



윤리경영이 기업생존력을 높인다

글 / 이 민 호 (KBMI 윤리경영연구센터 소장)

크래에 환경경영에서 '지속가능경영(Corporate Sustainable Management)'으로 기업경영의 패러다임이 바뀌고 있다. 기업이 장기적 관점에서 지속적으로 성장하기 위해서는 경제·환경·사회에 대한 책임이 조화를 이뤄야만 한다는 인식이 확산되고 있는 것. 그동안 많은 기업들이 성과 위주의 경영에 매달려 왔으나 이런 경영으로는 지속적인 성장 발전이 어렵다고 판단, 기업의 경제적 책임에 환경적 책임과 사회적 책임을 추가하여 이들 세 가지 책임을 동시에 중시하는 경영정책을 도입하고 있다.

기업의 목적은 장기생존

'지속가능경영'은 기업의 목적이 '장기생존'에 있다는 인식에서 출발한다. 즉, 지금까지 '이윤추구'를 기업의 최대목적으로 인식했던 것에서 '장기생존'이 가장 중요한 경영과제라는 인식으로 변하고 있다.

기업의 생존에 있어 중요한 것 중 하나가 '존재가능성(Viability)'이다. 기업의 존재가능성을 측정하는 요소로는 '효율성, 효과성, 정당성'이 있다. 효율성은 경영혁신에 의해 생산성을 높이는 것이고, 효과성은 전략경영으로 경영목표를 달성하는 것이며, 정당성은 윤리경영에 의해 '사회와 조화'를 이루는 것이다.

경영혁신에 의한 효율성과, 전략경영에 의한 효과성을 높여 아무리 수익성이 좋아도 정당성에 문제가 생기거나 환경, 기아, 질병 등 사회문제 해결에 소홀할 경우 사회적 지지기반의 약화로 기업의 생존은 어려워진다. 이런 문제를 해결하기 위해 기업은 전략경영과 윤리경영을 동시에 추진하여 존재가능성을 높이고 지속적인 성장을 도모하고자 한다.

리콜제도와 사회환원

윤리경영은 무엇을 위해 하는가, 어떻게 해야 하는가, 그리고 윤리경영은 어떤 경영성과를 가져올 것인가. 다음 사례를 통해 생각해보도록 하자.

성공사례를 보여주는 모 TV프로그램에서는 아침부터 밤 늦게까지 손님들이 길게 줄을 선 한 냉면집을 보여준다. 허름한 식당 안의 한쪽 벽에는 '뽕거나, 짜거나, 시거나, 달면 종업원에게 말하세요. 즉시 바꿔드립니다'라는 안내문이 붙어 있다. 한 손님이 맛이 너무 시다고 말하자 종업원은 손님이 먹던 냉면을 여사장에게 가져간다. 양념을 다시 하던 여사장이 이렇게 말한다.

"손님 입맛을 맞추는 것이 내가 할 일인데요. 뭘"

또한, 이 식당 사장은 매월 100장의 냉면교환권을 동사무소 직원에게 전달한다. 동네 노인들에게 무료로 냉면을 대접하기 위해서다. 그 이유를 묻자 '내가 번 돈을 환원하는 거지요'라며 당연하다는 듯 이야기한다. 하루 평균 1000여명의 손님이 찾는 성공신화를 이룩한 냉면집. 그곳은 바로 윤리경영을 실천하는 현장에 다름 아니다. 한 성공한 냉면집을 통해 우리가 윤리경영을 어떻게 실천해야 하는지에 관해 그 단면을 엿볼 수 있다.

'손님 입맛을 맞추는 것이 내 일'이라는 그녀의 말이 바로 냉면집의 경영철학이다. 즉, 고객만족을 못시키는 제품이라면 리콜을 원칙으로 하는 철저한 품질관리제도를 운영하고 있는 것. 그리고 이익의 일부를 사회에 환원하는 공헌활동으로써 윤리경영을 실천하고자 하는 최고의 경영자(CEO)로 추대될 만하다.