전문가 코칭

글로벌 윤리경영의 가이드라인

이 준 길
소비자주권시민회의 이사

Q1. 글로벌 윤리경영의 트렌드는 무엇인가?
글로벌 윤리경영 규범은 각종 국제협약, 국제기구의 윤리기준설정, OECD 회원국의 관련 법규 제정 등으로 인하여 지속적으로 강화되어 왔다. 최근의 강화되는 윤리경영 트렌드 속에서 주목할 만한 세 가지를 언급하면 다음과 같다.

첫째, 내부고발제도가 활성화되고 있다.
2012년부터 2017년 10월까지 미국 증권거래위원회(SEC)가 내부고발자에게 포상금으로 지급한 금액은 1억 6,200만 달러 이상이며, 포상금 최고액은 2014년 지급한 3천만 달러에 이른다. SEC를 비롯하여 내부고발제도를 운용하는 기관들은 이 제도를 장려하기 위해 현실적인 포상금 지급을 적극 홍보하고 있다. 미국을 포함한 OECD 회원국들은 내부고발제도가 윤리경영을 강제하는 중요한 수단이라는 점을 인식하여 관련 법규를 정비하고 있다.

둘째, 기업책임 면제제도가 확대되고 있다.
최근 미국에서는 법무부와 법규 위반 기업 사이에 기소면제약정(NPA) 또는 기소유예약정(DPA)을 체결한 건수가 늘고 있다. 이들 약정은 법규 위반 기업이 기업개혁활동을 약정하여 이를 성실히 이행할 경우 기소를 면제 혹은 유예하는 제도로서 미국 법무부가 주로 활용하고 있다. 또한, 영국과 호주 등에서도 적극 활용하고 있으며, 올해 3월 OECD는 스코틀랜드 정부에 DPA 수준의 제도를 마련할 것을 권고하기도 했다.

셋째, 반부패와 뇌물방지 규제가 강화되고 있다.
글로벌 기업들은 리스크 관리를 위해 세계은행(World Bank)의 윤리기준을 위반하여 제재를 받은 기업과는 거래개시 거절 또는 거래 중단 등의 조치를 취하는 사례가 있다. 많은 글로벌 기업들은 거래개시를 위해 거래상대방 회사를 직접 방문하거나 컴플라이언스 실사를 실시하는 것을 거래절차로 의무화하고 있다. 이러한 경향은 지난해 10월 부패방지경영시스템의 표준규격으로 제정된 ISO 37001로 더욱 강화되고 있는 실정이다.

기업윤리 브리프스 2017-11

Q2. 글로벌 윤리경영의 가이드라인을 준수하려면 무엇을 해야 하나?
기업이 적정 가이드라인을 준수하는 것을 컴플라이언스라고 한다. 그러므로 이 질문에 대한 대답은 기업들이 효과적인 컴플라이언스 프로그램을 도입해서 실질적으로 운영해야 한다는 것이다. 다만, 국제기구나 국제협약 등에서 요구하는 글로벌 가이드라인은 최소한의 기준이라는 점을 유의하여야 한다. 기업들은 ISO 37001의 요구사항이나 미국 양형 가이드라인에서 제시하고 있는 효과적인 컴플라이언스 프로그램 역시 최소한의 요건이라는 점을 명확하게 인식하고 철저한 준비가 필요하다.

글로벌 시장이 요구하는 윤리경영의 수준은 점점 높아지고 있고 새로운 규제들이 추가되고 있다. 하지만, 한국 기업들은 아직까지 컴플라이언스 프로그램에 대한 이해도가 낮고, 최고경영자들은 이를 단순히 새로운 규제나 추가적인 비용부담으로 생각하는 경우가 많다. 가격과 품질만으로 경쟁하는 것은 글로벌 시장에서는 이제 더 이상 통하지 않는다. 윤리경영을 전제로 하지 않으면 거래 기회를 얻는 것 자체가 봉쇄될 수 있다.

글로벌 시장에서 우리 기업들이 경쟁력을 확보하기 위해서는 컴플라이언스가 기업문화로 체화될 필요가 있다. 기업이 컴플라이언스 문화를 뿌리내리려면 그 이전단계라고 할 수 있는 실질적 운영 단계에는 조속하게 도달해야 한다. 정부는 이를 위해서 각종 법령이나 제재 및 인센티브 제도를 시급하게 정비할 필요가 있고, 특히 기업의 윤리경영 업무담당자들에게 힘을 실어 주어 제도 운영이 활성화할 수 있게 도와야 한다.

윤리경영 Step by Step

정착기 2단계 - 기업의 사회적책임

기업은 인간존중의 중심으로 사회적 가치창출을 통한 사회적책임을 다하는 기업으로 발전해야 한다. 윤리경영에서 인간존중의 사회적책임이란 먼저 경영자가 인간존중의 경영이념을 가지고 있어야 한다.

Q. 최근 지속가능경영을 하기 위해서는 기업의 사회적책임을 다해야 한다고 하는데 사회적책임을 위해서는 어떤 활동을 해야 하는지요?

21세기 기업의 목표는 이윤추구가 아니라 생존입니다. 21세기 현대사회에서 기업이 '이익극대화'를 추구하는 것을 목표로 하면 그 성장의 한계에 부딪히게 됩니다. 따라서, 최근에는 기업 경영과 사회적책임(**C**orporate **S**ocial **R**esponsibility)은 불가분의 관계라고 할 수 있습니다. 이제 기업의 사회참여 사업을 담당하는 경영자나 실무자들이 사회문제참여를 선택하거나 프로그램을 기획하는 경우 어떠한 점을 고려하고 선택해야 할지 살펴보겠습니다.

① 참여할 사회문제참여 선택 시 고려사항은 무엇인가?
- 선택된 사회문제가 우리 회사의 비즈니스 목표에 어떤 이득이 되는가?
- 선택된 사회문제가 기업의 참여를 필요로 할 만큼 크고 중대한 문제인가?
- 직원들은 회사가 선택한 사회문제에 관심을 가질까?
- 주주들은 회사가 이런 사회 문제에 참여하는 것을 어떻게 생각할까?
- 선택된 사회문제로 인한 기업의 이미지는 어떠할까? 등

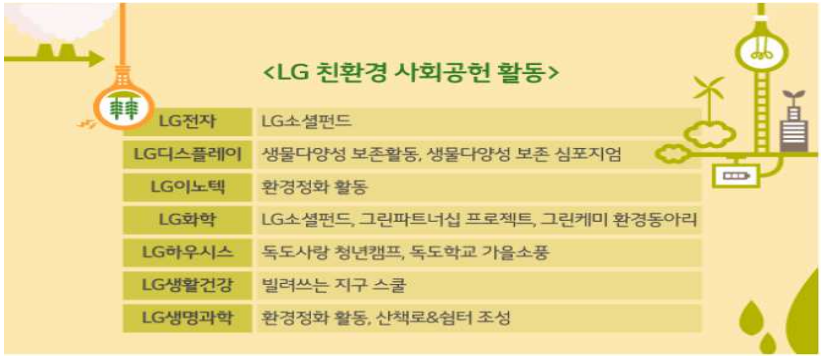
② 사회문제참여의 어떤 유형을 선정할 것인가?
- 공익 캠페인: 특정 사회문제에 대한 참여, 모금, 현물기증, 기타 기업자산의 제공 등
- 공익 연계 마케팅: 특정 상품의 판매량 기준으로 수익의 일정 부분을 기부금으로 제공
- 사회 마케팅: 공공의 건강, 안전, 환경 또는 사회복지 개선을 목표로 기획, 시도
- 사회공헌활동: 특정 자선단체나 사회문제에 기업이 직접 기부하는 형식
- 지역사회 자원봉사: 지역사회의 특정 개선을 위한 활동에 기업 직원들이 자원봉사로 참여

③ 기업의 규모에 따른 실행프로그램의 구성은 어떻게 하는가?

세부 실행프로그램 / 기업규모	大기업	中小기업
사회공헌 조직 구축	● 사회공헌 전담인력 배치 ● 사내 사회공헌조직 구축	● 사회공헌 담당자 지정 ● 사내 사회봉사단 조직 지원
사회공헌 정책 및 프로그램	● 전략적 테마프로그램 개발 및 시행(사회 분야와의 연계)	● 기업 특성에 적합한 사회공헌 프로그램 시행

그럼, 타사의 사회적책임을 위한 활동을 알아볼까요?

기업윤리 브리프스 2017-11



사회적책임을 실천하는 윤리경영의 효과는 기업의 경영투명성 확보와 경영성과 향상에 의해 기업가치를 높이게 되며, 이것이 윤리경영을 운영하는 가장 중요한 목적이 될 수 있습니다.

윤리경영의 정착기에서는 기업의 평판관리에 많은 관심을 가져야 하므로 다음 step에서는 기업의 바람직한 평판관리에 대해서 살펴보도록 하겠습니다.

***참고**

- 착한 기업이 성공한다 - 웨인 비서, 더크 매튼, 만프레드 폴, 닉 폴허스트
- 국민권익위원회, 산업별 기업윤리경영모델
- 기업윤리(윤리경영의 이론과 실체) - 이종영
- 기업의 윤리경영 매뉴얼과 사례, 전국경제인연합회
- 윤리경영론의 콘서트(김성수 박사)

사례돋보기

글로벌 윤리경영을 위하여

이미 오래전부터 소비자들은 기업에게 '윤리적일 것'을 요구해왔다. 이에 따라 세계 각국은 자국 내 기업들의 부패를 방지하고 윤리경영을 실천할 수 있도록 규정을 만들고 청렴윤리를 권고해왔다. 하지만 여전히 반부패 규정이 없거나 미흡한 나라도 있으며, 글로벌 기업의 경우 한 국가의 법만으로는 규제가 어렵다는 문제가 있었다.
이를 극복하기 위해 다양한 국제기구가 부정부패를 척결하기 위해 나섰다. 이렇게 만들어진 규정은 기업이 글로벌 시장에서 윤리경영을 실천할 수 있도록 하는 가이드라인이 되어주었다. 오늘의 사례돋보기에서는 ISO, OECD, UN 등 범국가적 기구들이 마련한 윤리경영 가이드라인에 대해 살펴보도록 하자.

◎ ISO

ISO(International Organization for Standardization, International Standardization Organization)는 각종 분야의 제품이나 서비스를 표준화하여 국제적으로 교류를 용이하게 하고 상호 협력을 증진시키기 위한 국제 위원회이다. 1946년 설립된 ISO는 3년마다 총회를 개최해 이사회 심의를 거쳐 참가국이 제안한 표준화안을 검토하고 찬반 투표에 따라 ISO 권고 규격으로 공표한다. 다양한 분야의 제품과 서비스를 표준화하는 만큼 ISO의 표준은 환경부터 IT까지 다양한 분야에 걸쳐있으며 ISO 뒤에 숫자를 붙여 각각의 표준을 코드화한다.

ISO 37001

영국의 BS 10500에 뿌리를 둔 ISO 37001은 국제투명성 기구와 OECD의 참여로 2016년 제정된 부패방지를 위한 국제표준이다. ISO 37001은 부패방지경영시스템을 수립, 실행, 유지 및 개선하기 위한 요구사항을 규정함으로써 기업 내외의 부패행위 방지를 위해 기업이 어떤 시스템을 갖춰야 하는지 기준점을 제시하고 있다.
기업에게 ISO 37001의 의미가 큰 이유가 바로 여기에 있다. ISO 37001에 준하여 자사의 부패방지경영시스템을 정비해둔다면 FCPA, 청탁금지법 등에서 말하는 '양벌규정'의 예외에 해당하는 '충분한 주의를 기울였음'을 증명할 수 있는 것이다. (반부패를 위한 규범 중에는 부패행위 발생 시 위반자의 부패행위를 처벌함과 함께 양벌규정에 따라 위반자의 회사에도 그 책임을 묻는다. 다만, 회사에서 평상시 부패방지를 위해 충분한 주의를 기울인 경우 면책 사유에 해당된다.)
국내에서도 청탁금지법의 시행과 맞물려 기업들이 ISO 37001을 인증받고자 했다. 지난 4월 L사의 계열사에서 국내 최초로 ISO 37001 인증을 획득한 후 H사, S사 등 다양한 업계의 다양한 회사에서 ISO 37001을 인증받았으며, 일반 기업뿐만 아니라 Y공단, S발전 등 공기업 등에서도 ISO 37001을 인증받았다.
ISO 37001(부패방지경영시스템 국제표준)의 국문 기준인 KS A ISO 37001이 조만간 제정될 예정이며, KS A ISO 37001 제정은 우리나라에서도 통용할 수 있는 법규범이 되었다는 점에서 큰 의미가 있다.

기업윤리 브리프스 2017-11

ISO 26000

ISO 26000은 2010년 11월 제정된 기업의 사회적책임에 대한 국제표준이다.
기업의 사회적책임(CSR : Corporate Social Responsibility)이란 기업에게 사회의 일원(기업시민)으로서 사회와 환경에 대한 책임을 요구하는 것을 말한다. 즉, 기업의 의사결정이 사회와 환경에 어떠한 영향을 미치는지 미리 확인하고 부정적 영향을 최소화하기 위해 노력해야 한다는 것이다. 이를 위해서 기업은 환경 친화적인 제품을 생산하고 지역주민과 상생하며 투명하고 깨끗하게 거래함으로써 올바른 기업 생태계를 만들기 위해 노력한다.
2005년부터 5년간의 노력 끝에 제정된 ISO 26000은 정부, 소비자, NGO 등 7개의 경제주체에게 7대 의제(지배구조, 인권, 노동관행, 환경, 공정거래, 소비자 이슈, 공동체 참여 및 개발)에 대한 실행지침과 권고사항을 제시한다.
ISO 26000은 강제성이 없는 권고사항에 불과하지만, 기업이 사회적책임을 다하고 있음을 보여주는 하나의 지표로서 대기업 CSR 담당자는 물론 중견기업의 안전, 환경, 기업윤리 사회공헌 담당자들까지도 높은 관심을 보이고 있다. ISO 26000이 제정된 지 벌써 7년이 흘렀지만, 최근 국내 K공사에서 ISO 26000을 도입하는 등 현재까지도 지속적인 관심을 받고 있다.

◎ UN

1945년, 국제연맹을 계승해 만들어진 UN은 전쟁방지와 평화 유지를 위해 설립된 국제기구로 평화유지활동, 군비축소활동은 물론, 경제적·사회적·문화적 교류와 협력, 국제법 개발 등을 위한 활동을 수행한다. UN은 크게 주요기구와 보조기구, 전문기구로 구성되어 있는데, 이 중 전문기구는 국제연합 산하기관이 아니더라도 경제사회이사회와의 협정을 통해 각 전문 분야에서 정부 간 협력을 증진할 목적으로 설립된 기구를 포함한다.

UN Global Compact

1999년 1월 열린 세계경제포럼에서 코피 아난 전 UN사무총장은 세계화 시대의 문제를 해결하기 위해 기업이 적극적으로 사회적책임을 이행하자는 취지로 Global Compact를 제창하였다. 그리고 이듬해, UN 산하 전문기구 중 하나로 UN Global Compact(UNGC)가 발족되었다. UN Global Compact는 기업 활동 중 지켜야 할 10대 원칙을 제시하고 이를 준수하도록 요구하고 있다.

<UN Global Compact 10대 원칙>

원칙1	인권 (Human Rights)	기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중해야 한다.
원칙2		기업은 인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.

원칙3	노동규칙 (Labour Standards)	기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 인정을 지지하고,
원칙4		모든 형태의 강제노동을 배제하며,
원칙5		아동노동을 효율적으로 철폐하고,
원칙6		고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.
원칙7	환경 (Environment)	기업은 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지하고,
원칙8		환경적 책임을 증진하는 조치를 수행하며,
원칙9		환경친화적 기술의 개발과 확산을 촉진한다.
원칙10	반부패 (Anti-Corruption)	기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.

UN Global Compact의 10대 원칙은 기업이 윤리경영 실천을 위해 지켜야 할 기본지침에 가장 가깝다. 세계 각국의 많은 기업이 UN Global Compact에 가입하여 이를 준수하고 있으며, 매년 10대 원칙에 대한 이행상황을 COP(Communication on Progress, 이행보고서)를 통해 이해관계자들에게 보고하고 있다. UN Global Compact에서도 회원사들의 성과를 분석하여 UNGC 이행보고서를 발간하고 있다.
우리나라의 경우, 2007년 UN Global Compact Korea가 창립되어 UN Global Compact와 관련한 자료 번역, 콘퍼런스 개최, 회원사의 10대 원칙 이행을 지원하고 있다. 국내에서는 S시를 비롯한 지방자치단체, K공사를 비롯한 공기업, L사를 비롯한 일반 기업과 Y사를 비롯한 중소·중견 기업, 그리고 그 외 비영리기관까지 약 250여 개의 기업 및 기관이 UN Global Compact Korea의 회원으로 가입하여 사회적책임을 다하기 위해 노력하고 있다.

◎ OECD

앞서 소개한 ISO 37001 제정에 참여한 OECD(Organization for Economic Cooperation and Development, 경제협력개발기구)는 세계경제문제에 공동으로 대처하기 위해 만들어진 정부간 정책연구·협력 기관이다. 1961년 발족한 OECD는 각종 국제기구와 밀접한 관계를 구축하고 경제정책, 에너지, 환경, 노동 등 다양한 사회 분야 정책에 대해 수시로 논의하고 협력을 추진하고 있다.

뇌물방지협약

선진국의 기업들은 값싼 노동력과 더 넓은 시장을 찾아 세계 각국으로 뻗어 나갔다. 당연히 개발도상국도 이들의 시야에 들어왔다. 그런데 선진국의 기업이 개발도상국에 투자하기 위해선 한 가지 난관을 넘어서야 했다. 바로 개발도상국의 뇌물 관행이었다. 뇌물을 주지 않으면 제대로 된 사업을 진행할 수 없을 정도로 심각한 나라도 있었다.
이러한 문제를 해결하기 위해 1977년부터 부패방지법을 시행하고 있던 미국의 주도로 OECD 내에서 부패방지를 위한 움직임이 시작되었다.
OECD는 일명 부패라운드(Corruption Round, CR)라고도 불리는 '국제상거래에 있어 외국 공무원에 대한 OECD 뇌물 방지 협약'을 제정하였다. 이 협약은 명칭 그대로 외국 공무원에게 뇌물을 주는 것을 금지하기 위한 것으로, OECD 회원국을 포함하여 이 협약을 체결 및 비준한 나라들은 기업들의 계약 수주 시 타 국가의 공무원에게 뇌물을 주는 것을 불법으로 규정하고, 부정행위를 한 기업에 대한 처벌을 규정해야 한다.

뇌물방지협약은 국제상거래상에서의 뇌물공여 행위를 범죄로 규정한 최초의 국제적 합의로서 이후 영국의 Bribery Act를 비롯한 다양한 국가의 해외부패방지법에 영향을 미쳤다. 우리나라에서도 1999년, '국제상거래에 있어 외국 공무원에 대한 뇌물 방지법'을 제정하여 사업상 부정한 이익을 얻기 위해 외국 공무원에게 뇌물을 제공하거나 뇌물을 제공하겠다고 약속하는 것을 불법으로 간주하도록 했다.

기업윤리 브리프스 2017-11

글로벌 윤리경영을 위해 기업이 해야 할 첫 번째는 무엇일까. 당연히 우리와 거래하는 상대국의 규범과 문화에 대해 학습하고 이를 따르는 것이다. 하지만 한 국가와의 거래 이상을 생각한다면 당연히 국제사회에서 제시하는 글로벌 윤리경영의 가이드라인을 따르는 것이 효율적이다.
우리가 숙지하고 준수해야 할 글로벌 윤리경영 가이드라인은 위에 소개된 것보다 훨씬 다양할 것이다. 하지만 근본적인 것은 동일하다. 부당한 거래를 제안하지도, 수락하지도 않으며, 투명하게 사업을 하면 된다. 이를 기억하고 기준점을 마련해나간다면 우리는 그 어떤 나라와 거래하더라도 깨끗하고 올바른 기업으로 기억될 수 있을 것이다.

***참고**

- http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=826730&cid=42344&categoryId=42344
- https://ksa.or.kr/ksa_kr/5528/subview.do
- http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=931062&cid=43667&categoryId=43667
- http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2078908&cid=42107&categoryId=42107
- http://www.etoday.co.kr/news/section/newsview.php?idxno=732239
- http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1067293&cid=40942&categoryId=40513
- http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=928614&cid=43667&categoryId=43667
- http://blog.naver.com/ungc_korea
- http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=74711&cid=43667&categoryId=43667
- http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=938225&cid=43667&categoryId=43667
- http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=941418&cid=47333&categoryId=47333

윤리연구소

시사톡톡
온·오프라인의 절대강자, 파괴적 혁신기업

미국 제조업 전성시대의 마감을 알리는 것이 텅 빈 공장들이었다면, 유통의 새로운 구조변화를 상징하는 것은 미국 전역에서 흔히 볼 수 있는 폐허가 된 쇼핑몰이다. 이러한 유통업계 변화를 불러온 두 기업은 바로 아마존과 월마트이다. 오프라인 유통업계의 최강자 월마트와 온라인 물류업계의 전설 아마존은 많은 소비자에게 가장 싼 가격에 상품을 제공하기 위해 전 세계를 누비고 다닌다. 그 과정에서 공급업체는 양대 기업의 압력을 받기도 하고, 많은 소매업체와 쇼핑몰은 문을 닫기도 한다. 최근 온·오프라인의 절대강자들은 상호 영역을 침범하는 전쟁을 시작했고 그 결과에 세간의 관심이 집중되고 있다. 그러나 그 결과에 관계없이 여러 유통업체들은 고래 싸움에 새우 등 터질 가능성이 더욱 높아졌다.

◎ 월마트가 유통업계를 장악한 사연

1962년 아칸소주 소도시 벤턴빌에서 출발한 월마트는 "매일매일 가장 저렴한 가격"이란 사업모토를 내걸었다. 1988년 월마트는 대형쇼핑센터를 열어 전자제품, 의류, 가구 등 거의 모든 소비상품을 망라해놓고 가족들의 쇼핑모임이 가능하게 만들었다. 그 결과 동네 상점들이 잇달아 문 닫기 시작했다. 2016년 매출액은 약 4,860억 달러(약 586조 원)였고 매주 2억6천만 명의 고객이 1만1500개 점포에서 쇼핑했다. 또한, 미국 전체 식료품의 25%가 월마트에서 팔릴 정도로 월마트의 공급업체 흡입력은 대단하다. 많은 제조업체 매출의 14~20% 정도를 월마트가 책임지고 소화한다. 이처럼 월마트의 거대한 유통물량은 유통권력을 자연스레 월마트의 손에 쥐어줬고 제품가격을 좌지우지하게 만들었다. 어느 유통업체건 이 유통권력에게 딴지를 거는 순간 판매대를 뺄 각오를 해야 한다.

상품을 가장 저렴하게 판매하려는 월마트는 1980년대부터 중국에 관심을 갖기 시작했다. 2001년 중국이 세계무역기구(WTO)에 가입하면서 미국의 중국산 수입이 늘어났는데, 그 증가량의 15%가 월마트 차지였다. 미국의 제조업체들은 낮아진 납품단가를 맞추기 위해 저임금국가로 생산라인을 빼기 시작했다. 대다수 브랜드 업체들이 해외에서 생산한 상품에 자체 로고만 붙여 판매한 것이다. 최근 해외로 빠져나갔던 제조업이 다시 미국으로 돌아오고 있다지만 사라졌던 수백만 개의 일자리가 살아나지는 않고 있다. 제조공정이 완전 자동화되면서 일자리 회복은 물 건너가고 말았다. 월마트가 효율성이란 미명 하에 시작한 납품단가 쥐어짜기는 온라인 유통의 황제 아마존이 오프라인까지 집어삼키기 시작하면서 더욱 심화될 수밖에 없는 상황이다.

◎ 아마존의 온·오프라인 문어발식 확장

월마트가 엄청난 수요를 무기로 제조업체들을 닦달했듯이, 아마존은 수익을 한 푼이라도 더 내기 위해 물류 전 과정에 압력을 행사했다. 아마존 창업자 베조스는 사업의 성공이 신속하고 믿을 수 있는 배송에 달려있다는 사실을 간파하고 전체 물류과정을 직접 관리하였다. 그리고 아마존은 새로운 차원의 판매경쟁시대를 열었다. 200만 개에 달하는 외부 판매업자들이 인터넷 사이트에서 소비자를 기다리며 경쟁한다. 아마존은 판매자들이 온라인 판매 플랫폼에서 결제 및 배송 서비스를 이용하는 비용을 통해 수익을 올린다. 지난해 온라인 소매 매출은 630억 달러로 시장점유율이 43%에 달한다.

기업윤리 브리프스 2017-11

최근 아마존은 온·오프라인을 가리지 않고 문어발식 사업 확장을 계속해 '아마존 생태계'라는 신조어까지 유행시키며 공정거래의 도마에 오르내리고 있다. 이는 미국인의 소비생활이 아마존 서비스를 중심으로 이뤄지는 현상을 빗댄 표현이다. 경제전문지 「비즈니스 인사이더」는 아마존이 진출하지 않은 사업을 찾기 힘들 정도로 그 영향력이 커져서 앞으로 독점에 따른 심각한 폐해가 불거질 수 있음을 지적하고 있다. 지난 6월 아마존은 미국에 점포 460여 개를 둔 유기농 식료품 체인 홀푸드를 137억 달러에 전격 인수했다. 이것은 아마존 생태계를 식료품 유통업까지 넓힌 사건으로서 기존 업계에 엄청난 충격을 줄 것으로 보인다. 4000만 명이 넘는 아마존 '프라임 회원제'를 무기로 시장을 파고들면 기존 업계가 빠른 속도로 무너질 수 있다. 프라임 회원제는 연간 99달러만 내면 어떤 상품이든 이틀 내로 받아볼 수 있고, 영화·음악·비디오 스트리밍 서비스까지 받을 수 있다. 특히 미국 소득상위가구(연봉 11만2000달러)의 70% 이상이 이 서비스를 이용하고 있어 고소득층 공략의 교두보를 마련한다는 점에서 의미가 있는 것이다.

◎ 소비자 친화적인 양대 공룡이 가진 문제

월마트는 미국 매장 직원이 150만 명이나 되고 제조업이 사라지는 남부와 중서부에서 가장 많은 일자리를 제공하고 있다. 월마트는 최저임금 15달러 인상운동 단체들의 대표적인 공격대상이다. 최저임금 인상운동 단체들은 월마트가 세금으로 제공되는 사회복지 혜택을 믿고 직원들을 저임금으로 부리고 있다고 주장한다. 월마트가 지난해 최저임금을 13달러 선으로 인상한 이유도 질 낮은 서비스, 지저분한 화장실, 상품이 자주 비는 진열대 등에 고객 불만에 높아서 이를 개선하기 위한 직원 유인책에 지나지 않는다고 평가절하한다.

아마존은 소매업계 종사자들에게는 거의 저승사자와 같다. 2012년 이후 백화점 일자리 25만 개가 사라졌다. 전통 있는 백화점 체인 메이시는 1만 개 일자리를 감축했고, 시어스는 260개 지점 폐쇄를 발표했다. 또한, 아동복 전문 업체 짐보리는 14억 달러 규모의 채무를 견디다 못해 총 1281개 점포 중 최대 450개를 폐쇄하는 감축안을 마련한 뒤 법원에 파산보호를 신청한 상태다. 그 밖에도 미국 내 300여 개 소매업체가 파산 위기에 몰려 있다. 한편, 아마존의 경우 고용환경도 썩 좋아 보이지는 않는다. 아마존의 자랑거리인 대단위 물류창고 게이트에는 "열심히 일해라"(Work hard, Have fun, Make history)로 시작되는 문구가 적혀있어 직장 문이 열릴 때마다 열심히 일하라는 다그침 속에서 하루를 시작하고 있다.

1994년 미국 연방대법원은 소매업체가 물리적으로 존재하지 않는 주에는 부가가치세를 내지 않아도 된다는 판결을 내렸다. 베조스는 세금이 부과되지 않는 틈새시장이 좋은 기회라고 판단하고 온라인사업을 시작했고, 세금회피 노력의 일환으로 물류창고를 사람이 별로 없는 외지에 세워 판매세(sales tax)를 의도적으로 회피하기도 했다. 규제당국의 압력으로 판매세를 내기 전까지 세금회피 전략은 그 힘을 충분히 발휘했다. 또한, 아마존은 세율이 낮은 국가로 이익을 돌리는 전략도 적극적이었고 이로 인해 영국에서는 오프라인 서점들이 단결하여 "우리는 세금을 낸다(We pay our taxes!)"는 구호로 아마존에 저항하기도 했다.

◎ 파괴적 혁신기업이 생각해야 할 윤리경영 이슈

아마존은 relentless.com이라는 스타트업 도메인을 가지고 있다. 릴렌트리스는 '무자비한', '가차 없는'이란 뜻으로 아마존이 기존 동종 업계를 대하는 진면목을 보여주는 표현이다. 슘페터 식으로 창조적 파괴를 통해 혁신기업이 등장한다지만 아마존은 사실 극도의 저가 전략(low or no margin)을 통해 기존 사업자를 궁지에 몰아넣는 것으로 오히려 유명하다. 아마존에게 동종업계의 생태계나 최근 윤리경영 트렌드인 상생경영 따위는 안중에 없다. 온·오프라인 유통의 양대 산맥 아마존이나 월마트의 경우에도 제품 가격을 낮추려면 당연히 인건비를 줄여야 한다. 따라서 엄청난 규모를 자랑하는 이들 기업은 무인 자동화 시스템을 확대하기 시작했다. 그 결과 미국 경제는 균형을 잃고 비정규직이 양산되면서 노동시장은 불안에 휩싸이고 있다.

혁신기업은 기존 업계를 악의적으로 파괴하지 않아도 결국 기존사업의 이해관계자와 갈등을 빚을 수밖에 없다. 혁신기업에 비해 기존기업이 약자라고 순간적인 동정을 살지 모르지만, 중장기적으로 사회적 해법을 찾아 상생의 실마리를 풀어야 한다. 또한 혁신기업을 혁신이라는 면만 강조하며 우대하는 것도 사회적 충격을 감안하면 파괴적인 결말로 이어질 수 있다. 결국, 혁신을 얼마나 큰 갈등 없이 이루어낼 수 있느냐가 사회발전의 핵심이 아닐 수 없다. 아마존은 점포 내에 설치된 센서와 비디오카메라 등을 이용해 계산대를 거치지 않고 자동으로 계산되는 미래형 점포 '아마존고'(Amazon GO)'의 실용화를 목표로 하고 있다. 4차 산업혁명 시대에 혁신기업에게 바라는 윤리경영의 덕목이 제발 1명이라도 더 고용하라는 주문일지 모른다. 윤리경영 이슈가 부패방지라는 소극적 덕목에서 고용문제 해결이라는 적극적 덕목으로 확대될 필요성이 여기에 있는 것이다.

***참고**

- http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2017/06/21/0200000000AKR20170621092800009.HTML?from=search
- http://www.sisapress.com/journal/article/170032
- "노동자 착취도 우리가 선도한다!" (이코노미 인사이트, 2017.5)

기업윤리 브리프스 2017-11

윤리연구소

보고서 리뷰
'2017 에델만 신뢰도 지표조사'

1952년 다니엘 에델만이 미국 시카고에 설립한 에델만은 세계 최대 규모의 글로벌 PR 컨설팅 기업이다. 에델만은 기업·공공기관이 브랜드 가치를 높이고 위기상황에서 고유의 브랜드와 명성을 유지할 수 있게 돕는 홍보, 위기 및 평판 관리와 같은 PR 커뮤니케이션이 주 업무영역이다. 뉴욕시는 9.11테러 수습 과정에서 도시 이미지 개선을 위해 에델만에게 PR을 맡겨 2012년 올림픽 유치와 같은 PR 커뮤니케이션을 진행한 바 있다. 에델만은 2014년 포브스가 선정한 "가장 영향력 있는 에이전시"였고, 칸영화제 PR부문 그랑프리 사자상을 수상했다.

2001년 시작된 에델만의 '신뢰도 지표조사'(Trust Barometer)는 여론주도층(Informed Public)과 일반 대중(Mass Population)을 대상으로 정부, 기업, 미디어, NGO 등 주요 사회 주체에 대한 신뢰도를 파악하고, 개인 및 그룹 간 신뢰형성과 관련된 커뮤니케이션 패러다임의 변화를 분석한다. 에델만이 조사하는 '국가별 신뢰도 지표조사'는 스위스 다보스에서 개최되는 세계경제포럼에서 매년 발표할 정도로 그 신뢰성을 인정받고 있다.

◎ 지표조사 방법

2017 에델만 신뢰도 지표조사는 2016년 10월 13일~11월 16일 28개국 33,000명 이상을 대상으로 온라인 설문조사로 진행된다. 설문조사는 전체 인구를 여론주도층과 일반 대중으로 나누어 실시한다. 여론주도층은 25~64세 대졸 이상의 학력 보유자로 가계소득이 연령 내 상위 25%인 사람 가운데 미디어 소비수준이 높고 기업 뉴스에 많은 관심을 나타내는 사람을 대상으로 선정한다. 이 여론주도층은 전체 인구의 13%를 대표한다. 여론주도층이 아닌 사람들이 일반 대중으로 분류되며 전체 인구의 87%를 차지한다. 한국에서는 여론주도층 200명을 포함하여 총 1,150명이 설문에 참여했다.

◎ 신뢰도 격차 증가와 신뢰도 하락

2012~2017년 여론주도층과 일반 대중 사이 4대 기관(정부, 기업, 미디어, NGO)에 대한 신뢰도 지수 격차가 6%p(2012년)에서 12%p(2017년)로 2배 증가했다. 여론주도층이 50%의 신뢰도를 보인 반면, 일반 대중의 신뢰도는 36%에 불과했다. 가장 큰 격차를 보인 나라는 미국(21%p)이었고 영국(19%p)이 그 뒤를 이었다. 전체 인구 신뢰도(38%)는 글로벌 평균(47%)에 크게 밑도는 수준으로서 조사대상 28개국 중 23위를 기록했다. 신뢰도 49% 이하는 불신국가로 분류되기 때문에 한국은 불신국가에 포함된다.

한국은 4대 기관 모두 신뢰도가 하락했고 NGO를 제외한 정부, 기업, 미디어가 모두 50%를 밑도는 불신기관이다. 특히 정부 신뢰도가 28%로 가장 낮았고, 기업도 29%의 낮은 신뢰도를 보였다. 정부 신뢰도는 지난해(35%)보다 7%p가 떨어져 글로벌 평균 41%의 절반을 조금 넘는 수준인 셈이다. 기업 신뢰도는 벼랑 끝에 몰려 조사대상 28개국 중 최하위 성적이다.

지난해 전 정부의 적폐가 2개 기관의 부정적 평가에 결정적 영향을 미친 것으로 보인다.

기업의 신뢰도에 가장 부정적인 영향을 미치는 5개 항목을 선택하라는 질문에 △계약 성사를 위한 정부 뇌물 등 부정 청탁, △회사 중역 및 평사원 간 수백 배의 임금 차이, △조세 회피성 수익 이전, △일자리 축소를 통한 비용 삭감, △품질 저하를 통한 비용 삭감 등을 꼽았다.

◎ 위기에 처한 리더의 신뢰도

정부 관계자에 대한 신뢰도는 17%로 지난해(27%)보다 10%p 추락한 것으로 나타났고 기업 CEO에 대한 신뢰도 역시 24%로 지난해(35%)와 비교해 11%p 떨어졌다. 특히 기업 CEO 신뢰도는 사상 최저치를 기록해 조사대상국 모두 하락했고, 23개국에서 그들은 불신당하고 있다. 한편, 기업 CEO 신뢰도가 가장 낮은 나라는 일본(18%)으로 나타났는데, 이는 지난해 연이어 터진 기업의 회계부정 스캔들이 반영된 것으로 평가된다.

한국에서 가장 신뢰 가는 집단은 기술 전문가들로서 50% 신뢰도를 기록했다. 다음으로 나와 비슷한 타인(41%), NGO 대리인(37%), 학술 전문가(36%), 금융권 전문가(33%), 직원(25%), CEO(24%), 이사회(19%), 정부 관계자(17%) 순으로 나타났다. 결국, 응답자들은 CEO 또는 정부 관계자보다 일반 직원을 더욱 신뢰하고 "자신과 비슷한 처지의 사람"에게 점점 더 의존하고 있음을 보여준다. 이러한 사실을 통해 우리는 위기에 처한 리더십을 잘 알 수 있다. 일반 대중의 정보 접근이나 부정행위 폭로가 용이한 상황은 여론주도층만이 고급정보에 접근해 그들의 이익을 관철시키던 시대를 부정적으로 볼 수 있게 만들었다.

◎ 사회 시스템에 대한 불신과 두려움

불평등, 희망 결여, 리더에 대한 확신 결여, 변화에 대한 갈망이라는 측면에서 한국 응답자의 절반은 사회 시스템이 실패했다고 믿고 있다. 시스템이 제 기능을 한다는 응답은 11%에 불과했고, 여론주도층(48%)조차도 사회 시스템이 무너지고 있다고 생각하는 것으로 조사됐다. '사회 시스템이 실패했다'(48%)거나 사회 시스템에 확신이 없다'(41%)는 응답이 10명 중 9명으로서 대부분의 응답자가 한국의 사회 시스템에 대한 부정적 시각을 갖고 있는 셈이다.

각 이슈에 대해 우려하거나 두려워하는 응답자 비율을 살펴보면, 만연한 부정부패에 대한 우려(75%)와 두려움(28%)이 가장 큰 것으로 조사됐다. 다음으로 세계화로 인한 피해에 대한 우려(68%)와 두려움(20%)이 컸고, 사회적 가치 붕괴, 이주민의 유입, 빠른 기술혁신 등의 순서로 우려와 두려움이 컸다. 기업이 사회적 두려움을 조장하는 측면도 있다. 한국인들에게 일자리 상실의 두려움을 제공하는 요인들로는 자동화(66%), 해외 경쟁사(64%), 기술 및 기술 교육 부재(62%), 저임금 시장으로의 이전(50%) 순으로 나타났다. 따라서 일반 대중들은 반(反) 기업정책을 지지하고 있다. 경제성장 속도가 둔화되더라도 일자리와 산업을 보호해야 한다는 응답이 76%였고, 보호무역주의로 자국 이익을 우선시해야 한다는 응답도 73%나 되었다. 또한, 사회에 위협이 될 수 있는 산업에 더 많은 규제를 요구하고 있다. 일반 대중은 건강을 해하는 음식에 더 많은 세금을 부과해야 한다(82%)거나 제약업계에 더 많은 규제가 적용되어야 한다(71%)고 생각하고 있다.

기업윤리 브리프스 2017-11

◎ 기업이 변화에 앞장설 것으로 기대한다

"기업은 이윤을 창출함과 동시에 경제 활동을 영위하는 시장에서의 경제적 및 사회적 환경을 개선하기 위한 조치를 취할 수 있다."는 사실에 69%가 동의한다. 사회 시스템이 무너질 때 기업이 더욱 적극적으로 나서 줄 것을 주문하고 있다. 기업의 신뢰도 형성에 중요할 것으로 평가되는 5개 항목을 선택하라는 질문에 △직원의 복리후생 고려, △정당한 몫의 세금 납부, △이슈 또는 위기 상황에서 책임감 있게 행동, △투명하고 공개된 경영 활동, △소비자들의 의견 및 피드백 반영 등을 답했다. 특히 시스템이 무너지고 있다고 믿는 응답자가 일반 대중보다 기업에 대한 기대감이 평균 16%p 더 높은 것으로 나타났다. 이는 지난해 정치적 쇼크에 빠진 이들이 사회 시스템을 불신하게 됐고 그나마 기업이 변화에 앞장설 것으로 기대하는 것이다.

사회 시스템이 무너질 때, 기업은 다르게 행동해야 한다. 기업은 앞서 지적한 사회경제적 우려와 두려움을 충분히 고려하여 비즈니스 행위를 결정해야 한다. 기업은 단순히 이윤만 볼 것이 아니라 편향되지 않은 객관적 시각으로 상황을 파악하여 기업이 처한 경제적 위치와 사회적 역할 범위를 투명하게 밝히고 이해관계자의 참여 및 관여에 열려 있는 자세를 가져야 한다.

◎ 기업이 사회적 책임을 다할 때, 신뢰도 UP

특정 기업에 대한 낮은 신뢰도는 청렴, 사회참여, 품질관리, 경영원칙 등의 기업가치가 이해관계자에게 제대로 전달되지 않기 때문이다. 윤리경영의 핵심 덕목인 청렴과 사회공헌은 그 중요성을 충분히 알지만 실천하기 어려운 가치다. 특히 기업은 위기상황에서 사회적 책임, 고객가치 우선, 종업원 처우 개선 등에서 그 중요성의 인식과 실천 간에 괴리가 발생할 가능성이 높다. 에델만 지표조사 결과 기업의 '사회적 역할'에 대한 기대감이 높다는 사실을 확인할 수 있다. 기업이 무늬만 윤리경영이 아니라 그 가치를 실천하고, 가장 강력한 지지자인 직원들을 독려하며, 이해관계자들과의 투명한 의사소통의 채널을 만들 때 잃어버린 신뢰를 다시 찾을 수 있다.

- https://www.edelman.com/global-results/
- http://biz.khan.co.kr/khan_art_view.html?artid=201702081200001&code=920100
- http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/781828.html

뉴스클립

국내 동향

1. 기업 4곳 중 3곳 "청탁금지법 시행 후 경영하기 좋아졌다"

국내 기업 4곳 가운데 3곳은 '부정청탁 및 금품의 수수에 관한 법률' 시행으로 기업활동을 하기 좋아졌다고 평가했다. 대한상공회의소는 국내 기업 300곳을 대상으로 한 '청탁금지법 시행 1년에 대한 기업인식 조사' 결과 74.4%가 '법 시행 후 기업을 경영하기 좋아졌다'고 응답했다고 밝혔다. '청탁금지법 시행 후 금품등 접대요구가 줄어들며 공직사회가 변하고 있다'고 밝힌 응답자는 71.5%였고, '접대나 선물 등 기업문화가 개선되고 있느냐'는 질문에도 72.5%가 그렇다고 응답했다. 대한상의 기업문화팀장은 "청탁금지법 시행으로 사회 전반에 긍정적 변화가 일어나고 있는 것으로 나타났다"고 말했다.

*참고

- http://biz.khan.co.kr/khan_art_view.html?artid=201710241257001&code=920100

2. 유한회사 외국계 국내 법인도 국내 감사 대상

주식회사와 유사하지만 외부공개 의무는 없는 국내 법인 유한회사인 루이비통, 구찌, 샤넬, 애플, MS, 구글 등 외국계 회사의 국내 법인도 외부감사를 받을 것으로 보인다. 10월 9일 금융위원회와 국세청에 따르면 현재 유한회사는 2만 6858개로 10년 전보다 122.1% 늘었다. 국내 설립 당시부터 유한회사로 출발한 곳도 있지만, 일부는 주식회사에서 도중에 유한회사로 바꾸면서 매출액, 영업이익, 순이익은 물론 배당, 기부금, 접대비 등 각종 경영 정보를 공개할 의무가 없어졌다. 금융위는 구체적인 유한회사의 감사 대상 범위를 점진적으로 정해나간다는 방침이다.

*참고

- http://biz.heraldcorp.com/view.php?ud=20171009000061

3. 고용부 '폭발사고' STX조선해양 특별감독

고용노동부는 STX조선해양 진해조선소에서 발생한 폭발사고 이후 특별감독을 진행한 결과 산업안전보건법 위반 199건(원청)을 적발해 사법처리하기로 했다고 9월 17일 밝혔다. 당시 조선소 내 선박용 탱크 내부 폭발로 작업 중이던 하청업체 직원 4명이 사망했다. 고용부는 산업안전보건법 위반 사항 가운데 원청인 STX조선해양에는 51건과 관련해 과태료 3310만 원을, 하청업체에는 66건에 대해 3504만 원을 부과했다. 고용부 관계자는 "사업장 내 산업안전보건법 준수 여부를 지속적으로 모니터링하기 위해 근로감독관과 노사로 구성된 현장 순찰반을 운영할 계획"이라고 말했다.

*참고

- http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2017/09/17/2017091700573.html

기업윤리 브리프스 2017-11

해외 동향

1. '제품수명 고의로 단축' 프린터 제조업체 처벌 위기

세계적인 프린터 제조사들이 고의로 제품 수명을 줄였다는 범죄 혐의로 프랑스에서 처벌 위기에 몰렸다. 프랑스 시민단체는 프랑스 시장을 점유한 HP·캐논·엡손·브라더 등 4개사가 이 같은 전략으로 소비자들이 새 기기를 사도록 유도했다며 고발장을 제출했다. 프랑스는 교체 비율을 높이기 위해 고의로 제품 수명을 단축하는 행위를 처벌하는 법률을 2015년 도입했다. 검찰은 타당성을 따져 프린터 제조업체들에 대한 기소 여부를 검토할 전망이다.

*참고

- http://www.yonhapnews.co.kr/international/2017/09/20/0619000000AKR20170920140000009.HTML

2. 구글, 유럽연합이 내린 29억 달러 과징금에 불복

유럽연합(EU)이 6월 27일 구글에 '반독점법 위반' 혐의로 역대 최대 과징금인 24억2000만 유로(약 3조 원)를 부과했으나 구글이 이에 불복했다. 유럽연합은 구글이 검색엔진으로서 시장 지배력을 남용해 또 다른 구글 제품인 쇼핑 비교 서비스에 불법 이득을 줬다는 이유로 과징금 처벌을 결정했다. 8월 말 구글 측에서 구글 쇼핑과 관련된 개선안을 제출했으나 유럽연합 공정거래담당 집행위원은 "개선 조치가 실효성이 있는지 확인해야 한다"고 지적했다.

*참고

- http://www.mediatoday.co.kr/?mod=news&act=articleView&idxno=138930

3. 美 캘리포니아주, 엑손모빌·쉘 상대로 기후변화책임 소송

샌프란시스코와 오클랜드는 엑손모빌(NYSE:XON), 쉐브론(NYSE:CVX), BP(NYSE:BP), 코노코필립스(NYSE:COP), 로얄더치 쉘 등 주요 석유정유업체에 기후변화 책임을 묻고 피해 비용으로 수십억 달러를 요구하는 소송을 제기했다. 샌프란시스코는 해수면 상승으로 인한 도시 공공자산과 사유 자산 피해규모가 각각 약 100억 달러와 390억 달러를 기록할 것으로 추정하고 있다. 샌프란시스코와 오클랜드는 캘리포니아주 해안을 따라 있는 주요 만안(灣岸) 도시로, 지난 몇 년 동안 기후변화에 의해 해수면이 상승해 저지대 건물 피해가 우려되는 상황이다.

*참고

- http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2017/09/26/2017092600685.html

국내외 행사소식

(국내) 글로벌기업 윤리시스템과 리스크 매니지먼트

기업 내부의 윤리경영 체계 확립 및 전임직원의 윤리적 마인드 정립, 윤리경영과 준법감시 체계의 사례 학습

주최: 한국생산성본부
일시: 2017년 12월 4일~6일
장소: 서울, 한국생산성본부
http://www.kpc.or.kr/education/CourseInformation.asp?YY=2017&CourseSeq=1455&UMEduTheme=49050008&Serl=83720&UMEduType=49049003

(국내) 문제해결 의사결정

문제해결의 프로세스를 밟아나가는 기술적 스킬과 함께 사례 중심의 실전 역량을 강화하여 전략적인 의사결정을 할 수 있도록 지원하는 과정

주최: 한국능률협회
일시: 2017년 12월 13일~12월 15일
장소: 서울, 여의도연수센터
http://www.kma.or.kr/usrs/eduRegMgnt/eduRegInfoDetailForm.do?p_edutype_cd=001&p_crscd=&p_crsseq_id=102332&p_view_type=S&p_ctgry_id=54&CRSCD=&CRSSEQ_ID=102332&p_hmpgcd=30&mkey=33399

(국외) GFCPA Conference(반부패 콘퍼런스)

전 세계 반부패 관련 전문가들이 국제적인 동향과 부패방지 방안을 공유하는 콘퍼런스

주최: American Conference Institute

일시: 2017년 11월 28일~12월 1일

장소: Washington DC, U.S.

https://www.americanconference.com/foreign-corrupt-practices-act/

(국외) Basic Compliance & Ethics Academy (준법과 윤리 기초 과정 아카데미)

글로벌 기업들이 필요로 하는 효과적인 컴플라이언스 프로그램을 제공하는 과정

주최: Society of Corporate Compliance and Ethics

일시: 2017년 11월 27일~30일

장소: Rio de Janeiro, Brazil

https://www.corporatecompliance.org/Events/EventInfo.aspx?sessionaltcd=002_CAI21117

기업윤리 브리프스 2017-11

청탁금지법 Check!

<사례소개>

책상 위에 흘린 상품권?

2016년 10월 전기공사 업체의 A직원이 한국전력에 방문했다. E사옥의 내선 공사를 마친 그는 수전실에서 한국전력 사옥관리 담당인 B에게 공사내용을 설명하고 먼저 B의 사무실에 올라갔다. B는 수전실을 정리하고 뒤따라 사무실로 올라갔다.

A사원이 돌아간 후, B는 자신의 책상 위에 백화점 상품권 봉투가 놓여있는 것을 발견했다. B는 곧바로 A사원에게 전화를 했고 수차례의 시도 후 A사원과 통화가 되어 백화점 상품권에 대한 반환 의사를 밝혔다. 결국 다음 날 아침, A사원은 다시 B에 사무실에 방문하여 백화점 상품권을 도로 가져가야 했다.

-> B는 백화점 상품권 봉투를 열어보지 않아 그 안의 값을 알지 못했고, A사원은 10만원 상당의 상품권이 있었다고 밝혔다. A사원은 B의 사무실 전화를 이용하려고 자리에 갔다가 실수로 백화점 상품권을 흘린 것이라고 주장하였지만, 해당 시간에는 통화기록이 전혀 없었고 수 분 후 B가 A사원에게 전화한 기록만 남아있어 인정받지 못했다. 결국, A는 청탁금지법 위반으로 인정되어 30만 원의 과태료가 부과되었다.

<변화하는 대한민국>

청탁금지법과 핀테크?

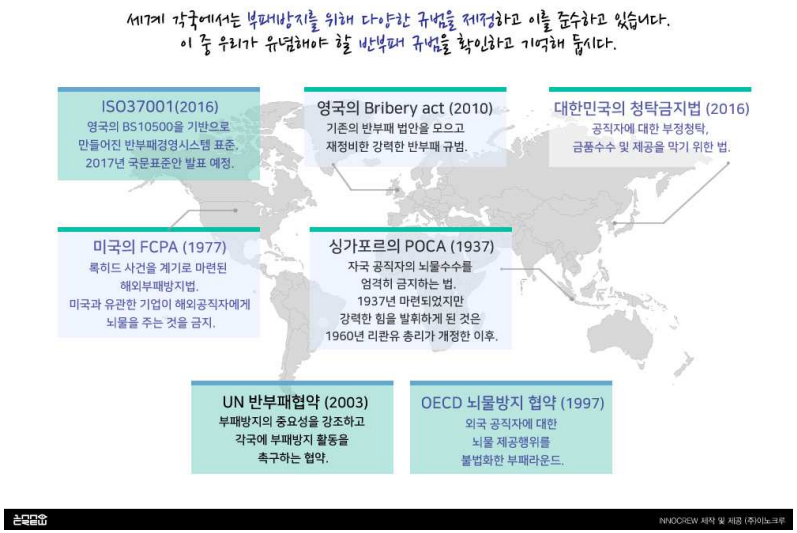
특허청은 더치페이 관련 특허출원이 2013년 3건에 불과했으나 매해 증가하고 있다고 발표했다. 특히 2015년에는 31건, 2017년에는 8월까지 25건이 특허출원하는 등 급증하는 추세이다. 이는 청탁금지법과 함께 더치페이에 대한 인식이 확산된 영향으로 보인다. 비단 공직자와의 업무 관계에 있어서만이 아니라 일상적으로도 "내 몫은 내가 계산한다"란 인식이 자리 잡아가고 있는 것이다.

청탁금지법을 계기로 더치페이를 용이하게 만들어주는 핀테크(모바일 송금 및 분할결제 기술)는 더욱 발전할 수 있었고, 핀테크의 발전으로 사람들은 더 쉽게 더치페이를 할 수 있게 되는 선순환이 이뤄지고 있다. '직책과 권한에 상관없이 내 몫은 내가 낸다'는 청탁금지법의 모토가 조금씩 사람들의 머릿속에 자리 잡고 있는 것이다.

*참고

- http://1398.acrc.go.kr/case/ISGAcase
- http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2017101009482789408

지식1g



독자에게 물었습니다.

Q. 글로벌 윤리경영을 위한 국제규범 중 가장 주목하고 있는(자주 들어본) 국제규범은 무엇인가요? 그 이유는 무엇이죠?

I 교육업체 L 연구원

– 가장 많이 언급되는 것은 UN의 글로벌 콤팩트인 것 같습니다. 반부패는 물론 사회적책임에 대한 부분도 같이 담고 있어서 글로벌 윤리경영의 기본이 되어 주기 때문입니다.

H 상사 S 주임

– 해외에서의 거래가 많은 회사라면 당연히 FCPA에 대해 유념할 수밖에 없을 겁니다. FCPA는 워낙 적용범위가 넓은데다가 만에 하나 FCPA에 저촉되는 문제가 발생하면 천문학적인 벌금으로 이어질 수 있기 때문에 더욱 주의를 기울일 수밖에 없습니다.

퀴즈

Q. 다음 중 부패방지경영시스템으로 2016년도에 제정된 국제 표준은 무엇일까요?

① ISO 26000
② ISO 37001
③ UN Global Compact 10대 원칙
④ OECD 뇌물방지 협약

● 지난 호 정답 : **4**번
● 정답 제출처 : 국민권익위원회 민간협력담당관실(kwb1212@korea.kr)
* 성함, 주소(상품권 수령지), 연락처를 보내주세요(22일까지)
정답을 보내주신 분 중 5명을 추첨하여 문화상품권을 보내드립니다.
● 지난 호 정답자는 조은옥님, 장대덕님, 성해진님, 김영국님, 심종섭님 입니다.
축하드립니다!!