

전문가 칼럼

기업윤리는 지속가능경영의 필수조건



주인기 (연세대학교 경영대학 교수)

우리나라는 이미 오래 전에 OECD에 가입하였고, G20 국가에 속해 있을 뿐만 아니라 경제규모 세계13위, 자본시장규모 세계11위, 무역규모로는 세계 8위에 올라있다. 따라서 경제적인 측면에서 볼 때 선진국에 이미 진입했음을 자타가 공인하고 있다. 그러나 국제투명성기구(TI)에서 매년 발표하는 부패인식지수는 2013년 자료에 의하면 46위로 되어 있다. 세계경제포럼 (WEF)이 평가하는 한국의 회계투명성 순위는 조사대상 148개국 중 91위이다. 또한 스위스 국제경영개발원 (IMD) 평가로는 60개국 중 58위를 기록하고 있다. 물론 평가방식에 문제가 있다고는 하나, 이러한 지표들이 수년 동안 하위권을 못 벗어나는 것은 투명성에 관한한 확실히 문제가 있다는 것을 말해준다.

최근 정부는 물론이고, 우리 기업들의 윤리경영에 대한 인식은 매우 높아졌다. 비록 영리기업의 목적이 이익을 내는 것을 최우선으로 하는 것이지만, 기업윤리란 어떻게 이익을 내야하는가를 다루는 것이다. 마키아벨리즘 식으로 무슨 수단을 쓰든지 이익을 내면 된다는 식으로 이젠 지속 가능한 경영을 할 수 없는 세상이 되었다. 룰을 지키지 않는 거래나 상대방을 배려하지 않는 거래는 결코 오래 존속 할 수 없기 때문이다. 특히 요즈음과 같이 트위터, 페이스북 등, 여러 종류의 SNS가 발달해 있는 사회에서는 한번 떨어진 신용은 급속히 확산 될 뿐만 아니라 회복하기도 매우 어렵다. 이제 룰을 지키지 않는 기업은 사회구성원들이 용납하지 않는다.

얼마 전 한수원의 비리로 온 나라가 쇼크를 받은 바 있다. 불과 수천만 원의 불량 전기 케이블 때문에 수조 원짜리 원자력 발전소가 멈추고 국가에 전력난을 초래해서 끼친 손해액은 헤아리기조차 힘들다. 이를 몇몇 일부 임직원들의 개인적인 잘못으로 치부하면 결코 근본적인 해결 방법을 찾을 수 없다. 세계적으로 성공하는 기업들의 특징은 최고경영자부터 기업윤리에 대한 중요성

을 확실히 인식하고, 최고경영자가 기업윤리에 대한 언급을 일상화하고, 구성원들에 대한 기업윤리교육도 일선에 나서서 직접 담당한다. 또한 비윤리 행위에 대한 확실한 처벌과 윤리경영으로 손해를 볼 수도 있음을 인식하고, 이러한 손해는 기업이 기꺼이 감수한다는 의지도 보상체계에 포함하고 있다.

조직이 윤리적이지 못하면 공평한 보상이 이루어지기 힘들다. 공평한 보상 없이 구성원들 간에 신뢰는 기대하기 힘들다. 또 신뢰가 없으면 구성원들의 몰입도 없다. 이러한 조직은 시한부 조직이다. 이것이 윤리경영이 지속가능경영의 필수조건인 이유다.

업종별 윤리경영 사례

윤리경영에 대한 이해를 돕고자 2014년부터 업종별 윤리경영 사례 코너를 신설하였다. 업종별 윤리경영의 긍정적 사례와 부정적 사례를 상세히 소개함으로써 기업이 윤리경영을 실천하는데 있어 교훈을 삼고자 하며, 이번 호에는 첫 번째 시간으로 금융업의 윤리경영 사례에 대해 소개 하도록 한다.

금융업은 기업과 고객 상호 간의 신뢰, 투명성, 준법정신이 강력하게 요구되는 분야이다. 그럼에도 불구하고, 현재 금융업계에는 고객정보 유출, 부당대출, 뇌물수수 혐의 등의 사건으로 바람 잘 날이 없다. 작년 한 해 동안 4대 금융지주가 금융감독원으로부터 적발당한 위법사항은 무려 160건에 달했다. 가장 빈번했던 위법사항은 부당영업행위와 불완전판매행위였으며, 다음으로 내부통제 미준수, 자기매매, 연계거래 위반 등의 순서다. 하지만 이러한 가운데에서도 윤리적 모범을 보이며 선도하는 기업들이 있기 때문에 금융업계의 내일을 기대해볼 수 있다. 현재 금융업계에서 벌어지고 있는 사건들을 계기로 하여 내부통제, 보안교육, 컴플라이언스 강화 등의 대책 마련을 통해 보다 탄탄한 윤리적 제도와 정책이 정착되었으면 하는 바람이다.

◎ 카드사의 개인정보 유출 대란

연초부터 금융사들의 대규모 개인정보 유출 사태로 고객들이 공분을 사고 있다. 최근 한 신용평가 전문회사의 직원이 금융사에 파견되어 개발용역 작업을 수행하는 과정에서 불법으로 수집한 금융사의 고객 개인정보가 대량 유출되어 사회적 혼란을 빚고 있다. 금융업은 고객의 신뢰가 생명인 만큼 당장 눈앞의 성과에만 급급하지 않고, 책임과 윤리의식을 바탕으로 이러한 비윤리적인 사건이 다시 발생하지 않도록 예방하여야 할 의무가 있다.

[사례1] 고객 정보 유출로 인한 미국의 한 결제대행업체 퇴출

2005년 신용카드 및 직불카드 구매를 허용하고 승인하던 미국의 한 업체를 통해 약 4,000만여명의 고객의 이름과 신용카드 번호가 유출되었다. 이 업체는 보유할 이유가 없는 고객 금융정보를 보유하고, 이를 안전하게 보호할 보안 장치를 충분히 갖추지 않은 상태로 고객들의 카드 번호와 기타 데이터를 자사 컴퓨터 네트워크에 저장하였다. 컴퓨터 네트워크 접속에 제한 조치를 취하지 않았기 때문에 손실된 고객 데이터는 수백만 달러의 사기 구매에 이용되었다. 이 사건으로 결국 주 고객인 비자와 마스터카드를 잃었고, 2008년에 결국 퇴출당하고 말았다.

[사례2] 서티지 체크 서비스의 고객정보 판매와 피해보상

미국의 금융서비스 회사 서티지 체크 서비스(Certegy Check Services)에서는 회사 개인정보 관리책임자가 850만 명의 개인정보를 정보브로커에게 판매하였으며, 정보브로커는 이를 마케팅 목적으로 재판매한 사건이 발생했다. 이 사건으로 법원은 서티지 체크 서비스에 1,700억 달러가 넘는 금액을 피해보상 하도록 명령하였다.

[사례3] 막대한 손해를 불러일으킨 JP모건체이스의 부실 판매

JP모건체이스는 투자상품의 위험을 투자자들에게 충분히 알리지 않고 모기지증권을 부실 판매한 혐의로 약 14조원에 달하는 벌금을 내기로 법무부와 잠정적으로 합의했다. 이 금액은 JP모건의 이전 해 순이익의 60%에 이르는 막대한 금액이며, 최종적으로 확정된다면 이 금액은 법무부가 물리는 사상 최대의 합의금이 될 수도 있다. 이후 JP모건은 회사의 내부 감시자 역할을 하는 컴플라이언스 책임자를 교체하여 은행 내부의 법무팀과 내부 감시 활동 사이의 독립성을 강화하였다. JP모건은 위험관리와 컴플라이언스를 강화하는 데 약 4조원을 지출하고 5천명의 추가 인력을 배치하는 방안을 마련하였다. 또한 JP모건은 고객 정보를 해킹하려는 사기범들을 적발하기 위해 테러 방지에 쓰이는 정보처리기술을 도입하였으며, 직원들 가운데 잠재적 사기범을 찾아내는 데까지 이 기술을 사용하고 있다.

[사례4] 정보 유출 예방을 위한 금융권의 분주한 움직임

최근 대규모 카드정보 유출 사고로 은행권은 고객정보 유출에 대한 점검을 실시하고 있다. 우리은행은 '고객님의 소중한 개인정보 우리가 지킵니다'라고 쓰인 스티커를 전 직원에게 배부하여 직원들의 고객정보 보호의식을 제고하려고 노력하고 있다. 우리은행 직원들은 이전부터 1년에 두 번씩 개인정보 보호 및 보안 관련 교육을 이수하고 있다. 신한카드는 유관 부서 정보보호 전문인력으로 전사 정보 보호 통제체제 강화 태스크포스(TF)를 구성하여 고객정보 보호 통제활동을 전면 재점검하였다. 삼성카드는 고객정보 권한이 없는 직원들에게는 정보 접근을 차단하였으며, 내부 사용 망과 외부 사용 망을 분리하여 보안을 강화하였다. 이외에도 많은 은행권, 보험사, 카드사가 고객정보 조회를 실시간으로 모니터링하고, 고객정보 DB를 암호화하는 등 고객정보를 보호하기 위해 분주한 노력을 하고 있다.

◎ 끊이지 않는 부당대출 의혹

대출자격이나 상환능력이 기준에 미치지 못하여 은행에 불법 수수료를 지불하고 부당대출을 하는 기업들에 대한 의혹이 끊이지 않고 있다. 부당대출에서 많이 사용되는 방법 중 하나는 '담보 위조'이다. 담보 위조는 대출 심사를 위한 부동산 감정평가서를 위조하여 담보물의 가치를 부풀리거나, 서류를 위조하여 동일 부동산을 담보로 중복 대출을 해주는 방식이다. 기업의 재산상태 등을 심사하여 대출을 결정하지 않고, 기업이 원하는 대출금액을 정하면 이에 맞추어 관련 서류를 조작하는 것이다. 자주 이용되는 또 다른 방법은 명의를 여러 개로 나누어 대출금액을 쪼개주는 방식인 '금액 쪼개기'이다. 일정 금액 이상 대출을 받으면 본사의 심의를 거치게 되는 여신 규정을 피하기 위한 수단인 것이다. 이 같은 부당대출은 결국 은행이 부실 채권을 떠안게 되어 손해를 입

는 결과를 가져오게 된다.

[사례1] 법인카드 유용과 맞바꾼 부당대출

몇몇 금융기관이 자금난에 빠진 한 기업에 거액의 부당대출을 해주고, 해당 기업의 법인카드를 유용하였다. 한 은행은 내부 대출관련 규정을 위반하고 투자금융부의 대출 부적합 의견을 삭제하고, 결렬된 투자계획을 '투자예정'이라고 설명하여 여신협의회에 서류를 제출하였다. 또한 해당 기업에 파견된 자금관리단 간부들은 골프장과 주점 등에서 법인카드를 사적인 용도로 사용하였다

[사례2] 부당대출 근절을 향한 발걸음

은행에서는 저신용, 저소득층을 위한 '새희망홀씨' 대출을 운영하고 있다. 새희망홀씨 대출은 신용이 낮거나 소득이 적어 은행에서 대출을 받기 어려운 계층을 위하여 별도의 심사기준을 마련해 대출을 가능하게 해주는 서민 맞춤형 대출상품이다. 또한 신한은행에서는 '연구개발 우수기업 대출', '기술형 창업지원 대출' 등 중소기업 지원 상품과 무료 컨설팅 서비스를 운영한다. 이러한 제도적 지원이 더욱 활발하게 이루어지고, 기업들이 이를 잘 활용한다면 부당대출을 줄일 수 있다. 내부통제와 금융감독원의 감시 또한 철저히 이루어져야 할 것이다.

◎ 착한금융상품을 통한 윈윈 정책

기업들의 사회 공헌 활동이 여러 방면으로 확대되고 있는 가운데, 단순한 사회 공헌 활동이 아닌 기업 특성과 연계시켜 가치 창출을 이루어내는 방법으로 사회 공헌 활동을 펼치는 움직임이 많아지고 있다. 현재 여러 은행에서, 고객이 일정 금액 이상을 기부할 경우 우대 금리 혜택을 적용해주는 '착한금융상품'을 운영하고 있다. 금융업의 특색을 잘 살린 이러한 사회공헌 활동은 기업과 고객 모두 일석이조의 효과를 누릴 수 있다. 고객은 공익에 이바지 하는 동시에 금리 우대 혜택을 적용 받을 수 있으며, 기업은 사회적 책임 수행으로 기업 이미지를 제고하면서 고객에게 보다 질 높은 서비스를 제공할 수 있게 된다.

[사례1] 은행, 고객, 사회가 행복해지는 금융상품

하나은행의 '바보의 나눔적금'은 고객이 계좌당 100원 이상을 기부할 경우, 0.3%의 금리 우대 혜택을 주는 상품이다. 기업은행은 판매 수익의 일부가 독도 관련 사업에 기부되는 '독도는 우리땅 통장'을 운영하고 있으며, 국민은행은 '영화사랑적금'의 만기이자 1%를 영화 산업 발전에 기부한다. 또한, 농협은행에서는 '법사랑 통장'을 통해 예금판매액의 0.1%로 어린이범죄 피해자와 다문화 가정을 지원하며, '행복한 대한민국 통장'의 예금판매액 0.1%는 어려운 이웃과 독도 사랑기금을 지원하는 데 쓰인다.

[사례2] 신한은행의 '따뜻한 금융'

신한은행이 금융의 힘으로 세상을 이롭게 한다는 사명을 바탕으로, 서민과 중소기업을 위한 '따뜻한 금융'을 실천하고 있다. 신한은행은 '사회책임 경영위원회'를 발족하여 중소기업지원, 서민금융, 소비자보호, 사회공헌의 분야에서 사회적 책임을 수행하고 있다. 신한은행은 금융소외계층의 제도권 금융이용 혜택을 확대하고자 중금리대 상품인 '신한 새희망드림대출'을 출시하였고, 사회적 약자와 소외계층을 대상으로 각종 수수료 면제 혜택을 제공하고 있다. '연구개발 우수기업 대출', '기술형 창업지원 대출' 등 중소기업을 지원하는 상품을 운영하고 있으며, 사회공헌 컨설팅 팀을 조직하여 사회적 기업에 대한 무료 컨설팅을 제공하고, 경영 및 금융 교육 지원에 앞장서고 있다. 이외에도 다양한 사회적 책임 활동을 수행한 결과, 신한은행은 지난해 12월 금융감독원으로부터 '2013년 서민금융 최우수상'을 수상하였고, 신한금융그룹은 다보스 포럼에서 발표하는 '글로벌 지속가능경영 100대 기업' 순위에서 30위에 선정되었다.

***참고**

<http://news.donga.com/3/all/20131021/58345049/1>

<http://www.etoday.co.kr/news/section/newsview.php?idxno=857849>

<http://news.einfomax.co.kr/news/articleView.html?idxno=54673>

<http://news.einfomax.co.kr/news/articleView.html?idxno=79126>

<http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=001&aid=0005989957>

<http://ilyo.co.kr/detail.php?number=69247&thread=02r03>

http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20131204000801&md=20131207004309_AT

<http://www.mt.co.kr/view/mtview.php?type=1&no=2014012010125267571&outlink=1>

<http://www.nocutnews.co.kr/news/1169000>

<http://www.mediapen.com/news/articleView.html?idxno=14611>

<http://www.kookje.co.kr/news2011/asp/newsbody.asp?code=0200&key=20140118.22010210822>

<http://view.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2014010910544100151>

<http://biz.newdaily.co.kr/news/article.html?no=24422>

http://article.joins.com/news/article/article.asp?total_id=13007041&cloc=olink|article|default

<http://media.daum.net/breakingnews/newsview?newsid=20060227090026470>

윤리경영 체계 가이드스

기업이 사회에 미치는 영향력 증가와 기업에 대한 사회적 기대 수준의 변화로 인해, 기업의 윤리경영에 대한 요구가 갈수록 강화되고 있다. 국내 대부분의 기업들은 윤리경영을 도입하고 실천하고 있지만, 급격하게 변화하는 사회에서 윤리경영 트렌드를 반영하고 다양한 이해관계자들의 의견을 수렴하여 윤리경영 시스템을 정비하는 것은 쉽지 않은 일이다. 기업윤리 브리프스에서는 기업들이 윤리경영을 추진하는데 있어 방향성을 제시하고 윤리경영 시스템을 보다 효율적으로 정비할 수 있도록 윤리경영 가이드스를 총 10회에 걸쳐 제공할 예정이다. 이번 호 브리프스에서는 첫 번째 시간으로 윤리경영에 대한 CEO 의지의 중요성 및 윤리경영 체계 구축을 위한 전략과 비전을 설정하는 방법에 대해 알아보도록 한다.

◎ CEO의 의지

윤리경영을 추진하기 위해서는 무엇보다 CEO의 강력한 의지가 바탕이 되어야 한다. 이러한 CEO의 윤리경영에 대한 의지는 사보 및 홈페이지를 통해 임직원에게 지속적으로 전달되어야 하며, 임직원으로 하여금 윤리경영이 기업의 생존과 직결되고 있고, 기업 경영에 있어 윤리경영이 긍정적인 역할을 한다는 믿음을 주어야 한다. 또한 CEO가 직접 윤리경영 이벤트 등에 참여하는 모습을 통해 임직원들은 CEO가 기업 경영에 윤리경영을 중시하고 있다고 인식할 것이다.

<사례: 주요 국내외 기업 CEO의 윤리경영 의지 표현>



존슨앤존슨 “사람들의 신뢰를 잃고 싶지 않다”

존슨앤존슨은 1982년과 1986년 두 차례 타이레놀을 복용한 시민들이 사망하는 위기를 겪었다. 당시 존슨앤존슨 CEO는 “사람들은 우리 회사가 믿을 만하고 책임감 있는 기업이라고 생각합니다. 우리는 이런 신뢰를 잃고 싶지 않습니다.”라고 입장을 밝혔으며, 즉각 타이레놀 전량을 리콜하였다. 또한 소비자를 안심시키기 위한 다양한 커뮤니케이션을 시행하였다. 이러한 존슨앤존슨의 즉각적인 대응은 윤리경영에 대한 CEO의 강력한 의지와 실천이 있었기 때문이다.

지멘스 CEO “위로부터 시작되는 지멘스의 윤리경영”

지멘스는 윤리경영은 CEO의 강력한 의지를 바탕으로 위로부터 시작된다. 지멘스의 이사회와 수뇌부는 사업 규모가 크거나 부패 위험이 상대적으로 높을 것으로 예상되는 54개국 지사를 방문하여, 해당 지역 경영진을 직접 만나는 ‘준법 로드쇼’를 진행하고 있다. 또한 최고준법책임자인 ‘CCO’는 지멘스의 ‘준법 (compliance)경영’과 관련된 모든 업무를 총괄하고 독일 본사와 세계 각국 지사

에 있는 600여명의 준법지원인들을 지휘하고 있다.
CCO: 'Chief Compliance Officer

◎ 윤리경영 체계 구축을 위한 비전과 전략 설정

- 윤리경영 비전 설정

윤리경영 비전은 기업이 윤리경영을 추진하는데 기본 방향을 설정해주고, 경영활동 중 이해가 상충되는 상황에서 임직원들에게 행동지침을 제공해준다. 또한, 이루고자 하는 미래의 청사진을 제시하는 역할을 한다. 윤리경영 비전은 기업이 미래에 도달하고자 하는 윤리경영의 이상적인 모습으로, 향후 윤리경영의 환경과 상황이 달라져 윤리경영 전략을 수정하고 개선하더라도 윤리경영의 비전은 쉽게 바뀌지 않기 때문에 비전을 설정하는 초기 단계에서 방향성을 정확히 제시하는 것이 필요하다.

<주요 기업의 윤리경영 비전>

한국가스안전공사	부패벨트는 "잠금", 청렴 벨트는 "열림"
예금보험공사	국민으로부터 신뢰받는 예금보험공사
하나금융지주	건강한 금융, Happy Together
신세계	가슴마다 윤리의식, 손길마다 윤리실천
전력거래소	깨끗한 당신, 청렴한 KPX를 만듭니다

윤리경영 비전은 기업의 내외부적 환경분석을 통해 윤리경영 핵심 이슈를 바탕으로 윤리경영 비전을 수립해야 하며, 기업의 윤리경영 비전은 기업의 경영비전과 연계되어야 한다. 이는 윤리경영 비전은 기업의 경영비전과 윤리경영 전략 간의 연결고리 역할을 하기 때문이다. 효과적인 윤리경영 비전이 되기 위해서는 갖춰야 할 여러 비전 요소들이 있지만 무엇보다 구체성, 단순성, 일관성이 있어야 하며 이외에도 실행 가능하고, 이해관계자에 대한 호소력이 있어야 한다.

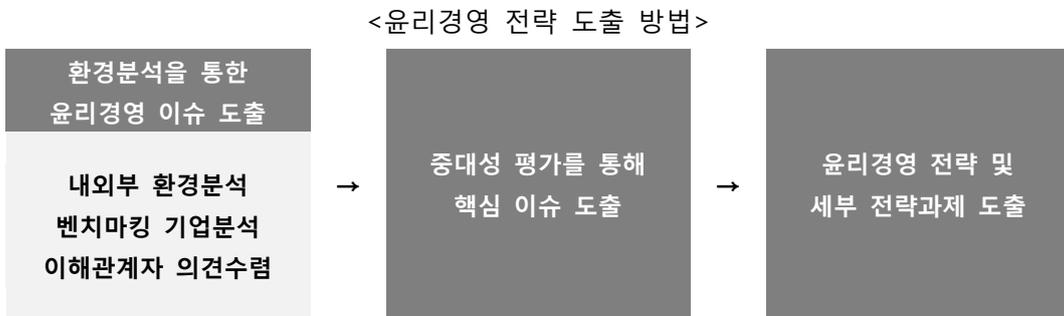
<주요 윤리경영 비전 요소>

비전 요소	세부 내용
구체성	실체를 가지고 있을 정도로 구체적으로, 머릿속에 쉽게 그려볼 수 있을 정도의 구체성이 요구됨
단순성	복잡하지 않고 쉽게 이해되고 기억할 수 있도록 단순해야 하며, 보통 열 단어 이내로 압축하는 것이 좋음
일관성	메시지 전달에 있어서도 일관성을 가지고 있어야 하며, 회사의 전체 이념 및 가치

	와 연계되어야 함
실행가능성	단순한 이상향이 아닌 기업이 당면한 현실에 기반한 것으로 기업과 임직원이 실행 가능할 수 있어야 함
호소성	방향을 제시하는 것 이상으로 모든 이해관계자로 하여금 비전을 준수하도록 열정을 불러일으킬 수 있도록 호소력이 있어야 함

- 윤리경영 전략 설정

기업은 각 기업의 상황에 맞는 윤리경영 전략을 수립하고 이를 실천해 나가야 한다. 기업들은 서로 다른 경영 환경에 처해있으며, 각 기업의 강점과 약점을 반영한 전략을 추구하는 것이 필요하다. 따라서 환경분석을 통해 기업에 맞는 윤리경영 핵심이슈를 도출하는 과정이 중요하며, 도출된 핵심이슈들의 공통적인 요소를 정리하여 각 영역별 윤리경영 전략을 도출하여야 한다.



윤리경영 전략을 수립하는 과정에는, 먼저 윤리경영 전략에 대한 확실한 이해가 뒷받침되어야 한다. 윤리경영 전략에 대한 충분한 이해가 있어야 윤리경영 실천을 위한 타당성을 획득할 수 있기 때문이다. 또한 선택된 전략들을 바탕으로 윤리경영을 성공적으로 이끌기 위해서는 각 전략들이 서로 연계성을 가지고 있어야 한다. 마지막으로 윤리경영 전략은 연속성을 가져야 한다. 윤리경영 전략은 변화할 수는 있지만 항상 새롭게 수립·정비되지는 않기 때문이다.

<사례: 인천국제공항공사의 윤리경영 전략>

윤리경영 비전	Integrity 확산을 통한 글로벌 윤리기업 문화 창출	
전략방향	이해관계자 중심의 윤리경영 문화확산으로 사회책임 달성	
윤리경영 전략	신뢰와 열정의 Integrity 문화 창출	글로벌 수준의 사회책임 이행
추진과제	-윤리경영 제도 및 조직 활성화 -윤리실천 프로그램 시행	-인천국제공항공사 Clean Compact 고도화 -인천국제공항 내 윤리문화 확산 -글로벌 실천프로그램 참여 확대

* 인천국제공항공사는 Integrity 확산을 통한 글로벌 윤리기업 문화 창출을 목표로 윤리경영 전략에 전사의 비전과 핵심가치를 연계하여 전략방향을 수립하고 추진과제를 이행하고 있다.

이번 시간에는 윤리경영 체계 구축을 위한 전략과 비전 설정을 위한 방법에 대해 알아보았으며 다음 호에서는 건전한 기업지배구조 구축에 대해 알아보는 시간을 갖도록 한다.

※ 윤리경영 체계 가이드스 목차

#	세부내용	#	세부내용
1	윤리경영 체계 구축을 위한 전략과 비전 설정	6	윤리경영 교육 프로그램
2	건전한 기업지배구조 구축	7	윤리경영 소통 채널 구축
3	윤리강령 제정과 윤리가이드 제공	8	위반행위 신고 및 신고자 보호제도 운영
4	윤리경영 전담 조직 운영	9	윤리경영 평가 및 보상제도 운영
5	윤리경영 감독체계 운영	10	임직원 사회공헌·환경경영 활동

*참고

윤리경영 매뉴얼

인천국제공항공사 홈페이지

한국가스안전공사 홈페이지

최근 국내외 동향

국내 윤리경영 동향

◎ 상생협력을 통한 SCM 실현, CSR의 시작

'2013 중소기업 사회책임경영포럼' 연구보고서는 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility, CSR)을 통한 지속가능경영의 시작은 공급망과 내부조직에 대한 계획, 관리에서부터 시작된다고 보고하고 있으며, CSR은 업계를 아우르는 '공급망 관리'(Supply Chain Management ; 이하 SCM)를 통해서도 이뤄져야 한다고 강조하고 있다. 대기업은 SCM과는 별개로 CSR을 펼칠 수 있지만, 중소기업은 제한된 자원과 인력, 기업 내 '올'의 입장으로 생존에 대한 압박으로 인해 자체적인 CSR 활동을 실시하기 어려운 경우가 많다. 실제로 국내 중소기업의 고용과 생산 비율은 총생산의 88%를 담당하고 있지만 중소기업의 수출은 대기업 기준 50%에도 미치지 못하고 있다. 즉, 중소기업이 내수시장의 중심에 있음에도 경쟁력 확보가 되지 않고 있음을 시사한다. 국내시장의 성장과 CSR 활동 증진을 위해 상생협력은 반드시 필요하며, 이는 현 사회가 요구하는 CSR 중 하나로, 중소기업은 사회에서 도태되지 않고 경쟁력을 키울 수 있으며, 대기업은 중소기업의 현황을 판단함으로써 기업 가치를 명백히 세울 수 있다는 강점이 따를 것이다.

출처: <http://fashion.mk.co.kr>

◎ 해외진출 기업 95%가 사회공헌 진행

해외시장으로 진출하는 기업이 많아지면서 국내 기업들의 글로벌 사회공헌 역시 성장 추세에 있는 것으로 드러났다. 조선일보 더나은미래가 해외 진출 기업 50곳을 대상으로 '글로벌 사회공헌 설문조사'를 실시한 결과 응답 기업(41곳)의 95%가 '글로벌 사회공헌을 진행하고 있다'고 답했다. 또한, '2013년 한 해 동안 사용한 글로벌 사회공헌 비용은 얼마인가'라는 질문에 대해 '1억원 이상 3억원 미만(28%)'과 '10억원 이상(28%)'이란 답변이 가장 많았으며, 응답 기업의 77%가 1억원 이상 비용을 지출한다고 밝혀 국내 기업들의 글로벌 사회공헌 규모가 확대되고 있음을 보여줬다. 이와 함께 '글로벌 사회공헌이 비즈니스에 어떤 영향을 미쳤느냐'는 질문에 대해서는 '비즈니스에 대체로 도움이 됐다(67%)' '비즈니스에 큰 도움이 됐다(18%)' 등 긍정적 대답이 85%에 달해, 글로벌 사회공헌이 비즈니스 성공 전략의 일환으로 자리매김하고 있음을 알 수 있었다.

출처: <http://news.chosun.com>

◎ '최저가낙찰제' 입찰 투명성 높였다

2001년 최저가낙찰제 도입 이후 지난해까지 13년 동안 평균 낙찰률이 12.2% 상승했으며, 심사 절차 간소화 등으로 업체의 부담이 지속적으로 경감돼 온 것으로 나타났다. 조달청은 최저가낙찰제 도입 이후 운영성과 분석 결과를 발표하고, ▶덤핑입찰 방지에 따른 기업 경영 개선 ▶입찰 투명성 확보 ▶입찰 참가 업체 부담 경감 등의 측면에서 많은 성과를 거뒀다고 밝혔다. 최저가낙찰

제는 대상공사에서의 입찰금액에 대한 적정성을 심사해서 낙찰자를 결정하는 제도로, 저가심의회가 도입되면서 점차 낙찰률이 상승했고, 지속적 제도 개선으로 지난해에는 74.1%의 낙찰률을 보인 것으로 나타났다. 입찰 참가 업체 부담 경감 분야에서는 계량적 심사를 대폭 강화한 결과 절감사유서 용량이 2007년에 비해 20분의 1 수준으로 대폭 감소한 것으로 나타났다. 또한 지난해 6월 투찰률에 따른 심사생략제도를 강화한 이후 그 이전보다 입찰자의 절감사유서 작성 비용 절감 효과가 연간 약 90억 원에 이르는 것으로 분석됐다.

출처: <http://www.kihoilbo.co.kr>

해외 윤리경영 동향

◎ 스위스 중앙은행, 비윤리적 기업 투자지분 매각

스위스 중앙은행이 윤리적으로 의심스러운 사업과 관련된 회사들에 투자된 지분을 모두 처분할 계획이며, 그 대상은 국제적으로 금지된 무기를 생산하거나 인권을 과도하게 침해하고 조직적인 환경파괴에 책임이 있는 회사들이 될 것이라 밝혔다. 스위스 중앙은행은 이해관계가 충돌할 수 있는 대형 또는 중견 은행들의 주식에는 투자하지 않고 있고, 어떤 유형의 투자를 배제할지 여부는 정기적으로 검토되고 있으며, 주식 처분 방식 등에 대해 구체적으로 밝히지 않았지만 금지된 무기를 생산하는 기업들에 대한 국제협약을 따를 것으로 전망된다.

출처: <http://news.sbs.co.kr>

◎ 성소수자 배려한 회사가 투자하기 좋은 우량기업

기업의 '성소수자 평등' 문제가 투자자들의 주목을 끌고 있다. 파이낸셜타임스는 성소수자 평등을 지키는 기업들의 주가를 지수로 만든 'LGBT평등지수'와 같은 새로운 지수들이 투자자들의 척도로 자리잡고 있다고 보도했다. LGBT평등지수는 성소수자들이 평등하게 일할 수 있도록 기업이 지원하고 있는지를 평가하기 위하여 금융회사 크레디트스위스가 2013년 10월에 만든 것으로 성소수자들이 평등하게 채용되는지, 입사 후의 혜택에서 불이익은 없는지, 회사가 성소수자 평등에 대해 공식적으로 방침을 밝혔는지 등이 기준에 포함된다. 펀드평가 사이트 모닝스타의 로버트 골즈버로는 "사회책임을 강조하는 펀드들이 수익을 내지 못하는 걸 많이 봤지만 LGBT평등 포트폴리오는 적어도 투자자에게 피해를 주지는 않을 것"이라고 내다봤다.

출처: <http://news.khan.co.kr>

◎ 중국 '공익'에 눈뜨다, 한 해 5억 6,000만 명 온라인 기부

국제사회가 생각하는 것보다 중국 내 공익활동이 훨씬 광범위하고 다양하게 펼쳐지고 있다. 베이징 스판(師範)대 중국공익연구원이 1월 15일 공개한 자료에 따르면 2013년 9월 말 현재 중국에는

모두 51만 1,300개 공익조직이 있고 그 종사자는 1,200만 명에 달하며, 2013년 한 해 동안 모은 기금이나 기부액, 활동 내역은 너무 많아 집계가 불가능한 것으로 조사되었다. 중국의 공익활동은 쓰촨 대지진 이후 기부·자원봉사를 바탕으로 확산되고 있으며, 이후 중국정부가 공익활동을 목적으로 한 비정부기구(NGO) 등 공익단체의 활동을 보장하면서 공익의 범위가 재난이나 불우이웃 돕기 차원을 넘어 사회 모든 영역으로 확산되기 시작했다. 중국의 공익활동이 짧은 시간에 광범하게 확산된 데는 경제계 인사와 국가 지도자 등 사회지도층의 솔선수범도 한몫 한 것으로 분석되고 있다.

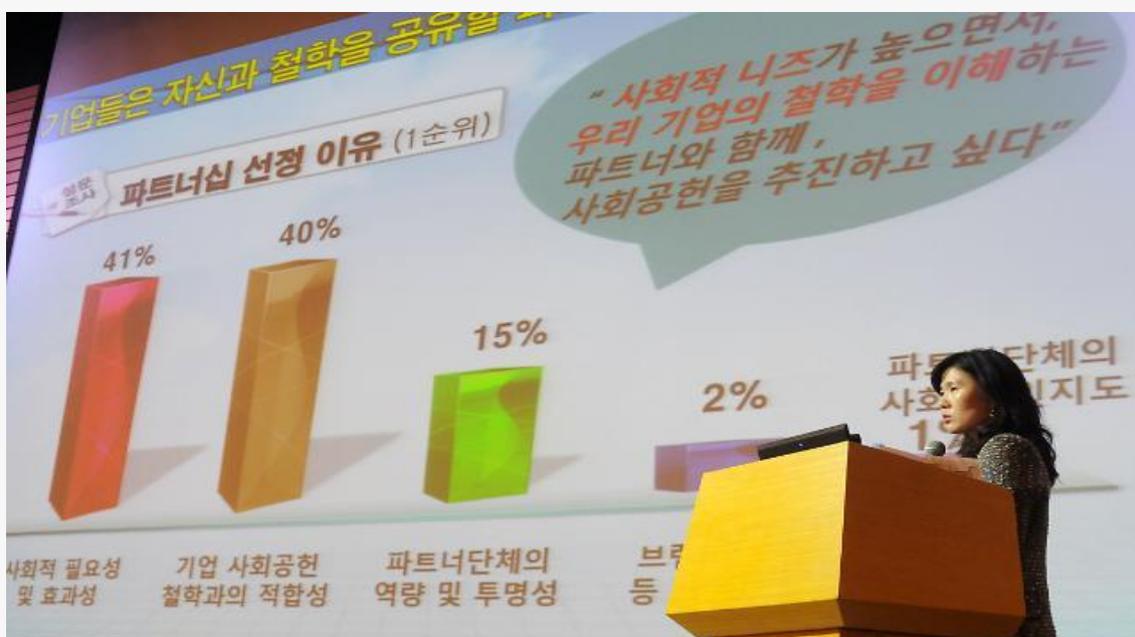
출처: <http://joongang.joins.com>

행사를 소개합니다.

행사 브리핑

◎ 행사 이모저모

전경련 제2차 기업 사회공헌 아카데미



전국경제인연합회는 지난 12월 5일 전경련 컨퍼런스센터에서 '2013 제2차 기업 사회공헌 아카데미'를 개최했다. 특별강연에서는 임직원 봉사활동 확대, 우수봉사자 점자명함 제작, 자원봉사 보험제도 등 다양한 제도적 지원에 대해 설명하고 기업 사회공헌 현황을 공유하였으며, 주요 기업의 사회공헌 담당자들이 기업별로 사회공헌 사업의 실무 노하우를 소개했다. 김도영 SK브로드밴드 사회공헌팀장은 '효율적 사회공헌 추진 방안'을 주제로 사회공헌 사업 추진 노하우를 공유하였다. 이 행사에서는, 이제는 단순한 봉사보다는 기업별 특성을 살린 전문지식과 재능 기부로 기업의 내부 역량을 강화시킬 수 있는 방향으로 변화하는 추세라는 사실을 언급하였다.

*참고: <http://www.ajunews.com/view/20131205153600522>

◎ 국내외 행사

- 유엔글로벌콤팩트 한국협회 COP/COE 워크숍 개최 안내

2014년도 첫 번째 COP/COE 워크숍인 이번 워크숍에서는 CSR 국제 동향 및 COP 작성에 대한 안내와 함께 비영리단체 참여보고서 정책에 대한 소개가 있을 예정이다.

-주최: 유엔글로벌콤팩트 한국협회

-일시: 2014년 2월 20일(목)

-장소: 대한상공회의소 중회의실 B

- 2014 Sustainable Business & Social Impact Conference

본 컨퍼런스에서는 세계적으로 사회적 영향을 미치는 지속가능경영의 혁신적인 비즈니스 모델과 파트너십, 아이디어에 대한 논의가 이루어질 예정이다.

-주최: Duke University

-일시: 2014년 2월 12일(수)

-장소: Durham, NC

- Smarter Sustainability Reporting Conference

본 회의에서는 환경을 위한 사회적 책임을 관리하면서 기업의 투명성을 촉진시키는 방안을 논의하고 오늘날 직면해있는 기업의 과제에 대하여 토론을 진행할 예정이다.

-주최: eddie.net and Sustainable Business

-일시: 2014년 2월 25일(화)

-장소: Inmarsat, London, UK

-World CSR Congress

World CSR Day를 기념하여 World CSR Congress가 개최된다. CSR에 대한 인식을 확산시키기 위해, CEO들과 교수, 지속 가능성 전문가들이 CSR의 가치, CSR과 브랜드 경쟁력 간의 연관성에 대한 새로운 통찰력을 제시할 예정이다.

-주최: Blue Dart / Dr. R. L. Bhatia

-일시: 2014년 2월 17일(월)~18일(화)

-장소: Taj Lands End, Mumbai, India

윤리경영 스테디

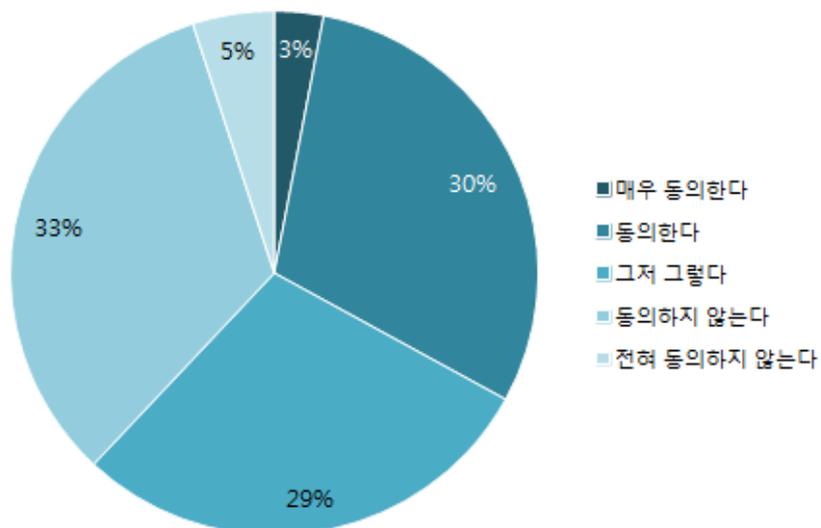
2014년 기업윤리 브리프스에서는 '윤리경영 스테디'의 코너를 신설하여 윤리경영에 관한 새로운 보고서 및 연구 결과에 대해 소개하고자 한다. 이번 호 기업윤리 브리프스에서는 The UN Global Compact와 Accenture가 공동으로 집필한 보고서인 'The UN Global Compact-Accenture CEO study on Sustainability'를 소개한다.

The UN Global Compact-Accenture CEO study on Sustainability 2013

'The UN Global Compact-Accenture CEO study on Sustainability'는 기업의 최고경영자들의 사회적 책임에 대한 자세와 회사의 실적을 분석하였다. 본 보고서는 103개국에 걸친 27가지 산업 분야의 1,000명 이상의 CEO와 중역들을 대상으로 연구를 수행하였으며, 이 연구는 기업의 지속가능경영에 있어 과거, 현재, 미래를 평가하고, 선도하는 기업들이 가치를 창출하기 위해 어떠한 혁신적 전략을 채택하는지를 보여준다.

본 보고서는 현재 글로벌 경제는 잘못된 방향으로 나아가고 있으며, 비즈니스는 지속 가능한 미래를 구축하는 역할을 하지 못하고 있다고 지적하였다. 본 보고서의 33%의 응답자만이 글로벌 경제가 환경과 자원의 제약 속에서 기업이 지속가능하기 위한 올바른 방향으로 나아가고 있다고 응답하였으며, 67%의 응답자는 현재 상태로는 글로벌 지속가능경영을 위한 도전 과제를 다룰 만큼 충분하지 못하다고 응답하였다.

※ 현재 비즈니스는 글로벌 지속가능경영 도전 과제를 다룰 만큼 충분하다고 생각하십니까?..

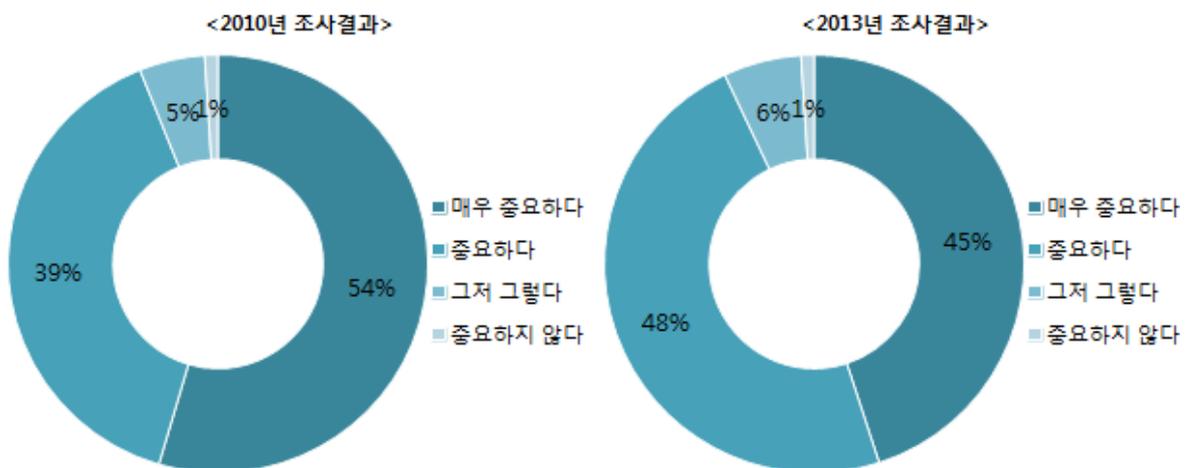


본 조사를 통해 지속가능경영을 위한 비즈니스 노력은 현재 정체기에 이르렀으며, 지속가능경영에 대한 움직임은 세계적으로 확장되고 있지만, 많은 비즈니스 리더들은 그 변화의 속도와 영향의 범위에 대하여 회의를 품고 있다. 많은 기업들이 글로벌 지속가능경영에 대한 도전을 다루는데 있어 정체기를 맞고 있으며, 비즈니스 성공을 이를 만한 속도를 따라가지 못하고 있다.

지속가능경영이 기업의 성공을 결정하는 중요한 요인이 되어감에 따라, CEO들은 지속가능경영이 산업을 변화시키고, 리더십이 경쟁 우위를 가져다 줄 수 있으며, 지속가능경영이 성장과 혁신의 새로운 길이 될 것이라고 확신하고 있다. 그러나 많은 비즈니스 리더들은 지속가능경영을 통한 비즈니스 가치를 찾아내어 계량화하는 방법을 알지 못하며, 실패의 가능성이 글로벌 도전에 대응하려는 노력을 방해한다고 보고 있다.

선도하는 몇몇 기업들은 지속가능경영에 대한 헌신을 강화하는 반면, 어떤 기업들은 현재의 경제 시스템과 시장 속에서 글로벌 지속가능경영 도전 과제가 그들의 비즈니스 성공에 있어서 중요한 것인지에 대해 회의를 품고 있다. 2010년 연구에서 93%의 CEO들이 지속가능경영이 그들 비즈니스의 미래 성공을 위해 "중요하다" 또는 "매우 중요하다"고 여겼으며, 2013년 역시 93%의 CEO들이 지속가능경영을 성공을 위한 열쇠로 여기고 있다고 응답하였다. 그러나 지속가능경영이 "매우 중요하다"고 응답한 CEO들의 비율은 2010년에는 54%를 차지했지만, 2013년에는 45%로 하락하였다. 글로벌 도전 과제가 확장되고 있는 상황에서 이러한 현상은 눈여겨볼 만한 사실이다. 글로벌 비즈니스 리더들 사이에서 지속가능경영의 중요성에 대한 인식이 하락한다면 지속가능경영의 발전을 촉진시키기 어려울 것이기 때문이다.

※ 지속가능경영이 미래 비즈니스의 성공을 위해 얼마나 중요합니까?..

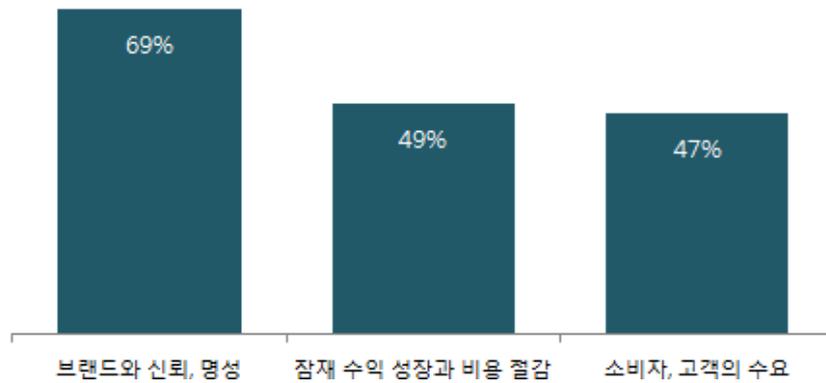


CEO들을 대상으로 조사한 연구의 결과는 다음과 같다. 먼저, CEO들은 현재의 글로벌 경제가 인구증가와 그에 따른 니즈를 충족시킬 수 없을 것이라고 생각하고 있으며, 현재의 경영 활동은 글로벌 지속가능경영을 위한 도전 과제를 대응하기엔 충분하지 않다고 생각한다. 93%의 CEO들은 지속가능경영이 미래의 성공을 위해 중요한 요소라고 믿지만, 많은 기업들은 지속가능경영에 대

한 포부와 실천 사이에서 괴리를 경험하고 있다. 그들은 지속가능경영의 경제 자원과 경쟁 우위가 부족하고 비즈니스 가치와의 뚜렷한 연계성이 없다는 점을 장애물로 꼽았다.

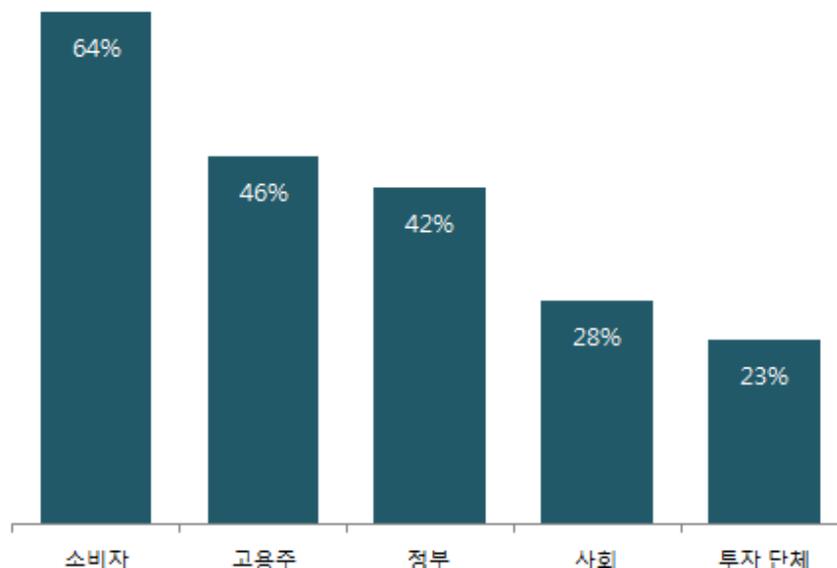
지속가능경영에 투자하는 데 '브랜드와 신뢰, 명성'은 CEO들에게 가장 큰 동기로 작용하였고, 그 다음 순서로 '잠재 수익 성장과 비용 절감', '소비자, 고객의 수요', '개인적 동기' 등이 동기로 작용하였다.

※ 지속가능경영에 투자하는 있어 가장 큰 동기로 작용하는 것은 무엇입니까?(복수응답 가능)



또한 향후 5년 동안 기업의 경영에 있어 가장 큰 영향을 미칠 것 같은 이해당사자로 '소비자'가 1위로 뽑혔으며, '고용주', '정부', '사회', '투자 단체' 등이 뒤를 이었다.

※ 5년 동안 기업의 경영에 있어 가장 큰 영향을 미칠 것 같은 이해당사자는 누구입니까?(복수응답 가능)



The Global Compact and Accenture 연구 팀은 CEO들의 자세와 기업의 성과 간의 연관성을 조사하였다. CEO들에 관한 연구는 기업 리더의 신념과 태도, 행동이 그들의 전략과 투자에 어떻게 영

향을 미치는지 살펴볼 수 있으며, 지속가능경영을 통해 그들 기업을 경쟁 우위에 놓을 수 있는 특별한 기회를 제공한다. 변화하는 리더들은 지속가능경영에 다르게 접근하며, 더 강력한 영향과 가치 창출을 위한 모델을 제시한다. 선도하는 CEO들은 이미 그들 기업의 가치 창출과 글로벌 도전 과제의 영향 모두를 가져다 줄 지속가능경영을 위한 전략을 강구하고 있다. 그들은 적극적으로 소비자, 투자자, 그리고 사회를 위한 실질적인 가치를 창출하고자 한다.

또한, CEO들은 정체기를 넘어 절정기를 향해 나아가기 위해서 두 가지의 행동 강령을 고려하고 있다. 첫 번째로, CEO들은 지속가능경영의 공공정책화를 위해 세계적, 국가적, 지역적 수준에서의 규제, 표준, 정책 등 정부와 정책입안자들의 적극적인 개입을 원한다. 두 번째로는 지속가능경영을 혁신과 성장의 기회로 삼고 비즈니스 가치와 지속가능경영의 선도 기업들로부터 배울 필요가 있다는 점을 지적하며, 기업의 전략, 비즈니스 모델, 가치 사슬과 산업을 변화시키는 7가지 핵심 주제를 제시하고 있다.

행동 강령: 지속가능경영의 공공정책을 조정하기 위해 필요한 정부의 개입

CEO들 사이에서는 정부가 세계적, 국가적, 지역적 수준의 지속가능경영의 환경을 조성하기 위해 선도자의 역할을 해야 한다고 주장하는 목소리가 있다. 대부분의 CEO들은 녹색 성장을 지원하기 위해 보다 명확한 규제와 정책을 요구한다. 또한, 글로벌 경제를 성장시키기 위해 정부가 나서서 “제한된 환경과 자원 속의 경제 발전”을 향한 정책적 틀을 만들 필요가 있다고 강조한다. 비즈니스 리더들은 적극적인 정부의 개입이 지속가능경영을 더욱 발전시킬 수 있다고 믿는다.

행동 강령: 지속가능경영과 성공을 향한 7단계

조사 결과, CEO들은 기업의 전략, 비즈니스 모델, 가치사슬*과 산업을 변화시키는 7가지 핵심 주제를 제시하고 있다.

1. 현실주의 & 상황

CEO들과의 인터뷰에서, 지속가능경영을 가장 열정적으로 실천하는 기업들이 도전의 규모에 관해 가장 현실적이기도 하며, 경영이 만족스럽게 이루어지지 않고 있다는 것을 인정하는 경향이 있다는 사실을 알아냈다. 도전을 이해한다는 것은 지속가능경영의 전략을 미래 성장의 기회로 받아들인다는 것이나 마찬가지이다.

2. 성장 & 차별화

많은 CEO들이 글로벌 도전 과제의 위기는 상품과 서비스를 차별화하고 새로운 시장 세분화를 통해 새로운 지역과 나라에서 성장할 수 있는 기회라고 말한다.

3. 가치 & 성과

탄소 배출에서부터 물발자국까지, 환경 측정을 추적하는 일은 이제 모든 산업에서 흔하게 이루어진다. 지속가능경영의 글로벌 이슈와 씨름하는 기업에 있어서, 도전 과제는 지표를 측정하고 관리하는 것뿐만 아니라, 지속가능경영의 가치와 모델을 계량화하고 사회에 미치는 영향을 예측하는 것까지 포함하는 일이다.

4. 기술 & 혁신

연구팀의 조사에 따르면, 선도하는 기업들은 혁신과 기술에 의지한다. 환경과 자원의 제약과, 사회적 압력의 증가는 혁신을 위한 자극제 역할을 한다. 재생 가능한 것들의 투자에서부터 기기 간 통신 기술을 가능하게 하는 지능기반 시설까지, 선도하는 기업들은 혁신적인 R&D를 통한 기술의 전개를 통해 이익을 얻고 있다.

5. 파트너십 & 협력

CEO들은 지속가능경영을 위한 협력과 파트너십의 필요성을 충분히 인정했다. 그들은 정부, 정책 입안자, 산업 내 경쟁자, 소비자, 그리고 NGO 단체들과의 가까운 파트너십을 통해 기업의 영향력을 최대화할 수 있다고 믿는다.

6. 소통 & 대화

비즈니스 리더들은 소비자와 지역 공동체, 규제 기관과 정책 입안자, 투자자와 주주, 고용인과 노동 연합 사이의 양방향의 생산적인 대화를 이끌어낼 필요를 느낀다. CEO들은 글로벌 도전 과제와 관련한 경영 규칙을 협상하기 위해 이해 당사자와 적극적으로 소통한다.

7. 지지 & 리더십

CEO들은 충분한 영향력을 가지고 있더라도 정부와 이해 당사자들과 협력하여 해결방안을 강구할 필요를 인지하고 있다. 더 나아가 발전하기 위해서는 비즈니스 리더들의 지지와 공공적인 헌신이 필수적이다.

* 가치사슬: 기업이 상품과 서비스를 만들고 유통시키면서 고객들에게 가치를 제공하는데 이에 관련된 활동

따라서 기업은 도전 과제의 규모와 기회를 이해해야 하며, 지속가능경영을 기업의 이익과 가치 창출로 변환시키는 과정을 거쳐야 한다. 성공을 위해서는 새로운 기술과 혁신, 적극적인 소통을 필요로 한다. 지속가능경영을 위해서는 산업 내 경쟁자와 산업과 분야를 넘어선 경쟁자 간의 협력이 요구되며, 기업의 최대 잠재력을 실현시킬 수 있는 변화를 이끌어내기 위해 이해 당사자들과 긴밀한 협력 관계를 구축해야 한다.

***참고**

- Accenture CEO study on Sustainability 2013, UN Global Compact

윤리경영 One Point Lesson

기업윤리 브리프스에서는 '윤리경영 One Point Lesson'을 통해 윤리경영업무에 대한 질문을 받고 이에 대해 전문가 자문을 받는 시간을 마련하였다.

Q. 기업에 대한 사회적 기대 수준이 증가하면서, 기업의 윤리경영에 대한 요구가 갈수록 강화되고 있습니다. 현재 윤리경영 전략을 훌륭하게 실천하고 있는 기업의 사례를 알고 싶습니다.

A. 미국 반도체 회사인 어플라이드머티어리얼즈는 2012년, 2013년 연속으로 세계적 기업윤리연구소 에티스피어 인스티튜트가 주관하는 '세계에서 가장 윤리적인 기업' 중 하나로 선정되었습니다. 어플라이드머티어리얼즈의 잘 다져진 윤리적 기반은 고용 유지 및 채용, 기업 문화, 성과 평가 등을 포함한 기업 전반에 중요한 역할을 하고 있으며, 이를 통해 어플라이드머티어리얼즈는 청렴하고 윤리적인 선도 기업으로 선정되었습니다. 어플라이드머티어리얼즈는 내부 관리를 효과적으로 수행하고 올바른 비즈니스 관행 및 계획을 실천하여 지역사회의 이익 및 기업의 성공에 이바지하고 있으며, 산업 내 윤리 규범에 대한 기대 수준을 끌어올리고 있습니다.

한국에서는 대한주택보증이 2013년 가장 윤리적인 기업 중 하나로 선정되었습니다. 대한주택보증이 2001년부터 윤리강령을 제정하는 등 일찍이 윤리경영을 경영전략으로 도입하였습니다. 최근에는 기업의 사회적 책임 관점에서 도입한 'SMART 윤리경영'을 새로운 윤리경영 체계로 추진하고 있습니다. 맞춤형 윤리교육을 실시하는 등 임직원이 참여하는 다양한 프로그램을 실시하여 윤리의식의 내재화를 위한 노력을 하였고, 윤리경영을 3대 CEO 경영 방침으로 선언하여 강력한 추진 의지를 선포하였습니다. 대한주택보증이 사회적 책임을 수행하기 위하여, '국민의 주거복지 향상'이라는 회사 설립목적에 부합하는 전략적 사회공헌활동을 추진하여 저소득층의 주거여건 개선에 힘써왔습니다. 이외에도 독거노인과 다문화가정 어린이를 위한 명절행사, 서민 생활법률 무료상담 서비스, 환경보호운동 등 다양한 봉사활동을 펼치고 있습니다. 대한주택보증이 건전한 기업윤리관을 확립하고, 깨끗하고 투명한 기업으로 성장하고자 지속적인 노력을 하고 있습니다.

이달의 책

이달의 책

“좋은 사람을 좋은 시민으로 변화시키는” 자원봉사의 길



이강현 저

1. 좋은 사람을 좋은 시민으로 변화시키는 자원봉사의 길

저자: 이강현
출판: 아르케
출판일: 2013.12.10
정가: 29,000

이 책은 2008년 아시아인으로서 최초로 IAVE(세계자원봉사협회) 회장으로 선출된 이강현 회장이 지난 20여년 간의 한국 자원봉사가 걸어온 길을 기록하고 회고한 결과물이다. 이 책 [좋은 사람을 좋은 시민으로 변화시키는 자원봉사의 길]을 저술한 이강현 IAVE(세계자원봉사협회) 회장은 이를 가리켜 '또 하나의 보이지 않는 손'이라 일컫는다. 자원봉사는 단순히 개인의 자선에 머물지 않고 공동체를 건강하게 하는 시민성의 발현이라는 것이다. 그는 이 책에서 그 자원봉사가 한국 사회에 실제 어떻게 구현되어 왔고 현재 어떠한 지점에까지 이르렀는지, 앞으로의 전망과 과제는 무엇인지에 대해 기록하고 있다.

[교보문고 제공]



2. 산타와 그 적들 - 삶의 문제를 해결하는 사회적기업 협동조합 이야기

산타와 그 적들 - 삶의 문제를 해결하는 사회적기업 협동조합 이야기
저자: 이경숙
출판: 굿모닝미디어
출판일: 2013.12.29
정가: 13,000

물이 오염된 지역에 생수를, 소득원이 없는 엄마들을 위해 무담보 소액대출을, 경제위기 때 일자리를 선물한다. 이들은 영리기업처럼 혁신을 만들어내되, 그들과 달리 창출한 가치를 공동체에 배분한다. 이 책은 이런 회사들을 '산타 회사', 이들이 만드는 경제를 '산타 경제'라 이름 붙이고 국내외 30인의 산타와 산타 회사 이야기를 전한다. 이들은 사회적기업, 협동조합, 비영리단체, 소셜벤처를 통해 사회에 선물이 되는 비즈니스를 한다. 835만 명 고객의 방글라데시 그라민은행부터 수십억 원 투자 유치에 성공한 한국의 소셜벤처들까지 이들만의 특성은 무엇이며 어떻게 해야 이런 회사를 만들 수 있는지 분석하고 선배 창업가들의 노하우를 전한다.

[교보문고 제공]

즐거운 윤리



자료제공 : 교보생명(그림 안중만)