세계적 화두 기업 윤리, 더 이상 선택 사항이 아니다

- 글로벌스탠더드화급진전추세, 최고경영자의실천의지뒷받침되어야-

기업 경영의 새로운 키워드…윤리 경영

최근들어국내외많은기업들이기업윤리라는새로운화두로 고민하고있다. 미국에서는 2002년 엔론사의파산을계기로드러난 대기업의 회계 부정과 최고 경영층의 도덕적해이현상을치유하기위해' 상장기업들이 윤리 강령을 반드시 보유할 의무는 없지만, 만약없다면왜 없는지를설명해야 된다 는 규정(Sarbanes-Oxley Act)을도입했다. 일본도 1990년대 중반부터 불거진 일련의기업부정 사건들, 즉노무라증권의 폭력단이익공여사건(1997년), 미쓰비시자동차의성희롱사건(1997년)과불량부품은폐 사건(2000년), 유끼지루시(雪印)의 불량식자재사용과파산(2001년) 등을경험하면서윤리경영에대한관심이고조되고있다.

국내에서는 외환 위기 이후 윤리경영 시스템을도입, 실천하고있는기업들이 크게 증가하고있다. 건설업계역시지난해「건설산업기본법」상의 뇌물 수수에 대한 벌칙이 대폭 강화되고건설분야의투명사회협약이 체결되면서 주요 건설사들의 윤리경영 선언이 줄을 잇고 있다. 그러나, 윤리경영은왜필요하며어떻게실천할것인가는기업구성원들에게조차여전히낯설고혼돈스러운과제로남아있다.

기업 윤리와 이윤 추구의 딜레마

윤리 경영의 중요성을 강조하는 학자들은기업윤리와경영성과사이의상생관계를 강조한다. 윤리수준이 높은 기업일수록 경영 성과가 뛰어나며(Ethics pay!), 윤리경영이야말로 기업이 취할 수 있는 최선의 장기 전략이라고 주장한다. 그러나, 불행히도현실에서이러한윈-윈관계가자동적으로성립하지는않는다. 우선법률은위반하면즉각적인제재를받지만, 윤리는자기규범인만큼사후적으로발각되지않는한특별한 제재를 받지 않는다. 이는비윤리적인 사람이 항상 실패하거나 감옥에 가지 않으며때로는경미한 처벌과영원한부를 향유하는것과같다. 더욱이기업경영의세계에는 법의 테두리가 애매한 사각지대가 무수히존재한다. 뿐만아니라 소비자들이 반드시 윤리적인 기업의 제품을 선호하리라는 보장도없다. 이경우윤리적인기업이오히려좋은성과를얻지못할수도있다.

이처럼 기업은 이윤 추구를 목적으로 창출된 조직이기 때문에 윤리와 같은 규범적 가치 체계를 경영에 내재화하기에는 많은 제약이따른다. 물론 이러한딜레마는 국내 기업에한정되는 현상은 아니다. 기업 내에 윤리경영 시스템을 갖추고 있을 경우 경영자의 책임이 감면되는 독특한 경영 체계를 갖춘미국의경우도사정은크게다르지않다. 2004년 미국건설경영협회가실시한설문 조사에 따르면 건설업에 종사하는 응답자의약 84%가 비윤리적인거래및행위를 경험했거나 목도했고, 이 중 약 34%는 그 횟수가수차례에 달한다고답하고있다. 세계적인건설회사인핼리버튼이이라크전관련군수및재건사업으로정경유착의스캔들에 휘말리고, 선진적인 윤리경영 체계를 갖춘 영국의 아멕이 미국에서 계약 사기로 약 70만달러의벌금을물었다는최근의소식역시기업 윤리와이윤의딜레마를보여주는생생한사례이다.

기업 윤리는 사회적 라이센스

그러면 기업 윤리가 반드시 성장과 이윤으로 직결되지 않는 현실의 딜레마 속에서도윤리경영을추구해야하는 이유는무엇인가. 국내기업들은 무엇보다도기업윤리가경영을위한최소한의사회적자격요건(social license)으로변하고있다는점을인식할필요가있다. 경제의글로벌화, 소비자주권의 강화, NGO의 성장 등에 따라 마치 사업 허가를 받는 것과 마찬가지로 사회적으로요구되는윤리또는책임 수준을만족시켜야만 지속적인 경영 활동이 가능한 환경이도래하고있는것이다.

실제로 윤리 경영의 글로벌 스탠더드 추세는예상보다 훨씬 빠르게진전되고 있다. 국제표준화기구(ISO)는 이미 2002년부터 윤리경영을포함한사회적책임경영을품질경영(ISO 9000)이나 환경경영(ISO 14000)처럼표준화시키는작업(ISO 26000)을 추진하고 있다. 현재까지는 인증제도로 강제될 가능성은 낮지만 2008년 3월 표준화작업이공표되면기업간거래에많은변화를초래할 것이다. 예컨대윤리적 기준이 계약 및 입찰을 결정하는 중요한 기록으로 발전할 수 있다. 이 경우 선진국은 물론 후발국에서도 환경 기준이나 작업장 안전 기준은물론윤리적기준에대한 과거의기록

과대응체계의보유 여부가성패를가르는 경쟁 요소로 작용할 것이다. 또한, 세계주요 기업이 엄격한 윤리경영 지침을 수용하는경우이들과경쟁관계에있는기업은물론 협력업체나 전략적 제휴를 추진하고 있는기업들역시윤리경영과관련된제반사항들을경영에반영하지않을수없게된다. 더나아가한기업이 대형프로젝트를수주해도 그 실행 과정에서 협력업체의 윤리적 수준이문제가될수도있다. 요컨대기업의 윤리적인 헌신과 경제적 이익 사이의 교집합이확대되고있기때문에윤리는이제선택이 아닌 경영의 필수 요건으로 변화하고 있는것이다.

경영 전략의 중요한 요소로 인식해야

윤리 경영은 분명 소비자와 투자자들의 신뢰, 그리고종업원들의헌신을 통해경쟁 우위를 가져올 수 있다. 그러나, 윤리경영이 자동적으로 이윤을 보장한다면 윤리 경영을 마다할 기업은없을 것이다. 역설적이지만윤리경영이중요한이유는기업경영에서 윤리가 항상 물질적으로 보상받는 것은아니기때문이다. 따라서, 기업들은양자가모순되는상황에서윤리경영을경영전략의중요한요소중 하나로인식하고기업에실질적으로도움이되는고유의실천방안을찾아나서야할것이다.

통상적으로 윤리경영 시스템은 윤리 강령, 감독 조직, 교육 체계 등으로 구성되는데 일상적인 경영 활동과 괴리되는 경우가 적지않다. 그러나, 윤리경영을인사, 재무, 감사등기존의경영 과정과결합시킬경우 기업 가치의 증대가가능하다. 단적인예로 윤리 경영은 핵심 인재들의 이직률을 줄이고 기업의 생산성을 높이는 장점을 가지고 있다. 빠른승진과많은보수를통해확보한 인재는 언제든지 같은 이유로 회사를 등질 수 있는 반면, 선한 사람들이 만든 선한 기업이라는이미지는구성원들에게일생을통해 추구할 만한 숭고한 가치를 부여함으로써 인재 확보와 생산성 측면에서 유리하게 작용할 수 있다. 그 외에도 거래 기업과 공동으로 윤리경영 평가 모델을 구축하여 거래부정이나돌발사태등에대비하는것도 윤리경영의가치창조기능을높이는좋은 방안이될수있다.

건설업의 경우 비윤리적 행위의 유혹이 강한 산업이다. 따라서, 특정기업에게만윤리적인의사결정을강요하기보다는 업종별 협의체 구축 등을 통해 전체 기업들이 실천 가능한규범을창출하는것이보다효율적일수있다.

보다 적극적으로는 윤리 경영을 새로운 비즈니스모델창출에활용할수도있다. 일본의 한 주택업체는 비영리 조직과 연계해 주택환경개선작업을수행하면서지역공동체 전체의 자산 가치를 증진시키는 한편 자사 조경 사업 부문의 매출을 증대시키는 효과를 거두기도했다. 이러한시도는사업을통한이윤획득과동시에사회가치를창조하여 경쟁 우위를 확보하고자 하는 윤리경영의대표적성공사례이다.

물론 이러한 실천은 모두 최고 경영층의 의지가 뒷받침되어야 지속될 수 있다. 예를 들어윤리 기준의준수로인해 경쟁사에 비해저조한 실적을보이는임직원에대한 평가, 애매한지시로부하직원을윤리적인혼란에빠뜨리는 경영층의 제재등은최고 경영자의판단영역일수밖에없다. 실제로윤리경영의 대명사로 불리는존슨 앤존슨의 CEO 라센은' 성과가좋지않으면서로격려하여다시한번기회를줄수있지만, 회사의 가치를 이해하지 못하거나 윤리적 기준에 반하는 행동에 대해서는 다른 처방이 있을 수없다 는 분명한원칙을 제시함으로써 직원들의윤리경영실천을독려한바있다.

마지막으로, 윤리 경영의 확산을 위해서는 단일기업 차원을 넘어선기업간의협력이필요하다. 건설업의경우치열한가격경쟁과 낮은마진, 입찰, 하도급계약등비윤리적 행위의 유혹이 강한 산업이다. 이러한 산업에서는특정기업에게만윤리적인의사결정을강요하기보다선도기업을중심으로 업종별협의체 구축등을 통해 기업간노하우를 공유하고 전체 기업들이 실현 가능한 규범을 창출하는 것이 보다 효율적이다. 부패의 온상으로 악명을 떨쳤던 미국의 군수산업이 군수산업윤리경영실천협의회를 통해 이미지를 개선하고 윤리 경영의 기틀을 마련한것은좋은참고가될수있을것이다.

이처럼 윤리 경영은 기업의 실행 여부에 따라창고속의썩은사과(rotten apples in corporate barrel)가될 수도 있고 기업 가치를창출하고사회의신뢰를확보함으로써 경영의수준을업그레이드하는새로운기회가 될 수도 있다. 윤리경영 체계를 갖추고 있는기업은 많아도실제기대효과를향유하고 있는 기업은 드문 이유가 바로 여기에 있다.

최인철
삼성경제연구소수석연구원