

## 기업윤리 브리프스 *Business Ethics Briefs*

### 1. 사회책임투자에 대한 이해

- 사회책임투자(SRI: *Socially Responsible Investment*)란 경제·사회·환경 성과가 높고 관련 위험을 효율적으로 관리하는 기업에 투자함으로써 장기적으로 주주가치를 제고하는 투자
  - SRI는 의사결정과정에서 개인적 가치와 사회적 관심을 조화롭게 결합하는 투자 접근법이라는 점에서 윤리적 투자(*ethical investing*)와 동일
    - 예를 들면 개인의 금융수익 목적과 사회정의, 경제발전 등 사회적 이슈를 종합적으로 고려하여 투자하는 것을 의미
  - SRI의 투자범위는 다양하나 일반적으로 담배·포르노·주류·무기 산업 등 유해산업주식(*sin-stock*)에 대해서는 철저한 투자검증을 실시하는 반면
    - 근무환경이 양호하거나 환경경영을 하는 기업, 저소득지역 발전을 지원하는 기업 등에 대해서는 투자를 선호
  - 또한 SRI는 특정 기업의 활동을 단순히 승인(*endorsement*)하는 의미의 투자 보다는 당해기업의 행동변화를 유도하는 의미의 투자라는 점이 강조
- 사회책임투자에 대한 이해도를 높이기 위해서는 다음과 같은 측면을 면밀히 살펴보는 것이 중요

① SRI가 투자자에게 보다 높은 금융수익률(financial return)을 보장해 주는가?

— 지속가능경영의 3대축(triple bottom line)인 경제적·사회적·환경적 책임을  
원활히 수행하고 있는 기업의 주가수익률은 여타 기업의 수익률을 상회

· 사회투자포럼(Social Investment Forum) 연구에 의하면 10년간(1992~2002년)  
Domini 400 사회지수\*는 연평균 9.99% 상승한 반면 S&P 500지수는 연  
평균 9.35% 상승

\* Domini 400 Social Index : 다양한 사회, 환경 기준으로 선별한 400개 대형기  
업으로 구성된 지수

— 이처럼 수익률이 높게 나타나는 것은 이들 기업이 평판 유지를 통한 잠재  
적 재정손실 회피, 종업원의 생산성 제고 및 고객 만족도 향상을 통한 효  
율성 제고, 사회적 책임 수행을 통한 위험관리 등에 중점을 두고 있기 때문

② 기업의 사회책임 경영방식(socially responsible business practice)은 무엇을 의미  
하는가?

— 기업의 사회책임 경영방식은 기업이 사회적 책임을 수행하고 기업시민정  
신에 입각한 경영활동을 하며 사회적·윤리적 책임을 지는 것을 의미

— 기업이 이러한 경영방식을 운영하는지의 여부를 판단하기 위해서는 기  
업의 가치관과 사명(mission), 주요 이해관계자들의 관심사, 법·제도·사  
회적 관행으로 정착된 규범 등을 비교

· 아울러 기업의 공정하고 공평한 종업원 대우, 윤리적이고 청렴한 경영,  
기본적 인권존중, 차세대를 위한 환경보전, 지역사회 지원 등의 내용도  
파악

③ 투자자는 기업의 사회적 책임 경영방식을 어떻게 검증하고 벤치마크할 것인가?

— 일반적으로 투자자들이 기업의 실상을 파악하려면 공개된 정보, 인터뷰, 설문조사 등을 활용할 수 있으나 동 정보접근 자체가 어려운 실정

— 이러한 문제점을 해소하기 위해 기업의 품질관리 또는 성과를 비교할 수 있는 수단 및 인증제도 등 이미 개발·운용되고 있는 수많은 가이드라인 활용 가능

· 특히 기업성과 측정을 위한 가이드라인으로서 UN Global Compact, Global Sullivan Principles 등을 벤치마크하는 것도 바람직

· 이 밖에 Global Reporting Initiative와 같이 보편적 보고서 체계를 규정한 가이드라인 활용

— 투자자들은 상기 가이드라인에서 제시하고 있는 다음의 지표를 참고하여 기업의 실상을 파악 가능

· 종업원 보유율, 종업원의 건강 및 안전사태(협력업체 직원 포함), 법적 기준에 의한 최저임금률, 불평처리 절차, 인권위반 사례 횟수 및 형태, 주요 생산품 및 서비스의 사용과 사회적 이슈와의 연계성

④ 사회적 책임투자의 증가는 사회적·환경적 성과 향상을 가져올 수 있을 것인가?

— 투자자들은 주주 행동주의(*shareholder activism*)를 통해 기업의 행태를 이해하면서도 사회적·환경적 성과를 향상시키기 위해 기업과 꾸준히 대화할 필요

— 특히 주주총회 결의(*shareholder resolution*)를 통해 기업에 대해 현행의 미흡한 정책을 수정·보완하거나 새로운 정책방향을 제시하여 이를 수용하도록 함으로써 기업을 보다 바람직한 방향으로 유도 가능

## 2. 국가청렴위원회 활동과 청렴도 평가체계 - (iii)

- \* 국가청렴위원회 사무처장(김성호)의 한국기업윤리학회 추계국제학술대회(2005. 11. 4) 기조발표내용 요약

### ( 청렴도 개념 및 평가제도 )

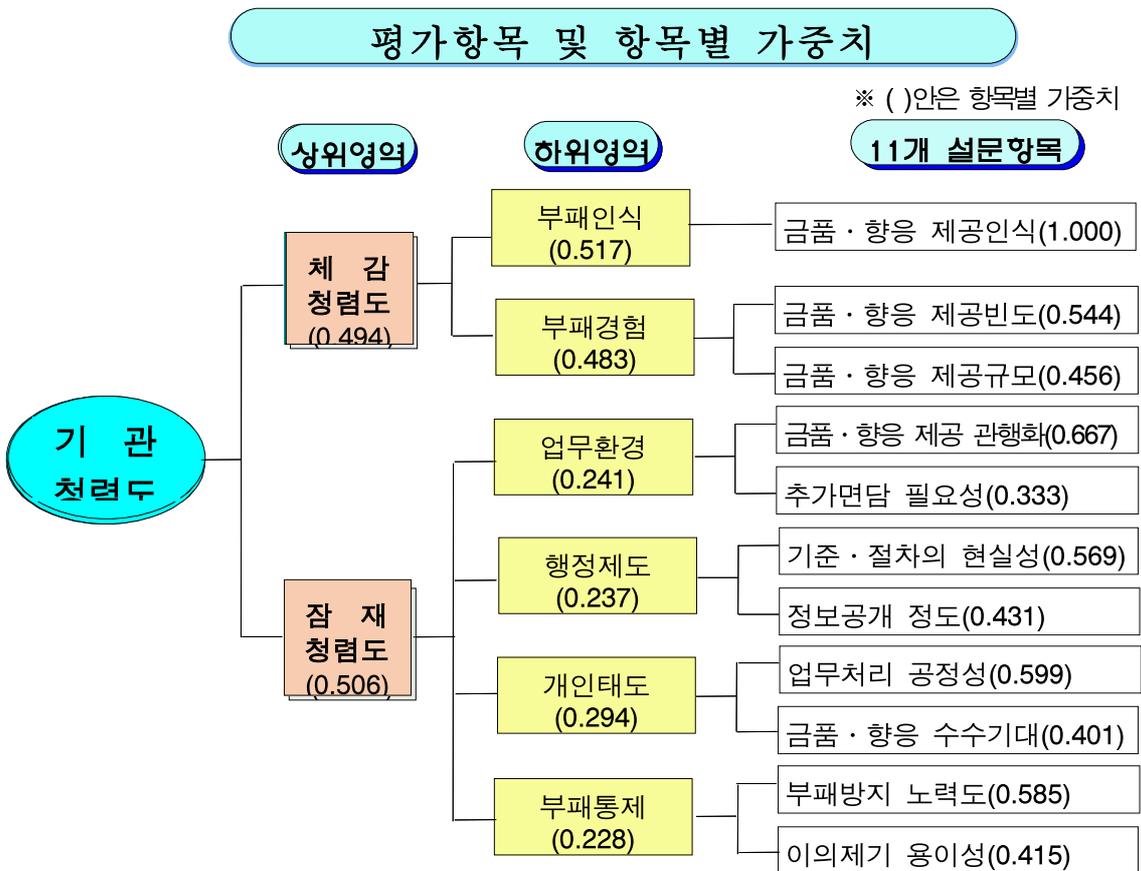
- 청렴도란 “공직수행과정에서 공직자의 준법성, 공정성, 투명성 정도”를 의미하며 공급자 중심으로 파악하는 것이 일반적
  - 그러나 청렴위에서는 청렴도를 “국민이 공직자로부터 서비스를 받는 과정에서의 준법성, 공정성, 투명성 정도”로 정의하여 공공서비스 수요자인 국민과의 관계를 중심으로 파악
- 청렴위는 공공기관의 자율적 반부패 노력 유도 및 공공부문의 부패유발 요인 발굴·개선을 통한 부패방지 차원에서 2002년 이후 공공기관을 대상으로 매년 청렴도를 측정

### ( 청렴도 평가체계 )

- 청렴도 측정은 『평가모형 설정 → 측정대상기관 및 측정업무 선정 → 민원인에 대한 측정업무별 전화조사』 등의 체계로 실시
  - 측정내용은 민원인들이 업무처리 과정에서 경험하거나 인식하고 있는 부패실태(체감청렴도)와 민원인들이 인식하고 하고 있는 부패유발 요인 상태(잠재청렴도)로 구성
  - 청렴도 평가모형에는 평가항목, 항목별 가중치, 항목별 척도 등이 포함
    - 평가항목은 금품·향응 제공, 정보공개 정도, 업무처리 공정성, 기준·절차의 현실성 등 11개 문항으로 구성되며 가중치는 부패유발 가능성 및 중요도에 따라 차등 적용

— 각각의 설문항목은 변별력 제고를 위해 리커드 7점 척도\*를 사용하되 동 척도 사용이 불가능한 금품·향응 제공빈도 및 규모항목은 점수화 방식을 활용

\* 그렇다, 상당히 그렇다, 다소 그런 편이다, 보통이다, 별로 그렇지 않은 편이다, 거의 그렇지 않다, 전혀 그렇지 않다 등으로 구성



○ 청렴도는 행정기관 및 공직유관단체 등 부패방지법에서 규정하고 있는 공공기관을 대상으로 측정

— 측정 대상기관 수는 2002년 71개 기관에서 2003년 77개, 2004년 313개, 2005년 325개 기관으로 계속 확대하고 있으며 향후 400여개로 확대해 나갈 계획

· 2005년부터는 전년도 종합청렴도가 9.0 이상인 우수기관은 측정대상에서 제외

— 측정 대상업무로는 원칙적으로 공공기관의 대국민·대기관 업무중 우월적 결정이나 처분 등으로 부패발생 소지가 높은 업무를 선정

· 대상업무는 2002년과 2003년에는 각각 348개 및 394개에 불과하였으나 2004년 1,324개, 2005년 1,330개로 대폭 확충

○ 청렴도는 공공기관과 직접 접촉 경험이 있는 민원인에 대한 전화설문조사 방식으로 측정

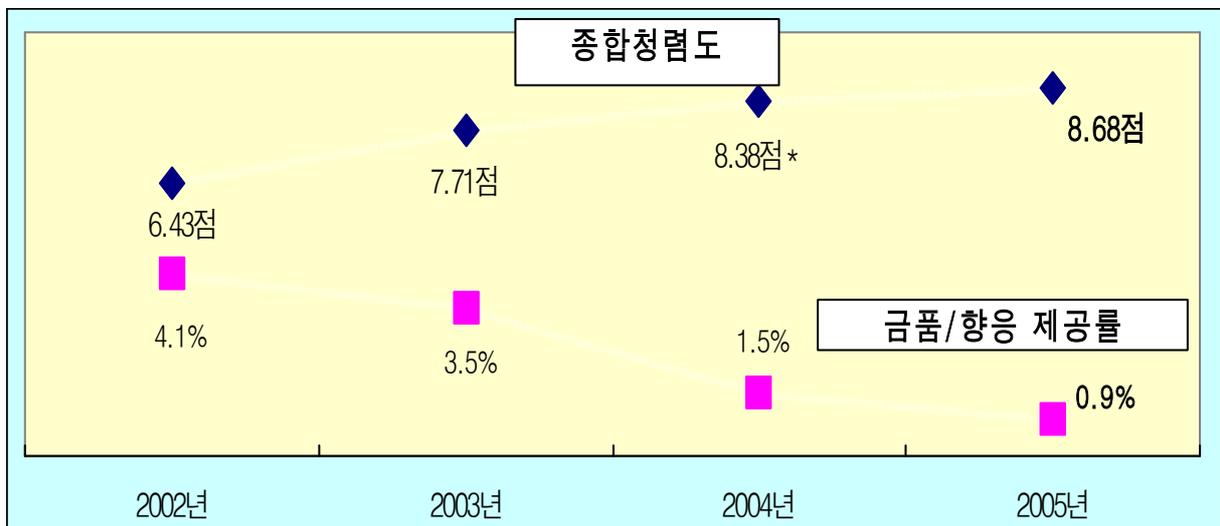
— 직접적인 조사는 공정성·객관성 제고를 위해 민간조사전문기관(한국갤럽조사연구소, 한국리서치)에서 실시

□ 청렴위가 청렴도 측정을 실시한 이래 공공기관의 청렴도는 꾸준히 개선

○ 종합청렴도는 2002년 6.43점에서 금년에는 8.68점으로 크게 상승하였으며 금품·향응 제공률은 같은 기간중 4.1%에서 0.9%로 대폭 하락

○ 이는 정부의 강력한 반부패 대책 추진과 각 기관의 자율적이고 지속적인 부패개선 노력의 결과

연도별 종합청렴도 및 금품·향응 제공률 추이



### 3. 국내 기업의 기업윤리 동향

#### □ 포스코의 윤리경영 추진실적 및 향후 계획\*

\* 2005. 12. 5일 포스코가 국가청렴위원회에 송부한 자료를 요약한 것임

#### 《 2005년중 윤리경영 추진 주요내용 》

##### ◎ 윤리경영 교육의 활성화

— 1년의 시무에 앞서 전 임직원이 윤리규범 준수 공개 서약

○ 개인 PC 접속 후 Pop-up창을 통해 CEO의 메시지 윤리규범 및 실천지침을 숙독하고, 실천을 서약

— “사례와 토론중심의 기업윤리 딜레마 의사결정”이라는 토론중심 사례교육 실시

○ 실제 업무수행 중에 발생할 수 있는 사례중심의 토론교육을 통하여 마음으로 느끼고 행동으로 옮기는 윤리 실천력 제고

— e-러닝 교육 실시

○ 기업윤리에 대한 기초지식과 윤리규범에 대한 사이버 교육 실시

— 윤리 팝업창 설치

○ 6과 2로 끝나는 날(윤리의 날)에 직원들이 PC에 로그인 하면, 자동적으로 플래쉬 동영상(30초)이 시작됨에 따라 이를 시청

— 기업윤리 설명회 개최

- 신규거래사에 대해 기업윤리에 대한 이해를 높이고 윤리적 가치를 공유하기 위해 개별적으로 실시
- 고객사, 공급사, 외주 파트너사 등 이해관계자들에게 윤리경영 추진현황을 소개하고 기업윤리 준수 필요성에 대해 구체적 사례 중심으로 설명

### 교육실적 종합

구 분	교육대상 및 기간	교육내용
토론중심 사례교육	○대상 : 전직원(연1회 의무이수) ○기간 : 7.1~9.30	○윤리적 딜레마 사례소개, 발굴 및 토론
e-러닝 교육	○대상 : 전직원 ○기간 : 2월~9월	○윤리경영의 필요성 ○윤리규범
기업윤리 설명회	○이해관계자(1,761명) ○기간 : 수시	○윤리경영 추진현황 ○기업윤리 준수 필요성

#### ◎ 윤리경영의 상시적 점검

— ‘선물 안받기 운동’의 기업문화 정착 및 윤리 실천의지 제고를 위해 선물 반송센터 설치·운영

- 기업윤리 실천의 모범 사례로서 신선한 반향을 일으키고, 아무리 작은 것이라도 이해관계자로부터는 일절 선물을 받지 않는 것을 당연한 것으로 인식

— 윤리실천 특별약관 제정·시행

- 거래상대방이 윤리실천에 위배되는 행위를 하였을 경우 거래물량 제한, 거래중지 등 상응한 조치를 취할 수 있도록 함

(예) · 비윤리 행위의 액수가 50만원 미만 : 거래물량제한 또는 당해계약 해지  
 · 비윤리 행위의 액수가 50~100만원 : 당해계약 및 유사한 계약의 해지  
 · 비윤리 행위의 액수가 100만원 이상 : 모든 계약의 해지

— 비윤리행위 신고보상제도 실시

- 직원 및 외부인이 비윤리행위에 대해 신고하는 경우 신분보호를 강화하고, 최대 5천만원까지 보상하는 제도로 보상전보다 실명신고 증가, 신고 내용도 구체적으로 기술하는 경우가 늘어남

— 비윤리행위 징계 강화

- 일벌백계에 의한 회사의 비윤리행위 단속 의지 강화로 이제는 비윤리적인 행위가 '언젠가는' 밝혀진다고 생각해야 하는 것이 아니라 '곧' 세상에 드러날 것이라는 인식 확산

— 모토 및 캐릭터 제작· 보급

- 모 토 : “The Pride of Clean POSCO”

- 의미 : 기업윤리 실천으로 더욱 깨끗하고 투명한 포스코맨의 자부심과 긍지
- Taking pride in a clean POSCO (미국식 영어 표현)

- 캐릭터(바로맨) : 나침반을 의인화



- e : Ethics
- 동그란얼굴 : 코일(Coil)
- 엄지손가락 : 미래에 대한 비전과 자부심
- Blue 계열 : 깨끗하고 투명한 이미지

— 기업윤리 자율실천 프로그램 실시

- 윤리실천 활동이 인식과 정착단계를 거쳐 기업문화로 나아가야 할 시점 도래

- 부서특성에 맞는 실천활동이 부서장 중심으로 전개되기를 희망하는 직원이 늘어남에 따라 자유실천 프로그램 실시
- 부서장이 오너십을 가지고, 6시그마 기법을 활용, 윤리적 Risk를 발굴하고 개선하는 GE의 준법준수 프로그램인 Session 'D'를 포스코 실정에 맞는 프로그램으로 벤치마킹하여 금년 6월부터 적용

◎ 윤리경영 평가

— 교육수료 후 설문조사 실시

- 집합교육 및 e-러닝 교육 후 윤리실천에 대한 이해와 정도를 측정
- 직원 및 이해관계자 의식변화

· ‘한번 찾아 뵙겠습니다’와 같은 관례적 인사치레 사라지고, ‘선물, 접대’ 등 비윤리 갈등요인 해소로 마음이 편해졌다는 의견 다수

— 윤리실천 수준 자가진단 실시

- 진단 결과 부정·비리 예방 중심의 활동 지속 전개로 이해관계 상층 부문 실천수준이 최상위인 반면, 그 동안 소홀히 다루어졌던 커뮤니케이션 부문이 낮게 나타남

— 부서장 주관 윤리교육을 통해 다음의 다양한 성과를 확인

- 조사 인원 및 방법 : 5,990 명 (기간: '05.8.24 ~ 8.30, 설문조사)

성과내용	성과에 동의한 직원의 비율
부서장의 윤리실천 의지를 확인	98.1 %
윤리규범의 내용을 폭넓게 이해	98.4 %
기업윤리자율실천프로그램 이해	98.6 %
소속부서의 윤리실천 수준 인식	96.0 %

《 윤리경영 성과 》

— 임직원 의식변화 유도: 냉소적 자세에서 적극적 참여 마인드로 변화

