

## 윤리경영은 사회적 책임의 적극적 실현이다 기업의 사회적 책임

기업은 경제적 성과뿐 아니라 사회적, 환경적 성과를 동시에 성취하려 노력함으로써 사회적 책임을 다하게 된다. 그래서 Triple Bottom Line[경제, 사회, 환경 또는 3P(Profit, People, Planet)]을 기업의 사회적 책임을 구성하는 중요 요소라 일컫기도 한다.

기업의 수익이 공공의 이익을 기대할 수 있을 만큼 발전하게 되면 이해관계가 있는 사람이나 조직은 기업의 재무적 성과 외에 인권과 기업윤리, 기업지배구조, 환경정책, 고용 평등, 노동조건 등에서도 좋은 성과를 기대한다. 투자자로서, 소비자로서, 고용인으로서 요구하게 되는 기업이 경영정책과 활동에 대한 기대는 기업이 사회 구성원으로서 지속가능한 발전에 공헌해줄 것을 촉구하고 기업에 사회 환경적 기준을 적용하도록 압력을 행사하기도 한다. 이렇게 요구되는 기업의 사회적 책임은 크게 '책임성'과 '투명성'을 들 수 있다.

국내 기업은 외형이 커질수록 각종 비리, 회계 부정 사건으로 얼룩지면서 사회로부터 기업의 사회적 책임 이행에 대한 요구가 높아지고

있는 가운데 기업홍보와 이미지 관리 차원인 '소극적 범위의 사회적 책임'이라 할 수 있는 '자선' 내지는 '기부 행위' 등을 통한 사회 공헌 틀 안에 그치고 있다. 그러나 이제는 기업의 재무성과 뿐 아니라 회계투명성, 노동조건, 환경 정책 등 기업의 사회적 책임에 대한 국제 기준을 비롯한, 국내 이해 관계자들의 기업 윤리와 지속가능 발전에 대한 요구로 국내 기업들의 사회적 책임 수행은 선택이 아니라 생존의 문제라는 인식의 전환과 이에 대한 적극적인 대응이 필요한 시점이다.

이런 맥락에서 국내 벤처기업이 윤리경영의 필요성에 대한 인식은 높은 반면 그 실천을

위한 조직구축, 윤리강령 마련, 내부 고발자 보호, 사원교육 등 실천 프로그램은 이에 현저하게 못 미친다는 조사결과는 시사하는 바가 크다. 이는 윤리경영을 기업의 사회적 책임의 적극적 실현이라는 경영 철학에 기반하는 것이 아니라 단순히 규제 대상이라는 소극적이고 피동적 입장에서 윤리경영을 바라보고 있기 때문이다. 그러다 보니 벤처기업을 비롯한 많은 기업들에게 있어 윤리경영은 규제 준수 차원에서 경영비용 증가를 초래하는 존재로 비칠 수 밖에 없다. 제2의 도약기를 맞이하고 있는 벤처업계가 윤리경영의 역사적 배경과 철학을 이해하고 기업의 가치창출로 이어가는 능동적이고 적극적인 마인드로 윤리경영을 실천한다면, 벤처의 기업문화 자체가 경쟁력을 높이는 긍정적인 결과를 가져올 것이라 기대한다. 작은 조직이기에 그 가능성이 더 클 수 있다.

