

2007. 5. 30.

국가청렴위원회 기업윤리센터

기업윤리 브리프스 *Business Ethics Briefs*

< 차례 >

01 UN Global Compact 참여 방안

24 국내 기업의 윤리경영 사례

유한킴벌리
대한주택보증

32 국내 윤리경영 동향

기업 관련
정부 관련

☞ 이 자료는 국가청렴위원회 디지털기업윤리센터(<http://ethics.kicac.go.kr>)에서도 보실 수 있습니다.

I. UN Global Compact 참여 방안

☞ 이 글은 "After the signature : A guide to engagement in the United Nations Global Compact"를 UN Global Compact 사무국의 승인을 얻어 UNDP 한국대표부의 협조하에 번역, 정리한 것임

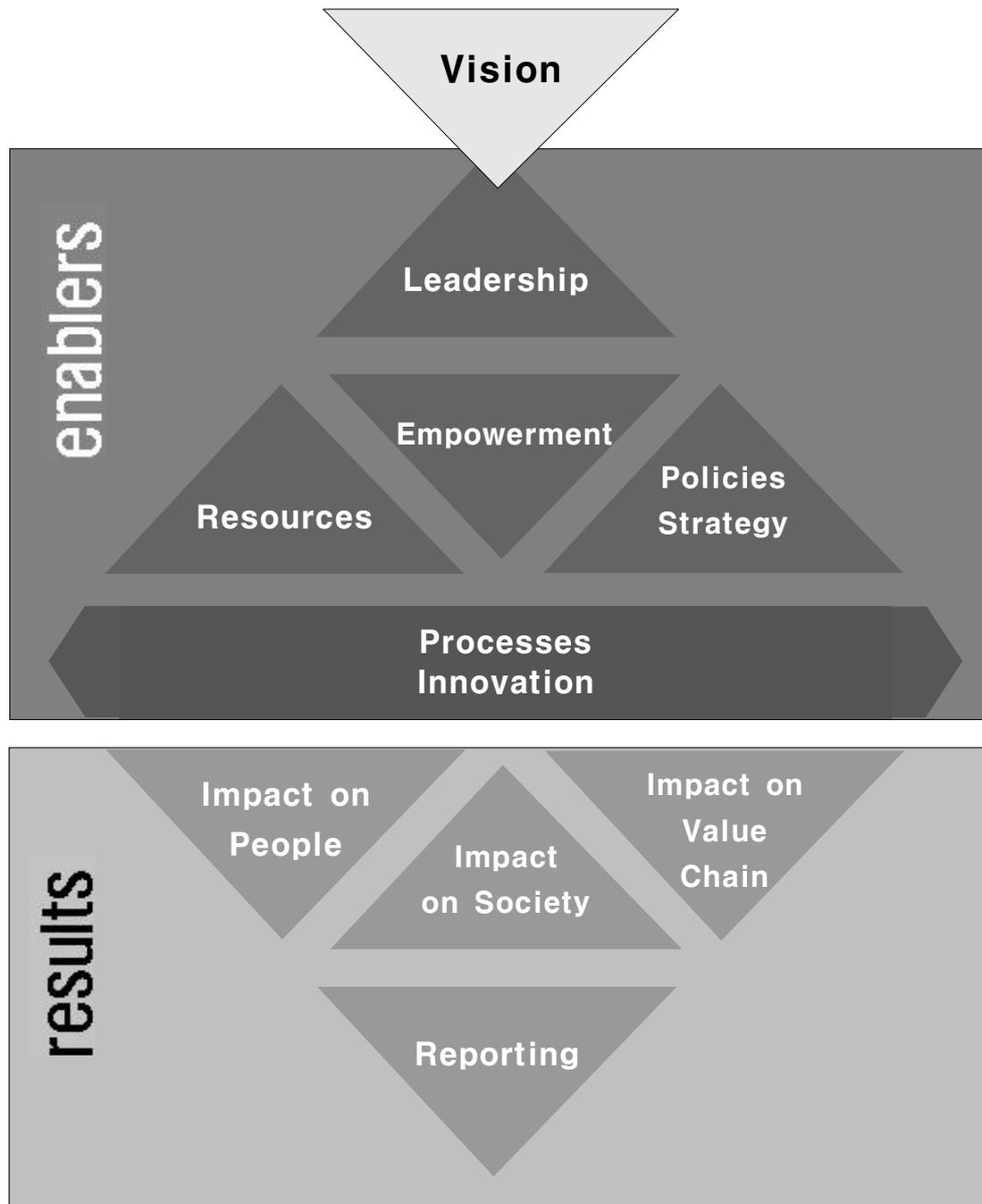
1. 기본 원칙의 이행

- Global Compact에 가입한 기업들은 10대 원칙의 이행을 위해 노력해야 함
 - 그러나 대기업과 중소기업 모두 기본 원칙의 이행을 위한 올바른 접근 방식에 대해 확신하지 못하는 경우가 있음
 - 기본 원칙의 이행은 성과의 지속적 증진을 위한 장기간의 진행 과정임을 인지해야 함
- Global Compact의 기본 원칙을 성공적으로 이행하기 위한 핵심 요인
 - 기본 원칙을 부가적 요소(add-on)가 아닌 기업 전략 및 경영의 필수 요소로 인식해야 함
 - 기업 지도자들의 기본 원칙에 대한 분명한 이행 의지 표명이 있어야 함
 - 기본 원칙에 대한 폭넓은 지지를 이끌어내기 위해 고위 경영진과 종업원간의 이행 의지에 대한 의사소통이 조직 전반에 걸쳐 원활하게 이루어져야 함
 - 새로운 아이디어 및 경영 혁신에 대해 호의적인 경영 환경이 갖추어져 있어야 함
 - 측정가능한 목표 및 이행 상황에 대한 투명한 의사소통 체계가 필요
 - 학습 및 적응을 위한 의지와 능력이 있어야 함

- 실천에 옮기고자 하는 헌신적 노력이 필요
- 기업의 이해관계자들(stakeholders)을 동참시키고 토론의 자리로 이끌고자 하는 개방성을 갖추어야 함
- Global Compact에서는 기업들에게 10대 원칙 관련 사안의 해결을 위한 길잡이를 제공하고자 많은 자료 및 방안(tool)을 보유하고 있음
- 위에서 기술한 바와 같이 기본 원칙의 이행은 장기간에 걸친 과정임
 - 그러나 기업 고유의 경영 모델 내에서 기본 원칙을 이행하는 방법에는 유일한 “정답(correct way)”이 있을 수 없으며, 기본 원칙의 이행 과정에 도움을 줄 수 있는 경영 접근방식 및 모델은 다양하게 존재함
- 기본 원칙을 이행하기 위한 한 가지 방안은 Global Compact 이행 모델(Global Compact Performance Model)의 도움을 받는 것인데, 동 모델은 기본 원칙 이행에 관한 비전 정립부터 측정 및 이행 결과 보고에 이르기까지 기업에게 도움을 줄 수 있도록 마련된 선택적 모델임
 - Global Compact 이행 모델은 기업들이 기본 원칙을 내재화하고자 노력하는 과정에서 얻은 실제 경험에 대한 분석 및 토론을 통해 도출됨
 - 동 모델은 선진국과 개발도상국, 대기업과 중소기업을 불문하고 최대한 많은 기업들의 요구를 다루고자 하였으며, 기본 원칙을 이행함에 있어 존재하는 진입 장벽(entry barrier)을 낮추고, 점진적인 개선을 촉진할 수 있도록 고안됨

【Global Compact 이행 모델(Global Compact Performance Model)】

- o Global Compact 이행 모델은 기업 활동(business practice)의 10가지 요소로 구성되어 있음



가. 비전(Vision)

- 기업의 시민정신(corporate citizenship) 활동에 대한 실천 의지를 기업의 비전에 통합시킬 것
- 이러한 통합 과정에는 기본 원칙에 대한 검토와 더불어, 기업에 바라는 점에 대한 이해 관계자들과의 토론, 경제·사회·환경의 주요 흐름에 대한 주시, 잠재적 위험 인식 및 계획에 대한 각본 구상(scenario planning) 등의 노력이 포함될 수 있음

나. 리더십(Leadership)

- 기업 전반에 걸친 비전 실현
- 사회적·환경적 성과를 향상시키고자 하는 기업 지도자의 의지는 지속적 변화를 이끌어 내는 데 있어 필수적임
- 그러나 그 효과를 극대화하기 위해서는 이러한 메시지가 조직 전체는 물론 조직 외부로도 널리 전달되어야 함
- 기업들은 기업의 시민정신을 기업 지배구조(corporate governance)의 문제로 인식하도록 노력하고, 기본 원칙 이행을 위한 기업의 노력을 점검할 수 있는 이사회 차원의 감독 기구를 마련해야 함

다. 권한 위임(Empowerment)

- 종업원들이 조직의 비전 추구를 위해 각자가 맡은 소임에 충실할 수 있도록 조직화, 정보 제공, 동기 부여, 훈련, 보상, 상담, 조언 등의 활동을 수행하고, 종업원들에 대한 믿음을 가지도록 노력해야 함
- 이러한 권한 위임을 통해 개인의 가치와 기업의 목표를 조화시킬 수 있음

라. 정책과 전략(Policies and Strategies)

- 기업의 기존 정책 및 전략을 검토하고, 이들을 기본 원칙과 결합하거나 기본 원칙에 부합하는 새로운 정책을 수립

- 일부 기업에서는 기업의 시민정신 관련하여 매우 중요한 정책들을 실시하고 있으며, 또 다른 기업들은 환경, 인권, 반부패 등에 관한 구체적인 정책 및 경영 지침 자료를 보유하고 있음

마. 자원(Resources)

- o 기업의 정책 및 전략 수행 방안을 관리하고 종업원들이 개개인의 목표를 달성할 수 있도록 지원하되, 기업의 Global Compact 원칙에 대한 이행 의지가 약화되지 않도록 해야 함
- 이를 위해서는 재정, 인적 자원, 정보 및 기타 자원의 분배가 기업의 시민정신 정책 및 실천 의지를 바탕으로 이루어져야 함

바. 과정 및 혁신(Processes and Innovation)

- o Global Compact 원칙의 이행으로 발생할 수 있는 갈등 상황(dilemmas)에 정면으로 맞서고 이러한 문제를 혁신적 해결 방안 및 사업 기회로 전환시켜야 함
- 이를 위해서는 목표 설정, 목표에 대한 조직 전체의 의사소통 등 개선을 이끌어 낼 수 있는 핵심 과정(key processes) 전반에 대한 이해가 필요함
- 특히 위험 및 기회에 대한 철저한 평가가 유용할 수 있음

사. 이해관계자들에 대한 영향(Impact on the Value Chain)

- o 이해관계자 관계를 관리하고 그들의 활동에 영향력을 행사함
- 공급업자, 유통업자 및 고객의 행동은 기업의 명성, 궁극적으로는 기업의 수익(bottom line)에 지대한 영향을 미칠 수 있음
- 많은 기업들은 자신들의 기업 시민정신 관련 정책 및 기대에 대하여 사업 파트너들에게 정보를 제공하고 있음

- 일부 기업에서는 기업의 시민정신 관련 사항을 계약 조건에 포함시키고 있으며, 공급업자들의 사회적·환경적 성과를 평가하기 위해 모니터링 및 감사(audits)를 실시하기도 함
- 또 다른 기업들은 한발 더 나아가 공급업자들의 사회적·환경적 성과에 관한 인식 수준을 높이고자 교육, 능력 개발, 모범 사례 공유 등의 프로그램을 실시하고 있음

아. 종업원에 대한 영향(Impact on People)

- o Global Compact에 대한 참여는 종업원의 사기(morale) 등 기업의 인력 운영에도 영향을 줌
- 연구 결과에 따르면, 기업의 훌륭한 사회적·환경적 성과는 기업이 고급 인력을 채용하고 보유하는 데 긍정적 효과를 가져다 줄 뿐만 아니라 기업의 생산성에도 좋은 영향을 미치는 것으로 나타남

자. 사회적 영향력(Impact on society)

- o 전체 사회뿐만 아니라 지역사회에 대한 기업의 영향력은 Global Compact 이행 모델의 또 다른 핵심 요소임
- 기업은 지역사회와의 협력을 통해 더욱 더 원만한 경영활동을 펼칠 수 있고, 기업 활동에 대한 사회적 승인(social license to operate)을 지속시켜 나갈 수 있음
- 일부 기업에서는 사회에 대한 기업의 영향력 정도를 측정하고자 관련 활동의 규모 및 특성에 따라 기업 영향력 평가를 수행하거나 지역사회를 대상으로 설문 조사를 실시하기도 함

<참고 1> 이해관계자의 참여(Stakeholder Engagement)

- 기본 원칙 및 성과 모델의 효과적 이행은 이해관계자의 참여에 따라 성패가 크게 좌우됨
 - 이는 특히 비전, 리더십, 정책 및 전략, 사회적 영향, 보고(reporting) 등과 관련이 있음
 - 예를 들면, 기업의 지도자는 기업의 비전을 평가하고 세부 사항을 조정하는 데 이해관계자들의 의견(input)을 활용할 수 있음
 - 또한 이해관계자들과의 토론은 기업이 기존 정책을 평가하거나 인권, 노동, 환경 및 반부패와 같은 영역에 대해 새로운 정책을 수립할 때에도 매우 유용하게 사용될 수 있음
 - 이해관계자들의 의견(sensing)은 기업의 경영 활동이 긍정적으로나 부정적으로 사회에 미치게 되는 실질적, 잠재적 영향력을 파악하는데 있어 매우 중요함
 - 점점 더 많은 기업들이 보고 절차 및 전반적인 기업 성과 평가를 지원하는 데 기업의 이해관계자들을 참여시키고 있음

차. 보고(Reporting)

- 보고는 기업의 경제적·사회적·환경적 성과에 대한 올바른 측정 및 의견 교환과 관련됨
 - 실제 성과를 알 수 있는 구체적 측정은 지속적 개선을 위한 필수적 요소임
 - 보고에 관한 자세한 내용은 아래의 '이행 성과 보고(Communication on Progress)'에 기술되어 있음
- 이제까지 기술한 내용을 간단히 정리하자면, Global Compact 기본 원칙의 이행이란 먼저 이행에 대한 결의를 다지고, 정책과 전략을 수립하고, 이를 행동에 옮기고, 마지막으로 이행 성과를 보고하는 것을 의미함

- 무엇보다 중요한 것은 '참여를 시작한 시점에서 기업이 어떻게 행동하고 있는가'가 아니라 '참여 기업이 변화하고 계속해서 개선해 나가 고자 하는 의지를 갖고 있는가' 하는 것임

2. 이행 성과 보고(COMMUNICATING PROGRESS)

- Global Compact에 참여함에 있어 기업이 수행해야 할 두 번째 의무는 매년 Global Compact 사무국에 이행성과보고서(COP : Communication on Progress)를 제출하는 것임
 - COP란 기업이 이해관계자들(고객, 종업원, 노동조합, 주주, 언론, 정부 등)에게 기업 활동시 10대 원칙을 이행하며 이루어 낸 성과에 대해 보고하는 것을 말함
 - 일반적으로 COP에는 이행 조치 및 성과(계량적 지표 형태의 예) 등이 포함되어야 함
- COP 정책은 Global Compact 순수성 유지 방안(Global Compact Integrity Measures)의 일환으로, 참여 단체들의 기본 원칙 이행 의지를 더욱 견고히 하고, 동 이니셔티브의 순수성(integrity)을 지키며, 지속적 성과 개선의 토대가 되는 기업들의 풍부한 이행 사례를 계속해서 축적해 나가는 것을 목적으로 함
 - 기업들에게 있어서 COP는 리더십을 행사하고, 학습을 장려하고, 토론을 활성화하고, 실천을 독려하기 위한 도구로 활용될 수 있음

<참고 2> COP의 중요성(The Value of the COP)

□ 일반적으로 지속가능성보고서(sustainability reporting), 구체적으로 COP의 중요성은 보고서 작성(내부적 이점) 및 보고서의 대외적 공유(외부적 이점) 측면에서 살펴볼 수 있음

○ 내부적 이점(Internal benefits)

- 기업이 지속가능한 비전 및 전략을 정립하고 그에 따라 행동하도록 동기를 부여함
- 기업지배구조(corporate governance) 및 CEO의 관심과 참여를 한층 더 공고히 하며, 보고서 검토 및 홍보(endorsing)를 통해 고위 경영진의 참여를 독려함
- 기업 경영의 위험 및 기회를 파악하기 위한 노력을 지원함
- 기업의 서로 다른 부서(인적 자원, 의사소통, 환경, 보건 안전, 운영, 지역 관계 관리 등)를 연결해 줌으로써 내부의 정보 공유 및 학습을 도모함
- 지표를 통해 이행 활동을 평가함으로써 내부적 발전을 증진시키고 지속적 개선에 기여함
- 종업원에 대한 고위 경영진의 의무를 명확하게 제시함

○ 외부적 이점(External benefits)

- Global Compact에 대한 적극적 참여를 알리고, 기업의 참여가 단순한 홍보용 활동(public relations exercise)으로 치부되는 것을 막아줌
- 협력을 통해 이해관계자에게 많은 교육 기회를 제공함

- 사회책임투자 펀드 또는 지표(socially responsible investment funds or indices)에 포함될 수 있도록 도와줌
- 투명성 제고와 신뢰 형성으로 기업의 명성 및 브랜드 가치를 높여줌
- 지속가능한 비전, 전략, 이행 계획 등을 명시함으로써 이해관계자와의 관계를 강화시켜줌

가. COP 작성, 공유, 제출의 3 단계

1단계) 연례 COP 작성

- o COP 작성법이 한 가지로 정해져 있는 것은 아니지만, 다음 사항들은 반드시 포함되어야 함
 - Global Compact에 대한 지속적 지지 의사를 표현한 CEO 또는 고위 경영진의 메시지
 - 기업의 전년도 10대 원칙 이행 활동을 담은 구체적 실천 내용
 - 여기에는 이행 서약, 구축된 시스템, 이행 조치 등이 포함될 수 있음
 - GRI 지속가능성 보고서 가이드라인 등의 표준 지표 또는 측정 기준을 이용한 성과 측정 결과(A measurement of outcomes)

2단계) 이해관계자들과의 COP 공유

- o COP의 작성 목적은 UN Global Compact 사무국에 보이기 위한 것이 아님을 주지해야 함
 - COP 보고서는 10대 원칙의 이행에 참여하는 주체가 자신들의 이행 성과를 이해관계자들에게 직접 알릴 수 있는 수단을 제공하기 위한 것임
 - 이상적인 COP 공유 방안은 연차 재무보고서 또는 지속가능성보고서와 같이 기업이 이해관계자들과 정보를 공유하기 위해 기존에 사용하고 있던 보고서에 COP를 포함시키는 것임

- 기업의 시민정신과 관련된 사안을 보고할 수 있는 적절한 수단이 존재하지 않는 경우에는 COP 보고서만을 독립적으로 작성하도록 권장함
- o COP를 어디에 수록할 것인지를 선택하는 것 못지않게 COP를 이해관계자들에게 어떻게 배포할 것인지를 선택하는 것 또한 중요함
- 기업은 웹사이트, 우편물, 사내 공지사항, 뉴스레터, 오픈 하우스 등 기업의 이해관계자들이 지속가능성 관련 정보를 찾아볼 수 있는 다양한 수단(platforms)과 경로(channels)를 이용해 COP를 배포해야 함

3단계) Global Compact 웹사이트에 COP 게시

- o 기업은 이해관계자들과 COP를 공유함과 동시에 Global Compact 웹사이트에 전자문서 형태로(가능한 경우 웹 링크도 함께) COP를 게시해야 함
- 또한 이해관계자들이 COP를 찾아볼 수 있는 방법에 대해서도 간략하게 설명해야 함
- o COP 게시 방법에 관한 자세한 내용은 Global Compact 웹사이트를 참조 바람

나. 참고 사항 및 조언(Hints and Tips)

- o 언어 선택(Choose your Language)
 - COP는 기업의 이해관계자들에게 가장 친숙한 언어로 작성되어야 함
- o 범위 규정(Define the Scope)
 - 중소기업은 COP를 작성할 때 대기업과 동일한 수준의 자세하고, 광범위한 정보를 제공하지 않아도 됨
 - 또한 기업별, 업계별로 해결 과제 및 사안에 차이가 있으므로, 모든 COP에서 10대 원칙 모두를 똑같은 정도로 다룰 필요는 없음

- COP 요구사항을 준수하기 위해 모든 것을 총망라한 독립적인 지속 가능성 보고서를 준비할 필요는 없음

- 기업 고유의 경영 환경에 따라 달라질 수 있으나, 일반적으로 2~3 페이지 정도의 분량이면 충분하다고 할 수 있음

○ **연관성 규명(Make the Connections)**

- 10대 원칙과 기업의 비전 및 전략간의 연관성을 이해할 수 있도록 10대 원칙을 면밀히 검토해야 함

○ **기존 시스템을 이용(Don't Start from Scratch)**

- 기업들이 이미 10대 원칙과 관련된 활동에 참여하는 경우, 종업원, 정부, 투자자, 업계 등에 대한 보고를 위해 기존에 사용 중인 측정 및 보고 시스템을 활용하도록 함

○ **구체적 진술(Be Specific)**

- 10대 원칙에 대한 모든 내용을 하나의 포괄적인 문장으로 포괄해서는 안됨
- “공급업체를 위한 교육 프로그램을 실시하고 있음”과 같이 포괄적 설명이 아닌 “50개 공급업체에 대해 누출 대응 작업(spill response performance)을 개선하기 위한 교육을 실시하였음”과 같은 구체적인 설명 방식을 사용해야 함

○ **자회사 보고서(Subsidiary Reporting)**

- 10대 원칙의 이행에 참여하는 자회사를 대신해 다국적 기업의 본사가 보고서를 제출할 수는 있으나, 동 보고서에는 해당 자회사가 실천에 옮긴 구체적 행동 및 지표(indicators)가 반드시 모두 포함되어야 함

○ **10대 원칙을 중심으로 한 보고서 구성**

- COP는 10대 원칙의 이행 상황이 분명하게 설명될 수 있도록 구성되어야 함

- 이를 위해 일부 기업에서는 색인이나 목차를 통해 독자가 해당 페이지로 직접 이동하여 특정 원칙에 관한 정보를 찾아볼 수 있도록 하고 있음
- 그러나 기본 원칙 자체의 순서대로 보고서를 구성하는 방법이 가장 효과적인 것으로 인정되고 있음

다. COP 제출 및 미제출시의 조치

- 아래에서는 COP의 첫 번째, 후속, 미완성(incomplete) 제출과 관련한 요구사항에 대해 간략히 설명하고자 함

1) 첫 번째 COP 제출

- Global Compact의 참여 기업들은 가입일로부터 2년 이내에 첫 번째 COP를 제출해야 할 의무가 있음
 - 기한 내 COP를 제출하지 못한 기업은 Global Compact 웹사이트에 COP 비공유단체(non-communicating)로 분류됨
 - 이러한 COP 미제출 기업들에게는 1년간의 유예기간이 주어지는데, 유예기간 동안에도 COP를 제출하지 않았을 경우 Global Compact의 참여 단체 데이터베이스에서 제명됨과 동시에 웹사이트의 비활동단체 명단에 등록됨

2) 후속 COP(Subsequent COP) 제출

- 모든 후속 COP의 제출 기한은 이전 COP의 제출일로부터 1년 이내임
 - 기한 내 후속 COP를 제출하지 못한 기업은 Global Compact 웹사이트에 COP 비공유단체(non-communicating)로 분류됨
 - 이전 COP 제출일로부터 2년 이내에 후속 COP를 제출하지 못한 기업은 Global Compact의 참여단체 데이터베이스에서 제명됨과 동시에 웹사이트의 비활동단체 명단에 등록됨

3) 미완성 COP(Incomplete COP) 제출

o Global Compact 사무국은 지속적 개선을 위한 접근 방식을 지향하고 있기 때문에 미완성 COP로 생각되는 보고서를 수용하는 경우가 있음

- 그러나 미완성 COP를 제출하는 기업에게는 후속 COP 제출시 미완성 부분에 대해 보완하여 보고하도록 통지함

- 통지를 받은 기업의 후속 COP가 미완성 부분을 전혀 보완하지 않은 경우에는 요구사항이 반영될 때까지 동 기업을 비활동 단체로 간주할 수 있음

□ Global Compact 웹사이트에서는 자세한 안내 자료, COP 데이터베이스 검색 및 COP 모범 사례 등을 제공하고 있음

3. 참여의 극대화(Maximizing Engagement)

□ 기업이 Global Compact에 참여할 수 있는 일차적인 방법은 기본 원칙을 기업의 사업 전략 및 경영에 내재화하는 것임

o 이외에도 Global Compact은 기업들이 참여로 인한 혜택과 가치를 극대화할 수 있도록 다양한 활동 기회를 제공하고 있음

o 기업들은 아래 다섯 가지 영역에 있어 참여를 확대하는 방안을 고려해 볼 수 있음

- 파트너십(Partnerships)

- 지역 네트워크(Local Networks)

- 지지 및 인식의 확산(Advocacy and Awareness-Raising)

- 정책 토론 및 학습(Policy Dialogues and Learning)

- 협력 활동(Collective Action)

□ 물론 기업의 시민정신 추구를 위한 여정에서 Global Compact에 참여하고 있는 기업들이 놓여 있는 위치는 제각기 다를 수 있음

- 중소기업과 대기업의 참여 수준 및 10대 원칙의 이행 속도는 차이가 날 수 있으며, 일부 중소기업의 이행 수준이 대기업을 앞서기도 함
- 참여 기업들이 따라야 할 특정 패턴이나 강도(intensity)가 정해져 있는 것은 아니며, 성실히 참여하고 정보를 공유하는 것이 중요함

가. 파트너십(Partnerships)

- Global Compact에서는 기업에게 10대 원칙의 이행과 더불어 파트너십 프로젝트에 참여하여 UN의 더 큰 목표들, 특히 밀레니엄개발목표(Millennium Development Goals)를 후원하도록 요청하고 있음

※ 밀레니엄개발목표 - 2000년 9월 뉴욕 UN 본부에서 채택된 빈곤 타파에 관한 범세계적인 의제로, 당시에 참가했던 191개의 UN 회원국은 2015년까지 빈곤의 감소, 보건, 교육의 개선, 환경보호에 관해 지정된 8가지 목표를 실천하는 데 동의하였으며 주요 내용으로는 ① 극심한 빈곤 및 기아 퇴치, ② 초등교육의 완전보급, ③ 성평등 촉진 및 여권 신장, ④ 유아 사망률 감소, ⑤ 임산부의 건강개선, ⑥ 에이즈, 말라리아 등의 질병과의 전쟁, ⑦ 환경 지속가능성 보장, ⑧ 발전을 위한 전 세계적인 동반관계의 구축을 들 수 있음(www.un.org/millenniumgoals)

- 기본 원칙의 내부적 이행 독려와 대외적 파트너십 참여라는 Global Compact의 두 가지 상호 보완적 목표는 Global Compact가 지향하는 모범적 기업 시민정신의 포괄적(comprehensive) 모델을 구성함

- 기업, 시민사회, 정부 간 파트너십은 Global Compact 기본 원칙에 구체화되어 있는 보편적 가치를 구심점으로 하여 수행될 때 가장 생산적이라고 할 수 있음

- 파트너십의 기본 개념은 민간 부문과 공공 부문 간 공통 영역을 찾아내고, 민간 부문이 소유한 기술과 전문지식을 개발 사안에 대해 공공 부문이 소유한 정당성(legitimacy) 및 지식과 결합하는 것이라고 할 수 있음
 - 파트너십 구축은 보건, 교육, 지역사회 개발 등 민간 부문의 참여자와 공공 기관이 상생의 관계(win-win relationships)를 형성할 수 있는 분야에 초점을 두고 있음
- 서로 다른 부문간의(Cross-sectoral) 파트너십을 활용한다면 한 조직 또는 한 부문이 해결하기에는 힘든 과제를 함께 극복해낼 수 있으며, 자원 및 역량을 혁신적으로 결합하여 더욱 효과적인 문제 해결 방안을 모색할 수 있게 됨
 - 파트너십은 각기 다른 조직들이 보유하고 있는 상호보완적 강점과 능력을 결합하고, 활용하여 서로를 지원할 수 있도록 해주므로, 참여 주체들은 협력을 통해 자신들의 개별 목표 달성 노력에 더욱 박차를 가할 수 있음
- 파트너십 유형에는 다음의 세 가지가 있음
 - 1) 지지 및 정책 토론 파트너십(advocacy and policy dialogue partnerships)
 - 민간 부문 파트너들이 다른 이해관계자들과 함께 각기 다른 사안을 옹호하고, 주창하고, 해결하는 데 주도적 역할을 수행하는 파트너십을 형성
 - 기업은 정부 및 규제 당국과 파트너 관계를 형성할 수도 있고, 다양한 부문의 이해관계자들과 합리적인 토론 및 협력 활동(collective action)에 참여할 수도 있음
 - 2) 사회투자 및 자선 파트너십(social investment and philanthropy partnerships)
 - 민간 부문이 재정적 지원을 제공하거나, 자원 봉사자 또는 전문가를 지원하며, 물품 기부 등 현물기부(in-kind contributions)를 할 수 있음

3) 핵심 사업 파트너십(core business partnerships)

- 파트너들이 서로 협력하여 고용을 창출하고, 기업가정신을 함양하고, 경제성장에 기여하고, 조세 수익을 창출하고, 사회·환경 또는 윤리 규범을 준수하고, 좋은 상품과 서비스를 적절한 가격에 제공할 수 있음
- o 기업이 UN에 참여할 수 있는 진입점(entry point)이라는 Global Compact만의 독특한 특성 덕분에 Global Compact는 전 세계적으로 수백 개의 효과적인 파트너십 프로젝트를 진행하고 있음
- Global Compact 사무국의 운영상의 유연성 및 해결 방안의 실용성을 중시하는 특성으로 인해 기업들은 Global Compact에 참여하여 개발 프로젝트와 관련한 파트너십을 활성화하고자 함
 - 파트너십에 관한 자세한 내용은 Global Compact 웹사이트에서 참조할 수 있음

나. 지역 네트워크(Local Networks)

- o 지역 네트워크란 특정 지역 또는 산업 내에서 참여 주체들이 Global Compact 및 기본 원칙을 발전시키기 위해 구성된 느슨한 조정 및 운영 기구 성격의 참여자 모임을 말함
- o 지역 네트워크의 역할은 다양한 국가, 문화, 언어 환경 안에서 Global Compact가 확고히 자리잡을 수 있도록 하고 Global Compact의 급속한 확산이 조직에 미치는 영향력을 관리할 수 있도록 지원하는 것이며, 이러한 역할의 중요성은 점차 증대되고 있음
- 지역 네트워크의 역할은 일차적으로는 Global Compact에 참여하고 있는 기업들(지역 기업 및 외국계 기업의 자회사들)의 10대 원칙 이행을 독려하고, 다양한 이해관계자들의 참여 및 협력 활동의 기회를 창출하는 것임

- 더 나아가서는 네트워크 안에서의 활동 및 행사를 통해 모든 참여 기업들이 풍부한 학습 경험을 쌓을 수 있도록 도와주고, UN의 더 큰 목표들을 지원하는 기업 활동을 장려하는 것임
- o Global Compact는 전 세계 모든 지역과 연결되어 있기 때문에 진정으로 글로벌한 이니셔티브라고 말할 수 있음
 - 아시아, 중동, 아프리카에서부터 유럽과 아메리카에 이르기까지 수많은 국가와 지역에 Global Compact 지역 네트워크가 형성되어 있음
 - 2006년 한 해에만 인도네시아, 모로코, 우크라이나, 스리랑카, 도미니카공화국, 아르메니아, 그루지야, 몰도바, 벨로루시, 나이지리아, 볼리비아 등 무려 11곳에 지역 네트워크가 구축되었으며, 이는 책임 있는 기업 행동의 개념과 협력 활동의 가치가 점점 더 많은 지역 및 문화에서 인정받고 높이 평가되고 있다는 것을 말해 주고 있음
- o 지역 네트워크는 많은 다양한 활동에 참여하고 있음
 - Global Compact에서는 지역 네트워크가 특히 그 지역의 상황과 관련된 사안을 발굴하고, 그 사안에 대해 더 중점적으로 활동하도록 권장함
 - 지역 네트워크의 활동 예시
 - 지역 파트너십을 구축하고 학습 활동, 토론 및 파트너십 프로젝트의 수행을 지원
 - 현지 언어로 학습 자료를 작성
 - 현지의 우수사례를 보급
 - 우선 과제에 대한 전국적 캠페인 실시
 - 핵심 사안에 대한 회의, 세미나, 워크숍 등의 개최
- o 지역 네트워크는 점차 지역 차원에서의 협력을 증대시키고, 협력 활동을 수행하며, 특정한 문화적 환경 내에서의 학습능력 및 우수사례 공유를 확대시켜 나가고 있음

- 전 세계의 지역 네트워크 대표자들은 매년 개최되는 지역 네트워크 포럼 (Annual Local Networks Forum)을 통해 정기적인 만남을 갖고 있음
 - 참여 주체들은 동 포럼을 통해 네트워크 구축에 대한 서로의 경험을 나누고, 이행 상황을 검토 및 비교해 보며, 우수 사례를 발굴하고, 지역 네트워크의 효과를 증대시키기 위한 전략적 권고사항을 채택함
- 지역 네트워크가 갖추어야 할 기본 사항
 - 기업이 주도하되, 정부 등 여타 다른 부문들을 포함해야 함
 - 해당 지역 네트워크 승인 하에 Global Compact 사무국 및 Global Compact 광역 네트워크와 교류할 구심점(focal point)을 설립할 것
 - 기업과 관계없는 주체들(non-business actors)에게 학습, 토론 활동, 프로젝트 및 파트너십에 참여하도록 권장하는 등 다양한 이해관계자들의 참여를 독려할 것
 - 참여기업들의 COP 작성을 위한 노력을 적극 지원할 것
 - 기본 원칙과 관련된 새로운 사안에 대해 토론을 활성화할 것
 - 기금을 마련할 것
 - 연차 활동보고서(Annual Activities Report)를 작성할 것
- 지역 네트워크 및 활동에 관한 자세한 내용은 Global Compact 웹사이트에서 참조할 수 있음

다. 지지 및 인식의 확산(Advocacy and Awareness)

- Global Compact에 가입한 기업들은 보도 자료, 연설 및 기타 수단을 통해 Global Compact 및 10대 원칙에 대한 공개적 지지의사를 표명해야 함

- 기업들의 이러한 지지 의사 표명이 로비 또는 행동주의 등의 형태로 나타날 필요는 없음
- 기업들은 인권 및 Global Compact 원칙들을 존중하도록 공급업체들을 심사하고 교육함으로써 지지 의사를 표현할 수도 있음
- 기업들은 COP의 발간 및 배포를 통해 Global Compact의 보편적 가치가 담긴 메시지를 수많은 이해관계자들에게 전달할 수 있음

<참고 3> Global Compact 로고 사용

- o Global Compact 사무국은 참여 단체들의 Global Compact에 대한 참여를 증진시키기 위해 Global Compact 로고를 사용하도록 권장하고 있음
 - Global Compact 로고의 사용 권한은, 참여 기업의 활동 목적이 Global Compact의 목적 달성과 관련되는 경우에는 인정될 수 있으나, Global Compact 사무국이 특정 기업의 활동, 제품, 서비스를 보증 또는 승인하는 방식으로 로고를 사용할 경우에는 로고 사용이 절대 허락될 수 없음
- o Global Compact 사무국은 상업적 목적을 포함한 그 밖의 목적으로 로고를 사용할 수 있도록 하기 위해 “우리는 Global Compact 로고를 후원합니다”라는 로고를 개발하였으며, 로고 사용이 비례원칙(proportionality)과 같은 일정 기준을 충족하는 경우, 그리고 Global Compact이 특정 제품을 승인한다는 함의가 없을 경우에 한해 광고 및 고정물(stationary)에 대해 로고 사용을 인정해 주고 있음
- o 각각의 경우 로고를 사용하기 위해서는 Global Compact 사무국으로부터 사전에 서면 동의를 받아야 하며 로고 사용에 관한 Global Compact 정책을 준수해야 함
(http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/gc_logo_policy.html)
- o 로고 사용에 관한 정책 준수 사항은 Global Compact 순수성 유지 방안(Global Compact’s Integrity Measures)의 일부임을 주지해야 함
(<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/integrity.html>)

라. 정책 토론 및 학습(Policy Dialogues and Learning)

- 매년 전 세계적으로 다양한 Global Compact 관련 행사가 개최되고 있는데, 이는 당면 과제들을 해결하기 위한 실용적 해결 방안을 학습하고 개발하기 위해 마련된 것임
- 정책 토론 및 학습은 지역 네트워크 주도하에 지역 차원에서 이루어 지거나 광역 또는 세계적 차원에서 이루어기도 함
- 지금까지 브라질, 인도, 중국에서 국제 행사가 열렸으며 가장 최근에는 가나에서 개최되었음
- Global Compact 사무국에서는 학습 및 정책 토론의 발전을 도모하고자 세 가지 주요 활동을 활용하고 있음

1) 학습포럼(Learning Forums)

- Global Compact는 전 세계적으로 세계화 및 기업의 시민정신과 관련된 구체적 사안을 중점적으로 다루는 일련의 행동지향적 학습포럼을 정기적으로 개최하고 있음
- 동 모임을 통해 기업, UN 기구, 노동계, NGO 및 기타 단체 등이 한 자리에 모여 우수사례를 공유하고 당면 과제에 대한 해결 방안을 마련하고 있음

2) 정책토론(Policy Dialogues)

- 토론 과정은 새롭게 부각되고 있는 문제를 찾아내고, 다양한 이해관계자들의 신뢰 및 상호작용을 향상시키고, 정책입안자들(policy makers)과 함께 지지를 강화할 수 있도록 도와줌

- 정책토론은 상호 이해 및 문제 해결을 위한 국제적 논의 무대(platform)로, 지금까지 다루어진 사안으로는 “갈등 영역에서의 민간 부문의 역할(The Role of the Private Sector in Zones of Conflict)”, “기업과 지속가능발전(Business and Sustainable Development)”이 있으며, 가장 최근에는 “직장에서의 차별 해소 및 평등 도모(Combating Discrimination and Promoting in the Workplace)”가 있음

3) 정상 회담(Leaders Summit)

- Global Compact 사무국은 참여 기업들의 최고 경영자, 국제 노동단체, 시민사회 및 UN기구의 대표들, 고위 공무원 등이 한 자리에 모여 Global Compact의 이행 상황 및 향후 전략적 방향에 대해 논의할 수 있는 정상회담을 3년마다 개최하고 있음
- 동 정상회담은 UN 사무총장이 주재함
(www.globalcompactsummit.org)
- Global Compact 사무국은 참여 주체들이 토론 및 교육 행사에 참여하여 해결 과제 및 문제점(dilemmas)에 관한 경험을 서로 공유하고, 우선 과제와 관련된 향후 참고자료를 개발하는 데 기여하도록 적극 권장하고 있음

마. 협력활동(Collective Action)

- o 기업들은 다른 기업들과 함께 협력활동에 참여할 수 있음
- o 협력활동은 ‘공정경쟁의 장(level playing field)’을 만드는 데 있어 효과적인 수단이 될 수 있으며, 지역의 기업관행(business practices)에 대한 기업보다 더 큰 영향력을 행사할 수 있음
- 동종 업계 또는 동일 지역에서 활동하는 다른 기업들이 우수사례(good practices)를 실천하기 위해 열심히 노력한다는 사실을 알게 되면 상호 신뢰(mutual confidence)가 구축되고 기업의 행동 변화를 유발할 수 있음

- 또한 다른 기업과의 협력은 핵심 과제 파악 및 그에 대한 혁신적 해결책 마련에도 기여할 수 있음
- o 최근에 기업들이 참여하고 있는 주목할 만한 협력활동의 예로는, 채취산업 투명성 이니셔티브(EITI: Extractive Industries Transparency Initiative), 지불 내역 공개 이니셔티브(Publish What You Pay Initiative), 인권에 관한 기업 지도자 이니셔티브(BLIHR: Business Leaders Initiative on Human Rights) 및 안전과 인권에 관한 임의 원칙(Voluntary Principles on Security and Human Rights) 등이 있음

II. 국내 기업의 윤리경영 사례

1. 유한킴벌리의 윤리경영 사례*

* 2007. 5. 23일 유한킴벌리가 국가청렴위원회에 제출한 자료를 요약, 정리한 것임

《기본사명 및 경영원칙》

◎ 기본사명

— ‘소비자가 선호하는 유익한 제품과 서비스를 공급하여 위생문화 발전을 선도하고 건강과 복지 향상에 기여한다’

◎ 경영원칙

| 구 분 | 내 용 |
|------|--|
| 인간존중 | 사원의 안전을 제1순위로 하는 생명존중 정신의 실현, 사원 상호간의 신뢰형성, 회사와 사원간의 원활한 커뮤니케이션을 통한 열린 경영의 실천, 회사 성공의 주역인 인재의 양성, 성공에 기여한 사람에 대한 공정한 보상 등을 통해 인간존중을 실현 |
| 고객만족 | 항상 고객의 입장에서 생각하는 자세를 바탕으로 고객에게 최고의 가치를 주는 고품질의 제품을 만들어 제공함으로써 회사와 고객이 함께 성장하는 길을 만들고자 노력 |
| 사회공헌 | 선도적 환경보전 활동의 전개, 윤리적 경영의 실천, 공정한 거래, 성실한 납세 실천을 통해 사회에 공헌하는 기업이 되고자 최선을 다함 |
| 가치창조 | 미래를 위한 성장을 추구하며, 생산성을 향상시켜, 좋은 기업 평판을 얻고자 노력하는 과정에서 가치 창조 |
| 혁신주도 | 모든 부문에서 앞서 나가려는 도전정신의 함양과 이를 뒷받침해 주는 학습조직의 활성화, 아울러 업무의 유연성 확보와 변화를 주도하는 자세의 확립을 통해 혁신 주도 |

《CEO의 의지와 실천》

◎ 윤리경영의 중요성 강조 및 솔선수범

- 정도경영, 윤리경영 개념이 생소하던 1995년 취임 직후부터 CEO가 윤리경영을 강조하였으며, 이후 윤리경영을 지속적으로 추진
 - 사회적 성과, 환경적 성과 없는 경제적 성과는 의미가 없다고 믿으며, 이윤추구는 기본적인 사회적 책임 실천 하에서 추구되어야 한다고 강조
- 기업경영 외에 CEO가 직접 숲 운동, 평생학습 운동, 반부패 운동을 주도해 왔고, 회사 내에서는 투명경영을 통해 신뢰를 구축하고 있으며, 솔선수범하여 잘못된 기업 관행 청산, 정보 공유, 권한 위임 등을 실천

《유한킴벌리 윤리경영의 특징》

◎ 프로세스 중심의 윤리경영 시스템

- 윤리경영 선포식이나 새로운 조직을 구축하기보다 경영진의 솔선수범과 내부업무절차의 표준화를 통해 실현
 - 기업의 모든 프로세스를 윤리경영의 관점에서 재검토하여 비윤리적 행동이 발생할 수 있는 여지를 보이는 프로세스는 새롭게 개선함으로써 담당자 개인의 윤리적 수준에 따라 업무의 투명성, 도덕성이 변화하거나 손상받을 수 있는 가능성을 최소화

◎ 사전적·자율적 관리제도 구축

- 상시 운영되는 감사조직을 없애고, 자율적 관리제를 도입하여 ‘감시없이 돌아가는 회사’를 만들어 신뢰와 창의력의 극대화 추구
 - 정기적인 감사의 경우 각 팀이 연합해서 실시하는 방식을 취하고, 특별 감사의 경우 사내에 마련된 내부신고처를 통해 신고가 들어오면 해당 분야에 대해 지식을 갖고 있는 실사팀을 구성하여 감사에 들어가는 체계 구축

◎ 윤리적 공감대 및 윤리적 문화 정착

- 윤리경영은 기업이념과 경영철학의 실천이자 경영진이 솔선수범하여 구축하는 기업 문화로, 개개인의 실천 노력과 서로간의 신뢰로 완성될 수 있다는 인식 공유

《윤리경영 실천 내용》

◎ 다양한 커뮤니케이션 제도를 활용한 정보공유

- 회사 정보의 투명한 공개를 통해 기업내 원활한 정보공유 문화와 노사간의 신뢰 구축
 - ‘비디오사보’ 발송, 이메일 발송(일간 YK Headline News’)
 - 매월 회사운영현황 자료 및 경영정보 공개설명회 실시
 - 분기별 상세 경영정보공개 및 정기 노사협의회 개최
- 인력운용 및 재무정보에 대한 적극적 정보 공유
 - 노사협의회 생산설비의 증설 및 기업의 신규사업 진출과 같은 활동으로 예상되는 인력운용 체제의 전환 및 신규 채용 계획 공유
 - 기업의 현재 재무적 상황 및 재무 상황에 영향을 미칠 수 있는 경제적 현안 등에 대한 정보를 공유하고 토론

◎ 권한위임을 통한 자율경영 및 책임경영 실현

- 결재단계를 간소화하는 조직 개편 및 권한과 책임위임을 통하여 기업의 효율과 이익 추구
 - 특히 이러한 자율경영과 역할 분담은 상급자로 인해 발생할 수 있는 비윤리적 행위를 원천적으로 방지할 수 있는 구조를 형성하는데 결정적인 역할

◎ 윤리경영 교육 및 행동규범 제정 등을 통한 구체적 실천

- 조직원들이 기업의 윤리적 가치와 자신의 가치가 동일화할 수 있도록 윤리경영 기본 교육 실시
- 윤리적 가치에 대한 실제적인 행동규범(Code of Conduct)을 제시
- 영업분야는 자체적인 워크숍을 통해 영업 과정에서 일어날 수 있는 비윤리적 상황에서 대처할 수 있는 실제적인 기준을 설정하고, 카드(Do's & Don'ts Card)로 제작하여 휴대

유한킴벌리의 행동규범

| 구 분 | 내 용 |
|---------------|---|
| 직무에 관한 윤리 | 회사의 자산과 비밀 정보를 보호하고, 회사 안팎의 정보를 공정하고 정직하게 보고할 책임 규정 |
| 직무활동에 따른 윤리 | 품질, 안전, 사원의 건강과 지역사회, 고객, 공급자, 경쟁자, 사원을 대하는 법적·윤리적 기준 제시 |
| 직무외 사항에 대한 윤리 | 회사가 비난의 대상이 되거나 사원이 처벌의 대상이 될 경우를 제외하고는 사원들의 개인생활을 존중, 직무 이외의 분야에서도 사원으로서 필요한 윤리 준수를 희망 |

《협력업체 윤리경영 실천지원》

— 협의체 구성 및 공동목표 수립

- OEM, 임가공 협력업체 대표자 및 실무자가 참여한 협의체를 구성해 정보를 공유하고, 공동목표 수립을 통한 실천을 지속
- 사업부별 성과와 전략을 공유하고, 유한킴벌리가 지향하는 윤리경영에 대한 공감대를 형성함으로써 상호이익증진과 발전을 위한 파트너십 구축을 추진
- 유한킴벌리의 안전, 품질, 환경, 재무, 자재 분야의 사내 전문가가 협력업체의 수준을 진단해서 취약점을 파악하고, 질적 수준을 높이기 위한 지원 활동

《윤리경영 추진 성과》

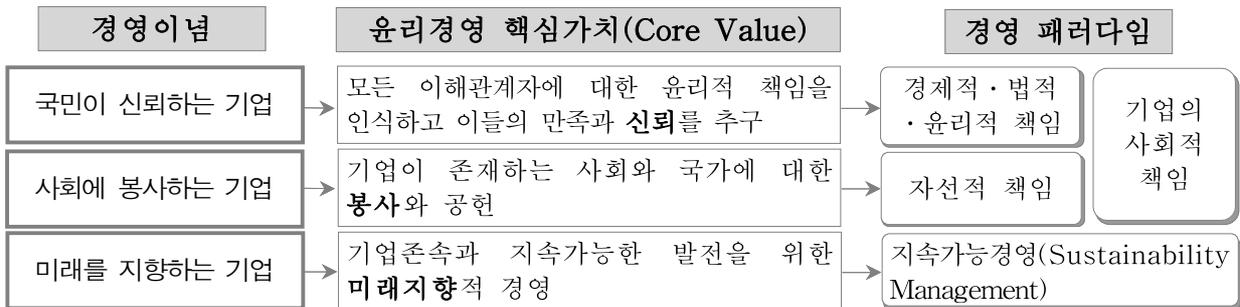
- 2007 한국에서 가장 존경받는 기업 4위 선정(한국능률협회컨설팅)
- 2007 사회적 책임을 가장 잘하는 기업 선정(동아시아연구원, 글로브스캔, 매일경제)
- 2006 유한킴벌리 BEST HRD 인증 획득(교육인적자원부, 산자부, 중소기업청)
- 2006 제1회 지속가능경영대상 민간부문 대상(종합상) 수상(서울과학종합대학원)
- 2006 한국에서 가장 존경받는 기업 선정(한국능률협회컨설팅)
- 2005 존경받는 기업 대상 수상(동아일보, 한국 IBM BCS)
- 2005 한국에서 가장 존경받는 기업 6위 선정(한국능률협회컨설팅)

2. 대한주택보증(주)의 윤리경영 사례*

* 2007. 5. 23일 대한주택보증(주)가 국가청렴위원회에 제출한 자료를 요약, 정리한 것임

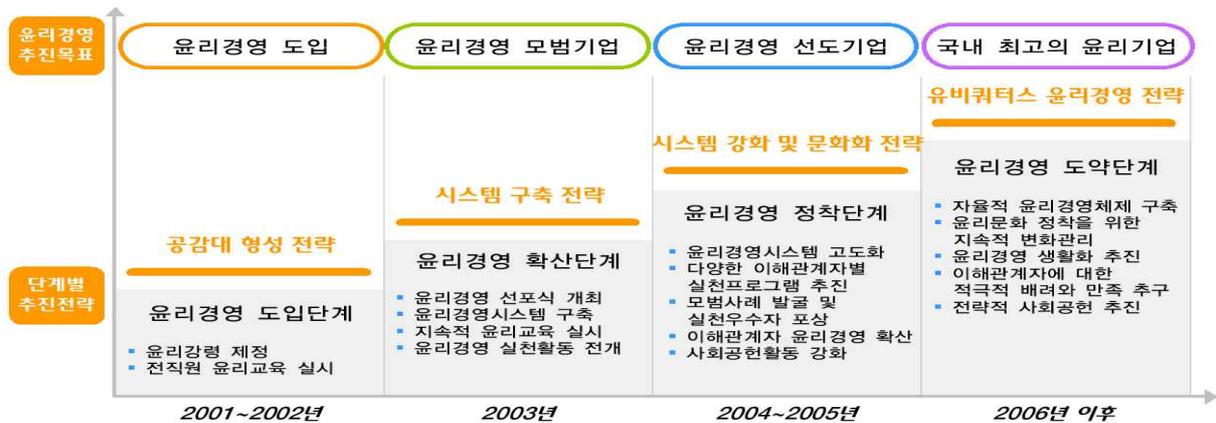
《경영이념과 윤리경영 가치체계》

◎ 경영이념에 뿌리를 두고 '01년 윤리강령 제정을 시작으로 윤리경영을 도입



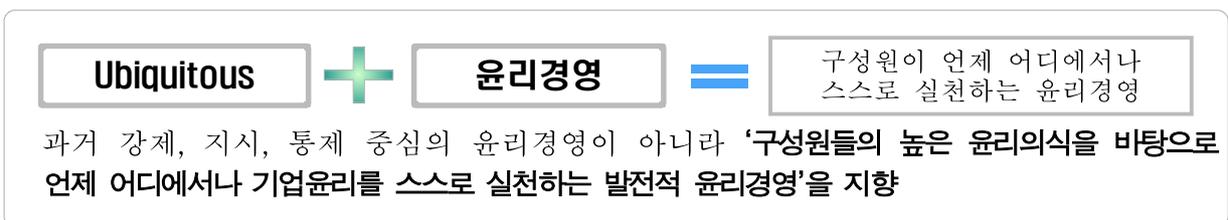
《윤리경영 추진전략》

□ 단계별 추진전략



□ 「유비쿼터스 윤리경영」 추진전략

◎ 유비쿼터스 윤리경영(Ubiquitous Ethics Management)의 개념



◎ 유비쿼터스 윤리경영의 특징(=사람·자율·참여중심 윤리경영)

| 구분 | 기존 윤리경영 | 유비쿼터스 윤리경영 |
|--------------|----------|-----------------------|
| 주체(중심) | 시스템, 제도 | 사람, 윤리의식 |
| 추진방식 | Top-down | Bottom-up, 자율·참여중심 |
| 경영진/추진조직의 역할 | 지시자, 감독자 | 협조자, 지원자 |
| 구성원의 역할 | 피동적 실천자 | 전직원이 계획자·실천자·윤리담당자 |

《윤리경영 실천 프로그램》

◎ 전사적 과제발굴을 통한 연도별 윤리경영 실천계획 수립 추진

- 부서별 자율실천과제 발굴, 과제발굴 워크숍 등을 통해 매년 윤리경영 실천계획을 수립하고 현재까지 약 200여개 과제를 전사적으로 추진

◎ 매년 1인당 최소 20시간 이상의 강도 높은 윤리교육 실시

- 사이버 윤리교육, 윤리경영 Action-learning·워크숍, 특강, 수시 윤리교육, 신입사원 필수교육 등 다양하고 실효성 있는 교육을 전직원에게 실시

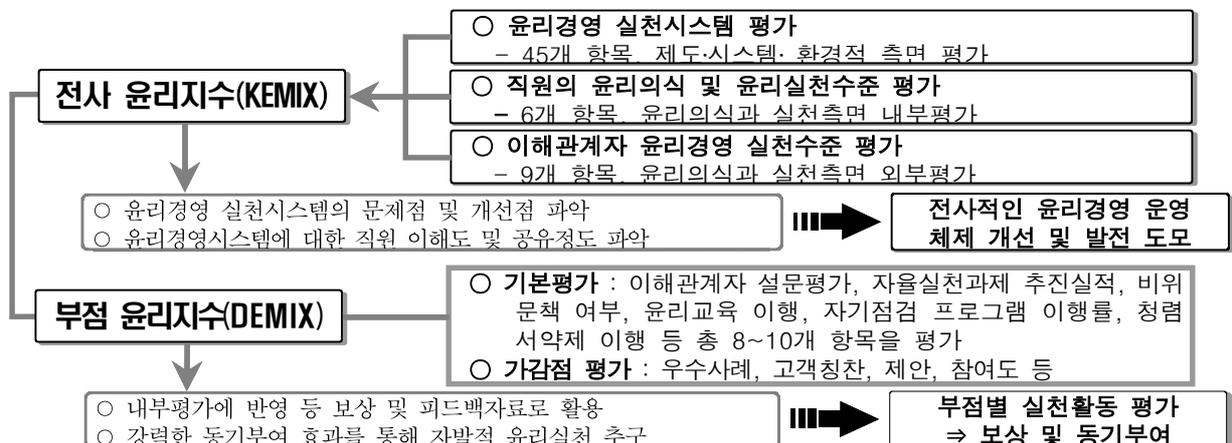
◎ 공기업 최초 윤리의식 자기점검 프로그램 운영

- 2003년 8월부터 매주 월요일 PC를 활용하여 윤리의식 자기점검을 실시 (현재 150여개 점검문항 Pool 운영)하고 윤리지수 평가에 반영

◎ 공기업 최초 윤리지수 평가제도 운영

- 2003년부터 윤리지수(현 DEMIX)를 개발하여 윤리경영 실천활동을 평가하고 이를 성과급 차등과 인사고과에 연계

- 2005년 KEMIX를 신규 개발하여 전사 윤리경영 수준을 진단하고 개선



◎ 윤리경영 실천 고객(주택건설업체) 신용평가 우대 제도

— 윤리경영 실천 주택건설업체에 대하여 신용평가지 가점 부여('06년 78개사 혜택)

◎ 윤리경영 모니터링 및 이행점검 실시

— 매월 : 각 부점 윤리경영 활동보고서를 제출받아 담당임원에게 보고

— 매분기 : 전 부점에 대한 윤리경영 이행점검 실시

— 매반기 : 모든 거래관계 이해관계자에게 윤리경영 설문조사 실시

◎ 자율 윤리실천체계 구축

— 매년 부서별 자율 실천과제(1개이상)를 추진토록 하고 실적을 평가에 반영

— 부점별 자율윤리실천지침 제정 및 자율준수·점검체계 확립

◎ 신입사원 Fresh Monitor 제도 운영

— 신입사원의 참신한 시각으로 불합리한 제도나 관행을 발굴 개선하는 제도

◎ Anytime, Anywhere 윤리경영 공감대 형성

— 윤리명함, 윤리포스터, PC 화면보호기, 포켓가이드, 윤리 칭찬릴레이, 윤리를 마시자 캠페인 등 참신하고 다양한 공감대 형성활동 전개

◎ 내외부 부조리 신고제도 운영

— 최고 20억원의 신고보상금 제도, 사이버신고상담센터, 윤리윤리(6262), 윤리친구(6279) 전화 운영, 대면상담, 우편 등 다양한 신고상담 채널 운영

◎ Global Compact 가입 등 윤리경영 대외 교류·협력

— 윤경포럼('04.5월) 및 윤경 CEO 클럽('06.6월)에 가입하여 적극 활동

— UN Global Compact 가입('07.4.17)

◎ 거래관계 및 경영투명성 제고

— 이사회 과반수 이상(총 11명중 7명)을 사외이사로 구성

— 인터넷 정보공개청구센터와 경영공시 코너 운영

- 학계, 고객, 시민단체 등이 포함된 열린공기업위원회 정기개최
- 회계투명성 확보를 위한 선진 내부회계관리시스템 구축 운영
- 거래투명성 제고를 위한 청렴서약제도 및 Clean 계약이행점검제도 운영
- 모든 법인카드의 Clean-card제 시행 등

《사회공헌활동》

◎ “아우르미” 사회봉사단 활동 및 다양한 임직원 참여 지원제도 운영

- '06. 5월 사회봉사단을 창단하고 1복지시설 결연운동, 사랑의 쌀나누기, 무의탁노인 명절잔치, 수해복구지원 등 활발한 사회공헌활동 전개
- 매칭그랜트(Matching-grant)제도, 사회봉사 마일리지 제도, 연 3일의 유급 사회공헌활동 지원제도 등 임직원 참여 지원제도 운영

◎ 사회복지단체 및 전문기관과의 파트너십 강화

- 영등포구청, 한국 해비타트, 전국사회복지지원재단과 사회공헌 협약 체결

◎ 회사의 업무특성 및 기능에 부합하는 전략적 사회공헌프로그램 운영

- 무주택 국가유공자 주택임차자금 지원, 해비타트 사랑의 집 짓기, 노후주택 개보수, 저소득층 주택임차자금 지원 사업 추진

《윤리경영 추진 성과》

- 2006 한국경영대상 윤리경영 대상(한국능률협회컨설팅)
- 2006 사회책임경영대상 윤리경영 대상 및 자원봉사 최우수상(이코노믹리뷰)
- 2006 국회 보건복지위원회 위원장 윤리경영 표창
- 2006 한국윤리경영대상 공기업 대상(신산업경영원)
- 2006 1사1촌 도농교류 우수기업(농협, 전경련)
- 2004 반부패청렴상 윤리경영 대상(한국부패학회, 클린코리아운동본부)
- 2004~2006 정부산하기관 고객만족도 조사 3년 연속 우수기관(기획예산처)
- 2003~2005 산업자원부 윤리경영 평가 3년 연속 우수기업
- 2003 국가보훈처 보훈문화상 예우증진부문상(국가보훈처)

III. 국내 윤리경영 동향

【 기업 관련 】

◎ KB데이터시스템, 새 비전과 경영이념 선포(5.2)

- KB데이터시스템은 '대한민국 대표 금융 SI기업'이라는 새로운 비전을 설정하고, 동 비전의 효율적 실현을 위해 경영이념으로 고객신뢰, 인재 중시, 창의·혁신, 정도 경영 등을 선포

◎ 공항철도, '윤리경영 선포식' 개최(5.2)

- 공항철도는 임직원과 협력회사 대표 등 130여 명이 참석한 가운데 '윤리경영 선포식'을 개최
 - 동 행사에서는 임직원 기본윤리로 상호 신뢰와 이해를 바탕으로 정직하고 공정하게 업무를 추진할 것과 고객에 대한 윤리로 고객가치를 경영의 최우선으로 고객감동을 추구하며 협력회사와 공정하고 투명한 거래문화를 확립, 상호 협력하는 수평적 관계로 자리매김할 것을 선언

◎ 파주시시설관리공단, 윤리현장 채택 및 윤리경영 선포식 개최(5.7)

- 파주시시설관리공단은 임직원 109명이 참석한 가운데 윤리경영 선포식을 개최하고, 윤리현장을 채택하였으며, 'Clean 공단! 나부터 실천합시다'라는 윤리경영 슬로건을 제정

◎ 우리은행, '윤리경영 선포식' 개최(5.8)

- 우리은행은 임직원 120여 명이 참석한 가운데 윤리경영선포식을 개최
 - 우리은행은 은행장 윤리경영메시지 선포를 시작으로 각 영업본부 및 영업점 단위로 전 직원 윤리서명운동 전개를 통해 분위기를 확산해 나갈 예정이며, 윤리경영 우수영업점 인증제 시행, 국내외 윤리경영 우수기업과의 노하우 공유를 위한 협약 체결 등 10여개의 특별행사도 실시할 계획

◎ **오티스엘리베이터, '윤리규범 실천 서약식' 행사 개최(5.8)**

- 동 행사는 팀장급 이상의 전 직원이 참석한 가운데 윤리담당임원의 우수사례 발표 및 사업부의 사례공유, 윤리규범준수서약의 순서로 진행되었으며, 각 사업부의 모범직원 3명에게 포상도 실시

◎ **한진해운, 공정거래자율준수 프로그램 및 윤리경영 관련 웹사이트 운영 개설(5.11)**

- 한진해운은 이번에 개설된 웹사이트를 통해 공정거래위원회 심결례 및 판례 등 각종 자료 제공, 윤리경영 관련 협력업체 등 이해 관계자들에 대한 온라인 상담과 지원, 개선사항 및 불공정거래행위에 대한 인터넷상의 개선 요청 등의 서비스를 제공할 예정
- 이번 국문판 웹사이트 시행 후 금년 중 영문 및 중문판도 개설함으로써, 운영 범위도 글로벌 지역으로 점차 확대해 나갈 계획

◎ **효성그룹 윤리위원회 설치 계획 발표(5.15)**

- 효성그룹은 체계적인 윤리경영 시스템을 확산시키기 위해 윤리위원회를 설치할 예정
- 효성 윤리위원회에는 각 퍼포먼스그룹장과 본부장이 참여하며 지원 본부 법무팀에서 실무업무를 담당해 사내 캠페인과 윤리서약서, 자율실천지침 등을 통해 윤리경영 가이드라인을 마련하고 내부비리 신고제 등의 실천 프로그램을 가동할 예정

◎ **코스닥상장법인협의회, '클린 코스닥' 선포식 개최(5.15)**

- 코스닥상장법인협의회는 한국증권선물거래소 코스닥시장본부와 공동으로 '클린 코스닥(Clean KOSDAQ) 선포식 및 CEO 조찬세미나'를 개최
- 동 선포식은 일부 기업의 회계부정이나 주가조작이 전체 코스닥 상장기업에 대한 신뢰를 떨어뜨리는 현실을 불식시키고 코스닥시장과 상장기업의 건전한 발전을 도모하기 위해 마련

- 클린 코스닥의 주요 실천 목표로는 주주중시경영, 경영투명성제고 및 기업지배구조 개선, 불공정거래 방지, 윤리경영 정착, 사회공헌활동 전개 등이며, 실천목표별 세부실천 방안으로는 적절한 공시, 적극적 기업홍보 활동 전개, 불공정거래 예방교육 강화, 윤리경영 가이드북 발간 등이 제시됨

◎ 동부증권, 주가 매칭 그랜트제 도입(5.16)

- 동부증권은 부서단위의 사회참여활동 횟수에 회사의 주가를 연동하는 '주가 매칭 그랜트' 제도를 도입
 - 통상의 매칭 그랜트가 임직원의 기부금액 총액에 상응하는 금액을 회사 차원에서도 기부하는 방식인데 반해, 동부증권의 매칭 그랜트는 전 부서의 연간 봉사활동 총 횟수에 사업년도말(2008년 3월말)의 동부증권 주가를 곱해 산출한 금액을 회사 차원에서 기부하는 주가 연동 '매칭 그랜트'라는 점이 특징
- 동부증권은 그동안 윤리경영 프로그램의 일환으로 해마다 부서단위의 자율적인 사회공헌활동을 실시하고 그 결과를 성과평가와 윤리경영 우수부서 포상에 반영해 왔으며, 특히 금년에는 중점 테마로 '복지시설 및 소외계층지원'을 선정해 지속적인 방문봉사활동 및 기부 등을 적극 권고하고 있음

◎ 공기업투명사회협약실천협의회, '비전 및 UN Global Compact 선포식' 개최(5.16)

- 동 행사에서 공기업투명사회협약실천협의회는 지난 2년간의 성과를 바탕으로 '친근하고 신뢰받는 클린 공기업'이라는 새로운 비전과 전략을 발표하고, 인권·노동·환경·반부패의 세계적 기준인 'UN Global Compact'에 공기업들이 앞장 서서 일괄 가입하겠다는 의지를 대외적으로 천명
 - 향후 UN Global Compact 가입과 관련된 절차와 방법을 정리하여 아직 가입하지 못한 공기업 및 민간기업 등으로 전파할 계획

◎ 전국경제인연합회 등, '대·중소기업 상생협력 모범사례 설명회' 개최(5.18)

- 전경련중소기업협력센터와 중소기업중앙회는 상생협력 모범사례 설명회」를 개최
 - 동 설명회는 대기업과 중소기업간 협력 우수기업의 지식과 노하우를 공유하여 상생협력 분위기를 더욱 확산하고 FTA 추진 등으로 급속히 통합되고 있는 글로벌 경쟁환경에서의 상생협력 발전방안을 모색하고자 마련되었음
 - 이날 설명회에서는 삼성전기, 신세계, SK텔레콤, 경남알루미늄의 협력사례가 소개되었음

◎ 독립기념관, 혁신 슬로건 제정(5.21)

- 독립기념관은 경영혁신 추진단 회의를 갖고 올해 혁신 슬로건으로 '혁신, 고객이 만족할 때까지'를 제정
 - 또한 상반기 우선 추진 과제로 노사공동혁신추진단 구성·운영, 혁신 마일리지제도 도입, 투명·윤리경영 실천 등을 선정

◎ 한국벤처기업협회, '벤처윤리인증제' 도입 계획(5.21)

- 한국벤처기업협회는 벤처기업들의 경영투명성 제고를 통한 업계 신뢰 회복을 위해 오는 6월부터 '벤처윤리인증제'를 도입해 시범 평가에 들어갈 예정
 - 이와 함께 '벤처기업 사회공헌상'도 새롭게 제정해 올 연말부터 해마다 수여한다는 방침

◎ 한국토지공사, '아름다운 약속 실천운동' 추진(5.28)

- '아름다운 약속 실천운동'이란 직장과 가족에 대한 책임감을 바탕으로 공직자로서 청렴할 것임을 가족에 약속하고 가족들은 청렴약속에 대한 믿음을 표현한 약속문인 이른바 '아름다운 약속'을 작성하여 가족 사진과 함께 패넬로 제작해 책상 주변에 게시함으로써 고객 및

부서동료들과 청렴실천 의지를 공유하고 공정한 업무수행에 대한 책임의식을 강화해 청렴문화 조성에 기여하자는 자발적인 청렴실천운동을 말함

- 한국토지공사는 우선 감사실부터 실천하고, 점진적으로 확산하여 자발적인 전사운동으로 전개할 계획

◎ 유엔글로벌콤팩트 한국네트워크 추진위원회, '유엔글로벌콤팩트와 한국네트워크 설립' 설명회 개최(5.29)

— 유엔글로벌콤팩트 한국네트워크 추진위원회는 기업인, 교수, 정부 관계자 등 80여 명이 참석한 가운데 '유엔글로벌콤팩트와 한국네트워크 설립' 설명회를 개최

- 동 행사에서는 유엔글로벌콤팩트 현황 및 아태지역 동향과 한국네트워크 설립 추진현황, 기업의 실천 사례 등이 소개됨

— 동 위원회는 외교통상부, UNDP 한국대표부, 유한킴벌리, 전국은행연합회, 국가청렴위원회 등의 관계자 20여 명으로 T/F팀을 구성하여 지난 3월부터 유엔글로벌콤팩트 한국네트워크 설립(2007년 하반기 예정)을 추진해 오

- 향후 유엔글로벌콤팩트 발기인대회를 7월 2일 개최할 예정이며, 7월 5일에서 7월 6일까지 스위스 제네바에서 개최되는 'Global Compact Leaders Summit'에 참석할 계획

【 정부 관련 】

◎ 환경부, '2005년도 화학물질 배출량조사' 결과 발표(5.2)

— 환경부는 화학물질을 연간 1~10톤 이상 취급(제조 또는 사용)한 중업원 30인 이상 2,741개소 사업장을 대상으로 '05년도의 화학물질 배출실태를 조사한 결과, 223종 112,678천톤의 화학물질이 취급되어 이 가운데 212종 47,299톤(취급량의 0.042%)이 환경으로 배출되었다고 밝힘

- 이를 '04년도 결과와 비교하면 취급량은 0.5% 감소(113,188천톤 → 112,678천톤)한 반면 배출량은 7.3%가 감소(51,021톤 → 47,299톤)한 것임
- 환경부는 화학물질 배출량을 줄이기 위해 산업계와 협력해 왔으며, 2,741개 사업장 중 893개 사업장에서 '05년도에 공정개선, 오염방지시설 및 생산기술 개선 등 배출량을 줄이기 위한 다양한 노력을 시행
- 특히 167개 30/50프로그램* 참여사업장의 경우 배출저감기술을 통해 배출량을 상당 수준 줄임에 따라, '01년 배출량 대비, '05년까지 53.5%(8,693톤) 저감
 - * 화학물질 배출저감 자발적협약(30/50프로그램) : 협약사업장이 선정한 배출저감물질을 '01년 배출량을 기준으로 '07년까지 30%, '09년까지 50% 줄이기로 함
- 금년 중에 30/50프로그램을 확대 체결(167개→200개)하고, 우수 저감 사례를 적극 발굴·전파하여 산업계의 자발적 배출저감 활동을 확산해 나갈 계획
- 환경부는 '08년부터 개별 사업장의 배출량 공개가 가능해짐에 따라 각 사업장에서는 지속적으로 배출량 저감노력을 기울여야 할 것임을 특히 강조하고,
 - 배출량조사제도 홈페이지에 배출저감기술, 배출량 산정기법 등 관련 기술정보를 상시 제공하고 업종 및 공정별 특성에 적합한 배출원 관리 및 배출저감지침을 연차적으로 개발해 나가는 한편,
 - 유역·지방환경청별 분과위원회를 활용하여 중소기업 대상 현장진단 및 기술지원을 지속 실시해 나가겠다고 밝힘

◎ 금융감독위원회, 불공정거래·공시위반 현황 분석 및 대응방안 강구(5.3)

- 금융감독위원회는 금융감독원, 증권선물거래소, 상장회사협의회 등 관계기관과 합동으로 최근 증권시장에서의 불공정거래 및 공시위반 현황을 분석하여 대응방안을 마련하고 추진할 계획

— 현황 분석

- 그동안 불공정거래 및 공시위반 방지를 위한 정책적 노력의 결과, 불공정거래 및 공시위반 사건이 크게 감소하여 시장의 투명성이 점차 제고되고 있는 모습
 - * 불공정거래 건수 : ('05년) 180건 → ('06년) 107건 (△40.6%)
 - 공시위반 건수 : ('05년) 1,192건 → ('06년) 858건 (△28.0%)
- 그러나 불공정거래 및 공시위반 사건이 주로 코스닥시장에서 발생하고 있으며, 그 비중도 증가하는 추세
 - 불공정거래의 경우에는 10건중 8건이, 공시위반의 경우에는 10건중 7건이 코스닥시장에서 발생
 - 이는 코스닥시장에서 시세조종 등 불공정거래 유인이 많고, 공시인력 및 교육시스템이 충분히 갖추어지지 않은 것에 기인하는 것으로 보임
 - * 불공정거래중 코스닥 비중 : ('05년) 53.9% → ('06년) 82.2%
 - 공시위반중 코스닥 비중 : ('05년) 52.9% → ('06년) 69.0%
- 한편, 위반사건중 반복적·상습적 위반이 상당수를 차지하고 있으며, 그 비중도 줄어들지 않고 있음
 - 시세조종의 경우 과거 전력자 비중이 15%를 넘어 전문적인 시세조종세력에 의해 다수 발생
 - * 시세조종중 반복위반자 비중 : ('05년) 16.0% → ('06년) 15.1%
 - 정기·수시공시 반복위반기업 비중 : ('05년) 12.5% → ('06년) 11.3%
- 거래소가 시장감시 단계에서부터 혐의 종목에 대해 적극적으로 예방조치하는 것이 불공정거래를 사전에 예방하는데 효과적이었음
 - 2006년 중 증권선물거래소가 투자주의 종목지정 등 예방조치(1,260건)를 활발히 실시한 결과, 불공정거래 혐의로 감독당국에 통보한 건수가 21% 감소

— 대응방안

○ 교육·홍보 강화

- 매년 상장회사협의회 등이 실시하는 교육은 지속적으로 실시하되, 코스닥기업을 주요 대상으로 다음의 특별교육 실시
- 코스닥기업의 공시제도에 대한 이해도 제고를 위해 경영진에 대한 특별교육 실시(거래소, 상·하반기 각1회)
- 불공정거래 규제와 공시제도를 찾아가서 설명하는 방문/지역 교육 실시(거래소 41사, 코스닥상장협 07년중 5회)
- 단기매매차익반환제도에 대한 설명회 개최(금감원·상장협, 07.7월)
- 불공정거래 규제 교육용 동영상 제작(투자자교육협의회, 하반기)

○ 반복위반에 대한 제재강화

- 반복적인 위반사례를 방지하기 위하여 시세조종 등 불공정거래 전력자에 대한 조치기준을 강화하는 방안 추진
- * 검토방안 : 가중조치기한 확대(현행-2년), 가중조치대상 확대(현행-상장기업 최대주주 및 임원, 증권회사 임원·지점장 등)

○ 시장경보체제 강화

- 불공정거래 발생을 원천적으로 예방할 수 있도록 불공정거래 혐의 종목에 대한 시장경보체제를 더욱 강화하는 방안 추진
- * 검토방안 : 투자주의, 이상급등 종목 지정 기준 강화 및 상호연계 강화, 증권·선물회사의 불공정거래 모니터링 기준 강화

◎ 환경부, '제4차 CleanSYS 우수 운영사례 발표회' 개최(5.10~5.11)

- 환경부는 환경부차관, 제주도 환경부지사, 환경관리공단 이사장, 전국의 대기관리 담당공무원 및 전문가, CleanSYS 사업장 및 측정기기 업체관계자 등 약 300여명이 참석한 가운데 '제4차 CleanSYS 우수 운영사례 발표회'를 개최
- 동 행사에서는 CleanSYS*를 활용하여 대기오염물질 배출량을 줄이고 운영비용도 절감한 것으로 평가·선정된 12개 우수사업장에 대한 환경부장관(최우수 4개 업체**) 및 환경관리공단 이사장(우수 및 장려 8개 업체) 포상이 있었으며, 부상으로 포상금을 지급

* CleanSYS는 굴뚝에서 대기오염물질을 배출하는 사업장의 자동측정기기에서 측정된 실시간 측정데이터를 온라인으로 수집·저장하고 감시 및 관리하기 위한 첨단 환경정보시스템

** 한국동서발전(주) 당진화력, SK(주), 국민산업, (주)포스코 포항제철소

◎ 기획예산처, '공기업·준정부기관 비상임이사·감사 직무수행실적 평가계획' 의결(5.16)

- 기획예산처는 제4차 공공기관 운영위원회를 개최하여 공기업·준정부기관의 비상임이사·감사 등의 직무수행실적 평가를 위한 평가기준과 방법, 절차 등을 규정한 '공기업·준정부기관 비상임이사·감사 직무수행실적 평가계획'을 의결
 - 이에 따라 공기업과 준정부기관의 비상임이사 및 감사에 대한 직무수행실적 평가가 내년부터 실시될 예정
- 비상임이사에 대한 직무수행실적 평가는
 - 재임 중의 실적에 대하여 임기 중 1회 실시되며, 이사회에의 기여도, 의사결정의 합리성, 조직 운영에의 기여도, 정부정책 부합성 등을 평가

- 최초의 평가는 '08.8월 이전에 임기가 만료되는 비상임이사를 대상으로 '08.1월에 시행될 예정이며, 평가결과는 3등급으로 구분, 임명(제청)권자에게 통보되어 연임, 해임 등 인사 판단의 근거로 활용

— 상임 감사에 대한 평가는

- 당해년도의 직무수행실적을 다음년도 3~6월에 기관 및 기관장 경영평가와 함께 실시
- 평가내용은 자체감사의 적정성, 외부 감사결과, 경영실적 평가결과 등으로 객관적인 외부전문가(경영평가단)에 의해 평가
- 평가결과는 인센티브 성과급의 지급률 결정과 연임·해임 등 인사 판단의 근거자료로 활용될 예정

— 또한, 공공기관운영위원회는 금년도 혁신추진목표, 혁신과제를 주요 내용으로 하는 「2007년 공공기관 혁신추진계획」을 의결

- 그동안 한전, 도로공사 등 222개 기관을 대상으로 시행해 왔으나, 금년부터는 금융감독원, 국립대학교병원 등 76개 기관이 추가되어 298개 전체 공공기관으로 확대 적용
- 동 계획에서는 금년도 혁신목표를 투명·책임경영 정착과 혁신성과의 가시화로 정하고, 3대 영역(투명·책임경영 정착, 국민체감 혁신 성과 창출, 혁신내재화), 10개분야에 걸쳐 공공기관이 추진해야 할 경영혁신 추진과제를 제시
- 각 공공기관은 제시된 계획에 따라 기관별로 경영혁신 전략·계획을 수립·추진하고, 추진실적은 내년초 혁신평가를 통해 확인·점검할 예정
- 기획예산처는 혁신컨설팅, 혁신아카데미, 멘토링 등을 통해 공공기관의 혁신 추진을 지원할 계획

◎ 환경부, '07년 1/4분기 환경오염물질 배출업소 단속결과 발표(5.23)

- 환경부는 전국 92,346개소의 환경오염물질 배출업소를 대상으로 '07년 1/4분기 중 20,239개 업소를 단속한 결과, 환경 법령을 위반한 941개 업소를 적발·조치하였다고 발표

- 이번에 적발된 941개 업체의 위반내용은 배출허용 기준초과 291개소, 비정상가동 83개소, 무허가 270개소, 기타 297개소로 나타났으며,
 - 이들 적발업체 중 377개 업소는 사법당국에 고발(366개 업체는 행정처분과 고발 병과)하였고, 136개 업체는 폐쇄명령, 140개 업체는 사용중지, 99개 업체는 조업정지 하였으며, 위반내용이 비교적 경미한 555개 업체는 개선을 명하거나 경고
- 전년도('06년) 같은 기간 단속결과와 비교해 보면,
- 단속업소 수(20,482 → 20,239)와 위반업소 수(1,080 → 941)가 각각 243개소, 139개소로 감소하였으며, 단속업소에 대한 적발율도 0.7%p 낮게(5.3% → 4.6%) 나타남
 - 이는 자율적인 환경관리 능력을 갖추고 평소 환경관리가 양호한 사업장에 대해 정기점검을 면제해 주는 “자율점검업소”를 현재까지 6,530개소('06년 3,282개소)로 확대·지정한 것도 하나의 요인인 것으로 추정됨