

윤리경영이 곧 핵심역량이다!

‘윤리경영 전도사’, 신세계

신세계는 지난 1월 ‘2008 신세계 윤리경영 임원 워크숍’을 개최한 자리에서 신세계 구학서 부회장을 비롯한 전 계열사 임원 90여 명이 참석한 가운데 올해 신세계 윤리경영 주요 테마인 협력회사와의 상생경영에 대해 논의했다.

“협력회사와의 상생경영은 신세계와 협력회사 모두의 장기적인 성장과 발전에 필수적인 요소라는 공감대를 바탕으로 한다”는 구학서 부회장의 철학에 근거한 상생경영은 신세계가 실천하는 윤리경영의 한 방법이며 “지속적이고 공정한 거래관계 정립, 협력회사 경쟁력 배양 등을 위한 다양한 방안 전개”로 이어진다.

이같은 신세계의 윤리경영은 1999년 12월 윤리경영을 바탕으로 한 경영이념 선포식을 가진 이래 지속적으로 추진되고 있는데 올해엔 특히, 협력회사와의 상생경영을 중요 주제로 삼고 신세계 네트워크론, 납품대금 결제 기일 축소, 무반품 계약 제도, 중소기업 초청박람회 개최, 신세계 페이 캠페인 등의 프로그램을 실시하고 있다.

◆신세계 윤리경영의 출발

창업 이래 정직과 신용을 중요시하는 소매유통 전문회사로 성장해 왔으며, 일반 제조업 회사와 달리 많은 납품 협력회사와 거래를 하고 있으며 전국에 분포해 있는 수많은 사업장에서 하루 수십만의 고객을 맞이하고 있다.

특히 유통업은 고객의 안전과 직결되는 상품을 판매하고 고객편의를 위해 설치된 시설물을 많은 사람들이 이용하고 있어 안전관리의 중요성이 증대되고 있다.

또한 현장에 근무하는 대다수의 직원들이 현금과 상품관리를 담당하고 있어 임직원의 기본윤리를 바탕으로 한 업무수행이 타 업종에 비해 필요하다. 이와 같이 신세계가 타 회사에 비해 먼저 윤리경영을 시작하게 된 배경에는 이러한 유통업의 특성이 자리 잡고 있다.

신세계는 IMF 금융위기를 맞아 다른 기업과 마찬가지로 많은

어려움을 겪었으며, 경영의 어려움을 타개하기 위해 창고형 도소매업체인 프라이스클럽을 합작사에 매각하고 계열사를 통폐합하는 등 긴축경영과 구조조정을 실시하였음에도 불구하고 세전 이익이 1997년 113억 원에서 1998년 91억 원으로 감소하였다. 이익감소의 결과는 당시에 대다수 기업들이 IMF 금융위기를 극복하기 위해 실시했던 사업체 매각, 임직원 감원 등의 구조조정으로는 근본적인 문제해결을 할 수 없다는 사실을 인식하게 되는 계기를 만들었다.

앞으로 어떠한 경영상의 위기가 오더라도 근본적으로 대처하고 극복하기 위한 방안을 찾은 결과 윤리적 경영만이 해결책이 될 수 있다는 것을 인식하고 1999년 초부터 윤리경영 도입을 준비하였다.

◆윤리경영에 따른 시너지 효과

할인점 사업이 유통업의 주력이 될 것이라는 확신을 가지고 모든 핵심 역량을 할인점 사업에 집중해 지난 2003년 할인점 사업이 백화점을 누르고 유통업계의 최대 업체가 되었다.

이에 힘입어 지난 20여 년 동안 롯데에게 내주었던 유통업의 선두 자리를 탈환하며 대한민국을 대표하는 유통기업으로서의 위상을 확립한 것이다.

비약적인 성장을 일궈낸 신세계는 ‘윤리경영’을 도입하면서 또 다른 핵심 경쟁력을 장착했다. 신세계는 지난 99년 12월 윤리경영을 바탕으로 한 신 경영이념 선포식과 함께 국내 최초로 기업 윤리 업무 전담부서로 ‘기업윤리실천사무국’을 신설하여 국내 윤리경영을 대표하는 기업으로 자리매김했다.

이런 윤리경영은 회사 발전의 터전이 됨은 물론 종업원들에게 ‘일하기 좋은 기업’이란 인식을 보다 확고히 하는 계기를 마련했다고 할 수 있다.

‘윤리경영 전도사’로 불리는 구학서 부회장이 가진 ‘선택과 집중’, ‘과학적인 분석을 근거로 한 과감하고 결단력 있는 투자’는 신세계의 윤리경영을 더욱 확고히 할 수 있는 밑바탕이 되고 있다.