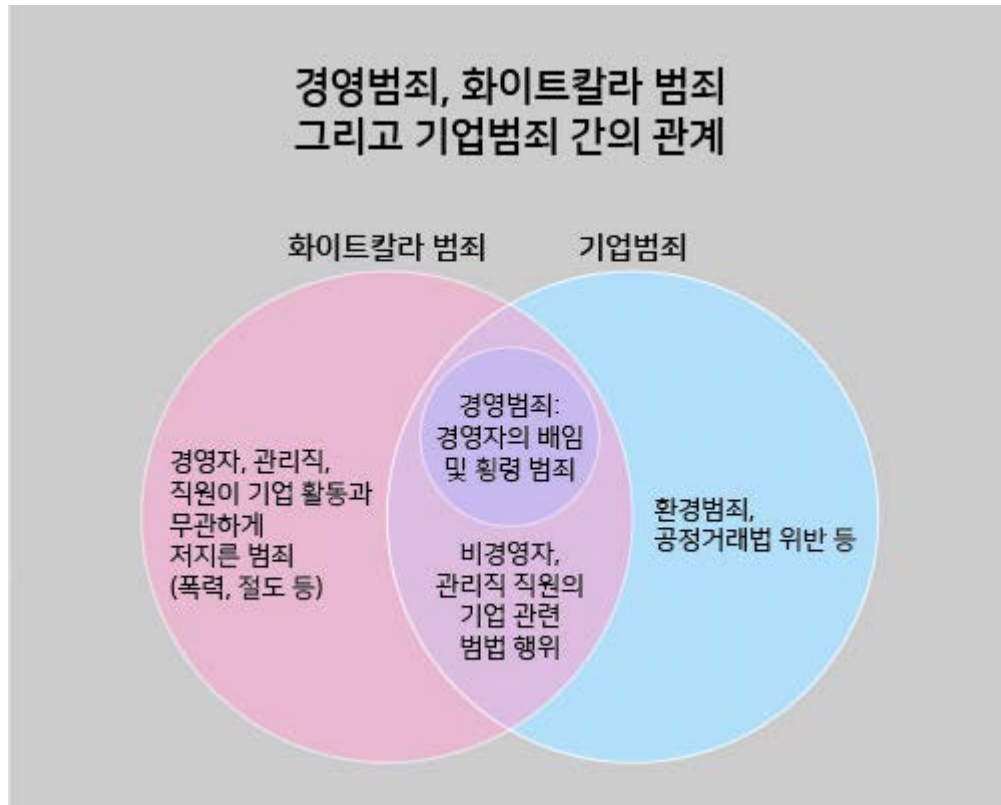
미국 최대 에너지 회사 엔론은 직원 수 약 2만 명에 2000년 기준 매출 1110억 달러를 달성할 정도로 월스트리트가 주목하는 우량기업이었다. 《포춘》지는 엔론을 6년 연속(1996~2001) "미국에서 가장 혁신적인 기업"으로 선정할 정도였다. 하지만 2001년 말, 엔론의 부실한 재정상태가 치밀하게 조작된 회계부정으로 은폐되어 온 사실이 밝혀지면서 엔론은 계획적인 기업사기 및 비리의 대명사가 되었다. 노벨경제학상 수상자 폴 크루그만은 "엔론 사태가 테러 공격보다 미국 경제에 많은 영향을 미치고 있으며, 미국 경제시스템의 전환점이 될 것"이라고 그 의미를 분석했다. 엔론 사태 이후 미 연방검찰은 기업범죄에 대해 기록적인 수준의 과징금을 부과하기 시작했다. 2002년 미 의회가 회계부정을 종합적이고 체계적으로 단속하기 위해 사베인즈-옥슬리 법을 통과시키면서, 기업 회계 개혁 및 투자자 보호를 강화하고 있다.

기업범죄는 국가경제에 부정적 파장을 몰고 올 심각한 행위이기 때문에, 미국에서는 기업범죄의 발생원인, 그 비용과 감시 및 적발기제 등에 대한 다양한 연구가 진행된다. 하지만 우리나라의 경우 기본 데이터조차 체계적으로 제공되지 않아 언론보도를 기초로 초보적인 연구단계에 머물고 있다. 이번 윤리경영 스테디에서는 우리의 기업범죄(경영범죄)를 기업윤리의 틀 안에서 살펴보고, 그것이 기업성과에 미친 영향관계를 파악하는데 도움을 줄 연구 논문 두 편, 「기업범죄와 지배구조 - 미국과 한국의 연구를 중심으로」(최한수, 2015)와 「경영범죄와 기업성과」(김두얼, 2013)를 소개할 것이다.

◎ 기업범죄(경영범죄)의 정의

기업범죄에 대한 포괄적 정의는 기업이나 그 구성원이 노동자, 소비자, 일반대중 및 타 기업에게 인적·물적 손해를 가하는 범죄를 말한다. 하지만 기업범죄를 좁은 의미로 언급할 때는 화이트칼라범죄 또는 경제범죄에 해당한다. 기업범죄의 대부분은 기업 CEO나 CFO와 같은 최고경영진이 저지르는 비폭력범죄이고, 특히 한국의 경우 특경가법상 횡령·배임이나 회계부정 동기가 주로 경제적 이익을 얻기 위한 것이다. 따라서 좁은 의미로 기업범죄를 파악한다.

기업의 재정분야에서 기업범죄는 재무정보를 조작하여 회사의 이익을 부풀리는 방식으로 이루어지기 때문에, 기업사기(corporate fraud) 또는 증권사기(security fraud)라고 표현한다. 그리고 김두얼은 경영범죄를 경영자가 투자자의 이익에 반해서 저지르는 범법행위로 정의하고, 경영범죄 처벌에 적용되는 대표적 죄목으로 업무상 배임과 횡령을 꼽는다. 경영범죄, 화이트칼라 범죄 그리고 기업범죄 간의 관계는 아래 그림과 같다(김두얼, 2015).



◎ 기업범죄(경영범죄)의 발생원인

기업범죄의 원인은 우선 기업이 겪어온 단기 성장주의에서 찾을 수 있다. 단기간에 빠른 성장을 이룬 기업은 계속 일정 수준의 수익을 내야하고, 앞으로도 그 성장추세를 유지할 것이라는 시장의 기대를 충족시켜야 한다는 압력에 직면하게 된다. 바로 이러한 상황이 기업회계부정의 주된 원인이란 시각이 있다.

그러나 대부분의 연구는 잘못 설계된 CEO의 보수체계가 기업범죄를 저지르는 유인, 특히 조작된 재무정보를 투자자에게 공개하도록 유인하는 효과가 있다고 설명한다. 즉, 최고경영진의 보수가 주시가격 변화에 민감하게 반응할수록 회계정보조작의 유인이 커진다고 본다. 제록스사는 1997년과 2001년 리스 자산에 부적절한 방식으로 수입흐름을 배분하여 전체 이익을 부풀리는 방식으로 수입과 순수입을 각각 21억 달러와 14억 달러 과대 계상하였다. 바로 이 시기에 제록스사 CEO는 약 2천만 달러의 자기 소유 스톡옵션을 행사했다. 제록스 사례에서 애초 주주이익을 위해 도입된 스톡옵션이 역으로 주주에게 막대한 경제적 손실을 가져온 원인이 됐다.

결과적으로 스톡옵션이 최고경영진 보수의 상당부분을 차지하고 그것이 회사 실적에 민감하게 연계되도록 설계돼 있을 경우 재무정보 왜곡가능성 역시 비례해서 올라간다는 사실을 확인시켜준다. 한편, 해당 기업이 속한 산업의 미래가 호황이 예상될 경우 투자자 입장에서는 예상 투자수익률이 높아질 것이므로 상대적으로 경영진에 대한 감시 노력이 줄어든다. 그리고 경기전망이 밝을 경우 경영진 입장에서도 주식을 단기차익을 통해 실현할 유인가능성이 높아진다. 이러한 두 가지 상황은 경영진의 회계부정을 초래할 가능성을 높인다.

◎ 기업범죄(경영범죄)의 비용은 얼마나 발생하나

회계부정에 연루된 기업은 감독당국과 사법부에 의해 직접적으로 과징금이나 벌금 등의 금전적 제재를 받고, 매출 감소나 신뢰 및 이미지 추락을 경험한다. 카르포프 등이 수행한 1978~2002년 분식회계로 미국증권거래위원회(SEC)의 제재를 받은 585개 기업조사에 따르면, 기업 당 공식제재는 평균 2,350만 달러였다. 그러나 제재 이후 발생한 기업들의 판매수입 감소와 자금조달비용의 상승은 그 금액의 6배로 조사됐다. 기업범죄의 결과, 이른바 '시장제재에 따른 평판비용'은 천문학적 액수로 상승한다.

카르포프 등은 1978~2006년 회계부정행위로 SEC와 미 법무부의 제재를 받은 2,206명 임원의 이후 경력을 조사하였다. 관련자 93%가 해고되었고, 특히 최고경영진은 재취업기회가 사라졌으며 갖고 있던 스톡옵션을 행사할 기회마저 잃었다. 이들 중 약 28%가 형사 처벌되었고, 평균 4.3년 복역하였다.

한국의 경우, 2004년 1심 판결 선고된 128건 특경가법 사건의 분석결과, 범죄사실이 외부에 알려져 기업에 대한 형사사법절차가 개시되면 그 기업의 평균수익률이 크게 떨어진다는 사실이 밝혀졌다. 그러나 그 이유가 수사 및 재판 자체의 부담에 따른 결과일 가능성을 배제할 수 없지만, 실제 경영범죄 자체로 인한 경영부실이 누적된 결과라고 추정하였다. 수사와 재판의 종료 이후, 경영범죄 발생기업의 평균수익률은 일반 기업의 평균수준으로 회복되었는데, 그 요인은 "경영범죄로 인해 경영성과가 심각한 수준까지 악화된 기업들의 퇴출"이었다.

한국은 미국과 달리, 기업범죄를 범한 62명 중 32명의 임원이 유죄판결 확정 후 범죄를 저지를 당시 재직했던 회사나 다른 계열사 임원으로 복귀하였다. 경제개혁연대가 2000~2007년 기업범죄로 기소된 전문경영인을 조사한 결과, 1심에서 94%, 2심에서는 전원이 집행유예로 풀려나왔다. 2007년 이후 양형규정이 만들어진 결과, 전문경영인의 집행유예비율이 2007~2013년 1심 48.5%, 항소심 57.6%로 하락하였다. 기업범죄는 평균 20억 원이란 큰 피해규모로 가중처벌법이 적용되어야 함에도 높은 집행유예비율을 보이고 있다.

◎ 기업범죄(경영범죄) 처벌의 적정성

일반적으로 기업범죄는 CEO나 지배주주 단독으로 저질러지지 않는다. 범죄의 기획과 실행에 반드시 누군가의 도움을 필요로 한다. 만일 전문경영인이 지배주주의 불법행위를 감지했을 때 두 가지 선택지가 주어진다. 내부 고발할 것인지, 지배주주와 공모해 그들의 범죄행위를 도울 것인가이다. 한국에서의 연구결과는 지배주주가 기업 의사결정에서 거의 전권을 행사하기 때문에 후자를 선택할 가능성이 높다. 한국은 기업범죄에 대한 시장규율이 매우 약하게 작동하기 때문에, 전문경영인이 범죄방조를 택할 경우 만에 하나 적발로 문제가 생겨도 거의 대부분 원래의 자리나 다른 계열사 임원으로 복귀한다. 앞에서 언급한 것처럼 이들에게 집행유예 선고 가능성이 상당히 높고, 한국에서의 집행유예는 특별한 행동제약이 부가되지 않고 그 취소율도 매우 낮은 사실상의 면죄부이다.

2000~2007년 특경가법상 횡령배임죄로 유죄판결 받은 252명을 분석한 결과, 대기업총수 일가나 유착관계에 있는 전문경영인의 집행유예 가능성이 일반 경제사범보다 10%포인트 높게 나타났다. 이러한 결과는 대기업집단이 한국경제에서 차지하는 막대한 경제비중에 대한 고려의 산물 때문인 것으로 평가되었다.

◎ 기업범죄(경영범죄)는 어떻게 밝혀지나

2005년 159개 미국기업 연구 분석 결과, 금융전문가가 이사회나 감사위원회에 사외이사로 존재하는 기업에서 기업범죄 발생가능성이 낮았다. 한편, CEO가 이사를 선임하는 과정에서 유착관계가 형성된 경우, 이사회가 CEO의 위법행위를 적발하더라도 곧바로 CEO 해임으로 이어지지 않았다. 그리고 이러한 유착은 CEO 입장에서 실제 범죄가 적발되어도 느슨한 제재를 예상하여 범죄비용을 낮출 수 있었다.

감독기구의 엄격한 법집행은 기업범죄에 영향을 주었다. 미국의 경우, SEC 활동이 활발하거나 지리적으로 가까운 곳에 있는 기업일수록 공격적인 회계 관행을 채택하지 않는 경향성을 보였다. 그리고 대부분의 경우 기업범죄는 법집행기관, 특히 검찰수사에 의해 발견되는 경향이 강하다.

1996~2004년 미국 216건 기업범죄 사례분석 결과, 전통적인 사전 감지 장치였던 투자자, 감독기구(SEC), 감사가 실제 그 역할을 제대로 수행하지 못하고 있다는 사실을 발견하였다. SEC가 전체 범죄의 7%를, 외부 투자자들은 겨우 3%를 밝혀내는데 그쳤다. 대신, 그동안 주목받지 못했던 회사 내부 공익제보자(17%)나 언론탐사보도(13%)가 기업범죄 적발에 매우 의미 있는 역할을 했다. 전통적인 외부감시자에 비해 내부제보자는 범죄와 관련된 정보에 보다 잘 접근할 수 있고, 포상금 등의 금전적 동기나 명예적 유인(기자의 경우)이 있다는 사실을 알게 되었다.

◎ 기업범죄(경영범죄)의 효과적 예방장치

한국의 경우, 전문경영인이 기업범죄에 가담한 것은 낙인이 되어 자신의 직장 경력에 흠집을 내는 것이 아니라 오히려 지배주주에 대한 충성의 상징으로 인식되기도 한다. 공익신고자 보호가 실질적으로 이루어지지 않을 경우, 내부고발은 공익신고자의 일자리를 잃어버리게 만드는 독약이 될 수도 있다. 내부고발의 불이익으로부터 자유로운 기업환경이 조성되어야, 공익신고제도 및 포상신고제를 정착시켜 기업범죄를 효과적으로 예방할 수 있다.

기업범죄의 내부고발은 기업의 이미지를 훼손하고 손해를 가하는 위협이 아니라, 오히려 기업투명성을 제고하여 건전한 조직문화형성에 이바지함으로써 기업경쟁력을 강화시키는 자양분이 될 수 있다. 기업범죄가 야기하는 물질·인적 피해를 미연에 방지할 수 있는 효율적 수단이기도 하다.

버지니아 법대 교수 브랜든 가렛은 자신의 저서 『대마불옥(too big to jail)』에서 엔론 사태 이후 과징금이 급증했지만, 기업에 대해 “비밀관적이고 숨방망이 처벌”에 그치고 있다고 주장한다. 기업들은 과징금을 별다른 위협으로 느끼지 않고 감독에 걸리면 치러야 할 소소한 사업비용쯤으로 여기고 있다. 기업범죄의 억제효과를 발휘할 수 있는 현실성 있는 과징금 부과로 실효성을 확보하는 것이 중요하다.

*참고

- <http://www.cgs.or.kr/CGSDownload/eBook/REV/C201512001.pdf>
- <http://scholar.dkyobobook.co.kr/searchDetail.laf?barcode=4010023665357>
- <http://www.theceo.co.kr/news/articleView.html?idxno=98>

[제8호]

-

기업과 사회의 공유가치창출 로드맵

기업의 목적이 이윤추구라는 사실은 분명하지만, 기업의 이윤추구 과정에서 사회적으로 많은 문제들이 발생하기도 한다. 대기업과 중소기업 간의 불균형, 소득 양극화, 환경오염 등 여러 문제가 발생하면서 기업은 더 이상 이윤추구만을 목적으로 하는 경영을 할 수 없게 되었다. 기업은 사회적 책임의식을 가지고 경영해야 한다는 사회적 분위기가 조성되었고, 이윤추구활동과 더불어 윤리경영, 사회공헌 활동 등을 함께 실천하는 경영철학이 점차 확산되고 있다.

최근 기업이 이윤의 일부를 사회에 환원하는 사회공헌활동 방식을 넘어서, 경제적 가치와 사회적 가치를 동시에 창출하는 공유가치창출(Creating Shared Value: CSV)이 새로운 경영전략으로 떠오르고 있다. 미국 경영학자 피터 드러커는 ‘인간중심자본주의’를 주창하며, “오늘날 사회적이고 세계적인 모든 이슈는 숨겨진 사업기회”라는 표현으로 공유가치창출시대의 도래를 예견했다. 자본주의 최근 버전은 기업가치와 사회가치를 동시에 구현하는 공유가치창출을 핵심 전략으로 삼아야한다는 주장들을 담고 있다.

미국 보스턴 칼리지 기업시민센터에서 발간한 “기업과 사회에 가치를 전달하는 로드맵”(이하 로드맵으로 약칭) 보고서는 기업의 사회적 책임과 나아가 공유가치창출의 매뉴얼 성격이 있다. 그리고 하버드대 포터와 크레이머 교수는 “많은 기업들이 사회적 이슈를 부수적인 문제로 생각하는 좁은 의미의 사회적 책임 개념에 사로잡혀 있다. 이제는 사회환경을 개선하고 동시에 기업 경쟁력을 높이는 길을 찾아야 한다.”며 공유가치창출 개념을 제시하였다. 포터가 기업경쟁력 확보를 위한 경영전략으로 제시한 다이아몬드 모델을 경험적으로 분석한 논문 “다이아몬드 모델을 이용한 공유가치창출 전략에 관한 연구”(조상미/이재희)를 이번 윤리경영 스테디에서 같이 다룰 것이다.

◎ 지역사회와 가치 공유하기

로드맵에 따르면, 우선 기업의 기부행위와 직원들의 자원봉사가 지역사회에 참여하는 주된 활동방식이고 기업과 사회 모두에게 중요한 가치를 전달할 수 있는 행위이다. 기부에는 금전적인 것과 비현금 기여 모두 포함된다. 기부행위와 자원봉사를 결합하여 일과 삶의 공간을 더욱 개선시킬 수 있다. 기업 내부적으로 직원들의 자원봉사 프로그램을 조직하여, 각각 그 성취도를 파악할 수 있다. 이 경우, 직원의 사회적 책임활동은 인사고과의 인센티브로 활용할 수 있을 것이다. 이 과정에서 기업의 이익은 불분명하고, 지역사회의 이익은 명확하다. 결과적으로 인센티브시스템은 직원 자원봉사자들이 기업의 지역사회 참여프로그램을 이끌고 유지시키는 힘으로 작용한다.

조사결과 89%의 직원에게서 자원봉사 참여와 직장업무에서의 높은 참여율(만족도) 간 긍정적인 상관관계를 보였다. 직원들의 높아진 업무 만족도는 자신이 속한 기업에 대한 인식이 개선된 결과로 평가된다. 또한 직원의 자원봉사 프로그램은 네트워킹, 기술개발, 리더십훈련 등의 기회를 제공하는 역할을 한다. 직원 자원봉사자들의 진정성이 지역사회에 전달되면, 기업은 자신의 평판을 향상시킬 수 있고 더 많은 직원 자원봉사자를 유치할 수 있게 된다.

기업은 지역사회 참여프로그램을 지속적으로 측정하고 그 결과를 평가하여 기업과 사회의 목표를 동시에 달성할 수 있게 꾸준한 변화를 모색해야한다. 이러한 과정을 통해 기업과 사회의 가치가 통합되고 극대화될 수 있다. 그 결과 이해관계자들 사이에서 사회적 책임활동에 더 많은 관심과 인력의 참여가 생겨나고 직원의 모집 및 유지가 용이해지며, 그리고 높아진 평판 등으로 인해 기업 가치는 더욱 올라간다. 기업의 입장에서 사회 목표의 성취활동은 더 유리한 운영상황을 만들 수 있다. 로드맵의 결론은 지역사회가 행복하게 살아갈 수 있는 공간이 되도록 기업은 공유가치창출을 꾸준히 고민해야 한다는 것이다.

◎ 공유가치창출의 3가지 전략

공유가치창출은 기업에게 희생을 강요하는 것이 아니라, “기업의 이기적 활동이 곧 사회 전체의 이익”이 되는 방식으로 전략을 수정하자는 것이다. 포터와 크레이머 교수는 이를 위한 3가지 전략을 제시한다.

첫째, 제품/서비스 및 시장의 재해석이다. 기업의 제품과 서비스 타겟을 피라미드 하층부(BOP) 시장에 맞추는



전략이다. 소득의 하층부에 속하는 이들은 고가의 제품이나 서비스를 구매할 여력이 없다. 바로 이들을 대상으로 기업전략을 재정의 하는 것이 이 방법이다.

둘째, 가치사슬의 생산성 재구조화이다. 가치사슬이란 기업이 제품 및 서비스를 생산하는 과정에서 부가가치를 만들어 내는 모든 구체적인 활동, 즉 원재료 공급에서 생산, R&D, 마케팅, 일반 매니지먼트 등의 과정을 재구성한 개념이다. 사회문제를 해결하면서 동시에 기업의 가치사슬의 효율성도 개선하자는 것이 핵심이다. 물과 전기는 환경문제와 직접 연결되어있고, 깨끗하고 풍부한 물과 전기를 무한정 사용할 수 없는 부존자원이다. 이런 물과 전기 사용이 많아지면 기업의 가치사슬비용도 상승한다. 이 경우, 기업이 물과 전기 사용을 줄이기 위해 노력하는 것이 공유가치창출이 된다.

마지막으로 지역산업의 클러스터를 구축하는 것이다. 지역의 개별 공급자들을 집단화해 이들 스스로 자생성을 가질 수 있도록 지원하는 전략이다. 기업은 집단화된 지역 공급자를 육성할 수 있고, 지역은 소득증대라는 효과를

동시에 달성할 수 있다.

◎ 경쟁우위 개념과 다이아몬드 모델

기업은 생존과 성장을 계속하기 위해서 외부환경에 대처하고 한정된 자원을 이용하여 경쟁우위를 창출하려고 노력한다. 이러한 경쟁우위를 지속적으로 창출하기 위해 기업은 효과적인 경영전략이 필요하다. 기업 경영전략의 핵심은 치열한 글로벌 경쟁상황에서 희소한 자원을 어떻게 효율적으로 배분하여 경쟁우위를 확보할지 결정하는 것이다. 포터는 이러한 경쟁우위 개념을 바탕으로 국가와 산업, 기업, 개인의 경쟁력을 분석할 수 있는 다이아몬드 모델을 개발하였다.



다이아몬드 모델은 본래 국가경쟁력 분석을 위해 개발되었지만, 국가경쟁력 외에도 산업과 기업, 개인의 경쟁력을 종합적으로 분석하는 데에도 적용할 수 있다. 포터는 국가경쟁력을 설명하면서 노동 및 자본 등이 국가경쟁력을 발전시키는 것이 아니라, 끊임없는 혁신을 통한 전략적 선택이 국가의 경쟁력을 강화한다고 주장하였다. 즉, 경쟁우위는 전략적 선택에 의해 가능하고, 이를 위해서 경영의 모든 측면을 고려해야 한다는 것이다. 포터는 다이아몬드 모델의 요인을 생산조건, 수요조건, 관련 및 지원산업, 기업전략·구조 및 경쟁으로 제시하였다.

먼저, ‘생산조건’은 산업에서 경쟁하는데 필요한 자원, 자본 등 생산측면의 기본요건이다. 자원과 관련해서는 인적 자원과 물적자원, 지식자원으로 나누어 볼 수 있다. 인적자원은 직업이나 직급에 따라 구분할 수 있다. 물적 자원은 품질과 양, 주변의 자원 환경 등으로 볼 수 있다. 지식자원은 기업에서 판매하는 제품과 서비스에 영향을 미치는 한 국가의 축적된 과학, 기술 등으로 볼 수 있다. 자본은 사용가능한 화폐뿐만 아니라 무담보부채, 채권, 주식, 벤처캐피탈 등 다양한 형태가 포함된다.

두 번째로, ‘수요조건’은 상품이나 서비스에 대한 시장수요 측면의 크기, 가격, 성장패턴, 성격 및 특성이다. 즉, 해당 상품이나 서비스를 제공하는 시장의 크기와 성격, 경제적 특징에 따라 상품이나 서비스를 결정하고, 또 수요자의 욕구와 선호도에 따라 상품이나 서비스를 결정하는 것이다.

세 번째로, ‘관련 및 지원 분야’는 관련 분야의 클러스터 형성 및 지원분야 간의 시너지 효과이다. 즉, 기업이 상품이나 서비스를 제공하기 위한 활동을 함에 있어 필요한 공급자 산업이나 관련 산업의 존재여부를 의미한다.

네 번째로, ‘전략·구조 및 경쟁’은 기업을 설립하고 조직화하며 다른 기업과 경쟁하는 경영 여건 및 체제이다. 이

는 기업의 구조, 경쟁우위 전략, 경영방식과 그 방식을 둘러싼 환경, 제도와 그 특성 등을 포함한다.

◎ 다이아몬드 모델에 따른 공유가치창출의 전략적 활동

공유가치창출의 전략적 활동은 다이아몬드 모델의 4가지 요인에 따라 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 다이아몬드 모델의 ‘생산조건’과 관련한 전략적 활동은 기업자원을 정확히 파악하고 이를 활용하여 기업 내 부혁신의 계기로 삼을 수 있는 공유가치창출을 시행하는 것이다. 예를 들어 지역사회에 기업의 사회공헌전문가를 담당자로 배치하고, 임직원 자원봉사단의 인력을 통해 사업을 운영하는 것이다. 또한 경쟁우위의 제품과 기술을 이들 사업에 적극적으로 지원하는 것이다. 이는 자원 제공과 유통 및 조달에서 자원의 낭비를 막을 뿐만 아니라, 기업의 제품과 서비스 및 기술적 역량을 대상자 뿐만 아니라 외부에 홍보할 수 있는 기회를 마련할 수 있다. 기업의 다양한 자원과 제품, 서비스, 기술을 공유가치창출 활동에 활용하여 경제적 가치와 사회적 가치를 동시에 창출하는 것이다. 또한 지속가능한 친환경 기술을 이용하여 공유가치창출을 시행하면 다른 기업과 차별적인 경쟁력을 확보할 수 있을 것이다.

둘째, 다이아몬드 모델의 ‘수요조건’과 관련하여, 고객이 필요로 하는 사회적 이슈에 접근하기 위해 충분한 시장 조사와 분석을 통해 공유가치창출 활동을 전개해야 할 것이다. 환경문제나 사회 불균형 문제 등 글로벌 현안을 심도 있게 분석하고 회사역량을 파악하여, 현안의 시급성과 사업의 지속가능성이 높은 항목을 선정하여 공유가치창출 활동을 펼쳐야 할 것이다. 공유가치창출(CSV) 활동은 지역사회가 당면한 문제를 해결하고, 실제 필요한 욕구를 충족함으로써 사회적 문제해결과 사회적 가치를 창출할 수 있다. 사회 불평등이 심각한 상황에서 저소득층이 겪는 문제인 의료, 교육, 경제적 자립을 해결 할 수 있는 공유가치창출 사업을 시행함으로써, 경제적 가치와 사회적 가치를 동시에 달성할 수도 있다.

셋째, 다이아몬드 모델의 ‘관련 및 지원 분야’와 관련해서 비영리단체, 국제NGO단체 등 다양한 기관과의 연계를 통해 공유가치창출을 시행하는 것이다. 공유가치창출을 시행하는데 있어 비영리단체나 국제NGO단체 등과의 연계를 통해 사회적 인프라를 구축하면 관련 사업을 효율적으로 진행할 수 있다.

넷째, 다이아몬드 모델의 ‘기업전략·구조 및 경쟁’과 관련해, 가장 자신 있는 분야를 선정하여 공유가치창출 활동을 시행해야 한다. 특히 기업의 대표와 임직원이 공유가치창출에 대해 적극적인 관심과 지원을 보이는 것이 중요하다. 임직원에게 지속적인 공유가치창출 교육을 실시하고 연구팀을 설립해 지원 차원에서 전략적으로 활동해야 한다. 기업의 대표뿐만 아니라 모든 임직원이 공유가치창출을 정확히 알고, 이에 대한 인식을 개선시켜 경영전략의 한 부분으로 공유가치창출 활동을 적극적으로 지원하는 것이 중요한 부분이라 할 수 있다.

본 스테디에서 소개한 연구는 공유가치창출에 대해 관심이 높아지고, 많은 기업에서 공유가치창출을 준비하고 있는 상황에서 공유가치창출의 전략적인 활동방안을 고민한 시의적절한 것이었다. 앞으로 남은 과제는 공유가치창출 성과를 측정할 수 있는 지표가 개발되어야하고, 공유가치창출 프로그램이 체계적으로 기업 내에 마련될 필요가 있다. 세계적 기업들은 이미 공유가치창출의 구체적인 플랜을 가지고 움직이기 시작했다. 다양한 가치를 사회와 공유하고 그 속에서 새로운 사업 가능성을 만들어가는 핵심개념 공유가치창출을 우리 기업들도 혁신과 새로운 성장 동력이란 차원에서 깊이 있게 받아들여야 한다.

*참고

- <https://bc-ccc.uberflip.com/i/610740-community-involvement-roadmap>
- “다이아몬드 모델을 이용한 공유가치창출(CSV) 전략에 관한 연구” (2015. 8)

[제10호]

-

**“컴플라이언스
문화(Culture of
Compliance)”보고서**

기업은 임직원에게 일정 수준의 준법교육을 실시하지만, 해마다 한번 의무적으로 거쳐야하는 통과의례교육에 그치는 경우가 대부분이다. 그러나 2008년 금융위기 이후 크고 작은 부패스캔들이 끊임없이 이어지면서 컴플라이언스 프로그램의 중요성이 높아지고 있다. 기업은 점점 더 복잡해지는 규제당국의 요구들을 애해해 빠르게 복잡한 변화들에 빠르게 보조를 맞춰야한다. 기업은 준법경영코드를 전체 임직원이 공유하여 하나의 문화로 뿌리내리지 않고서는 빠른 변화의 소용돌이 속에서 생존의 위협을 받게 된다. 즉, 임직원의 일상 업무 자체가 지속적인 컴플라이언스 교육과정이 되어, 준법意識이 직장생활에서 무의식적으로 우러나야한다.

투스 로이터가 펴낸 짧은 보고서 “컴플라이언스 문화”는 일상적인 직무환경에 컴플라이언스가 녹아들어 기업 내 개인행동의 원칙과 기대치를 설정하는 방법을 잘 정리하고 있다. “컴플라이언스가 기업문화에 어떻게 더 나은 영향을 줄 수 있는가”라는 부제에서 알 수 있듯이, 컴플라이언스와 기업문화의 관계를 다룬 보고서이다. 컴플라이언스가 없다면 기업은 얼마나 엄청난 대가를 치르게 되는가에 대한 물음에서 보고서는 시작한다.

◎ 컴플라이언스 부재가 초래하는 결과

사회적으로 규제요구가 커지면서 규제당국은 기업이 리스크에 효과적으로 대응하고 완화시킬 정책과 프로그램을 갖추었는지에 주목하고 있다. 특히 최근 금융위기가 세계적으로 반복되는 추세 속에서 금융규제당국의 역할이 강조되고 있다. 따라서 규제수위가 높은 만큼 컴플라이언스를 갖추지 못함으로써 발생하는 기업의 비용은 매우 높아질 것이다. 위법행위에 따른 분명한 결과는 엄청난 액수의 벌금과 과징금이며, 이는 지역과 산업을 불문하고 컴플라이언스 실패에 대한 책임을 묻는 가장 실효성 있는 규제 장치이다. 예를 들어 독일 자동차회사 폭스바겐은 2015년 발생한 배출가스 테스트 조작 스캔들로 최대 180억 달러의 벌금을 물어야한다. 폭스바겐을 수입하는 각국에서 크고 작은 민사소송이 현재 진행 중이다. 일본 전자회사 도시바도 7년 동안 실적을 거의 20억 달러나 부풀린 분식회계 스캔들로 지난해 6,000만 달러의 벌금을 맞았다.

금융규제의 강화추세에 따라 금융위기 이후 금융서비스산업에서 엄청난 벌금부과가 이루어졌다. 은행들은 2,040억 달러 이상을 벌금 및 과징금으로 납부한 것으로 알려졌다. 2015년 6월 고객자산보호규정을 준수하지 않은 뉴욕 멜론은행에 1억8,500만 달러의 벌금이 부과됐다. 기업뿐 아니라 개인의 책임에 대한 규제도 동시에 증가하고 있다. 컴플라이언스 관리자는 그들이 제공한 서비스가 느슨할 경우 자신의 행동 또는 직무유기에 대한 책임을 져야한다. 설문조사결과, 컴플라이언스 전문가 93%는 개인적 책임이 증가할 것으로 예상하고 있다. 2014년 도이

치 बैंक, 브라운 브라더스 해리먼, 그리고 도쿄-미쓰비시 은행은 컴플라이언스 실패에 대한 책임을 물어 책임자에게 벌금을 부과하거나, 직위해제 또는 해고 조치했다.



결과적으로 컴플라이언스 부재가 초래하는 결과는 천문학적 벌금과 개인의 책임증가이다. 자금사정이 여유가 있는 기업은 막대한 벌금이나 과징금에서 회복할 수 있는 기회가 있지만, 그럴만한 자본여력이 없는 기업은 폐업상황이 올 수도 있다. 컴플라이언스 부재가 초래하는 결과가 엄청나기 때문에, 기업은 끊임없이 변화하는 규제환경에 적응할 방법을 찾는 것이 중요하다.

◎ 컴플라이언스 문화 뿌리내리기

컴플라이언스 문화를 뿌리내리기 위해서는 지속적인 관심과 많은 자원 및 시간이 필요하다. 국내외적으로 규제에 대한 요구가 지속적으로 증가하면서, 기업은 일상 업무에서 컴플라이언스를 실천할 수 있는 자원과 기술적인 틀을 갖추는 필요가 있다. 컴플라이언스 문화를 달성하기 위한 기본요소는 아래와 같다.

△ 인식 및 이해

기업은 변화하는 규제의 맥을 파악하기 위한 노력을 게을리해서는 안 된다. 컴플라이언스 관리자들은 새로운 변화에 눈높이를 맞춰 복잡한 규정을 잘 이해하고, 그 이해를 바탕으로 규제 리스크를 완화시킬 수 있는 결정을 내리는 것이 매우 중요하다.

△ 의사소통

일상적인 컴플라이언스 행위는 조직 전반에 걸쳐 윤리문화정착을 동반한다. 최고책임자(C-Suite)는 높은 윤리적 행위기준을 설정하여 임직원이 이해하고 실천해야 하는 기대치, 정책 및 절차를 효과적으로 꾸준히 전달하고, 자신부터 윤리문화정착을 위해 솔선수범해야 한다. 그리고 준수해야 할 표준을 분명히 정하면, 종업원 모두가 각자의 행위에 대해 충분히 예상할 수 있고 따라서 의사소통 가능성이 높아진다.

△ 교육

컴플라이언스 문화정착의 중요한 퍼즐조각 가운데 하나가 바로 종업원의 교육보장이다. 종업원들은 조직 내부의 정책과 외부의 규제를 정기적으로 교육받을 권리가 있고, 기업 내외부의 규제 및 절차가 끊임없이 변하기 때문에 빈번한 반복교육이 필수적이다. 특히 규제정보에 대한 기억을 극대화하기 위해서 소규모로 특정한 교육을 전달하는 마이크로러닝 같은 새로운 접근 방식이 도입되어야 한다.

△ 효율적인 기술

기업은 종업원들의 다양한 요구와 학습 스타일에 맞는 맞춤형 교육프로그램을 고안해야 한다. 특정 사용자의 직무에 맞게 대화형 용례, 동영상, 게임 및 퀴즈질문 등을 활용한 E-러닝 기술을 도입하고 모바일 친화적인 요소를 결합하면, 개인들은 핸드폰이나 태블릿 등을 통해 더욱 쉽게 규정과 절차를 숙지할 수 있다. 특히 강력한 추

적 및 보고 관리시스템을 기술적으로 구축하면, 규제당국이 기업의 행위와 의도에 문제제기할 경우 증거자료로 쉽게 활용할 수 있어 기업은 추가적인 이익을 볼 수 있다.

△ 인센티브

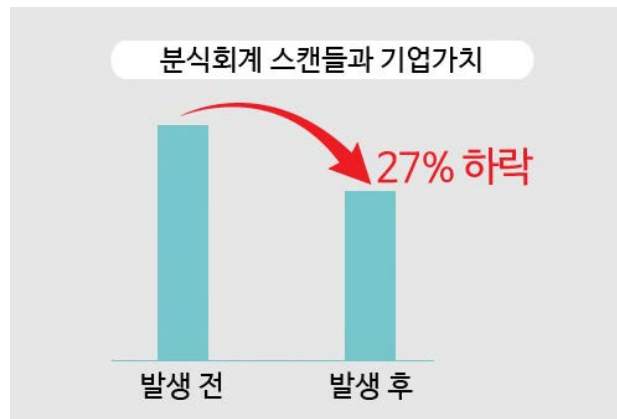
기업은 적절한 컴플라이언스 인센티브를 개발하여 준법 및 도덕적 행위에 대한 보상의지를 보여야 한다. 종업원들이 업무에서 개인적 이익을 얻을 가능성이 있을 때 더욱 동기부여 될 것이기 때문에, 깨끗한 인센티브문화도 컴플라이언스 문화 정착에 중요한 요소로 작용한다. 미국 증권거래위원회(SEC)도 “옳은 일을 하게 만드는 가장 효과적 방법이 바로 보상”이라며, 오랫동안 인센티브 관련 내용을 지지하고 있다.

△ 사고보고 및 사례관리

위법행위 보고는 대체로 익명을 선호하기 때문에, 다양한 옵션을 제공해야한다. 익명성이 보장된 철저한 사고보고 체계를 위해 온라인 웹 포털, 자동전화시스템, 실시간 운영자 또는 이 세 가지의 조합을 통한 여러 옵션이 제공돼야한다. 만일 기업이 사고보고 및 사례관리를 제대로 하지 않을 경우에는 추가적인 리스크에 노출될 가능성이 높다. 효율적인 사고보고 및 사례관리 플랫폼은 기업 전체의 위법사건을 수집, 관리, 해결하는 데 도움이 되는 응집력 있는 기업통제시스템 갖추게 한다. 일관된 방식으로 모든 사건정보를 수집하는 것은 리스크 수준에 따라 신속정확하게 사후조치를 취하는 데 큰 도움을 준다.

◎ 컴플라이언스 문화 정착으로 나타날 비교우위

대부분의 기업은 규제조항의 변화에 따라 행동하기 때문에, 새로운 규제결정이 나야지 내부 컴플라이언스 정책개발에 몰두하는 경향이 있다. 하지만 사후대책보다는 예방적인 컴플라이언스 문화를 구축해야 새로운 규정에 더욱 빠르게 반응할 수 있고, 기업의 준법경영목표를 더욱 잘 실현할 수 있다. 또한 기업은 강력한 컴플라이언스 프로그램개발에 시간과 비용을 극대화해서 그 구성요소를 내부문화에 잘 정착시켜야만 여러 비교우위에 설 수 있다.



△ 수익향상

새롭게 변화된 규제조항에 반응할 때, 컴플라이언스 문화의 토대를 갖춘 기업은 더욱 민첩하게 대응할 수 있다. 그들은 경쟁업체보다 한 발 더 빠르게 사건을 처리할 수 있다. 스탠포드 경영대학원의 연구에 따르면, 분식회계 스캔들이 발생한 기업은 이전 기업가치의 약 27%에 해당하는 평판 관련 피해를 입는다. 이는 기업이 규제변화에 잘 반응해야 성장을 극대화하고 이해관계자의 가치를 보존할 수 있음을 보여준다. 기업의 수익향상은 부정부패 스캔들 추방에서 출발하고, 컴플라이언스 문화정착으로 지속적인 비용절감과 수익향상을 기대할 수 있다.

△ 좋은 브랜드 명성과 인지도

기업신뢰도가 갈수록 떨어지는 시대에 기업의 윤리적 행동과 컴플라이언스 문화는 소비자의 불신의 벽을 허물고 인지도를 높여 기업의 브랜드 명성을 높이는 데 도움을 준다.

△ 벌금 및 과징금 감소

2015년 일본 자동차부품회사 카야바(Kayaba)는 가격담합, 입찰담합, 시장할당 등 반독점법 위반으로 3억2,400만 달러의 벌금을 물 위기에 놓였다. 하지만 미국 법무부는 효율적인 컴플라이언스 프로그램의 제도화가 인정하여 6,200만 달러로 경감 조치했다. 그리고 고객자산정보보호를 준수하지 않은 뉴욕 멜론은행도 정책개선을 위한 내부검토 작업에 착수해 컴플라이언스 프로그램 강화 조치를 취하면서 평판 손상과 막대한 벌금을 피할 수 있었다. 이는 더욱 강력한 컴플라이언스 기준을 마련한 기업에게 유리한 결정이 내려진 단적인 사례들이다.

◎ 컴플라이언스 문화, 슈퍼규제에서 살아남기

우리는 ‘슈퍼규제’ 시대에 살고 있다. 규제당국은 기업에 대한 단순한 단속수준을 넘어, 위법행위를 지속적으로 감시하고 있다. 그리고 기업은 실행 프로세스와 표준을 만들어 위법행위를 피하기 위한 조치를 취한다. 규제당국이 엄청난 벌금과 엄격한 절차를 통해 강제집행을 지속적 강화하고 있지만, 한편으로 강력한 컴플라이언스 정책을 구현하는 기업을 장려하는 조치도 취하고 있다. 이런 장려정책에 따라 강력한 컴플라이언스 프로그램을 갖춘 기업은 상대적 비교우위에서 유리한 판결을 받을 수 있다. 즉, 기업은 새로운 규제 장치에 빠르게 적응하고 적재적소에 원하는 정책을 실현할 수 있도록 컴플라이언스 문화를 정착시켜야 해외부패방지법(FCPA)이 제공하는 제도적 혜택을 누릴 수 있다.

규제압력이나 감시의 칼날은 컴플라이언스 문화 정착 수준에 따라 결정된다. 컴플라이언스 문화정착으로 누릴 무형의 혜택은 단순한 벌금경감과 같은 금전적 의미를 넘어선다. 규정을 준수하고 최고 수준의 윤리적 기준을 장려하는 기업문화를 만듦으로써, 종업원, 고객 및 잠재적 고객과의 신뢰가 높아진다. 그리고 최고의 인재가 제 발로 찾아와 일할 수 있는 문화를 조성한다. 컴플라이언스 문화정착은 수익증가에서 고객 및 종업원 그리고 다른 주요 이해관계자의 신뢰구축까지 광범한 혜택을 제공하기 때문에 기업으로서는 더 이상 미룰 수 없는 과제이다.

*참고

- <https://risk.thomsonreuters.com/content/dam/openweb/documents/pdf/risk/infographic/a-culture-of-compliance-infographic.pdf>
- “A CULTURE OF COMPLIANCE: How Compliance Can Affect Corporate Culture for the Better” (Thomson Reuters S030107/1-16)

[제11호]

2016

정보보호 10대 이슈

한국인터넷진흥원(KISA)은 급변하는 인터넷 환경변화와 트렌드를 분석해 「2016 정보보호 10대 이슈」를 발표했다. 국내외 유관기관의 보고서와 가트너·맥아피 등 글로벌 컨설팅 업체의 향후 전망 등을 바탕으로 네트워크 및 빈도 분석을 통해 핵심 이슈와 쟁점이 선정되었다. 특히 정보보호 10대 이슈를 최종 선정하는 과정에서 232명의 ICT(Information & Communication Technology) 종사자 설문조사가 실시되었고 분야별 전문가의 의견이 반영되어 있다. 따라서 이 보고서는 정보보안의 중요성을 이해하는 데 큰 도움을 줄 수 있다.

정보보호 10대 이슈로는 △국민안전을 위협하는 주요 기반시설 해킹 △신냉전시대의 서막, 국가 간 사이버 갈등 심화 △공공부문의 클라우드 보안 중요성 증대 △차세대 인증수단으로 생체인증(FIDO) △금융·의료 등 전 산업에 적용되는 정보보안 관리체계 △모바일로 확산되는 데이터 인질극, 랜섬웨어 △개인정보 국외 이전 논의 본격화 △현실화되는 커넥티드카 해킹 우려 △프라이버시의 새로운 위협 드론 △정보보호산업 진흥에 관한 법률 본격 시행 등이 있다. 이 가운데 윤리경영과 관련된 내용을 살펴보고자 한다

◎ 기반시설 및 공공부문 클라우드 보안의 중요성 증대



전력, 물, 가스 등 주요 기반시설 사고는 세계적으로 2014년 245건으로 2010년 대비 600% 증가했고 취약점은 2010년 18건에서 2014년 159건으로 800% 증가했다. 2015년 미국 국토안보국 보고에 따르면 상반기 108건의 사이버 공격 보고 가운데 27%가 에너지, 18%가 제조업 분야에서 발생하였다. 사이버 공격의 빈도수가 상대적으로 기반시설 분야에 집중되어 있는 것을 알 수 있다.

2015년 6월 미 연방 인사관리처가 해킹당해 연방요원 400만 명의 신상정보가 유출되는 사건이 발생했다. 그리고 IS를 자처하는 세력이 프

랑스 TV5몽드 방송시스템을 해킹하여 홈페이지 계정을 다운시킴으로써 방송이 일시 중단(15.4)된 일도 있었다. 세계 곳곳에서 기반시설 해킹으로 인해 물질적 피해가 발생하고 있는 상황이며, 국내에서도 한국수력원자력 해킹 공격으로 원전 관련 설계도면 유출(15.7), 한국철도공사 네트워크 망구성도 등 주요정보통신 기반시설 공문서 유출(15.9) 등 기반시설에 대한 해킹 사례가 발생했다. 따라서 기반시설 해킹 사전 방지대책 마련은 물론이고 신속한 사고처리, 복구 등 체계적인 사후 대응 시스템 구축이 필요할 것으로 전망된다.

미국, 영국 등 주요국에서는 보안성 강화를 통해 공공부문의 클라우드 도입을 촉진하고 있다. 미국은 이미 2012년부터 연방정부에 민간기업의 클라우드 시스템을 도입했고, 영국은 2014년 정부의 클라우드 사용을 위한 'G-클라우드' 인증제도 시스템을 구축하여 데이터 보안체계를 개편하였다. 선진국 사례처럼 예산 절감 및 행정 효율성 향상을 위해 공공부문에서 클라우드 서비스 도입이 반드시 필요하고 그와 동시에 보안의 중요성도 매우 강조되어야 한다. 우리는 약 1만 5,000여 곳의 공공기관에서 클라우드 도입이 가능하지만, 보안 시스템의 제도적 기반 및 보안 기준 부재로 도입 및 활용이 현재 어려운 상황이다. 국내 클라우드 시장도 2014년 5억 4,000만 달러에서 연평균 17.7% 성장세를 이어가 2019년 12억 달러 규모가 될 전망이다. 작년 9월 '클라우드컴퓨팅 발전 및 이용자 보호에 관한 법률'의 시행에 따라 각종 규제 때문에 도입이 어려웠던 공공기관에서의 클라우드 시스템 활용이 서서히 가시화될 것이다. 따라서 공공기관에서 클라우드컴퓨팅이 본격적으로 확산되면, 보안 신뢰성 제고를 위한 정책의 중요성도 강조될 전망이다.

◎ 프라이버시 침해 가능성 및 방지책 마련의 중요성

핀테크 차세대 인증수단으로 신체 일부를 활용하는 생체인증(FIDO) 기술이 부상하고 있고, 표준 수립을 위해 관련 협의체를 신설하는 등 정부와 민간기업의 관심이 높아지고 있다. 안드로이드페이나 삼성페이 등 간편 결제 서비스를 중심으로 생체인증 기술이 이미 활용되고 있다. 국내에서도 공인인증서 의무사용이 폐지되고 인터넷은행이 허가되는 등 생체인증 기술 확산의 정책적 기반이 마련되면서 생체인증 기반 서비스들이 금융권을 중심으로 다수 등장할 것으로 예상된다. 하지만 개인 생체 정보를 활용한 기기, 서비스의 보급이 확대되면서 시장 혼란, 프라이버시 침해 방지를 위한 표준화 및 제도적 보완을 요구하는 목소리도 높아질 것이다.



2015년 민간용 드론시장 규모는 5억 달러 정도이고 연평균 28%씩 성장해서 2023년 22억 달러에 달할 것으로 보인다. 하지만 기기에 장착되는 카메라 기술이 향상되면서 드론으로 무분별하게 사진 및 동영상을 촬영함으로써 프라이버시를 침해하는 사례가 급증하고 있다. 미국 켄터키 주에서 개인 주택에 무단 침입한 드론을 총으로 격추시킨 사건이 발생하여 '드론 비행자유' vs. '프라이버시 보호를 위한 정당방위'에 대한 논쟁이 발생('15.7)한 적이 있다. 따라서 미국, 일본 등 주요국은 드론 활성화 정책과 함께 프라이버시 보호방안을 동시에 마련 중이다. 지난해 미국 캘리포니아주는 no-fly zone을 지정(8월)

했고, 연방항공청은 개인드론등록을 의무화(11월)했다. 또한 일본 총무성은 드론 촬영영상 지침을 마련하여 사생활 침해방지의 가이드라인을 제시('15.6)하고 있다. 개인용 드론 및 상업적 활용의 증가에 따라 프라이버시 침해 논란도 확대될 것이며, 주요 시설물에 대한 드론 공격 위협에 대응하기 위해 드론 탐지 레이더, 식별 카메라, 전파 교란 장치 등 드론 방어 체계 관련 기술의 실용화가 이루어질 전망이다. 하지만 방어기술 및 체계의 사용기준과 범위 등에 대해서도 드론 사용자와의 논란이 있을 수 있다.

◎ 데이터 인질극, 랜섬웨어의 모바일 확산

사용자의 문서나 이미지 등을 암호화시키고 돈을 요구하는 악성코드인 랜섬웨어가 스마트폰의 보급 확산에 따라 모바일로 확대될 것으로 보인다. 모바일 기기의 이용이 일상화되면서 개인정보 및 데이터가 스마트폰에 주로 저장됨으로써 랜섬웨어의 공격 대상이 모바일로 옮겨갈 것이다. 미국에서는 FBI를 사칭한 조직이 새로운 종류의 모바일 랜섬웨어 '심플라커(Simplelocker)'를 유포시켰다. 그리고 미국·호주·프랑스 등에서는 아이폰 사용자 계정 22만 5,000개가 해킹으로 유출되면서 일부 피해자들이 잠금장치해지를 대가로 돈을 요구하는 랜섬웨어에 감염되기도 했다.

유명 커뮤니티 사이트에 컴퓨터 랜섬웨어가 최초 유포('15.4)된 이후 공공기관, 지자체, 대기업, 중소기업, 개인

등이 감염되며 점차 늘어나는 추세이다. 국내에서 한글 인터페이스를 갖춘 랜섬웨어가 등장해 앞으로 모바일 랜섬웨어는 급속히 늘어날 가능성이 높다. 모바일을 통한 업무가 활발하게 이루어지는 기업환경에서 랜섬웨어는 정보보호 및 문서보안을 이중삼중으로 하지 않으면 최악의 경우 주요부서의 업무마비사태를 초래할 수도 있다. 특히 다양한 종류의 모바일 랜섬웨어가 확산될 경우 글로벌 수사공조 없이는 해결이 어려워 지속적인 골칫거리가 될 것으로 전망된다.

◎ 정보보호관리체계 마련의 시급성



ICT 활용으로 인해 금융, 의료 등 비ICT 분야에서도 보안사고가 발생하면서 정보보호관리체계 도입이 증가하고 있다. 특히 금융사기, 불법 판촉, 보험·제약회사 악용 등 2차 피해 발생 가능성이 높은 금융, 의료 분야에서 개인정보 유출 사고 등의 위험이 크게 증가하고 있다. 미국의 경우 개인정보 유출 사고 42.5%가 의료 부문에서 발생하고 있다. 최근 5년간 국내 은행권에서 195건의 금융사고가 발생해 사고금액이 5,357억 원에 이른다. 그리고 국내 다국적 의료 정보업체 대표가 25억 건의 의료정보를 미국에 유출시키는 사건이 일어나기도 했다.

국내외에서 금융·의료 부문의 보안사고로 사회적 비용이 발생하고 있어 정보보호관리체계 마련이 시급한 상황이다. 미국과 영국은 해당 분야를 대상으로 사이버보안프레임워크를 구축해서 정기적 훈련과 사이버 복원력을 테스트하고 있다. 한국도 사이버안전대진단을 통해 기업의 대응 능력을 점검하고 정보보호관리체계, 정보보호준비제도 등 인증 의무화를 추진하고 있다. 따라서 금융, 의료, 교육 등 비ICT 분야에서도 주요 정보 자산을 효율적으로 보호하고 관리하기 위한 정보보호관리체계 도입의 필요성이 높아질 것이다.

◎ 정보보호의 산업화와 전망

정보보호의 요구가 급속도로 커지고 있기 때문에 정보보호 시장의 수요와 공급이 활성화되어 선순환적인 산업 생태계가 조성될 것으로 전망한다. 전 세계 정보보호 산업의 높은 성장세에도 불구하고 국내시장은 성장세가 둔화되고 있다. 국내 정보보호 산업의 시장규모(14년 69억 달러)는 세계시장(1,900억 달러)의 약 3.6% 수준이고 최근 성장률(14년, 7.1%)은 이전 3년 평균 성장률(약 15%)에 비해 하락세를 보이고 있다. 국내기업은 윤리경영시스템에 대한 전반적 이해가 낮은 것처럼, 정보보호에서도 낮은 유지관리 효율 적용, 서비스 대가 불인정 등 덤핑식 저가 발주 관행이 정보보호 산업성장을 더디게 하는 악순환의 장애로 작용하고 있다. 따라서 선순환 정보보호 산업생태계 구축을 위한 법적 기반 마련이 필요했다.



지난해 국내 시장 가격의 왜곡을 해소하고, 정보보호 산업을 육성·강화하기 위해 정보보호 제품 및 서비스의 적정 대가 확보, 정보보호 공시 제도 등을 규정한 '정보보호산업의 진흥에 관한 법률'이 제정되었다. 기업의 자발적 정보보호 투자, 적정 대가 지급 등이 확대되어 정보보호 제품, 서비스 업체 및 컨설팅, 관제 등 국내 정보보호 산업이 활성화될 전망이다. 정보보호 관련 기술 개발, 표준화, 인력 양성 체계의 변화가 예상된다. 가격경쟁체제에서 기술경쟁체제로 전환되면서 정보보호 산업의 선순환 생태계가 조성될 것으로 전망된다. 윤리경영의 한 축인 정보보호가 역설적으로 산업화를 통해 더욱 강화될 전망이다.

*참고

- http://www.kisa.or.kr/public/library/IS_View.jsp?mode=view&p_No=158&b_No=158&d_No=295
- http://www.hellot.net/new_hellot/magazine/magazine_read.html?code=202&sub=003&idx=27431

[제12호]

제3자 리스크 관리 보고서



2016년 톰슨로이터는 구매 및 조달, 컴플라이언스, 법률전문가 등 조직 내 제3자 리스크 관리를 책임지는 1132 명의 전문가들을 설문조사하여 제3자 리스크 관리 보고서를 발간했다. 미국해외부패방지법(FCPA) 위반 사례의 90%가 제3자와 관련된 내용일 정도로 제3자 리스크 관리는 기업윤리경영에서 가장 큰 도전이다. 이 보고서는 기업이 제3자 리스크 관리의 구체적 실천사례를 벤치마킹하기 위해 필요한 내용이 무엇이고 개선이 필요한 부분이 어딘지를 파악하는데 많은 시사점을 줄 것이다.

◎ 제3자 리스크의 안전지대는 없다

경쟁이 치열한 환경에서 기업들은 보다 적은 자원으로 신속하게 더 많은 성과를 내야한다. 일반적으로 비핵심부 문은 아웃소싱하게 되고, 낮은 지역으로 영업망과 공급망이 확대된다. 예를 들면, 미국에 본사를 둔 기업이 인도 나 인도네시아와 같이 저비용 국가에 지원 부서를 두고 베트남이나 멕시코에서 상품을 생산해서 전 세계 소비자 들에게 완제품을 공급하는 형태로 회사를 운영하는 것이다. 한편 영국의 변화가 슈퍼마켓은 수천 마일이나 떨어진 곳의 소규모 생산자가 공급하는 식료품을 판매하기도 한다. 이런 글로벌 기업환경에서 선진국과 개발도상국 사이의 기업문화나 리스크에 대한 기준 및 이해의 차이가 심각한 문제를 야기할 수 있다. 따라서 지구 반대편에서 영업하는 제3자가 일으키는 불미스러운 일들은 공급사슬 전체에 커다란 위협이 될 수 있다.

응답자의 74%는 제3자 관계가 기업을 더욱 유연하고 경쟁력 있게 만든다고 말한다. 나아가 현재의 경제 환경에서 새로운 사업이 성공하려면 규제와 관련된 리스크를 감수해야한다고 생각하는 비율이 65%나 된다. 이러한 생각은 절반 가까이가 제3자 리스크와 관련해 전 지역이 고위험 또는 중간위험 지대라고 인식하는 것의 반증일 수

있다. 흥미로운 점은 지구상 어디에도 제3자 리스크의 안전지대가 없다는 사실이다. 54%의 응답자가 사하라 사막 이남의 아프리카를 특별위험지역으로 꼽았지만, 영국과 미국도 예외는 아니다.

◎ 제3자 리스크 관리를 둘러싼 환경

제3자 리스크가 세계화로 인해 급격하게 증가했지만 절반이 넘는 응답자는 그들이 직면한 리스크를 잘 모르고 있었다. 2016년 1분기에 FCPA 판결(8건의 기업판결과 3건의 개인판결)로 기업에게 거의 5억 달러나 되는 벌금 및 과징금이 부과됐다. 이처럼 법적인 처벌뿐 아니라, 기업은 평판 리스크로 인해 치명상을 입을 수 있다. 소셜미디어 ‘Naming and Shaming’(이름을 거론해 수치심안기기라는 의미)과 같은 곳에서 기업들의 법규위반사실을 확대재생산하면 평판 리스크는 더욱 심각한 상황이 될 수 있다. 세계경제포럼(WEF)에 따르면, 평균적으로 기업 시장가치의 25% 이상이 직접적인 평판에 달려있다고 한다. 기업이 제3자 실사를 꼼꼼히 해야 하는 중요한 이유가 바로 평판 리스크 때문이다. 자신들의 잘못뿐 아니라 제3자의 위법행위 때문에 곤혹을 치르는 사례를 종종 접하게 된다.

응답자에게 “제3자 리스크 관리에 어떤 규정이나 정보를 이용하느냐”라고 물었더니, 그 결과는 다음과 같다. △미국해외부패방지법(FCPA) 71%, △영국뇌물방지법(UKBA) 61%, △분쟁광물규약(US DODD FRANK 1502항) 59%, △유럽연합목재규제(EUTR) 59%, △캘리포니아공급망 57%, △생물다양성협약(CBD) 57%, △영국현대노예법안(Modern Slavery Act) 55%의 순서로 이용 빈도수가 확인되었다. 주로 미국과 영국 중심의 관련법규들이 참고 되고 있음을 알 수 있다. 영국의 현대노예법안(Modern Slavery Act)은 거래액 3600만 파운드 이상의 영국기업들이 기업 내에서나 그들의 공급망에서 노예제(노예노동)와 인신매매가 발생하지 않도록 조치를 취할 의무가 있음을 포괄적으로 규정하고 있다. 기업은 제3자의 말과 행동이 실제 다를 수 있기 때문에 정밀실사 과정을 통해 현실에서 벌어지고 있는 것이 무엇인지 잘 살펴야 한다.

제3자 리스크는 다음 6가지 압력에 의해 관리환경이 형성된다. △공급망 증가와 제3자 리스크 규제, 지속가능성 향상 요구 △컴플라이언스 부재에 따른 더 높은 벌금 △실사를 증명하기 위해 필요한 증거 △이슈를 주도하는 소비자 윤리 △주주가치와 투자자 만족 △시민사회와 NGO 압력 등은 철저한 제3자 리스크 관리를 요구하고 있다.

◎ 제3자 리스크 인식과 실사 상황

제3자 리스크의 최초 방어선은 인식이며, 제대로 알기 위해서는 정밀실사가 필요하다. 그러나 제3자 리스크 관리를 위한 정밀실사는 62%만 수행하고 있는 것으로 조사됐다. 미국 소재 기업응답자의 수치는 74%로 조금 높은 편이다. 제3자가 다른 공급업체에게 외주를 주고 있다는 사실을 파악하는 것은 경영리스크 관리에서 반드시 필요한 부분이지만 이러한 사실관계조차 파악하지 못한 응답자가 무려 61%에 달했다. 그리고 실사가 이루어진 경우에도 62%는 일차적인 제3자 관계만 실사할 뿐이라고 응답했다.

조사결과, 위험스러운 내용은 ‘제3자 리스크가 감수할만한 측면도 있다’고 판단하는 점이다. 63%의 응답자가 새로운 비즈니스를 성공시키는 것이 우선순위이기 때문에 규정을 위반할 수도 있다는 사실에 동의하고 있다. 의외로 이러한 인식이 미국에서 79%로 높은 편이고, 프랑스에서는 47%로 상대적으로 낮은 편이다. 리스크 감수는 56%의 응답자가 규정을 위반해도 기소되지 않을 수도 있다는 인식을 갖고 있는 것과 관련이 있는 것으로 보인다. 강력한 규제 법안이 마련된 미국(61%)과 영국(56%)에서도 이러한 발언에 상당 부분 동의하고 있는 것으로 나타났다. 하지만 이 두 나라에서는 제3자가 규정을 위반하면 해당 기업도 동시에 처벌받는 곳이다.

기업부문과 관련해 전문서비스 영역에서는 응답자의 75%가 제3자 규정위반을 회사 내부적으로 보고하는 반면, 식음료 영역에서는 훨씬 낮은 51%만 보고가 이루어졌다. 관련법규 위반 시 응답자의 11%만 외부에 이 사실을

알리며, 15%는 기록만 남기고 보고하지 않을 것이라고 응답했다. 유감스럽게도 벌어진 사건의 존재조차 파악하지 못한 기업도 일부 있었고, 실제 4%의 응답자는 알았더라도 아무 것도 하지 않았을 것이라고 말했다.

응답자의 92%는 강제조치를 경험한 후, 컴플라이언스에 지출되는 비용을 증액한다. 기업은 초기 비용 부담 때문에 제3자 리스크 관리를 썩 내켜하지 않는다. 하지만 벌금이나 과징금, 평판 리스크 등의 영향을 생각하면 실사와 모니터링에 충분한 관심을 기울여야 한다.

◎ 제3자 리스크 관리에 영향을 주는 요인

일반적으로 규제와 컴플라이언스(55%), 기업의 평판보호(53%) 때문에 제3자를 실사 하는 것으로 알려졌다. 지속가능한 공급망의 확보를 위해 제3자 실사가 필요하다는 응답은 31%였다. 공급사슬의 테두리 안에서 환경 및 사회경제적인 개선을 추구하는 관리시스템은 결과적으로 기업에게 이익을 줄 수 있다. 덴마크 제약업체 ‘노보 노르디스크’ CEO 라스 소렌슨은 “기업의 사회적 책임(CSR)이 아무 것도 아닌 것처럼 보이지만 오랜 기간에 걸쳐 기업의 가치를 극대화시킨다.”면서 “장기적으로 사회 및 환경 이슈들이 곧 금융이슈가 된다.”고 말한 바 있다.

끊임없이 변화하는 리스크들 가운데 새로운 리스크를 식별하기 위해서는 상시적인 모니터링이 필수적이다. 하지만 단 36%만 제3자 리스크를 주도면밀하게 모니터링하고 있는 것으로 밝혀져, 아직 위기의식의 강도가 약한 것을 알 수 있다. 제3자는 소유구조나 작업장 조직을 얼마든지 수시로 변화시킬 수 있으므로 상시적인 모니터링이 필요한 것이다. 제3자에 대한 전면적 실사 전략이 수립돼야 한다. 금융범죄의 경우 47%가 실사 과정에서 걸러졌고, 뇌물 및 부정부패는 42%가 걸러졌다.

제3자에 대한 교육프로그램을 전적으로 실시하는 것은 대기업(38%)이 중소기업(22%)의 거의 두 배 수준이다. 변화하는 제3자 리스크를 모니터링 하는 것도 42%의 대기업이 전적으로 실시하고 있는 반면, 중소기업은 29%에 불과해서 기업규모에 따라 심각한 차이를 보이고 있는 것으로 조사되었다. 한편, 제3자 리스크의 관리주체가 컴플라이언스 프로그램 본부라는 응답이 2/3 이상이였다. 획일적으로 중앙 집중화된 리스크 관리프로그램은 지역 특성의 독특한 리스크를 간과할 위험성이 도사리고 있다.

◎ 제3자 리스크로부터 안전한 미래 설계

자료부재(41%)와 자원제약(38%)이 제3자 리스크 관리를 어렵게 만든다. 특히 컴플라이언스 및 리스크 관리, 구매 및 조달 그리고 CSR에서 근무하는 응답자의 44%가 예산과 시간 등 자원제약 때문에 어려움을 겪는 것으로 나타났다. 반면 제3자 리스크 관리에 별다른 애로사항이 없다는 응답이 5%에 불과하다는 사실은 최고위층의 지원 없이는 제대로 된 리스크 관리가 힘들다는 사실을 잘 설명해주는 대목이다.

제3자 리스크 관리에서 무엇을 잘 실행하고 있는가라는 질문에 응답자의 2/3가 교육 및 훈련만큼은 잘하고 있다고 ‘매우’ 자신 있게 답변하였다. 하지만 제3자 리스크 관리의 핵심영역인 지속적인 모니터링(32%)과 보고(33%)는 제대로 실시되지 않고 있었다. 게다가 공급망에서 제3자 리스크 관리에 필요한 조치를 전적으로 취하고 있다는 응답은 40%에 채 못 미쳤고, 약 10%는 아무런 조치를 취하고 있지 않았다. 제3자 리스크의 식별→평가→대응→모니터링으로 이어지는 관리시스템에서 실제로 마무리 단계가 거의 이루어지지 않음을 알 수 있다.

제3자 리스크는 표면에 꼬집어내기 전에는 감춰져 있기 때문에, 1차 공급업체를 넘어 공급사슬 전체를 조사할 필요가 있다. 제3자 기업만 조사하는 것으로는 부족하고 그 모회사, 실질적인 소유자, 자회사나 임원진 모두를 살펴봐야 한다. 조사결과 실질적인 소유자에 대한 확인은 38%의 기업에서 이루어졌고, 임원진 조사가 이루어진 경우는 27%에 불과했다.

제3자 관계는 비용을 줄이고 자원을 최적화함으로써 기업성공의 핵심적 역할을 한다. 하지만 규제가 강화되는 글로벌 환경에서 오히려 리스크를 증폭시킬 수도 있다. 응답자의 71%는 리스크의 증가와 함께 규제당국이 제공하는 정보도 동시에 늘어날 것으로 보았고 제3자 리스크 관리에 사용될 시간과 자원이 늘어날 것으로 기대한 비율도 3/4이나 되었다. 제3자 리스크가 제대로 관리된다면 공급사슬 전체가 투명하게 작동함으로써 수십, 수백 개 기업의 윤리경영을 확립하는 첩경이 될 것이다.

***참고**

- <https://risk.thomsonreuters.com/en/risk-sectors/third-party-risk-management.html>

2016 Business Ethics Briefs

윤리 일문일답(Q&A)

[제1호]

Q.

유엔 기후변화협약 당사국 총회(COP21)란 무엇이며 교토의정서와는 무슨 차이가 있나요?

A.

COP(Conference of the Parties)21은 프랑스 파리(2015년 11월 30일~12월 12일)에서 열린 제21차 유엔기후변화협약 당사국 총회를 말합니다. 당사국총회는 기후변화협약 관련 최종 의사결정회의로 일 년에 한번 모임을 가지며 195개 협약 당사국 모두가 참여한 이번 당사국 총회에서는 2021년부터 온실가스 감축 실천을 의무화하는 파리협정에 합의했습니다.

파리협정은 선진국과 개발도상국 모두 2021년부터 온실가스 감축에 노력하여 산업화 이후 2100년까지 기온 상승을 1.5도 이하로 제한하기 위한 노력을 추구하기로 했습니다. 특히 각국은 '진전원칙'을 채택하여 5년마다 상향된 목표를 제출해야 하며 국가별 이행 여부는 2023년을 기점으로 5년 간격으로 국제사회의 검증을 받아야 합니다.

교토의정서 체제에서는 선진국만 온실가스 감축 의무가 있었던 것과 달리, 모든 나라가 감축 의무를 수행해야 하는 차이가 있으며, 태평양 섬나라 국가들과 아프리카 등 기후변화로 인해 생존위기에 놓여있는 취약한 국가들의 목소리를 반영하고 개도국 지원을 위한 재원을 조성하기로 하였다는 점에서 의미가 있습니다.

[제2호]

Q.

‘마케팅 윤리’라고 말을 해도 너무 두루뭉술한 느낌인데 구체적으로 우리가 어떻게 해야 하나요?

A.

마케팅 윤리의 궁극적 목표는 바로 ‘고객’입니다. 우리의 사업은 고객이 없다면 완성 될 수 없기 때문이죠. 이렇거나 중요한 고객에게 해가 되는 제품이나 서비스를 제공한다면? 장기적으로 보았을 때 사업에도 악영향을 미치게 되겠죠. 따라서 마케팅 윤리를 실천하고자 할 때 스스로 물어야 하는 첫 번째 질문은 ‘고객에게 도움이 되는 것인가?’ 입니다.

그렇다면 고객에게 도움이 되는 상품이나 서비스만 제공한다면 아무런 문제가 없는 것일까요? 만약 A사의 담당자가 이름과 메일 주소만 넣어 응모하면 해외 여행권을 준다고 하여, 자신이 가지고 있는 고객들의 이름과 메일 주소를 넣어 응모해준다면, 진정 고객을 위한 일이라 할 수 있을까요? 답은 당연히 NO입니다. 고객정보 수집 시 우리는 고객에게 정보의 사용 용도와 저장 기한 등을 확인 받습니다. 그런데 고객과 약속하지 않은 일에 고객정보를 활용한다는 것은 고객을 기만하는 것과 같습니다. 즉, 마케팅 윤리를 실천하고자 할 때 스스로 물어야 할 두 번째 질문은 ‘고객을 기만하는 부분은 없는가’입니다.

물론, 이 두 질문만으로 마케팅 윤리를 다 실천할 수는 없습니다. 다만, 내가 하고 있는 일에서, 우리 회사가 하고 있는 일에서 마케팅 윤리에 위배되는 요소를 찾고 이를 고칠 수 있는 1차 거름망은 될 수 있을 것입니다.

[제3호]

Q.

어찌다가 거래처로부터 금품을 수수하게 되었습니다. 이를 곧 후회하고 거래처에 받은 금품을 돌려주었는데, 이런 경우에도 윤리규범을 위반한 것인가요?

A.

일단 자기 것으로 하려는 생각으로 금품을 받은 것이라면 뒤에 이를 반환하였다 하더라도 윤리규범을 위반한 것으로 볼 수 있겠죠. 즉, 금품을 주머니에 넣거나 서랍 또는 예금계좌에 보관한 후 반환하는 경우가 이에 해당합니다. 그러나 자기도 모르는 사이 놓고 간 것을 발견한 경우, 인지한 후 즉시 윤리경영 담당부서에 신고하거나 반환하는 것은 윤리규범을 위반한 것이 아닙니다.

*참조 : 대한상공회의소 윤리경영 100문 100답

[제4호]

Q.

‘힘희롱’이라는 말이 있는데 성희롱과 비슷한 건가요?

A.

‘힘희롱’이란 단어가 낯설게 느껴지나요? 그럼 ‘갑질’은 어떤가요?

힘희롱이란 상급자가 직위를 이용해 부하직원을 괴롭히는 것을 말합니다. 이 ‘괴롭힘’에는 여러 가지 유형이 있는데, 상사가 직위를 이용해 성적 추행을 하는 성희롱도 이에 포함됩니다. 간단하게 힘희롱의 종류에 대해 살펴볼까요?

1. 신체적 폭행:

물건을 던지거나 때리는 등의 행위, 신체적 성희롱이나 성폭행 등.

2. 언어적 폭행:

욕설, 폭언, 인격모욕 등의 언사, 음담패설과 같은 성희롱.

3. 따돌림:

회사생활에서의 의도적인 고립, 업무상에서 배제하는 행위

4. 무리한 지시:

현실적으로 불가능한 업무 지시, 부당한 지시, 직원 능력·권한 밖의 지시

5. 사적인 지시:

주말에 운전을 시키거나 개인적인 심부름을 시키는 등 업무와 무관한 지시

6. 사생활 침해:

사생활에 대해 과도하게 참견하거나 함부로 휴대폰 대화를 보는 등의 행위

어떤 행동이 힘희롱에 해당하는지 이해가 되셨나요? 혹시 ‘그럼 내가 힘희롱을 당하고 있었던 거야?’라고 생각하신 분이 계신가요? 만약 힘희롱을 당하고 있다면 상사에게 이것이 힘희롱에 해당됨을 알리고 멈출 것을 요청하세요. 그래도 힘희롱이 멈추지 않는다면 회사 내부의 핫라인을 이용하거나 핫라인이 없는 경우, 기업 내 상담센터를 이용하여 대안을 마련해나가야 합니다.

[제5호]

Q.

허위보고 같은 정보 조작은 왜 일어나는 걸까요?

A.

먼저 허위보고는 개인이 문제인 경우와 조직이 문제인 경우, 두 가지가 있을 수 있습니다.

개인의 경우, 이득을 위해 자의로 잘못된 행동을 하는 경우입니다. 뇌물이나 청탁이 아니더라도 약간의 효율성을 바라거나 덜 귀찮기 위해 허위보고를 하기도 합니다. 일례로 급하게 외주업체를 구할 때는 지인의 업체나 추천 받았던 업체 등 기존에 알고 있는 업체를 선정하는 경우가 있습니다. 바쁜 때 여러 업체를 확인하고 비교하는 정상적인 절차보다 이편이 효율적이고 작업도 수월하게 느껴지기 때문입니다. 하지만 이것은 최선의 선택이 아닐 수 있을 뿐더러, 정상적인 절차처럼 꾸미기 위해선 정보 조작이 필요할 수 있습니다.

개인의 문제를 고치기 위해선 교육과 상벌이 필수입니다. 나의 행동이 허위보고에 해당될 수 있음을 인지하고나면 이러한 행동에서 가책을 느끼기 때문에 이를 고치게 됩니다.

조직의 경우, 허위보고가 만연한 문화를 가진 경우입니다. 개인은 허위보고에 대해 가책을 느끼지만 주변 모두가 그렇게 하기 때문에, 또는 지시를 받아서 정보를 조작하게 됩니다. 허위보고를 당연시하는 문화 속에서 정직하게 보고하는 것은 큰 용기를 필요로 하지만 그 용기조차도 계속 꺾여버리고 만다면 사람은 자신의 상황을 합리화하며 올바른 보고를 포기합니다. 허위보고를 하면서 어떠한 가책도 느끼지 않게 되는 것입니다.

조직의 문제를 고치기 위해선 리더가 강력한 의지를 가지고 구성원의 변화를 이끌어내야 합니다. 문화를 개선해야 하는 만큼 다방면으로 긴 시간을 투자해야만 성과를 얻을 수 있습니다.

[제6호]

Q.

기업윤리의 날을 맞이해서 간단하게 임직원의 공감을 이끌어낼 수 있는 행사가 없을까요?

A.

임직원이 함께하는 <기업윤리 나무>을 소개합니다.

-활동 준비-

1. 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 좋겠죠?

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 있겠죠?

이 나무의 잎사귀를 살펴보면 금방 우리 회사 윤리경영의 현주소와 임직원의 생각을 알 수 있으니, 이를 참고하면 이후 윤리경영 활동을 진행 하는데도 유용한 자료가 될 것입니다.

[제7호]

Q.

기업범죄 예방을 위해선 무엇일 필요할까요?

A.

기업범죄의 경우 법의 허점을 노리는 경우가 많기 때문에 단순한 법률만으로 이를 막기란 쉽지 않습니다. 법률로도 막지 못하는 걸 기업에서 제재할 수 있을까요? 물론 완벽하게는 아니더라도 가능합니다. 바로 우리의 규정과 시스템을 정비하는 것입니다. 기업의 규정과 시스템이 법률에 준하도록 구축한다면 기업범죄를 막기 위한 방어선이 될 수 있습니다.

기업범죄를 근본적으로 예방하기 위해 필요한 것은 ‘기본’을 지키는 것입니다. 회사의 자산을 보호한다, 공정하고 정직하게 업무를 수행하며, 이해관계자들의 이익까지 함께 배려하는 윤리경영을 실천한다와 같이 윤리경영의 기본과 본인의 양심에 비추어 업무를 수행한다면 기업범죄를 예방할 수 있습니다.

하지만 그렇다고 기업범죄의 예방을 개인의 양심에만 맡겨둘 수는 없겠죠? 조직은 개인이 양심에 따라 업무를 수행할 수 있도록 윤리적 문화 조성을 위해 힘써야 합니다. 무엇보다도 문제점을 발견한 개인이 이를 당당하게 지적하고 다같이 시정할 수 있도록 신고와 상담을 할 수 있는 문화와 인식을 심어주는 것이 가장 중요합니다.

추가로 옴부즈만과 같은 외부 감시인을 두면 기업 내에서 발생한 문제에 대해 객관적인 판단이 가능해집니다. 비윤리적 문화로 오염되어 자정이 어려운 부분까지 살필 수 있는 것이죠.

[제8호]

Q.

지역사회를 위한 CSV를 준비 중인데, 정말로 이게 지역사회에 도움을 줄 수 있을까요?

A.

제일 먼저 유념하셔야 할 점은 CSV가 일방적인 도움이 아니란 점입니다. 지역사회에 도움이 되는 것은 물론, 우리 회사에도 이익이 돌아오는 사업을 구상해야만 CSV에 걸맞은 사업모델이 만들어질 수 있습니다. 기업에서 CSV를 구상할 때 기업과 밀접한 사회문제를 우선순위에 두고 접근하는 것도 바로 이러한 이유입니다. 이 문제를 해결함으로써 기업이 가지고 있는 단점을 보완할 수 있기 때문이죠. 문제를 완벽하게 해결하지 못하더라도 그러한 노력은 반드시 긍정적인 결과를 가지고 오게 됩니다. 예를 들어 폐수가 많은 회사라면 수질 개선을 위한 사업을 구상하여 환경적 피해를 줄일 수 있으며, 식품과 관련된 회사라면 우리의 혜택을 받지 못하던 결식아동을 돕는 사업으로 미래의 충성고객을 늘릴 수도 있습니다.

물론 CSV를 통해 직접적으로 금전적 이익을 얻을 수도 있습니다. 예를 들어 건축 관련 회사에서 아이들에게 건축의 재미를 느끼게 해주는 체험활동을 통해 인재양성을 추구할 수도 있지만, 폐가를 리모델링하여 임대하는 식으로 수익을 낼 수도 있습니다.

CSV의 실효성을 높이고 싶다면 전문가의 자문을 구하는 것이 좋습니다. 물론 기업과 밀접한 사회문제를 다루는 만큼 기업이 이미 전문적 지식을 가지고 있을 겁니다. 하지만 다양한 시각에서 이 문제를 바라보기 위해서는 ‘동료’가 필요합니다. 정부, 지자체, 사회적 기업, 시민단체, 지역주민 공동체 등 대상자의 상황을 잘 이해하고 있는 조직이나 개인은 기업의 든든한 동료가 될 수 있습니다. 이들과 머리를 맞담으로써 더 현실적인 도움을 주는 한편 사업의 성과도 높일 수 있는 것이죠. 환경에 관한 사업을 할 때는 환경단체가, 지역 주민들을 돕고자 할 때는 지자체나 지역공동체가 좋은 협력자가 될 수 있습니다.

[제9호]

Q.

청탁금지법은 공직자에 대한 법인데,
일반기업에서도 신경 써야 하나요?

A.

정답을 먼저 말씀드리자면 답은 'Yes, 신경 써야 한다'입니다. 물론 청탁금지법은 공직자 등에 대한 제재가 가장 크지만, 그것이 전부는 아닙니다. 청탁금지법으로 인해 민간인이 처벌받는 경우가 있기 때문이죠.

하나는 민간인이 공무수행사인인 경우, 또 하나는 공직자에게 부정한 청탁을 하거나 금지된 금품을 제공한 민간인인 경우입니다. 전자의 경우 공직자와 동일하게 청탁금지법의 제재를 받게 되며, 후자의 경우 제공자로서 처벌받습니다.

자, 그럼 이건 개인의 문제이니까 기업과는 무관한 것일까요? 그렇지 않습니다. 회사의 직원이 청탁금지법을 위반한 경우 업무와 연관성이 있다면 '양벌규정'에 따라 기업까지 과태료 등의 처벌을 받게 됩니다. 기업의 지시 하에 진행되었든, 그렇지 않은 기업까지 처벌될 수 있는 것입니다.

이를 예방하기 위해선 기업이 먼저 임직원에게 청탁금지법을 숙지하고 준수할 수 있도록 교육할 필요가 있습니다. 만에 하나 회사의 임직원 중 누군가가 청탁금지법을 위반했다 하더라도, 기업이 자체적으로 청탁금지법 준수를 위해 노력을 해왔고 이를 증명할 수 있다면 정상참작 되어 처벌을 감경 받을 수 있으니 지금 당장이라도 직원 교육에 힘써야 하겠죠?

[제10호]

Q.

감사와 컴플라이언스, 둘 다 부정행위를 막기 위한 것 아닌가요? 둘은 어떻게 다른 거죠?

A.

맞습니다. 감사와 컴플라이언스 모두 부정행위를 막기 위한 제도임은 동일합니다. 다만, 감사는 사후조치에 해당되고, 컴플라이언스는 사전예방에 가깝습니다.

감사란 기본적으로 위반행위가 발생한 후 그 과정을 낱낱이 밝혀내고 그 가운데 벌어진 위법행위, 부정행위, 부당행위 등을 모두 적발하여 처벌함으로써 원래의 올바른 상태로 되돌려놓는 것이 그 목적입니다. 적발과 처벌에 초점이 맞춰져 있는 만큼 감사란 엄격하게 진행되고 임직원들에게 끊임없이 책임의 무게를 주시킵니다. ‘잘못을 저지르면 이런 엄중한 처벌을 받게 되니 위반행위를 하지 말라’는 것이 감사의 부정행위 예방인 것이지요.

반면, 컴플라이언스는 위반행위가 아예 발생하지 않도록 임직원을 교육과 상시 모니터링을 통해서 준법의식이 생활화되도록 하는 것입니다. 강압적으로 위반행위를 금지한다기보다는 임직원에게 준법의식을 내재화하여 올바르게 업무를 수행하도록 ‘착한 유혹’을 하는 것입니다. 때문에 컴플라이언스는 임직원의 일상과 가까이에 자리하고 컴플라이언스 문화를 정착시키고자 합니다.

그렇다면 감사와 컴플라이언스는 서로에게 어떤 작용을 할까요? 옳은 길을 가는 사람들 사이에서 조금만 어긋난 길을 가도 눈에 띄는 것처럼 컴플라이언스 문화가 정착된 조직에서는 기본적으로 부정행위가 없고, 아주 사소한 것이더라도 부정행위가 발생하면 금방 발각되게 됩니다. 빠른 발견과 시정은 곧 리스크를 줄이고 조직 전체에게 다시 한 번 정도(正道)의 중요성을 깨우쳐도록 합니다. 즉, 컴플라이언스 문화가 정착된 곳에선 감사가 빠르게 제 역할을 할 수 있고, 이로써 컴플라이언스 문화가 다시금 다져지는 상호관계가 성립되는 것입니다.

[제11호]

Q.

우리 회사 정보를 지키기 위해 임직원 개인이 할 수 있는 일은 뭐가 있죠?

A.

회사의 정보가 유출되는 많은 원인은 해킹입니다. 과거의 해킹은 전문 해커가 회사의 방화벽이나 보안 시스템의 허점을 노려 악성코드를 심고 정보를 빼내갔다면, 오늘 날의 해킹은 임직원을 공략하는 경우가 많습니다. 일례로 회사 앞에서 주운 USB를 무심코 회사 PC에 꽂았다가 악성코드가 퍼진 사례도 있습니다. 해커가 일부러 누군가 분실한 것처럼 회사 앞에 놓아둔 듯이었죠.

이렇듯 해커가 임직원의 방심을 노려 정보를 빼내는 만큼 임직원 개개인의 정보 보안을 위한 노력이 중요합니다. 회사의 PC로 업무와 무관한 사이트, 신뢰성이 입증되지 않은 사이트에 접속하는 것은 지양해야 하며, 보안프로그램은 항상 최신버전을 유지해야 합니다. 가장 조심해야 할 것은 메일이나 메신저, USB 등을 통해 전달되는 파일입니다. 보안 확인이 되지 않은 USB는 함부로 회사의 PC에 꽂지 않아야 하며, 메일을 열기 전 제목과 발신자를 꼼꼼히 확인하여 수상한 메일은 열지 않도록 해야 합니다. 메신저 역시 파일을 받기 전 발신자와 파일명을 꼼꼼히 확인하는 습관이 필요합니다.

웹보안 외에 정보보안을 위해 실천해야 할 것은 또 무엇이 있을까요? 가장 중요한 것은 회사의 정보보안 관련 규정을 준수하는 것입니다. 회사에서는 보안 시스템을 구축하고 행동 지침을 만드는 등 다양한 방비책과 교육 등을 통해 정보 유출을 예방하고 있습니다. 이러한 회사의 지침을 편의와 효율이란 이유로 보안 절차를 건너뛰거나 자료를 함부로 반출하는 등의 행위는 회사 보안을 위협할 수 있음을 명심해야 합니다.

또한, 정보는 목적에 맞게만 활용해야 합니다. 정보를 수집할 때에는 목적에 맞는 최소한의 범위에서 적법, 정당하게 이를 취합해야 하며, 처리 목적 외의 용도로 활용해선 안 됩니다. 특히 외부에 해당 정보를 제공해야 하는 경우, 정보주체(회사 또는 당사자)의 동의를 필요함을 명심해야 합니다. 이렇게 목적에 맞게 활용하고 난 정보는 반드시 규정에 따라 파기하여야 유출 사고가 발생하더라도 피해를 줄일 수 있습니다.

몇 년 전, 한 건설사의 현장소장이 경리 직원에게 결제권한이 있는 자신의 아이디와 패스워드를 알려주면서 횡령사건이 발생하였습니다. 정보에 대한 접근·처리 권한을 가진 사람은 자신의 책임을 인식하고 이를 다른 사람에게 양도해서는 안 됩니다. 아이디와 패스워드를 써서 책상에 붙여두거나 자동로그인을 설정해두는 것은 타인에게 나의 권한을 마음대로 이용해도 된다고 말하는 것과 같다는 것을 꼭 기억하세요!

[제12호]

Q.

제3자 리스크에서 말하는 제3자는 누구죠?

A.

법률상에서 '제3자'란 '어떤 법률관계에 있어 직접 참여하는 자(당사자)를 제외한 자를 제3자'라고 합니다. 즉, 당사자가 아닌 사람들 모두를 제3자라고 통칭하는 것이죠.

제3자 리스크에서 말하는 제3자 역시 이와 비슷합니다. 당사자인 기업을 제외한 모두를 이야기 합니다. 정확히 말하자면 '우리 기업과 사업상 관계를 맺은 모든 조직'을 의미하며, 이때 계약 유무나 직간접성은 무관합니다. 말하자면, 우리 회사와 계약한 A사 뿐만 아니라 이 사업과 관련하여 A사와 계약한 B사 역시 우리의 제3자에 해당된다는 것입니다.

구체적으로는 공급업체, 부품업체, 용역업체, 유통업체, 중개업체 대행업체나 파견직 직원, 법률 대리인, 컨설턴트 등 다양한 이해관계자가 해당됩니다. 이렇게 생각해보면 제3자의 범위가 굉장히 넓죠? 그렇다면 가장 주의해야 할 제3자는 누구일까요?

〈윤리경영 스터디〉에서 다룬 톰슨 로이터의 자료에서는 이 제3자에 대해 '공급망에 관련되거나 공급자/배급자/에이전트 또는 파트너처럼 조직을 대신해서 사업을 하는 사람 또는 조직'이라고 정의하고 있습니다.

이렇듯 제3자 리스크의 대부분이 공급망에 있는 기업 또는 단체로 인해 발생합니다. 우리의 제품이나 서비스를 위해 제공 받은 재화가 어떻게 만들어진 것인지, 그 과정에 비윤리가 없는지 꼼꼼하게 살펴보고 대비해야 하는 이유가 바로 이것이죠.

2016 Business Ethics Briefs

청탁금지법

청탁금지법이란?

부정청탁의 금지에 대해 알아볼까요?



위 14가지의 유형에 대한 공직자들의 지위·권한 남용

예외사유로 7개 가이드 라인을 제시 하였습니다

- 1 법령·기준에서 정하는 절차·방법에 따라 특정한 행위를 요구하는 행위
- 2 공개적으로 공직자들에게 특정한 행위를 요구하는 행위
- 3 선출직 공직자·정당·시민단체 등이 공약적 목적으로 제3자의 고충민원을 전달하는 행위
- 4 공공기관에 직무를 법정기한 안에 처리해 줄 것을 신청·요구하거나 확인·문의 등을 하는 행위
- 5 직무 또는 법률관계에 관한 확인·증명 등을 신청·요구하는 행위
- 6 질의 또는 상담형식을 통하여 직무에 관한 법령·제도·절차 등에 대하여 설명이나 해석을 요구하는 행위
- 7 그 밖에 사회상규에 위배되지 아니하는 것으로 인정되는 행위



금품등의 수수 금지에 대해 알아볼까요?



예외적으로 허용되는 금품등 8가지가 있습니다

- 1 위로·격려·포상 등의 목적으로 하급 공직자 등에게 제공하는 금품등
- 2 원활한 직무수행·사교·의례·부조 목적 으로 제공하는 대통령령으로 정하는 가액 범위 안의 금품등
- 3 정당한 관행(慣行)에 의하여 제공되는 금품등
- 4 친족이 제공하는 금품등
- 5 단체 등이 정하는 기준에 따라 구성원에게 제공하는 금품, 정기적·지속적인 친분관계를 맺고 있는 자가 질병·재난 등으로 어려운 처지에 있는 공직자들에게 제공하는 금품등
- 6 직무 관련 공식 행사에서 주최자가 통상적인 범위에서 일률적으로 제공하는 교통, 숙박, 음식물 등의 금품등
- 7 불특정 다수인에게 배포하기 위한 기념품 또는 홍보용품 등
- 8 그 밖에 다른 법령·기준 또는 사회상규에 따라 허용되는 금품등



독자에게 물었습니다.

Q1. 청탁금지법 시행을 앞두고 기업 내부에 변화된 점이 있다면 무엇인가요?

Q2. 청탁금지법에 대해 기대하는 점은 무엇인가요?

제약회사 K주임

Q1. - 기존 법규인 약사법, 의료법과 상충되는 기준에 대한 가이드라인을 마련하고 있습니다.

Q2. - 청탁금지법의 명확한 기준과 가이드라인을 통해 공정하고 깨끗한 비즈니스 문화가 확산되길 기대합니다.

해상운송회사 J부장

Q1. - 청탁금지법에 대해선 꾸준히 검토를 진행하고 있습니다. 특히 거래처 접대 등의 관련 기준이 더욱 엄격해질 것으로 예상하고 재검토하고 있습니다.

Q2. - 청탁금지법의 적용으로 과도한 접대문화만큼은 해소되길 기대하고 있습니다. 이 고질적인 문제를 해결한다면 윤리경영 정착에 큰 도움이 될 겁니다.

언론사 C부장

Q1. - 그동안 뿌리 깊었던 접대문화를 바꾸는 계기가 될 것이다. 공공기관을 상대로 하는 대관업무나 언론을 상대로 한 홍보업무 관행을 어떻게 바꿔야 할지 법 시행을 앞두고 기업마다 고민하고 있다.

Q2. - 청탁금지법은 그동안 우리사회 접대문화를 획기적으로 바꾸는 계기가 될 것이다. 얼마간 시행착오나 일부 업종위축 같은 경제에 부정적 요소가 있을 수 있지만 장기적으로 사회 정의가 실현하고 경제에도 도움이 될 것이다.

교육회사 K팀장

Q1. - 윤리경영을 실천하는 기업으로 뇌물수수, 청탁금지 등을 늘 신경을 써서 관리하고 있다. 이미 관련된 규정을 회사 행동강령에서 정의하여 지키고 있지만 청탁금지법 시행을 앞두고 있는 상황에서 구체적인 법조문과 자정의 노력에 대한 교육이 중요하다고 생각한다.

협력사와 관련 인허가 기관과의 만남에서 한동안은 꺼려질 것이라는 것이 (동료들) 대다수의 생각과 의견이다.

Q2. - 처음 정착단계에서는 다양한 어려움이 예상되나 궁극적으로는 우리나라의 윤리경영과 청렴을 한 단계 높여 국가 경쟁력이 좋아질 것으로 보고 있다.

다만, 점차 개인적으로 변해가는 사회적 환경과 동양적 '정'이라는 관점에서 만남 등이 바뀔 수 있을 것 같다.

건설사 C매니저

Q1. - 청탁금지법을 준수하기 위하여 각 부서별로 내부 프로세스를 점검하고 사내 교육에도 적극적으로 참여하는 등 청탁금지법 시행 전에 대비하고 있습니다.

Q2. - 부정청탁 및 금품수수 관련하여 관행으로 이어져오고 있던 일들이 사라지고 공정한 문화가 정착될 것으로 기대됩니다.

대학교 K교수

Q1. - 관련 법규를 검토하고 있으며 규정을 제정중이고 전 구성원들에게 교육할 예정입니다.

Q2. - 청탁금지법은 선진형 올바른 사회로 진입하는 긍정적인 기능을 수행할 것으로 판단됩니다.

청탁금지법 Q&A

청탁금지법 Q & A

법인 소속 임직원의 업무 관련 부정청탁

Q 실제 청탁행위를 할 수 없는 법인의 경우 소속 임직원이 업무에 관하여 한 부정청탁이 제3자를 위한 청탁에 해당될까요?

A 법인과 임직원은 별개의 독립된 권리의무 주체이므로 법인 소속 임직원(대표권 있는 자를 포함)의 청탁은 법인을 위한 것이며 결국 그 효과도 법인에게 귀속되므로 제3자를 위한 청탁에 해당됩니다.

Q 甲 건설회사(주)의 소속 직원 A가 건축법령을 위반하여 건축허가를 내줄 것을 구청 건축허가 담당 공무원 C에게 청탁한 경우 甲, A는 청탁금지법상 어떠한 제재를 받게 되나요?



- A**
- 건축 허가 관련 직무는 청탁금지법상 부정청탁 대상 직무에 해당됩니다.
 - ※ 인가·허가·면허·특허·승인·검사·검정·시험·인증·확인 등 법령(조례·규칙을 포함한다. 이하 같다)에서 일정한 요건을 정하여 놓고 직무관련자로부터 신청을 받아 처리하는 직무에 대하여 법령을 위반하여 처리하도록 하는 행위(청탁금지법 제5조제1항제1호)
 - 건축 관련 법령을 위반하여 건축허가를 내 줄 것을 요구하는 행위는 부정청탁에 해당됩니다.
 - 법인 소속 임직원의 업무 관련 부정청탁은 법인을 위한 것으로 그 효과가 법인에게 귀속되므로 제3자를 위한 부정청탁에 해당
 - 직원 A는 제3자인 법인을 위하여 부정청탁을 하였으므로 2천만원 이하의 과태료 부과 대상에 해당됩니다.
 - 甲 건설(주)는 청탁금지법 제24조(양벌규정)에 따라 2천만원 이하의 과태료 부과 대상에 해당됩니다.
 - 다만, 종업원의 위반행위를 방지하기 위한 상당한 주의·감독의무를 게을리 하지 않은 경우 면책

청탁금지법 Q & A

공무수행사인의 범위

Q

- (1) 청탁금지법상 공무수행사인의 범위는 어떻게 되나요?
 (2) 청탁금지법 제11조제1항제2호·제4호에 따라 법인·단체가 권한을 위임·위탁받아 공무 수행사인이 되는 경우, 해당 업무를 수행하는 직원도 공무수행사인인가요?
 (3) 공무수행사인이 되는 경우, 수탁된 공무 외에 다른 업무와 관련하여서도 청탁금지법이 적용되나요?

A

- (1) ① 각종 법령에 따라 설치된 위원회의 공직자들이 아닌 위원, ② 권한을 위임·위탁받은 법인·단체 또는 그 기관이나 개인, ③ 공무 수행을 위해 민간부문에서 공공기관에 파견 나온 사람, ④ 법령에 따라 공무상 심의·평가 등을 하는 개인 또는 법인·단체 중 어느 하나에 해당하는 자는 공무수행사인으로 법 적용대상자에 해당합니다(제11조제1항제1호내지제4호).
 (2) 권한을 위임·위탁받은 법인·단체 또는 기관의 경우, 대표자와 실질적으로 수입·수탁 업무 종사자도 공무수행사인에 해당합니다(제11조제1항제2호·제4호).
 (3) 공무수행사인의 경우 '공무수행에 관하여' 부정청탁 금지 및 수수 금지 금품등 수수의 금지 규정을 준용하고 있습니다(제11조제1항).

Q

○○은행의 지점장급 간부 甲은 금융정책을 결정하는 중앙부처에 파견되어 부실금융기관 구조조정 업무를 담당하던 중, 부실금융기관으로 지정되어 공적자금 투입여부 심사를 받고 있던 A저축은행 대표 B를 만나 20만원 상당의 식사와 30만원의 백화점 상품권을 제공받은 경우, 甲, A, B는 청탁금지법상 어떤 제재를 받나요?

A

- 중앙부처에 파견된 ○○은행 지점장급 간부 甲은 청탁금지법상 공무수행사인에 해당합니다(제11조제1항제3호).
 - 20만원 상당의 식사비는 음식물 상한액 3만원 초과, 30만원 상당의 상품권은 선물 상한액 5만원을 초과하며, 甲과 B 간의 관계 상 원활한 직무수행 등 목적이 인정되기도 어려울 것으로 보이므로, 이는 제8조제3항제2호의 수수 금지 금품등의 예외사유에 해당하지 않습니다.
 - 甲은 직무와 관련하여 총 50만원 상당의 금품등(20만원 상당의 식사, 30만원 상당의 상품권)을 받았으므로, 수수 금액의 2배 이상 5배 이하의 과태료 부과대상에 해당하며(제8조제2항, 제23조제5항제1호), 징계대상에도 해당합니다(제21조).
 - B는 총 50만원 상당의 금품등을 제공하였으므로, 금품 등 금액의 2배 이상 5배 이하의 과태료 부과대상에 해당합니다(제8조제5항, 제23조제5항제3호).
 - A저축은행은 양벌규정에 따라 과태료 부과대상에 해당합니다(제24조).

※ 참고로, 법인의 대표자의 행위는 양벌규정의 면책 대상에서 제외된다는 것이 판례의 입장이므로, A저축은행은 대표 B의 위반 행위를 방지하기 위해 해당 업무에 관하여 상당한 주의와 감독을 게을리 하지 않았다 하더라도 면책되기 어려움

청탁금지법 Q & A

속지주의, 속인주의 관련

Q

- A외국기업 대표 B가 A기업이 제조·가공한 식품에 대한 인증업무를 맡고 있는 공무원 甲 (한국국적)에게 한국에서 30만원 상당의 식사접대를 하는 경우 청탁금지법상 제재대상에 해당하나요?
- A외국기업에 대한 취재를 하고 있는 외국 주재 특파원(한국국적) 乙에게 B가 외국에서 30만원 상당의 식사접대를 한 경우는 어떻게 되나요?(직무관련성이 인정됨을 전제)

A

- 한국 공무원 甲은 한국에서 접대를 받았고, 특파원 乙은 외국에서 식사 접대를 받았으나 한국인이므로 속인주의에 따라 청탁금지법 적용대상에 해당합니다. 甲과 乙은 공직자등으로서 각각 직무와 관련하여 30만원 상당의 금품등을 수수하였으므로, 청탁금지법상 제재대상에 해당합니다(제8조제2항, 제23조제5항제1호, 제21조).
- 또한 외국인 B가 외국에서 乙에게 식사접대를 한 것은 청탁금지법상 제재대상이 아니나, 한국에서 甲에게 식사접대를 한 것은 속지주의에 따라 청탁금지법상 제재대상에 해당합니다(제8조제5항, 제23조제5항제3호).

Q

- ○○국 재외 공관에 근무하는 외교관 甲이 외국 정부나 기업으로부터 10만원 상당의 식사를 제공받거나, 국제기구, 외국대학 등에서 외부강의를 하고 1시간에 500만원의 사례금을 수수한 경우 청탁금지법상 제재대상에 해당하나요?

A

- 공식적인 행사에서 통상적·일률적으로 제공하는 음식물의 경우 수수 금지 금품등의 예외사유에 해당하나(제8조제3항제6호), 공식적인 행사가 아닌 경우 3만원 범위 안에서 식사접대를 받을 수 있습니다(제8조제3항제2호).
- 또한 외교관에 대해서도 외부강의등 사례금 상한액 기준이 적용되나, 국제기구, 외국정부, 외국대학, 외국연구기관, 외국학술단체, 그 밖에 이에 준하는 외국기관에서 지급하는 외부강의등의 사례금 상한액은 사례금을 지급하는 자의 지급기준에 따르므로, 사례금을 지급하는 자의 지급기준에 따라 사례금을 수수하였다면 청탁금지법상 제재대상에 해당하지 않습니다(시행령 [별표2]).

2016 Business Ethics Briefs

윤리경영 Quiz

Q. 부패방지 시책이나 기관별 자율적인 반부패 노력은 유도하며 공공부문 전반의 청렴수준을 끌어 올리기 위해 시행되는 '종합 청렴도 측정'의 구성 요소 중 측정 시 마이너스(-) 요인에 해당하는 것은?

- ① 외부청렴도
- ② 내부청렴도
- ③ 정착고객평가
- ④ 부패사건 발생현황

정답 ④ 부패사건 발생현황

Q. 마케팅 윤리를 실천하는데 있어 제1순위로 고려해야 할 이해관계자는?

- ① 고객
- ② 임직원
- ③ 주주
- ④ 협력사 관계자

정답 ① 고객

Q. 「공익신고자 보호법」에서는 공익신고자 보호조치 위반자에 대한 다양한 제재를 정하고 있습니다. 다음 중 공익신고자 보호조치 위반자에 대한 제재규정이 아닌 것은?

- ① 공익신고자의 신분 등 비밀을 공개할 경우 벌칙 부과
- ② 공익신고자에 대해 불이익조치를 할 경우 벌칙 부과
- ③ 공익신고자를 방해하거나 공익신고를 취소하도록 강요할 경우 벌칙 부과
- ④ 공익신고자 보호조치에 협조한 경우 벌칙 부과

정답 ④ 공익신고자 보호조치에 협조한 경우 벌칙 부과

Q. 최근의 윤리경영 경향으로 보기 어려운 것은?

- ① 기업윤리 현장 보유
- ② 윤리경영 겸무부서 증가
- ③ 윤리경영 교육 실시
- ④ 인사고과 반영 기업 비율 증가

정답 ② 윤리경영 겸무부서 증가

Q. 다음 중 윤리경영에서 추구하는 경영방침이 아닌 것은?

- ① 투명경영
- ② 정도경영
- ③ 신뢰경영
- ④ 수직경영

정답 ④ 수직경영

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

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

정답 ④ ISO 26000

Q. 최근 가슴기 살균제 사건을 계기로 도입 논의가 활발해지고 있는 제도로, 가해자가 피해자에게 고의나 악의로 손해를 가하거나, 악의를 품고 비난받아 마땅한 불법행위를 한 경우, 민사재판에서 가해자에게 징벌을 가할 목적으로 부과하는 손해배상을 무엇이라고 할까요?

- ① 보상적 손해배상
- ② 명목적 손해배상
- ③ 징벌적 손해배상
- ④ 확정적 손해배상

정답 ① 징벌적 손해배상

Q. 우리 회사만의 CSV를 위해 사전에 확인해야 할 사항이 아닌 것은 무엇일까요?

- ① 기업을 둘러싼 사회문제 파악
- ② 기업과 가장 밀접하게 관련된 사회문제 선별 및 우선순위 배정
- ③ 실효성 있는 사업을 위한 전문가 조언
- ④ 지속성 유지를 위한 계속적 학습과 모니터링 및 피드백

정답 ④ 지속성 유지를 위한 계속적 학습과 모니터링 및 피드백

Q. 다음 중 '공무수행사인'에 해당되지 않는 사람은?

- ① 법령에 따라 공공기관의 권한을 위임받은 사람
- ② 공공기관을 평가하는 환경단체 내 위원회의 위원
- ③ 공무수행을 위해 민간에서 공공기관에 파견 나온 사람
- ④ 법령에 따라 공무상 심의를 하는 개인

정답 ② 공공기관을 평가하는 환경단체 내 위원회의 위원

2016 Business Ethics Briefs

e포스터

[제2호] 선비를 상징하는 사군자

이른 봄의 추위를 무릅쓰고 제일 먼저 꽃을 피우는 매화
깊은 산중에 은은한 향기를 멀리까지 퍼트리는 난초
늦은 가을, 첫 추위를 이겨내며 피어나는 국화
추운 겨울에도 곳곳하게 푸른 잎을 유지하는 대나무

선비를 상징하는 사군자

우리가 배워야 할 청렴윤리의 모습입니다.



[제3호]
어둠을 밝히는
청렴



[제4호]
협력하는 회사



[제5호]
잉크 한방울

금품수수 근절하기, 우리 모두가 함께 해야 합니다.

한 사람의 부정부패가 조직 전체를 물들일 수 있습니다.

[제7호] 윤리적 문화



윤리적 문화, 우리가 만듭니다.

경청의 자세로 고객감동을 실천하겠습니다.
소통과 배려로 화합의 조직문화를 이루겠습니다.
끝임없는 자기관리로 청렴한 조직원이 되겠습니다.



은빛골드 © INNOCREW 제작 및 제공 (주)이노크리

[제8호] 윤리경영 실천

여리디여린새싹이 강한 이유는
그안에희망이담겨있기때문입니다.
그리고이희망이모이면
거대한숲이되어세상을변화시킵니다.

임직원 한 사람의 윤리경영 실천은
사소한 희망에 불과하지만,

임직원 모두의 움직임이 모이면
윤리경영실현을 위한 변화가 일어납니다.

농림축산

© INNOCREW, 제작 및 제공 (주)이노크루

[제9호] 박지원 선생의 웃놀이

박지원 선생의 웃놀이

연암 박지원 선생이 오른손과 왼손으로 편을 나누어
홀로 웃놀이를 하고 있을 때 엿습니다.

오른손으로 한번
다음엔 왼손으로 한번

웃을 던지던 중 어느 순간, 박지원 선생은
자신이 오른손의 편을 들고 있던 것을 깨달았습니다.

"두 손 모두 내 한 몸에서 나온 것인데,
나도 모르게 한쪽 편을 들고 있다니
공평하다는 것은 얼마나 어려운 일인가."

누구의 편도 들지 않고 공평하기란 쉽지 않습니다.
공정한 판단이 필요할 때는 더욱 그렇죠.
마음이 한 쪽으로 기울지 않도록 항상 주의하세요!



큰북출판

© INNOCREW 제작 및 제공 (주)이노크루

[제10호]
최고의 명절선물

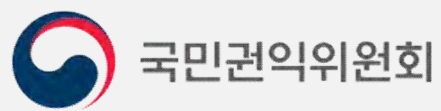


[제11호]
정보보안의 문



[제12호]
썩은 기업의 족쇄





2016 Business Ethics Briefs

지식노트

- 하인리히의 법칙 • 02호
- 공익신고자보호법 • 03호
- 힘희롱 • 04호
- 모럴다이어트 • 05호
- 퍼펙트스톰 • 07호
- CSV(공유가치창출) • 08호
- 청탁금지법 • 09호
- 넛지효과(nudge effect) • 10호
- 정보의 블랙아웃을 막아라 • 11호
- 상자 속 썩은 사과 • 12호

[제2호] 하인리히의 법칙

“하인리히의 법칙”



1931년 허버트 윌리엄 하인리히가 발견한 재해의 법칙.
 큰 재해가 일어나기 전에는 수많은 ‘전조증상’이 있다는 것.
 이 사소한 보이는 전조증상을 무시했을 때, 재해가 일어나는 것입니다.

사소한 비윤리행위는 그 자체는 별 것 아닐 수 있어도, 이것이 방치되어
 야기되는 문제는 조직 전체의 신뢰도와 명성에 치명적인 결과를 가져옵니다.
 때문에 사소한 비윤리 행위를 발견하는 즉시 이를 시정하는 자세가 필요합니다.

본문출처

© INNOCREW, 제작 및 제공 (주)이노크루

미국의 한 보험회사 관리자였던 하인리히의 연구 결과 얻은 숫자

1:29:300

재해에 비교될 정도로 큰 사고가 나기 전,
 이미 같은 원인으로 경미한 사고가 29건 발생했고,
 사고가 날 뻔 하는 경우가 300번이 있다는 것.

이는 사소한 잘못을 바로 잡음으로서 큰 문제를 예방할 수 있음을 말한다.

사소한 비윤리행위를 바로 잡는 것만으로도
 윤리적 리스크를 예방할 수 있다.

이미지 출처: flickr by Beaufort's TheDigital

본문출처

© INNOCREW, 제작 및 제공 (주)이노크루

그리고 일어난 사고

두 시내버스의 추돌사고

신호를 위반하고 교차로에 진입한 버스가
차선을 지키지 않고 좌회전 하는 버스의 측면에 추돌

이 사고로 41명이 다쳤고, 19세와 21세 여성 두 명이 사망했다.

한국교통안전공단

© INNOCREW. 제작 및 제공 (주)이노크루

꼬리물기로 교통체증이 일어나고 시끄러운 경적소리와 언성이 높아져도

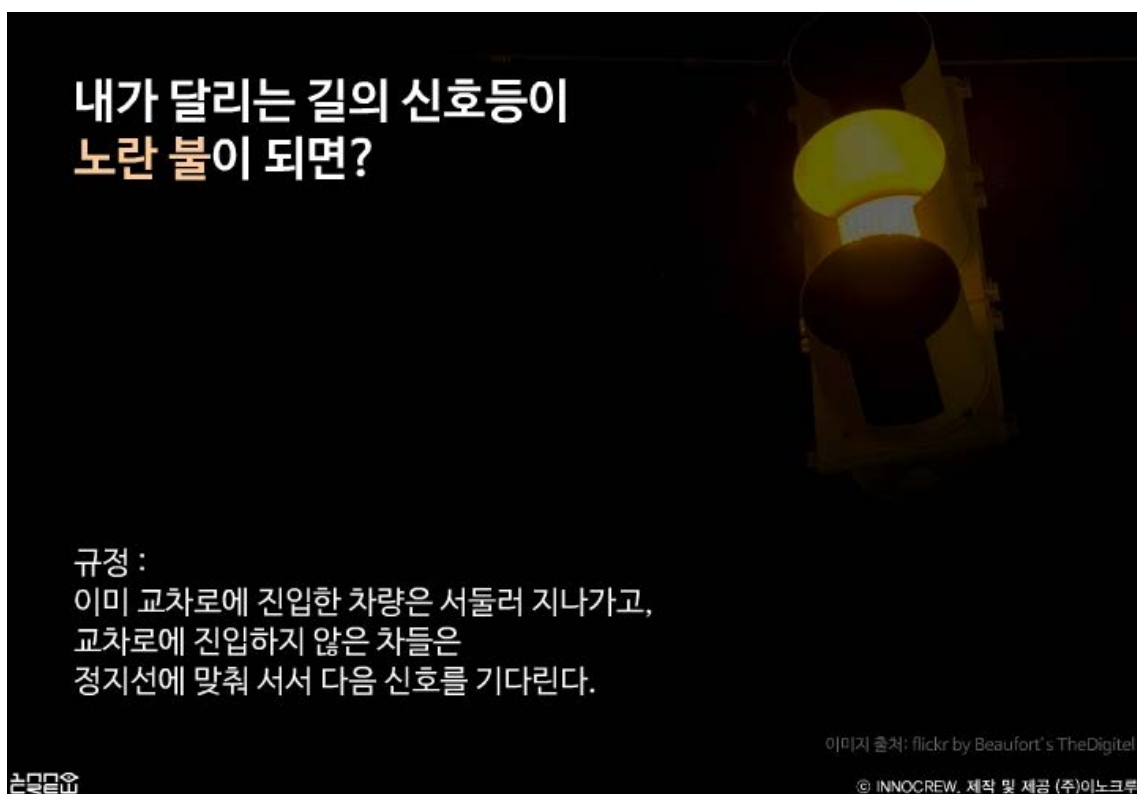
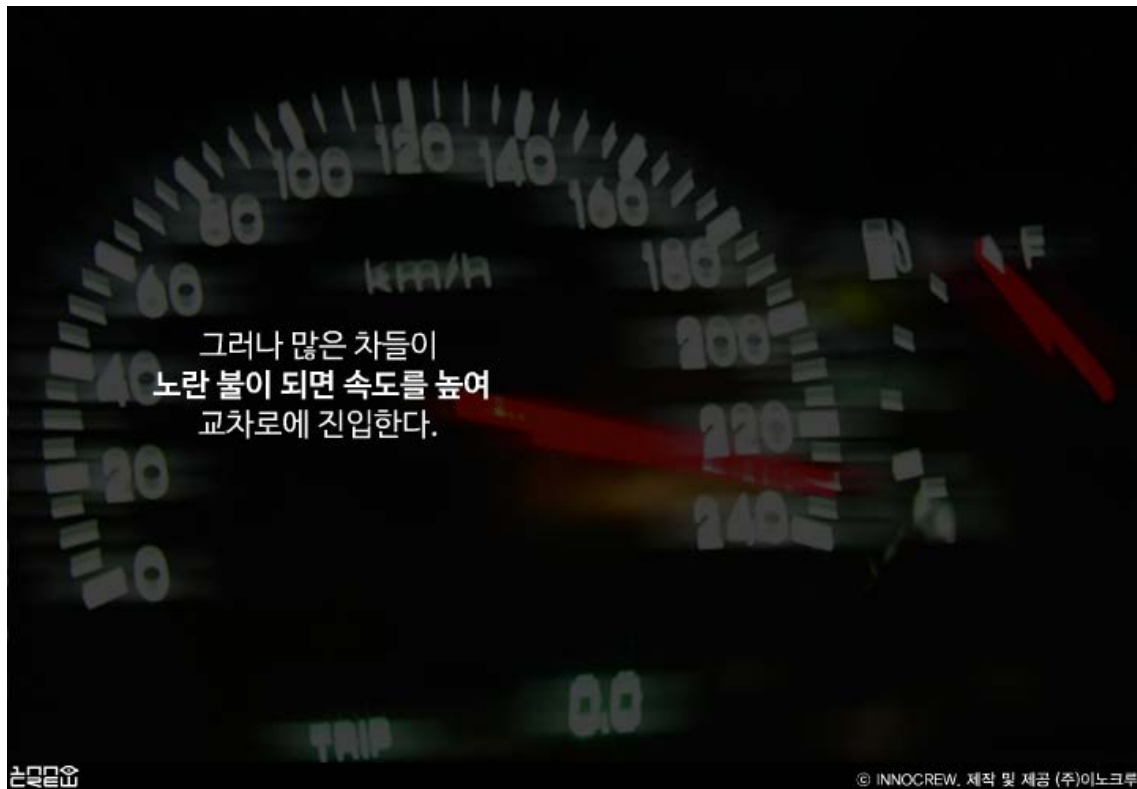
“노란 불에는 교차로에 진입하지 않는다”는 규칙은

지켜지지 않는다.

그리고 이는 택시나 버스와 같은 대중교통수단 역시 마찬가지다.

한국교통안전공단

© INNOCREW. 제작 및 제공 (주)이노크루



하인리히의 법칙

- 미국 한 보험회사에서 일했던 하인리히가 찾아낸 '1:29:300'의 법칙

- 1930년대 초 허버트 윌리엄 하인리히가 5천여 건의 산업현장에서 발생한 노동재해에 대해 연구분석하여 얻어낸 수치.

- 큰 사고는 어느 날 갑자기 운이 나쁘게 겹쳐 일어나는 것이 아니라, 그 이전에 같은 원인으로 29건의 경미한 사고가, 300건의 사고

위험이 있었다는 통계학적 결론.

- 이는 사고가 일어나기 전, **사소한 잘못을 시정하면 큰 사고를 예방할 수** 있다는 것.

- 윤리경영에 있어서도 사소한 비윤리행위를 바로 잡아야만 윤리적 리스크를 효과적으로 예방할 수 있으며, **사소한 비윤리행위를 방치하게 되면 큰 피해를 입을 수** 있음을 시사.

[제3호] 공익신고자보호법

“공익신고자보호법”



공익신고자보호법은
국민의 건강과 안전, 환경, 소비자 이익 및 공정한 경쟁 등을 침해하는
공익침해행위를 신고한 사람을 보호하고 지원하기 위한 법률입니다.

내부 신고는 우리 내부의 문제를 가장 빨리 발견하고 고칠 수 있는
정화장치입니다. 이것이 올바르게 작동하기 위해선
우리 내부에 신고자를 보호하는 문화가 필요합니다.

한글글

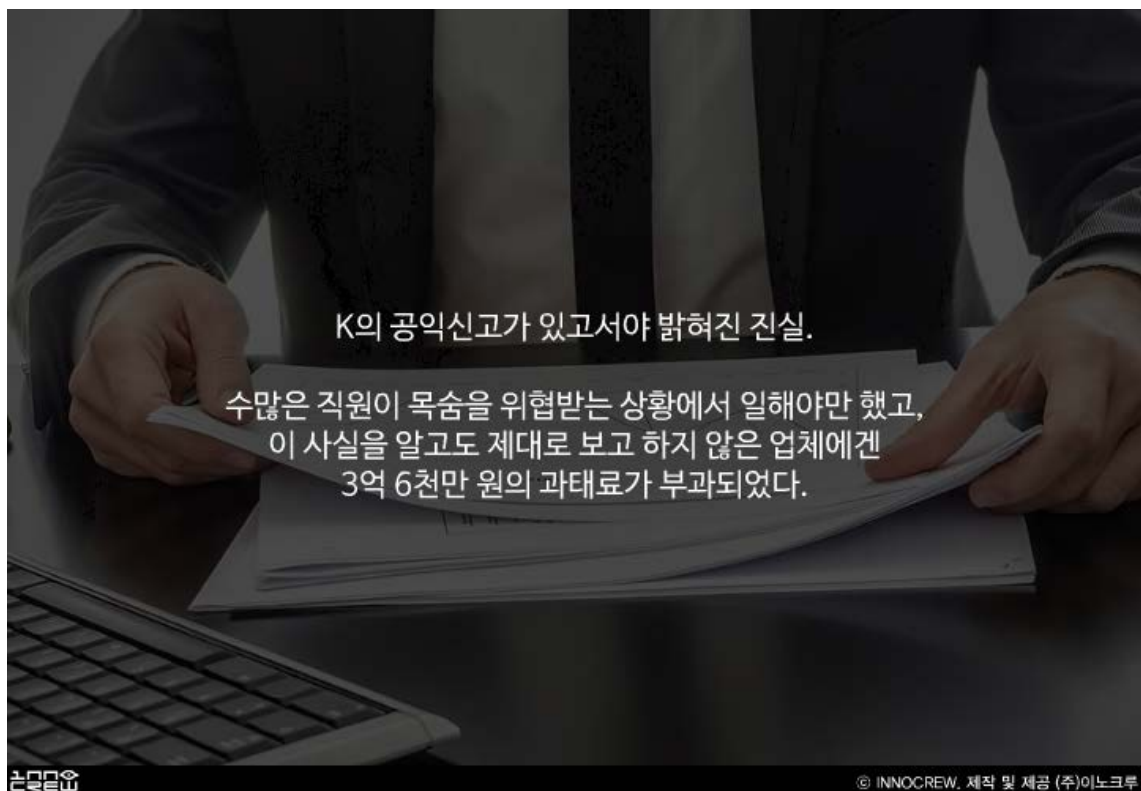
© INNOCREW, 제작 및 제공 (주)이노크루

현장에서 작업을 하던 중
안전장비 부실로 낙상사고를 당한 K

그러나 회사는 산재신고를 하지 않는다.

한글글

© INNOCREW, 제작 및 제공 (주)이노크루





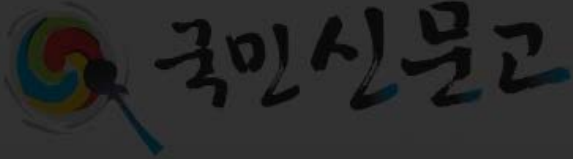
한편 공익신고를 한 K는
아무 일도 없었다는 듯
묵묵히 자신의 자리를 지키고 있다.

공익신고자보호

비밀보장 | 신분보호 | 보호조치 | 책임 감면

한빛그룹

© INNOCREW, 제작 및 제공 (주)이노크루



국민신문고

사회 곳곳에서 은밀히 이뤄지는 공익침해행위를 막기 위해 필요한
“내부자의 양심고백”

전후 상황을 알고 있는 그들의 목소리에는
더 나은 대한민국을 위한 ‘의지’가 담겨있다.

그리고 ‘공익신고자보호법’은
이들의 의지를 지키고자 하는 법이다.

한빛그룹

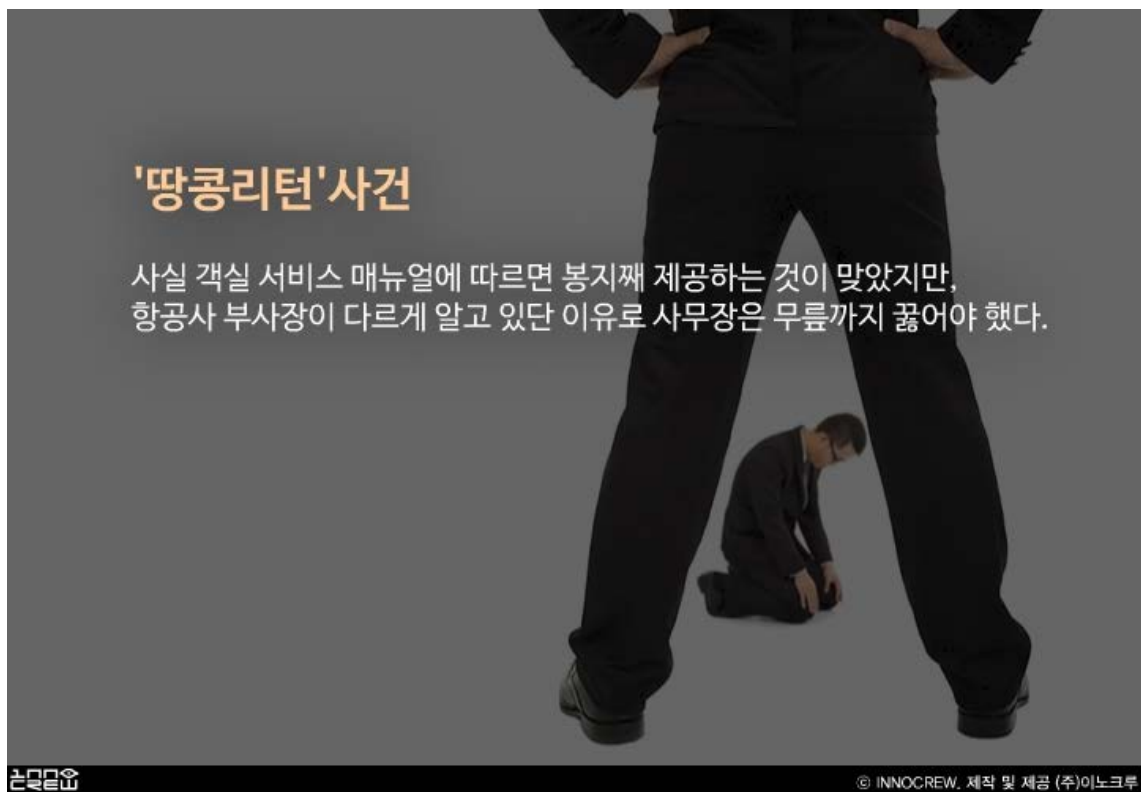
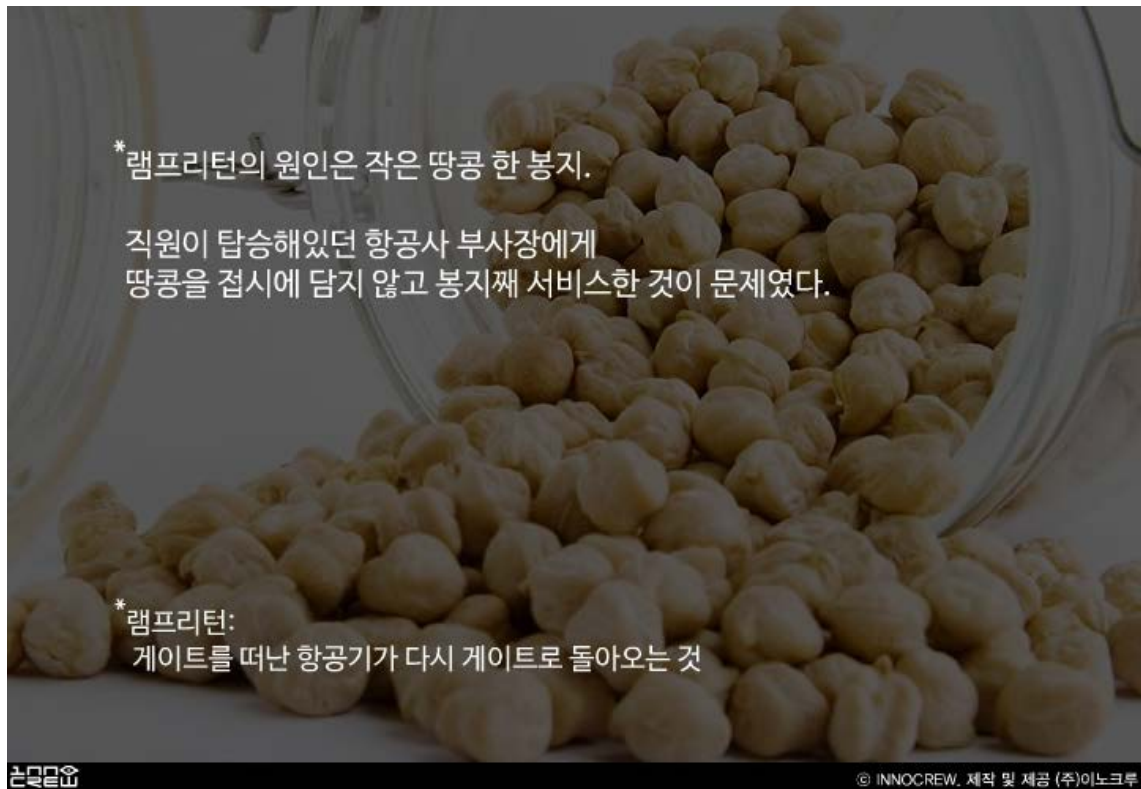
© INNOCREW, 제작 및 제공 (주)이노크루

공익신고자보호법

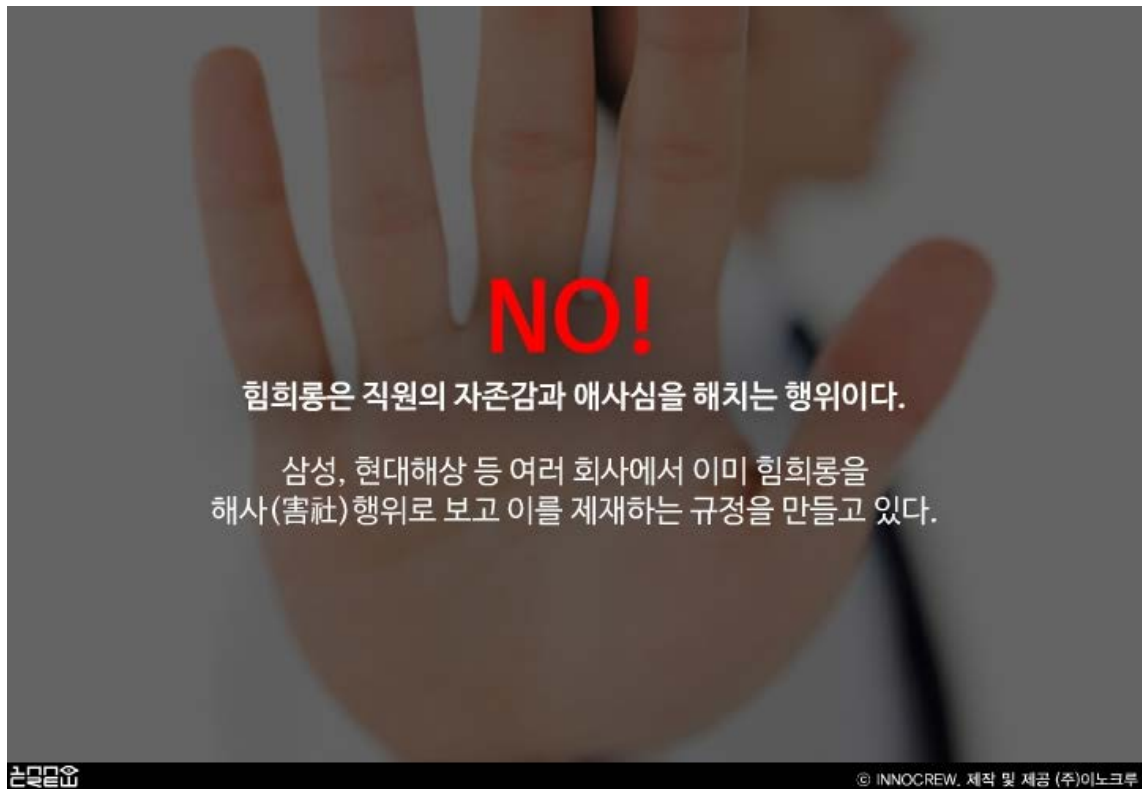
- 공익신고자보호법은 국민의 건강과 안전, 환경, 소비자 이익 및 공정한 경쟁 등을 침해하는 **공익침해행위를 신고한 사람을 보호하고 지원하기** 위해 만들어진 법률
- 비밀보장 : 누구든지 공익신고자의 동의 없이 신고자에 대한 정보를 **알리거나 공개하는 경우 3년 이하 징역 또는 3천만 원 이하의 벌금** 부과
- 불이익보호조치 : 공익신고를 이유로 **신분상의 불이익을 주거나 근무조건 상에서 차별하는 경우 최대 2년 이하 징역 또는 2천만 원 이하의 벌금** 부과
- 신변보호조치 : 공익신고를 이유로 **위협을 받는 경우 경찰의 신변보호**를 받을 수 있음.
- 책임감면 : 신고 과정에서 밝혀진 신고자의 잘못을 정상참작 하여 감경 또는 면제 해줌.

[제4호] 힘희롱











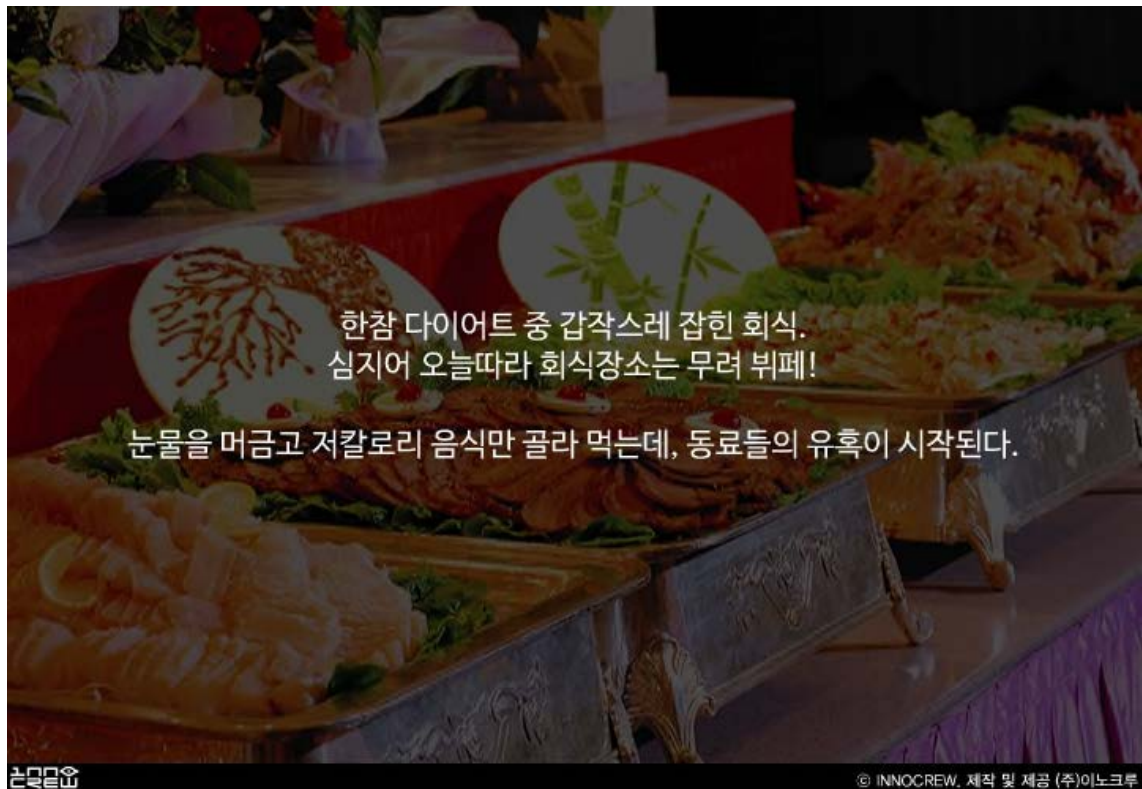
[제5호] 모럴다이어트



모럴다이어트

눈빛글썩

© INNOCREW. 제작 및 제공 (주)이노크루



눈빛글썩

© INNOCREW. 제작 및 제공 (주)이노크루



대부분의 다이어터가 완벽하게 다이어트 식단을 따르지 않듯
윤리적이라 자부하는 사람도 **도덕적인 완벽함**을 추구하진 않는다.



한글글

© INNOCREW. 제작 및 제공 (주)이노크루

모럴 다이어트

: 도덕적 기준의 자기합리화

윤리적이라 자부하는 사람이
'평소 자신이 윤리적인 사람이기에 자신의 사소한 부정은
눈감아 줄 수 있다'고 여기는 것



한글글

© INNOCREW. 제작 및 제공 (주)이노크루



윤리적인 사람은 **야근을 했다고** 거짓말 하지 않는다.
 대신 식사시간을 야근에 포함시키는 것처럼 **소소한 위반을**
 윤리적인 자신에 대한 **소소한 보상**이라며 **합리화**하기도 한다.



© INNOCREW. 제작 및 제공 (주)이노크루



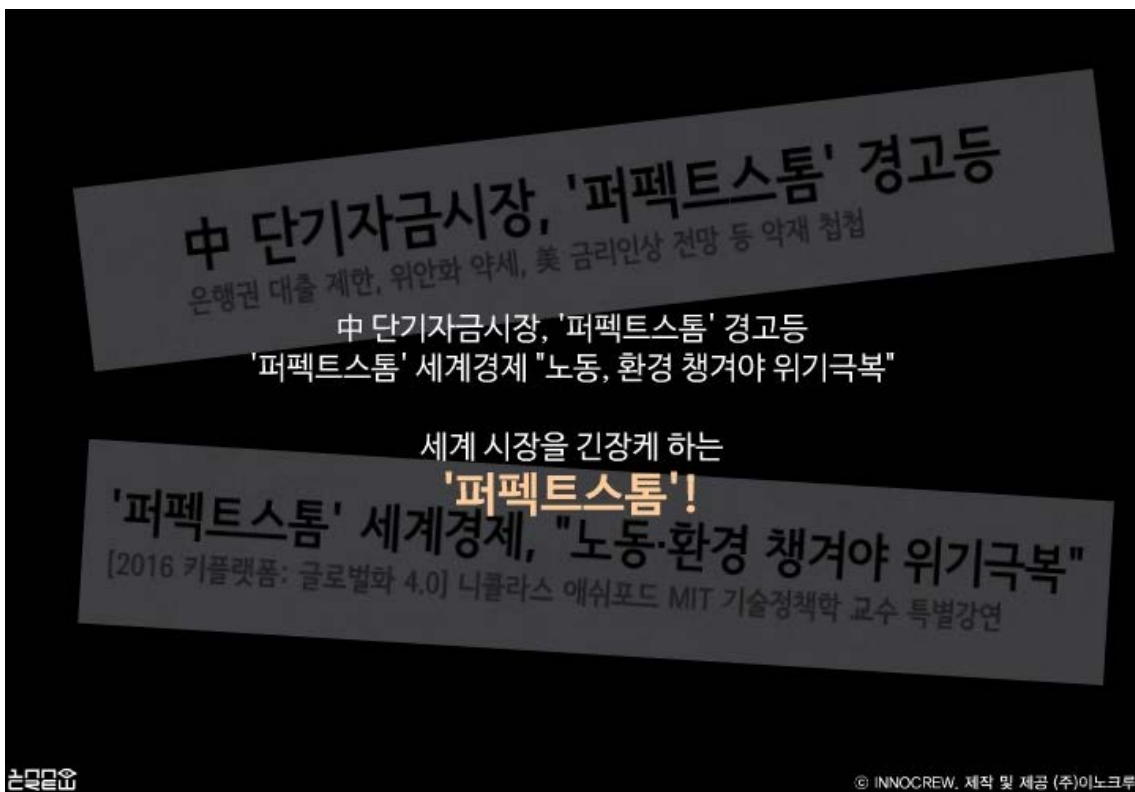
당신은 윤리적인 사람인가?

우리는 언제 어디서나
도덕적 완벽함을 위해
 노력하고 있는가.



© INNOCREW. 제작 및 제공 (주)이노크루

[제7호] 퍼펙트스톰







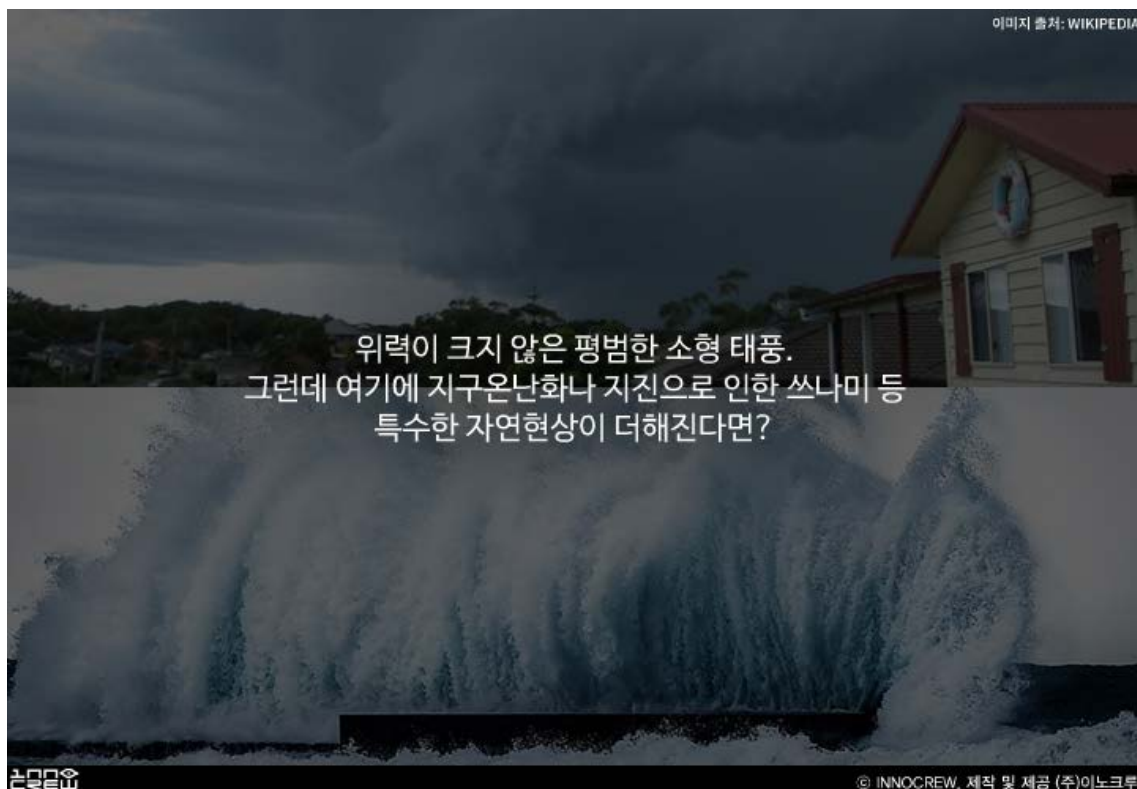
완벽한 폭풍?

근데, 왜
'퍼펙트스톰'이지?

사실 '퍼펙트스톰'의 본 용도는 기상용어

한글글업

© INNOCREW, 제작 및 제공 (주)이노크루



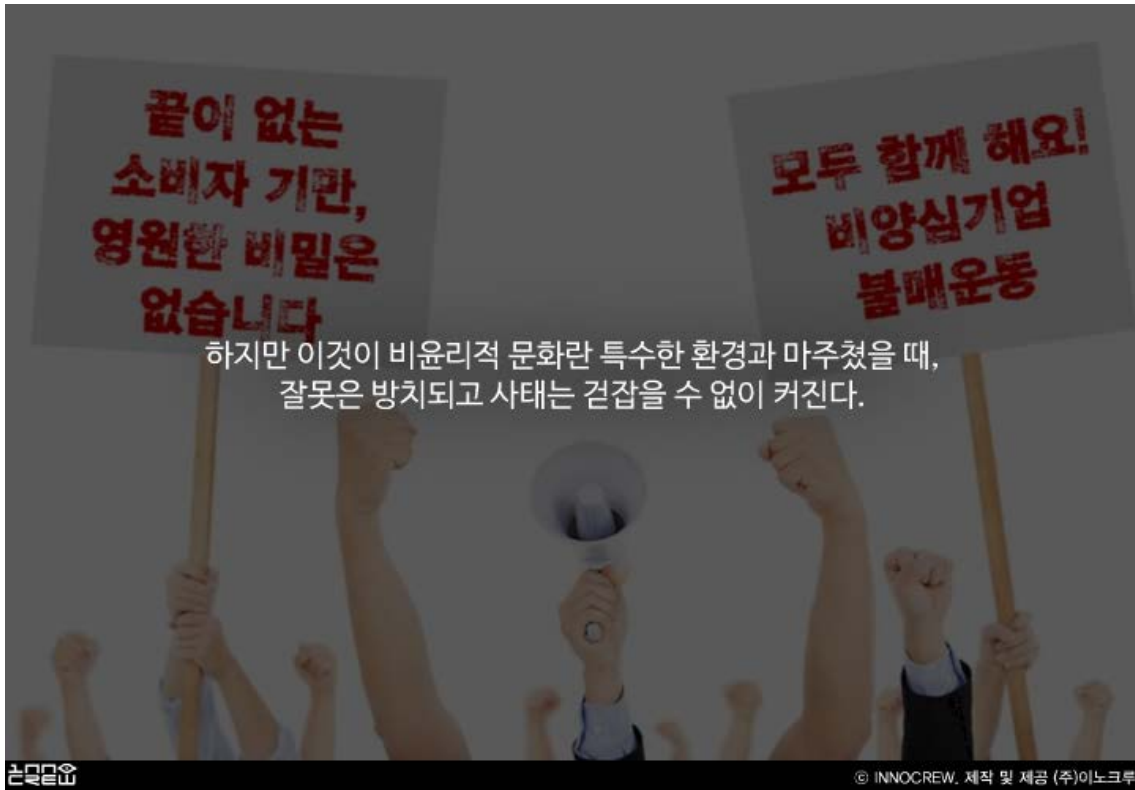
이미지 출처: WIKIPEDIA

위력이 크지 않은 평범한 소형 태풍.
그런데 여기에 지구온난화나 지진으로 인한 쓰나미 등
특수한 자연현상이 더해진다면?

한글글업

© INNOCREW, 제작 및 제공 (주)이노크루





[제8호] CSV(공유가치창출)

“CSV(공유가치창출)”



CSV(Creating Shared Value)는 기존의 CSR과는 다른,
사업 과정에서 사회적 가치를 창출하는 활동을 말합니다.

우리가 수많은 협력사와 함께 지향해야 할 길은 국민과 우리,
모두가 만족하고 오랜 시간 발전해 나갈 수 있는 길입니다.
이를 위해선 모두가 함께 새로운 가치를 만들 수 있는 방안을 모색해야 합니다.

© INNOCREW. 제작 및 제공 (주)이노크루

유명한 영화배우 폴 뉴먼은 친구와 함께
뉴먼스 오운이라는
유기농 원료를 이용한 드레싱 사업을 시작했다.



첫 해의 수익금 92만 달러.
폴 뉴먼은 이 돈으로 **벽 속의 구멍 갱단***을 만들어
난치병 어린이를 위한 기부활동을 시작했다.

*벽 속의 구멍 갱단 : 폴 뉴먼의 대표작 <내일을 향해 쏴라>에 나오는 비밀 은신처의 이름

© INNOCREW. 제작 및 제공 (주)이노크루



CSR
(Corporate Social Responsibility)
- 기업의 사회적 책임

기업의 기부, 봉사활동 등으로 대표되는 사회공헌 활동
하지만 기업의 예산과 임직원의 시간을 들여야 하는 CSR은
기업에게 '비용'이란 부담을 안긴다.

한글글업 © INNOCREW, 제작 및 제공 (주)이노크루

영국의 사회적 기업 피플스슈퍼마켓 (The People's Supermarket)

친환경적인 식품과 공정무역 상품,
식품의 모양보다 신선도를 우선하는 진열법
지역사회와의 상생발전 추구

그러나, 이들의 가장 큰 특징은 따로 있다.

**THE PEOPLE'S
SUPERMARKET**

For the people, by the people

LAMB'S CONDUIT ST. LONDON



THE PEOPLE'S Kitchens

바로 2층에 자리한 레스토랑 **키친**

유통기한이 임박한 재료로 만든 음식임을 알리고
매일매일 남는 상품으로 매일 다른 요리를 내놓는 특이한 레스토랑

이 키친 덕분에 피플스슈퍼마켓은
폐기로 인한 음식물 쓰레기를 줄이고
대신 고객들에게 색다른 즐거움을 늘려주고 있다.

눈빛마을 © INNOCREW. 제작 및 제공 (주)이노크루



CSR
(Corporate Social Responsibility)
기업의 사회적 책임

기업의 기부, 봉사활동 등으로
대표되는 사회공헌 활동

CSV
(Creating Shared Value)
공유가치창출

혜택을 받는 사람에게도,
기업에게도 이득이 되는
가치를 창출하는 사업

일방적인 자원이 아닌 함께 발전 할 수 있는 모델을 만들어 나가는 것
그것이 바로 'CSV'이다.

눈빛마을 © INNOCREW. 제작 및 제공 (주)이노크루

‘CSR’과 ‘CSV’?

1) 차이

- CSR은 **기업의 사회적 책임**을 뜻하며 기업이 지속발전을 위해 인권, 환경, 지역사회 등의 문제 해결에 투자를 하여 지속적인 시장을 확보하는 것
- CSV는 **공유가치창출**을 뜻하며 기업이 이해관계자들과 함께 문제를 해결함으로써 기업과 이해관계자 모두가 이득을 얻을 수 있도록 콜라보하고 시장을 개선하거나 새로운 시장을 만들어가는 것

2) 공통점

- 방법은 다르지만 결국 **사회문제 해결**이라는 목표는 동일
- 다만, 경우에 따라 CSR와 CSV중 한 쪽이 더 적합한 경우가 있을 수 있으므로 **양쪽 모두를 이해하고 상호보완적으로 활용**해야 함

[제9호] 청탁금지법

“청탁금지법”



일명 ‘김영란법’이라고 불리는 ‘청탁금지법’은
이제까지 없던 엄격한 기준과 강력한 처벌로
공직자의 청렴도를 높이고자 하는 법률입니다.

수많은 직무관련자와 함께 사업을 진행하는 우리는
더욱 부조리행위에 대한 유혹이 많으므로,
임직원 모두가 ‘청탁금지법’을 숙지하여야 합니다.

© INNOCREW 제작 및 제공 (주)이노크루

2010년, 사람들을 놀라게 했던
한 남녀의 이야기.

남자는 부장판사 출신의 변호사
여자는 자랑스런 대한민국의 검사

© INNOCREW 제작 및 제공 (주)이노크루

내연관계의 그녀를 위해 남자는 2008년부터 여자에게
벤츠, 신용카드, 각종 명품들까지 **고가의 선물공세**를 펼쳐왔다.



눈빛깊음

© INNOCREW 제작 및 제공 (주)이노크루

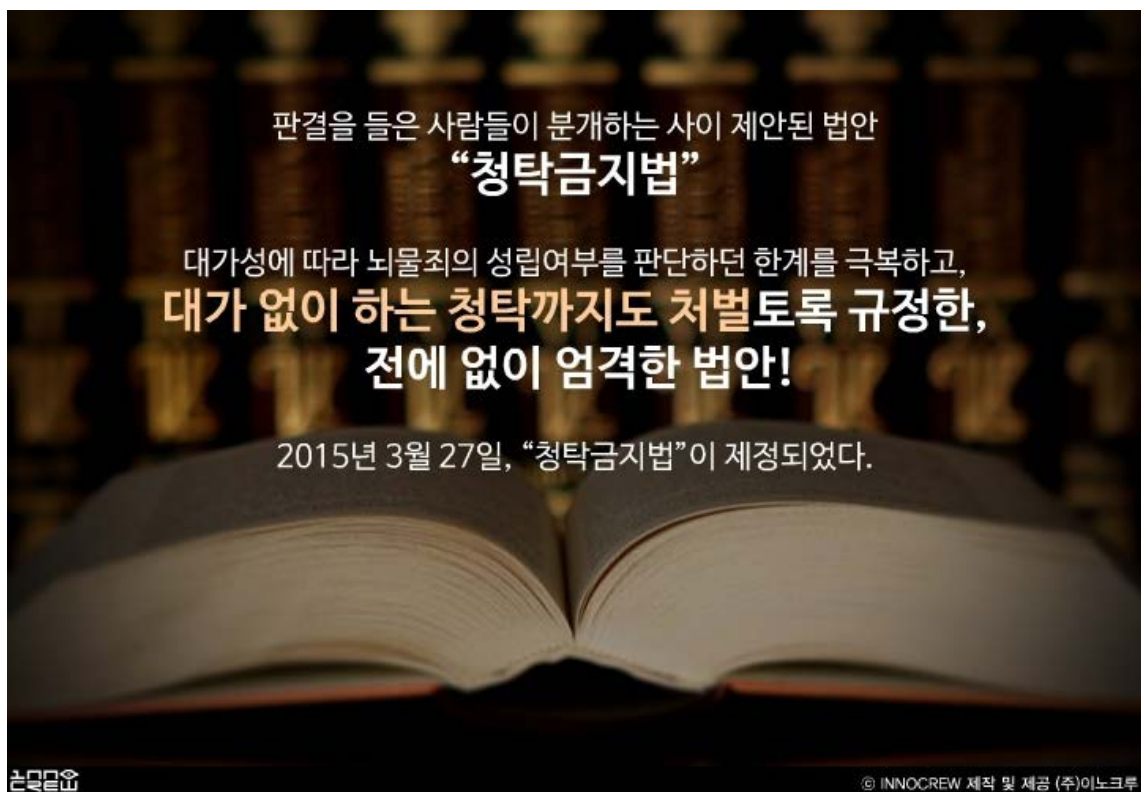
그리고 2010년...
동업자를 고소하게 된 남자,
그는 **내연녀에게 도움을 요청**한다.

남자의 연락을 받은 여자는
동기인 담당검사에게 연락을 취한다.

“이 건 좀 빨리 처리해줘.”

눈빛깊음

© INNOCREW 제작 및 제공 (주)이노크루



“청탁금지법”의 주요내용

1) 금품 등 수수 금지

- 1회 100만 원(연 300만 원)을 초과하는 금품은 직무관련성과 무관하게 3년 이하 징역 또는 3천만 원 이하 벌금
- 1회 100만 원 이하의 금품은 직무관련성이 있는 경우, 금품 등 가액의 2배~5배 과태료
- **제공자와 수령자 모두 처벌**되며, 3천만 원 이상의 금품은 특별가중처벌 적용

2) 부정한 청탁

- 누구든 직무를 수행하는 공직자에게 **직접 또는 제3자를 통하여 부정한 청탁을 하는 것을 금지**
- **금품제공 여부와 무관하게** 적발 시 3천만 원 이하 과태료

[제10호] 네티효과

“네티효과”



네티(Nudge)란 ‘옆구리를 살짝 찌른다’라는 뜻으로
좋은 선택을 할 수 있도록 유도하는 것을 의미합니다.

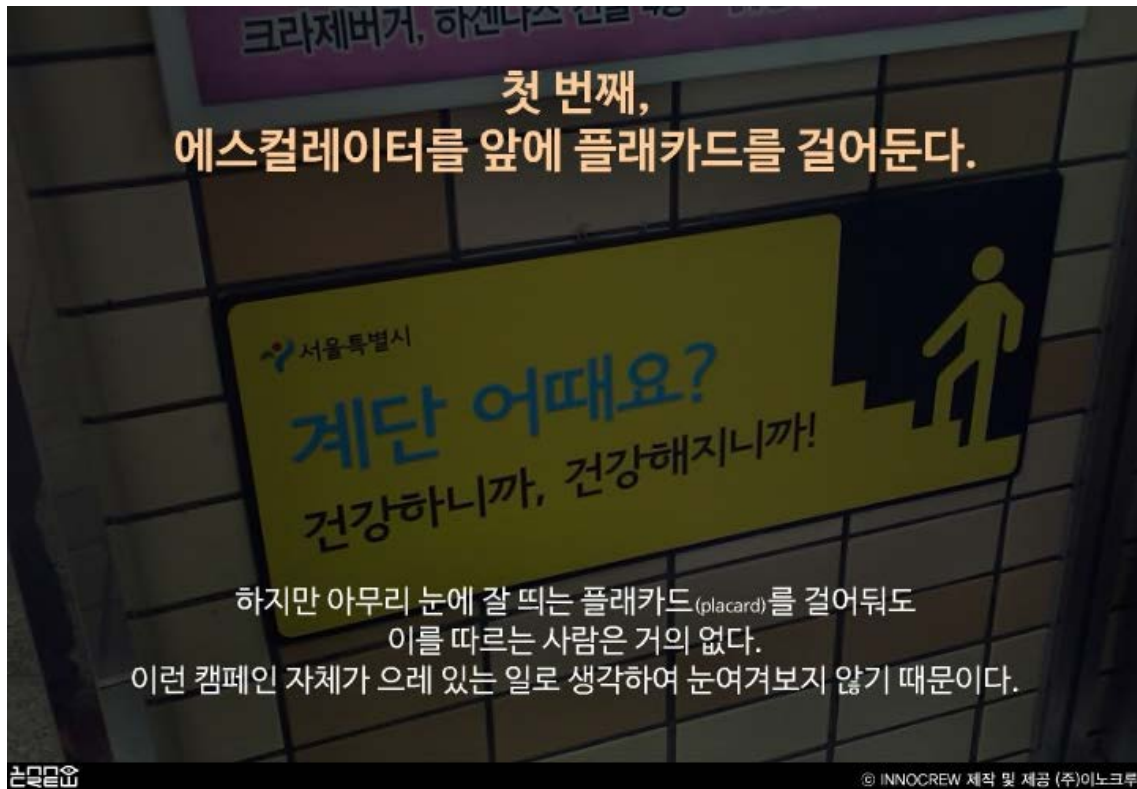
우리 주변엔 아직도 변화해야 할 점이 많습니다.
이를 개선하기 위해 하나하나 따지고 강요한다면
이야기하는 쪽도, 듣는 쪽도 지치기 마련.
이럴 때 **착한 유혹**을 이용해봅시다.

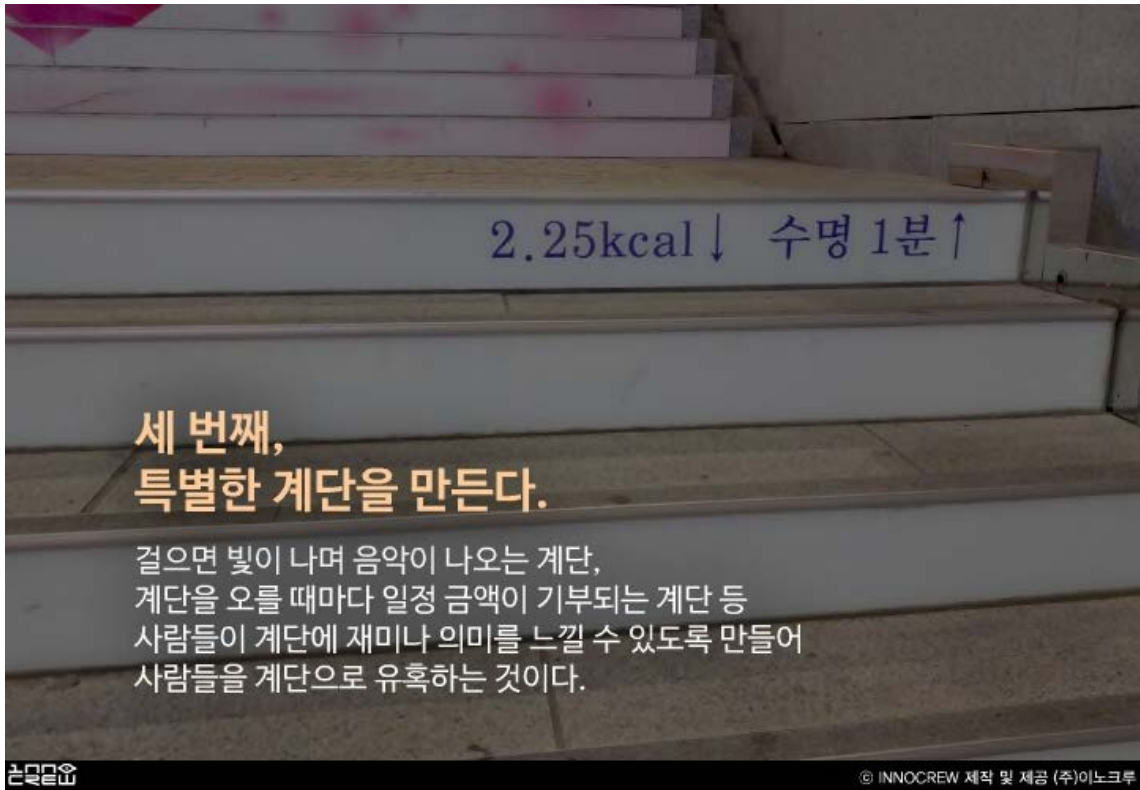
© INNOCREW 제작 및 제공 (주)이노크루

계단 VS 에스컬레이터

많은 사람들이 힘들게 올라가야 하는 계단보다는 에스컬레이터를 선호한다.
하지만 무동력인 계단이 더 친환경적이고 건강에도 좋은 것이 사실.
그렇다면 사람들을 어떻게 계단으로 유도할 수 있을까?

© INNOCREW 제작 및 제공 (주)이노크루

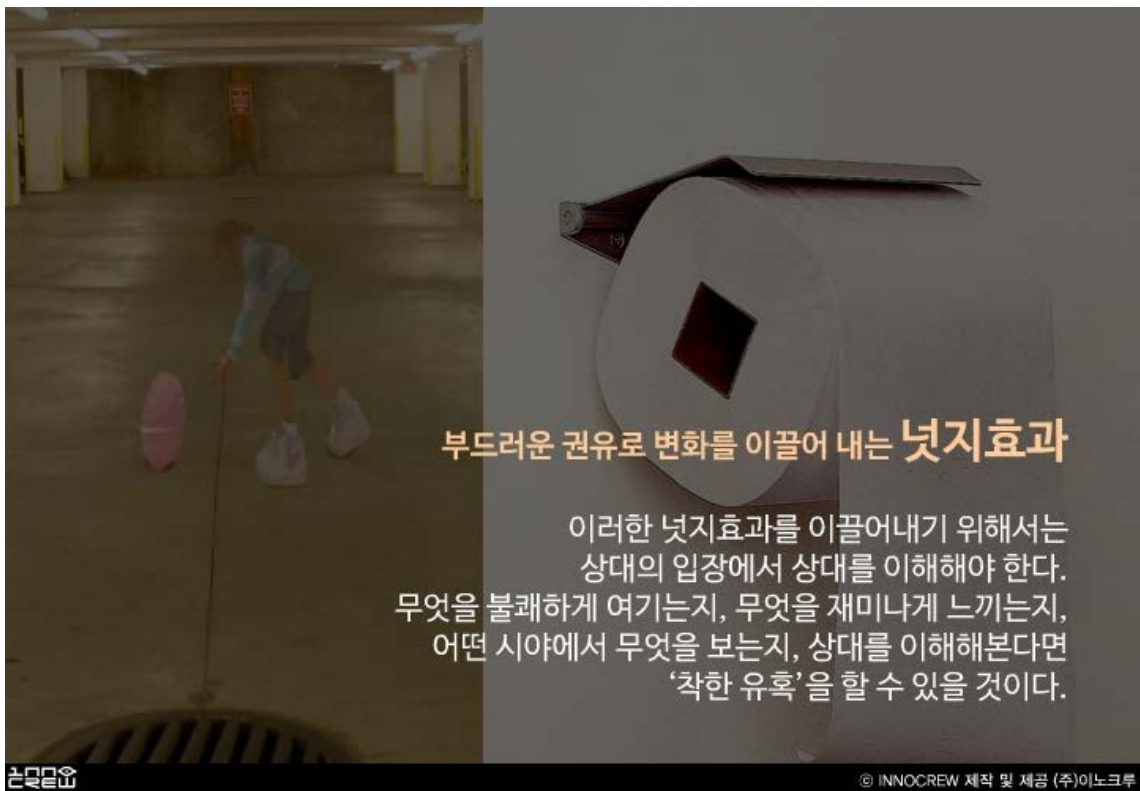




**세 번째,
특별한 계단을 만든다.**

걸으면 빛이 나며 음악이 나오는 계단,
계단을 오를 때마다 일정 금액이 기부되는 계단 등
사람들이 계단에 재미나 의미를 느낄 수 있도록 만들어
사람들을 계단으로 유혹하는 것이다.

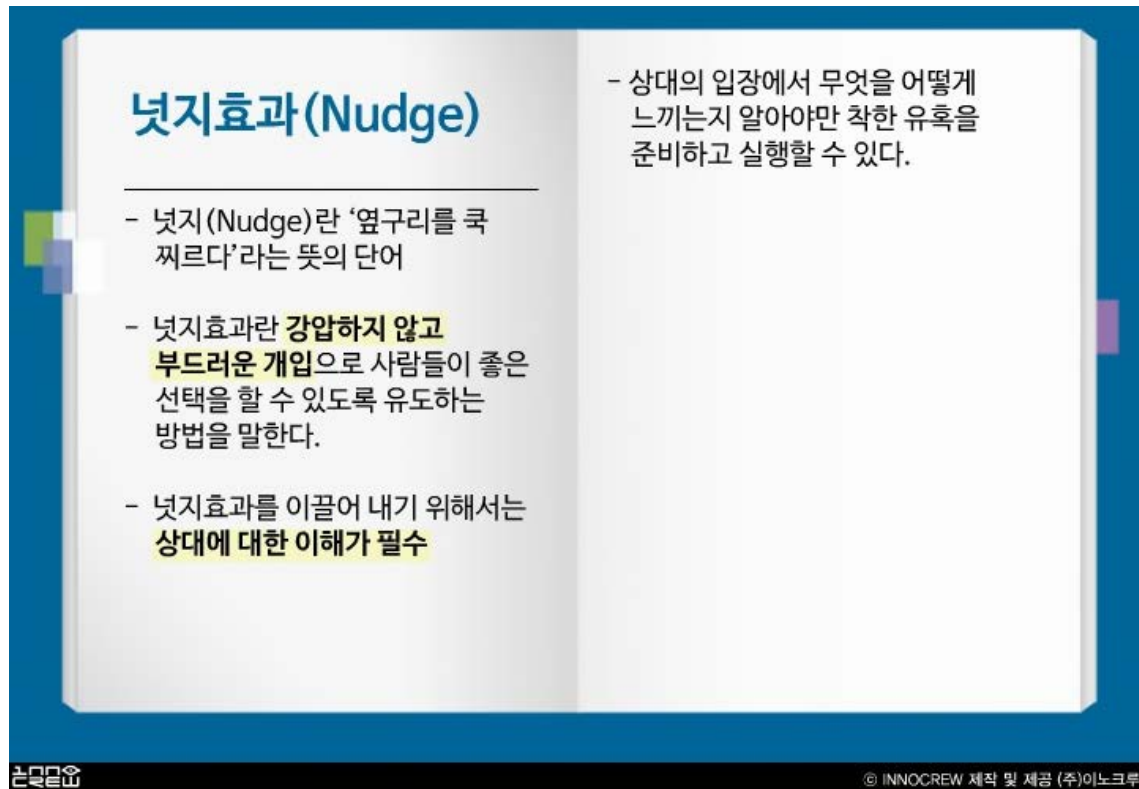
논릿공예 © INNOCREW 제작 및 제공 (주)이노크루



부드러운 권유로 변화를 이끌어 내는 넋지효과

이러한 넋지효과를 이끌어내기 위해서는
상대의 입장에서 상대를 이해해야 한다.
무엇을 불쾌하게 여기는지, 무엇을 재미나게 느끼는지,
어떤 시야에서 무엇을 보는지, 상대를 이해해본다면
‘착한 유혹’을 할 수 있을 것이다.

논릿공예 © INNOCREW 제작 및 제공 (주)이노크루



넛지효과(Nudge)

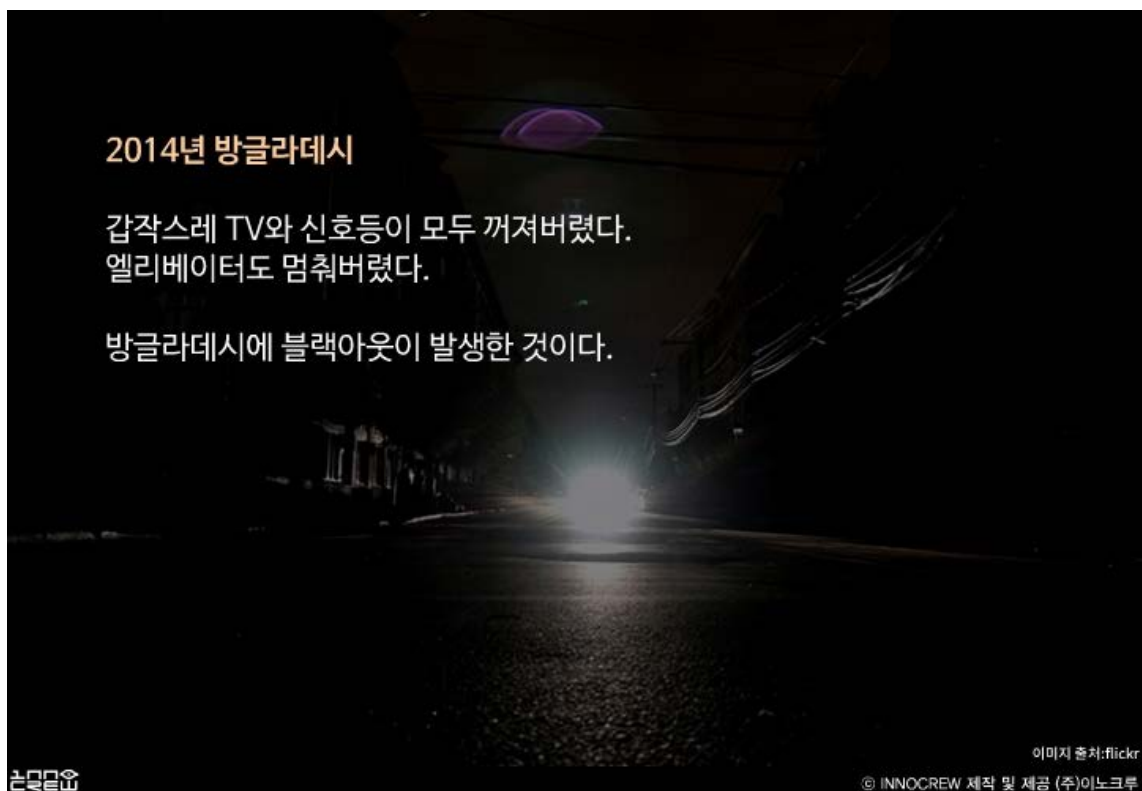
- 넛지(Nudge)란 ‘옆구리를 쿡 찌르다’라는 뜻의 단어
- 넛지효과란 **강압하지 않고 부드러운 개입**으로 사람들이 좋은 선택을 할 수 있도록 유도하는 방법을 말한다.
- 넛지효과를 이끌어 내기 위해서는 **상대에 대한 이해가 필수**

- 상대의 입장에서 무엇을 어떻게 느끼는지 알아야만 착한 유혹을 준비하고 실행할 수 있다.

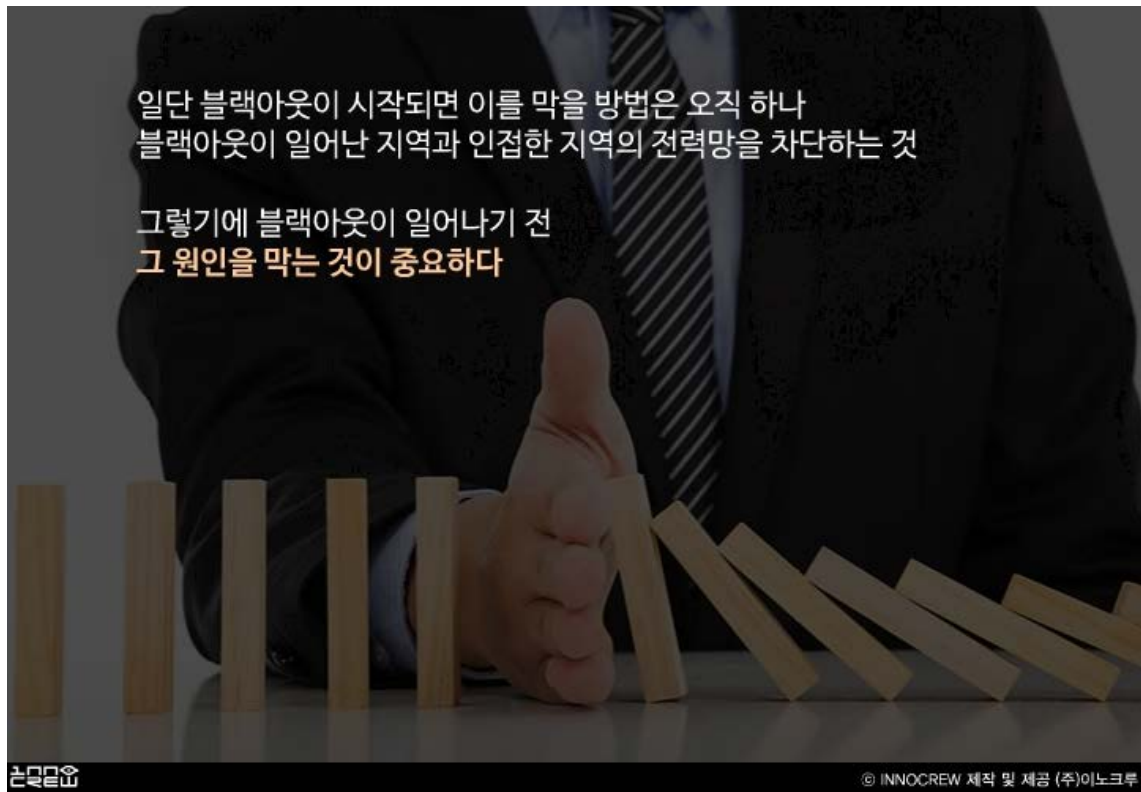
한글글루

© INNOCREW 제작 및 제공 (주)이노크루

[제11호] 정보의 블랙아웃을 막아라





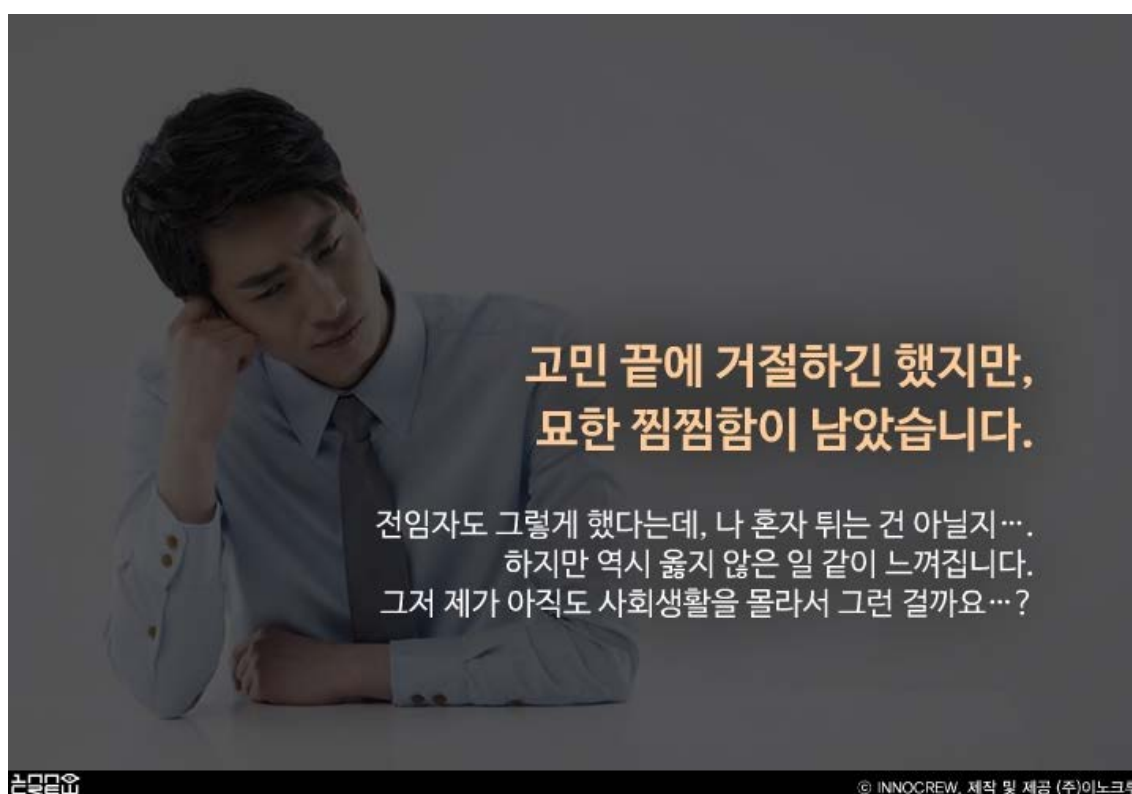
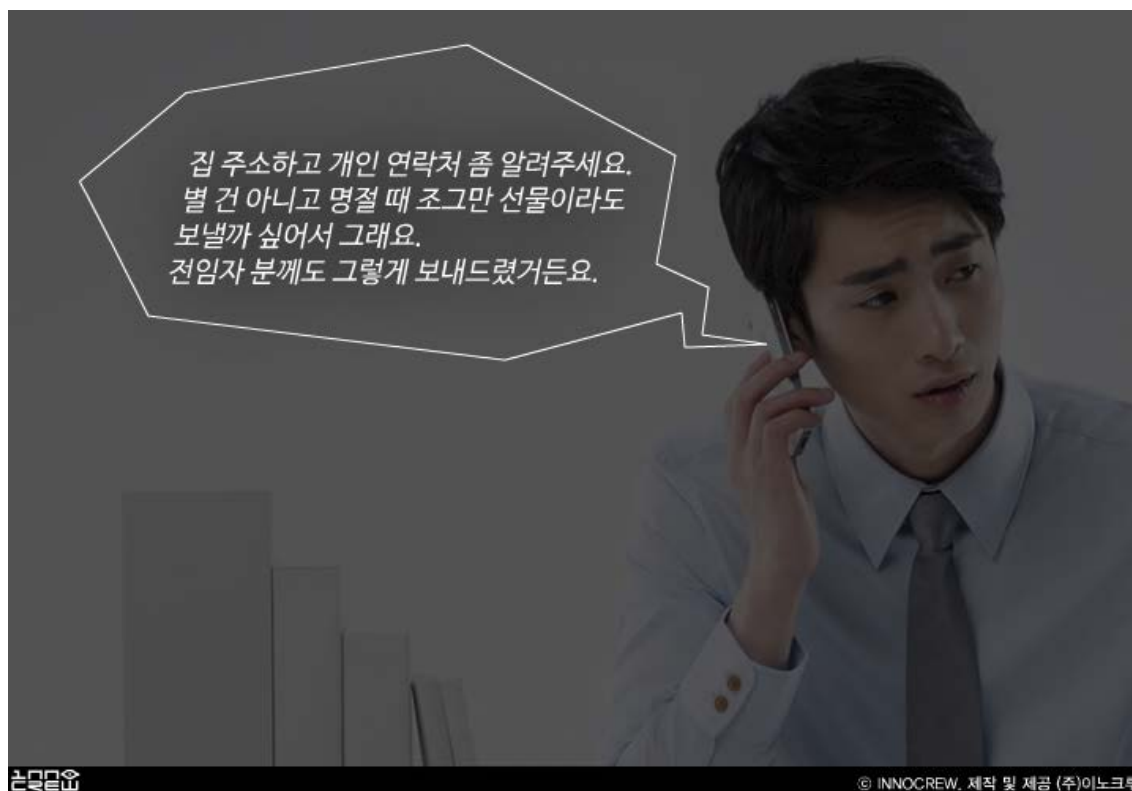




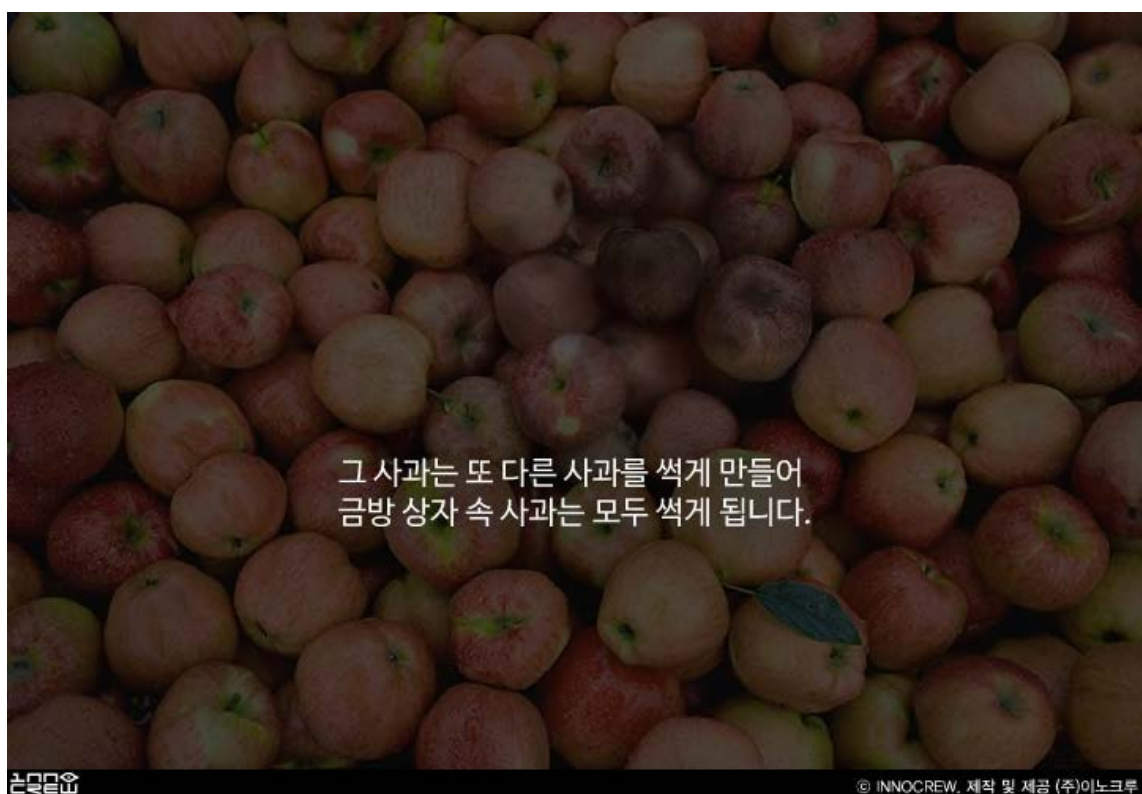


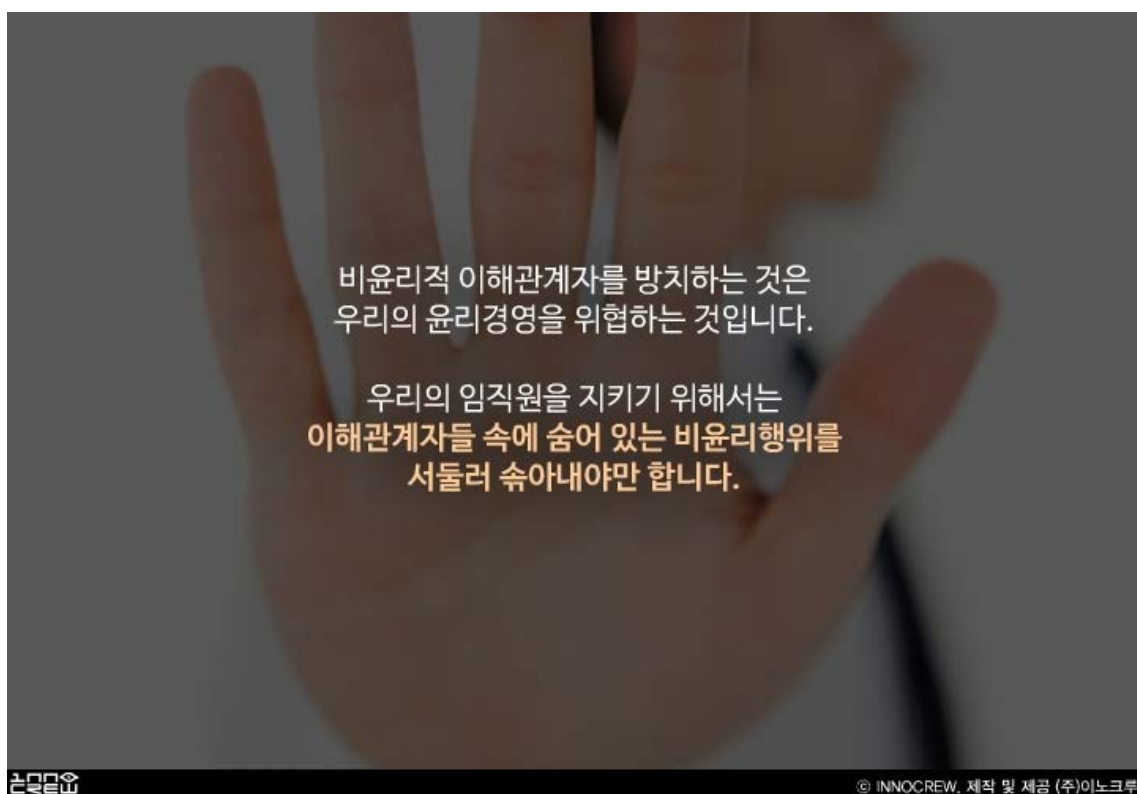
[제12호] 상자 속 썩은 사과











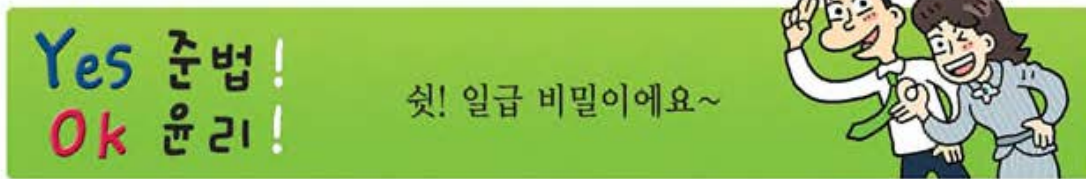
2016 Business Ethics Briefs

즐거운 윤리(웹툰)

- 비윤리 언행 • 01호
- 췌! 일급 비밀이에요~ • 02호
- 보안 뉴스~ • 03호
- 컴퓨터 마무리~! • 04호
- 방심 • 05호
- 6.2 기업윤리의 날 • 06호
- 난 괜찮을 걸(?) • 07호
- 밖에서도 윤리인! • 08호

바다의 연행

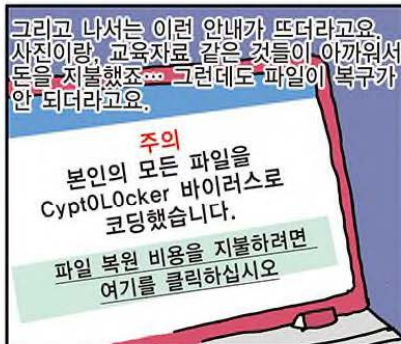




자료제공 : 교보생명

Yes 준법! Ok 윤리!

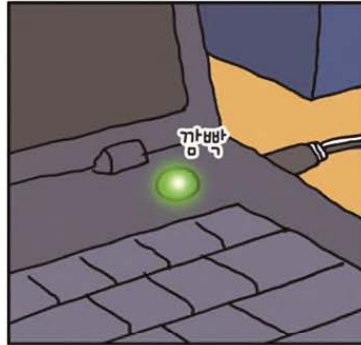
보안 뉴스~!



자료: 교보생명

Yes 준법! Ok 윤리!

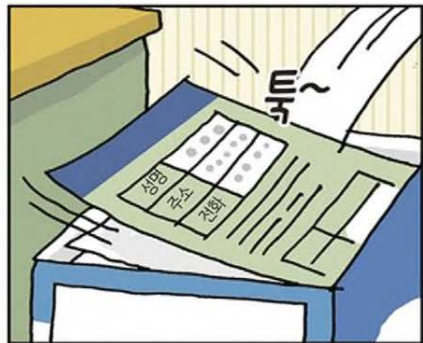
컴퓨터 마무리~!



자료: 교보생명

Yes 준비! Ok 윤리!

방심(放心)



자료: 교보생명



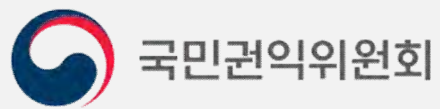
Yes 준법! Ok 윤리!

난 괜찮을 걸(?)





자료제공 : 교보생명



2016 Business Ethics Briefs

기타

2015년을 돌아보며 • 01호

글로벌 리포트 • 01호

문화속의 윤리 • 03호

2015년을 돌아보며

‘2015년을 돌아보며’는 지난 한 해 동안 기업윤리 브리프스에 많은 관심을 보여주신 윤리경영 담당 독자님들에게 지난 해 윤리경영과 관련하여 중요했던 사건과 이슈에 대해 서면 인터뷰를 진행하였습니다.

[질의 내용]

- 2015년 윤리경영의 중요성을 되새기게 한 사건은?
- 귀사에서 윤리경영과 관련하여 가장 중요했던 사건이나 이슈는?
- 기업윤리 브리프스에 바라는 점은?

◎ 2015년 윤리경영의 중요성을 되새기게 한 사건은?

전자업체 H차장

“땅콩회항, 우유업체 납품비리, 화장품 업체 판매원 빼내기, 열정페이 논란 등 여전히 현재진행중인 갑을 논란이 생각납니다. SNS와 인터넷의 발달은 부당한 갑질을 알리고 공론화하는데 크게 기여하였고, 이제는 거대 조직이나 권력으로도 쉽사리 이와 같은 횡포를 무마시킬 수 없게 되었습니다. 아무리 잘 나가는 개인이나 기업이라 할 지라도 단 한 번의 잘못된 선택만으로도 돌이킬 수 없는 결과를 가져온다는 것을 일련의 사건들이 적나라하게 보여준다고 생각합니다.”

금융서비스업체 L과장

“윤리경영을 광의적으로 해석한다면, 최근 논란이 되고 있는 모 기업의 '20대 명예퇴직' 사건이 생각납니다. 회사의 어려움에 따라 인력조정을 한다는 당위성을 인정한다 하더라도 그 과정에서 드러난 회사의 비윤리적인 행위들은 (정확한 사실로 밝혀진 것은 아니더라도) 구설수에 오르내리고 있습니다. 망하는 기업이 가장 비윤리적인 기업이라는 말에 공감하지만, 그 과정에서 직원을 대하는 태도 등은 충분히 개선의 여지가 있다고 생각합니다.”

H공기업 P차장

“독일 폭스바겐社 스캔들이 비윤리적 의사결정이 기업 존립에 미치는 영향을 단적으로 보여준 사례였습니다.”

제조업체 K대리

“폭스바겐은 배출가스 조작 파문으로 인해 주가 폭락, 임원의 사퇴 등 창사 이래 최대 위기를 맞았습니다. 기업이 고객의 신뢰를 잃었을 때 어떠한 일이 벌어지는 지를 보여주는 단적인 예입니다. 이 사태는 임직원의 윤리의식 부족에서 원인을 찾기도 하고 내부고발자를 배척하는 문화에서 발생했다고 하기도 합니다. 저희 회사는 이 사태를 보면서 '기업과 신뢰'라는 주제로 최고 경영진과 각 부문별 임원들이 토론을 진행하였으며, 현 상황에 대한 점검과 윤리경영 의식 고취 및 발전을 위한 방안을 모색하였습니다.”

관광레저업체 K부장

“2015년의 기억이 벌써부터 가물가물하지만 최근의 노동법 개정을 하나의 사건으로 뽑고 싶습니다. 법안 개정을 하면서 보여준 우리 사회의 의사소통 수준이 다소 안타까웠습니다. 이해관계자와의 커뮤니케이션이 얼마나 중요한지, 또 얼마나 어려운지 볼 수 있었습니다.”

◎ 귀사에서 가장 중요했던 사건, 이슈(위기, 기회, 성과 등)와 2016년 계획은?

전자업체 H차장

“신규 공장 건설 현장의 유독가스 누출로 인한 작업자 사망사고가 위기였습니다. 반면에 업계 최초로 시도된 '임금공유제'를 시행한 것이 큰 성과라고 할 수 있습니다.”

금융서비스업체 L과장

“금융업은 업의 특성상 이해관계자의 신뢰를 바탕으로 성장 발전할 수 있는 업종임에도 불구하고 여전히 일부 개인의 일탈이나 조직적인 모의에 의한 범법 행위가 끊이지 않고 있습니다. 이러한 현상은 단순한 금전상의 손실 이외에 신뢰도 하락이라는 더욱 치명적인 피해를 입기 때문에 지속적이고 꾸준한 윤리경영이야말로 금융회사의 필수요소라고 생각합니다.”

H공기업 P차장

“인권경영을 도입하고 인권경영과 윤리경영의 통합 운영체계를 마련한 것이 2015년 저희 회사의 큰 성과였습니다.”

제조업체 K대리

“2015년 윤리경영에 있어 가장 중요했던 이슈는 기존의 제보 체계를 재수립하고, 제보자 보호제도를 강화한 것입니다. 제보 프로세스를 임직원뿐만 아니라 협력사 등 내외부 이해관계자에게 알리고, 철저한 제보자 보호와 제보에 따른 보상체계 등을 강조하였습니다. 2016년에는 윤리경영시스템을 재정립 할 예정입니다. 현재 잘 운영되고 있는 제도 외에 부족한 부분을 재점검하여 통합적인 윤리경영시스템을 재구축할 것이며, 윤리경영의 수준을 고도화하고자 합니다.”

◎ 기업윤리 브리프스에 바라는 점이 있다면?

금융서비스업체 L과장

“정기적으로 최신 정보와 우수사례 등을 공유해 주셔서 감사합니다. 더불어 발간횟수를 좀 늘렸으면 좋겠습니다.”

H공기업 P차장

“꼭지가 많지 않나 싶습니다. 웬지 더 내용이 있는데 지면 때문에 줄인 것 같다고 생각할 때가 종종 있습니다. 꼭지를 줄이고 각 꼭지의 내용을 여유있게 가져가면 어떨까요.”

제조업체 K대리

“매월 발행되는 기업윤리 브리프스를 보며 좋은 정보를 많이 얻을 수 있었습니다. 지금처럼 업종별 사례, 기업별 사례 등 선진사례를 구체적으로 풀어주신다면 현업 적용에 많은 도움이 될 것 습니다.”

글로벌 리포트

[이번 호 윤리경영 리포트에서는 북유럽 국가인 노르웨이, 스웨덴, 핀란드의
윤리경영 제도와 정책적인 노력에 대해 알아보자.]

대표적인 북유럽 국가인 노르웨이·스웨덴·핀란드는 복지국가의 명성 뿐 아니라 투명성과 윤리적 가치를 중요하게 여기는 국가로 평가받고 있다. 스웨덴의 경우에는 정치인들이 자전거가 아닌 공식 리무진으로 이동하면 질타를 받을 정도로 청렴함을 최우선의 가치로 두고 있으며 노르웨이와 핀란드 역시 국정 운영과 기업경영에 있어 윤리적 가치를 실천하고 있다. 2014년 국제투명성기구가 발표한 부패지수에서 노르웨이·스웨덴·핀란드는 174개국 중에서 각각 5위(82점), 4위(87점), 3위(89점)에 랭크되어 최고 수준의 청렴성을 나타내고 있다. 이에 노르웨이·스웨덴·핀란드의 반부패 정책과 기업의 윤리경영 실천, 나아가 지속가능경영에 대해 살펴보고자 한다.

◎ 노르웨이·스웨덴·핀란드 반부패·윤리경영 현황

북유럽의 이 세 나라는 국가 전반의 윤리·청렴 수준을 알 수 있는 부패지수뿐만 아니라 세계경제포럼(WEF, World Economic Forum)이 142개국을 대상으로 조사한 기업의 윤리경영 실천 조사결과에서도 상위권(스웨덴 3위, 핀란드 5위, 노르웨이 6위)을 기록하여 북유럽 국가의 기업들이 성공적인 윤리경영을 실천하고 있다는 것을 알 수 있다.

특히 국제투명성기구에서 발표한 2011년 청렴시스템평가(NIS; National Integrity System)* 결과를 보면, 윤리와 청렴에 대한 사회적 합의 수준이 높고 엄격하다는 것을 알 수 있다. 스웨덴의 경우 평균 88점으로 정치 청렴도와 경제 청렴도에서 100점을 기록하였으며, 노르웨이와 핀란드 역시 비슷한 수준으로 나타났다.

* 유럽 13개국 정부의 법률적인 기반과 실제 청렴성과를 평가

◎ 노르웨이·스웨덴·핀란드 정부의 반부패 정책

노르웨이·스웨덴·핀란드는 부정부패방지법 시행을 공공 부문(Public Sector)과 민간 부문(Private Sector)으로 세분화하여 관리하고 있으며, 특히 노르웨이와 스웨덴은 민간 부문(Private Sector)을 평가할 수 있는 시스템을 갖추고 있다.

노르웨이는 국민들이 행정, 정치, 경제 부문의 중대한 사안을 투표로 평가하는 시스템을 보유하고 있다. 정보를 투명하게 공개하여 비리를 방지하기 위해 1970년에 정보공개법(FOIA, The Freedom of Information Act)을 제정하였고 모든 프로세스를 기록보관법(Archive Act)에 의거하여 보존하고 있다. 또한 정보의 접근성이 중요해짐에 따라 'lovdata.no' 웹사이트를 개설하여 노르웨이의 최신 법률을 업데이트하여 정보의 투명성을 위한 인프라를 마련하였다.

스웨덴은 부패감시기관을 두고 기관의 독립성 유지를 위한 'Capacity', 투명성을 증진하기 위한 'Governance', 청렴 시스템을 발전시키는 'Integrity Mechanism'으로 세분화하여 평가를 수행한다. 특히, 'Capacity'와 'Governance'는 법률적 규제를 평가하고 논의하는 역할을 수행한다.

핀란드는 노르웨이의 정보공개법과 유사한 'The Act on the Openness of Government Activities'를 제정하여 정치적인 활동과 행정적인 활동의 투명성을 보장하고 있다.

- PIDA(Public Interest Disclosure Act, 1998, 노르웨이): 기업의 내부 고발자를 보호하기 위한 법안으로, 유럽에서 영국, 노르웨이만이 시행하고 있으며 모든 근로자에게 효력이 적용됨
- 관피아 금지법(노르웨이): 2005년 공적 분야(Public Sector)에서 정치인(장관, 차관, 정치 고문 포함)을 대상으로 민간영역으로 이직 시 이해상충 등을 방지하기 위해 이를 규제하는 구체적인 법안을 마련
- Anti-Bribery legislation(스웨덴): 2012년 뇌물 금지를 위한 새로운 법률을 발효하여 뇌물 공여 및 수수에 대한 규정을 명확히 하고 규제를 강화하였음

*출처: Money, Politics, Power: Corruption Risks in Europe, 2012, TI

[윤리경영 관련 제도]

◎ 노르웨이·스웨덴·핀란드의 윤리경영과 기업의 사회적 책임 지원

노르웨이·스웨덴·핀란드의 기업은 무한경쟁 시장에서 생존하기 위해 진보적인 발전을 거듭해왔고 노르웨이의 가스 제조기업 'Statoil', 핀란드의 기술 및 장치산업 'Nokia', 스웨덴의 가구 공룡 'IKEA' 등 다양한 다국적기업이 탄생하였다. 이러한 기업들은 윤리와 사회적 책임을 필수적인 경영요소로 두고 이를 실천하기 위해 노력하고 있다.

핀란드의 'FIBS'는 기업+++의 지속가능경영을 실천하기 위한 목적을 지닌 비영리기관으로 공공기관, 연구소, 기업 등이 협업할 수 있는 생태계를 조성한다. 핀란드 기업의 가치 창출을 위해 WBCSD(세계지속가능발전기업협의회), CSR Europe, Global Reporting Initiative, CSR 360 Global Partner Network와 파트너십을 맺고 있다. 노르웨이의 'CSR Norge'는 CSR Europe 2020을 기업이 달성하기 위한 구체적인 가이드라인으로 제시하고 있고, 스웨덴의 'GLOBAL FORUM'은 기업이 직면한 산업의 실질적인 문제를 해결하고 산업 인프라의 발전을 도모하기 위해 기업의 CEO들이 협력하여 만든 단체로 스웨덴 기업이 친환경 경영을 달성하는데 기여하고 있다.

◎ 노르웨이·스웨덴·핀란드 CSR Action Plan

노르웨이, 핀란드, 스웨덴 등 북유럽 국가들은 2004년 UNDP(유엔개발계획)의 주도하에 'Nordic Representation Office'(NRO)를 설립하고 북유럽 국가 사이의 협력을 맺어 활발하게 교류하고 있다. 또한 세 나라 모두 CSR Europe*의 'CSR 2020 Summit'을 달성하기 위한 가이드라인을 수립하고 있으며, 사회적 혁신과 투명한 거버넌스를 강조하고 있다.

한편, 2013년 RobecoSAM社の 'Sustainability Country Ranking' 평가 결과에 따르면 스웨덴은 세계에서 가장 지속가능한 국가로 선정되는 등 기업의 CSR 활동의 역사가 길다. 같은 조사에서 노르웨이는 5위, 핀란드는 8위로 나타나 반부패와 윤리경영 뿐만 아니라 기업의 사회적 책임 영역에 있어서도 높은 수준을 보이고 있다. 스웨덴은 2002년부터 외무부에 CSR 대사를 임명하고 국제적인 협력을 추진하는 등 노력을 이어가고 있으며, 노르웨이 역시 CSR 대사를 두고 있다.

*CSR Europe: 실업, 기후 변화 등 사회적 이슈 해결을 위해 유럽 전역의 40개 이상의 국가 파트너 조직과 10,000개 이상의 기업이 참여

**Sustainability Country Ranking: 환경, 사회, 지배구조에 대한 평가 지표에 기반하여 59개 국가의 지속가능성 평가

[노르웨이 · 스웨덴 · 핀란드 성공적인 CSR 기업 사례]

UNIT 4 Agresso

노르웨이의 IT 기업인 UNIT 4 Agresso는 'Norwegian Association of the Blind'(NABP)라는 시각장애인 협회와 파트너십을 맺어 시각장애인을 고용하고 있다. UNIT 4 Agresso는 그들의 제품을 사용하는 고객이 신체적으로 건강한 여부와 관계없이 간편하고 편리하게 이용할 수 있는지를 확인하고 시각장애인의 입장에서 제품을 만들기 위한 프로젝트를 2011년부터 진행해오고 있다. 또한, 'the Web Content Accessibility Guidelines 2.0'(WCAG)이라는 ERP(전사적 관리) 시스템을 마련하여 시각장애인들이 제품을 쉽게 사용할 수 있도록 하고 있다.

*출처: First European CSR Awards Project, 2013, CSR Europe (etc.)

IKEA

가구 공룡이라 불리는 IKEA는 Better Cotton Initiative* 를 통해 환경을 고려한 지속가능한 공급망을 관리하고 있다. 가구 제작에 있어서 면은 중요한 재료임에 따라 IKEA는 면 제작부터 공정까지 모든 생산 과정을 IKEA가 관리하여 Green Value Chain을 구축하였다. 그 결과 경쟁사보다 경쟁력 있는 가격을 형성하였고, 품질이 좋은 제품을 생산하여 고객을 만족시켰다.

* Better Cotton Initiative(더 나은 면화 계획): 2020년까지 세계 면화 생산량의 30%를 지속가능한 면화로 대체하는 것을 목표로 세계야생동물기금, 민간, 공공기관과 공동 설립(2010년)한 비영리조직

*출처: Facts about Sweden CSR, 2013, Sweden.se

Pajat Solutions

핀란드의 IT 기업인 Pajat Solutions는 2011년부터 교육, 건강, 제품 및 서비스와 관련된 CSR의 세부적인 목표를 수립하여 이행하고 있다. Pajat Solutions의 제품인 'Poimapper'은 인터넷 서버 접속이 원활하지 않을 때 데이터를 수집하기 위해 사용하는 클라우드 서비스이며, 의료시설이 보급되어 있지 않거나 IT 인프라가 열악한 곳의 비영리단체와 기업에서 사용되고 있다. 주로 의료 자원봉사자들이 많이 사용하고 있으며 응급 상황에 대처할 수 있는 시스템이다. 2013년 250,000 유로의 최고 수익률을 달성하였다.

*출처: First European CSR Awards Project, 2013, CSR Europe (etc.)

노르웨이·스웨덴·핀란드는 부패지수가 상위 2%에 랭크된 청렴한 국가일 뿐 아니라, 기업의 사회적 책임 활동에 있어서도 모범사례를 제시하고 있다. 정책적으로는 관피아 금지법, 내부고발자 보호법, 정보공개법, 뇌물 방지법 및 부패감시기관의 독립성 강화 등 각 국가의 특성에 적합한 정책을 추진하고 있으며, 유럽 차원의 협력에 참여하는 등 자발적인 노력을 기울이고 있다. 무엇보다 오늘날 노르웨이·스웨덴·핀란드가 높은 청렴성과 윤리성을 자랑 할 수 있는 배경에는 공공부문 뿐만 아니라 산업계, 시민사회 등 민간부문의 윤리, 청렴, 사회적 가치 존중을 위한 협력이 근간이 되었을 것이다.

*출처

- Money, Politics, Power: Corruption Risks in Europe, 2012, TI
- National Integrity System Assessment Norway, TI, 2012
- National Integrity System Assessment Finland, 2011, TI
- National Integrity System Assessment Sweden, 2011, TI
- First European CSR Awards Project, 2013, CSR Europe (etc.)
- Facts about Sweden CSR, 2013, Sweden.se
- Enterprise 2020 Manifesto, 2015, CSR Europe
- 북유럽 국가들의 복지산업정책, 2013, 한국조세연구원

문화속의 윤리

(도서) 호세무히카 조용한 혁명

저자 : 마우리시오 라부페티

출판 : 부키

출판일 : 2016.02.12

정가 : 15,000원

'세상에서 가장 가난한 대통령'

호세 무히카의 대통령 재임기를 집중 조명한 첫 책!



2013년과 2014년 노벨 평화상 후보에 올랐던 호세 무히카는 '세상에서 가장 영향력 있는 100인'에 꼽히기도 했으며 52퍼센트의 득표율로 대통령에 당선되어, 5년 뒤 퇴임할 때는 65퍼센트라는 더 높은 지지율을 기록해 아름다운 퇴장이 무엇인지를 보여주었다. 그리고 여기, '세상에서 가장 가난한 대통령'이라는 타이틀로 많은 사람들의 사랑을 받았던 호세 무히카의 재임기를 집중 조명한 첫 번째 책이 출간되었다.

『호세 무히카 조용한 혁명』은 호세 무히카의 정치인과 지도자로서의 면모를 집중 탐구한 첫 책으로, 현직 기자인 저자가 소박하고 청렴한 생활로 널리 알려진 '인간 무히카' 너머 '대통령 무히카'의 모습을 세밀하게 포착해 냈다. 그가 시도한 정책들과 그 과정에서 맞닥뜨린 현실의 벽, 대통령의 고민과 열정, 성공과 실패를 통해 진정한 리더는 어떠해야 하는지, 우리가 원하는 리더는 어떤 모습인지를 생각해 보게 한다.

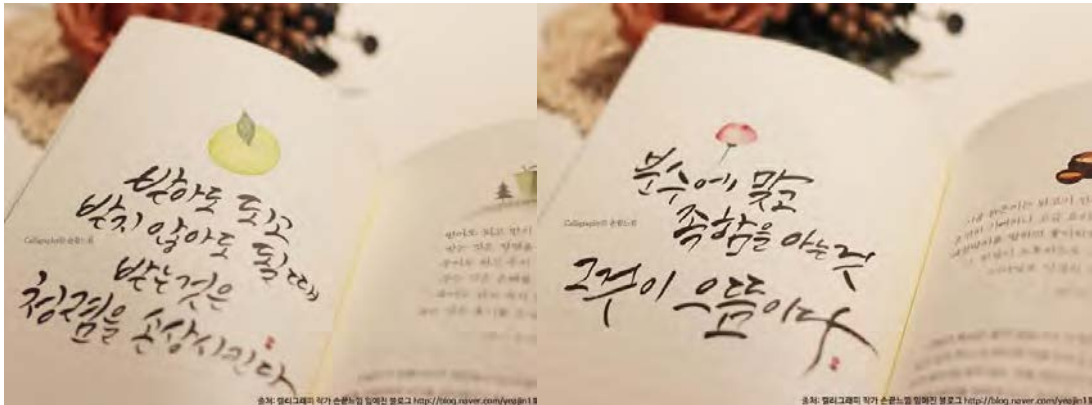
[인터넷 교보문고 제공]

(도서) 공명청언 (公明淸言)

저자 : KSAM편집부, 캘리그라피 임예진
출판 : KSAM
출판일 : 2015.12.03
정가 : 3,800원



“손글씨로 풀어 쓴 청렴 메시지”



〈출처: 캘리그라피 작가 손끝느낌 임예진 블로그: <http://blog.naver.com/yeajin11>〉

공직자가 지녀야 할 최고의 덕목으로 강조되는 것이 바로 청렴이다. 요즘 공직자뿐만 일반 기업에서도 청렴의 중요성이 강조되고 있다. 청렴은 성품과 행실이 맑고 깨끗하며 재물을 탐하지 않는 마음을 뜻하지만 이와 같은 사전적인 의미에 대한 이해보다 윤리적이고 도덕적인 측면에서의 이해가 더 필요하다. 이런 이유 때문에 옛 선조들의 큰 뜻이 담긴 고전을 통해 청렴을 배워야 하는 것이다. 연하도서 〈공명청언公明淸言〉은 목민심서, 명심보감, 채근담, 난중일기, 맹자, 노자도덕경, 야설 등에서 청렴, 공정, 절제에 대한 가르침의 글을 발췌하였다. 딱딱할 수 있는 고전을 친숙한 손글씨로 표현하여 그 속에 담긴 숨은 의미를 이해하기 쉽게 풀어서 전한다. 또한 연하장 대신 선물이 가능하도록 봉투도 함께 첨부되어 있어 마음을 담은 메시지를 써서 선물하기에도 좋다

[인터넷 교보문고 제공]

내부 보관용

2016년 묶음집

기업윤리 브리프스

Business Ethics Briefs

발행일 2016.12

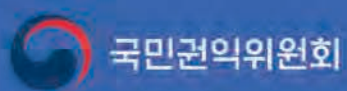
발행처 국민권익위원회/민간협력담당관실

주소 세종특별자치시 도움5로 20 정부세종청사 7동

전화 044-200-7166

팩스 044-200-7917

제작 (주)이노크루 | 02-324-5661



국민권익위원회