

현대자동차그룹
윤리경영

Together for
a better future

윤리경영

윤리경영이란

윤리경영의 필요성

윤리경영 이러닝

왜 지금 윤리경영인가?

윤리경영, 지식사회의 글로벌 스탠다드

윤리경영, 선택 아닌 필수

윤리경영이 경쟁력이다

윤리경영 시스템

기업 윤리 실천의 부문별 쟁점

직장윤리 위반 사례

윤리경영, 이제 실천이다

윤리규범

직장윤리 규정

총칙

직장윤리 규범

규정 위반에 대한 처리

직장윤리 위원회

선물 관리 정책

구매본부 윤리헌장 및 강령

구매본부 윤리헌장

구매인의 자세

구매본부 윤리실천 강령

구매본부 윤리규정

스포츠단 윤리규정

행동지침

임직원 윤리행동 개요

임직원 행동윤리 세부지침

사례응답 (Q&A)

01

윤리경영

현대자동차그룹은 사회적 책임을 다하기 위해 윤리경영을 적극 실천하고 있습니다.

- 윤리경영이란?
- 윤리경영의 필요성
- 윤리경영 이러닝



윤리경영이란?

윤리경영이란, 조직 구성원들이 윤리적 딜레마 상황에서도 윤리적 의사결정을 내릴 수 있는 풍토를 조성해 주는 일련의 경영활동을 의미하며, 동시에 기업이 경제적, 법적 책임 수행은 물론 사회적 통념으로 기대되는 윤리적 책임의 수행까지도 기업의 기본적인 의무로 인정하고 주체적인 자세로 기업윤리준수를 행동원칙으로 삼는 경영을 의미합니다.

기업의 윤리경영은 단순히 조직 내 임직원의 부정부패를 통제하는 수단이나 한때 유행하는 경영 혁신의 도구가 아닙니다. 기업 내의 잘못된 관행이나 비용 구조를 윤리적인 기준에 맞도록 바로잡아 기업의 경쟁력을 향상시키고 경제적 부가가치를 새롭게 창출하는 경영활동으로, 궁극적으로 기업의 윤리경영은 이윤을 극대화하고 이렇게 창출된 기업 이윤을 통해 사회에 공헌하는데 그 목적이 있습니다.

윤리경영을 통한 기업의 윤리성 제고는 시장경제 체제하에서 소비자와 투자자를 포함한 모든 이해관계자의 신뢰를 얻음으로써 기업 전체의 이미지 제고는 물론 이로 인한 기업 이윤 극대화에 막대한 영향을 미치고 있으며, 더 나아가 기업의 생존문제로 이어지고 있습니다.

최근 미국의 엔론(Enron)社の 예를 보더라도, 부정회계에 의한 도덕성 논란은 주가 폭락은 물론 자금 차입을 불가능하게 하여 결국 기업 파산에 이르게 되는 등 기업의 윤리경영은 더 이상 선택이 아닌 생존을 위한 필수 요소로 자리 잡고 있습니다.



윤리경영의 필요성

경영 투명성을 바탕으로 시장으로부터 지속적 신뢰를 얻고 있는 기업은 우량 기업으로 발돋움 하는 반면 그렇지 못한 기업은 글로벌 시장으로부터 배척되는 것을 우리는 국내외 사례를 통해 알 수 있습니다.

이에 따라 국제 사회는 윤리준수를 강화하는 정책을 수립하고 있으며 反 부패 윤리 라운드가 이러한 경향에 더욱더 강력한 드라이브를 걸고 있습니다.

따라서 기업은 효율적인 윤리경영 준수 시스템을 갖출 수 밖에 없으며, 윤리경영은 이제 기업 경영에 근간이 되어 가고 있습니다.



투명성과 신뢰성은 기업평가에 있어 주요한 잣대입니다.

“ 저희 현대자동차그룹은

기업 경영의 비합리적 요소와 관행을 윤리적 관점에서 바로잡고 재정립하여 경쟁력을 강화하며, 모든 이해관계자들에 대해 신뢰를 주는 기업으로서 사회적 책임을 다하기 위해 윤리 경영을 적극 실천하고 있습니다.

윤리경영 이러닝

I 윤리경영, 지식사회의 글로벌 스탠다드

왜 지금 윤리경영인가?

1. 왜 윤리경영을 말하는가?

- 엔론사의 회계부정 사건

엔론사는 GAAP(일반회계원칙)의 제도상 허점을 악용한 회계부정사건을 일으켰다. 이중장부를 만들어 부채를 숨기고 1997~2001년 사이에 수익을 15억 달러로 과대 계산하였다. CEO, 제프 스킨링은 불법회계처리 보고를 받고도 이를 묵인하고 파산보호신청 3년 전부터 자신의 주식을 매각해 1억 달러 이상의 수익을 올린 사실이 드러났다. 결국 2001년 12월 2일 파산보호 신청하였다. 회계부정이 사실로 확인된 3개월 만에 시장에서 신뢰를 상실하여 파산한 것이다. 주가 폭락으로 인해 연금자산의 60%까지 엔론주식에 투자한 엔론의 종업원들이 가장 큰 피해를 보았다. 미국 전체 주식 시장이 급속히 경색되면서 엔론 사태 이후 최근까지 다우존스지수가 22.9%하락하였다.

엔론 사태의 시사점:

윤리적이지 못한 경영활동은 결국 경영자만 망하게 하는 것이 아니라 사회의 다른 구성원들에게도 심각한 피해를 준다. 따라서 윤리 경영은 경영자는 물론이고, 전 사원이 관심을 가질 필요가 있다.



비윤리적인 경영활동은 결국 기업에 대한 시장의 신뢰를 무너뜨리고 위기에 빠뜨리며, 윤리적인 기업만이 지속적으로 성장이 가능하다.

윤리경영 이러닝

I 윤리경영, 지식사회의 글로벌 스탠다드

윤리경영, 지식사회의 글로벌 스탠다드

1. 산업사회의 기업윤리

- 주주자본주의

산업사회에서는 주주의 이익을 극대화시키는 것만이 기업의 역할이라고 생각하였다. 밀턴 프리드먼(Milton Friedman)은 ‘기업은 경제적 성과만 내면 되고 기업이 창출하는 이익은 기업의 주인인 주주의 몫이어야 한다. 경영자는 단지 주주로부터 전권을 일임 받은 대리인이기 때문에 주주이익을 보장해야 하는 도덕적 책임을 감당해야 한다. 따라서 경영자가 임의로 사회에 기부하는 일은 부당하며 사회의 거센 요구에 대해서는 세금 납부로 대응하면 된다’고 하였다.

기업 이익만을 중시하는 이기론 외에도 대다수 사람에게 최대의 선을 가져올 행동을 선택해야 한다는 공리주의적 목적론이 논의되기는 했었지만, 윤리 이론을 기업현장에서 어떻게 실천해야 하는가의 문제는 논의되지 않았다.

2. 지식사회의 기업윤리

- A.P 스미스(Smith)와 발로(Barlow)의 판결

재봉틀 제조회사인 스미스가 프린스턴 대학에 1500불을 기부하자 주주인 발로가 무효소송을 제기한 사건으로 뉴저지 법원은 ‘스미스의 기부행위가 기업의 직접적인 이익과 무관하지만 사회적 책임의 범주로 인정된다’고 판결하였다. 이는 기업자선을 법적으로 인정한 최초의 판결로 미국 회사법이 기업의 자선 활동을 허용하는 방향으로 개정되는 계기가 되었다.

- 지식정보사회의 도래

20세기 후반 들어 자본주의는 새로운 변화의 국면을 맞이하였다. 에너지 위기와 생산성 하락으로 산업주의로는 지속적 성장을 할 수 없었다. 이러한 산업자본주의의 지평을 넘어서게 한 것은 바로 정보기술의 발달과 기업가정신의 대두였다. 산업사회가 지식사회로 이행하는 ‘디지털혁명’이 일어난 것이다. 지식정보사회가 도래한 것이다. 지식사회에서는 사회경제구조와 경영환경, 경영시스템

윤리경영 이러닝

I 윤리경영, 지식사회의 글로벌 스탠다드

이 변화하고, 그에 따라 사회의식이나 문화에도 상당한 변화가 일어났다.

• 지식사회에서 기업의 사회적 책임과 윤리의 변화

정보기술의 발전은 사회에 급격한 변화를 일으켜서 산업사회와 구별되는 지식사회라는 개념을 만들어 냈는데, 지식사회에서 일어난 기업 경영 환경의 변화에는 <사회경제구조 및 경영환경의 변화>, <경영시스템과 조직문화의 변화>, <글로벌화와 다양화> 등이 있다.

- 사회경제구조 및 경영환경의 변화 : 컴퓨터로 연결된 네트워크의 힘은 대단하여 지식의 발굴과 가공, 전달이 빛의 속도로 진행되고 있다. 속도가 빨라진 만큼 커뮤니케이션 기술과 의사결정의 신속함과 신속함이 중요해졌다. 특히 네트워크 사회를 기반으로 창의력과 전문성, 글로벌 경쟁력을 갖춘 지식근로자가 등장했다는 것이 중요한 특징이다.
- 경영시스템과 조직문화의 변화 : 경영시스템은 CRM마케팅과 같은 고객만족 중심으로 변화하고, 조직문화 역시 자율성을 강조하는 수평적 네트워크 조직으로 개편되고 있다.
- 글로벌화와 다양화 : 지식사회에서는 이분법적 논리나 개인주의적 사고 대신에 다양성과 유연성이 강조된다. 글로벌화가 진전됨에 따라 글로벌한 표준이 생기고 여기에 유연하게 대응하지 못하는 기업은 글로벌 시장에서 생존하기 어렵게 되었다.

• 피터드러커

사회적 책임은 조직이 사회에 미치는 영향과 사회 자체의 문제점에서 생긴다. 그리고 경영자가 사회 속에서 성장한 인적 자원을 관리하므로 기업의 사회적 책임은 경영의 중요한 분야로 다루어야 한다. 지식경영 시대에 기업의 경제적 이익과 사회적 책임은 결코 별개가 아니며, 윤리경영은 이제 시대의 대세이자 기업생존의 필수조건이다.

윤리경영 이러닝

II 윤리경영, 선택 아닌 필수

부패방지 윤리라운드가 다가온다

1. 부패방지 라운드란 무엇인가

- 부패방지 라운드의 정의

국제무역에서 부패관행을 퇴치하기 위한 국제적 규칙을 마련하려는 다자간 협상, 글로벌 스탠더드를 위한 국제적인 감시수단의 하나이다.

- 부패방지 라운드의 전개

1976년 소위 ‘록히드 사건’이 국제적인 물의를 일으켜 미국이 「해외부패관행법(Foreign Corrupt Practices Act 1977)」을 제정하면서부터 국제 상거래에서 관행화되었던 뇌물과 제반 부패행위가 법률문제로 구체적으로 공론화하기 시작하였다. ⇒ 해외부패관행법은 해외 공무원에게 뇌물을 제공하는 미국 기업들을 제재하는 법적 근거가 되었고, 이후 부패방지노력이 국제적으로 확산되는 계기가 되었다. ⇒ 이에 발맞추어 OECD, 즉 경제협력개발기구는 부패방지를 위한 국제규범을 제정하기 위한 협상을 진행하여 1999년 2월 15일 「국제상거래에 있어서 외국공무원에 대한 뇌물방지협약」을 발효시킴으로써 국제적인 부패방지 라운드가 본격적으로 출범하게 되었다.

2. OECD 뇌물방지협약, 국제투명성기구(TI), SA 8000 인증제도

1997년에 체결된 국제상거래에서 뇌물을 제공하는 행위를 범죄로 규정하고 관련직원과 기업을 함께 형사처벌하고 불이익을 주는 국제규범이다.

< OECD 뇌물방지협약 주요내용 >

01: 협약의 규제대상 뇌물공여행위는 외국공무원에 대한 뇌물에 한정한다.

02: 외국공무원은 일반적 공무원의 범위 이외에 외국을 위하여 공공기능을 행사하는 자와 국제기구 공무원으로 정의하여 그 포괄범위가 넓게 정의되어 있다.

윤리경영 이러닝

II 윤리경영, 선택 아닌 필수

03: 협약 적용은 국제상거래 과정에서 발생한 중요한 뇌물공여에 한정되며, 소액의 급행료는 제외된다.

04: 해외 뇌물죄 구성요건은 국제상거래에서 부당 이익 확보를 위해 직접 또는 중개인을 통해 외국공무원에게 불공정한 행위를 수행하도록 부당한 보수나 여타 이익을 제공하거나 제의, 약속하는 모든 행위에 적용한다.

05: 뇌물을 제공한 자연인 뿐 아니라 이에 대한 책임이 있는 법인에 대해서 처벌한다.

- SA 8000 인증제도

미국경제우선회의(Council on Economic Priorities)가 1998년부터 운영하는 국제노동기구로 UN 인권선언, UN아동권리헌장 선언 등에 합당한 노동조건을 보장하는 기업이라는 것을 인증하는 제도, 특히 불공정하고도 비인도적인 노동관행을 철폐하려는 데 목적이 있다.

- 록히드스캔들

미국의 군수업체 록히드사(社)가 일본의 고관에게 뇌물을 줌으로써 빚어진 사건으로 1976년 2월 미 상원외교위원회 다국적기업소위원회에서 록히드사가 일본에서의 항공기판매 공작자금으로 마루베니상사를 통하여 일본 정부의 고관들에게 200만 달러를 주었다는 증언이 발단이 되었다. 4월 록히드 사건에 대한 미국측의 미공개 자료가 일본측에 전달된 이후 6월부터 마루베니, 젠니구 등의 간부가 계속 체포되고, 7월 27일에는 전(前) 수상 다나카가쿠에이[田中角榮]가 체포되었는데, 다나카의 혐의는 전일본항공(ANA)에 록히드항공기를 구입하도록 영향력을 행사하는 대가로 5억 엔의 뇌물을 마루베니상사를 통하여 받았다는 것이었다.

국내 윤리 환경 변화

1. 법과 제도의 변화

국제투명성기구가 조사한 데 따르면 우리나라의 부패지수는 1999년 3.8에서 2000년 4.0,

윤리경영 이러닝

II 윤리경영, 선택 아닌 필수

2001년 4.25, 2002년 4.5로 계속 나빠지고 있으며 2002년도 우리나라 부패인지수(CPI)에서는 102개 조사국 중 40위, 뇌물공여지수(BPI)에선 21개 조사국 중 18위를 한 것으로 발표돼 경제규모에 비해 “부패국가”라는 불명예를 안고 있다.

우리나라는 2001년 7월에 「부패방지법」을 제정하고 2002년 1월 25일에 부패방지위원회를 구성하였다. 우리 정부의 윤리준법 강화 정책들로는 다음과 같은 것들이 있다.

- 준법감시인 제도(재정경제부): 금융회사의 내부통제기준 제정, 이의 준수여부 감시 및 보고 의무를 수행하는 ‘준법감시인’임명.
- 공정경쟁자율준수규범(공정거래위원회): 공정경쟁관련 법규 자율준수 프로그램의 효율적 운용. 기업에 과징금 면제제도 시행.
- 청렴계약제(조달청, 서울시): 공공기관과 입찰기업 간에 청렴계약 체결. 위반한 입찰기업에게 각종 불이익 주는 제도 시행.
- 기업윤리평가지표(산업자원부): 윤리경영수준 평가모델 개발. 윤리경영 우수기업에 포상과 지원 정책 마련.

2. 시민단체의 감시활동 강화

반부패는 선진시민사회로 가는 시대적 흐름으로 우리나라에서도 시민들이 나서서 윤리적 기업활동을 강력하게 요구하고 있다.

• 반부패 국민연대

국제투명성기구 한국본부로 기업윤리강령실태를 조사 발표하면서 부정부패 상황이 크게 개선되지 않음을 지적하고, 부패방지법과 자금세탁방지법의 조속한 제정을 촉구한 바 있다.

• 참여연대

소수 주주권 행사를 통해 경영진의 책임을 추궁하는 활동을 강화하고 있다.

윤리경영 이러닝

III 윤리경영이 경쟁력이다

위기관리의 대안, 기업윤리전략

1. 위기발생의 증가와 그 요인

국제 사회의 신뢰를 잃은 국가나 기업은 이미 그 가치 자체가 평가 절하된다. 그 위기를 이겨내고 다시 도약하려면 국제사회로부터 신뢰를 얻어야 하는데, 이제 단순히 기술력으로만 가치를 평가받던 시대는 지났다. 지금은 소비자들의 사이버 파워가 강해지면서 기업이 단 한 번의 실수로도 상상을 초월한 비용을 지불하게 되기때문에 위기관리에 신경써야 한다. 윤리는 이러한 기업의 가치를 위기에서 건져내는 강력한 힘이 될 수 있다.

비윤리적인 경영활동은 결국 기업에 대한 시장의 신뢰를 무너뜨리고 위기에 빠뜨리며, 윤리적인 기업만이 지속적으로 성장이 가능하다.

- 기업의 윤리적 위기는 발생 요인

- 성공신화에 안주하려는 자만심
- 관료주의와 부서 이기주의
- 정보의 홍수 속에서 왜곡된 정보의 수용
- 단기적 성과만 중요시하는 업적 지상주의
- 새로운 제도 및 환경 변화에 안일한 대처

위기는 그러해야 하는 것과 그러한 것의 차이 즉, 목표와 현실과의 차이를 말한다. 이것을 그냥 내버려두면 결국은 기업의 신뢰를 붕괴시키는 원인이 된다. 그러나 위기는 말 그대로 위험과 기회의 개념을 동시에 갖고 있기 때문에 대비만 잘 한다면 오히려 득이 될 수도 있다. 따라서 위기를 어떻게 관리하느냐가 아주 중요하다. 윤리 환경변화에 대비를 잘 하는 기업에게 지금은 기회의 시대가 될 테지만, 그렇지 못한 기업에게는 결정적인 위기의 시대가 된다.

윤리경영 이러닝

III 윤리경영이 경쟁력이다

2. 윤리경영이 왜 경쟁력인가?

- 위기상황에 대한 대처

윤리경영이 기업의 위기상황에 대한 대처 방안이 된다. 한 때 위기 상황에 처했지만 현재는 잘 나가고 있는 기업들은 한결같이 기업윤리 실천 시스템을 가동하고 있다. 예를 들면, 존슨앤존슨이 좋은 예로, 1980년대 전반까지 각종 군수사업 스캔들에 연루되었었던 노드롭 그루먼 같은 경우에도 군수산업 윤리경영 실천협회에 참여하고 Open Line이라는 내부고발제도를 운영하는 등 적극적으로 윤리경영을 도입해서 오히려 성장했다.

* 1998년부터 2002년까지 우리나라 기업 중 윤리경영 전담 부서를 운영하고 있는 기업의 주가상승률은 46.3%으로 윤리현장을 제정하지 않은 기업의 주가 상승률 22.1%에 두배 이상 높은 수치.

- 비윤리적인 행위 때문에 불상사를 겪었던 기업들

- 일본의 경우: 쇠고기를 위장해서 속여서 판 닛폰햄, 유끼지루시가 있고, 정부개발원조에 대해 뇌물을 주었던 미쓰이 물산, 원자력발전소의 결함을 은폐하려고 했던 도쿄전력 등.
- 미국의 경우: 분식회계를 저질렀던 엘론이나 월드컴이 있고, 그들의 분식회계를 방조하고 불법문서를 파기했던 아더 앤더슨 또 100만 달러 이상의 세금을 포탈했던 타이코 인터내셔널 등.
- 우리나라의 경우: 외환위기 이후 기업에 대한 국민들의 기대심리가 높아지면서, 사회통념에 어긋나지 않는 경영을 요구하는 분위기로 소비자 의식이 성장하면서 법적으로 하자가 없는 경영활동조차 국민정서와 충돌할 경우 사회적 물의를 일으키고 지탄의 대상이 되는 경우가 발생하고 있다. 게다가 제조물 책임법(Product Liability)과 주주대표소송제도 등으로 인해 이해관계자들의 영향력이 커지고 있어서 소송에 잘못 휘말린 경우 기업의 존립 자체가 위험해진다.

시장은 소비자만큼 소비자의 신뢰를 받지 못하면 기업은 그 기반을 잃는 것이나 마찬가지다. 이제 '윤리적'이라는 기업이미지는 기업경영에 있어 가장 중요한 무형자산이며 경쟁력인 셈이다. 윤리경영의 가치를 공유한다는 것이 그만큼 중요한 경쟁력이 된다는 점을 명심해야 한다.

윤리경영 이러닝

III 윤리경영이 경쟁력이다

윤리경영 바로 알자

1. 윤리경영이란 무엇인가?

- 윤리경영의 정의

소극적 의미 : 남에게 해를 끼치지 않는 범위 내에서 의사결정을 하는 준법 경영

적극적 의미 : 기업의 주주, 이해관계자와 신뢰도를 유지하면서 사회적 기대 “요구” 책임에 부응하는 경영

- 사회적 책임에 대한 태도를 기준으로 한 경영방식의 분류

구분	비윤리경영 Immoral Management	탈윤리경영 Amoral Management	윤리경영 Moral Management
윤리 규범	경영 활동이 윤리와 대립	경영 활동은 윤리와 독립	경영 활동은 윤리기준과 일치
경제적 책임	기업 성장과 이윤을 위해서는 탈법적 행위도 용인	법의 테두리 내에서는 무엇을 해도 상관 없음	법적 책임의 준수는 물론이고 입법 취지나 사회 통념을 감안하여 기업 의사 결정

출처 : 「윤리경영의 선진사례와 도입방안」, 최인철, 2002.6., SERI, 6쪽을 재구성

윤리경영 이러닝

III 윤리경영이 경쟁력이다

2. 윤리경영이 왜 경쟁력인가?

기업의 윤리적 발달단계

- 제1단계 : 무도덕단계
 - 기업주와 경영자들만이 중요한 이해관계자라고 생각
 - 대가를 치르더라도 기업의 이익만 극대화시키면 됨
- 제2단계 : 준법단계
 - 위법만 안 하면 비윤리적이 아니라고 인식
 - 법규만 지키지 그 이상의 윤리는 고려하지 않음
- 제3단계 : 대응단계
 - 기업의 사회적 책임을 다하는 것이 기업에 이익이 됨을 인식
 - 지역사회에 봉사하고 대 외적으로 홍보
- 제4단계 : 윤리관 태동단계
 - 윤리와 이익의 균형
 - 기업신조, 윤리강령 발표, 윤리위원회 등 조직화
- 제5단계 : 윤리적 선진단계
 - 윤리 원칙에 의한 행동
 - 윤리 우선

윤리경영 이러닝

IV 윤리경영시스템

윤리시스템을 구축하는 핵심 노하우 3C

1. 3C의 개념

일본경영윤리학회 회장 미즈다니는 기업윤리시스템에서 가장 기본이 되는 요소로 3C를 들고 있다. 이 3C는 강령(code), 준수여부감독조직(compliance), 교육을 통한 공감(consensus) 이렇게 세가지를 말하는 것으로 미연방법원 판결지침을 살펴보면 이 ‘3C’를 근거로, 기업이 윤리경영을 위해 가시적 노력을 행하고 있는지를 판단하고 있다는 것을 알 수 있다. 그래서, 이것을 실천하고 있는 기업에 대해서는 연방법을 위반하는 사태가 발생하더라도 면책해주거나 혹은 징계 수준을 경감시켜주고 있다.

- 기업윤리시스템을 구축하는 기본요소 3C

- Code of conduct 기업윤리강령: 구체적이고 성문화된 형태로 직원들에게 기업 윤리행동지침이 제시되고 있는가?
- Compliance check organization 준수여부 감독 조직: 윤리경영을 실현하기 위한 조직과 제도가 구비되어 있는가?
- Consensus by ethics education 윤리경영 교육에 의한 공감조성: 기업윤리 준수를 위한 반복적이고 일상적인 교육이 제공되고 있는가?

- Code of conduct 기업윤리강령

기업윤리강령은 구체적이고 성문화된 형태로 직원들에게 제시되는 일종의 행동지침 즉, 임직원들이 직무를 수행하는 과정에서 윤리적으로 옳고 그른 것을 판단하는 기준이 되는 동시에, 해야 할 일과 해서는 안 될 일을 구분하는 기준이 된다. 윤리경영을 실천하려는 기업은 가장 먼저 기업윤리강령을 마련해야 한다. 무엇보다 중요한 것은 기업윤리강령을 만드는 과정에서, 될 수 있는 대로 많은 임직원들이 참여하도록 하는 것이 필요하며 특히 윤리강령이 말 그대로 ‘강령’으로 작동하기 위해서는 내부 직원뿐만 아니라, 고객, 주주, 협력업체, 지역사회의 의견을 잘 듣고 이것을 반영해야 한다.

윤리경영 이러닝

IV 윤리경영시스템

- Compliance check organization 준수여부 감독 조직

윤리경영을 제대로 실천하는지 감독하는 조직을 말하는 것으로 윤리경영 전담 부서 및 책임자, 내부 고발 시스템, 감사 및 평가시스템 등을 갖추는 것을 말한다. 이 조직은 회사의 기업윤리강령과 종업원 행동준칙을 만들고, 임직원 윤리교육을 담당하는 조직으로 종업원들이 윤리강령과 행동준칙을 어느 정도 지키고 있는지 추적하고, 비윤리적인 행위가 포착되었을 경우에 적절한 조치를 취하는 것도 이 곳의 업무이다. 보통 윤리위원회를 두고 그 하부 조직으로 기업윤리팀, 기업윤리상담센터 등의 실무 담당부서를 운영하며, 생산이나 영업현장에서 활동하고 있는 종업원들이 윤리적 딜레마에 빠졌을 때 올바른 선택을 할 수 있도록 도와주는 역할을 한다.

- Consensus by ethics education 윤리경영 교육에 의한 공감조성

종업원 모두에게 기업윤리강령의 내용을 인식시키고 윤리 문제에 대한 대처방법을 숙지시키기 위해서는 반복적이고 일상적인 교육이 필수적이다. 이런 교육은 전 조직에 윤리경영과 윤리실천에 대한 공감대를 형성시켜서 기업윤리가 시스템 전반에 녹아들게 만드는 가장 중요한 요소라 할 수 있다.

2. 사례

동일기업(가상의 기업)은 종업원 2만 명을 가진 기업으로 10년 전에 기업윤리강령을 제정했지만, 그것을 실천하기 위한 노력이 부족했다. 그런데 근래에 국제적인 기업윤리 환경이 변하면서, 본격적인 기업윤리 프로그램을 체계적으로 도입하기로 결정했다.

- 동일기업의 기업윤리 프로그램 도입과정

1단계: 현재 모습의 진단 - 우리 회사의 윤리의식 및 관행에 대한 파악

2단계: 윤리강령제정 - 종업원 행동준칙과 거래업체 행동지침 등

3단계: 윤리강령 선포 및 전직원 교육 실시 - 사례토론식 교육

4단계: 실천시스템 구축 - 기업윤리팀을 두어 윤리상담이나 교육 및 평가를 담당, 윤리 책임자 임명

윤리경영 이러닝

IV 윤리경영시스템

5단계: 실행 - 실천테마 등의 운영

6단계: 성과 분석 및 차기 계획

• 1단계 : 현재 모습의 진단

직원 의식 설문조사나 집단토론회, 거래업체에 조사 등을 통해 회사의 윤리의식 및 관행을 파악하였다.

• 2단계 : 윤리강령 제정

앞서 실시한 다양한 조사를 바탕으로 종업원 행동준칙과 거래업체 행동지침 등 윤리강령을 제정하였다. 윤리강령을 지켜나가는 것은 임직원들이기 때문에 이 과정에서 직원들의 의견을 반드시 반영하는 것이 좋다.

- 임직원의 의견 반영 방법: 선물, 접대, 경조사, 부조금 등 민감한 부분에 대해 설문조사를 실시하고 인터넷으로 감사실 전 직원에게 행동 강령 초안을 보내서 질문을 받게 하였다. 또 간부 직원, 일반 직원 및 거래업체 대표와 별도로 토론회를 개최하여 이 토론을 기초로 윤리강령 기초위원회에서 강령 초안을 작성한 다음 다시 임원회에서 토론을 거쳐서 윤리강령을 제정하였다.

• 3단계 : 윤리강령 선포 및 전직원 교육 실시

만들어진 윤리강령을 대내외적으로 선포하고 전직원에게 교육을 실시하였다. 교육은 사례를 놓고 토론하는 방식이 효과적인데, 각 부서마다의 특성을 살려 실무적인 문제를 중심으로 토론하게 하였다. 즉, 생산직에서는 부품과 원자재의 납품이나 사용 등에 대해 토론하고, 마케팅부에서는 하자제품 처리나 바겐세일 가격설정, 모방이나 폭력광고의 처리, 접대의 기준 등에 대해 다루고 인사부에서는 성차별이나 외국인노동자의 대우, 정당한 스카웃의 방법 같은 것에 대해 토론하도록 한다.

- 교육프로그램을 짤 때 주의할 점: 교육대상자별로 차별화된 교육을 해야 한다. 신입 사원, 중간직 사원, 관리직 사원, 부장, 지사장 등에 따라 주관심사가 다르기 때문에 비중을 다르게 해서 교육해야 효율적이다.

물론 전 사원이 공통으로 알아야 할 기업윤리 기본 교육은 반드시 선행되어야 한다. 이렇게 교육을 실시하는 것은 윤리경영에 대한 전사적 공감대 형성에 아주 중요한 역할을 한다.

윤리경영 이러닝

IV 윤리경영시스템

• 4단계 : 실천시스템 구축

감사실 내에 기업윤리팀을 두어 윤리상담이나 교육, 평가를 담당하도록 하였다. 또 모든 부서의 참여를 유도하기 위해 회사 내의 각 부서별로 각각 1명씩 ‘기업윤리책임자’를 임명했다. 이들을 통해 회사 방침을 전달하고 현업 부서의 특수사정을 반영할 수 있어서 더 효율적인 윤리실천체제를 갖추게 되었다.

• 5단계 : 실행

실행단계에서는 매월 실천테마를 운영하면서 직원들의 참여를 끌어내려고 했다. 임직원 윤리규범 실천대회, 에너지 절약 및 자연보호 캠페인, 부패방지 실천 캠페인, 사랑의 헌혈 캠페인, 윤리경영 실천 우수자 시상 등을 예로 들 수 있다. 그러나 일회성 캠페인보다는 지속적인 윤리실천의 과제를 만들어 내는 것이 무엇보다 중요하다.

• 6단계 : 성과분석 및 차기계획

이러한 윤리시스템의 구축과 실천은 평가와 보완과정을 거쳐 점차 안정화되고 정착되어야 하는데 동일기업에서는 윤리강령 집행과정을 평가하기 위해서 외부전문기관에 ‘기업윤리감사’를 의뢰하고 있다. 그러나, 기업이 자체적으로 평가하고 감사하는 게 위기발생을 사전에 예방하는데 유리하다.

기업윤리의 시스템적 접근의 핵심은, 기업시스템 전체에 녹아들어가 기업의 모든 활동에서 구체화되어야 하는 지속적인 실행요소로서 기업윤리를 인식하는 것이다. 윤리경영을 잘못 이해해서 그저 기업 내 문서로 윤리강령만 달랑 만들어 놓는다면, 오히려 기업 내부적으로는 의사결정 원칙에 혼란을 가져오고 조직 구성원들의 사기만 떨어뜨리게 될 것이며 외부적으로는 겉과 속이 다른 신뢰할 수 없는 기업으로 비치게 될 것이다.

윤리경영의 긍정적 효과

1. 기업외적 요소 : 거래비용의 절감

윤리경영 이러닝

IV 윤리경영시스템

윤리경영을 하는 기업은 거래하려는 상대방에게 신뢰를 주기 때문에 쉽게 거래를 성사할 수 있고 그것은 넓은 의미의 고객에게 신뢰를 주기 때문에 결국 기업이 윤리경영을 하게 되면 거래에 들어가는 시간과 비용이 절감되고, 판매량이 증가하는 효과가 있다. ⇒ 윤리경영시스템이 잘 구축되어 있으면 기업 외적인 측면에서 볼 때 거래 비용을 경감시키는 효과가 있다.

2. 기업내적 요소 : 직무 만족과 조직 몰입

윤리경영은 기업 내 종업원들의 근무 태도에도 영향을 준다. 우선, 윤리경영을 하는 기업에서는 직원들이 회사업무를 알맞게 추진할 수 있기 때문에 자신의 직무와 관련하여 보람을 느끼고 동시에 직무에 대한 만족도가 높아진다. 또한 윤리경영은 직무 만족도를 높일 뿐만 아니라, 직원들의 조직 몰입도를 높인다. 조직 몰입이란 개인의 조직체에 대한 일체감을 나타내는 것으로서, 직원들이 조직의 목적 달성을 위해 자발적으로 노력하는 적극적인 태도와 행동을 의미한다.

조직에 대해 심리적 일체감을 느낄 때 사람들은 조직을 위해 자신의 노력을 아끼지 않게 되며 조직에 남아있으면 이득이 크다고 생각하기 때문에 직원 신분을 유지하려는 심리도 커질 것이다. 직원으로서 가져야 할 도덕적 의무감으로 업무를 성실히 수행하게 될 것이다.

이처럼 기업이 그 내부에 윤리경영 실천 시스템을 구축하는 것은, 비용 증가 요소가 아니라 기업의 경영성과를 높여주는 장기적인 효과를 가져온다는 것을 인식할 필요가 있다.

윤리경영 이러닝

V 기업 윤리 실천의 부문별 쟁점

생산 및 마케팅 부문의 윤리쟁점

1. 생산 및 연구개발 부문의 윤리

기술개발이 생산활동의 시작이기 때문에 이 과정에서 여러 가지 윤리문제가 생길 수 있다.

기업에서 기술을 습득하는 방법은 도용, 모방, 개량, 라이선싱, 발명 등의 방법이 있는데 이 중에서 도용과 모방이 윤리적인 문제를 일으킨다.

※ 1995년 서울지방법원 민사 50부는 한 회사의 핵심영업비밀을 알고 있는 사람이 경쟁사로 직장을 옮겼을 경우 그 영업비밀과 관련된 업무에 종사할 수 없다는 결정을 내린 바 있다.

- 경영자나 관리자의 의사결정 및 관리에 관계되는 윤리문제

경영자나 관리자 측면에서 보면 제품생산에 이용하는 자재와 부품에 윤리적인 문제가 있는 경우가 많다. 예컨대 값싼 개도국 부품을 이용하고 가격 할인 광고는 하면서 그 사실을 알리지 않는다면 이것은 윤리적인 문제가 된다. 또 제조물 책임과 관련된 윤리가 있다. 기업에서 합법적으로 생산하여 제품검사에 통과된 제품의 경우 적절한 가격에 소비자에게 판매하고 나면 일단 기업의 역할은 끝난 것이라고 보는 게 일반적인데, 이 때문에 윤리적 문제가 생길 수 있다. 제품을 사용하다가 소비자가 피해를 보면 그것은 소비자가 아닌 생산자의 책임이 된다. 이런 피해가 자주 발생하면 ‘제품회수 명령’을 받지만 그렇지 않을 경우에는 순전히 윤리적인 문제가 되고 그것을 어떻게 취급하느냐에 따라 소비자의 기업에 대한 신뢰성이 달라진다. 이를 위해 우리나라도 2002년부터 제조물 책임법이 시행되고 있다.

- 근로자의 근로 태도와 관련된 윤리문제

근로자의 근로 의욕이 저하되어 있을 경우에 문제 발생의 소지가 크다. 이유가 어찌 되었든 근로 의욕이 저하되어 있을 때 근로자가 제품의 품질관리에 소홀하거나 암묵적으로 하자 발생을 방치하게 되면 윤리적인 문제가 된다. 그렇기 때문에 경영자는 근로자의 자아실현과 존엄성 유지가 기업의 목적인다고 생각하는 시각을 가지고 생산활동에서 일어나는 윤리문제를 미연에 방지해야 하고, 근로자

윤리경영 이러닝

V 기업 윤리 실천의 부문별 쟁점

역시 전문인 정신을 가지고 소비자를 생각하며 보이지 않는 곳에서도 윤리적인 생산활동을 해 나가야 한다.

2. 마케팅부문의 윤리

회사의 마케팅 부장이나 영업담당 임원은 광고비 지출을 승인하고 광고의 목적을 정하는 과정에서 이러한 윤리적 딜레마에 부딪치게 된다. 하지만 소비자가 당연히 알아야 할 정보를 알리지 않는다는 것은 윤리적으로 문제가 된다. 이런 윤리문제에 대처하기 위한 회사 차원의 방침과 상세하고 확실한 행동강령이 있어야 한다.

- 그 외 마케팅부문의 윤리문제들

60년대부터 미국에서 시작된 PL제도 즉, 제조물책임법이 우리나라에서도 2002년부터 시행되고 있는데, 이 제도가 생산부문은 물론이고 마케팅 부문과도 연관이 있다.

사고 발생을 미연에 방지하는 것이 생산부문의 윤리문제라면, 부득이하게 PL사고가 발생했을 때 어디까지 제품을 회수하고 피해자에게 어떻게 보상해야 하는지는 마케팅 차원의 윤리 문제이다.

인사 및 재무 부문의 윤리쟁점

1. 인사부문의 윤리

인사부문에서 부딪칠 수 있는 윤리문제 중 하나는 내부자 고발에 대한 문제이다. 이것은 상당히 민감하고 찬반에 대한 의견이 분분하지만, 사회적으로 중대한 해독을 끼치고 고발의 동기가 사회정의에 있으며, 기업이 시정할 의지를 보이지 않는다면 내부자가 비리사실을 고발하는 것은 당연한 것이라고 인정되고 있다.

오늘날의 종업원들은 먹고사는 문제를 떠나서 보람있는 일을 하고 싶어한다. 예전처럼 “주는 대로 월급 받고 시키는 대로 해라”라는 식의 인사관리방식은 통하지 않는다. 또한 자신이 일하는 기업의

윤리경영 이러닝

V 기업 윤리 실천의 부문별 쟁점

비윤리적인 모습을 그냥 넘기지 않고 적극적인 행동을 하려고 한다. 이런 상황에서 기업들은 내부고발을 부정적으로만 보지 않고 이를 적극적으로 제도화하고 대응할 필요가 있다.

• 그 밖의 인사부문의 윤리문제

종업원의 해고 문제, 노동조합과 관련된 문제, 고용이나 승진에서 성차별 혹은 학력차별의 문제, 사생활 침해에 관한 문제, 실업수당의 지급 문제 등이 인사부문에서 발생할 수 있는 윤리문제들이다. 오늘날 기업의 개념은 자본과 원료, 제품 등의 물리적 시스템이라는 생각에서 노동자, 관리자, 경영자가 같이 힘을 합하여 공동목표를 달성하기 위한 인적시스템이라는 생각으로 바뀌고 있다. 인사관리의 방향도 '인간노동의 존중'이라는 방향으로 흘러가고 있기 때문에 새로운 시대에 윤리적 마찰 없는 인사관리를 위해서는 종업원의 인권을 인정하는 바탕 위에서 명확하고 구체적인 행동준칙을 마련해야 한다.

2. 회계 및 재무관리의 윤리

기업의 회계와 재무관리부문에서는 불법대출이라든지 비자금 조성, 탈세와 같은 윤리적 문제가 많이 발생한다. 엔론사태나 국내 S글로벌 사태를 살펴보면 사회적 파장을 불러오는 기업의 부정행위 뒤에는 비리를 눈감아줬던 회계사가 있었다. 회계사가 흔히 겪는 윤리적 딜레마는 회계감사용역을 의뢰하고 보수를 지불하는 고객회사의 단기적 이익과, 공정한 회계정보를 그 기업의 이해관계자들에게 제공해야 할 공인회계사의 임무 사이에 일어나는 이해관계 상충이다. 사실, 회계사의 활동에 대해서 기업이 만족하지 못하면 기업은 언제든지 다른 회계사로 대체할 수 있기 때문에 가장 공정성을 기해야 할 회계사의 활동이 감사받는 기업에게 유리한 방향으로 흐르기 쉽다. 또한 회계사들은 고객회사로부터 회계기록을 변칙 처리하도록 압력을 받기도 한다. 즉, 탈세를 위해 이익을 줄이거나 회계항목을 조정해달라는 것, 애매한 비용항목을 손비처리 해달라는 요구같은 것들이다. 이러한 윤리적 문제를 없애려면 회계사의 기본적 행동원칙인 공익보호의 원칙을 지키기 위해 노력해야 한다. 다시 말해 재무재표가 주는 정보를 이용할 일반 투자자의 이익을 가장 먼저 고려해야 한다는 말이다. 무엇보다도 기업이나 금융기관이 경영정책의 기본 목표를 단기적 이익극대화보다 기업의 존속과 장기적인 성장에 두는 현명한 시각이 필요할 것이다.

윤리경영 이러닝

V 기업 윤리 실천의 부문별 쟁점

구매 및 환경 부문의 윤리쟁점

1. 구매부문의 윤리

구매부분은 회사의 자산을 효율적으로 운용하는 문제와 맞닿아있어서 공정하고 투명한 활동이 절대 적임에도 불구하고, 일의 특성상 협력업체로부터 금품을 받거나 향응을 제공받는 일들이 빈번하게 발생한다. 그래서 투명경영과 신뢰경영의 필요성을 깨닫고 있는 대부분의 회사들이 특별히 구매활동과 관계된 윤리실천사항을 강조하고 있다. 만원 이상의 금품이나 선물을 받지 않도록 하고 현금은 물론이고, 유가증권, 상품권, 회원권, 항공권 등도 절대 받아서는 안 된다. 또한 협력업체로부터 어떤 할 인혜택도 받아서는 안 되고 협력업체 임직원과 내기 같은 걸 해도 안 된다. 회사업무와 관련해서 입수 한 정보를 개인의 이익을 위해 사용해도 안 된다.

이러한 구매부문의 윤리문제를 해결하기 위해서는 올바른 구매인의 자세를 정립하도록 하는 구매윤 리헌장과 실천강령, 윤리규정 등이 중요한데, 이런 규정이 구체적일수록 구매부서의 담당직원들이 윤리적 딜레마를 덜 느낄 것이며, 구매부서의 직원들은 특히 자기 업무에서 부딪힐 수 있는 각종의 윤 리적 문제들을 잘 정리해서 내부 윤리지침을 공유할 필요가 있다.

2. 환경보호와 기업 윤리

환경문제까지 생각하면서 기업활동을 한다는 게 상당히 불리한 것 같지만, 어떻게 보면 새로운 기회 이기도 하다. 폐수처리나 공기정화장치 등 환경산업은 가장 유망하게 급성장 하는 산업이 되고 있다. 환경을 무시하면서 기업활동을 하는 시대는 지났다.

120개국이 참가한 ‘환경과 무역에 관한 협상’에서 ‘무역환경위원회’를 가동시키기로 했는데 이것은 앞으로 환경관련 규제기준에 미달될 경우 수출이 어려워진다는 것을 의미한다. 환경보호문제에 적극 적으로 참여하는 기업만이 기회를 얻고 살아남을 수 있다.

윤리경영 이러닝

V 기업 윤리 실천의 부문별 쟁점

- 발데즈(Valdez) 원칙

미국의 엑슨(Exxon) 석유회사가 1989년 ‘엑선발데즈호’의 기름 유출 대참사 직후 발표한 환경윤리에 관한 10대 원칙으로 미국의 많은 기업들이 이 원칙을 기준으로 환경관련 행동강령을 작성하고 시행하고 있다.

- 01: 생물환경의 보호
- 02: 자연자원의 지속적 사용
- 03: 폐기물의 감축과 처리
- 04: 에너지의 효과적 사용
- 05: 위험감소
- 06: 안전한 제품과 서비스의 마케팅
- 07: 피해보상
- 08: 공시
- 09: 환경담당임원
- 10: 평가와 감사

윤리경영 이러닝

VI 직장 윤리위반 사례

내부자 거래

내부자 거래는 직무상 회사의 미공개 정보를 보유하게 된 주주나 직원이 이를 이용해 주식거래를 하는 것이다. 이 경우 정보의 비대칭이 발생하여 주식시장에서 공정경쟁을 저해한다. 불공정거래행위는 주식시장에서 결탁하거나 공모 등을 통해 주가를 조작하는 행위로 업무상 취득한 정보를 이용한 주식시세 조종 또는 미공개정보를 이용한 불공정 거래행위를 금지하고 있다. 적발될 경우 본인이 받는 민형사상 책임뿐만 아니라 회사와 금융시장에 주는 피해 또한 자신이 깊이 인식해야한다. 자기통제 의식을 함양할 필요가 있다는 것이다.

금품, 접대, 향응 수수

이해관계가 있는 사람과 금전, 물품, 식사, 음주, 오락 등 경제적 이익을 주고받는 행위는 제도적으로 금지되어 있다. 또한 가족 등 제3자를 통한 간접적인 수수와 임직원 상호간의 금품 수수 행위도 여기에 해당된다. 생일이나 경조사 등 사회통념상 인정되는 범위의 한도는 통상 예외로 하고 있지만, 이 경우에도 그 한도를 회사마다 내규로 정하고 있으므로 그 지침을 숙지하고 처리할 필요가 있다. 우리나라 기업 문화에서 금품 수수나 골프접대, 향응이 오랜 관행이지만, 요즘은 정부와 기업 내부에서도 엄격하게 이러한 행위를 규제하고 있음을 명심해야 한다.

직권 남용

본인의 직무와 직위를 이용하여 지시를 강요하거나 개인적 이익을 도모하고 불합리하게 업무를 처리하는 것으로 이는 엄격히 금지되어야 한다. 주로 상사가 부하직원에게 부당한 지시를 하거나 협력업체에 대한 업무 진행과정에서 발생한다. 이는 부서의 근무분위기를 나쁘게 만들뿐만 아니라 업무 효율성을 떨어뜨리는 결과를 초래한다. 이 경우에도 윤리준법부서에 상담 및 자문을 구하거나 절차에

윤리경영 이러닝

VI 직장 윤리위반 사례

따라 신고해야 한다. 직권 남용은 정상적인 상거래 활동에 편법과 탈법을 개입시키는 온상이며, 법적인 제재조치까지 받는 심각한 비윤리 행위인 만큼 이에 대한 경각심은 아무리 강조해도 지나치지 않을 것이다.

회사 재산의 사적 사용

회사 재산의 사적 사용이라 함은 회사의 재산을 업무 이외의 개인적 용도에 사용하는 것을 말한다. 회사재산은 사무기자재와 같은 유형자산 뿐만 아니라 사업문서, 업무방법, 정보, 지적재산권 및 근무시간 등도 포함된다. 사적인 경비지출도 금하는데, 사적인 경조금, 선물지출, 업무와 관련이 없는 접대 행위 등이 사적인 경비지출에 포함된다. 즉 경비 지출에 있어 공사구분을 엄격히 적용하는 자세를 가져야 한다는 것이다. 미국기업은 회사 재산의 사적 사용을 엄격히 금지하고 있으며, 이를 위반했을 경우 ‘해고’라는 엄격한 처벌 규정을 가지고 있다.

윤리경영 이러닝

VII 윤리경영, 이제 실천이다

윤리적 리더십과 윤리적 의사결정

1. 경영자, 기업윤리경영의 핵심 리더

윤리경영이 정착되기 위한 가장 우선적인 전제로 무엇보다 최고 경영자의 의지가 중요하다. 윤리경영을 제대로 도입하기 위해 최고경영자에게 요구되는 중요한 전제조건으로 다음과 같은 것들이 있다.

- 최고경영자는 기업의 목적을 ‘이윤추구’가 아닌 ‘생존’으로 인식할 수 있어야 한다.

기업조직의 최종 목적은 ‘생존’에 있으며, 현대사회에서 기업의 생존에 무엇보다 중요한 요소가 바로 기업의 윤리라는 사실을 최고경영자가 확고하게 인식하는 것이 중요하다는 뜻이다.

- 최고경영자는 윤리경영이 규범과 시스템이 함께 맞물려서 굴러간다는 사실을 잊어서는 안 된다.

시스템에만 의존하는 윤리경영이 가동되기 힘들 듯이, 규범에만 의존하는 윤리경영은 붕괴될 위험이 매우 크다. 구체적인 실천시스템이 없이 윤리현장과 경영자의 의지만 있으면 된다고 생각하고 윤리경영을 하면 그 기업은 한 순간에 명성을 잃게 될 위험이 있다. 이러한 위험을 방지하기 위해서라도 최고경영자의 실천의지는 반드시 시스템으로 구체화되어야 한다.

2. 관리자, 기업윤리경영의 전도자

기업 윤리의 향상을 위해서 관리자는 먼저 자신의 윤리적 의무를 잘 인식하고 직원들에게 모범을 보이고 실천을 권유하는 윤리경영의 전도자가 되어야 한다. 또한 경영자만이 아니라 관리자들도 역시 자기 의사 결정에서 회사의 장기적 비전과 가치를 생각하며, 주어진 목표를 달성하는 과정에서 절차적 정의를 준수하려는 노력을 기울여야 한다.

윤리경영 이러닝

VII 윤리경영, 이제 실천이다

3. 직원, 기업윤리의 실행자

경영자와 관리자가 아무리 윤리적 책임의식을 가지고 윤리시스템을 운영한다 하더라도 직원들의 적극적인 참여가 없다면 아무 소용이 없다. 윤리경영은 최고경영층이나 관리자들에게 맡겨진 임무가 아니라 직원 모두의 소명이다. 윤리경영을 어느 특정한 부서나 특정 개인의 임무가 아니라 직원 모두가 의무와 책임감을 가지고 참여해야 할 자기 관리 활동이라 생각하고 기업 윤리의 실행자로서 자부심과 책임감을 갖고 윤리적 의사결정에 민감해야 한다.

또한, 기본적으로 회사윤리강령과 이에 따른 규정과 지침을 충분히 이해하고 이것을 위반했을 때 나 자신과 회사에 어떤 영향을 주는지 알고 있어야 한다. 회사는 직원들이 윤리적 딜레마 상황을 쉽게 벗어날 수 있도록 윤리적 자문자답을 제공할 필요가 있다.

• 록히드 마틴사의 윤리적 자문자답

- 아직도 어떻게 할 것인지 확신이 서지 않았다면 확신이 들 때까지 질문을 계속하라
- 나의 행동은 합법적인가
- 나는 공정하고 정직한가
- 내 행동이 지금 시험대에 놓여 있는가
- 나중에 나는 스스로를 어떻게 평가할 것인가
- 신문에서는 이걸 어떻게 보도할까
- 오늘밤 나는 편히 잘 수 있을까
- 내 아이들에게 어떻게 하라고 할 것인가
- 앞으로 후회하지는 않겠는가

• 텍사스 인스트루먼트사의 윤리적 자문자답

- 나의 행동은 합법적인가
- 이 같은 의사결정은 회사의 가치와 일치하는가
- 당신이 이렇게 한다면 양심의 가책을 느끼지 않는가
- 나중에 나는 스스로를 어떻게 평가할 것인가

윤리경영 이러닝

VII 윤리경영, 이제 실천이다

- 신문에서는 이걸 어떻게 보도할까
 - 오늘밤 나는 편히 잘 수 있을까
 - 내 아이들에게 어떻게 하라고 할 것인가
 - 앞으로 후회하지는 않겠는가
-
- 윤리적 의사결정의 순서
 - 사실 파악 및 윤리적 문제 인식
 - 관련된 이해 관계자 파악
 - 이해 관계자 입장에서 객관적 영향 평가
 - 실행 가능한 해결안 수립 및 이해관계자별 영향 분석
 - * 회사 규정, 거래 관계 등 고려
 - * 법적 요건 고려
 - * 타협할 수 없는 개인적 가치를 고려
 - * 양심과의 대화
 - 최적안 선택

기업윤리 문화의 정착은 경영자와 직원들의 의식과 관행의 전환을 필요로 하기 때문에 시간이 걸리는 작업이다. 그러나 아무리 시간이 걸리더라도 기업이 현 시대의 환경변화에 대처하여 경쟁에서 살아 남으려면 윤리경영은 반드시 실현해야 할 현대 기업의 기본 생존 조건이다. 기업윤리의 정착은 경영자와 관리자, 사원 모두의 협력을 통해서만 가능하므로 경영층에서는 기업윤리가 직원들에게 어떤 의미와 가치를 주는지 인식해야 할 것이고, 임직원 모두는 기업 윤리의 가치를 소중히 여기는 자세로 이를 실천하려는 노력을 아끼지 말아야 할 것이다.

윤리경영 이러닝

VII 윤리경영, 이제 실천이다

성공하는 윤리경영의 전제조건

1. 정부의 노력

정부는 윤리경영 실행을 평가하는 제도를 만들어 우수 기업에게 인센티브를 부여하는 등 기업의 자발적인 참여를 이끌어 내야 한다. 우리 정부는 기업들의 윤리경영을 지원하기 위해, 건전한 노사관계를 유지하고 있는지 그리고 소비자를 보호하고 있는지 등을 평가해 수출금융지원에 차등을 두는 제도를 계획하고 있으며, 2002년부터 도입된 공정거래 자율 준수 프로그램도 윤리경영을 지원하기 위한 제도로 이것을 운영하고 있는 자율준수 모범업체는 위반행위를 했을 경우에 제재 수준이 경감된다.

2. 기업의 노력

기업은 최고경영자가 먼저 확고한 의지를 갖고 기업 전체의 윤리 경영 실천 분위기를 적극적으로 지원하고 이런 분위기가 일시적인 유행으로 그치지 않기 위해서 장기적으로 기업윤리경영을 실천하고 감시할 수 있는 기업내 윤리시스템을 도입해야 한다. 또한 회사차원의 대책 마련과 함께 임직원들은 윤리실천강령과 규범을 이해하고 준수하려는 노력을 해야 한다.

3. 학계의 노력

학계에서는 미래의 경영자나 사회 초년생을 위한 체계적인 기업윤리교육을 실시하여 기업윤리교육이 자리잡힐 수 있도록 도와야 한다. 한 사회의 윤리 수준과 기업의 윤리 수준은 뿔래에 뿔 수 없는 관계로 기업 윤리가 발전하면 우리 사회 전반의 윤리 수준이 향상될 수 있고, 사회의 전반적인 분위기가 윤리적으로 변한다면 기업 윤리 또한 빠르게 정착할 수 있을 것이다. 책임 있는 지위에 있는 모든 지도층은 정말로 이 사회의 윤리적 풍토를 앞서서 선도해 간다는 생각으로 이 윤리경영의 문제를 바라 봐야 한다.

02

윤리규범

현대자동차그룹은 사회적 책임을 다하기 위해
윤리경영을 적극 실천하고 있습니다.

- 직장윤리 규정
- 선물 관리 정책
- 구매본부 윤리헌장 및 강령



직장윤리 규정

1장 총칙

제 1조 [목 적]

이 규정은 임직원 모두에 대해 직원 상호간, 고객간, 협력업체 및 경쟁사들과의 관계에 있어서 임직원 윤리규범을 정하고 직장 윤리실천과 관련된 구체적인 절차 및 내용을 명확히 함을 목적으로 한다.

제 2조 [적용 범위]

이 규정은 전 임직원 및 협력업체, 사내에 상주하여 근무하는 협력업체 직원을 그 적용대상으로 한다. 단, 단체협약 및 취업규칙에 별도로 정한 사항이 있는 경우에는 그 정한 바에 의한다.

제 3조 [조 직]

1. 본 규정의 적용을 위하여 별도의 직장윤리위원회를 둘 수 있다.
2. 직장윤리위원회의 구성 및 위원 선임, 운영절차는 징계위원회 규정을 준용한다.

제 4조 [주관 팀]

본 규정 집행의 주관팀은 본사 인사주관팀 및 각 지역 인사담당팀으로 한다.

제 5조 [직장윤리규범 정의]

회사의 비전과 경영방침을 성실히 수행하기 위하여 직원으로서 높은 윤리적 가치관을 형성하고, 개인의 품위 및 회사의 명예를 유지하고, 금지와 자부심으로 항상 정직하고 공정한 자세를 견지하기 위한 도덕적 기준.

제 6조 [관련 규정 적용]

본 규정과 관련하여 발생한 비리의 처리는 징계위원회 규정에 따라 처리함을 원칙으로 하며, 규정에 명시되지 않은 것은 본 규정에 별도로 정할 수 있다.

직장윤리 규정

2장 직장윤리규범

제 7조 [직장윤리 기본규범]

- 회사의 경영방침에 따라 각자의 맡은 바 직무를 성실히 수행한다.
- 주어진 직무는 정당한 방법으로 수행하며 제반 법규를 준수한다.
- 회사의 재산을 잘 유지관리하고 업무상 취득한 비밀을 보호한다.
- 관행에 만족하지 않고 항상 새로운 것을 추구하며 문제해결에 능동적으로 대처한다.
- 자기분야에서 회사를 대표하고 있다는 주인의식을 가지고 품위 있게 행동 한다.

제 8조 [윤리규범 준수사항]

임직원은 직장윤리의 실천을 위하여 다음 각호의 사항을 준수하여야 한다.

- 원칙과 기본에 충실한 직장문화를 지향하며 오해 받지 않는 행동을 통하여 신뢰를 형성한다.
- 자부심과 책임감을 갖고 한국 자동차산업을 지킨다는 자세로 매사에 임한다.
- 협력업체에 대하여 우월적 지위를 이용한 청탁 등 어떠한 부당행위도 하지 않는다.
- 직무관련 정보를 무단 유출하거나 이를 이용하여 사익을 취하지 않는다.
- 직원관련 정보를 무단 유출하거나 이를 이용하여 업무 이외의 목적으로 사용하지 않는다.
- 모든 거래는 투명하고 공정한 원칙에 의하여 추진한다.
- 사내직원간 부당한 업무요구 및 직권을 이용한 청탁행위를 배격한다.
- 국내외에서의 모든 사업활동은 해당 국가의 제반 법규를 준수하고 거래의 관습을 존중하여 수행한다.
- 기타 상기 제7조의 규범을 벗어난 행위를 하지 말아야 한다.

직장윤리 규정

3장 규정위반에 대한 처리

제 9조 [윤리규범 위반사항 신고]

- 임직원은 윤리규범 위반사항을 인지한 때 또는 제3자로부터 그러한 사항을 접수한 때는 반드시 회사에 신고하여야 하며, 회사는 신고를 접수할 수 있는 직장윤리 위반 신고센터를 주관 팀에 설치하여 운영한다.
- 회사는 내부비리신고 자에 대해서는 비밀을 유지하여야 하며, 인사상 불이익한 처분을 할 수 없다.
- 내부비리신고 자에 대해 그 사실을 이유로 보복행위를 하는 자는 사내규정이 정하는 범위 내에서 가중처벌을 할 수 있다.

제 10조 [윤리규범 위반자에 대한 처리]

- 본 규정의 위반사실이 발견된 경우 해당부서 또는 감사실은 이 사실을 관련서류 및 조사내용을 서면으로 작성하여 주관팀에 즉시 통보하여야 한다.
- 주관팀은 통보 받은 사항을 검토하여 징계위원회규정에 의한 처리여부를 결정한다.
- 연루된 협력업체에 대해서는 사안의 경중을 고려하여 거래중단 등 적절한 조치를 취하고 회사의 손실분에 대해서는 변상조치를 한다.
- 협력업체의 직원에 대해서는 해당업체에 적의조치를 의뢰하고 회사의 손실분에 대해서는 당사자 또는 협력업체에 대해 변상조치를 한다.

제 11조 [윤리규범 위반에 대한 징계]

- 윤리규범 위반자에 대한 징계는 사내 징계위원회규정에 따라 처리함을 원칙으로 하되, 징계위원회규정에 없거나 구체화되어 있지 않은 사항은 본 규정에 따라 처리한다.
- 주요 징계대상 및 징계내용은 다음 각호와 같다.

가. 징계 대상

- ① 협력업체로부터의 금품수수, 직권을 이용한 금품요구, 직위를 이용한 청탁, 압력행사 등
- ② 사내직원으로부터의 금품수수, 직권을 이용한 금품요구, 직위를 이용한 청탁, 압력행사 등

직장윤리 규정

3장 규정위반에 대한 처리

나. 징계 내용

- ① 협력업체로부터 금품수수 시: 미신고자, 해당직원 징계 조치, 협력업체 거래 중단(재발 시 영구 제명)
- ② 직권 이용 금품요구 시: 해당직원 징계 조치
- ③ 직위를 이용한 청탁, 압력행사 시: 징계위원회 심의 후 징계여부 결정



직장윤리 규정

4장 직장윤리위원회

제 12조 [윤리위원회 구성]

- 직장윤리위원회는 1심 및 재심으로 구성하며 위원회의 구성 및 위원 선임은 사내 징계위원회와 동일하다.
- 직장윤리위원회 구성 및 위원 선임은 징계위원회 관련규정을 준용한다.

제 13조 [윤리위원회 개최]

- 직장윤리 관련 비리사실이 발생한 경우 감사실 또는 해당부서는 관련 증빙자료 및 구체적 사실을 서면으로 작성하여 각 위원회 간사에게 즉시 통보하여야 한다.
- 각 위원회 간사는 통보 받은 사항을 검토하여 위원회 소집여부를 결정한다.

제 14조 [윤리위원회 운영]

- 직장윤리에 관한 포상과 징계가 동시에 발생한 경우에는 징계위원회에서 징계를 우선 심의하고 포상은 포상위원회를 속개하여 심의 결정한다.
- 직장윤리관련 징계는 해당 위원회의 심의로 결정함을 원칙으로 한다.
- 기타 위원회의 운영은 징계위원회규정을 준용한다.

제 15조 [사후 관리]

직장윤리와 관련하여 본부 단위로 매년 1회 정기적으로 감사를 실시하고 적발사항에 대하여는 징계조치를 취할 수 있다.

선물 관리 정책

1. 목적

“당사 임직원이 수령한 모든 선물의 관리를 명확히 하여 윤리경영 및 투명 경영을 강화하는데 있다.”

2. 적용 범위

“본 규정은 종류, 가액을 불문하고 당사 임직원이 수령한 모든 종류의 선물을 적용 범위로 한다.”

3. 용어의 정의

“선물관리규정이란 임직원이 수령한 모든 종류의 선물관리 및 처분 등에 대한 규정을 말한다.”

4. 책임 및 권한

• 당사 임직원

“당사 임직원은 어떠한 경우에도 명시적 또는 묵시적으로 선물을 요구하여서는 안되며 부담을 주어서도 안된다.

또한, 국내외 업무 관련자로부터 부득이 수령한 선물에 대해서는 지체 없이 발송처에 반송하여야 한다.

단, 부득이한 사유로 선물 반송이 불가능한 경우에는 소속 팀장 결재를 득하여 공공 복지기관 등 공익을 목적으로 하는 기관에 기증·기부한다”

• 선물 주관부서

“선물의 반송으로 인해 비용 발생 시 주관부서’에서는 관련 품의를 득하여 해당 비용을 지원한다.”

*본사: 비즈니스지원전략팀

사업장 : 각 사업장별 총무부문 담당부서

선물 관리 정책

5. 세부 업무 절차

- 선물 반송 처리

“임직원은 부득이하게 선물을 수령하였을 경우 지체없이 택배 및 우편 등을 활용하여 발송처에 반송 하며, 이 때 발생한 비용에 를 대해서는 영수증을 첨부하여 소속 사업장별 선물 주관부서에 청구한다.”

- 선물의 처분

“임직원은 주소 불명, 발송처 연락 두절 등 부득이한 사유로 선물 반송이 불가능한 경우 소속 팀장의 결재를 득하여 공공 복지기관 등 공익을 목적으로 하는 기관에 해당 선물을 기증 혹은 기부하여야 한다. 단, 처분 방법, 기증 대상에 대하여는 선물 주관부서와 사전 협의 하여야 하며, 선물 주관부서에 해당 선물 처분 결과를 고지해야 한다.”

구매본부 윤리헌장 및 강령

I 구매본부 윤리헌장

1. 우리는 현대 · 기아자동차

우리는 현대 · 기아자동차 이익창출의 최일선에 있는 구매본부 임직원으로서 고객의 가치를 최우선으로 삼아 건전하고 깨끗한 조직문화를 구축하고 경영의 동반자인 협력업체와 더불어 공동의 이익을 창출해야 할 의무가 있다. 이에 높은 윤리적 가치관을 바탕으로 정직하고 공정하게 업무를 수행하기 위하여 다음과 같이 윤리헌장을 선포하고, 구매본부 임직원으로서 모든 행동과 가치판단의 기준으로 삼는다.

- 안전하고 환경친화적인 제품을 개발해 제공함으로써 모든 사람들에게 삶의 질을 높이며 보다 윤택하고 풍요로운 삶을 실현토록 하는 것이 우리의 이상이다.
- 공정하고 투명한 구매활동과 신기술을 통한 최상의 가치를 창조하여 국내외 협력사와 호혜적 발전을 도모하고 나아가 회사의 발전에 공헌하는 것은 우리의 의무이다.
- 특히 투명경영의 정착을 위한 윤리적 행동을 존중 하며 자신의 맡은 바 임무를 성실하고 책임있게 수행하며 공익과 질서를 앞세우는 참된 구매인으로서 인간상을 우리의 표상으로 삼는다.
- 우리는 스스로 “구매인”이라는 이름을 소중히 하여 정의롭고 진취적인 구매문화를 창출해 모든 이로부터 존경 받는 구매본부를 만들고자 최선을 다한다.

구매본부 윤리헌장 및 강령

II 구매인의 자세

- 정직성과 공정성을 생명으로 하는 구매인
- 고객의 입장에서 생각하고 행동하는 구매인
- 품질향상 및 기술혁신을 선도하는 구매인
- 국제적인 시야로 세계화를 선도하는 구매인
- 환경친화적 자동차개발에 기여하는 구매인
- 미래를 준비하고 실패를 두려워하지 않는 구매인
- 예절과 품위를 지키는 구매인
- 공사의 구분을 명확히 하는 구매인
- 진취적이고 적극적인 사고의 구매인

구매본부 윤리헌장 및 강령

III 구매본부 윤리실천 강령

1. 금품수수

- 금품은 금전(현금, 상품권, 유가증권 등), 물품 등 경제적 이익을 가져올 수 있는 것을 뜻한다.
- 어떠한 명목으로도 협력업체로부터 금품을 요구하거나 받아서는 안된다.
- 다만, 협력업체의 회사 로고나 명칭이 표시되어 있으며, 그 가격이 사회통념상 인정되는 간소한 수준을 넘지 않는 판촉물, 기념품 등은 제외한다.

2. 향응 및 비용전가

- 향응은 술자리, 골프, 교통·숙박 등의 편의를 제공하는 것을 뜻하며, 통상 접대 행위를 말한다.
- 협력업체로부터 통상적 관례 수준을 초과하는 향응을 제공 받아서는 안되며, 회사 행사 또는 국내외 출장 등으로 발생한 공적, 사적 비용을 협력업체에게 처리 요청하지 않는다.

3. 식사

- 협력업체와의 식사는 가능한 구내식당을 이용하며, 외부에서 식사를 할 경우 사회통념상 지나치지 않은 범위내로 한다.
- 사회통념상 간단한 식사비용은 이해관계자가 지불할 수 있으나, 부담횟수가 빈번해서는 안된다.

4. 청탁

- 청탁은 부당한 이익을 목적으로 공정한 직무수행이나 절차, 의사결정에 영향을 줄 수 있는 부탁 또는 의사표시를 하는 것을 뜻한다.
- 업무를 수행함에 있어 협력업체의 어떠한 청탁도 배제하며, 우월적 지위를 이용한 압력, 사적인 부탁 및 의뢰를 하지 않는다.

구매본부 윤리헌장 및 강령

III 구매본부 윤리실천 강령

5. 정보의 보호

- 회사 또는 이해관계자로부터 직간접적으로 얻게 된 비공개 정보는 철저히 보호하여야 한다.
- 회사의 정보를 제공하고 그 대가를 수수하거나, 본인이 직접 정보를 이용하여 주식투자 등 부정한 이익을 위해 이용하지 않는다.

6. 기타

- 상기에서 언급한 내용 외 사회적으로 지탄받을 만한 어떠한 행위도 하지 않는다.

구매본부 윤리헌장 및 강령

IV 구매본부 윤리규정

1장 총칙

- 제1조 [목적]

본 규정은 올바른 윤리관을 제시하고 실천함으로써 구매본부와(이하 "본부") 임직원 개개인의 품위와 회사의 명예를 유지하고 협력업체와의 거래에 있어서 공정성을 확보하여 올바른 기업문화를 정립하기 위함을 그 목적으로 한다.

- 제2조 [정의]

구매본부 윤리규정(이하 "규정")은 협력업체와의 거래관계에 있어서 본부 임직원의 투명하고 공정한 업무수행 및 본부 윤리헌장의 이념을 달성하기 위한 도덕적 실천 기준을 말한다.

- 제3조 [적용범위]

본 규정은 본부 전임직원을 적용대상으로 한다.

2장 직무수행

- 제4조 [직무수행 자세]

구매본부 및 협력업체 임직원은 각 개인의 행위가 소속회사의 명예와 부합됨을 인식하고, 건전한 기업문화 구현 및 회사의 대내외적 공신력을 더욱 공고히 하기 위해 직무를 수행함에 있어서 다음의 자세를 견지해야 한다.

1. 제반 구매 업무처리에 있어서 항상 공정하고 투명하게 적법한 절차에 따라 직무를 수행한다.
2. 우월적 권한과 지배적 지위를 이용한 어떠한 형태의 부당 행위도 하지 않는다.
3. 고의적인 업무지연으로 어떠한 대가를 의도하지 않는다.
4. 업무를 수행하는데 있어서 상호간에 예의를 갖추어 임한다.
5. 업무의 수행과 보고는 공정하고 정직하게 한다.

구매본부 윤리헌장 및 강령

IV 구매본부 윤리규정

- 제5조 [직무수행 자세]

구매본부 임직원은 구매업무 관련하여 회사에서 승인된 업무표준에 의거 공정하고 신속하게 수행해야 한다.

- 제6조 [주요 업무]

1. 직무를 이용하여 회사 내부 및 외부의 이해 관계자로부터 다음과 같은 형태의 이익을 도모해서는 안 된다.

- ① 금전적 이익

- 금전 및 유가증권
- 항공권, 숙박비
- 선물 및 상품권
- 부채에 대한 상환 및 보증
- 기타 현물화 가능 물품

- ② 접대

- 사회 통념상 인정하는 범위를 초과하는 접대

- ③ 이중 취업

- 직원 또는 임원으로의 이중 취업

- ④ 자본적 수익의 보장

- 미공개정보를 이용한 주식 등의 취득
- 공동투자
- 공동재산 취득

- ⑤ 편의의 제공

- 임직원의 편의를 위한 이해관계자의 행위

- ⑥ 기타 (상기에서 언급하지 않은 금품 수수 및 이에 준하는 행위)

구매본부 윤리헌장 및 강령

IV 구매본부 윤리규정

2. 우월적 직위 또는 호의적인 관계를 이용하여 이해관계자에게 다음의 행위를 요청해서는 안 된다.

- ① 사회적으로 지탄 받을 수 있는 청탁이나 압력
- ② 사적인 부탁 및 의뢰(상품판매, 보험가입, 할인권 판매 등)

3. 직무를 통하여 획득하게 된 정보를 본부의 사전승인 없이 이해관계자 또는 경쟁사에 제공하여 사익을 도모해서는 안 된다.

3장 규정위반에 대한 처리

• 제 7조 [본부 임직원의 대응]

본부 임직원이 협력업체 등 회사업무와 관련된 이해관계자로부터 금전, 선물, 기타물품의 수혜시와 접대 및 업무상 편의 제공을 받을 경우 또는 타 임직원의 이러한 행위를 인지했을 경우 대응절차를 다음과 같이 규정한다.

- ① 금전 및 현금화 가능한 물품은 원칙적으로 받지 않는다.
- ② 불가피한 상황으로 금전 및 현금화 가능한 물품을 받았을 경우, 상대방에게 즉시 돌려주고 이 사실을 즉시 담당 조직장, 실장 및 구매기획팀장에게 보고한다. 구매기획팀장은 사실관계를 파악하고 해당 협력사 대표이사 및 관계자에게 통보하여 재발방지 조치를 한다.
- ③ 타 임직원이 금전 및 현금화 가능한 물품을 요구하거나 받는 것을 인지한 경우, ‘투명/윤리 실천 건의함’을 통해 반드시 실명으로 이 사실을 알린다. 구매기획팀장은 비공개 방식으로 사실관계를 파악하고 사실로 판명되는 경우 회사 직장윤리규정(HR-BS-IS-024)에 의거 해당 임직원을 조치하고, 관련 협력사 대표이사 및 관계자에게 통보하여 재발방지 조치를 한다. 구매기획팀장은 제보자의 비밀을 절대적으로 보호하고, 제보로 인한 어떠한 불이익도 받지 않도록 한다.

• 제8조 [기타규정의 준용]

본 구매본부 윤리규정에 언급되지 않은 사항은 회사의 단체협약 및 취업규칙, 직장윤리규정(HR-BS-IS-024)에 따른다.

구매본부 윤리헌장 및 강령

IV 구매본부 윤리규정

4장 서약

본부 임직원은 위 윤리규정의 실천을 위하여 서약서를 작성하고, 협력업체 대표이사 대상으로 기업 윤리 준수 및 투명 경영 실천을 위하여 정기적으로 서약서를 징구한다.

- ① 본부 임직원: 구매본부 전 임직원은 신입 및 본부 전입 시 서약서를 1회 작성한다.
- ② 협력업체 대표이사: 당사 협력업체로 등록되어 있으며, 거래 중인 협력업체 대표이사는 매년 1회(1월) 서약서를 징구한다. 대표이사 변경 사유 발생 시 해당 년도에 이미 서약서를 징구 했더라도 변경 대표이사 명의로 재징구한다. 당사 협력업체로 등록되어 있으나, 미거래 중인 협력업체 대표이사는 대표이사 변경 사유 발생 시에만 서약서를 징구한다.

• 제9조 [서식]

- ① 임직원 서약서
- ② 협력업체 대표이사 서약서

• 부 칙

- ① 본 규정은 2003년 11월 1일부로 시행한다.
- ② 본 규정은 2019년 10월 1일부로 개정, 시행한다.

스포츠단 윤리규정

1. 금품수수

- 이해관계자(구단관계자, 선수, 감독 등)로부터 금품/향응 수수 전면 금지
 - 대가성 무관, 지분의 무상 증여, 금전 차용 포함
- 팬, 서포터즈, 후원회 등 직접 이해관계인이 아닌 인員으로부터 일정 수준 이상의 금품 수수 금지 (100만원/회 이상)
 - ※ 제 3자의 이익으로 하거나, 이를 요청하거나 약속하는 행위(미수)도 금지
 - ※ 금품 수수 시 지체없이 각 구단 경영지원부문에 신고/반환, 반환 불가시 공공 복지기관에 기증 (선물관리규정 준용)

2. 승부조작

- 부정한 거래를 통해 승패에 영향을 주는 일체 행위 금지
- 경기 결과에 대한 베팅 행위 금지
- 선수 컨디션, 전술, 선발 명단 등 전력에 관한 정보 타인 노출 금지

3. 반사회적

- 폭행/폭언, 성추행, 괴롭힘, 절도 등 선수단 기강 문란 행위 금지
- 일과 이후 폭행/폭언, 성범죄, 음주운전, 마약, 도박 등 사회적 비난 대상 행위 금지

4. 청탁

- 구단의 허가 없는 매체 인터뷰 및 광고활동 금지
- 소셜미디어 등을 통한 정치 편향적, 차별적 발언, 기타 품위 손상 우려되는 발언 금지
- 공식 행사/훈련/연습 등 참석 시, 공식 후원사 아닌 제품을 착용하여 유무형적 손실을 입히는 행위 (예외 적용 필요한 경우 구단과 사전 협의 필요)

03

행동지침

현대자동차그룹은 사회적 책임을 다하기 위해 윤리경영을 적극 실천하고 있습니다.

- 임직원 윤리행동 개요
- 임직원 행동윤리 세부지침
- 사례응답(Q&A)



현대자동차그룹 모두의 투명 · 윤리경영 위하여

글로벌 기업들은 지속가능경영을 위한 기반으로
“윤리경영을 선택이 아닌 필수적 요소”로 추구하고 있습니다.
현대자동차그룹도 글로벌 기업의 위상에 발 맞추어
투명 · 윤리 경영 확립을 위해 노력하고 있습니다.

우리는 현대자동차그룹의 투명 · 윤리 경영을 확립하기 위해
임직원 윤리헌장, 실천강령, 직장윤리규정 등을 제정하고,
윤리 · 도덕적 가치 기준에 따라 적극 실천하고 있습니다.

윤리행동을 실천하려는 우리의 의지에도 불구하고
여러 상황에 처할 때마다 고민과 갈등이 반복되는 것도 사실입니다.

이에, 『임직원 윤리행동 지침』은 업무와 일상 생활 중에 일어나는
윤리적 고민을 중심으로 ‘해야할 일’과 ‘해서는 안될 일’에 대해
구체적 가이드를 제시하여, 임직원이 윤리 · 도덕적 판단을 하기 위한
실질적 지침으로 활용하도록 구성하였습니다.

본 지침서가 우리 모두의 투명 · 윤리경영 의식을 제고하고,
윤리적 판단의 기로에서 우리를 올바른 방향으로 이끄는 데
많은 도움이 되기를 바랍니다.

앞으로도 현대자동차그룹이 세계의 무대에서 지속 성장하고,
임직원 모두가 그 자리의 주인공이 되도록
투명 · 윤리경영 확립에 관심과 노력을 부탁드립니다.

현대자동차그룹 감사실장

임직원 윤리행동 개요

투명하고 공정한 직무수행

1. 대내외 모든 고객에 대해 차별 없이 동등하게 대우하고, 명확하고 투명하게 직무를 수행한다.

부정비리는 이해관계자에 대한 차별적 대우, 애매모호한 기준, 불투명한 절차에 기인하므로 업무는 정해진 업무규정을 준수하고 책임의식을 갖고 신의·성실한 자세로 수행하여야 합니다.

2. 직무수행의 공정성을 저해하는 부당한 지시를 받은 경우에 이를 따르면 안 된다.

상사의 직무상 지시는 성실히 이행하여야 하나, 그 부당성과 위법성을 알면서도 상사의 지시를 이행하면 책임을 벗어날 수 없습니다.

3. 이해관계자에게 우월적·지배적 지위를 이용하여 부당한 요구를 하거나 대가를 받으면 안 된다.

투명하고 공정한 직무수행을 하기 위해서 협력사와 신뢰를 바탕으로 하여 상호 대등한 관계를 유지하여야 합니다.

이해관계자와 투명하고 정당한 관계 유지

4. 자기 또는 타인의 공정한 업무수행에 지장을 줄 수 있는 금품수수, 금전 대차, 부정지시, 부당 알선·청탁, 특혜부여 등 사회적 지탄을 받을 만한

임직원 윤리행동 개요

행위를 해서는 안 된다.

‘이해관계자’란 업무와 관련된 임직원의 행위나 의사결정에 따라 권익에 영향을 받는 사내 외의 모든 관계자를 말합니다.

따라서 이해관계자와 금품수수, 금전적 계약, 청탁 등의 관계가 있으면 직무수행 중에 공정한 판단을 저해하는 결과를 초래하게 됩니다.

5. 직무상 이해관계자에게는 경조사를 공공연히 알리지 않으며 경조금은 사회관례상 통상적 수준을 초과하지 않도록 한다.

경조금품은 전통적인 미풍양속으로 상부상조 정신에 따라 부담이 되지 않아야 하며, 자발적이며, 사회 통상적 수준을 초과하지 않아야 합니다.

6. 사회통념상 인정되는 간소한 수준을 초과하는 기념품과 선물을 받지 않는다.

인간적 유대관계에 따른 순수한 의도의 기념품이나 선물 등의 수수는 있을 수 있으나, 사회 통념상 용인되는 범위를 벗어나면 공정한 직무수행에 지장을 줄 수 있습니다.

7. 통상적 수준을 초과하는 접대나 편의를 받지 않는다.

처음부터 부정비리를 범하는 직원은 아무도 없습니다.

사소하다고 생각하는 향응접대 · 편의에 무감각해지기 시작하면 어느새 본인도 빠져나올 수 없게 됩니다. 그러므로 직무수행상 발생할 수 있는 접대 · 편의 제공에 대해 항상 경계해야 합니다.

임직원 윤리행동 개요

회사자산을 이용한 사익(私益) 취득 금지

8. 직무수행과 관련하여 직간접적으로 알게 된 회사 내부 정보를 이용하여 본인이나 타인이 부정한 이득을 취하지 않도록 한다.

회사의 경영 및 기술정보 등은 아무리 사소한 것이라도 경쟁사 등에게는 매우 중요한 정보가 될 수 있습니다. 그러므로 이런 정보를 본인 또는 타인에게 전달하여 개인적 이득을 취해서는 안됩니다.

특히 이러한 경우, 부정경쟁방지법 및 영업비밀 보호법에 의거 범법행위에 해당하므로 각별히 주의해야 합니다.

9. 회사의 자산을 개인적 용무나 회사업무와 직접 관련 없는 용도에 사용하지 않는다.

겸업 또는 부업이란 회사에 소속되어 있으면서 별도의 사업을 영위하거나 외부에 용역을 제공하고 그 대가를 받는 행위로서, 임직원은 회사업무에 최선을 다해야 할 의무가 있으므로 회사업무에 지장을 줄 수 있는 겸업·부업행위를 해서는 안됩니다.

10. 회사의 허락 없이 업무에 지장을 줄 수 있는 영리목적의 부업활동이나 이중취업을 하지 않는다.

취업규칙에 의거 모든 임직원은 정해진 근무시간 중 직무수행을 위해 회사자산을 이용하여 자신의 근로를 제공하며, 근로의 대가로서 임금을 받고 있습니다.

따라서 정당한 사유 없이 회사자산을 업무와 무관한 일에 사용하거나, 사적인 일에 근무시간을 할애하여 업무효율을 저해하는 행위를 하면 안됩니다.

임직원 윤리행동 개요

11. 회사의 예산은 목적과 기준에 맞게 합리적이고 효율적으로 집행해야 한다.

예산은 새로운 수익을 창출하여 회사의 가치를 높이기 위해 투입되는 한정된 자원이므로 공정하고 투명한 절차에 의해 효율적으로 집행되어야 합니다.

회사 정보 보호

12. 회사의 영업비밀이나 보안을 요하는 정보를 외부에 무단으로 유출하지 않으며, 직무 중 취득한 정보는 퇴직후에도 사전 허가나 승인 없이 절대로 유출하지 않는다.

이동용 저장매체(USB 등), 디지털 통신망의 발달로 회사의 중요 정보가 외부로 무단 유출될 위험이 매우 높아졌습니다.

임직원의 투철한 보안의식과 윤리의식이 뒷받침 되지 않는다면 아무리 좋은 보안시스템이 있더라도 무용지물이 될 수 밖에 없습니다.

13. 회사와 관련된 정보를 왜곡·날조하거나 무단훼손해서는 안되며, 허위사실이나 유언비어를 유포하지 않는다.

회사의 정보를 왜곡·날조하거나 개인에 관해 유언비어를 유포할 경우 의사결정상 중대한 오류를 범하여 회사에 치명적 악영향을 미칠 수 있으며, 조직 구성원간에 불신을 조장하는 결과를 초래하게 됩니다.

임직원 행동윤리 세부지침

1. 대내외 모든 고객에 대해 차별 없이 동등하게 대우하고, 명확하고 투명하게 직무를 수행한다.

- 자신의 직무가 자신(또는 친인척)의 이해와 관련되어 공정한 직무수행이 어렵다고 판단될 경우, 담당 직무의 변경에 대해 상급자 또는 One Click HR시스템에 신고후 상담하여 조치해야 합니다.
- 직무를 수행할 때 지연, 혈연, 학연 등을 이유로 특정인에게 특혜를 주면 안 됩니다.
- 모든 의사결정과 관련한 정보는 자료 또는 데이터화 하여 보존 년한까지 기록 보존해야 하며, 무단으로 멸실·훼손·온닉해서는 안 됩니다.
- 의사결정 관련 문서에, 애매모호한 용어를 사용해서는 안되며 전결규정과 관련부문의 협조를 반드시 거쳐야 합니다.

2. 직무수행의 공정성을 저해하는 부당한 지시를 받은 경우에 이를 따르면 안 된다.

- 임직원은 직장생활에 필요한 상호간의 기본 예의를 지켜야 하며, 상급자는 우월적 지위를 이용하여 하급자에게 부당한 업무지시나 압력을 가해서는 안 됩니다.
- 공정한 직무수행을 저해하는 지시라고 판단될 경우, 하급자는 상급자에게 부당성을 소명하되, 부당성이 개선되지 않거나 개인적인 불이익을 당할 경우 차상급자 또는 인사팀 One Click HR시스템에 상담해야 합니다.

3. 이해관계자에게 우월적·지배적 지위를 이용하여 부당한 요구를 하거나 대가를 받으면 안 된다.

- 업무상 우월적인 지위를 이용하여 이해관계자에게 부당한 요구를 하면 안 됩니다.

임직원 행동윤리 세부지침

- 회식비, 골프경비, 출장비 등의 전가행위 및 카드대금, 외상대금, 대출금 대위변제 요구 등
 - 리조트 · 호텔 · 골프 회원권 대여 요구
 - 인사청탁, 상품판매, 보험가입, 다단계업체 참여, 사채대여 요구 등
- 고의적인 업무지연으로 협력사로부터 부당한 대가를 의도하면 안 됩니다.
 - 행사시 이해관계자에게 어떠한 후원 · 협찬을 요구하거나 제공받아서 안되며, 행사내용을 사전에 고지하는 행위는 후원 · 협찬을 받기 위한 의도적인 행위로 간주되므로 금지해야 합니다.
 - 협력사로부터 부품, 기타물품 구입시 무상취득 및 과도한 할인혜택을 요청해서는 안 됩니다.
 - 이해관계자의 약점이나 흠결을 이용하여 부당이득을 제공할 것을 암시 · 요구해서는 안 됩니다.
4. 자기 또는 타인의 공정한 업무수행에 지장을 줄 수 있는 금품수수, 금전대차, 부정지시, 부당 알선 · 청탁, 특혜부여등 사회적 지탄을 받을 만한 행위를 해서는 안 된다.
- 현금과 상품권등 유가증권은 액수, 시기를 불문하고 이해관계자로부터 일절 수수해서는 안 된다.
 - 이해관계자와 아래의 계약관계를 맺거나 부당한 청탁을 하면 안 되고, 친인척이 아래 계약관계에 해당되면 인사팀 One Click HR시스템에 상담하는 등 공정한 거래관계를 위해 필요한 조치를 취해야 합니다.
 - 회사의 승인 없이 이해관계가 있는 회사의 임직원 겸임
 - 금전대차, 담보제공 및 채무보증, 부동산 또는 동산의 임대차 관계
 - 이해관계자의 주식취득, 공동투자
 - 가족, 친인척 등의 부당한 취업청탁
 - 임직원 상호간의 금전거래는 채무불이행 등의 문제가 발생할 경우 아래와 같은 악영향을

임직원 행동윤리 세부지침

끼칠 수 있으므로 금전거래 행위를 일절 해서는 안 됩니다.

- 동료관계가 악화되고 근무분위기를 해쳐 회사업무에 지장을 초래
- 이해관계자가 이를 악점으로 악용하여 업무처리에 공정성을 잃을 수 있음

- 이해관계자가 회사 또는 협력사와 부당거래를 하도록 알선, 청탁하는 행위를 해서는 안 됩니다.

5. 직무상 이해관계자에게는 경조사를 공공연히 알리지 않으며 경조금은 사회관례상 통상적 수준을 초과하지 않도록 한다.

- 아래의 경우를 제외하곤 이해관계자에게는 경조사를 알리면 안 됩니다.
 - 신문/방송, 사내 전자게시판 등과 같이 불특정 다수를 대상으로 하는 매개체를 통한 통지 가능
 - 친인척, 현소속 및 과거에 근무하였던 소속직원에 대해서는 개별적 통지 허용
- 불가피하게 경조금을 받은 경우에도 그 금액이 통상적 수준을 초과하여 과다하다고 판단 될 경우 사후 정중히 돌려 주어야 하며, 개인적 처리가 곤란한 경우는 선물 관리 정책에 따라 조치해야 합니다.
 - 통상적 수준이라 함은 5만원 이내를 권장하고, 특별한 경우라도 10만원을 초과하지 않습니다.
- 예외적으로 수혜가 허용되는 경우는 다음과 같습니다.
 - 본인이 소속된 종교단체, 친목회 등에서 그 정관·회칙에 따라 제공되는 경조사 관련 금품
 - 사장 또는 소속부문장의 명의로 제공되는 금품 및 물품(위로, 격려 등)
- 승진, 영전, 취임등과 관련한 화환, 화분 등의 증정이나 수령은 검소한 수준이어야 하며 가능한 한 축전이나 이메일을 이용하여야 합니다.

6. 사회통념상 인정되는 간소한 수준을 초과하는 기념품과 선물을 받지 않는다.

- 이해관계자로부터의 선물은 기본적으로 받지 않거나 돌려보내어야하며, 부득이하게 수취

임직원 행동윤리 세부지침

시에는 선물 관리 정책에 따라 조치해야 합니다.

- 회사 로고나 명칭이 표시되어 있으며, 그 가격이 사회통념상 인정되는 간소한 수준을 넘지 않는 판촉물 · 기념품 등은 받을 수 있으나 고가품인 경우에는 선물 관리 정책에 따라 조치해야 합니다.
- 배우자 및 직계존비속을 통한 수수행위도 본인의 행위로 동일하게 간주됩니다.

양자를 구별하기가 어려운 것 같지만 사욕을 배제하고 냉정하게 생각하면 의외로 간단하게 구별할 수 있습니다. 그것은 “만일 내가 이 자리에 있지 않았다면 상대방이 내게 이 선물을 줄까” 라고 스스로에게 묻고, 만약 이에 대한 답이 “아니오” 라면 그 선물은 뇌물이라고 보아도 큰 무리가 없는 것입니다.

7. 통상적 관례 수준을 초과하는 향응접대나 편의를 받지 않는다.

- 이해관계자로부터 식사를 제공받거나 주점에서 술접대를 받는 것은 향응수수의 대표적 사례이며, 특히, 접대를 암시하거나 요구하는 것은 중대한 부당행위에 해당됩니다.
- 간단한 식사비용(1인당 3만원 이내)은 사회통념상 이해관계자가 지불할 수도 있으나 부담 횟수가 빈번해서는 안 됩니다.
- 선량한 급여생활자로서 소득에 비추어 부담이 될 정도의 다음과 같은 접대나 편의제공은 통상적 수준을 넘는 것으로 봅니다.
 - 고급주점, 나이트클럽 등 고급 유흥업소에서의 접대
 - 국내외 공연, 여행, 스포츠, 오락 등에 필요한 경비 대납
- 도박성이 있는 행위는 상호 건전한 관계를 해치므로 이해관계자와는 내기를 하면 안 됩니다.
 - 고스톱, 내기골프, 포커 등 사행성 오락 금지

임직원 행동윤리 세부지침

8. 직무수행 과정에서 직간접적으로 알게 된 사내 정보를 이용하여 본인 및 타인이 부정한 이득을 취하지 않도록 한다.

- 회사의 공개되지 않는 내부정보를 제공하고 그 대가를 수수하거나, 본인이 직접 정보를 이용하여 주식투자 등, 부정한 이익을 얻는 행위를 하면 안 됩니다.
- 회사를 퇴직하더라도 업무와 관련해 취득한 지적재산권, 정보, 기술 등은 개인적 이익을 얻기 위해 타인에게 제공하거나 이용하면 안 됩니다.

9. 회사의 자산을 개인적 용무나 회사업무와 직접 관련 없는 용도에 사용하지 않는다.

- 회사의 인적·물적 자원을 사적인 용도로 사용해서는 안 됩니다.
- 근무시간 중 직무수행에 직접적인 관련이 없는 과도한 인터넷 서핑, 주식, 채팅, 오락, 잡담 등을 해서는 안 됩니다.
- 회사의 전자통신망을 이용하여 본인이나 타인의 부업·사업을 홍보하면 안 됩니다.

10. 회사의 허락 없이 업무에 지장을 줄 수 있는 영리 목적의 부업활동이나 이중취업을 하지 않는다.

- 회사의 허가 없이 개인의 영리를 위해 업무에 지장을 줄 수 있는 회사업무 이외 부업 활동이나 이중취업, 별도의 회사를 설립하여 운영하면 안 됩니다.
- 회사와 거래관계의 협력사에 본인 또는 배우자/친인척 명의로 우회적인 투자를 해서는 안 됩니다.
- 다단계 판매행위는 본인이 직접 하는 것은 물론이며, 가족이나 지인이 하는 것을 도와줄 목적으로 임직원 또는 협력사에 물품 구입을 강요하는 것도 해서는 안 됩니다.

임직원 행동윤리 세부지침

11. 회사의 예산은 목적과 기준에 맞게 합리적이고 효율적으로 집행해야 한다.

- 모든 예산은 규정에 따라 용도에 맞도록 사용해야 하며 임의로 다른 용도로 전용해서는 안 됩니다.
- 회사업무와 무관한 용도로 지출한 비용을 회사경비로 처리해서는 안 됩니다.
 - 접대비, 회의비, 부서운영비, 출장비 등을 개인적인 접대나 교제비 등으로 사용하면 안 됩니다.
 - 법인카드를 개인적 목적으로 사용하면 안 됩니다.
- 설비투자, 연구개발비 등 투자예산이나 경상적 자재구입비 등은 예산규모가 매우 크므로 경제성을 충분히 검토한 후 사용하여야 합니다.

12. 회사의 영업비밀이나 보안을 요하는 정보를 외부에 무단으로 유출하지 않으며, 직무 중 취득한 정보는 퇴직 후에도 사전 허가나 승인 없이 절대로 유출하지 않는다.

- 회사의 영업비밀을 회의, 대외강연, 세미나 등에서 강연·공개하거나 외부기관에 제공할 때에는 공식적인 승인절차를 거쳐야 합니다.
- 회사의 승인 없이 고객DB등을 임의로 사적용도로 사용하면 안 됩니다.
- 관리자는 회사의 중요한 정보가 외부에 무단으로 유출되지 않도록 관리통제를 하여야 하며, 이를 위해 적절한 보안조치를 취해야 합니다.

임직원 행동윤리 세부지침

영업비밀

「영업비밀」이란 공연히 알려져 있지 아니하고 독립된 경제적 가치를 가지는 것으로서, 상당한 노력에 의하여 비밀로 유지된 생산방법·판매방법 기타 영업활동에 유용한 기술상 또는 경영상의 정보를 의미합니다. 당사 보안규정에는 아래와 같이 영업비밀의 종류를 예시하고 있습니다.

- ① 인사·조직 및 재무현황, 생산·판매현황, 마케팅 기법 등의 경영상의 정보
- ② 제품의 설계방법, 설계도면, 제조공정, 제조장치, 제조와 관련된 기술상의 정보
- ③ 제품의 연구개발(R&D)계획, 작업보고서 및 일지의 내용, 실험데이터, 연구성과 분석자료 등 연구개발에 관한 정보

13. 회사와 관련된 정보를 왜곡·날조하거나 무단훼손해서는 안되며, 허위사실이나 유언비어를 유포하지 않는다.

- 회사와 관련한 모든 정보를 자의적으로 왜곡하거나 허위사실을 유포해서는 안되며, 허위사실을 상부에 보고하여 이로 인해 잘못된 의사결정이 이루어지도록 하면 안 됩니다.
- 특히, 본인의 실수나 부정을 은폐·축소하기 위해 업무상 정보를 왜곡·날조해서는 안되며, 관련자료 및 데이터를 무단 훼손·조작하면 안 됩니다.
- 상하 또는 동료직원의 사생활에 대해 근거 없는 사실을 유포하거나, 과장 또는 험담을 해도 안 됩니다.

임직원 행동윤리 세부지침

직장인 윤리보감

- ① 월급만으로 생활하도록 하라. 고급 식당과 술집에 맞들이지 말라.
- ② 월급에 생활 수준을 맞추어라.
- ③ 도저히 월급으로 살 수 없다고 생각한다면 회사를 그만두고 사업등을 해서 돈을 벌어라. 나중에 패가망신하는 것보다는 낫다.
- ④ 평소 자신의 한 달치 소득의 3배가 넘는 부채를 안고 있지 않도록 하라.
- ⑤ 빚 보증 서는 것을 철저히 경계하라. 꼭 서야 한다면 직계 가족에 한정하라.
- ⑥ 부적절한 관계를 만드는 것은 부패를 하겠다는 것이나 다름 없다.
- ⑦ 도박과 투기적인 주식투자를 철저히 삼가라.
- ⑧ 아무리 가까운 사이더라도 각자 내는 습관을 들이라.
- ⑨ 지나친 마당발이 되려 하지 말라.
- ⑩ 청탁을 해 오는 상대방에 대해 무안하지 않게 거절하는 방법을 연습하라.



사례응답(Q&A)

Q 삼촌이 금번에 제가 관리하는 납품업체에 취직을 하셨습니다. 거리낌 없이 회사에서 자주 만나게 되고 납기기한 연장 및 입고가 인상 등을 자연스럽게 요구합니다. 어떻게 해야 하나요?

A 공정한 직무수행이 어렵다고 판단될 경우, 팀장 또는 인사팀 One Click HR시스템에 신고후 해당 직무 변경 여부에 대해 상담하고 조치하시면 됩니다.

Q 캐비닛이 부족한데 2~3년전 파일을 임의로 폐기하여도 괜찮은가요?

A 자료 폐기시 팀장의 사전 승인을 득한 후 폐기하여야 하며, 특히 대리점 및 납품업체 선정 검토 등과 같은 의사결정과 관련한 정보는 무단으로 폐기하면 안 됩니다.

Q 체육대회, 등산 등 사내 행사가 있을 경우에 거래회사로부터 찬조금품(상품, 음료수, 주류 등)를 받는 경우가 있는데 윤리행동지침에 위반되는지요?

A 거래회사로부터 찬조금품을 받는 것은 윤리행동지침에 위반됩니다. 찬조금품을 받았으면 회사의 윤리경영 취지를 설명하고 되돌려 주어야 합니다. 회사 예산 범위 내에서 간소하게 행사를 치르는 문화를 정착시키고 특히 찬조 금품을 받기 위해 의도적으로 거래회사에 애기하여 부담을 주는 행위는 금해야 합니다.

사례응답(Q&A)

Q 차량사고로 인해 평소에 잘 알고 지내던 관할 서비스 협력사에 방문하여 수리를 의뢰하였으나 업체에서는 무상으로 부품을 교환하여 주었습니다. 윤리행동지침에 위반인가요?

A 관할 서비스 협력사에서 무상으로 부품 교환을 해주었다는 것은 본의 아니게 우월적 지위의 영향이 작용한 것으로 여겨질 수 있으므로 부품교환 및 수리에 대한 정상 비용을 지불해야 합니다.

Q 팀장이 명절에 업체로부터 받은 상품권을 직원들에게 나누어 주었습니다. 어떤 거래회사에서 받았는지 알 수는 없지만 팀장이 주는 것이라 거절할 수도 없고 고민이 되는데 받아도 괜찮은가요?

A 팀장이 거래업체에서 상품권 등을 받아 직원에게 주었다면 일차적으로 팀장이 윤리행동지침을 위반했다고 할 수 있습니다. 그러나 이를 받은 직원도 윤리행동지침을 위반 하는 것이 되므로 선물 관리 정책에 따라 조치하거나, One Click HR시스템에 신고해야 합니다.

Q 현금이 아니면 받아도 위반사항이 아닌가요?

A 직무행위에 영향을 미칠 만큼 받는 사람의 눈에 충분히 가치가 있는 것이면 뇌물이 됩니다. 즉, 뇌물이란 금전, 물품 기타의 재산적 이익 뿐만 아니라 사람의 수요, 욕망을 충족시키기 족한 유형, 무형 일체의 이익을 포함합니다. (예:인사권자가 진급대상자로 하여금 자신의 은행대출금채무에 연대 보증하게 한 행위)

사례응답(Q&A)

Q 업체로부터 수수한 금품 또는 상품권을 고아원 등 사회공공기관에 기부한 경우도 윤리행동지침에 위반이 되나요?

A 불법한 보수나 부정한 이익이면 위반사항이 됩니다. 반드시 부도덕한 이익이거나 사리사욕적인 이익이어야 하는 것은 아닙니다. 따라서 정당하지 않은 이익을 자신이나 가족들을 위해 소비한 것이 아니라 사회공공기관에 기부 또는 직원 회식에 사용한 경우도 위반사례입니다.

Q 금품을 수수하고 나중에 돌려주었더라도 윤리행동지침을 위반한 것인가요?

A 금품을 일단 자기 것으로 하려는 생각으로 금품을 받는 것이라면 나중에 이를 반환하더라도 위반사항입니다. 즉 금품을 주머니에 넣는 다던가, 서랍 또는 예금계좌에 보관 후 반환하는 등의 경우입니다. 그러나 자기도 모르는 사이 놓고 간 것을 발견한 경우, 인지 후 즉시 상급자 또는 선물 관리 정책에 따라 조치하거나 반환하는 것은 위반사항이 아닙니다.

Q 사교적 의례로서 선물을 수수하는 것은 문제가 없나요?

A 사교적 의례로서 선물이라 할지라도 직무행위와 대가 관계가 인정되거나 관습상 용인되는 정도를 초과하는 고가의 금품이나 향응은 뇌물로 간주됩니다.

사례응답(Q&A)

Q 명절 때 거래처 직원으로부터 과일 또는 농축산물 선물을 받는 것은 괜찮은지요?

A 담당자로서 업무상 거래결정에 영향력을 미칠 수 있는 우월적 직위에 있는 경우는 거래처에서 단순히 친목을 위해 보낸 것으로 보기 어렵습니다. 따라서 받아서는 안 되며, 어쩔 수 없이 받아 돌려보내기 어렵다면 상사와 상의하거나 선물 관리 정책에 따라 조치해야 합니다.

Q 해외 바이어가 당사를 방문하면서 고급 양주를 선물로 가져왔는데 받아야 되는지요?

A 당사의 윤리행동지침을 상세히 설명하고 정중히 거절해야 합니다. 부득이 거절할 수 없어서 받았다면 고마운 마음을 표하되 선물 관리 정책에 따라 조치해야 합니다.

Q 향응 및 접대의 범위는 어디까지 허용됩니까?

A 통상수준은 3만원 미만(1인/회 기준)이지만, 그 횟수가 빈번해서는 안 됩니다. 향응 및 접대의 범위는 식사, 음주, 오락을 포함한 각종 휴게시설 및 각종 공연도 포함이 됩니다.

사례응답(Q&A)

Q 본인이 설비구매와 관련하여 업무차 거래회사를 방문하였는데 그 회사에서 식사를 대접하겠다고 합니다. 7만원 이상의 가격의 식사로 판단되는데 어떻게 해야 하나요?

A 회사에서는 정상적인 업무수행을 위해 식사비를 포함하여 출장비를 지급하고 있으므로 정중히 거절합니다. 부득이 한 경우 통상적인 수준의 식사(3만원 이하)를 정하기 바랍니다.

Q 부서 직원들과 회식하는 식당에서 우연히 마주치게 되어 업체 직원이 먼저 계산하고 나가버렸습니다. 이런 경우 어떻게 해야 하나요?

A 본인이 부담했어야 할 금액을 업체 직원에게 송금해야 합니다. 그리고 업체 측에는 호의는 감사하나 회사의 윤리행동지침 준수를 위한 불가피한 조치였음을 알리시기 바랍니다.

Q 이해관계자와 원활한 업무협조를 위하여 식사를 하면서 한번은 상대방이 계산하고 한 번은 답례로 우리가 계산을 했는데 이런 것도 윤리행동지침에 어긋나는지요?

A 식사를 접대 받을 때와 할 때 그 규모가 통상적인 수준이면 문제가 없다고 판단됩니다.

사례응답(Q&A)

Q 친구가 저희 회사 납품업체에 근무하고 있는데 가끔 저녁 식사도 하고 가족끼리 야유회도 가곤 합니다. 관련 비용을 주로 그 친구가 계산하는데 문제가 되는지요?

A 친구가 납품업체에 근무하고 있으며 귀하가 납품과정에 조금이라도 개입할 수 있는 입장이라면 본인의 비용은 자신이 지불하는 것이 옳습니다. 친구에게는 윤리행동지침에 저촉되어 곤란한 입장이 될 수 있음을 잘 납득시키면 될 것입니다.

Q 거래회사와 식사를 한 후 2차로 단란주점, 나이트클럽, 룸살롱에 초대받는 경우가 있는데 이에 응하면 윤리행동지침에 위반되는 행위입니까?

A 거래회사로부터 2차 제의가 있는 경우에는 뿌리치기 어렵겠지만 정중히 거절해야 하며, 특히 유흥업소와 같은 고가의 접대를 받으면 윤리행동지침에 위반됩니다. 그 회사의 비용으로 처리하더라도 고가의 접대비는 반드시 귀하에게 업무상 부담을 주기 위한 것으로 보아야 할 것입니다.

사례응답(Q&A)

Q 거래처 직원들과 골프를 치고 비용은 각자가 부담한 경우 윤리행동 지침에 위반되는지요?

A 각자 부담이나 거래처 직원과 골프를 친 것은 향후 업무 수행에 영향을 줄 수도 있는 만큼 자제하는 것이 바람직합니다. 특히, 협력사의 골프회원권을 사용하였다면 이해관계자의 자산을 이용한 향응접대이므로 이러한 경우는 향후 업무수행에 영향을 미칠 가능성이 높습니다.

Q 거래회사와 간단한 식사 후 고스톱을 쳤는데 본의 아니게 상당 금액을 취득하게 되었을 경우에도 금품수수에 해당하는지요?

A 거래회사와 고스톱 등 직·간접으로 금품을 주고받는 사행 행위는 근본적으로 하지 말아야 하며, 상당 금액의 취득은 고의적, 간접적 뇌물제공으로 간주됩니다.

Q 업무상으로 오랫동안 잘 알고 지내고 있는 납품업체의 직원이 개인적으로 친하게 지내고 있어 어느 날 제주도 여행 패키지 상품권을 주면서 여름휴가 때 가족들과 함께 놀러 가자고 하는데 어떻게 해야 하는지요?

A 거래회사 직원은 순수한 마음으로 한 것인지 몰라도 이해관계의 위치에 있는 동안은 자제해야 합니다. 윤리행동지침에 저촉되어 곤란한 입장이 될 수 있다는 내용을 납품업체 직원에게 잘 납득시키면 될 것입니다.

사례응답(Q&A)

Q 거래처에 출장 일정을 요청하여 보내주었더니 출장 당일 안산에서 김포공항까지 차량으로 마중을 나왔습니다. 이 경우도 윤리경영 위반입니까?

A 우리의 문화는 손님을 정중히 모시는 것이 미덕인 바 마중나온 자동차를 한 번 정도 이용하는 것은 윤리적으로 문제가 되지 않으나, 지나치게 거리가 멀거나, 자택에서(으로) 픽업하는 행위, 반복적으로 마중나올 것을 의도하는 등 의도적으로 업체에 요청하여 부담을 주는 행위는 윤리행동지침에 위반됩니다.

Q 직무와 관련한 업체로부터 경조사 때 10만원이 넘는 경조금을 받았는데 어떻게 해야 하나요?

A 사회관습상 경조사에 대해서는 관대한 입장이나 이해관계자로부터 경조금 수수는 5만원을 초과하지 않도록 하여야 하며 특별한 경우라도 10만원을 초과해서는 안 됩니다. 10만원을 초과하는 경조금은 공정한 업무수행에 영향을 미칠 수 있다고 판단되므로 즉시 돌려주어야 합니다.

Q 부하직원이 상급자의 경조사를 사전양해 없이 상급자의 이해관계자에게 대신 통지하는 행위는 윤리행동지침에 위반 행위가 아닌지요?

A 본 지침은 이해관계자에게 경조사통지를 명시적으로 제한하고 있으므로, 당사자를 대신하여 이들에게 통지하는 것 역시 위배되는 행위입니다.

사례응답(Q&A)

Q 경조사를 통지를 하지 않았는데도 이해관계자가 경조사에 참석하여 10만원의 경조금을 접수한 경우 처리는?

A 이해관계자가 우연히 전해 듣고 경조사에 참석하여 경조 금품을 접수하는 경우, 접수 자체를 거부하는 것은 현실적으로 어렵다고 보여 집니다. 다만, 경조금품 한도액을 초과하여 수수하는 경우 즉시 돌려 줘야 합니다.

Q 상사가 위로, 격려 등의 목적으로 부하직원에게 선물로 상품권을 주 면 윤리행동지침 위반인지요?

A 상사는 부하직원에게 격려차원에서 선물을 줄 수 있습니다. 그러나 그 재원이 거래처 등 업무상 이해관계자들을 통해 확보되었다면 윤 리행동지침에 어긋납니다. 부하직원이 상사에게 상품권을 제공하는 것은 어떤 경우라도 금지됩니다.

Q 임직원이 승진 하였을 때 거래회사로부터의 화분이 오는 경우가 많 으는데 윤리행동지침에 위반되는 행위에 해당합니까?

A 거래회사로부터 배달된 축하화환, 난은 통상적인 수준을 넘어서는 안 됩니다. 통상적 수준의 경우는 사무실 내의 환경 미화용으로 조성 가능합니다. 더 효율적인 것은 거래 회사에 당사의 윤리경영 의지를 전파하여 사전에 배달을 막는 방법이 가장 좋습니다.

사례응답(Q&A)

Q 회사의 예산이나 비품 등을 사용할 때 금지하고 있는 업무와 직접 관련 없는 용도란 구체적으로 어떤 것들이 있습니까?

A 친구나 가족들과 식사 후 그 비용을 회사의 접대비로 처리 하는 것, 회사의 사무용품을 집에 가져가 자녀의 학용품으로 쓰는 것 등 입니다.

Q 미국에 유학간 친구들에게 회사전화로 안부 전화를 하거나 동창 소식지를 만들어 회사 메일·팩스로 보내면 안 되나요?

A 회사 전산장비를 사적인 목적으로 사용을 자제하여야 합니다. 특히 근무시간 중 회사업무와 관련이 없는 장시간 전화 또는 소식지 제작 행위 등을 해서는 안됩니다.

Q 부업으로 외판사업을 하는 저의 처가 회사 전자게시판에 외판사업 소개 및 상품설명 등을 게시해 달라고 하는데 괜찮은가요?

A 회사 전자게시판은 회사의 필요한 정보를 공유하기 위해 마련한 도구로서 본인 또는 친척의 사업을 홍보하거나 개인의 부업활동과 같이 사익을 위해서 사용해서는 안됩니다.

사례응답(Q&A)

Q 회사 보고서를 필요하다고 생각되는 내부직원들에게 발송 하였는데 그 가운데 한 사람이 외부로 유출시켜 물의를 일으킨 경우 저에게도 책임이 있습니까?

A 만약 직무와 관련이 있는 사람에게 업무 참고용으로 송부 하였다면 귀하의 책임은 없으나, 업무와 관계가 없는 사람까지 송부하여 문제가 발생하였다면 그 경우에는 책임이 있습니다.

Q 타기업 또는 기관으로부터 투자, 기술개발, 회사의 미래계획 등의 주제로 강연 요청을 받았습니다. 개인적으로는 회사 홍보를 위한 좋은 기회라고 생각되는데 어떻게 할까요?

A 회사의 비공개 정보는 보호되어야 하며, 회사정보를 회의, 대외강연, 세미나 등에서 공개하거나 제공시 공식적 승인을 거쳐야 합니다.

Q 퇴직 후 타사 자동차 메이커에 재취업하는 것도 윤리행동 지침에 위배되나요?

A 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률(10조 1항)에 의거 회사는 근로자로 하여금 전직한 회사에서 영업비밀과 관련된 업무에 종사하는 것을 금지하도록 하는 법적 조치를 취할 수 있습니다. 또한 회사는 근로자가 퇴직 시 영업비밀 유지 서약서를 징구하므로 근로자는 서약서에 명시된 기간 동안 경쟁 업체에 취업금지 또는 경쟁업종 창업이 제한됩니다.

