

**Code of Business Ethics and
Corporate Social Responsibility**

Byeong-Ho Gong · Sung-No Choi



발 간 사

기업은 품질과 가격에서 소비자를 만족시킴으로써 보다 많은 부가 가치와 고용기회를 만들어 내는 존재이다. 기업은 우선적으로 다양한 상품을 제공하여 소비자를 만족시켜야 하며, 소비자가 원하는 때에 서비스를 제공하여야 한다. 뿐만 아니라 기업을 구성하는 주주와 조직구성원 등으로 이루어지는 이해당사자들도 만족시켜야 한다.

기업의 성장과 더불어 기업의 전통적인 역할뿐만 아니라 기업윤리나 기업의 사회적 책임을 요구하는 소리가 드높다. 오늘날 이 땅에는 '기업은 기업윤리를 다해야 한다' 또는 '기업은 사회적 책임을 다해야 한다'라는 주장이 많은 설득력을 얻고 있다.

따라서 이 연구는 기업윤리와 기업의 사회적 책임이라는 개념을 시장경제 측면에서 살펴봄으로써 기업윤리와 사회적 책임에 대해서 그 의미를 분명히 하고자 한다. 또한 국내외 기업들이 윤리적 행동을 기업윤리강령이라는 틀 내에서 어떻게 실천강령으로 만들었으며, 어떤 시행규칙을 가지고 현실에서 실천해 가는지를 살펴보고자 하였다. 현재 많은 기업들이 기업내에 윤리강령과 실천프로그램을 개발하고 있음을 고려할 때 이 연구결과는 이들 기업에게 많은 도움을 줄 수 있으리라고 판단된다.

이 연구의 1, 2, 3, 4장과 6장의 1절은 산업연구실의 공병호 연구위원이 집필하였으며, 5장과 6장의 2절은 최승노 선임연구원이 작성하였다. 이 연구를 맡아준 공병호 연구위원과 최승노 선임연구원의 노고에 감사드리며, 이 연구에 도움을 준 윤정아 연구조교에게 감사

의 뜻을 전한다. 아울러 이 연구의 내용은 연구진의 사건이며 한국경제연구원의 공식적인 견해가 아님을 밝혀둔다.

1996년 5월
한국경제연구원
원장 조석래

ABSTRACT

Businesses basically have to supply the goods and service to satisfy the needs of consumer with high quality and low price. However that is not enough for business. Businesses have social responsibility as a member of society. Businesses meet the demand that business ethics works in action. Company's reputation means a lot to business. It is an asset which money cannot buy.

This paper reviews the relation of business and ethics in point of free market. This paper analyzes how companies make code of business ethics and action program. The code of business ethics is meaningful to look into the details of conduct. So this paper considers the some domestic companys code of business ethics like LG, POSCO, Samsung, etc., and foreign companys code of business ethics like General Electric, Hewlett Packard, IBM, UNISYS, Matsushita, etc.

This paper provides the suggestion for Korean company about the code of business ethics. So a lot of company that prepare the code of conduct, can get the information and vision by this paper.

목 차

제1장 서론 / 17

제2장 기업윤리의 개념과 필요성 / 21

1. 기업과 윤리 / 21
 - (1) 윤리 / 21
 - (2) 기업윤리 / 24
 - (3) 기업윤리의 필요성 / 26
2. 기업윤리의 변천 : 미국의 사례 / 28

제3장 기업의 사회적 책임 / 31

1. 사회적 책임론 / 31
2. 사회적 책임론의 한계 / 34
3. 기업의 사회공헌 / 38

제4장 기업윤리강령과 현장 / 40

1. 기업윤리현장과 기업윤리강령 / 40
2. 기업윤리강령 / 41

제5장 기업윤리강령의 제정과 실천 / 43

1. 배경 / 43
2. 국내기업의 기업윤리강령 사례연구 / 45
 - (1) 전경련 기업윤리헌장 / 45
 - (2) 엘지그룹 / 53
 - (3) 포항제철 / 55
 - (4) 삼성전자 / 57
3. 외국계기업의 기업윤리강령 사례연구 / 60
 - (1) 제네랄 일렉트릭 / 60
 - (2) 휴렛팩커드 / 64
 - (3) 아이비엠 / 67
 - (4) 유니시스 / 71
 - (5) 마쓰시다전기 / 74
4. 기업윤리강령에 대한 분석 및 평가 / 78

제6장 결론 및 제언 / 82

1. 연구결과 / 82
2. 기업윤리강령 실천프로그램 제언 / 84

참고문헌 / 87

부록 / 91

표·그림 목차

- <표 1> LG그룹의 윤리규범 / 54
 - <표 2> 포항제철의 윤리강령 / 56
 - <표 3> 삼성전자의 영업활동 준수지침 / 58
 - <표 4> GE의 정직과 신뢰성 / 62
 - <표 5> HP의 경영행동지침 / 65
 - <표 6> IBM의 종업원 업무지침 / 69
 - <표 7> UNISYS의 윤리강령 / 72
 - <표 8> 마쓰시다전기의 강령과 신조 / 75
 - <표 9> 마쓰시다전기의 행동기준 / 77
 - <표 10> 마쓰시다전기의 사회공헌활동 / 78
 - <표 11> 기업윤리강령의 강조점 비교 / 80
 - <표 12> 기업윤리강령의 기본틀 / 86
-
- <그림 1> 윤리와 합법성 / 23
 - <그림 2> 기업윤리강령의 포함범위 : 기업과 이해당사자 / 42
 - <그림 3> 기업의 역할과 비전 / 46
 - <그림 4> 마쓰시다전기의 경영이념 체계 / 75

CONTENTS

I. Introduction / 17

II. Concept and Necessity of Business Ethics / 21

1. Business and Ethics / 21

(1) Ethics / 21

(2) Business Ethics / 24

(3) Necessity of Business Ethics / 26

2. Change of Business Ethics : Case of U.S.A. / 28

III. Business Ethics and Social Responsibility / 31

1. Social Responsibility / 31

2. Limit of Social Responsibility / 34

3. Corporate Social Contribution / 38

IV. Code and Constitution of Business Ethics / 40

1. Constitution of Business Ethics and Code of Business Ethics / 40

2. Code of Business Ethics / 41

V. Enactment and Practice of Code of

Business Ethics / 43

1. Background / 43
2. Study of Domestic Company's Code of Business Ethics / 45
 - (1) FKI Charter of Business Ethics / 45
 - (2) LG Group / 53
 - (3) POSCO / 55
 - (4) Samsung Electronics / 57
3. Study of Foreign Company's Code of Business Ethics / 60
 - (1) General Electric / 60
 - (2) Hewlett Packard / 64
 - (3) IBM / 67
 - (4) UNISYS / 71
 - (5) Matsushita / 74
4. Analysis of Code of Business Ethics / 78

VI. Conclusion and Suggestion / 82

1. Summary / 82
2. Suggestion of Action Program for Code of Business Ethics / 84

Reference / 87

Appendix / 91

제1장 서론

정치권력이 강력한 사회에서는 부패와 뇌물이 일상적인 사회현상으로 자리를 잡을 수밖에 없다. 왜냐하면 강력한 정치권력의 힘은 유무형의 각종 규제regulation와 밀접한 관련을 맺고 있기 때문이다. 규제의 적용대상이 되는 경제주체 특히, 기업들은 자신에게 유리한 규제를 얻거나 불리한 규제를 피하기 위하여 적극적으로 규제 공급자를 포획capture한다. 때로는 일상적인 기업활동의 안정을 보호받기 위하여 세금 이외의 자릿세를 내면서 기업활동을 영위해 나가게 된다.

정도의 차이가 있을지 모르지만 어느 사회에서나 부패와 뇌물은 있다. 그러나 그 정도면에서 보면 한국 사회는 ‘렌트추구사회rent-seeking society’에 가깝다고 해도 과언이 아니다.¹⁾ 이미 우리는 전직 대통령의 뇌물 사건을 통해서 ‘렌트추구사회’라는 입장에서 우리 사회의 일면을 엿볼 수 있다. 지대추구행위를 이론화하는데 큰 공헌을 한 골든 툴러G. Tullock 교수는 한국 사회를 포함하여 부패행위가 빈번히 일어나는 사회에 대해서 다음과 같이 진단하고 있다.

“1950년대 나는 국무성 소속의 전문관료로서 국민당 및 공산당 정권의 중국과 이승만 대통령 시절의 한국에서 살아본 적이 있다. 이 두 나라에서 체험했던 경험이 후에 지대추구이론the theory of rent-seeking을 발전시키는 데 큰 도움이 되었다는 사실을 부정할 수 없다.

(중략) 국민 개개인들의 훌륭한 자질과 그 찬란한 문화역사

1) ‘렌트추구사회’에 대해서는 A.O. Kruger, “The Political Economy of the Rent-seeking Society,” *American Economic Review*, vol.99, June, 1974, pp.291-303을 참조한다.

에도 불구하고 중국인과 한국인들의 생활이 찌들 수밖에 없었던 원인에 대하여 난 드디어 일종의 결론을 내릴 수 있었다. 그것은 경제발전을 도저히 이룩할 수 없도록 사회체계가 짜여져 있다는 것이다. 당시 구체적으로 어떤 사회체계 때문인가라는 질문에 답하려고 난 상당히 노력하였으나 이제 와서 돌이켜 보면 지대추구이론으로써 잘 설명될 수 있는 상황이었다.

(중략) 이러한 사회체계의 결과 사회내 상당량의 에너지가 이제 '지대추구'라 불리게 된 행위에 투여되었으며, 그것은 경제발전의 독소로서 작용하였다. 본래 특권이란 그것을 획득했다고 해서 안심할 수 있는 속성을 갖고 있지 못하다. 제2의 지대추구자가 언제라도 선점자들을 대체해버릴 수 있기 때문이다.

(중략) 결과적으로 좀더 나은 삶을 성취하고자 노력했던 중국인들의 거의 대부분의 에너지와 재능이 권력층으로부터 특혜를 받거나 또는 그 특혜를 유지하려는 데 탕진되었다."²⁾

기업을 포함한 경제주체는 체제system라는 제약조건을 완전히 벗어나 행동할 수 없다. 부패라는 제도화된 관행을 완전히 무시하기로 작정한 기업은 상당한 불이익이나 최악의 경우에는 시장에서 강제적으로 퇴출해야 하는 것을 각오해야 할 가능성이 높다.³⁾ 따라서 제도

2) G. Tullock, *The Economics of Special Privilege and Rent Seeking*, Kluwer Academic Publishing, 1989, pp.91-94

3) 전직 대통령과 관련된 정치현금 사건의 파장을 벗어나 화제를 모았던 한라그들의 정인영 회장은 일경산업신문과의 대답에서 정치현금과 기업과의 관계를 이렇게 이야기하고 있다.

“정치자금(필자 주)을 제공하지 않았기 때문에 정치적 보복을 받은 것은 사실이다. 구체적으로는 세부조사이다.(중략) 보복은 물론 위협이지만 각오하였

화된 부패나 뇌물이 존재하는 사회에서 경제주체의 정상적인 활동만을 기대하는 일은 쉬운 일이 아니다. 왜냐하면 체제라는 제약조건이 경제주체로 하여금 끊임없이 비정상적인 활동을 강요하거나 유인하기 때문이다.⁴⁾

그러나 경제가 성장함에 따라 일반 국민들이 기업에 대해 가지는 선호체계가 변화하고 있다. 이것은 기업이 소득이나 고용창출이라는 전통적인 역할과 함께 추가적으로 보다 많은 역할을 담당해야 한다는 형식을 취하면서 구체적으로 기업경영에 영향력을 행사하고 있다. 기업에 대한 국민들의 기대는 크게 두 가지로 나눌 수 있을 것이다. 우선 국민들은 기업이 외형에 걸맞게 정직하고 깨끗한 기업경영을 해나가야 한다고 생각하고 있다. 이것은 기업윤리business ethics에 대한 사회적 요구의 형태로 나타나고 있다. 일반 국민들은 기업은 법과 제도를 준수하는 이상의 행동을 해야 한다고 믿는다. 이는 기업이 윤리적인 존재가 되어야 한다는 형식을 띠게 된다.

다음으로 기업의 사회적 책임론에 대한 관심이 높아지고 있다. 기업들의 사회적 역할과 책임은 '기업시민corporate citizenship' 또는 기업의 '사회적 책임social responsibility' 등과 같은 용어로 집약된다. 기업도 사람처럼 사회와 더불어 살아가는 존재로서 사회적 역할과 책임을 다해야 한다는 것이다. 최근 들어서는 기업의 '사회적 책임'은

다. 프로젝트를 기획할 때는 우선 어떤 사람의 눈에도 최악의 경우를 가정한 다. 예를 들면, 조선소 사업을 추진하는 경우 한편으로는 해운업을 벌인다. 이런 기업활동은 최악의 경우라고 할지라도 자기 회사의 선박이라도 수주할 수 있기 때문이다. 조선업과 선박업(필자 주)은 상호보완적이기 때문이다." 『일경산업신문』, 1996. 1. 24.

4) 바움Baumol은 기업가정신이 생산활동과 같은 창조적인 분야나 뇌물과 같은 비생산적인 활동에 투자될 수 있음과, 이것을 결정하는 주요 요인은 제도라는 인센티브incentive 구조임을 밝히고 있다. W.J. Baumol, "Entrepreneurship : Productive, Unproductive, and Destructive," *Journal of Political Economy*, 1990, pp.893-921

소비자나 주주, 또는 종업원 등과 같은 좁은 의미의 이해당사자 범위를 넘어서 더욱 확대되어 나가고 있다. 따라서 우리 사회에서는 기업의 공익사업이 확대되면 될수록 바람직하다라는 생각이 광범위한 공감대를 형성해 나가고 있다.

국민들의 기대에 부응하기라도 하듯 최근 들어서는 몇몇 그룹들과 전경련과 같은 단체들을 중심으로 기업윤리강령을 선포하는 움직임이 늘고 있다. 그리고 그 동안 소규모로, 그리고 산발적으로 실시되어왔던 기업의 공익사업이 규모나 그 범위 면에서 빠른 속도로 늘어나고 있다. 이러한 추세를 감안할 때 기업윤리나 기업의 사회적 책임론, 그리고 기업윤리강령의 바람직한 대안들에 대해서 검토해야 할 필요가 있다.

이 논문은 기업윤리나 기업의 사회적 책임론과 관련하여 국민들 사이에 광범위한 지지를 얻고 있는 주장이나 믿음에 대해서 연구자들의 자유주의적 시각을 중심으로 재평가를 시도하고 있다. 다음으로 기업윤리를 한국 기업들이 실천한다면 어떻게 해야 할 것인가에 대한 대안을 찾고 있다. 이를 위하여 서구 선진국 기업들이 그 동안 기업윤리를 실천해 온 경험을 살펴본 다음, 한국 기업들은 어떤 방식으로 기업윤리를 실천해 나가야 할 것인지를 점검해 본다. 이 논문에서 다루어질 주제를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 기업이란 무엇인가? 둘째, 기업윤리란 무엇인가? 셋째, 기업의 사회적 책임은 무엇인가? 넷째, 기업윤리강령과 헌장은 무엇이며, 어떻게 실천되어야 할 것인가?

이 연구의 구성은 다음과 같다. 제2장은 기업과 기업윤리, 제3장은 기업의 사회적 책임론, 그리고 제4장과 제5장은 기업윤리강령의 제정과 실천 및 대표적인 사례에 대해서 간략한 분석을 실시한다. 마지막으로 한국 기업들에 대한 정책대안을 제시한다.

제2장 기업윤리의 개념과 필요성

1. 기업과 윤리

(1) 윤리⁵⁾

인간은 상황 속에서 살아가는 존재이다. 상황은 늘 똑같은 모습을 갖지 않는다. 따라서 상황 속에서 살아가는 인간은 상황이 만들어내는 문제들에 대해서 나름대로 진단을 내리고, 이것에 대한 해결책을 제시할 수 있어야 한다. 진단과 해결책을 제시하기 위해서는 어떤 것이 옳고 그른지, 때로는 어떤 것이 선이고 악인지를 판단해야 하는 갈림길에 서게 된다. 인간에게 전개되는 상황의 모든 것을 법과 제도로 사전에 규정지을 수 없다. 왜냐하면 상황이 만들어 내는 문제는 시시각각으로 변화할 뿐만 아니라 다양한 모습을 갖는 것이 일반적이기 때문이다.

따라서 인간은 어떤 상황이 제시하는 문제에 대해서도 그것의 옳고 그름을 객관적으로 판단할 수 있는 잣대나 기준이 필요하다. 옳고 그른 것을 판단할 수 있는 잣대를 제공한다는 점에서 윤리ethics와 도덕moral의 의미를 찾을 수 있다.⁶⁾

정태적 의미의 윤리는 어떤 행위의 옳고 그름이나 선과 악, 그리고

5) 황경식, “윤리적 사고란 무엇인가”, “도덕 규범의 근거는 무엇인가”

소홍렬 외, 『고등학교 철학』, 대한교과서주식회사, 1985, pp.115-172

김태길, 『윤리학』, 박영사, 1990, pp.19-27

6) 윤리와 도덕은 오늘날 거의 비슷한 의미로 사용된다. 엄밀하게 이야기하면 윤리의 그리스어 어원인 ethos는 성품character을 나타내며, 도덕의 라틴어 어원 moralis는 관습을 나타내는 인간 사이의 관계를 의미한다. 이재윤, 『경제윤리』, 민음사, 1995, p.16을 참조한다.

도덕적인 것과 비도덕적인 것을 구분시켜 주는 가치판단의 기준을 말한다.⁷⁾ 동태적 의미의 윤리는 단순한 판단기준에다 가치판단 기준을 만족하는 바람직한 행동을 구체적으로 실천에 옮기는 것까지를 포함한다.

한편 소극적 의미의 윤리는 비윤리적 행동을 금지하는 것을 뜻한다. 소극적 윤리는 '어떤 것을 제외한 나머지 모든 것은 할 수 있다'는 의미에서 '법' 과 같은 네거티브(negative) 체제의 성격을 지닌다. 때로는 윤리를 아주 적극적인 행동으로 이해하는 경우도 있다. 적극적 윤리는 바람직한 행동을 적극적으로 권유하고 새로운 가치창조를 위한 자발적인 행동까지를 포함한다는 점에서 포지티브(positive) 체제의 성격을 지닌다. 그러나 윤리를 적극적으로 해석하는 경우 자칫 잘못하면 다수에 의한 폭력처럼 타인의 자유를 침해할 위험이 있음을 염두에 두어야 한다.

바람직한 행위는 <그림 1>의 영역으로 합법적이면서 윤리적인 행위일 것이다. 그러나 3의 영역처럼 합법적이지만 비윤리적인 행위에 대해서도 제3자가 강제나 강요에 의해서 개입할 수는 없다. 물론 2와 4의 영역에서처럼 어떤 행위가 명확하게 불법인 경우는 공권력과 같은 힘이 강제력을 행사할 수 있다.

7) 여기서 윤리는 '개인적 윤리(personal ethics)'를 말한다. 개인적 윤리는 '인간 삶에 있어 발생하는 윤리적 문제들이 궁극적으로 개인의 양심 및 도덕적 행위와 관련된다'고 보는 입장'을 말한다. 한편 '사회적 윤리(social ethics)'는 '사회의 윤리적 문제가 단순히 개인의 도덕적 양심이나 행위에만 관련되는 것이 아니라 사회적 구조나 제도와의 밀접한 관련을 맺고 있어 이 문제의 발생 및 해결이 개인도덕으로 환원될 수 없는 자체의 고유한 논리 위에 이루어진다고 보는 입장'이다. 한국국민윤리학회, 『사상과 윤리』, 형실출판사, 1993, p.27, 32

<그림 1> 윤리와 합법성

	합법적	비합법적
윤리적	1 합법적이고 윤리적 행위	2 비합법이지만 윤리적 행위
비윤리적	3 합법적이지만 비윤리적 행위	4 비합법적이고 비윤리적 행위

자료 : 이종영, 『기업윤리』, 박영사, 1995, p.21

한편 윤리는 개인의 내면적 가치관에 의해 결정되는 것뿐만 아니라 사회적 기대나 관습에 의해 학습된 고도의 사회적 규범이다. 따라서 윤리는 사회적 산물의 성격을 강하게 지닐 뿐만 아니라 특정 사회나 조직의 윤리는 구성원들 사이의 행동을 통제할 목적으로 설정된 관습, 태도 및 가치관에 의해 크게 영향을 받게 된다. 주관주의나 상대주의와 같이 옳고 그른 것을 판단할 수 있는 잣대의 설정여부나 존재여부에 대해서 회의적인 시각을 들어내는 사람들이 있음에도 불구하고 우리들의 삶을 통해서 옳고 그른 것을 구분할 수 있는 잣대와 기준으로서 윤리는 엄연히 존재함에 틀림이 없다. 따라서 윤리적 행위는 흔히 ‘보편적인universal 관점에서 받아들여질 수 있는 것’으로 간주되어 왔다.⁸⁾

8) 칸트는 ‘너의 개인적 격률이 동시에 보편적 법칙이 될 수 있도록 행동하라’는 공식으로 ‘보편화 가능성universalizability’을 도덕적 판단의 근거로, 18세기 영국의 철학자 허치슨과 흄, 그리고 스미스는 가상의 ‘불편 부당한 조망자impartial spectator’로, 그리고 현대에는 이것을 더욱 발전시켜 ‘이상적 관찰자 이론ideal observer theory’으로 자리잡게 된다. P. Singer, Practical Ethics, 황성식/김성동 역, 『실천윤리학』, 철학과 현실사, 1991, pp.29-30

(2) 기업윤리

기업윤리는 일반적인 윤리의 기본원칙을 기업이라는 특수한 사회적 상황에 적용한 것을 말한다.⁹⁾ 따라서 일반적인 윤리의 개념을 기업윤리에도 확장하여 그대로 적용할 수 있다. 소극적 의미의 기업윤리는 기업의 태도, 행동의 옳고 그름이나 선과 악, 그리고 도덕적인 것과 비도덕적인 것을 구분하게 해주는 가치판단의 기준이나 잣대를 말한다.

마찬가지로 동태적이고 적극적인 의미의 기업윤리는 선과 악, 그리고 도덕과 비도덕적인 것을 넘어서서 바람직한 기업행동이라고 판단되는 것을 구체적으로 실천해 나가는 것을 뜻한다. 이는 그 동안 합법적이고 비윤리적인 것이 허용되는 데서 한 걸음 나아가 합법적이고 윤리적인 기준을 만족하는 기업활동을 생활화하는 것을 의미한다.

기업윤리는 '기업경영이라는 상황에서 나타나는 행동이나 태도의 옳고 그름이나 선과 악을 체계적으로 구분하는 판단기준 또는 이를 연구하는 것' 혹은 '도덕적 가치보다 구체적으로 다양한 이해관계자나 광범위한 사회에 이익을 주거나 해를 줄 수 있는 행동을 취하는 것과 관련된 의사결정을 연구하는 것'을 뜻한다.¹⁰⁾

9) 신유근, "기업윤리와 경영교육", 한국경영학회 편, 『한국의 기업윤리·실상과 과제』, 세경원, 1992, p.25-26

10) 기업경영에 대한 앞의 정의는 규범적 정의에 속하는 것으로 전통적 윤리연구를 그대로 적용한 것이다. 한편 뒤의 정의는 앞의 것을 토대로 기업경영이나 의사결정에 직접적인 도움을 주기 위한 것으로 실용적인 면을 강조하고 있다. R.Bartels(eds.), *Ethics in Business*, Ohio State University, 1963, p.116, J. Gandz and N. Hayes, "Teaching Business Ethics," *Journal of Business Ethics*, vol. 17, 1988, pp.657-658. 두 가지 접근방법을 토대로 신유근 교수는 기업윤리를 "기업경영이라는 상황에서 나타나는 행동이나 태도의 옳고 그름이나 선과 악을 구분해 주는 판단기준과 도덕적 가치와 관련된 기업경영의 의사결정 과정"이라고 정의함으로써 실용적인 면을 강조하고 있다. 신유근(1992), p.27

기업윤리를 지나치게 넓은 의미로 확대 적용하는 경우에 필연적으로 윤리의 범위를 어디까지로 한정할 것인가, 과연 이를 강제화할 수 있는가라는 다양한 문제가 제기된다. 그러므로 기업윤리는 아주 좁은 범위로 이해되어야 한다. 여기서 좁은 범위란 우선 윤리와 합법을 동일시하는 경우를 들 수 있다.

여기서 약간의 여지를 둔다면 기업윤리는 합법을 기초로 하되, 행위주체인 기업이 기업윤리를 다수에 의해 형성된 여론과 같은 강제나 강요에 의하지 않고 철저하게 자발적인 의사에다 장기적인 이윤극대화의 기준을 넘지않는 범위까지 확대할 수 있을 것이다. 기업은 스스로의 의사에 따라 장기적으로 이윤극대화라는 판단 기준에 따라 합법 이상의 행위를 할 수 있다. 기업의 자발적인 자선활동이나 문화활동 등도 장기적인 기업의 이윤극대화와 자발적인 의사라는 두 기준을 만족한다면 넓은 의미의 기업윤리에 포함할 수 있을 것이다.

한편 기업윤리는 가정윤리, 직업윤리, 시민윤리 등보다는 보다 실천적인 의미를 갖고 있다.¹¹⁾ 기업윤리라는 문제를 1960년대부터 관심을 갖기 시작한 미국 경영대학의 경우 500개가 넘는 기업윤리 강좌가 개설되어 있으며, 이 분야와 관련하여 약 90%의 경영대학원에서 교육훈련 프로그램을 실시하고 있다.¹²⁾ 뿐만 아니라 25개종의 교과서를 비롯하여 3개의 학술지, 그리고 16개의 경영윤리연구소가 활

11) 미국의 주요 경영대학원은 '기업과 사회(business and society)'와 '기업윤리'와 관련된 과목들을 가르치고 있다. 이들 과목에 대한 프로그램은 1973년과 1986년 사이에 상당히 성장하다가 1986년 이후로 감소 추세에 있다. 특히 '기업과 사회'라는 분야를 연구하는 학자들에 의해 제시된 기업지배구조(corporate governance)나 회계의 사회감사(social auditing for accounting) 등은 독립적인 분야로 자리잡게 되었다. D. Collins & S.L. Wartick, "Business and Society/Business Ethics Courses: Twenty Years at the Crossroads-," *Business & Society*, vol.34, 1995, pp.51-89

12) A. Stark, "What's the Matter with Business Ethics", *HBR*, May-June 1993, 박강규 역, "기업윤리, 무엇이 문제인가", 『서강하버드비즈니스』, vol.53, 1993, p.134

발한 연구활동을 전개하고 있다. 이 가운데서도 조지타운, 버지니아, 그리고 미네소타 대학을 비롯한 많은 우수 경영대학원은 외부로부터의 기부금에 의해서 기업윤리에 대한 광범위한 연구를 행하고 있다. 그러나 우리 나라의 경우 기업윤리라는 분야가 전문적인 연구분야로나 교과목으로 자리를 잡지 못하고 있다. 그러나 기업윤리에 대한 기업계와 학계의 수요가 최근 들어 점점 증가하고 있는 실정이다.

(3) 기업윤리의 필요성

최근 들어 우리 사회에 기업윤리가 관심을 끄는 이유는 무엇인가? 우선 한국 기업들이 급속히 성장함에 따라 영향력이 증가하고 있다. 기업들이 대형화함에 따라 기업들의 의사결정이 사회에 미치는 파급효과가 커지고 있다. 따라서 국민들의 기업관에 변화가 일어나고 있다. 이를 적극적으로 반영한 기업들은 「도덕경영」이나 「정도경영」, 그리고 「열린 경영」 등의 슬로건을 내걸고 기업경영의 새로운 모습을 갖추기 위하여 노력하고 있다. 우리 사회에서 기업윤리를 적극적으로 검토해야 되는 보다 구체적인 이유로는 다음과 같은 것을 들 수 있다.

첫째, 기업활동이 직·간접적으로 지역사회와 국가에 미치는 영향력이 증대하고 있다. 삼풍백화점 사건, 호유해운의 거둬들인 기름 누출 사고, 두산그룹의 폐놀유출 사고 등은 기업활동이 사회에 큰 영향을 줄 수 있음을 나타내는 단적인 사례라고 할 수 있다.

둘째, 일반 국민들 사이에 기업의 사회적 책임에 대한 기대나 요구가 늘어나고 있다. 한국 기업의 주무대는 역시 한국 사회라는 지역을 완전히 탈피하기는 어렵다. 따라서 한 사회를 구성하고 있는 구성원 다수가 원하는 요구나 바램에 대해서 보다 적극적으로 대처할 필요가 있기 때문이다.

셋째, 기업윤리를 소홀히 다룬 결과, 기업 자체를 위험에 빠뜨리는 경우가 늘어나게 될 전망이다. 한 나라의 선진화는 점진적인 소송사회로의 전환을 뜻한다. 소송사회는 지금까지 적당히 넘어갈 수 있었던 일들도 다양한 형태의 소송으로 인한 비용으로 나타날 수 있다. 아주 전형적인 사례로 포드자동차의 핀토Pinto차 불량 휘발류탱크 사건을 들 수 있다.¹³⁾ 초기의 교체비용은 불과 11\$였다. 이것을 알고도 의도적으로 은폐함으로써 사고사망자들에게 수백만 달러의 배상금을 지불하는 사태가 발생한 일이 있었다.

마지막으로 보다 근본적인 문제는 기업의 비윤리적이고 비합법적인 행위가 빈발할수록 한 사회 전체가 지불해야 하는 비용이 대폭적으로 증가한다는 것이다. 이것은 시장경제를 유지하는데 필요한 일련의 체제 유지비용으로 볼 수 있는데, 이 정도가 어느 수준 이상을 넘어서는 경우 체제 자체를 위협할 수도 있다.

기업들 입장에서 두 전직 대통령 사건으로 인하여 지불할 수밖에 없었던 사회적 비용은 얼마나 될까? 한국의 기업들은 상당한 액수의 비용을 들여 광고와 공익사업 등을 통해 대국민과의 관계개선 노력하고 있다. 국민들의 이미지는 단 몇 건의 대형사건으로 완전히 투자전의 상태로 돌아가는 부정적인 효과를 발생시키게 된다. 이 점에 대해서 우리와 똑같은 상황은 아니지만 미국 재무부장관을 지냈던 사이먼Simon의 이야기에 주목할 필요가 있다.

“강한 기업윤리에 대해 역시 압도적인 도덕적 근거들이 있다. 역사는 어떠한 자유세계나 자유경제도 윤리적 기반 없이는 오래 살아남을 수 없다는 것을 우리에게 말해주고 있

13) M. Synoeyenbos and R. Almeder and J.Humber, "Case Study : Cost Benefit Analysis and the Ford Pinto," *Business Ethics*, Prometheus Books, 1992, pp.66-71

다. 그것이 사회적인 것이든 외교적인 것이든 또는 상업적인 것이든, 자유로운 유대가 번영하고 오래 계속될 수 있는 것은 오로지 공유하고 있는 도덕적 기반, 즉 공정한 행위를 위한 일련의 서로를 얽어매는 기본 규칙 때문이다. 건전한 기업윤리는 자유기업의 보전을 위하여 절대로 필요한 것이기 때문이다.

(중략) 우리들의 모든 생활방식은 자발적이고 전 사회에 걸친 상호 신뢰와 존경의 굴레에 의해 유지되고 있는 것이다. 일단 이러한 굴레가 깨어지고 나면 일단 대중적 신뢰가 너무 떨어지게 되고, 사회의 모든 틀은 붕괴되고, 무정부상태가 되거나 독재주의에 이르게 될 것이다. 이쪽이든 저쪽이든 시장에서의 자유를 포함하여 개인의 자유는 타격이 점차 나타나든 일시에 나타나든 간에 피할 수 없는 불의의 재난이 될 것이다.

(중략) 첫째, 자유기업 시스템의 경제적 이익과 함께 사회적 이익에 대해 일반대중을 교육시킬 필요가 있다는 것이다. 둘째는, 선량한 기업과 선량한 시민권 사이의 관계, 즉 '윤리적 자본주의'에 대해 기업계 자체를 교육시키는 것이다."¹⁴⁾

2. 기업윤리의 변천 : 미국의 사례

기업윤리에 대한 요구는 역사적으로 여러 가지 변수에 따라 변화

14) I. Hill, *The Ethical Basis of Economic Freedom*, American Viewpoint Inc., 1976, 김원주·김재일/안광호 역, 『기업자유의 윤리적 기초』, 경문사, 1990, p.450. 사이몬 W.E. Simon의 연설문 "자유기업에의 도전"에서 인용했다.

해 나오고 있다. 이를 편의상 구분해 보면, 법적 규제, 윤리적 규제, 고객 만족, 사회적 공헌, 그리고 기업 이미지 순서로 변천해 나오고 있다. 이러한 순서는 기업윤리가 소극적인 윤리에서 보다 적극적인 윤리로 변화해 오고 있음을 뜻한다.

기업윤리가 비교적 오랜 역사를 가진 미국의 경우를 살펴보면, 1960년대 미국의 기업윤리는 반트러스트법에 의거한 독점이나 담합을 금지하는 등의 반트러스트법에 입각한 준법이 곧바로 기업윤리를 뜻하였다. 아주 소극적인 의미의 기업윤리로 충분한 시기였다.

1970년 중반기까지 기업윤리는 학문적으로 기업윤리에 대한 관심이 증대하였음에도 불구하고, 기업윤리의 초점은 고용자 해고, 인종 차별 등과 같은 기업경영의 내부분제에 관심을 두었다. 1970년대 중·후반기에 기업비리 사건이 연이어 발생하게 된다. 펜센트럴 철도회사Penn Central Transportation Corp.의 분식결산, 워터게이트Watergate 도청에서 밝혀진 걸프석유회사Gulf Oil Corp.의 부정 정치헌금사건, 록히드Lockheed Corp. 항공회사에 의한 해외에서의 뇌물사건 등 대기업 부정사건이 사회문제가 된다. 대중들의 분노가 증가하게 되어 미국 기업은 윤리문제의 중요성을 깨닫게 된다. 미국 정부 역시 상장요건으로 사외이사제도를 도입하는 계기도 기업윤리에 대한 사회적인 관심과 압력을 들 수 있다.

기업비리 사건의 예를 들면, 미국 증권감독원(SEC)은 1975년 7월부터 9개월에 걸쳐서 모두 95개(총 매출액 3,880억달러) 기업이 미국 내에서나 외국에서 뇌물공여를 한 혐의를 잡고 수사에 들어간다. 여기서 그 유명한 사건인 록히드항공회사에 의한 뇌물공여 사건이 밝혀지게 된다.

당시 외국의 정치지도자들에게 건네진 뇌물액수는 약 2억 2백만 달러로 1970년과 75년 중반까지 전달된다. 뇌물을 받았던 정치가는 일본의 요시오 코다마, 이탈리아의 루이기 구이Luigi Gui, 네덜란드

여왕의 부군 번하드 경Prince Bernhard 등의 인사가 연루되어 국제사회에 큰 파문을 일으키게 된다.

1980년대에 들어서 미국 기업들은 70년대와 80년대에 걸친 대형 사고를 거울삼아 윤리헌장이나 윤리위원회 같은 제도를 기업 내에 설치하고 적극적인 의미의 기업윤리를 강화해 나가게 된다. 학계에서는 기업윤리의 체계화가 이루어지면서 80년대 후반기에는 기업윤리 교육과 윤리적 의사결정을 관리과정에 도입하는 움직임이 진행된다.

제3장 기업의 사회적 책임

1. 사회적 책임론

기업윤리 문제를 거론할 때면 어김없이 떠오르는 주제가 ‘기업의 사회적 책임 corporate social responsibility’이란 것이다.¹⁵⁾ 일반 국민으로부터 지식인에 이르기까지 “기업은 사회적 책임을 다해야 한다”는 주장을 쉽게 받아들인다. 여기서 사회적 책임이 무엇인가라는 질문이 제기된다. 사회적 책임론은 기업을 바라보는 관점에 따라 다양한 답변이 나오게 된다.¹⁶⁾

우선 기업의 사회적 책임론에 대해서 긍정적인 시각을 가진 피터 드러커 P. Drucker는 기업의 목표를 여덟 가지 즉, 시장지위, 혁신, 생산성, 자원과 자금, 수익성, 경영자의 활동과 육성, 노동자의 활동과 태도, 그리고 공공책임을 들고 있다.¹⁷⁾ 이 가운데서 기업의 사회적 책임론은 공공책임 public responsibility이라는 기업목표와 밀접히 관련되어있고 기업의 사회적 책임론은 특히 경영과 소유가 분리된 서구 사회에서 ‘경영자의 책임 responsibility of management’을 말하기도 한다. 드러커는 기업이 사회적 존재이자 권력 power을 소유하기 때문에 권력에 걸맞는 사회적 책임을 다해야 한다는 주장을 펴고 있다.

기업이 사회적 책임을 다해야 한다는 주장을 펴는 학자들은 사회적 책임의 원천으로 여러 가지를 들고 있다. 우선 경제적, 사회적, 그

15) 사회적 책임은 지역성, 기업의 역사, 사업의 규모, 수익성과 업적의 차이, 업종의 차이 등 다양한 요인에 의해 그 범위와 정도가 결정된다.

16) 루이스 J.F. Lewis는 “기업의 사회적 책임은 마치 스폰지와 같은 것으로서 그 내용은 논자에 따라 천태만상으로 신축적인 것”이라고 말한다. 신유근, 『기업과 사회』, 경문사, 1988, pp.156-170

17) 고전형, 『경영의 목적과 책임』, 삼영사, 1982, p.77

리고 정치적인 힘,¹⁸⁾ 사적인 의사결정 과정에 대한 정부간섭의 우려,¹⁹⁾ 사회문제의 해결에 필요한 자원,²⁰⁾ 경영자들에 의한 확대된 이기심의 활용,²¹⁾ 지역사회로부터 좋은 시민으로 대우받기를 원하는 기업의 염원, 사회적 소요사태에 대한 두려움,²²⁾ 대중들의 광범위한 지지²³⁾ 등을 들 수 있다.²⁴⁾

기업의 사회적 책임론에 동조하는 학자들의 주장들을 검토해 보면 일반적으로 공공이익이란 용어와 타인의 이익을 배려해야 한다는 주장을 담고 있다. 다시 말하면 기업은 사회에 미칠 영향력이 크기 때문에 그것의 의사결정과 활동에 있어서 공공이익을 충분히 배려해야 한다는 주장을 담고 있다.

“사회적 책임이란 자기의 의사결정과 행동이 사회 전체에 미치는 영향을 고려하는 의무이다. (중략) 사회적 책임의 본질은 그 행위의 결과가 타인의 이익에 어떻게 영향을 주는가를 배려하는 것에서 생긴다. (중략) 사회적 책임이라는

-
- 18) K. Davis and R.W. Blomstrom, *Business and Society : Environment and Responsibility*, McGraw-Hill, 1975
- 19) Research and Policy Committee of the Committee for Economic Development, *Social Responsibilities of Business Corporations*, Committee for Economic Development, 1971
- 20) Research and Policy Committee of the Committee for Economic Development(1971)
- 21) K. Davis, *Five Propositions for Social Responsibility*, Business Horizons, vol.15, 1975, pp.19-24
- 22) V.M. Buehler and Y.K. Shetty, “Managing Corporate Social Responsibility,” *Management Review*, vol.64, 1975, pp.4-17
- 23) V.M. Buehler and Y.K. Shetty(1975)
- 24) 기업의 사회적 책임을 요구하는 원천에 대해서는 W.C. Frederick, “From CSR1 to CSR2 The Managing of Business-and Society Thought-,” *Business and Society*, vol.33, 1994, pp.150-164

사고방식은 자기의 행동이 사회전체에 미치는 영향이 어떠한 것인지 배려할 것을 요구한다. (중략) 사회적 책임은 개인의 시야를 전사회체제에까지 넓힐 것을 요구한다. (중략) 어떤 조직을 위한 행동일지라도 그것을 전사회체제와 관련시켜서 고려할 때에는 사회적 가치를 그의 행동에 내재화하는 것이 된다. 이것이 사회적 책임의 본질이다.”²⁵⁾

“‘경영자의 사회적 책임이자 기업의 사회적 책임은 경영자가 그의 의사결정과 행동이 공공이익에 미치는 영향을 배려하는 책임이다’라고 할 수 있을 것이다. ‘사회체제’에 미치는 영향이란 것을 구체화한다면, ‘타인의 이익interests of others’에 대한 영향이며, 이것은 ‘공공이익public interest’에 대한 영향이다.”²⁶⁾

그러나 사회적 책임을 주장하는 학자들도 그 범위를 공공책임이라는 다소 모호한 용어로 정의할 뿐 구체적으로 무엇을 사회적 책임으로 보는지에 대해서는 명확한 견해를 밝히고 있지 않다. 이에 대한 연구 결과는 다음과 같이 사회적 책임의 내용을 구체화하고 있다.²⁷⁾

첫째, 사회적 책임은 경제적 책임economic responsibility이다. 이는 기업이 경제적 조직으로서 투자자와 종업원, 그리고 소비자에 대한 책임을 말한다.

둘째, 사회적 책임은 문화적 책임cultural responsibility이다. 이는 기업이 마케팅 활동을 통하여 새로운 소비문화를 만들어 냄으로써 결

25) K. Davis & R.W. Blomstrom(1975), pp.167-168

26) 고진형, 『경영의 목적과 책임』, 삼영사, 1982

27) 전경련 경제사회개발원, 『기업의 사회적 책임』, 1990, pp.21-22

과적으로 기존의 생활문화를 변화시키게 된다는 것이다. 이와 관련해서 기업은 책임질 수 있는 행동을 해야 한다.

셋째, 사회적 책임은 생태적 책임ecological responsibility이다. 기업 활동이 자원부족이나 환경오염과 같은 부분에 대한 책임을 저야함을 말한다.

넷째, 사회적 책임은 사회봉사 책임social service responsibility이다. 사회전체와 관련을 가지는 공공봉사와 사회의 비수혜계층을 위해 수행되는 자선, 기부 등과 관련하여 지는 책임으로서, 예를 들면 공공 활동의 조성이나 난민구제를 위해 기업이 하나의 기업시민corporate citizen으로 지는 책임을 말한다.

2. 사회적 책임론의 한계

기업의 사회적 책임론을 강조하는 학자들은 기업이 상당 부분 공공이익을 위해 노력하는 것을 지극히 당연하게 받아들인다. 그러나 이에 대한 반론도 만만치 않다.

우선 기업은 무엇을 하는 곳인가? 기업은 다양한 이해당사자들이 합법적인 법을 준수한다는 기본 전제조건 아래에서 이윤을 추구하기 위해 자발적인 의사에 의해 만들어진 조직이라고 할 수 있다.²⁸⁾ 기업이란 조직은 이윤을 추구하는데 서로 뜻을 같이 하는 사람들이 자발적으로 맺은 계약체라고 할 수 있다. 따라서 기업은 합법적으로 이윤을 추구할 수 있는 권리가 주어진 조직이며, 조직의 구성원은 강제나 강요가 아니라 계약을 통해 만난 사람들이다.

자본주의 사회는 이윤을 합법적으로 추구할 수 있는 조직으로 기

28) 자유경제연구회, 『시카고학파의 경제학』, 민음사, 1994, pp.395-397

업을 인정하고 있다. 기업이 만들어 내는 부가가치에도 시장경제의 근간인 사적 재산권의 원리가 철저히 적용된다. 따라서 기업의 사회적 책임은 합법이라는 테두리 안에서 철저한 이윤극대화를 통해 보다 많은 이익과 보다 많은 일자리를 만들어 내는 것이라 할 수 있다. 다음으로 계약에 참여한 사람들이 그들의 계약 내용에 따라 그들이 생산한 부가가치를 분배해 나가는 것이 당연한 일이다.

기업이란 조직 역시 자본주의 사회에서 살아가는 소비자와 마찬가지로 자신이 선택하고 선택에 대한 책임을 자신이 지는 개인적 책임론에 충실해야 한다. 기업이란 조직이 공익을 먼저 생각하거나 공익을 상당부분 생각해야 한다면 이는 이미 기업이라고 할 수 없을 뿐만 아니라 한 사회가 이러한 가치규범을 기업에게 강요한다면 이는 많은 문제점을 낳을 수밖에 없을 것이다. 합법이란 테두리 내에서 개인의 사적인 추구가 개인의 의사와 관계없이 익명의 사람들에게 해아릴 수 없는 혜택을 주는 것과 마찬가지로, 기업이 전개하는 치열한 합법적 이윤추구가 많은 혜택을 가져다 준다.

따라서 기업의 사회적 책임론은 전통적인 의미의 기업 역할에서 크게 벗어나서는 안된다. 어떤 기업이 생산활동을 전개하고 있는 국가의 국민들이 원하는 범위까지 기업의 사회적 책임을 확대하는 것은 바람직하지 않다. 그리고 왜냐하면 일반인들이 원하는 기업의 사회적 책임은 통상 공공이익을 원하는 경우가 그 대부분이기 때문이다.

이러한 입장을 지지하는 사람은 밀턴 프리드만 M. Friedman과 프리드리히 하이에크 F.A. Hayek와 같은 자유주의자들이다. 밀턴 프리드먼과 같은 학자는 자유사회의 존립을 위해서 기업의 사회적 책임론은 부정되어야 한다고 주장한다. 그는 자유시장경제에서는 기업의 유일한 책임은 게임의 규칙 내에서 이윤추구이며, 다만 '사거나 부정수단이 아니라 공개적으로 자유로운 경쟁'에 참가하는 페어플레이만이 윤리적으로 요구될 뿐이라고 말한다. 그의 기업윤리는 자유경쟁에

있어서의 경쟁방법의 공정성과 페어플레이, 그리고 엄정한 법의 준수를 뜻할 뿐이다. 여기서 한 걸음 나아가 밀턴 프리드만은 회사에 의한 자선적 기부행위는 바로 주주의 권리를 침해하는 행위라고 말하고 있다. 계약체에 참여하지 않은 익명의 사람들에게 대한 기부는 그들의 입장에서 사회적 책임론을 다하고 있는 것이지만, 실제로 이해 당사자들에게는 반도덕적이고 반윤리적인 행위에 해당한다고 말할 수 있다.

“자유기업, 사적 재산권이 인정되는 체제에서 경쟁자는 기업을 소유하고 있는 사람들에 의한 피고용인에 불과하다. 그는 고용주에 대해서만 직접적인 책임이 있다. 그 책임은 고용주들의 바람에 따라 기업을 경영하는 일이다. 이는 현존하는 법과 윤리적인 관습에 내재되어있는 경기의 규칙을 준수하면서 가능한 많은 돈을 버는 것이 될 것이다.”²⁹⁾

한편 사회적 책임론을 주장하는 학자들이 ‘기업의 사회적 책임’의 필연성으로 간주하는 기업의 권력 즉, 경제권력은 정치권력과 혼동되고 있다.³⁰⁾ 사람들은 모든 종류의 권력은 정치권력과 엇비슷한 속성을 가지고 있다고 생각한다. 그러나 기업이 갖는 경제권력은 변덕스럽게 항상 변화할 수 있는 소비자의 지지에 기반을 두고 있다는 점과, 독점이 불가능하다는 점 때문에 영향력을 행사하기가 어렵다. 이에 반해 정치권력은 독점이고 정치시장내 선택의 불완전성 때문에 경제권력에 비해 막강한 영향력을 행사할 수 있다. 이러한 경제권력의 속성을 정확히 이해한다면 기업의 사회적 책임론에 대해 재평가

29) M. Friedman, “The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits,” *The New York Times Magazine*, 1970, p.123

30) 공병호, “재벌비판의 허와 실”, 『계간 사상』, 1996, p.119

할 필요가 있다.

뿐만 아니라 생산활동을 전공으로 하는 기업에게 사회적 책임론의 태반은 돈을 사용하는 소비행위가 그 대부분을 차지한다. 기업이 생산활동 이외의 분야에 종사할 때는 필연적으로 막대한 비효율이 발생하기 마련이다. 겉으로 보기에 기업의 사회적 책임을 확대하는 것이 근사하게 보일 지 모르지만 이것의 이면에는 상당한 비효율이 발생하는 경우가 많다.

요컨대 기업의 사회적 책임론을 재정리하면, 이해당사자들의 공헌에 따라 이익을 우선적으로 고려해야 하는 것이라 할 수 있다. 기업의 사회적 책임은 구체적으로 다음의 다섯 가지 분야로 나누어 볼 수 있다.

첫째, 주주의 이익 : 단기적인 수익뿐만 아니라 장기적인 기업발전을 도모함으로써 기업의 성장에 따르는 이익을 배분해야 한다.

둘째, 기업내부 : 조직 구성원을 존중하고 능력을 개발·발전시키며, 복지후생을 도모하는 것이 기업의 책임으로 보아야 할 것이다.

셋째, 소비자 만족 : 공급하는 재화·서비스에 대한 소비자를 만족시켜야 한다. 소비자 만족은 품질, 가격, 공급의 안정성, 소비의 안전성 등 다양한 형태가 있다.

넷째, 영업 관련 : 기업활동에 관련되어 물품을 공급하는 기관 및 관련기관에 대한 공정한 행동이 요구된다. 이는 기업이 조직의 효율성과 성과를 위해서도 필요한 것으로 공정한 거래 및 관계설정이 기업의 책임이다. 중요한 요인으로 작용한다.

다섯째, 경영환경 : 생산과정 및 판매과정, 고용 등에서 파생하는 공해유발이나 안전사고 등에 대한 책임을 지게 된다.

3. 기업의 사회공헌

한편 기업의 사회적 책임과는 무관하게 이루어지는 기업의 대사회 기여로 사회적 공헌을 들 수 있다.³¹⁾ 기업의 사회적 공헌은 기업의 이해당사자와 무관한 익명의 사람들을 대상으로 이루어지는 자선이나 기부활동이다. 특히, 기업이 경제행위와 무관하게 사회적으로 필요로 하는 것을 찾아 공급하는 것이다. 자선단체를 지원하고, 사회에서 외면받고 있는 곳에 도움을 주고, 협찬·후원으로 문화활동을 지원하여 삶의 질을 향상시키고, 장학재단 등에 지원하는 행위 등이 이러한 범주에 속한다.

기업의 사회적 공헌은 기업경영활동과 무관하게 경영자의 결정에 의해 이루어진다. 일반적으로 사회적 공헌에 투입되는 자금의 규모는 기업의 순이익규모와 매출규모를 고려하여 결정된다. 조성된 자금은 기업의 내부결정과정에 따라 사회에 투입된다.

기업의 사회공헌의 역사는 미국에서는 매우 오래 되었지만 일본과 한국에서는 최근에 도입되었다. 일본기업의 경우에는 5년전부터 기업의 사회적 공헌에 관한 관심이 고조되어 지속적으로 추진되고 있다.

일반적으로 사회공헌활동에서 이루어지고 있는 항목들을 비용기준으로 보면, 기부, 종업원 교육비, 종업원 주택취득보조, 학술·문화활동, 소비자대책 활동비, 공해·환경대책비 등이 주요한 비중을 갖는다.

그러나 기업의 사회공헌은 기업의 사회적 책임론과 무관하게 철저하게 기업의 자발적인 의사에 따라 이루어지는 것을 원칙으로 해야 한다. 그러나 기업의 사회적 책임론에서와 마찬가지로 기업의 사회

31) 經團連 編, 『企業の社會貢獻ハンドブック』, 1994

공헌이 이해당사자들의 동의 없이 이루어지거나 이해당사자들의 이익을 침해하는 경우 그 정당성을 인정받을 수 없다. 뿐만 아니라 사회공헌 활동으로 인하여 사회구성원들이 기업에 대한 의존성이 증가하는 부작용도 무시할 수 없을 것이다. 따라서 기업의 사회공헌 사업에 대해서도 일과성의 시혜성 사업보다는 장기적인 사회기반시설로 남을 수 있는 분야에 우선 순위가 주어져야 한다.

제4장 기업윤리강령과 헌장

1. 기업윤리헌장과 기업윤리강령

기업윤리를 생활화 위한 첫단계 조치로 기업윤리에 관한 기본방침을 체계적으로 정리하여 조직원들이 공유할 필요가 있다. 이를 위하여 만들어진 것이 기업윤리헌장과 강령이다. 이는 한 나라의 국민의 행동을 규율하는 헌법과 같은 것으로, 기업구성원들의 행동에 대한 방향을 제공한다.

기업윤리헌장에 제시된 방향에는 모든 기업이 추구해야 하는 기본적인 보편적인 내용들이 포함되어 있다. 이를 이용하여 개별기업의 차원에서 각 기업에 적합한 기업윤리강령을 만들어 시행하는 것이 바람직할 것이다.

기업윤리헌장The Constitution of Business Ethics은 적극적이고 동태적인 측면의 기업윤리를 실천하기 위해 기업윤리에 관한 회사의 기본방침을 체계적으로 정리한 것이다. 이는 한 나라의 국민의 행동을 규율하는 헌법과 같은 것으로, 기업구성원들의 행동에 대한 방향을 제공한다. 윤리헌장은 흔히 「기업신조Corporate Credo」이라고 불리는데 이것은 기업윤리에 대한 회사의 기본방침을 아주 간략히 요약한 것이다.

기업윤리강령The Code of Business Ethics은 기업윤리를 실천하기 위해서 작성된 구체적인 행동지침이다. 윤리강령은 일종의 실정법에 해당하는 것으로 행동규율에 대한 구체적인 지침을 제공하기 위함이다. 명문화된 원칙이나 준칙이 존재하면 조직의 구성원들이 어떤 문제에 직면할 때 비윤리적인 행동을 피할 수 있을 것이다.

기업윤리를 실천하기 위한 강령의 필요성과 목적은 다음과 같이

요약될 수 있다.

첫째, 기업윤리강령은 최고경영자 및 종업원의 공식 표명이다.

둘째, 회사의 윤리적, 도덕적 신념과 수준을 대내 및 대외적으로 천명하기 위한 것이다.

셋째, 종업원들에게 윤리적으로 옳고 그른 판단기준을 제공하고 동시에 해야 할 일과 해서는 안될 일을 구별하는 기준이 된다. 이것을 통하여 종업원들이 윤리적 문제를 자의적으로 판단할 여지를 감소시킨다.

넷째, 회사내 종업원들의 작업환경에 도덕적 분위기를 조성하기 위한 것이다.

다섯째, 문제가 발생하여 여론의 판단을 받거나 정부의 간섭이 생기지 않도록 사전에 그런 윤리적 사고 발생을 예방한다.

여섯째, 회사의 경영전략, 집행계획, 교육프로그램에 포함시켜야 할 윤리적 요소의 기준을 제공한다.

일곱째, 회사내의 전문분야 기술자, 전문가들이 경영자 또는 중간관리자로 부터 부당한 간섭이나 압력을 받을 경우 여기에 대항할 수 있는 근거를 제공한다.

2. 기업윤리강령

기업윤리강령의 기본원칙은 기업권리의 원칙과 기업결과의 원칙을 들 수 있다.

기업과 그 경영자는 자기의 장래를 위하여 다른 사람의 정당한 권리를 침해해서는 안된다. 기업과 그 경영자는 자기의 행동이 다른 사람에게 미친 결과에 대해서 책임져야 한다.

기업윤리강령은 기업윤리를 실천하기 위해서 기업 내에서 작성된

구체적인 행동지침이다. 기업윤리강령은 일종의 실정법에 해당하는 것으로 행동규율에 대한 구체적인 지침을 제공한다.

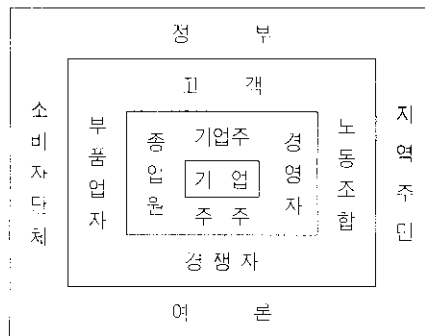
기업윤리강령은 기업의 행동에 따라 이익이나 손해를 볼 수 있는 이해당사자에 대한 행동준칙을 포함한다. 기업활동의 관련성에 따라 제1차 이해당사자, 제2차 이해당사자, 그리고 제3차 이해당사자들이 있다.

제1차 이해당사자 : 기업주, 주주, 경영자, 종업원

제2차 이해당사자 : 고객, 부품업자, 경쟁자, 노동조합

제3차 이해당사자 : 지역주민, 소비자단체, 정부, 여론

<그림 2> 기업윤리강령의 포함범위 : 기업과 이해당사자



기업윤리강령의 기본 틀을 제시한다면 다음과 같다. 크게 다섯 가지의 항목으로 나누어 볼 수 있다. 조직내부 지침, 고객 지침, 공급자 지침, 경쟁관계 지침, 사회적 책임 등이다. 이를 보다 자세하게 나누어 세부항목별로 구체적인 행동요령과 강령을 정비하여야 할 것이다.

제5장 기업윤리강령의 제정과 실천

1. 배경

기업들이 지나치게 단기적 성과에 몰두하게 되면 여러 가지 윤리적인 결함을 보이게 된다. 목표설정 과정에서 이러한 문제를 극복할 수 있는 방법은 기업의 성과를 가급적 장기적인 관점에서 계획하고 축적하는 것이다. 이를 위해서는 미래환경에 대한 예견력과 기업이 장기적인 이윤추구라는 경영이념을 갖추어야 한다.³²⁾

기업은 이윤이라는 목표 이외에도 사회적 이미지, 기술혁신, 경쟁적 지위 등의 다원적인 목표를 목표설정 과정에 반영할 필요가 있다. 다원목표간에 우선순위를 부여하고 이러한 목표간에 갈등이 발생할 때 이를 해결하여 주는 지침을 마련할 필요가 있다. 즉, 목표추구 과정에서 윤리적 갈등이 발생할 경우 이를 목표구조에 손쉽게 피드백 feed-back시킬 수 있는 통로가 마련되어 있어야 한다. 기업의 성과도 다원적인 평가기준에 의해서 평가되어질 때, 기업이 단기적인 수익성 추구의 강박관념에서 벗어날 수 있게 할 것이다.

많은 대기업들이 국제화를 추구하면서 세계수준의 초우량기업(超優量企業)을 기업목표로 설정하고 있다. 초우량기업의 조건은 인간의 가치관과 윤리에 대한 이해의 바탕 위에 이를 전략에 반영시키며 탁월성(excellence)의 추구를 조직구성원간의 공유가치로서 받아들이는 것이다. 초우량기업(超優量企業)을 지향하는 데 있어서의 윤리적인 고려사항은 구성원들로 하여금 지나친 조직몰입을 요구하는데서 나타날 수 있는 문제점들을 사전에 탐지하여 이를 행동지침에 반영하도록 하는 것이다. 사회적

32) 한국경영학회, 『한국의 기업윤리』, 1992, pp.88-95

인 부조리가 만연된 가운데서의 윤리성이 결여된 조직몰입은 구성원들로 하여금 비도덕적인 행위를 자행하도록 하는 결과가 될 수도 있기 때문이다.

한 기업의 도덕적 수준을 결정하게 되는 가장 중요한 요소는 최고경영자의 도덕적 수준과 기업의 윤리적인 문제에 대한 성실한 관여이다. 최고경영자가 도덕적인 측면에 대해 깊은 관심을 가지고 이를 경영의사 결정에 반영하고자 노력할 때, 조직이 좀더 윤리적이 될 수 있다.³³⁾

조직의 리더는 가치지향적 행동에 있어서 중요한 역할모델이다. 그가 무엇에 관심을 두고 무엇을 측정하고 무엇을 통제하는가의 방법에 의하여 조직문화에 영향을 미친다. 예를 들어 최고경영자가 조직의 윤리성을 제고하기 위하여 윤리행동강령을 책정하여 놓았다 하더라도 자신이 이러한 강령에 충실하지 않으면 부하직원들은 강령보다는 최고경영자의 행동에 의하여 자신의 행동지침을 암시받게 되는 것이다. 따라서 최고경영자는 조직의 윤리적 성과를 높이기 위해서 윤리적 가치관과 원리가 조직문화에 잘 스며들도록 조직을 설계하고 운영하여야 한다. 그리고 자신의 행동이 이러한 윤리적 기준을 반영하도록 노력할 때 윤리적인 조직문화가 형성될 수 있다.

기업의 전략적 의사결정에 윤리적 요소를 반영한다는 것은 두가지 상호 모순되는 듯한 가치관의 조화를 이루어야 한다는 점에 있어서 새로운 차원의 경영능력을 요구하게 된다. 그러나 윤리성이 저하되는 사회는 모두가 가해자인 동시에 피해자가 되는 것이기 때문에 기업이 윤리적인 된다는 것은 장기적인 면에서 기업과 사회가 모두 이롭게 되는 것이다. 사회는 윤리적인 기업에게 장기적인 성과향상이라는 인센티브가 주어지고 비윤리적인 기업에게는 엄격한 벌칙

33) 한국경영학회, 『한국의 기업윤리』, 1992, pp.100-104

penalty이 돌아가도록 기업에 대한 평가와 감시기능을 강화하여야 한다. 정부는 게임규칙의 제정과 심판자로서 공정성과 전문성의 수준을 높이는 것이 시급하다. 정부 스스로가 전반적으로 사회적 공정성을 높이고자 하는 정치적 결단이 없이는 기업들로 하여금 소위 '죄수의 곤경dilemma'에서 벗어나게 하기가 어려울 것이다.

기업윤리라는 문제는 늘 기업경영과 상존하는 문제이지만, 한 사회가 처한 상황에 따라 그 중요성에 차이가 나게 마련이다. 한국의 경우도 급속한 경제성장 과정을 밟아오는 동안 기업경영의 도덕성 문제가 이따금 사회 문제가 된 적이 있다. 그러나 기업윤리를 구체적으로 실천하기 위하여 개별 기업들이 움직였던 적은 거의 없다. 1995년 말 비자금 사건 이후 기업의 경영활동 과정에서 발생할 수 있는 비리에 대한 투명성과 합법성 요구는 기업 전체 차원에서 새로운 변화를 요구하고 있다. 이러한 사회적인 요구에 부응하기 위하여 기업윤리강령의 제정과 실천 활동이 활발하게 전개되고 있다.

2. 국내기업의 기업윤리강령 사례연구

(1) 전경련 기업윤리헌장³⁴⁾

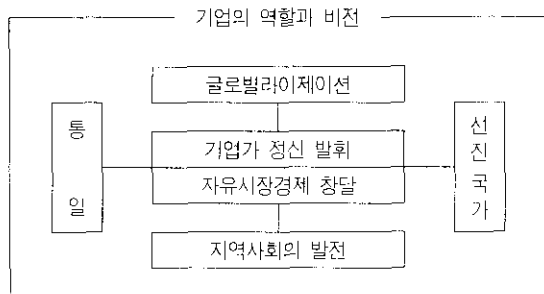
(가) 전문의 내용과 의미

전문에서는 기업이 당면한 사회적 요구를 이해하고 현재 경영환경의 변화가 어떻게 나타나며 이를 극복하기 위해 어떤 행동을 하여야 하는가를 보여주고 있다. 기업의 환경은 급속하게 바뀌고 있다. 개방물결 속에서 날로 치열해지는 경쟁환경, 자국의 이익을 위한 국가적, 지역적인 노력 등이 기업에게는 새로운 변화로 작용하고 있다. 변화

34) 전경련, 『기업윤리헌장』, 1996

는 기본적으로 기업에게 새로운 사업의 기회를 제공한다. 기업은 적극적으로 변화를 주도하고 참여하여 새로운 사업기회를 만들고 고용 창출, 지역사회 기여 등의 결과를 만들어 나가야 하는 책무를 갖는다.

<그림 3> 기업의 역할과 비전



기업에게 요구되는 책임은 사회가 선진화되고 기업이 선진기업이 되는 과정에서 반드시 이루어야 하는 부분이다. 기업의 선진화는 바로 국가의 선진화로 연결된다. 이에 대한 사명감이 기업에게 요구된다.

이를 실천에 옮기기 위해서는 사회적 노력뿐만 아니라 기업 내에서 자생적인 노력이 필요하다. 특히 기업 내에 그 기업이 가지고 있는 경영이념을 구현할 수 있는 구체적인 행동지침이 마련되어야 한다. 기업의 임직원이 행동하는 데 올바른 판단을 할 수 있도록 방향을 제시해 주어야 한다. 만약 임직원이 판단에 대한 혼란이 있다면 이를 해소해 줄 수 있는 지침이 마련되어야 하며 이를 지속적으로 교육을 통해 알려 주어야 한다.

기업의 최고 경영자는 기업윤리헌장을 기초로 해당기업에 적합한 윤리강령과 종업원의 윤리적 행동준칙을 제정하여야 한다. 또한 기

업의 경영전략에 윤리강령의 내용이 포함되도록 하며, 윤리적 생각이 종업원의 행동과 기업문화로 정착되도록 교육을 강화해야 한다. 그리고 윤리강령의 준수를 집행하고 독려하기 위한 체계를 제도화하도록 노력하여야 한다. 이러한 기업의 노력은 세계화를 고려하여야 한다. 그리고 기업의 윤리기준은 세계 어느 나라에서도 통용되는 기준이어야 하며, 해외 현지법인에게도 그 기준을 동일하게 적용시킬 수 있어야 할 것이다.

(나) 본문의 내용과 의미

본문의 내용은 기업에게 기본적으로 요구되는 사회적 책임을 기본축으로 하여 구성되어 있다. 여기에 한국에서 발생한 특수한 문제점이 추가되어 있다.

상징적 의미이면서 전체 내용을 포함하는 것이 첫번째 항목이다. 사회적 책임이 바로 그것이다. 사회적 책임을 여러 가지로 나누어 항목화하였다. 제품의 생산 및 고용창출, 공정경쟁, 소비자 존중, 기업구성원 권익보호 등이 고려되었다. 이외에 환경을 보호하고 지역사회발전 전에 기여하는 역할이 추가되었으며, 한국의 특수한 상황으로 중소기업 협력이 포함되었다.

① 우리 기업은 기업시민으로서 사회적 책무를 다한다.

기업의 행동에 대한 윤리적 요구는 기업의 사회적 책임으로 구체화된다. 기업의 사회적 책임에서 일차적인 부분이 재화 및 서비스를 공급하는 것과 생산과정에서 고용을 창출하는 것이다. 이러한 역할은 과거 한국의 경제발전 과정에서 가장 중요하고 높은 평가를 받은 부분이기도 하다. 치열한 경쟁 속에서 기업은 양질의 제품과 서비스를 공급하고 고용을 창출하여야 할 것이다. 이것이 가장 기본적이고

가장 중요한 사회적 책임인 것이다.

기업은 사회발전과 인간의 삶의 질 향상에 필요한 사회적 수요를 충족시켜야 한다. 이를 위해 기업은 사회의 귀중한 자원을 사회로부터 위임받고 있다. 따라서 사회발전에 필요한 가치를 창조하지 않거나 방해하는 기업은 당연히 그 존재를 거부당하게 된다. 사회는 기업의 이익획득을 위한 수단이 아니고 기업이 존재하고 활동하는 목적 그 자체이다.

② 우리 기업은 창의와 혁신을 통해 정당한 이윤을 창출한다.

기업의 목적 중에 가장 중요한 것이 이윤을 창출하는 것이다. 이윤을 창출해 내는 기업만이 미래에 대한 준비를 할 수 있으며, 기술개발을 위한 비용을 지불할 수 있다. 경영혁신을 통한 이윤창출 능력은 미래의 기업생존을 결정할 것이다.

이윤을 내지 못하는 기업은 생존할 수가 없다. 기업가 정신의 발휘는 바로 이윤창출이라는 결과로 나타날 것이다. 지금까지 한국의 경제발전 과정에서 도산하는 기업은 많은 지탄을 받았다. 부실 경영은 국가에 대한 폐해를 의미한다는 이러한 의식은 경영인들의 애국심과도 관련이 있다. 국가발전에 기여한다는 사명감이 기업인에게 존재해 온 것이다.

보다 많은 이윤을 정당한 경쟁에 의해 창출하는 것이 올바른 경영의 길이다. 아직까지 많은 사람들이 높은 수익을 내는 기업을 부정적인 눈으로 바라보고 있다. 이는 기업의 경쟁이 과거에 투명한 과정과 공정한 절차에 기반을 두지 않은 부분이 있었기 때문이다. 공정경쟁을 통한 이윤창출은 사회적으로 도움이 된다.

하지만 기업의 기본적 사명은 사회적 가치를 창조하여 사회의 수요를 충족시키고 생활수준과 문화향상에 공헌하는 것이다. 따라서 그 활동을 지속할 만큼의 적절한 이익을 창출하여야 한다.

③ 우리 기업은 기업상호간에 공정한 경쟁을 한다.

경쟁은 경제의 효율을 높인다. 하지만 경쟁은 투명한 절차와 공정한 거래가 전제되어야 가능하다. 이에 대한 사회적 요구가 커지고 있다.

경쟁력의 가장 큰 요인은 바로 품질이다. 품질을 가지고 경쟁을 해서 이길 수 있는 기업이 되어야 한다. 그러기 위해서는 공정한 경쟁의 틀이 마련되어야 한다. 기업 스스로 정직과 신뢰를 바탕으로 투명한 공정경쟁을 시행한다면 이것이 사회전반에 영향을 주게 될 것이다. 이러한 기업의 노력은 장기적으로 기업의 이익으로 돌아온다는 경영자의 굳은 믿음이 이를 가능하게 할 것이다.

실제로 최고의 품질을 갖춘 제품을 공정한 방법으로 납품받아 제품을 생산하는 업체는 가장 경쟁력있는 상품을 시장에 공급할 수 있다. 많은 선진기업들은 기업의 역사 속에서 장기간의 윤리적 행동의 실천을 통해 기업에 대한 신뢰성을 쌓아 온 것이 사실이다. 최고의 품질과 최고의 신뢰성은 최고의 기업이 되기 위한 조건일 것이다.

④ 우리 기업은 대·중소기업간 협력을 발전시켜 나간다.

대기업과 중소기업은 비교우위의 원칙을 활용하여 상호 협력하는 것이 공생하는 길이며 시장지배력을 이용한 부당한 거래강요는 장기적이고 안정된 관계유지에 해가 된다.

대기업과 중소기업은 공생관계에 있다. 대기업의 제품의 품질은 중소협력업체의 기술수준에 의해서 결정되므로 협력업체를 지원하는 것은 대기업 자신을 위한 것이다. 가장 경쟁력이 있는 제품을 만들기 위해서는 최고의 품질을 갖추고 있는 부품을 사용하여야 한다. 그러기 위해서는 올바른 협력업체 선정이 이루어져야 하며, 상호간의 협력이 필요하다. 최고의 상품을 만들기 위해서는 기업간 제휴와 정보공유, 자금지원, 기술개발 지원이 필요하다. 이러한 협력관계의 형성은 우리 기업의 수준을 한 단계 높이는 길이 될 것이다.

더욱이 사회적으로 문제가 되고 있는 중소기업의 문제를 해결하기 위해, 중소기업이 가장 절실하게 필요로 하는 것이 무엇인지를 정확히 파악하여, 이를 지원하여야 할 것이다. 바람직한 중소기업의 모습은 시장규모가 크지 않은 분야에서 절대우위의 기술력을 바탕으로 시장을 주도할 수 있는 기업일 것이다. 이를 지원하기 위해 중소기업이 필요로 하는 기술개발에 대한 지원과 자금지원이 병행되어야 하며 확보된 기술력을 이용하여 생산된 제품을 구매하는 노력이 있어야 할 것이다.

⑤ 우리 기업은 소비자 및 고객의 권익을 증진한다.

고객이 있어야 기업이 있으므로 고객이 거부하는 기업은 성장할 수가 없으며 고객을 존중하고 만족시키는 기업은 발전할 것이다.

기업은 소비자의 권익을 증진시켜야 한다. 이를 위해 안전한 제품을 차별 없이 공급하여야 하며, 소비자가 원하는 때에 그 욕구를 만족시켜야 한다. 세계시장에서 이루어지는 가격보다 오히려 낮은 가격으로 세계최고 품질의 제품을 적시에 공급하여 국내 소비자를 만족시킬 수 있어야 한다.

기업은 고객에게 해를 끼쳐서는 안된다. 만약 고객의 이익에 반하는 행동을 했을 경우에는 그것을 즉시 책임성있게 인정하고 시정하는 것만이 기업이 살아 갈 수 있는 길이다.

기업은 제품의 안전성에 대한 의심을 반드시 불식시키고 소비자들로부터 신뢰감을 얻어야 한다. 기업은 국가적으로 요구하는 최소한의 안전규정을 준수한 것에 만족하지 말고 세계최고의 안전 수준을 자랑하는 제품을 만들어야 할 것이다.

⑥ 우리 기업은 모든 기업구성원의 이익을 향상시킨다.

종업원은 기업의 목표 달성을 위한 수단이 아니고 기업발전을 위

한 평등한 동반자이다. 직장에 긍지를 느끼고 만족하는 종업원은 기업의 중요한 자산이다.

기업은 구성원 욕구를 만족시켜야 한다. 근본적으로 기업의 구성원을 존중하여야 한다. 구성원의 창의와 노력을 유발하고 구성원의 삶의 질을 향상시키기 위한 부단한 노력이 있어야 한다. 종업원에게 안정된 노동환경을 제공하고, 건전한 여가선용을 가능케 하는 지원이 필요하다.

교육투자 활동은 시설투자 및 연구개발투자와 함께 중요한 경영활동이므로 기업의 생산성 향상을 위해서는 끊임없이 임직원에게 교육이 필요하다. 이에 따라 발생하게 되는 기업의 생산성 향상은 수익의 증가를 가져오며, 이는 기업의 주주의 이익을 증진시킬 것이다. 자유시장경제체제하에서 주주의 투자는 기업의 혈액과 같은 것이다. 기업의 장기적 발전을 위하여 경영자는 주주의 적절한 투자수익을 보호할 책임이 있다. 또한 기업의 운영현황과 전망을 알리는 정보를 성실하게 제공하여야 한다.

⑦ 우리 기업은 환경친화적 경영을 지향한다.

기업의 생산활동 과정에서 발생할 수 있는 오염물질에 대한 오염방지 노력은 지금까지 많이 이루어져 왔다. 하지만 우리의 대기오염, 자연환경 파괴 등 환경오염 실태는 선진국 수준과 비교하면 심각한 수준이다. 기업은 환경보호에 앞장서서 노력하여야 할 것이다. 비록 기업의 생산활동이 야기한 사회적 결과인 경우에 대해서도 기업은 이를 제거하고 자연환경을 보호하려는 노력을 아끼지 않아야 할 것이다.

기업은 유해산업에 대한 참여를 신중히 결정하여야 하며 참여한 경우 기업의 신뢰성과 미래의 평판에 흠이 되지 않도록 최선의 노력을 기울여야 할 것이다. 협력관계에 의해 납품을 받는 경우, 협력기업의 환경정화 노력을 평가하여 자사의 제품에 제작과정에서 다량의

공해를 유발하는 부품이 들어가지 않도록 하는 노력이 필요하다.

⑧ 우리 기업은 지역사회의 발전에 기여한다.

기업은 지역공동체의 일원으로 그 지역에 대한 발전을 지원하고 사회적 공헌에 앞장서야 할 것이다. 기업은 지역사회에서 필요한 것이 무엇인가를 찾아 이를 해결하려는 노력을 보여야 한다. 자동차를 보다 많이 팔기 위해서는 넓은 길이 있어야 하며 우수한 인재를 고용하기 위해서는 질적으로 뛰어난 교육이 있어야 한다. 지역사회에 대한 투자는 기업에게 기업의 존립을 가능하게 하는 요인임을 자각하고 이를 지원하여야 한다.

이와 함께 기업은 지역의 문화사업 및 불우한 환경에 대한 지원을 하여야 한다. 이러한 기업의 사회공헌활동은 기업의 홍보차원에서 이루어지는 활동과 무관하게 장기적인 안목에서 이루어 져야 한다. 단기적인 홍보목적으로 사회에 대한 봉사활동은 하는 것은 기업의 이미지에 결코 도움이 되지 못한다. 사회에서 소외되고 도움이 필요한 곳에 장기간의 노력을 기울이고, 그 기간이 지난 후에 그 효과가 자연스럽게 알려진다면 이것은 기업의 평판을 높이는 길일 것이다. 시작도 하기 전에 자랑부터 하는 것은 기업의 이미지를 실추시키는 결과를 초래할 뿐이다.

기업은 사회와 같이 발전해 나가야 할 사회구성원이며 자랑스러운 기업시민이어야 한다. 즉, 기업은 지역사회에 생존하는 기업시민으로서의 책무를 가지고 있다. 기업은 경쟁력만을 자랑하는 강한 기업이기보다는 기업시민으로서 사회에 자기 몫을 다하면서 발전하는 착한 기업시민이기를 요구받고 있다. 착한 기업시민은 사회와 공존하는 기업, 환경친화적인 기업, 인간성을 존중하는 기업의 모습을 가지며 장기적으로 사회와 같이 발전하는 것을 목표로 한다.

또한 지역에 대한 공헌에 앞장서는 기업은 바로 세계시민과도 같

은 의미로 이해되어야 한다. 세계에서 생산활동을 하는 기업은 당연히 세계 모든 지역에 대한 공헌을 잊지 말아야 한다. 단순히 상품을 팔던 시대는 지나갔다. 이제는 그 지역에 밀착하여 그 지역의 기업시민으로 활동하지 않는 기업은 장기적인 발전을 하기가 어렵다. 이러한 시대적 요구를 기업은 수용해야 하며, 그러한 적극적인 경영전략이 미래의 기업생존을 가능하게 한다.

(2) 엘지LG그룹

LG그룹은 국내기업중 유일하게 전체 기업집단 차원에서 윤리규범을 1994년에 제정하였다. 이를 세부 사업장별로 세부 항목을 고려하여 실천지침을 만들어 시행하고 있다.

그룹차원의 윤리규범은 기업집단의 성격이 소비자와 밀접한 사업이 많은 관계로 소비자 만족에 많은 비중을 두고 있으며, 장기적인 기업이념인 초우량기업을 위한 비전을 포함하고 있다. 즉, 하도급관계에서 발생할 수 있는 문제점을 해결하기 위한 공정경쟁의 규범을 제시하였으며, 사회적 책임을 다하는 기업을 지향하고 있다.

고객에 대한 책임과 의무에는, 기업은 고객을 존중하고 고객이 필요로 하는 가치를 창조하여 공급하여야 한다는 것을 주장하고 있다. 이러한 바탕하에 고객으로부터 신뢰감을 얻을 수 있으며 이러한 고객의 신뢰가 사업의 바탕이 될 수 있음을 설명하고 있다.³⁵⁾

임직원의 기본윤리에는 기본윤리와 사명의 완수, 자기계발이 포함되어 있다. 특히 자기계발에는 종업원 스스로 자기계발에 충실하여 조직에 바람직한 인재가 되도록 노력할 것을 요구하고 있다.³⁶⁾

35) 고객에 대한 책임과 의무 참조, LG, 『윤리규범 실천은 초우량으로 가는길』, 1995, p.42

36) 임직원의 기본윤리 참조, LG, 『윤리규범 실천은 초우량으로 가는길』, 1995, p.44

<표 1> LG그룹의 윤리규범

<ul style="list-style-type: none">- 고객에 대한 책임과 의무<ul style="list-style-type: none">○고객의 존중○가치의 창조○가치의 제공 - 공정한 경쟁<ul style="list-style-type: none">○자유경쟁의 추구○법규의 준수 - 공정한 거래<ul style="list-style-type: none">○평등한 기회○공정한 거래절차○신호발진의 추구 - 임직원의 기본윤리<ul style="list-style-type: none">○기본윤리○사명의 완수○자기계발○공정한 직무수행○회사와의 이해상충 회피 - 임직원에 대한 책임<ul style="list-style-type: none">○인간존중○공정한 내우○창의성의 촉진 - 국가와 사회에 대한 책임<ul style="list-style-type: none">○합리적 사업전개○주주이익의 보호○사회발전에 기여○환경의 보호
--

국가와 사회에 대한 책임증에는 합리적인 사업전개, 주주이익의 보호, 사회발전에 기여, 환경의 보호 등이 포함되어 있다.³⁷⁾ 특히 국내외를 막론하고 해당지역의 사회적 가치관을 존중하여 사업을 수행한다는 것은 기업의 세계화에 적합한 지침으로 평가된다. 또한 효율적인 경영을 통하여 건전한 이익을 실현함으로써 주주의 투자수익을 성실하게 보호한다는 항목은 기업의 목적에 대한 뚜렷한 방향제시를 하는 적절한 것으로 평가된다.

(3) 포항제철

포항제철에서는 1993년에 기업 전체적인 차원에서 기업의 환경변화와 사회적 책임을 수용하여 일반, 고객, 지역에 관한 항목 등을 중심으로 윤리강령을 제정하였다. 기업은 사회를 구성하는 일부분이며, 이에 따라 사회적 책임을 갖는다는 입장에서 사회적 책임을 적극적으로 수용하여야 한다고 주장하고 있다.³⁸⁾ “(중략) 기업 본연의 임무에 충실하고 사회적 책임을 다하여 21세기 선진국가 건설의 주역이 된다. 이제 우리는 출발선에서 가졌던 뜨거운 정열과 숭고한 정신을 되살려 우리 모두의 역량을 한데 모으고 공정하고 투명한 기업경영으로 급속한 변화와 냉엄한 경쟁시대에 대처하여 희망찬 미래를 개척해 나간다.”

37) 국가와 사회에 대한 책임 참조, LG, 『윤리규범 실천은 초우량으로 가는길』, 1995, p.46

38) 전문 참조, 포항종합제철, 『윤리강령해설』, 1993, p.13

<표 2> 포항제철의 윤리강령

- 경영의 기본정신
○기본책무
○노사관계
○신규사업
○환경보호
법과 윤리의 준수
○윤리적 행동
○법규준수
○정치불개입
- 이해관계자에 대한 책임
○주주
○고객
○공급사
○지역사회
- 임직원의 사고와 행동기준
○생활자세
○근무자세
○재산관리
○금품배제

정치 불개입 항목에는 다음의 내용이 포함되어 있다.³⁹⁾ “개인의 정치적 의사와 참정권은 존중하되, 회사 내에서의 정치적 활동 및 특정한 개인이나 정당을 위한 기부는 하지 않는다.”

노사관계에 대해서는 사원 각자의 자율과 창의를 존중하고 성과와 보상이 균형을 이루어 상호 신뢰와 이해가 바탕이 된 공존공영의 성

39) 경영의 기본정신의 정치불개입 항목 참조, 포항종합제철, 『윤리강령해설』, 1993, pp.26-27

숙한 노사관계를 이룩한다는 내용이 포함되어 있다.⁴⁰⁾ “직장은 단순히 생계를 위해 일하는 장소가 아니라 자아를 실현하고 삶을 가꾸어 나가는 생활공동체이다. 따라서 자율적인 분위기 속에서 직원 각자가 스스로 창의력을 발휘하도록 민주적인 조직체로 발전시켜야 할 것이다. 이를 위해 회사는 다음의 사항에 노력한다. 첫째, 선발·승진·포상 등 직원들의 신상에 관련된 일체의 사항들이 적절한 절차에 의해 처리되고 공정성과 투명성을 확립하며, 직원들이 계속 자기개발을 해나갈 수 있도록 제도적으로 지원한다. 둘째, 직원들이 건강하고 안전하게 일할 수 있도록 작업조건 및 작업환경을 개선하고 문화환경 조성, 복지후생시설 확충 등 직원들의 생활의 질을 향상시킬 수 있는 프로그램을 적극적으로 개발·시행한다. 셋째, 성과와 보상이 균형을 이룰 수 있도록 제도적 장치를 마련하고 회사의 위상에 맞는 임금수준을 확보한다. 넷째, 업무처리 및 인간관계에 있어서 제반 권위주의적 요소를 불식하여 직원 모두가 소신을 갖고 자율적으로 일을 할 수 있는 분위기를 조성한다. 다섯째, 원활한 커뮤니케이션 통로를 마련하여 조직내의 갈등을 사전에 해소하고 직원들이 창의력을 발휘하여 정당한 방법으로 경영에 참여할 수 있도록 한다.”

(4) 삼성전자

삼성전자에서는 많은 하도급 관계 및 경쟁관계에 관한 내용을 포함하는 활동 규범을 제시하고 있다. 『공정거래법 준수를 위한 영업활동에 관계된 사례집』을 통해, 삼성전자의 거래행위에 관한 준수지침을 분석하여 보면 다음과 같다.

40) 경영의 기본정신의 노사관계 항목 참조, 포항종합제철, 『윤리강령해설』, 1993, pp.16-17

<표 3> 삼성전자의 영업활동 준수지침

- 담합행위(카르텔)
소매가격의 구속
- 부당한 거래거절
- 전매집제
- 판매지역의 제한
내리점의 거래처에 대한 제한
- 부당한 리베이트공여
- 차별적 취급
- 부당한 영가판매
부당표시 ⁴¹⁾
지나친 상품제공
- 세트판매(끼워팔기)
- 우월적 지위의 남용
내향적 가격설정
- 상호거래(계열시간의 상호거래)
- 사업자단체에 있어서의 주의사항

여기에서는 주로 공정거래 질서의 확립을 중요성을 주장하고 있다.⁴¹⁾ “변화의 시대, 고객의 시대, 무한경쟁의 시대를 맞이하여 변화에 적극적으로 대응하고 공공기업으로서의 완전한 모습을 갖추기 위하여 질위주의 신경영으로 전환함으로써 (중략) 우리에게 주어진 사회적 책임 및 국민적 기대감을 간과할 수 없다. 이러한 차원에서 볼 때, 국내외기업과의 경쟁에 있어서도 도덕성을 바탕으로 한 건전하고 올바른 경쟁 즉, 공정한 거래질서 확립에 솔선수범의 자세가 필요하며(중략)” 신경영을 위한 전제조건은 현실을 직시하고 과거를 반성하는 것으로 시작하여, 나부터의 변화를 지향하고 이러한 변화를 토대로 한 인간미, 도덕성의 회복이 선행되어야 한다고 주장하고 있다.

41) 머리말 참조, 삼성전자, 『공정거래법 준수를 위한 올바른 영업활동 사례집』, 1994

유형별로 16개를 나누어 준수사항을 예를 들어 설명하고 있다. 담합행위에 관한 것으로 다섯가지의 준수사항을 들고 있다.⁴²⁾ 첫째, 입찰시 동일한 업종간에 최종 입찰결정업체를 사전에 협의하는 행위 및 입찰가격 담합행위를 해서는 안된다. 둘째, 동일한 업종간에 가격담합은 물론 가격에 관한 정보교환을 해서는 안된다(가격담합). 셋째, 동일한 업종간에 거래수량의 할당, 제한을 해서는 안된다(수량제한담합). 넷째, 동일한 업종간에 판매영역의 할당, 제한을 해서는 안된다(시장분할). 다섯째, 동일한 업종간에 고객쟁탈 제한을 해서는 안된다(거래제한담합). 대리점끼리 고객에게 배팅betting하는 것을 미연에 방지하거나 그때마다 조정하거나 해서는 안된다(배팅조정).

소매가격의 구속(재판매가격 유지행위)에서는 네가지의 준수사항을 들고 있다.⁴³⁾ 첫째, 대리점 및 2차점에 대하여 도매가격 및 소매가격을 설정해서 이를 지키게 하는 행위를 해서는 안된다. 둘째, 점두표시가격, 통신판매가격, 잡지, 리플렛 등의 광고가격 등 대리점이 행하는 가격표시를 지도, 규제해서는 안된다. 셋째, 대리점이 행하는 유지보수 및 시스템 서포트 등의 서비스 요금을 지정해 주어서는 안된다. 넷째, 가격표·매뉴얼에 가격유지를 예측케하는 표현(점두표시가격, 참고실세가격, 시장예측가격, 최저상담가격, 외판견적가격 등)을 해서는 안되는 것은 물론 데모, 구두에 의해 같은 표현을 해서도 안된다.

42) 담합행위 참조, 삼성전자, 『공정거래법 준수를 위한 올바른 영업활동 사례집』, 1994, pp.15-18

43) 소매가격의 구속 참조, 삼성전자, 『공정거래법 준수를 위한 올바른 영업활동 사례집』, 1994, pp.19-20

3. 외국계기업의 기업윤리강령 사례연구

(1) 제네랄 일렉트릭GENERAL ELECTRIC

GE의 『정직과 신뢰성』에는 다음과 같은 내용이 포함되어 있다.⁴⁴⁾ “1세기 이상 동안, GE의 임직원들은 계산으로 그 가치를 따질 수 없는 자산, 즉 정직과 신뢰성과 높은 사업수행 행위기준에 대한 세계적인 회사의 명성을 쌓아 왔습니다. (중략) 정직과 신뢰성은 그 위에 우리 사업의 성공 (중략) 경쟁에서 승리한 우리의 기록을 건설해야 하는 초석입니다. 경쟁에서 이길 수 있는 우수성에 대한 GE의 추구는 윤리적인 행동에 대한 우리의 공약이 그 시작이며 끝입니다.”

종업원은 입사부터 윤리강령에 대한 교육을 받으며, 매년 이를 서명에 의해 확인한다. 만약 의문사항이 생기면 이를 규명하고 표명하도록 하고 있다. 누가 또는 무엇이 문제인가? 그러한 의문이 언제 생겼는가? 그러한 일이 어디에서 발생하였는가? 등의 과정을 거쳐 의문사항을 규명하고 이를 제기하여야 한다. 만약 이를 어겼을 때는 그에 따른 처벌이 따른다.

이에 대한 GE의 입장은 다음에서 그 판단의 기준을 알 수 있다.⁴⁵⁾ “귀하나 다른 누군가에게 어떠한 것이 적절한 행동인지에 관해서 의문이 있다면, 즉시 귀하의 매니저나 여러분이 이용할 수 있도록 회사가 마련한 다른 채널들 중의 하나를 통하여 그러한 의문을 제기하십시오. 그 어떠한 것도 - 대고객 서비스, 경쟁, 상급자의 직접적인 명령이나 ‘목표치를 달성하는 것’도 - 정직과 신뢰성보다 더 중요하지

44) John F. Welch, Jr.의 정직과 신뢰성에 관한 성명서 참조, General Electric, 『정직과 신뢰성Integrity』, 1995

45) John F. Welch, Jr.의 정직과 신뢰성에 관한 성명서 참조, General Electric, 『정직과 신뢰성Integrity』, 1995

는 않습니다.”

종업원은 의문사항이 생기면 현지 해당부서나 본사 등에 문제를 제기할 수 있다. 현지소속회사내에는 상급자나 매니저, 사업부서에 파견된 지침업무 담당자나 감사 담당자, 회사고문변호사, 차상위 경영진중에서 가장 편하다고 느끼는 사람과 상담할 수 있다. 또는 전화로 소속회사내 지원연락처, 고충처리위원과 상담할 수 있다. 이러한 과정에서 신속한 보고가 중요한 것임을 강조하고 있다.⁴⁶⁾

『정직과 신뢰성Integrity』으로 표현되는 GE의 기업윤리강령은 5개 항목별 세부 행동 기본지침으로 구성되어 있다. 주요항목만을 보면 <표 4>와 같다.

항목별 세부 내용중 GE의 특성을 잘 표현하고 있는 세부항목을 살펴보도록 한다. 첫째로 윤리적인 업무관행, 둘째로 보건, 안전 및 환경보호, 셋째로 유해산업 참여를 보다 구체적으로 살펴보자.

윤리적인 업무관행의 내용중 구체적 준수사항을 보면⁴⁷⁾ “어떠한 행위에 영향력을 행사하거나 보답하기 위하여 고객이나 정부관리에게 가치있는 물건(뇌물이나 뒷돈)을 직접 또는 간접으로 제공해서는 안됩니다. 선물, 기부 및 접대와 같이 영업활동에 따르는 호의도 겉으로 보기에 부정한 것으로 보일 수 있는 상황에서는 제공해서는 안됩니다”라고 표현하고 있다. 정치헌금에 대해서도 자세히 설명되어 있다. “정당, 정당간부 혹은 미국외 국가의 관직에 입후보한 자에게 정부의 조치나 결정사항에 영향을 주거나 보답할 목적으로 직접 또는 간접으로 금전 및 가치있는 물건을 제공해서는 안됩니다.”

46) 의문사항 처리방법 참조, General Electric, 『정직과 신뢰성Integrity』, 1995

47) 고객 및 공급자들과의 거래의 윤리적인 업무관행 항목 참조, General Electric, 『정직과 신뢰성Integrity』, 1995

<표 4> GE의 정직과 신뢰성

<ul style="list-style-type: none"> - 고객 및 공급자들과의 거래 ○윤리적인 업무관행 ○국제거래에 관한 판리규정의 준수 ○남아프리카와의 사업금지 ○공급자와의 관계 정부사업 ○내정부기관 업무 - 공정경쟁 ○독점금지법의 준수 - GE공동체 ○고용기회 평등 ○보건, 안전 및 환경보호 ○유해산업참여 - 개별적인 정직과 신뢰성 ○재무관리 및 기록 ○이해관계의 충돌회피 ○내부자거래 및 비밀주식 정보누설
--

제품 및 용역을 고안하고 생산하기 위한 보다 앞선 기술을 연구하고 적절한 경우에 이를 이행하며, 원자재를 재생 및 재활용하여 공해를 방지하고 자원을 보존하도록 하여야 한다는 보건, 안전 및 환경보호에 관한 지침들을 살펴보자.⁴⁸⁾ 직원들은 기본지침 및 관련 법규정을 준수하여야 하며, 제안이 있을 때에는 의견을 제시하고, 위반 가능성이 있을 때에는 즉시 신고하여야 한다. 사업간부들은 계획의 적

48) GE공동체의 보건, 안전 및 환경보호 항목 참조, General Electric, 『정직과 신뢰성 Integrity』, 1995

정성에 대해 자문을 구해야 하며, 기본지침 및 법준수를 보장하고 위반을 적발하기 위한 감시와 감독체도를 시행하여야 한다. 또한 계획의 실행을 위한 상급직원의 효율성을 정기적으로 평가하여야 한다. 생산시설, 영업활동, 제품, 용역에 대한 책임을 지는 관리자는 보건, 안전, 환경에 관하여 직원, 지역공동체, 고객, 정부기관과 책임지고 의견을 교환하여야 하며, 공공단체, 지방정부기관 및 다른 이익단체와 협력하여 직원 및 공공의 건강과 환경보호를 위한 공공 규제지침을 개발한다. 또한 보건, 안전, 환경보호와 유독·유해성 물질의 제거 내지는 합리적 감량을 위해 효과적인 계획·훈련과 최상의 업무수단을 실행하여야 한다.

보건 또는 환경에 대한 위해협의로 인하여 중대한 재정적 책임 및 불리한 광고효과를 초래할 가능성이 있는 제품이나 서비스에 참여하거나 본질적으로 공중보건 및 안전에 심각한 위협을 주거나 또는 회사의 명성이나 재산에 막대한 해를 초래할 수 있는 사업이나 공정에 참여하는 것 등에 관한 유해사업활동에 관한 지침은 매우 적극적인 기준을 가지고 있다.⁴⁹⁾ “유해사업활동은 사회적으로 용인될 만한 규범과 이용가능한 위협관리기술에 대하여 고려한 후 당해 사업의 위험이 공공 및 회사의 전체적인 이익에 비추어 감수하여야 할 것이라고 판단되는 경우에만 착수하거나 실질적 관련을 지속하여야 합니다.” 유해사업에 참여하는 사업의 중간관리자는 사업, 법, 보험가입 가능 여부 및 기타 관련 고려사항들에 대한 변경을 고려하기 위하여 매년 검토를 실시하여야 하며, 이전에 평가된 수준보다 훨씬 더 큰 위협을 초래할 가능성이 있는 모든 상황에 대해서는 사업 최고책임자에게 즉시 보고하여야 한다. 또한 신규 유해사업활동에 대한 실질적인 관련에 착수하거나, 위협을 크게 증가시킬 가능성 있는 사건이

49) GE공동체의 유해사업참여 항목 참조, General Electric, 『정직과 신뢰성Integrity』, 1995

발생한 후 그러한 유해사업활동을 지속할 경우 사전에 사업 최고책임자의 동의를 얻어야 한다.

GE는 다국적기업들이 기업윤리강령을 전세계 사업장에서 동일하게 적용하는 방식 그대로 전세계에 동일한 기준을 적용한다. 다만 그 국가에 특수한 법률이 존재할 경우 이를 고려한다. 예를 들어 정치적 헌금 부문에서는 정부기관에 대하여 회사의 입장을 내세우고 정치적 헌금을 기부함에 있어 미국과 관련 당사국의 법규를 준수하여야 한다는 조항을 가지고 있다.⁵⁰⁾

(2) 휴렛팩커드HEWLETT PACKARD

HP의 사업경영지침에는 기업의 평판에 대한 중요성이 잘 표현되어 있다.⁵¹⁾ “회사의 평판은 대단히 중요합니다. 그것은 돈으로 살 수 없는 자산이어서 우리가 고객을 방문할 때나, 사업의 동반자를 구할 때, 정부와 거래할 때, 그리고 우리가 속한 지역사회를 발전시키고자 할 때 그 길을 열어줍니다. (중략) 그것은 우연히 그렇게 된 것은 아닙니다. 전 임직원이 수년동안 모든 거래와 업무상 관계를 공정하고 정직하게 처리하여 HP의 평판을 쌓으려 노력했기 때문입니다. 이 평판을 유지하는 것은 경영진의 주요 목표이며, 모든 직원들 역시 각자 그 책임을 다하기를 요청하는 바입니다. (중략) 타협없는 성실함이 HP식 방법way이며 HP식 일처리입니다.”

50) 고객 및 공급자들과의 거래의 윤리적인 업무관행 항목 참조, General Electric, 『정직과 신뢰성Integrity』, 1995

51) Lew Platt의 사장님 말씀 참조, Hewlett Packard, 『사업경영지침Standard of Business Conduct』, 1995

<표 5> HP의 경영행동지침

<p>HP와 관련된 행위</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 이해상충 ○ 회사의 정보취급 ○ 회사 자산의 취급일반규정 <p>- 다자간 관계</p> <p>경쟁자와 관련된 행위</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 경쟁자 관계 ○ 경쟁에 관한 정보의 취득 ○ 경쟁자에 관한 언급 <p>고객과 관련된 행위</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 재판매에 관한 업무수행 ○ 최종소비자와 재판매자에 관한 업무수행 ○ 정부 물자 조달 <p>- 공급자에 대한 행위</p>

HP의 경영행동지침 Standards of Business Conduct에는 구체적인 의문사항이 발생할 수 있는 경우를 고려하여 그런 상황에서 어떤 행동을 해야 하는가를 보여주고 있다. 이러한 행동지침은 직원에게 갈등의 소지를 없애줄 뿐만 아니라 직원의 행동에 대한 감시기능의 부수적인 효과가 가능하다고 볼 수 있다.

HP와 관련된 행위내의 이해상충항목에는 외부고용, HP업무로 얻게된 개인적 이익, 제삼자의 선물, 외부이사직, 외부사업에서 얻은 재정적 이익, 잠정적 이해상충의 보고 등의 내용을 포함하고 있다.⁵²⁾ 즉 “나는 어느 한도에서 다른 회사를 위해 일하거나 개인사업을 할 수 있는가?” “HP업무를 수행하며 개인적인 이익을 취하는 것이 옳

52) HP와 관련된 행위의 이해상충 항목 참조, Hewlett Packard, 『사업경영지침 Standard of Business Conduct』, 1995, pp.1-4

지 않는 경우는 언제인가?” “선물을 교환하는 일이 종종 있는데 우리가 받을 수 있는 것은 무엇인가?”에 대한 구체적인 행동지침이 포함되어 있다.

경쟁자와 관련된 행위내의 경쟁자 관계에는 행동지침, 경쟁자와 관련한 조직 등이 포함되어 있다.⁵³⁾ 여기에는 “HP의 경쟁자들과 접촉할 경우 어떤 행동은 피해야 하는가?” “HP의 경쟁자를 포함하는 조직에 참여할 때는 무엇을 알고 어떻게 행동해야 하는가?”에 대한 행동지침을 포함하고 있다. “만약 어떤 경쟁자가 제품가격, 판매조건, 시장지배 또는 기타 금지된 주제에 대해 비록 비공식적인 방법으로 일지라도 논의를 시작하면, 여러분은 이에 참여하지 말아야 한다. 만약 그러한 논의를 멈추지 않는다면 여러분은 즉시 그 장소를 떠나고 당신이 자리를 떠났다는 것을 문서화한다.” 직원은 이러한 행동에 대한 자문을 법제실에 문의할 수 있으며, 경쟁자를 포함하는 조직에 참여하기 이전에 그 적법성을 법제실에서 확인하게 하는 책임을 갖는다.

고객과 관련된 행위내의 재판매에 관한 업무수행에는 일반규정, 재판매 가격 유지, 재판매자 선정, 계약종료, 가격차등, 판촉용 서비스 등이 포함되어 있다.⁵⁴⁾ “HP는 서로 다른 재판매자에게 다른 가격을 제시할 수 있는가?”의 가격차등에 대한 지침에는 일반적으로 HP는 서로 경쟁하는 재판매자들에게 같은 제품에 대해 서로 다른 가격이나 서비스를 제공할 수 없다고 명시하고 있다. HP가 재판매방식을 통해 판매를 할 때 가격결정은 공식 표준가격을 따라야 하며, 여기서 가격차는 경쟁하는 재판매업자에게는 허용하지 않고 어떤 특정 재판

53) 경쟁자와 관련된 행위의 경쟁자 관계 항목 참조, Hewlett Packard, 『사업경영지침 Standard of Business Conduct』, 1995, pp.12-13

54) 고객과 관련된 행위의 재판매에 관한 업무수행 항목 참조, Hewlett Packard, 『사업경영지침 Standard of Business Conduct』, 1995, p.15

매업자에게만 비가격적인 판매조건(환불, 외상, 할인, 서비스 등)을 차별화함으로써 실질적으로 가격을 낮추어주는 것을 의미할 수 있다.

공급자에 관한 행위를 보면 HP의 경쟁력의 원인을 이해할 수 있다. “HP의 공급자를 선정할 때 어떤 요소를 고려해야 할 것인가?”에 대한 공급자선정⁵⁵⁾에 대해 HP는 상식과 훌륭한 판단 그리고 최고의 성실성을 요구하고 있다. 가능성있는 공급자를 모두 접촉할 필요는 없고 또 가장 낮은 가격이라는 이유 하나 때문에 공급을 맡기지는 않는다. 공급자문제에서 HP의 훌륭한 평판은 공급자의 장점에 근거해서 선택을 하기 때문에 얻어진 것이다. 따라서 선정과정에서 개인의 선호나 HP의 이익과 무관한 요소에 좌우되거나 그렇다고 여겨지는 선택은 피할 것을 요구하고 있다. 최고의 경쟁력을 갖춘 부품을 보다 낮은 가격에서 공급받아 이를 활용하면 기업의 상품경쟁력을 최고의 수준으로 만드는데 도움을 줄 것이다. HP에서는 공급자를 선정할 때 비용만을 고려하지는 않는다. 최첨단 기술Technology, 최고품질Quality, 요구에 대한 응답성Responsiveness, 납기준수Delivery, 공급자 재무구조의 안정성Financial Stability, 경쟁력있는 가격Cost, 환경·공해방지노력Environment 등을 모두 고려한 최상의 결정을 요구한다.

(3) 아이비엠IBM

기업의 윤리적 행동의 중요성을 IBM의 기업행위지침에는 다음과 같이 설명되어 있다.⁵⁶⁾ “윤리적 행동은 그 자체로서 중요하지만, 더구나 그것이 우리의 가장 소중한 재산인 ‘고객의 IBM에 대한 신뢰’

55) 공급자에 관한 행위 항목 참조, Hewlett Packard, 『사업경영지침Standard of Business Conduct』, 1995, pp.19-20

56) Louis V Gerstner, Jr.회장의 서한 참조, IBM, 『기업행위지침Business Conduct Guidelines』, 1995

를 강화시키는 요인이라면 더욱 더 우리의 사업에 중요한 것입니다.” IBM의 기업행위지침의 각 부분은 사원으로서 책임을 가지는 영역에 관한 것을 포괄하고 있다. 개인적인 활동과 IBM자산의 보호, 타인 및 타조직과 IBM의 업무를 수행함에 있어서의 의무, 이해의 상충과 우리의 개인적 시간에 발생하여 IBM에 영향을 미치는 체문제 등이다.

IBM은 다국적기업으로 전세계 사업장에 동일한 기준의 행동지침을 각 사업장의 종업원에게 교육을 시키고 서명에 의해 그 준수를 확인하고 있다. 기업행위지침은 경영환경의 변화 등을 고려하여 3~4년마다 교정, 배포된다. 한국IBM에서는 한글로 번역된 지침을 종업원에게 배포한다. 종업원은 취업시 취업규칙과 함께 기업행위지침을 준수할 것을 서명하게 된다. 그리고 매년 기업행위지침 준수를 서명하여 제출할 것을 요구받는다. 행동지침에 대한 위반은 규정에 의해 처벌받게 된다. 여기에는 예외가 없다. 이러한 윤리적 행동에 대한 요구는 규범에 의해서가 아닌 실제로 기업내 근무환경에서 느껴질 수 있도록 교육과 상담, 감시시스템이 작동하고 있다. 즉 문제발생을 예방하기 위한 교육과 문제가 발생한 경우 이를 적절히 처리할 수 있는 상담자를 선정하여 문제를 해결한다.

IBM의 업무를 행함에 있어서의 불성실한 표현을 피할 것의 항목을 보면, 누구에 대해서도 불성실한 표현이나 부정직한 발표를 하여서는 안되며 의사소통과정에서 상대방이 오해하고 있다고 생각되면 즉시 그 오해를 풀어야 한다고 표현하고 있다.⁵⁷⁾ 명확한 의사전달에 기초한 정직성은 윤리적 행동의 전제이며, 거기서 발생하는 신뢰는 건전하고 지속적인 상호관계를 형성, 유지시킴에 절대 필요하다는 것이다.

57) IBM의 업무행위지침에 있어서의 불성실한 표현을 피할 것 항목 참조, IBM, 『기업행위지침(Business Conduct Guidelines)』, 1995, p.10

<표 6> IBM의 종업원 업무지침

- 여러분과 IBM에서의 여러분의 업무
 - 의사전달의 창구
 - 개인적인 활동
 - 근무환경
 - 사원의 사생활
 - IBM자신의 보호
 - 정보의 기록과 보고
- IBM의 업무를 행함에 있어서
 - 불성실한 표현을 피할 것
 - 공급자와의 거래
 - 조달법 위반을 피할 것
 - 시장에서의 경쟁
 - 다른 조직과의 관계
 - 타인에 관한 정보의 취득과 사용
 - 타인이 소유하는 정보
 - 상표의 사용
 - 뇌물, 선물 및 접대
 - 법규의 준수
- 여러분 자신의 시간활용에 대하여
 - 이해의 충돌
 - 내부정보의 사용과 내부지거래
 - 공공활동
 - 정치활동에의 참여
 - 가까운 친척이 정보처리산업에서 일하고 있는 경우

IBM의 업무를 행함에 있어서의 시장에서의 경쟁 항목에는 경쟁자에 관한 허위 및 오도적인 표현을 피할 것과 경쟁자의 주문과 경합하는 판매활동에 대한 내용이 들어 있다.⁵⁸⁾ 제품과 서비스의 판매는 그 제품의 진가에 의해서 이루어져야 한다는 것이 IBM의 정책이며, 경쟁자나 그들의 제품이나 서비스에 관한 허위 또는 오도적 진술과

58) IBM의 업무를 행함에 있어서의 시장에서의 경쟁 항목 참조, IBM, 『기업행위지침 Business Conduct Guidelines』, 1995, pp.11-12

풍자는 부적절하다. 경쟁자와 그들의 제품에 대한 모든 비교는 구체적이어야 하며 비교 당시 완전, 정확하고 오도적이지 말아야 한다. 경쟁자가 고객으로부터 제품 혹은 서비스에 대한 확정주문을 받은 경우, 그 경쟁자 제품의 설치, 서비스의 수행 혹은 확정주문의 취소 완료전에는 그 고객에게 경쟁 IBM제품 혹은 서비스의 판매를 하지 않는 것이 IBM의 방침이다.

IBM의 업무를 행함에 있어서의 뇌물, 선물 및 접대 항목 중에는 정부직원과의 관계에 대한 상세한 설명이 있다.⁵⁹⁾ 교육, 교통편의, 접대 또는 기타 가치있는 것을 제공하는 것과 같은 비즈니스의 세계에서는 일반적으로 받아들여지고 있는 관례가 정부직원 혹은 정부의 대리인으로 활동하는 자와의 거래에 있어서는 인정되지 않을 뿐만 아니라 관계법규위반으로 되는 수가 있다. 고객으로서의 정부와 그 공급자간의 관계를 규정하는 관련법규를 잘 인식해야 하고 지킬 것을 요구하고 있다. 사업과 관련이 있다고 보여지는 경우에는 금전이나 선물을 정부기관의 직원이나 관계자에게 제공해서는 안된다. 예를 들어 미국법은 회사와 다른 관계인 등이 정부와의 거래를 개시하거나 계속할 수 있도록 도울 목적으로 외국관리에게 금전이나 기타 가치가 있는 것을 지급하는 것을 범죄로 다루고 있으며, 부당한 지급 및 선물이 회사에 의해 직접 행해졌건 혹은 회사의 대리인을 통해 간접으로 지급되었건 이를 가리지 않는다. 또 다른 예로, 미국법은 정부의 계약과 관련되어 유리한 대우를 목적으로 금전 기타 상당 가액물을 제공하거나 받는 소위 '상납'을 금지한다. 정부기관의 구매과정에 있어서 여러분과 그 구매를 위하여 경쟁하는 기타 사람들은 정부를 대리하여 행위하는 사람을 포함한 구매직원의 결정에 부당하게 영향을 미치려고 혹은 제한된 정보를 취득하려고 해서는 안된다. 특

59) IBM의 업무를 행함에 있어서의 뇌물, 선물 및 접대 항목중 정부직원과의 관계 참조, IBM, 『기업행위지침Business Conduct Guidelines』, 1995, pp.18-19

히 정부 구매기관중 다음의 어떠한 행위도 직접 혹은 간접적으로 해서는 안된다. 첫째로 구매직원에게 개인적으로 이득이 될 수도 있는 고용이나 사업기회를 의논하거나 제의하는 것, 둘째 구매행위에 관련하여 금품을 제의하거나 제고하는 것, 셋째 독점적 또는 출처를 가려내야 하는 정보의 요구 또는 취득 등이다.

(4) 유니시스UNISYS

UNISYS의 윤리강령은 미국이외의 모든 나라에서 근무하는 직원을 위한 윤리강령과 미국내에서 근무하는 직원을 위한 윤리강령을 별도로 가지고 있다. 내용은 대동소이하지만 완전히 같지는 않다.⁶⁰⁾ 따라서 만일 미국내의 고객이나 미국 정부관리와 접촉할 경우에는 미국내에 적용되는 윤리강령을 참조하도록 하고 있다. “UNISYS 직원으로서 우리는 대한민국 및 그 소속지역에 적용되는 모든 법령과 규정을 엄격히 준수해야 한다. 뿐만 아니라 우리는 미국의 다국적 기업의 임직원이기 때문에 우리와 관계되는 미국의 법령도 따라야 한다.” 이때 세종류의 미국법령이 직접적인 영향을 미치고 있다. 수출규제법, 불매방지법, 해외부정방지법 등이다.

60) 머리말과 모든 범규의 준수 참조, UNISYS, 『윤리강령』, 1995, p.2

<표 7> UNISYS의 윤리강령

<ul style="list-style-type: none"> - 모든 법령의 준수 ○계약의 협의 ○제품의 품질 ○성채사의 분석 ○공무원의 고용
<ul style="list-style-type: none"> - 회사자산의 남용금지 ○정치자금의 기부 ○고객이나 납품업자에게 사업상의 접내 ○고객이 정부기관인 경우 ○공무원과의 관계 ○장부와 경리의 정확성
<ul style="list-style-type: none"> - 직권남용의 금지 ○이해의 상충 ○특정거래행위 금지 ○사업상 접대를 받는 경우 ○유니시스사의 고유 기밀정보 ○정부기관의 비밀 또는 고유정보

회사자산의 남용금지의 공무원과의 관계 항목을 보면 유리한 사업 결정이나 정부의 의사결정을 유도하는 대가로 공무원에게 금품, 제품 또는 서비스를 약속하거나 제공해서는 안된다고 명시하고 있다.⁶¹⁾ 나라에 따라 하위 행정직 공무원에게 업무의 신속한 처리를 부탁하기 위하여 소액의 금품을 제공해도 무방한 경우가 있다. 이러한 경우라 하더라도 그 금액은 미화 50불을 초과해서는 안되며 본사 법 제부와 협의를 거쳐 해당 지사장의 사전 승인을 얻은 후라야 한다.

61) 회사자산의 남용금지의 공무원과의 관계 항목 참조, UNISYS, 『윤리강령』, 1995, p.5

또한 그러한 금품의 공여 목적이 사업계약을 체결하거나 기존사업의 존속을 위한 것이어서는 안된다.

회사자원의 남용금지의 장부와 경리의 정확성 항목을 보면, UNISYS의 모든 지출이나 거래되는 관계는 해당 관리자로부터 정당하게 허가되어야 하고, 이러한 거래는 일반적으로 통용되는 회계 원칙과 UNISYS 기업회계방침에 따라 정확하고 완전하게 장부와 기록에 기장되어야 한다고 되어 있다.⁶²⁾ 허위 기재, 불완전한 기재 또는 부정확한 기재는 금한다. UNISYS의 자금은 여하한 목적을 위해서도 비밀구조에 적립하거나 또는 정당하게 기재하지 않고 적립할 수 없으며 개인 명이나 UNISYS가 아닌 다른 구조로 적립해서도 안된다. UNISYS의 모든 재산을 보호하기 위하여 장부를 비치해야 하고, 장부상의 기록은 정기적으로 점검하여 확인해야 하고, 기장내용과 실제 자산의 차액은 적법한 절차를 통해 조정되어야 한다.

거래하고 있는 사람으로부터 유리한 조치나 조건을 제공하는 대가로 또는 대가로 보일 수 있는 값나가는 사례품 등의 금품은 일체 받아서는 안된다.⁶³⁾ 오해를 받을 소지가 있으므로 극히 소액이 아닌 선물이나 판촉물도 받지 않아야 한다. 식사나 음료의 대접이나 향응을 받는 경우는 적당한 액수의 범위내에서 상대방이 자발적으로 제공한 경우이며 자주 있는 일이면 안된다. 또 그러한 접대나 향응은 업무와 직접 관련된 사항을 의논하기 위한 것이어야 하고 그렇지 않은 경우는 상사의 허락을 얻어야 한다. 숙박비나 숙박시설 그리고 교통비나 교통편은 본사의 담당임원의 허락없이 제공받아서는 안된다.

62) 회사자원의 남용금지의 장부와 경리의 정확성 항목 참조, UNISYS, 『윤리강령』, 1995, p.5

63) 직권남용의 금지의 사업상 접대를 받는 경우 항목 참조, UNISYS, 『윤리강령』, 1995, p.7

(5) 마쓰시다전기

松下電器産業은 기업의 오랜 역사와 함께 기업경영이념도 오래전에 제정되었다. 1918년에 설립된 마쓰시다전기에는 1929년에 창업자인 幸之助에 의해 강령과 신조가 발표되었다.⁶⁴⁾

마쓰시다전기의 경영이념은 강령과 신조 7정신으로 구성되어 있다. 경영기본방침을 표현하는 강령하에 신조와 7정신을 가지고 있으며, 이를 실천에 옮기기 위한 구체적인 업무행동지침이 제시되고 있다.

7정신은 産業報國Contribution to Society, 公明正大Fairness and Honesty, 和親一致Cooperation and Team Spirit, 力闘向上Untiring Effort for Improvement, 禮節謙讓Courtesy and Humility, 順應同化Adaptability, 感謝報恩Gratitude 등의 정신이다. 7정신의 영어번역의 변화과정을 보면 마쓰시다전기의 경영이념의 변화과정을 이해하는데 도움이 될 것이다.⁶⁵⁾ 첫째의 산업보국에 대한 영어번역이 과거에는 National Service로 되어 있었다. 이러한 서비스의 의미에는 병역 등의 다분히 강한 취지의 의미가 포함되어 있었고 현재의 영어번역은 사회에 대한 기여, 공헌을 의미하는 것으로 비교된다. 둘째의 공명정대에 대해서는 Fair의 의미를 공명, 공정의 의미Fairness로 바꾸고, 정직Honesty의 의미가 추가되었다. 셋째의 화친일치에서는 조화Harmony의 의미가 Team Spirit로 대체되었다. 넷째의 역투향상은 향상을 위한 노력의 의미가 혁신에의 노력으로 현대적 의미로 변화하였다. 여섯째의 순응의 의미는 Adjustment의 의미에서 적응력Adaptability으로 바뀌었다. 다섯째와 일곱째의 항목은 변화하지 않았다.

이러한 경영이념을 사업장에 보급, 정착시키기 위해서 조희시간에

64) PHP研究所, 『經營理念策定マニュアル』, 1993, pp.242-243

65) PHP研究所, 『經營理念策定マニュアル』, 1993, pp.248-249

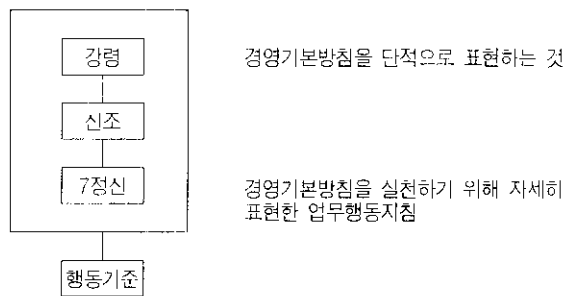
강령, 신조, 7정신을 합창하게 하고 있으며, 신입사원교육시 연구과정에 철저히 도입하고 있다. 또한 직장 및 사원수첩, 회사안내에 게시 및 기재하고 있다.

<표 8> 마쓰시다전기의 강령과 신조

<p>강 령 산업인으로서의 본분에 충실하고 사회생활의 개선과 향상을 도모하고 세계문화의 진전에 기여한다.</p> <p>신 조 향상과 발전은 모두의 화진협력을 얻지 못하면 획득하기 어려운 것이므로 모두는 성실을 신조로 하여 일치단결하여 회사업무에 복무한다.</p>

자료 : PHP研究所, 『經營理念策定マニュアル』, 1993, p.243

<그림 4> 마쓰시다전기의 경영이념 체계



자료 : PHP研究所, 『經營理念策定マニュアル』, 1993, p.245

마쓰시다전기는 다른 기업과는 달리 일본기업으로서는 대표적인 행동기준을 가지고 있다.⁶⁶⁾ 그 내용의 목차는 <표 9>와 같다. 즉 대부분의 일본기업들이 경영이념으로 기업의 행동에 대한 지침을 제공할 뿐 구체적인 사항이나 세부적인 기준을 제시하지 않은 것과는 대조적으로 3장 14절로 구성된 구체적인 행동기준을 제시하고 있다. 1992년 1월에 강령, 신조, 7정신을 실천하기 위해 사업활동과정에서 발생할 수 있는 많은 경우에 적용되는 법령, 윤리, 관행을 중심으로 준수할 수 있는 구체적 기준을 행동기준을 정하였다. 여기에는 종업원이 일상 업무활동에서 지켜야할 세부적인 내용이 포함되어 있다.

회사 및 종업원과 사회의 관계에 관한 행동기준의 기업내용 등의 공개 항목은 다른 기업의 강령에서는 찾아보기 어려운 항목으로 이러한 마쓰시다전기의 노력은 평가할 만 하다.⁶⁷⁾

마쓰시다전기의 사회공헌활동은 기업내의 사회문화부와 관련재단 조성실로 나뉘어 이루어지고 있다.⁶⁸⁾ 역사적으로 사회공헌활동을 간단히 살펴보면, 1964년에 오오사카역앞에 교통문제를 예견하여 도보교를 건설하여 기증한 것을 시작으로 1968년에 아동의 교통재해방지 대책자금으로 50억엔을 기부하였고, 1973년에 사회복지대책자금으로 50억엔을 배부하였다. 1973년에는 복지공장을 건설하여 운영하였다. 1991년에 문화지원실을 신설하고 일본 경단련의 1%클럽에 입회하였고, 1992년에 문화지원실을 사회문화부와 관련재단조성실로 개편하였다.

66) PHP연구소, 『經營理念策定マニュアル』, 1993, p.244

67) 朝日新聞文化財團에서 기업의 사회공헌도를 조사하는 항목중 정보공개 항목에서 1995년에 마쓰시다전기는 1위로 우수기업으로 선정되었다. 2위는 소니, 3위는 동경가스의 순이었다. 朝日新聞文化財團, 企業の社會貢獻度調査委員會, 『企業の社會貢獻』, 1995, pp.14-25

68) 經團連, 『グッド・カンパニーへの變革(I)』, 1993, pp.49-53

<표 9> 마쓰시다전기의 행동기준

<ul style="list-style-type: none"> - 회사와 종업원의 관계에 관한 행동기준 ○종업원존중과 성실의무 ○정보관리 ○지적재산권
<ul style="list-style-type: none"> - 회사의 사업활동에 관한 행동기준 ○제품안전 ○조달활동 ○영업활동 ○선전활동 ○독점금지법의 준수 ○수출관리
<ul style="list-style-type: none"> - 회사 및 종업원과 사회의 관계에 관한 행동기준 ○광고활동 ○사회문화활동 ○지구환경보호 ○투자활동 등 ○기업내용 등의 공개(disclosure)

자료 : PHP研究所, 『經營理念策定マニュアル』, 1993, p.244

마쓰시다전기의 사회공헌활동의 구체적인 내용을 크게 나누어 보면 <표 10>과 같다.⁶⁹⁾ 가장 중심이 되는 재단법인 활동을 보면 마쓰시다 시청각교육연구재단, 국제과학기술재단, 마쓰시다국제재단 등이 중심이 되어 활동하고 있다. 해외회사의 지역활동을 분야별로 나누어 보면 복지 51%, 지역교류 15%, 교육 12%, 스포츠 5%, 예술, 예능 4% 등으로 구성되어 있다.

69) 「企業福祉」, “企業と市民活動-第11回 松下電器産業-”, 1992

<표 10> 마쓰시다전기의 사회공헌활동

-재단법인활동
-창업기념사업 등 독자적인 활동
-일반단체에의 조성활동
지역사회활동
·해피로의 활동
·문화예술지원활동
·해의회사의 지역사회활동

자료 : 「企業福祉」, “企業と市民活動-第11回 松下電器産業-”, 1992, p.61

4. 기업윤리강령에 대한 분석 및 평가

전국경제인연합회에서 발표한 기업윤리헌장에는 기업이 처한 환경 변화와 이를 극복하고자 하는 기업의 노력에 대한 비전을 제시하고 있다. 글로벌리제이션시대의 치열한 경쟁압력, 국익우선의 지역주의, 통일에 대한 대비 등과 같은 경영환경의 변화에 대응하여 기업은 본연의 사회적 책임을 다하는 역할을 수행하여야 하며, 이는 공정한 경쟁, 혁신을 위한 이윤창출, 소비자 권익보호, 주주와 종업원의 이익 향상도모, 환경보호 등을 통해 가능하다는 비전을 제시하고 있다.

LG그룹은 고객을 위한 가치창조와 인간존중의 경영을 경영이념으로 공유하면서 정도경영을 실현하기 위해 1994년 2월 ‘올바른 기업 문화를 창달하기 위한 기업윤리규범’을 도입하여 임직원이 지켜야 할 행동과 가치판단의 기준을 제시하였다. 이러한 윤리규범은 사업장별 자율경영을 도모하기 위한 행동기준으로 마련되었다.

포항제철은 1993년 8월 박태준전회장과과의 단절을 계기로 윤리강령을 제정하였다. 기업환경의 변화와 사회적 책임의 요구에 부응하여

새로운 기업문화를 창달하고자 한 것으로 평가된다.

외국계기업의 윤리강령은 기업의 역사와 함께 전통을 가지고 있으며 다국적 기업으로서 가지고 있는 보편적인 실천프로그램을 가지고 있다. 대부분의 기업에서 최고경영자의 윤리규범이 기업의 역사와 함께 윤리강령에 전달되어 있다. 외국계기업들은 윤리강령을 통해 기업의 경영철학을 종업원에게 이해시키고 실천을 요구하고 있다. 특히 구체적인 사례를 통해 직원 개개인에게 내용을 전달하고 있으며, 매년 1회 이상의 교육으로 그 중요성과 내용을 확인시키고 있다. 또한 다국적기업의 특성상 전세계 직원에게 동일한 기준을 전달하고 있다.

윤리강령 내용에는 공통적으로 조직내부와 고객, 공급자, 경쟁관계를 언급하고 있다. 또한 사회적 책임의 내용은 환경 등의 문제를 조직과 거래선 선택 등과 연관시켜 설명하고 있다. 각 기업의 윤리강령의 지침들이 구체적인 항목중에서 어떤 항목을 강조하고 있는지를 비교하여 보면 <표 11>과 같다.

국내기업과 외국계기업의 윤리강령은 많은 차이점을 가지고 있다. 외국계기업의 윤리강령은 실제 상황에서 일어나는 일을 정리한 것이 주된 내용이다. 반면 국내기업의 지침들은 선언적인 의미에서 포괄적으로 제안된 것으로 되어 있다. 특히 외국계기업의 윤리강령에는 사회적 책임에 관한 내용이 거의 포함되어 있지 않았다. 이에 비해 국내기업의 강령들은 사회적 책임에 관한 내용들이 각 기업별로 특수성을 가지고 포함되어 있다.

이 장에서 분석된 내용을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 기업의 윤리적 행동에 대한 요구에 부응하여 전국경제인연합회에서는 기업윤리헌장을 만들어 공포한 바 있다. 여기서는 기업이 앞으로 어떤 경영이념을 가지고 경영활동에 임해야 하는지에 대한 비전을 제시하고 있다. 그 결과로 이를 활용하여 기업별로 윤리강령을 제정하는데 도움을 주고 있다.

<표 11> 기업윤리강령의 강조점 비교

항목	기업								
	LG	포철	삼성	GE	HP	IBM	UNISYS	松下	
조직내부 지침	○	○	×	○	○	○	○	○	
회사사원의 남용금지	□	□			□	□	□	□	
지권남용의 금지	□	□					□	□	
공정한 경쟁	□			□					
자기계발	□								
업무로 연계된 개인적 이익	□	□			□				
공무원과의 관계						□	□		
장부경리의 정확성				□	□	□	□		
내부차기래와 비밀정보누설	□			□	□			□	
정치기부금		□		□	□		□		
노사관계		□							
고객 지침	○	○	○	○	○	○	○	○	
사업상의 선물 및 접대				□	□	□	□		
가격설정			□						
구속적 약정			□		□				
가격차등			□		□				
고객만족 및 가치창조	□	□							
공급자 지침	○	○	○	○	○	○	○	○	
공정한 거래절차	□	□	□	□	□	□			
평등한 기회	□		□	□	□	□			
내부거래			□						
뇌물, 선물 및 접대행위			□			□	□		
경쟁관계 지침	○	○	○	○	○	○	○	○	
자유경쟁 및 공정거래법 준수	□	□	□	□	□	□		□	
담합행위			□		□	□		□	
광고 및 공정경쟁 행동지침	□				□	□		□	
사회적 책임	○	○	×	○	×	×	×	○	
보건, 안전, 환경보호	□	□		□				□	
유해사업				□					
신규사업	□	□							
주주이익의 보호	□	□							
사회문화활동								□	

○ : 해당기업의 윤리강령에 5개 해당분야의 강령이 중점적으로 언급되어 있음을 의미

× : 해당기업의 윤리강령에 5개 해당분야의 강령이 중점적으로 언급되어 있지 않음을 의미

□ : 해당분야내에 강조된 지침을 의미

둘째, 국내기업들중에는 LG를 비롯한 많은 기업들이 그 기업에 적합한 윤리강령을 제정하여 이를 시행에 옮기고 있다. 하지만 한국 및 일본 기업중 대부분의 기업들은 구체적인 지침보다는 경영이념과 강령에 의해 종업원의 행동에 대한 방향을 제시하고 있다. 외국계기업이 한국 및 일본에 현지법인을 설립할 경우에는 본사와 거의 동일하거나 그 지역에 적합한 행동지침을 만들어 시행하고 있다.

셋째, 외국계기업들은 실제 경영환경에서 발생할 수 있는 문제들을 해결하는 실례를 중심으로 구체적인 행동지침을 만들어 시행하고 있다. 이것은 계속 새로운 문제의 발생과 함께 새롭게 개정되고 있으며, 실제로 종업원에게 구속력있는 지침으로 시행되고 있다.

넷째, 기업의 평판을 지키는 구체적인 방법중의 하나는 윤리강령이 기업내에 존재하고 경영행동에서 지침이 실천에 옮겨지는 과정을 통해 기업에 대한 신뢰감이 쌓여지는 것이다. 여러 기업의 강령에서 볼 수 있듯이 실천에 대한 감시와 모니터링을 위해 보고 및 상담창구가 상시 운영되어야만 실제 상황에서 지침이 행동에 영향을 줄 수 있다.

제6장 결론 및 제언

1. 연구결과

자본주의 사회에서 부를 만들어 내는 가장 중요한 역할을 맡는 존재는 기업이다. 부를 만들어 내는 주체인 기업이 얼마만큼 윤리적이냐의 문제는 자본주의 체제를 유지하는데 매우 중요할 뿐만 아니라, 시장의 거래비용을 줄임으로써 교환행위를 촉진한다는 점에서 매우 중요하다. 뿐만 아니라 기업 자체의 경쟁력에도 기업윤리 문제는 대단히 중요한 과제라 할 수 있다.

최근들어 우리 사회에서도 일련의 정치부패사건을 계기로 기업윤리 문제가 관심을 끌고 있다. 특히 일부 경제단체와 대기업들을 중심으로 기업윤리현장과 기업윤리강령을 제정하는 움직임이 일고 있다. 그러나 '기업이 윤리적이어야 한다'고 이야기할 때 기업윤리의 범위를 어떻게 보아야 할 것이냐는 문제는 매우 조심스럽게 접근해야 하는 문제이다.

기업윤리는 합법성을 기준으로 하는 것이 가장 적합하다고 하겠다. 물론 합법성을 만족하는 범위내에서 기업윤리는 그 범위가 어느 정도 유동적이다. 하지만 기업윤리의 근간은 합법성 여부로 판단해야 하며, 여기서 기업윤리의 범위를 어느 정도 확대한다면 기업의 자발적인 의사와 장기적인 이윤극대화라는 조건을 만족하는 행위까지 그 범위를 확대할 수 있다.

기업윤리를 판단하는 기준으로 합법성을 들자면, 당연히 기업이 담당해야 할 사회적 책임의 범위도 아주 좁은 의미에서 해석하는 것이 바람직하다고 본다. 기업의 사회적 책임은 주주, 종업원, 관련기업 및 소비자 등으로 이루어지는 이해당사자들의 이익을 우선적으로 생

각하는 범위내에 국한되어야 한다. 일부 지식인과 대중들이 주장하듯이 기업의 사회적 책임을 대국민이나 대사회의 범위까지 확대하는 데는 많은 부작용이 따를 수 있다. 특히 기업의 사회공헌은 사회적 책임론과는 전혀 관련이 없다. 국민정서나 여론의 형태로 기업에게 사회공헌을 요구하는 것은 또 다른 의미의 강요된 준조세라고 할 수 있다.

넓은 범위로 확대된 기업의 사회적 책임론이나 기업의 사회 공헌에 대한 강조는 기업의 본질에 대한 오해를 낳을 수 있을 뿐만 아니라, 일반국민들의 기업에 대한 의존성을 증가시킬 수 있다. 뿐만 아니라 생산활동을 주력으로 하는 기업이 사회적 책임과 같은 소비활동에 자원을 배분하는 과정에서 많은 비효율이 발생할 수 있다. 왜냐하면 원래 기업은 생산활동을 하는 존재이지 소비 활동의 주체가 아니기 때문이다.

그러나 기업이란 존재는 한 나라 국민들이 기업에 대해 가지는 바람이나 요구를 전적으로 무시할 수 없다. 기업윤리와 사회적 책임에 대한 정의의 문제에 대해 사람들 사이에 합의를 얻기가 어렵다고 할지라도, 앞으로 우리 사회에서 기업윤리나 사회적 책임에 대한 요구는 날로 증가할 것임에 틀림이 없다. 따라서 기업은 한편으로는 기업윤리강령의 제정과 실천프로그램을 적극적으로 추진하여 합법적인 활동을 생활화해야 하며, 다른 한편으로는 기업의 본질이나 사명에 대해서 지식인과 대중을 상대로 적극적인 교육과 계몽사업을 통해서 이해와 설득을 구해야 한다.

기업윤리의 실천을 위한 기업윤리강령은 그 성공을 위해서 다음의 조건들을 만족시켜야 할 것이다. 기업윤리강령의 실천은 최고경영자의 확고한 의지가 선행되어야 가능하다. 윤리적 행동에 대한 최고경영자의 추진의지가 결여되어 있다면 종업원이 이를 실천에 옮기기는 실제로 어렵다. 그리고 행동강령을 만들어 실천할 경우에도 교육 및

실천서약 등의 확인과정이 필요하며, 종업원의 의문사항과 문제를 해결할 수 있는 상담, 감시체계가 기업내에 존재하여야 한다.

그러나 기업윤리를 생활화하기 위한 기업의 노력 역시 한 사회의 전체적인 준법의지와 제도의 합리성이란 제약조건에 의해 크게 영향을 받을 수밖에 없다. 따라서 기업의 기업윤리 문제는 한 사회의 제도와 관행의 개혁과 함께 실천될 때만이 그 효과를 기대할 수 있을 것이다.

2. 기업윤리강령 실천프로그램 제안

기업의 경영행위 과정에서 윤리적 행동이 실천되기 위해서는 법규를 어기는 것이 기업에게 손해가 된다는 것을 인식하여야 하며, 이를 실천에 옮기기 위해 다음의 세가지가 조직내에 존재하여야 한다. 이러한 세가지 항목을 갖춘 실천프로그램(action program)은 기업내에 기업윤리를 정착시키는 데 도움이 될 것이다.

첫째, 행동준칙이 기업내에 있어야 하며, 종업원이 이를 서명에 의해 확인한다.

기업에 윤리개념과 사회적 책임의식을 확립하기 위해서는 먼저 윤리강령에 대한 최고경영자를 포함한 임직원의 인식제고가 선행되어야 한다. 이를 위해 최고경영자와 종업원은 기업의 경영이념과 철학이 무엇인가를 충분히 이해하여야 한다. 최고경영자는 기업윤리가 기업의 평판을 위한 적극적 경영전략에서 나온 선택일 수밖에 없음을 인식하고 기업윤리에 대한 사회적 요구를 적극적으로 수용하여야 할 것이다. 종업원은 윤리적 행동이 궁극적으로 기업과 본인에게 최고의 선택임을 인식하여야 할 것이다.

기업윤리를 준수하겠다는 것에 대한 서명을 받는 것은, 이를 어겼

을 때 기업과 종업원의 책임구분이 명확해 질 수 있는 효과 이외에 실천에 대한 중요성을 종업원에게 일깨우는 것과 같은 부수적인 효과를 갖는다. 외국계 기업 가운데서 서구 기업은 서명에 의한 확인을 요구하지만 일본의 대부분의 기업과 한국 기업은 이를 거의 요구하지 않는다. 하지만 LG의 기업윤리실천의 과정에서는 전종업원을 상대로 1995년부터 실천서약을 받고 있다. 각 부서에 적합하게 만들어진 실천서약은 각 종업원이 윤리규범을 숙지하고 있음을 확인하고 서명하도록 요구한다.

둘째, 윤리적 행동을 위한 교육이 시행되어야 한다. 구체적인 행동 지침을 종업원이 충분히 인식하고 어떠한 상황에 직면했을 때에도 분명한 해답을 즉각적으로 인식하고 있어야 한다.

기업윤리강령의 제정과 함께 임직원에게 대한 윤리강령교육은 반드시 필요하다. 기업에게 윤리강령이 왜 필요하며, 왜 윤리적 행동을 해야하는가, 윤리적 행동의 결과가 장기적으로 기업에게 어떻게 이익으로 작용하는가를 임직원에게 교육시켜야 한다. 그리고 윤리강령의 교육 역시 현장에서 효과가 있도록 원칙과 구체적인 사례 위주로 상황에 대한 변별 능력을 키우는 것에 중점을 두어야 한다.

셋째, 상담자ombudsperson를 선정하여 종업원의 문제를 해결해 줄 수 있어야 한다. 만약 종업원이 의문사항이 있으면 이를 즉시 해결해 주어야 한다.

윤리강령은 그것이 실천되었을 때 그 의미가 있다. 실행 및 상담제도의 도입은 이를 가능케 한다. 실천을 유도하는 기업문화를 창달하기 위해 교육과 함께 매년 이를 확인하여야 한다. 시행하지 않는 것에 대한 불이익명시와 처벌을 하여야 한다. 즉 감시 및 상담을 위한 상담 및 보고자를 지정하여 종업원이 의문이 생겼을 때 언제라도 이를 해결할 수 있는 제도적 장치가 있어야 한다.

<표 12> 기업윤리강령의 기본틀

기본 분야	세부지침	비고
조직내부 지침	<ul style="list-style-type: none"> ○ 회사자원의 남용금지 ○ 직권남용의 금지 ○ 공정한 경쟁 ○ 자기계발 ○ 업무로 일게된 개인적 이익 ○ 공무원과의 관계 ○ 장부경리의 정확성 ○ 내부자거래와 비밀정보 누설 ○ 정치기부금 ○ 노사관계 	회사자산보호 이해의 상충 남녀평등 취업, 정보, 뇌물, 접대
고객 지침	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업상의 선물 및 접대 ○ 가격설정 ○ 구속적 약점 ○ 가격차등 ○ 고객만족 및 가치창조 	
공급자 지침	<ul style="list-style-type: none"> ○ 공정한 거래절차 ○ 평등한 기회 ○ 내부거래 ○ 뇌물, 선물 및 접대행위 	
경쟁관계 지침	<ul style="list-style-type: none"> ○ 자유경쟁 및 공정거래법 준수 ○ 담합행위 ○ 광고 및 공정경쟁 행동지침 	경쟁사 비방금지
사회적 책임	<ul style="list-style-type: none"> ○ 보건, 안전, 환경보호 ○ 유해사업 ○ 신규사업 ○ 주주이익의 보호 ○ 사회문화활동 	협력사 선정시 고려사항 정보의 공개

참고문헌

국내문헌

- 고전형, 『경영의 목적과 책임』, 삼영사, 1982.
- 공병호, “재벌비판의 허와 실”, 『계간 사상』, 1996.
- 김태길, 『윤리학』, 박영사, 1990.
- 모토로라Motorola, 『Code of Conduct』, 1993.
- 삼성전자, 『공정거래법 준수를 위한 올바른 영업활동 사례집』, 1994.
- 신유근, 『기업과 사회』, 경문사, 1988.
- 씨티은행CITYBANK, 『Code of Conduct and Ethical Policies』, 1995.
- 아이비엠IBM, 『기업행위지침Business Conduct Guidelines』, 1995. 6.
- 엘지LG, 『윤리규범 실천은 초우량으로 가는길』, 1995.
- 유니시스UNISYS, 『윤리강령』, 1995.
- 이재율, 『경제윤리』, 민음사, 1995.
- 이종영, 『기업윤리』, 박영사, 1995.
- 『일경산업신문』, 1996. 1. 24.
- 자유경제연구회, 『시카고학파의 경제학』, 민음사, 1994.
- 전경련, 『기업윤리헌장』, 1996. 2. 15.
- 전경련, 『기업집단의 사회공헌활동』, 1995.
- 전경련 경제사회개발원, 『기업의 사회적 책임』, 1990.
- 제네랄 일렉트릭General Electric, 『정직과 신뢰성Integrity』, 1995.
- 포항종합제철, 『윤리강령해설』, 1993.

- 한국국민윤리학회, 『사상과 윤리』, 형설출판사, 1993.
- 한국경영학회 편, 『한국의 기업윤리-실상과 과제-』, 세경원, 1992.
- 한국전력, 『기업윤리강령』, 1996.
- 현대, 『기업윤리강령』, 1995.
- 황경식, “윤리적 사고란 무엇인가”, “도덕 규범의 근거는 무엇인가”, 소흥
렬 외, 『고등학교 철학』, 대한교과서주식회사, 1985.
- 휴렛팩커드Hewlett Packard, 『사업경영지침Standard of Business
Conduct』, 1995.

외국문헌

- 朝日新聞文化財團 企業の社會貢獻度調査委員會, 『企業の社會貢獻』, 1995.
- 經團連, 『1994年 社會貢獻國際文化交流活動實績調査結果要約』, 1995. 12. 14.
- 經團連, 『グッド・カンパニーへの變革(I)』, 1993. 4.
- 經團連 編, 『企業の社會貢獻ハンドブック』, 1994.
- 「企業福祉」, “企業と市民活動-第11回 松下電器産業-”, vol. 339, 1992. 5. 15.
- 「日經産業新聞」, 1996. 1. 24.
- PHP研究所, 『經營理念策定マニュアル』, 1993.
- Bartels, R., (eds.), *Ethics in Business*, Ohio State University, 1963.
- Baumol, W.J., “Entrepreneurship : Productive, Unproductive, and Destructive,” *Journal of Political Economy*, 1990.
- Buehler V.M. and Y.K. Shetty, “Managing Corporate Social Responsibility,” *Management Review*, vol. 64, 1975.
- Collins, D. and S.L. Wartick, “Business and Society/Business Ethics Courses-Twenty Years at the Crossroads-,” *Business & Society*, vol. 34, 1995.
- Davis, K., *Five Propositions for Social Responsibility*, Business Horizons, vol. 15, 1975.
- Davis, K. and R.W. Blomstrom, *Business and Society : Environment and Responsibility*, McGraw-Hill, 1975.
- Frederick, W.C., “From CSR1 to CSR2-The Managing of Business-and-Society Thought-,” *Business and Society*, vol. 33, 1994.
- Freedman, M., “The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits,” *The New York Times Magazine*, 1970.
- Gandz, J., & N. Hayes, “Teaching Business Ethics,” *Journal of Business*

- Ethics*, vol. 17, 1988.
- Hill, I., *The Ethical Basis of Economic Freedom*, American Viewpoint Inc., 1976, 김원주·김재일/안광호 역, 『기업자유의 윤리적 기초』, 경문사, 1990.
- Kruger, A.O., “The Political Economy of the Rent-seeking Society,” *American Economic Review*, vol. 99, June, 1974.
- Research and Policy Committee of the Committee for Economic Development, *Social Responsibilities of Business Corporations*, Committee for Economic Development, 1971.
- Singer, P., *Practical Ethics*, 황경식/김성동 역, 『실천윤리학』, 철학과 현실사, 1991.
- Stark, A., “What’s the Matter with Business Ethics,” *HBR*, May-June 1993, 박강규 역, “기업윤리, 무엇이 문제인가,” 『서강하버드비즈니스』, vol. 53, 1993.
- Synoeenbos, M. and R. Almeder and J.Humber, “Case Study : Cost-Benefit Analysis and the Ford Pinto”, *Business Ethics*, Prometheus Books, 1992.
- Tullock, G., *The Economics of Special Privilege and Rent Seeking*, Kluwer Academic Publishing, 1989.

부 록

1. 엘지LG그룹의 윤리규범
2. 씨티은행CITYBANK의 기업윤리강령
3. 모토로라Motorola의 기업윤리강령
4. 현대그룹의 기업윤리강령
5. 한국전력의 기업윤리강령
6. 일본기업의 사회공헌활동 현황

〔부록 1〕 엘지LG그룹의 윤리규범

LG는 '고객을 위한 가치창조'와 '인간존중 경영'을 경영이념으로 공유하고, 경영현장의 정신에 따라 자율과 책임에 기초한 자율경영을 도모한다. 자유롭고 공정한 경쟁을 지향하는 자유시장 경제 질서를 존중하고, 상호신뢰와 협력을 토대로 모든 이해관계자와 공동의 이익을 추구함으로써 세계적인 초우량기업으로 영속 발전한다. 이에 우리는 모든 임직원이 지켜야 할 올바른 행동과 가치판단의 기준으로서 윤리규범을 제정하고 그 실천을 다짐한다.

제1장 고객에 대한 책임과 의무

LG는 고객이 진정한 사업기반이라는 신념하에 고객의 의견을 항상 존중하고, 고객에게 도움이 되는 가치를 끊임없이 창출하여 제공함으로써 고객으로부터 무조건의 신뢰를 확보한다.

1. 고객의 존중

고객의 의견에 항상 귀를 기울이고, 고객의 진정한 요구는 항상 옳다고 생각하며, 고객을 모든 판단 및 행동의 최우선 기준으로 삼는다.

2. 가치의 창조

① 고객의 발전이 곧 우리의 발전이라는 인식하에 고객이 필요로

하는 가치를 찾으려고 항상 노력한다.

- ② 고객에게 실질적으로 도움이 되고 만족을 줄 수 있는 참된 가치를 계속해서 창조한다.

3. 가치의 제공

- ① 고객에게 진실만을 말하며 고객과의 약속은 반드시 지킨다.
- ② 고객에게 합리적인 가격으로 최고 품질의 상품과 서비스를 제공하며, 고객의 정당한 요구에는 신속, 정확하게 응답한다.

제2장 공정한 거래

LG는 전세계의 모든 사업활동에서 해당지역의 관련법규를 준수하며, 정당한 방법을 통하여 경쟁의 우위를 확보한다.

1. 자유경쟁의 추구

- ① 자유경쟁의 원칙에 따라 세계 어디서나 시장경제질서를 존중하며, 상품과 서비스의 질을 통하여 고객의 신뢰를 확보한다.
- ② 진정한 실력으로 정정당당하게 선의의 경쟁을 하며, 경쟁사의 이익을 침해하거나 약점을 부당하게 이용하지 않는다.

2. 법규의 준수

국내 및 해외에서의 모든 사업활동은 해당 국가의 제반법규를 준수하고 거래의 관습을 존중하여 수행한다.

제3장 공정한 거래

모든 거래는 평등한 참여기회가 보장된 가운데 자유경쟁의 원칙에

따라 이루어지며, 투명하고 공정한 거래를 통해 상호신뢰와 협력관계를 구축함으로써 장기적 관점에서 공동의 발전을 추구한다.

1. 평등한 기회

- ① LG는 자격을 구비한 모든 업체에게 거래등록 및 선정에 참여할 수 있는 기회를 평등하게 부여한다.
- ② 거래선 등록 및 선정은 객관적이고 공정한 심사기준에 따라 합리적인 방법으로 수행한다

2. 공정한 거래절차

- ① 모든 거래는 상호 대등한 위치에서 공정하게 이루어지며 거래 조건 및 거래절차에 대해 충분한 협의를 거친다.
- ② 우월적 지위를 이용한 어떠한 형태의 부당행위도 하지 않는다
- ③ 거래에 필요한 정보는 적절한 절차를 거쳐 적기에 상호 제공하며, 거래결과는 공정한 기준에 따라 정기적으로 평가하여 상호 보완한다.

3. 상호발전의 추구

- ① 기술지원 및 경영지도 등을 통해 장기적으로 거래선이 경쟁력을 갖추어 성장할 수 있도록 적극 지원하고, 혁신을 통해 창출되는 수익을 상호 공유한다.
- ② 깨끗한 거래풍토를 조성하고 공정한 거래질서를 유지하기 위해 거래선과 상호 노력한다.

제4장 임직원의 기본윤리

임직원은 정직과 공정의 신념으로 LG인으로서의 올바른 가치관을 확립하고, 끊임없는 자기계발과 공정한 직무수행을 통해 주어진 사명을 완수한다.

1. 기본윤리

- ① 임직원은 LG인으로서의 긍지와 자부심을 가지며, 항상 정직하고 공정한 자세를 견지한다.
- ② 높은 윤리적 가치관을 가지고 개인의 품위와 LG의 명예를 유지할 수 있도록 항상 노력한다.

2. 사명의 완수

- ① 임직원은 회사의 비전과 방침에 따라 각자의 사명을 성실히 수행한다.
- ② 주어진 직무는 최선을 다해 정당한 방법으로 수행하며 제반관련법규를 준수한다.
- ③ 회사의 재산을 잘 유지관리하고, 업무상 취득한 회사의 비밀을 보호한다.
- ④ 동료 및 관련부서간에 적극적인 협조와 원활한 의사소통으로 업무의 효율을 높인다.

3. 자기계발

바람직한 인재상을 스스로 정립하고, 끊임없는 자기계발을 통해 인재상에 부합되도록 꾸준히 노력한다.

4. 공정한 직무수행

- ① 모든 직무를 정직하고 공정하게 수행하며, 건전한 기업문화를 조성하기 위해 항상 노력한다.
- ② 직무와 관련하여 판단의 공정성을 저해할 수 있는 어떠한 형태의 금전적 이익도 이해관계자로부터 취하지 않는다.
- ③ 일상생활 및 직무와 관련하여 사회로부터 지탄받을 수 있는 비도덕적, 비윤리적 행위를 하지 않는다.

5. 회사와 이해상충 회피

- ① 회사와 개인의 이해가 상충되는 어떠한 행위나 관계도 회피한다.
- ② 개인의 이익을 위해 회사의 재산을 무단사용해서는 안된다.

제5장 임직원에 대한 책임

LG는 모든 임직원을 한 인간으로서 존중하고 능력과 업적에 따라 공정하게 대우하며, 임직원의 창의성이 충분히 발휘되도록 노력한다.

1. 인간존중

- ① LG는 사람에 대한 믿음과 진정한 애정을 갖고 임직원 한사람 한사람을 독립된 인격으로 대한다.
- ② 임직원이 주인의식을 바탕으로 일을 통해 긍지와 보람을 성취할 수 있도록 최선을 다한다.
- ③ 임직원이 정당한 방법으로 사명을 수행할 수 있도록 제도의 확립과 교육·지도 등 필요한 조치를 강구한다.

2. 공정한 대우

- ① 임직원의 능력과 자질에 따라 평등한 기회를 부여한다.
- ② 임직원의 능력과 업적에 대하여 공정한 기준에 따라 평가하고, 정당하게 보상한다.

3. 창의성의 촉진

- ① 임직원의 독창적 사고와 자율적 행동이 촉진될 수 있는 여건을 최대한 조성한다.
- ② 임직원의 능력개발을 위해 적극적으로 지원하고 장기적 관점에서 인재를 육성한다.
- ③ 개인의 사생활을 존중하고, 상호신뢰와 이해를 바탕으로 성숙한 조직문화를 이룩한다.

제6장

LG는 합리적인 사업전개를 통해 건실한 기업으로 성장함으로써 주주이익을 보호하고, 국민의 풍요로운 삶과 사회발전에 공헌한다.

1. 합리적인 사업전개

- ① 국내외를 막론하고 해당지역의 사회적 가치관을 존중하여 사업을 수행한다.
- ② 회사의 안정적 성장의 바탕위에서 사업의 확대를 도모한다.

2. 주주이익의 보호

효율적인 경영을 통하여 건전한 이익을 실현함으로써 주주의 투자

수익을 성실하게 보호한다.

3. 사회발전에 기여

고용의 창출과 조세의 성실한 납부로 국가발전에 기여하고 문화 및 복지사업을 통해 사회발전에 공헌한다.

4. 환경의 보호

깨끗한 환경의 보전을 위해 환경오염의 방지 및 자연보호에 최선의 노력을 경주한다.

[부록 2] 씨티은행CITYBANK의 기업윤리강령

- 일반 지침
- 대소비자 업무지침
- 대투자자 업무지침
- 종업원 업무지침
- 공급자 업무지침

[부록 3] 모토로라Motorola의 기업윤리강령

- 정책일반
- 회사자원과 자산의 부적절한 이용
- 소비자, 공급자, 정부와의 관계
- 이해의 상충
- 운용절차

[부록 4] 현대그룹의 기업윤리강령

- 정경유착을 단절하고 모든 부조리를 배격한다.
- 전문경영인의 자율경영체계를 정착시킨다.
- 공정한 거래와 경쟁을 통해 자유시장경제 질서를 준수한다.
- 중소기업 지원을 확대하고 협력업체와 동반자적 관계를 확립하여 상호 발전을 도모한다.

[부록 5] 한국전력의 기업윤리강령

- 고객의 권리를 존중하고 성실한 서비스를 제공하여, 전기생활에 최대의 만족과 기쁨을 준다.
- 환경을 충실히 보호하면서 양질의 전력을 생산·공급하여 쾌적한 사회와 맑고 깨끗한 생활환경을 만드는 데 앞장선다.
- 전력설비의 안전성을 확보하고 산업재해를 방지하여 가정의 행복과 사회의 안녕을 지키는 데 최선을 다한다.
- 개개인에 대한 신뢰를 바탕으로 능력과 자질에 따라 평등한 기회를 부여하며, 인격과 창의를 존중한다.
- 정직과 청렴의 기본덕목 아래 건전한 생활자세를 견지하고 부정과 의혹이 없는 직무수행으로 깨끗한 일터를 만든다.
- 모든 거래는 투명하고 공정하게 행하며, 신의와 성의와 성실에 입각한 거래규범을 준수한다.
- 기업고유정보와 업무상 취득한 정보는 회사자산으로 보호하고, 미래 사회를 선도할 혁신적 기술과 새로운 정보의 창출에 적극 힘쓴다.
- 노사간의 신뢰와 화합을 바탕으로 공동의 번영을 추구하고, 동반자적 관계를 새롭게 발전시킨다.

[부록 6] 일본기업의 사회공헌활동 현황

일본 경단련이 1%클럽 법인회원 총 992사를 대상으로 조사한 양 케이트결과 417개사가 회답하였다. 이 조사결과에 의하면 사회공헌 활동지출액은 1994년도에 1,542억엔으로 나타났다. 이는 1사 평균으 로 3억 8,200만엔으로, 92년이후 계속 감소 추세이다.

사회공헌활동지출액을 기부액과 단독사업지출로 나누어 보면, 1994년도 기부액은 1,128억엔이며 단독사업지출액은 413억엔이었다. 기부액은 전체합계액의 73%이며, 1사평균으로 2억 8,100만엔이었다. 단독사업지출액은 전체합계액의 27%이며, 1사평균으로는 1억 1,500 만엔이었다.

<부표 1> 사회공헌활동 지출액 추이

금액 \ 연도	90년도	91년도	92년도	93년도	94년도
합계액	1,113억엔 (254사)	1,838억엔 (350사)	1,670억엔 (381사)	1,494억엔 (369사)	1,542억엔 (404사)
기부액	927억엔 (253사)	1,307억엔 (346사)	1,207억엔 (380사)	1,074억엔 (366사)	1,128억엔 (402사)
단독사업지출액	185억엔 (111사)	531억엔 (224사)	463억엔 (329사)	420억엔 (365사)	413억엔 (361사)
1사평균 지출액 (전년대비증가율)	43,800만엔 -	52,500만엔 (19.9%)	43,800만엔 (△16.6%)	40,500만엔 (△7.5%)	38,200만엔 (△5.7%)

자료 : 經團連, 『1994年 社會貢獻國際文化交流活動實績調査結果要約』, 1995. 12. 14

사회공헌활동 지출액이 기업의 경영활동 규모에서 차지하는 비율 을 보자. 조사과정에서 회답한 기업의 변화 등을 무시한 단순평균에 의한 값을 비교하면 다음과 같다. 1994년도 매출액 대비로 0.17%, 경상이익 대비로 3.25%, 세전순이익 대비로 3.50%이었다. 이러한 비

율들은 1993년도까지 계속 증가추세에 있다가 1994년도부터는 감소하고 있다. 기업의 경영악화와 함께 기업의 사회공헌활동에 대한 의욕도 감소하였음을 보여주고 있다.

<부표 2> 매출액, 경상이익, 세전순이익에 대한 비율(단순평균)

항목 \ 연도	90년도	91년도	92년도	93년도	94년도
매출액 대비	0.10%(176사)	0.12%(312사)	0.15%(327사)	0.21%(321사)	0.17%(347사)
경상이익 대비	1.72%(182사)	2.67%(295사)	2.86%(343사)	3.47%(315사)	3.25%(333사)
세전순이익 대비	1.78%(176사)	2.92%(285사)	3.24%(330사)	4.25%(310사)	3.50%(318사)

자료 : 經團連, 『1994年 社會貢獻國際文化交流活動實績調査結果要約』, 1995.12.14

1994년도 기부금지출과 단독사업지출의 비율을 보면 다음과 같다. 기부금지출 비율에서는, 고배지진의 영향으로 재해구원이 가장 높은 19.9%의 비율을 보였고, 학술연구와 지역사회활동이 높은 수준을 보였다. 단독사업지출 비율에서는 예술, 문화 항목과 지역사회활동이 1993년에 이어 계속 높은 수준을 보이고 있다.

<부표 3> 기부금, 단독사업지출의 지출분야(단순평균)

분 야	기부금지출 비율	
	1994년도(358사)	1993년도
재해구원	19.9%	1.1%
학술연구	14.0%	16.6%
지역사회활동	11.7%	13.9%
교육	9.8%	13.3%
예술, 문화	7.4%	8.8%
국제교류, 협력	7.4%	8.2%
사회복지	6.2%	7.2%
스포츠	5.1%	6.8%
건강, 의학	5.0%	6.7%
환경보호	3.9%	5.6%
사적, 전통문화보전	1.7%	1.9%
기타	7.6%	9.6%

분 아	단독사업지출 비율	
	1994년도(173사)	1993년도
예술, 문화	21.6%	19.1%
지역사회활동	17.9%	17.6%
사회복지	10.5%	9.8%
환경보전	10.0%	8.1%
스포츠	9.3%	10.2%
국제교류, 협력	7.1%	12.5%
학술연구	5.4%	4.3%
교육	5.2%	6.2%
건강, 의학	3.3%	3.5%
재해구원	3.2%	0.5%
시적, 전통문화보전	0.9%	2.9%
기타	5.4%	5.2%

자료 : 經團連, 『1994年 社會貢獻國際文化交流活動實績調査結果要約』, 1995.12.14

주 : () 내는 회답기업수.