

전문가 칼럼

솔직한 소통의 콜라보레이션 리더십으로



김종식
서울과학종합대학원 (aSSST) 교수

우리들은 직장에서 본인의 생각을 상사에게 얼마나 솔직하게 전달할까요? 상사와의 솔직한 대화는 과연 가능한 것일까요? 솔직함의 값은 대단히 비싼 것임을 한 연구 결과는 보여줍니다.

미국에서 직장 생활을 하는 사람들의 59%는 회사의 손실이 10억 원 정도 이상이 되지 않는다면 윗사람에게 본인의 생각을 솔직하게

나누지 않는다고 합니다. 그리고 29% 정도의 직장인들은 약 100억 원 정도의 손실이 예견될 상황에서야 윗사람에게 솔직하게 본인의 생각을 털어놓을 것이라는 연구 결과가 있습니다. 여러분은 이 질문에 대하여 어떻게 대답하셨습니까?

조직 생활에서 일어나는 문제에 대한 솔직한 생각을 윗사람에게 전달했을 때의 대가는 매우 클 수 있습니다. 최근 우리나라 군대 내에서의 인권 유린 사태의 조사 결과는 솔직한 문제 제기가 얼마나 어려운 일인지 잘 보여 줍니다. 많은 경우, 상급자의 인권 유린 문제를 제기한 병사들은 상급자나 동료들에게 왕따를 당하거나 심각한 보복성 2차 피해에 대한 두려움으로 문제 제기를 하지 않는 것이 이익이라는 폐쇄적 문화를 만들었다고 합니다.

미국 국무부의 고위 공무원으로 근무하던 피터 벤 뷰렌은 이라크 재건 사업 과정에 많은 예산 낭비와 비리가 행해지고 있다는 사실을 외부에 폭로하여 해고당했습니다. 그는 미국 정부의 블랙리스트에 그 이름이 올라 동네 잡화점에서 시급을 받으며 근근이 살아가고 있다고 합니다. 보안사항을 위반했다는 것이 그 표면적 이유이지만 부끄러운 사실이 외부로 알려진 것에 대한 정치적인 보복을 받게 된 것이지요.

이런 경우에서 보듯이 내부의 잘못된 문제점을 제기하거나 신고를 한다는 것은 때로는 불이익과 보복을 감수하여야 하는 어려운 일입니다. 윤리경영 시스템을 채택하고 내부신고 제도를 만들었다고 해도 조직원들이 솔직하게 말하고 행동할 수 있는 문화가 형성되지 않는다면 그 효과는 미비하게 됩니다. 여러분이 조직에서 상사라면 팀원들의 생각을 몇 퍼센트나 적극적으로 수용하나요? 또 여러분이 조직에서 팀원이라면 몇 퍼센트 정도 상사에게 자신의 솔직한 생각을 나눈다고 생각하나요? 팀원의 생각이나 제안을 적극적으로 지원하고 본인과 다른 생각을 하거나 동의를 하지 않아도 불쾌해하지 않는 상사들이 많은 조직이라면 그런 조직은 당연히 좋은 성과를 내게 된다는 것은 많은 조직 연구에서 충분히 입증된 사실입니다. 따라서 저조한 성과에 직면한 조직일수록 조직원들이 새로운 생각을 하는 것을 두려워하지 않도록 조직 문화를 형성해야 하며 그런 임무는 결국 상사들과 최고 경영자의 몫이 됩니다. 그런데 안타깝게도 성과가 좋지 않은 조직은 종종 그 반대의 현상을 보입니다. 단기적 성과를 올리고 싶은 상사들은 팀원들을 지시와 명령으로 다루게 되고 팀원들은 점점 솔직한 생각을 감추게 됩니다. 그 결과로 조직은 활력을 잃게 되어 성과는 더욱 나빠지겠지요. 또 윤리적 조직을 만드는 촉매제 역할을 하는 솔직한 소통이 줄어들면 조직은 종종 윤리 둔감증에 빠지게 됩니다. 성과가 나쁜 조직에서 비윤리적인 행동이 많아지는 이유입니다.

따라서 기업이든 국가이든 윗사람의 역할은 아래 사람들을 질타하거나 쥐어짜는 것이 아니라 아래 사람들의 솔직한 생각을 장려하고 수용하여 조직이 나가야 하는 전략과 목표를 팀원들과 더불어 논의하고 결정하는 리더십을 보이는 것이라고 생각합니다. 바로 개방과 참여의 리더십이겠지요. 우리나라가 지금 정치, 사회, 기업 전반에 걸쳐 절실하게 필요한 리더십이 바로 이런 콜라보레이션 리더십 (Collaboration Leadership)이 아닐까요?

이런 리더십이 사회 곳곳에서 발휘되어 우리나라가 좀 더 서로 신뢰하고 발전하는 사회가 되어 가기를 기원합니다.

최근 국내외 동향

:: 국내 윤리경영 동향

계약업계의 적극적인 윤리경영 동참 의지

한국계약협회가 회원 제약사들을 대상으로 협회 윤리헌장 선포와 관련한 후속 조치 동참에 대해 1차 조사한 결과, 회사 차원에서 준법 경영 선포식을 갖거나 자율준수관리자를 지정하는 등 윤리경영에 선도적으로 참여하는 제약사가 39곳으로 조사됐다고 밝혔다. 실제 큰 제약사들을 중심으로 CP등급 획득을 위한 준비작업도 이뤄지고 있는 것으로 알려져 윤리경영을 위한 개별 제약사들의 움직임이 점차 가시화될 전망이다. 이처럼 제약업계의 리베이트 근절 노력이 행동으로 이어지고 있다.

에너지관리공단, '자발적 탄소감축제' 장려

정부가 기업 스스로 온실가스 배출절감을 위해 힘쓰는 자발적 탄소 감축제도를 장려하고 있다. 에너지관리공단은 국내에서 추진 중인 태양광 발전사업의 자발적탄소감축제도(VCS) 인증 심사에 착수했다고 밝혔다. VCS사업은 민간부문에서 공동 설립한 국제적인 자발적 탄소인증제도로, 온실가스 감축으로 얻은 온실가스 감축량은 기업의 사회적 책임과 친환경 이미지 향상에 활용된다. 특히 선진국의 의무 감축에 활용될 목적으로 추진되는 유엔기후변화협약의 청정개발체제(CDM)사업과 달리 기업의 사회적 책임차원에서 거래가 이루어지고 있어 다른 시장에 비해 자발성이 높은 제도로 평가받고 있다.

문화 사회공헌으로 문화 선진국 만들어가는 기업들

전국경제인연합회가 8월 '문화가 있는 날'을 맞아 주요 기업들의 문화예술 사회공헌 활동을 조사한 결과, 50여 년간 기업들의 문화 예술 투자가 크게 확대됐다고 밝혔다. A기업은 경연대회를 통해 연극·뮤지컬 전공 대학생들에게 꿈을 펼칠 기회를 주고 있으며, 수상자들에게는 브로드웨이 연수, 오디션·캐스팅 기회 등 다양한 특전을 제공하여 재능 계발을 지원하고 있고, B기업은 저소득층

아동들의 예술체험을 돕는 프로그램을 진행하는 등 기업들이 문화 예술 분야에 대한 사회공헌으로 문화 선진국을 만드는 데 일조하고 있다.

:: 해외 윤리경영 동향

담배기업의 사회적 책임 이슈

전 세계적으로 윤리경영의 중요성이 확산되면서 담배기업의 사회적 책임 또한 부각되고 있다. 담배기업의 윤리경영은 윤리강령 활용여부, 책임 있는 마케팅, 담배 관련 이슈에 대한 체계적 대응, 인체에 덜 해로운 니코틴 제품 개발 및 판매 등이 주를 이룬다. 특히 담배기업들은 담배산업의 핵심문제인 '담배가 건강에 미치는 영향력', '미성년자 흡연문제' 등에 민감하며 윤리경영 측면에서 핵심이슈는 '과학적 근거 자료의 타당성' 문제와 '아동노동' 문제다. 담배 유해물질에 관한 과학적 사실이 은폐되거나 과장된 정보가 유출됐을 때, 이는 담배기업 최대의 비윤리적 행위로 간주된다.

주폴란드대사관, 기업의 사회적 책임 길라잡이 발간

주폴란드대사관은 '해외 진출 우리 기업의 사회적 책임' 지원 사업의 일환으로 '우리 기업을 위한 CSR 길라잡이' 책자를 발간하였다. CSR 길라잡이 책자는 현대적 개념의 CSR에 대한 정의, 노사관계 관리, 환경보호, 인권보호, 공정경영, 소비자 권리 증진, 지역사회 참여 등 CSR 관련 분야 소개, 국내외 주요 CSR 사례들을 주요 내용으로 담고 있다. 이번 CSR 길라잡이 책자는 글로벌 기업을 꿈꾸는 우리 기업들이 CSR의 세계적인 조류를 이해하고 CSR 활동의 방향을 설정하는데 도움을 줄 것으로 기대된다.

투명하고 안전한 제품을 위한 안전인증 서비스

미국의 안전인증기관인 '보험협회 안전시험소(UL: Underwriters Laboratories)'는 최근 '정보 및 인사이트' 부서를 신설하여 제조업체와 판매업체가 지속가능성을 확보한 제품을 제조 및 판매할 수 있도록 3가지 서비스를 제공하고 있다. 첫 번째로 원재료 검색 엔진 서비스, 두 번째로 공급사슬 투명성 플랫폼 서비스, 세 번째로 최종 소비자에게 제품의 생산부터 폐기까지 건강과 환경, 사회에 영향을 미치는 모든 정보를 제공한다.

윤리경영 체계 가이드런스

기업윤리 브리프스에서는 기업들이 윤리경영을 추진하는데 있어 방향성을 제시하고 윤리경영 시스템을 보다 효율적으로 정비할 수 있도록 윤리경영 가이드언스를 제공하고 있다. 이번 호 윤리경영 체계 가이드언스에서는 그 여덟 번째 시간으로 '위반행위 신고 및 신고자 보호제도 운영'에 대해 알아보려고 한다.

위반행위 신고 제도의 의의

기업의 윤리강령이 위반될 경우 신속히 문제를 해결해야 하는데, 이를 위해 필요한 것이 바로 위반행위를 신고할 수 있는 제도인 '헬프라인(내부자 고발제도)' 운영이다. 헬프라인은 기업 내 직원이 기업의 윤리강령에 위반되는 행동을 하였을 때 이를 찾아내기 위하여 설치하는 윤리경영 시스템 중 하나이다. 이 제도를 운영하는 목적은 임직원의 관리를 통해 명성의 실추, 경쟁력의 감소, 직원의 생산성 감소에 의해 초래되는 리스크를 감소시키기 위해서이다.

사례

신뢰 받는 기업이 되기 위한 헬프라인 도입

A기업은 조직 내부의 비윤리적 행위를 사전에 예방하고 고객으로부터 신뢰받는 기업으로 거듭나기 위하여 임직원 비리행위에 대한 익명신고시스템 헬프라인을 도입했다. 임직원의 위반행위 사실을 알고 있는 기업 내·외부인은 누구나 해당 기업 홈페이지에 접속하거나 스마트폰을 이용하여 신고할 수 있다. 신고내용을 심사하여 보상금 지급요건에 해당하면 신고자는 보상금을 지급받게 된다.

- 리스크 관리 전략으로서의 헬프라인

윤리경영 실천에 있어 중요한 헬프라인 시스템이 성공적으로 수행되기 위해서는 몇 가지 주의사항이 요구된다. 우선, 신고자의 익명성을 철저히 보장해야 하며, 신고자가 조직에서 소외될 수 있다는 염려 때문에 고발을 망설이는 경우가 없도록 위반행위 신고의 중요성에 대해 교육하고 대화해야 한다. 또, 기업의 헬프라인 상황을

☞ 3면에서 계속됩니다.

윤리경영 스테디

이번 호 윤리경영 스테디에서는 글로브스캔과 서스테이너빌리티가 공동으로 연구한 조사 결과를 통해 기업의 투명성 확보 노력에 대해 소개하고자 한다.

지속가능기업을 만드는 기업의 투명성 확보

국제여론조사기관 글로브스캔(GlobeScan)과 지속가능경영 연구 및 컨설팅으로 명성 높은 서스테이너빌리티(SustainAbility)가 공동으로 연구한 이 보고서는 기업의 투명성이 기업에 보다 큰 가치를 가져다 준다는 것을 보여준다. 조사는 전세계 69개국의 지속가능성 전문가 491명을 대상으로 2014년 6월부터 7월까지 온라인 설문조사에 답하는 방식으로 이루어졌으며, 조사 결과는 기업의 투명성 확보 노력에 대한 통찰력을 제공하고 있다.

기업의 투명성을 위해 가장 필요한 해결책

조사에 참여한 응답자 중 79%는 기업의 투명성이 기업의 지속가능경영 실천에 긍정적인 영향을 가져다준다고 답했다. 기업의 지속가능성을 발전시키는 투명성을 확보하기 위한 해결책 중에서 가장 중요하고 가능성이 있는 해결책으로 뽑힌 2가지는 '모든 대기업들의 비재무적 성과 보고서 의무화 요구(45%)'와 '투자자들의 통합보고 요구 증가(43%)'였다. 그 다음으로는 '보다 많은 이해관계자들의 투명성 요구(35%)', '외부 회계감사의 명확한 방법론(29%)' 등이 필요한 해결책으로 꼽혔다.

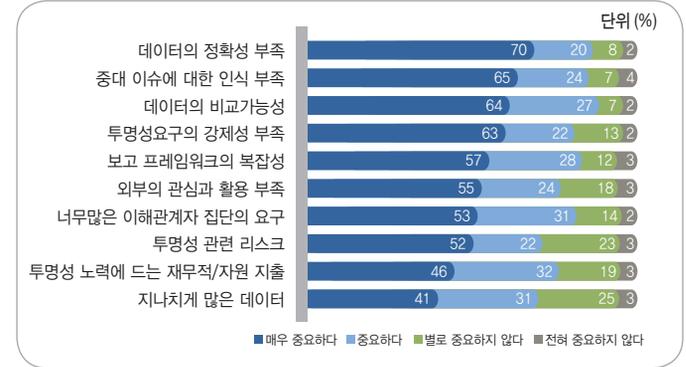
Q. 기업의 투명성 확보를 위해 가장 필요하다고 생각하는 해결책은 무엇입니까?



조직 내의 투명성 확보를 방해하는 요소

기업이 투명성을 확보하는 데 있어 장벽으로 작용하는 요소의 중요도를 묻는 질문에서는 '데이터의 정확성 부족(중요하다, 90%)', '중대 이슈에 대한 인식 부족(중요하다, 89%)', '데이터의 비교가능성(중요하다 91%)', '투명성 요구의 강제성 부족(중요하다, 85%)', '보고 프레임워크의 복잡성(중요하다, 85%)' 등으로 나타났다.

Q. 기업이 투명성을 달성함에 있어서 잠재적인 장벽들이 존재합니다. 다음의 잠재적인 장벽으로 작용하는 요소들의 중요도를 어떻게 생각하십니까?



조직 내의 투명성 확보를 위한 다양한 방법

또한, 조사 응답자들은 기업의 투명성 확보를 위한 다양한 방법 중 기업의 의사결정을 이끌어내고, 기업의 지속가능한 변화를 야기 하는데 가장 큰 도움이 되는 방법으로, '외부기관의 평가·보고(중요하다, 89%)', '지속가능경영 보고서(중요하다, 87%)', '통합보고(중요하다, 85%)', '등급 및 순위 평가(중요하다, 82%)', '고객 대응 웹사이트/ 어플리케이션(중요하다, 77%)', '라이브 스트리밍/ 잦은 온라인 업데이트(중요하다, 70%)', '정보 공유를 위한 소셜 미디어 사용(중요하다, 67%)'의 순서대로 응답하였다.

▶ 결 어

글로브스캔과 서스테이너빌리티의 보고서에 따르면 기업 내에서 투명성을 확보하기 위한 변화를 시도하다 보면 많은 장벽들을 만나게 되지만, 투명한 기업 경영 사례도 지속적으로 늘어나고 있다. 기업의 투명성 확보는 윤리적 리스크를 감소시켜 기업 경쟁력을 제고하고 장기적인 기업 가치를 통해 지속가능한 기업을 만들어주는 필수적 요소라는 것을 잊지 않는 것이 중요하겠다.

☞ 2면에서 이어집니다.

외부에 공개하여 이해관계자들이 알 수 있도록 공표하고, 문제가 되는 부서와 위반행위의 내용을 파악하는 데이터베이스를 구축하여 위반행위를 예방하는 것이 좋다.

위반행위 신고 활성화의 관건, 신고자 보호

기업의 임직원들은 위반행위를 목격하고도 보복성 불이익이나 업무상 차별을 당할까봐 염려하여 쉽게 고발하지 못하고 있는 것이 현실이다. 따라서 위반행위 신고를 활성화하는 데 있어 관건은 신고자의 신분 보호에 있다. 기업은 위반행위 신고자에 대한 보상에만 신경 쓸 것이 아니라, 신분보장과 기밀보장 프로그램유지, 임직원이 보복의 두려움 없이 문제를 제기할 수 있는 프로세스

마련 등 신고자를 보호하는 제도까지 갖추어야 한다. 최근에는 많은 기업들이 신고자의 신원을 보호하기 위하여 헬프라인을 외부 기관에 위탁하고 있다.

사례 신고자의 신원을 보호하는 헬프라인 시스템

B기업은 신고자의 익명성이 보장되는 '익명신고제'를 도입하였다. 이 기업의 헬프라인 시스템은 익명성을 보장하기 위해 IP 추적 차단 기술 적용과 암호화된 보안서버로 운영되며, 접수된 내용은 운영담당자 1인만 볼 수 있는 시스템으로 운영되고 있다. 신고자는 PC와 스마트폰 중 편리한 방법으로 익명신고가 가능하며 신고자 본인이 설정한 비밀번호를 입력하여 처리결과를 확인할 수 있다.

*다음 호에서는 '윤리경영 평가 및 보상제도 운영'에 대해 이어집니다.

업종별 윤리경영 사례

이번 호 업종별 윤리경영 사례에서는 카드업계 비윤리경영의 이슈와 문제점을 살펴보고 긍정적 윤리경영 사례에 대해 알아보고자 한다.

카드사용은 현대인의 생활 깊숙이 자리 잡고 있다. 2012년 말 기준 국내총생산 대비 신용카드 사용액 비중이 한국은 38.2%로, 캐나다(19.4%)·호주(16.7%)·미국(15.0%)·영국(7.6%)보다 훨씬 높았다. 하지만 신용카드 사용량이 많은 반면 올해 초 발생한 카드사 정보유출 사태로 카드업계 전체의 신뢰도와 이미지가 추락하였다. 확연히 줄어든 신용카드 발급 추이를 살펴보면 고객들의 실망을 짐작할 수 있다.

카드업계 '신뢰가 생명이다'

카드업은 고객과의 신뢰 구축이 필수적이며 높은 윤리의식이 요구되는 업종이기 때문에 이러한 불미스러운 사건 이후, 카드사는 '전 임직원 이 고객 가치보호를 최우선으로 삼아야 할 것', '고객 신뢰 없이는 미래도 없다' 등의 의지를 내걸고 다짐선언식을 진행하며 신뢰 회복에 대한 의지를 굳건히 하였다.

사례 사상최대 고객정보유출 사고를 부른 미흡한 내부보안 관리

지난 1월 1억580만건의 카드사 고객정보가 유출된 사상최대 고객정보 유출 사고로 금융서비스 이용자들이 충격에 휩싸였다. 내부직원과 IT수탁기업 등 파견업체 직원이 금융사 전산망에 접근하여 개인정보를 유출해 팔아넘긴 것이다. 이번 사고는 카드사 내부보안관리체제가 여전히 미흡하다는 점과 돈이 되는 개인정보 불법 유통 문제의 심각성을 다시금 드러낸 사건이었다.

불완전판매로 이어지는 과열된 실적 경쟁

영업정지로 인한 타격을 줄이기 위한 카드사들 간의 실적 경쟁이 어느 때보다도 치열해졌다. 카드사들의 경쟁은 거리 모집, 과다 경품 제공 등 불법 모집으로 이어졌다. 이를 해결하기 위해 금융감독원이

'신용카드 불법모집 종합 대응방안'을 마련하여 시행한 결과, 신고 접수실적이 약 5배나 증가하고 불법 인터넷게시물을 적발하는 등의 성과를 거두었다.

사례 카드사 거리 불법 모집

전화나 문자메시지, 이메일 등의 방식으로 고객 모집이 어려워지면서 카드사 영업 직원들은 대형마트와 백화점, 놀이공원 등에서 사실상 호객행위에 가까운 대면영업에 집중하고 있다. 현행 여신전문금융업법은 신용카드 가입 시 사은품을 연회비의 10%이내로 제한하고 있지만 이들은 허용 범위를 훌쩍 뛰어넘는 금액을 현금으로 주거나 수십만원 상당의 사은품을 제공하는 등 탈·불법을 서슴지 않고 있다.

신뢰 기업으로 거듭나고자 노력하는 카드업체

반면 현재 카드업계는 신뢰 회복을 위해 완전판매를 통한 정도영업, 고객정보 보호, 사회공헌 등 다각적인 방면으로 총력을 기울이고 있으며, 불완전판매 행위에 대한 처벌을 강화하여 운영하고 고객정보를 최소한으로 활용하는 상품을 출시하고 있다.

사례 '신뢰가 실력' 강조하는 카드사들

카드사들은 고객들의 마음을 되찾기 위해 훼손된 신뢰 회복에 전사적 역량을 투입하고 있다. A 카드사는 종합대응 TF팀을 발족하여 정보보안 관련 대책을 만들어 내고 있으며, 기술적으로도 외주인력의 지문 인식 기능 추가, 클라우드 PC 환경 구축 등에 나섰다. B 카드사의 경우 기업 차원에서 정보보안본부를 신설했으며, 내년까지 1,000억원을 투자해 국내 최고 수준의 보안 시스템을 구축할 예정이다.

▶ 결 어

카드업계는 고객 신뢰 회복을 위한 대책 마련에 동분서주하고 있다. 회사별로 구체적 대책은 다르지만 크게 보면 과거의 '양적 확대'에서 고객에게 다가가는 '질적 확대'로 변화하고 있는 것을 볼 수 있다. 변화를 이끌어 낸 계기는 비록 좋지 않았지만, 그로 인한 노력과 변화를 통한 결과는 지속가능한 카드업계를 만들어내는 윤리경영이길 바란다.



국민권익위원회 '청렴정책 전수과정'

국민권익위원회(위원장 이성보)는 민간기업의 청렴문화 확산과 윤리경영 인식 향상을 위해 31개소 45명의 기업 윤리경영 담당자와 임직원을 대상으로 9월 18일 '청렴정책 전수과정'을 개최하였다. 청렴정책 전수과정은 1일 교육과정으로 '신고자 보호보상제도', '우수 청렴제도', '청렴도 진단모델 및 분석기법', '행동강령' 등에 대한 강의로 구성되었다.

이번 교육에서는 교육 참여자들 간의 정보 교류의 장을 마련하고, 의견을 적극적으로 개진할 수 있도록 간담회 시간을 가졌는데, 간담회에서는 기업 내부에서 '내부신고제도'가 정착하는 것에 대한 어려움과 이를 해소하기 위하여 각 기업에서 활용하고 있는 방법이 논의되었다. 또한 윤리경영 활성화를 위해서는 지속적으로 교육 등 임직원에게 윤리경영 내재화를 위한 노력이 필요한 반면에 대부분의 콘텐츠가 과거의 내용을 그대로 활용하고 있어 열악한 상황임을 알 수 있었다.

한편 교육 참여자들을 대상으로 간단한 윤리경영 서베이가 실시되었는데, 조사 결과 윤리적 문화 확산으로 인한 효과로 '사업 성과와 장기적 가치 증대' 54%, '법과 규제의 준수' 23%, '기업 미션과 가치를 위한 임직원 의무 이행' 23%로 나타났다. 이 결과 윤리적 문화 확산이 장기적으로 기업의 경제적 성과를 높이고 기업 가치를 증대시킨다고 여기는 것을 알 수 있었다.





윤리경영 One Point Lesson

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

Q 회사 내 비윤리적 행위에 대한 내부 신고 활성화를 위해서 기업은 어떤 노력을 해야 할까요?

A 기업의 부정부패를 척결하기 위해서는 기업 내 구성원들의 내부 신고가 반드시 필요합니다. 부정부패는 점점 더 지능적이고 은밀하게 숨어들어 조직 외부에서 발견하기 어렵고, 기업에 미치는 악영향이 매우 크기 때문입니다.

따라서, 내부 신고 활성화를 위해서는 최소한 신고자의 익명성을 철저히 보장하는 시스템을 갖추어야 하고, 내부 신고 제도에 대한 신뢰를 구축해야하며, 신고자에 대한 적절한 포상을 실시하는 등 동기를 부여해야 할 것입니다.

특히 신고자 익명성 보장을 위하여 기업 외부의 독립적인 기관을 통한 신고 제도를 갖추거나 내부에서 제도를 운영할 경우 익명으로 조사 및 심의가 이루어지고 신고자 정보에 대한 접근권한을 엄격히 제한하는 등의 다양한 장치를 마련할 필요가 있습니다. 무엇보다 내부신고제도에 대한 신뢰 구축이 중요하므로 내부신고제도에 대한 내용 뿐 아니라 내부신고제도를 통한 긍정적 효과와 실제 사례를 홍보하는 것도 효과적일 것입니다.

또한, 내부 신고는 매우 용기있는 행동으로서 기업의 윤리경영과 지속가능한 발전을 위해 반드시 필요하다는 사실을 임직원들이 인식할 수 있도록 교육을 강화해야 할 것입니다.

10월 국내외 행사를 소개합니다!

사회적기업월드포럼 2014

사회적 가치를 창출하는 사회적기업과 이를 통한 사회적 변화의 중요성을 환기시키는 포럼이 개최될 예정

- 주최 : (재)함께일하는재단
- 일시 : 2014년 10월 14일(화)~16일(목)
- 장소 : The K 서울호텔

한-영 반부패 세미나

국제 반부패 동향 및 영국의 반부패법 등을 소개하고 국내 및 다국적 기업의 반부패 전방의 정책, 시스템, 리스크 평가, 우수사례 공유를 위한 세미나 개최 예정

- 주최 : 유엔글로벌콤팩트 한국협회
- 일시 : 2014년 10월 27일(월)
- 장소 : 서울글로벌센터(종로)

Sustainability Forum 2014

지속가능한 기업의 미래에 대해 논의하고 지속가능경영을 수행하고 있는 다른 기업들과 교류할 수 있는 기회의 장이 마련될 예정

- 주최 : Global Sustain
- 일시 : 2014년 10월 3일(금)
- 장소 : Athens, Greece

The Global Green Growth Forum(3GF) 2014

*3GF 파트너 국가들의 녹색성장 경험을 공유하고 장기적인 친환경 성장을 이룩할 수 있는 해결 방안을 논의할 예정

- 주최 : 3GF 파트너국
- 일시 : 2014년 10월 20일(월)~21(화)
- 장소 : Copenhagen, Denmark

*3GF : 녹색성장을 위한 기업, 투자자, 공공기관을 연결하는 글로벌 민관파트너십.

윤리경영 퀴즈

다음 중 기업 내 임직원이 기업의 윤리강령에 위반되는 행동을 하였을 때 이를 찾아내기 위해 설치하는 윤리경영 시스템인 ‘헬프라인’의 효과가 아닌 것은 무엇인가?

- 1) 부패 방지 효과
- 2) 윤리적 리스크 감소 효과
- 3) 기업 청렴문화 향상 효과
- 4) 신고자 보복 효과

정답을 보내주신 분 중 5명을 추첨하여 소정의 상품을 보내드립니다.

● 지난해 정답 : 2번, 온라인 유통 채널

● 정답 제출처(25일 까지)

국민권익위원회 민간협력담당관 담당자 양점남(did911@korea.kr)

※ 정답과 함께 성함, 연락처, 주소(상품을 받아보실 수 있는 곳)를 적어 25일까지 보내주십시오.

● 지난 호 퀴즈 정답자는 전용덕님, 양춘자님, 이정박님, 김희선님, 안경민님입니다.

※ 보내주신 주소로 상품권을 발송해 드리겠습니다.

*** 축하드립니다!**

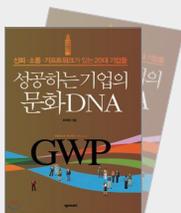
Yes 준비! Ok 윤리!

발송인 불명...어떡하지?



자료제공 : 교보생명 (그림 안중만)

새로운책 소개



성공하는 기업의 문화 DNA
- 신뢰 · 소통 · 기프트워킹이 있는 20대 기업들
저 자 : 조미옥
출 판 : 넥서스BIZ
출판일 : 2014. 8. 25
정 가 : 20,000원



서비스 경영 불변의 원칙 9
- 서비스 기업의 지속가능한 성공 모델
저 자 : 레오나드 L. 베리
출 판 : 김앤김북스
출판일 : 2014. 9. 5
정 가 : 13,000원



- 본 월간지의 저작권은 국민권익위원회에 있습니다.