

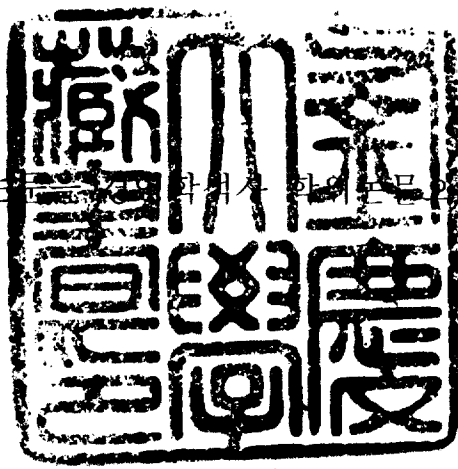
경영학석사 학위논문

윤리경영 수준과 경영성과에 관한 연구

— 영남지역 기업체를 중심으로 —

지도교수 류 태 모

이 논문을 경영학 석사 학위논문으로 제출함



2005년 2월

부경대학교 경영대학원

경영학과(경영학 전공)

서 정 기

서정기의 경영학석사 학위논문을 인준함

2004년 12월 일

주 심 경영학박사 홍 재 범



위 원 경영학박사 윤 영 삼



위 원 경영학박사 류 태 모



목 차

제 I 장 서 론	1
제1절 문제의 제기 및 연구목적	1
제2절 연구의 방법과 범위	3
제 II 장 이론적 배경	4
제1절 기업윤리에 관한 일반적 고찰	4
1. 기업윤리의 개념	4
2. 기업윤리의 성격	7
3. 기업경영상의 윤리문제	8
제2절 기업윤리와 사회적 책임	9
제3절 기업윤리의 중요성	12
제4절 기업윤리의 판별기준	15
1. 본원적 가치판별의 기준	16
2. 수용된 가치판별의 기준	21
제5절 한국기업의 윤리경영 실태	25
1. 윤리경영의 개념	25
2. 윤리경영의 대두 배경	27
3. 한국기업의 윤리경영 현황	29
제6절 선행연구의 검토와 윤리경영의 성과요인	34
1. 기업의 윤리적 경영수준의 검토	34
2. 기업윤리의 유형화	35
3. 윤리적 기업경영의 성과요인	37

제 III 장 실태조사 방법	39
제1절 표본의 선정과 자료수집	39
제2절 설문지의 구성과 실태조사 방법	41
제3절 연구과제의 설정	43
제4절 변수의 선정과 조작적 정의	44
1. 변수의 선정	44
2. 변수의 조작적 정의	45
제IV장 실태 분석의 결과	48
제1절 신뢰도 및 타당성 검증	48
1. 신뢰도 검증	48
2. 타당성 검증	49
제2절 윤리경영의 수준	50
1. 윤리경영의 유형별 수준	50
2. 윤리경영의 항목별 수준	52
3. 윤리경영의 수준별 특성	53
제3절 윤리경영의 수준과 경영성과와의 관련성	56
1. 개인적 차원의 성과요인과의 관련성	57
2. 조직적 차원의 경영성과와의 관련성	61
3. 사회적 차원의 경영성과와의 관련성	64
제4절 실태분석 결과의 요약	68
제 V 장 결 론	70
참고문헌	72
<부 록>	73

표 차 례

<표 II-1> 기업경영상의 윤리문제	8
<표 II-2> 기업경영에서의 주체에 따른 윤리와 책임	9
<표 II-3> 경영자 윤리의 수준요인	35
<표 II-4> 표본의 인구통계적 특성과 일반적 특성	39
<표 II-5> 설문지의 구성내용	42
<표 II-6> 윤리경영 수준요인에 대한 변수의 조작적정의	45
<표 II-7> 윤리경영의 경영성과요인에 대한 변수의 조작적정의	46
<표 IV-1> 다항목변수들의 구성과 신뢰도분석결과	49
<표 IV-2> 측정도구의 타당성 검증결과	50
<표 IV-3> 윤리경영의 전반적 수준과 유형별 수준	51
<표 IV-4> 윤리경영의 항목별 수준	52
<표 IV-5> 윤리경영의 유형별 수준을 기준으로 한 군집분석 결과	53
<표 IV-6> 군집별 인구통계적 특성과 일반적 특성	54
<표 IV-7> 윤리경영의 네 가지 유형별 수준간의 상관관계분석 결과	57
<표 IV-8> 군집별 직무만족의 차이분석 결과	58
<표 IV-9> 윤리경영의 유형별 수준과 직무만족과의 회귀분석 결과	59
<표 IV-10> 군집별 조직몰입의 차이분석 결과	60
<표 IV-11> 윤리경영의 유형별 수준과 조직몰입과의 회귀분석 결과	60
<표 IV-12> 군집별 조직적응성의 차이분석 결과	61
<표 IV-13> 윤리경영의 유형별 수준과 조직적응성과의 회귀분석 결과	62
<표 IV-14> 군집별 조직풍토의 차이분석 결과	63
<표 IV-15> 윤리경영의 유형별 수준과 조직풍토와의 회귀분석 결과	64
<표 IV-16> 군집별 기업신뢰성의 차이분석 결과	65
<표 IV-17> 윤리경영의 유형별 수준과 기업신뢰성과의 회귀분석 결과	65
<표 IV-18> 군집별 사회관계성의 차이분석 결과	66
<표 IV-19> 윤리경영의 유형별 수준과 사회관계성과의 회귀분석 결과	67

윤리경영 수준과 경영성과에 관한 연구

— 영남지역 기업체를 중심으로—

서 정 기

부경대학교 경영대학원

경영학과 경영학전공

요약문

21세기는 윤리경영의 시대이다. 오늘날의 경제 환경은 세계화로 인해 세계 모든 기업이 동일한 평가기준을 통해 평가되어지는 ‘부패라운드’의 등장을 맞이하고 있으며 기업의 사회적 영향력이 점증되면서 기업경영의 윤리성 문제가 학계 및 산업계를 비롯하여 전체 사회의 커다란 관심사로 부각되고 있다.

본 연구는 이러한 배경을 근거로 하여 먼저 영남지역 기업체의 전반적인 윤리경영의 수준을 파악하고, 비슷한 수준의 경영윤리를 나타내는 표본들을 군집화 하여, 군집별 인구통계적 특성과 일반적 특성을 파악하였다. 그리고 개인적 차원, 조직적 차원, 사회적 차원에서의 영향요인에 따라 경영자의 윤리수준에는 어떤 차이가 있는지를 규명하였으며, 이를 토대로 경영자의 윤리수준과 경영성과와의 관련성을 개인적, 조직적, 사회적 차원으로 구분하여 분석·검토하였다.

분석결과 영남지역기업체의 윤리경영 수준은 중간정도 이상이며, 사회적 관계 및 대외적 측면보다는 대내적 측면 혹은 경영내실화를 상대적으로 중시하는 윤리구조를 가지고 있고, 경영자의 윤리경영의 수준이 높을수록 경영성과가 향상됨을 확인할 수 있었다.

본 연구를 통해 윤리경영에 대한 체계적이고 심층적인 이해증진과 영남 지역 기업체의 전반적인 윤리성 평가 및 윤리수준의 향상을 통한 경영성과 제고에 도움이 될 수 있을 것으로 기대되며, 건전한 기업관의 형성과 윤리 경영의 광역적 연구에도 하나의 실마리를 제공할 수 있을 것으로 판단된다.

A Study on the Levels of Business Ethics and Business Performances

—Focused on Yeungnam Area Corporations—

Jung-Kee, Seo

*Department of Business Administration
Graduate School of Business Administration
Pukyong National University*

Abstract

The 21st century is the age of ethical management. Because of globalization, the recent business environment is about to encounter Ethics Round where all of the world's corporations are evaluated by the same standard. At the same time, with a notification of increasing social influence of the corporations, the problem of the ethical management emerges as the biggest social concern in academic domain as well as in industrial one.

Based on the above background, this research aims to attain the followings. First, it discovers the general ethical level of Yeungnam area's business corporations. Second, it arranges and gathers the samples by the groups of similar levels of the ethical management, and analyzes them to figure out the general and cluster sampling characters of each group. Third, it examines the difference of the ethical levels of managers according to individual, organizational, and social factors. Forth, on the basis of this, it examines the relationship between a manager's ethical

level and business performance on individual, organizational, and social dimensions.

The result showed that the overall ethical levels of the business corporations of Yeungnam area are above middle level, and proved that the corporations tend to focus their attentions on internal aspects and efficiency rather than on the external ones. The result also showed that the higher ethical levels result in better business performance.

This research is expected to result in the organized and in-depth understanding of ethical management, and help to enhance management performance through the general evaluation of ethical levels of Yeungnam area's business corporations. It is also expected that this research could provide a clue to build a healthy management ideology and encourage a broader research regarding ethical management.

제 I 장 서 론

제1절 문제의 제기 및 연구 목적

한국경제는 초기 산업구조 고도화와 강력한 수출드라이브 정책을 추진해 왔다. 이 시기에 중추적인 역할을 했던 기업들은 정부의 전폭적인 지원에 힘입어 급성장 했으며, 경영에 미치는 정부의 영향력은 실로 막대하였다.

정부가 주도한 산업정책의 최우선 과제는 수출목표 달성 및 신흥 공업 국가들과의 경쟁력 제고였으며, 그 결과 특정 산업부분의 편중적 지원과 대기업의 지원육성으로 기업의 방만한 집단화를 초래하게 되었다. 기업의 집단화는 무조건적인 이윤극대화라는 경제적 단일 목적 하에서 기업의 합리적인 기업경영 추구를 못하도록 하였다. 이러한 현상은 무책임한 기업경영 및 정경유착으로 인해 국가경제 전반에 걸쳐 부정부패가 난무하게 하였고, 기업들은 외부기업들과의 경쟁력을 상실하였으며, 그 결과 국가경제 전반에 걸쳐 부실화를 초래하게 되어 위기상황을 맞이한 것이 1997년 말 IMF관리체제였던 것이다.

한국경제가 위기로 추락한 이유는 부실한 경제전반의 제도적인 측면이나 세계경제의 흐름에 적절히 대응하지 못했던 이유 등 여러 가지가 있을 수 있으나, 가장 큰 원인은 무능력한 기업가와 부패한 정치인에 있다 할 것이다. 기업가들은 기업의 내실을 기하기보다는 정치적 로비에 의해 문어발식으로 기업규모를 확대하였으며, 투명하지 못한 기업경영 및 무차별적인 차입경영으로 인해 기업의 부실화와 국가 신뢰도가 하락하는 결과를 가져오게 하였다.

경제 분야뿐만 아니라 국가전반에 걸쳐 모든 분야가 개방화되고 있는 현실 속에 과거와 같은 폐쇄적이고 정치의 향방에 의존하던 기업의 경영방식은 이제 그 설득력을 잃어 버렸다. 과거 기업의 외형성장에만 급급했던 경영방식은 이제 통하지 않으며, 기업 내실화를 위한 환골탈퇴의 경영이 필요할 때이다.

오늘날 기업경영에서 윤리경영에 대한 관심이 고조되고 있는 이유는, 첫째, 미래학자들은 향후 펼쳐질 미래사회를 고도로 발달한 기술과 정보통신 산업이 주도하는 정보화 사회, 지식기반사회로 예측하고 있으며, 여기서 미래사회를 주도할 기술(technology)이 잘못 쓰여 질 경우에는 인류에게 엄청난 재난을 줄 가능성이 있으므로 고도의 기술(high technology)을 통제할 수단으로써 ‘윤리경영’를 중요시 하고 있다는 점과, 둘째, 기업의 규모가 커지고 사회전반에 걸친 영향력이 증대됨에 따라 기업의 사회성이 비례적으로 증대되었고, 셋째, 사회전반의 생활수준과 의식수준이 높아짐에 따라 사람들이 생활의 질을 추구하게 되고, 자연과 환경의 보전에 대한 관심과 욕구가 증대되었으며, 넷째, 기업의 핵심자원이 물질에서 인간으로 바뀌게 되어 물자중심의 경영에서 인간중심의 경영으로 이행하게 됨에 따라 기업구성원의 윤리의식 제고의 중요성이 더욱 증대되었다는 사실을 지적할 수 있다. 이제 기업의 윤리적 경영이라는 문제는 도의심이나 시혜의 차원을 넘어서 기업자체의 존속과 발전의 필요조건이라는 차원에서 인식하지 않으면 안 되게 되었다.

본 연구는 이러한 문제인식을 바탕으로 영남지역 기업체를 중심으로 윤리경영의 수준과 경영성과를 파악하는데 연구의 주안점을 두었으며 보다 구체적인 목적은 다음과 같다. 첫째, 윤리경영의 개념, 형성과 발전과정, 중요성과 판별기준, 영남지역 기업체의 윤리경영의 실태 등을 살펴봄으로써 윤리경영에 관한 체계적이고 심층적인 이해증진에 기여한다. 둘째, 영남지역 기업체의 윤리경영의 수준을 파악하고, 윤리적 경영의 중요성을 규명한다. 셋째, 윤리경영의 경영성과를 분석한다. 넷째, 이러한 연구결과를 토대로 윤리경영의 실천을 통한 성과제고와 경쟁력 강화에 필요한 시사점을 제시하는데 있다.

이러한 목적을 가진 본 연구의 기대효과로는 첫째, 윤리경영에 대한 체계적이고 심층적인 이해증진과 영남지역 기업체의 전반적인 윤리성을 평가하여, 윤리적 기업경영으로 성과를 제고시키는데 도움이 될 것이며, 둘째, 기업풍토를 좀 더 바람직한 방향으로 개선하고 기업체질을 변화시켜서, 사회적으로 인정과 존경을 받을 수 있는 윤리적이고 정의로운 기업이 되도록 하

는 데 일조할 수 있을 것이라 사료된다. 또한 우리사회에 만연되어 있는 기업에 대한 부정적 시각 내지 반기업적 풍조를 극복하고, 모든 국민으로 하여금 굴절되지 않은 건전한 기업관을 가지도록 하는 데에 이바지할 수 있을 것이라 사료된다.

제2절 연구의 방법과 범위

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 과정으로 연구를 수행하였다. 첫째, 그간에 이루어진 윤리경영에 관한 국내외의 연구 성과를 검토하는 문헌적 연구과정을 밟는다.

둘째, 이러한 문헌적 연구를 기반으로 하여 윤리경영의 수준과 윤리경영의 경영성과에 관한 실태를 분석한다. 셋째, 이러한 연구결과를 토대로 윤리경영의 실천을 통한 경영성과 제고에 필요한 시사점을 제시한다. 따라서 본 연구는 영남지역 기업체의 전반적인 윤리경영의 수준을 파악하고, 윤리경영의 경영성과를 개인적, 조직적, 사회적 차원에서 분석 · 검토하고자 한다.

제 II 장 이론적 배경

제1절 기업윤리에 관한 일반적 고찰

1. 기업윤리의 개념

기업윤리가 사회적 관심사로 대두되기는 미국에서 1950년대 이후 사회가 물질적으로 풍요로워지고 일반시민의 의식수준이 높아짐에 따라 사람들이 삶의 질을 추구하게 되면서부터라고 볼 수 있다. 역사적으로 볼 때 기업윤리가 하나의 독립된 학문분야로서 본격적으로 연구되기 시작한 것은 그리 오래 되지 않아서 다른 학문분야에 비해 그 역사가 상대적으로 짧은 편이다. 기업윤리가 1950년대에 들어와서 일즈(R. Eells), 바움하트(R. Baumhart, S. J.), 맥가이어(J. W. McGuire), 바텔즈(R. Bartels), 데이비스(K. Davis)등에 의해서 본격적으로 연구되기 시작하여 하나의 독립된 학문분야로 발전했다. 1) 그 연구의 역사가 비교적 일천하기 때문에 기업윤리의 연구대상이나 연구방법 등이 아직까지 명확히 정립되지 못한 실정이다.

학자에 따라서는 기업윤리와 유사한 용어를 혼용하는 경우도 없지 않은데, 여러 가지 유사한 용어가 혼용되고 있는 이유 중의 하나는 이 방면의 연구가 학문적 관점에서 비롯된 것이 아니라 현실적 중요성에서 시작되었기 때문에 상대적으로 개념의 엄밀성이 등한시된 결과라고 할 수 있다. 기업윤리라는 말은 일반적 의미의 윤리라는 용어에서 연유되었으므로 기업윤리의 개념을 확실히 파악하기 위해서 먼저 윤리란 무엇인가에 관한 개념의 정의가 필요하다.

1) R. Eells, The Meaning of Modern Business, N. Y: Columbia Univ., (1960); R. C. Baumhart, S. J., "How Ethical are Businessmen?," Ethics for Executives, Harvard Business Review, (1961); J. W. McGuire, Business and Society, N. Y.: McGraw-Hill, (1963); K. Davis and R. L. Blomstrom, Business and Its Environment, N. Y.: McGraw-Hill, (1963); R. Bartels(ed.), Ethics in Business, Columbus: Ohio State Univ. (1963).

(1) 윤리

사람은 누구나 윤리 또는 도덕이라고 하는 사회적 규범 속에서 삶을 영위하고 있다. 이웃과 더불어 사는 사회에서 윤리·도덕적 규범을 지키지 않을 경우, 사람은 양심의 가책을 받을 뿐만 아니라 사람들로 부터 비난을 받게 된다. 윤리는 마치 물과 물고기의 관계처럼 우리 인간의 사회생활과 밀접한 관계를 맺고 있기 때문에 윤리는 철학, 신학, 교육학, 사회학 등 여러 인문·사회과학의 중요한 관심사 내지 연구대상이 되어 왔다. 윤리는 그러한 여러 학문의 입장에 따라 강조점을 달리하여 논의할 수 있을 것이다.

일반적으로 윤리는 생각과 말, 그리고 태도와 행위의 옳고 그름이나 선하고 악함을 판별해 주는 원칙 내지 판별기준의 체계라든지, 사회생활에서 사람과 사람 사이의 관계를 규제하는 규범의 총체라고 정의된다.²⁾ 나아가 보다 실천적인 성격이 강조되어, 인간행위가 마땅히 어떠해야 하겠는가에 관한 도덕적 원칙 내지 가치체계 혹은 인간복지와 공동선을 증진시키는 데 요구되는 행위를 밝히는 규범이라고 정의되기도 한다.³⁾ 이것은 현대사회가 요구하는 윤리에는 실천을 위한 구체적 행위까지도 포함시켜야 한다는 것으로 이해할 수 있다.

윤리는 이러한 실천적·동태적 성격에 더하여 사회적 산물이라는 성격도 지닌다. 윤리는 개인의 내면적인 양심과 가치관에 관련된 것이기 때문에 사회의 영향을 받지 않는다고 흔히 생각하기 쉽지만, 윤리는 인간의 사회생활 안에서 사회적인 기대나 관습에 의해 학습되어 경험적으로 생긴 역사적 산물이며, 사회적 산물이라고 할 수 있다. 즉, 윤리는 사람들의 생각과 말과 행위가 사회적 규범에 일치되느냐를 판단하는 기준이기 때문에, 특정 사회나 조직에 관습이나 가치관의 영향을 많이 받는다고 볼 수 있다.

요컨대, 윤리란 인간이 사회생활을 올바르게 영위할 수 있도록 질서를 확립해 주는 것, 혹은 사람이 사람답게 살아가기 위해서 마땅히 행하거나 지켜야 할 도리와 이치이며 인간사회의 가장 기본적인 규범이라고 할 수 있다.

2) 윤대혁·박재린·이종범, 기업윤리론, 무역경영사, 2003, p. 13.

3) V. E. Henderson, "The Ethical Side of Enterprise," Sloan Management Review(Spring 1982), p. 38.

(2) 기업윤리

기업은 사회라고 하는 큰 시스템의 한 하위시스템으로 인식할 수 있다. 그러므로 기업윤리라는 것은 사회에서 일반적으로 통용되는 윤리적 규범을 기업에 적용한 것으로 보아야 한다. 위에서 살펴본 윤리에 관한 일반적이고 보편적인 정의에 입각할 때, 기업윤리는 기업 활동에서의 의사결정이나 행동 또는 태도의 옳고 그름이나 선하고 악함을 판별해 주는 기준 또는 이상적인 행동강령이나 행동규범을 의미하게 된다. 이렇게 기업윤리는 기업경영이라는 특정 상황에 적용되는 응용윤리의 하나인 것이다.

구체적으로는 이러한 기업윤리에 대한 정의는 연구시각에 따라 다양하게 이루어지고 있는데, 바움하트(C. R. Baumhart, S.J.)에 의하면 기업윤리는 주주, 근로자, 타기업, 소비자 등 이해관계자 집단과 밀접하게 연관된 기업 의사결정의 옳고 그름 또는 선하고 악함에 관련된 문제이며, 아울러 의사결정의 과정과 그 결과에 관련된 것이라고 한다.⁴⁾ 기업윤리를 사회가 일반적으로 기대하고 또 받아들일 만한 기업행동에 관한 불문율이라고 말하기도 하는데, 도날드슨(T. Donaldson)은 기업윤리를, 기업이 부담해야 하는 도덕적 책임, 기업의 도덕적 행위를 위한 최소한의 기준, 혹은 도덕적 역할을 수행하기 위한 책임의 체계로 규정하고 있다.⁵⁾

요컨대, 기업윤리라는 것은 기업이 정당하고 공정하며 정의롭게 경영활동을 수행하도록 인도해 주는 지침 혹은 준칙이며, 기업이 계속하여 존속 발전하기 위해서 마땅히 행하거나 준수해야 할 도리 또는 규범이라고 할 수 있다.

기업에서의 의사결정이나 행동이 경제원칙에만 따르지 않고 윤리적인 판별기준에 따라 이루어지고, 법규를 지키는 수준 이상으로 공정하고 정당하며, 사회의 가치기준에 맞는 것일 때 그 기업은 기업윤리를 지키고 있다고 말할 수 있게 된다.

구체적으로 기업경영활동에 있어서 사회에 해를 끼치지 않고, 비도덕적인

4) R. C. Baumhart, S. J., An Honest Profit: What Business Say about Ethics in Business, M.Y.: Holt Rinehart and Winston, 1968, p.13.

5) 유장선 역, 도날드슨, 기업윤리(서울: 법문사, 1990), p. 247.

종업원이나 경쟁자로부터 기업을 보호하며, 또한 사용자의 부당행위로부터 종업원을 보호하고, 기업 구성원으로 하여금 자기의 이론적 신념에 따라 행동할 수 있도록 허용하는 경우, 그것을 윤리적 기업행위라고 할 수 있는 것이다.

본 연구에서는 기업윤리를, 기업이 사회 속의 한 조직으로서 그 사회에 활동함에 있어서 마땅히 지켜야 할 도리, 또는 기업경영이라는 상황에서 이루어지는 구성원들의 의사결정이나 행동 또는 태도에 관한 도의적 가치로서, 그들의 의사결정이나 행동 또는 태도의 옳고 그름을 판별하는 규범으로 파악하고자 한다.

이웃과 더불어 사는 민주사회에 있어서 기업은 그 영향력이 크면 클수록 그만큼 사회성이 증가되어 사회의 다양한 요구와 가치의 실현에 기여하지 않을 수 없게 되고, 그에 따라서 기업의 윤리성은 더욱 강조되는 것이다.

2. 기업윤리의 성격

이러한 기업윤리는 나름대로의 성격을 지니고 있는데, 그 중에서 특히 다음과 같은 점을 지적할 수 있을 것이다.

첫째로 지적할 수 있는 것이 동태성이다. 기업윤리는 시대와 상황에 따라 동태적으로 변화하며, 그러한 변화는 사회가 기대하는 이상형의 방향으로 점차 그 수준이 높아져 간다는 사실이다. 둘째로 기업윤리는 일반 법규와는 달리 강제적 구속력 내지 집행력이 없다는 점을 들 수 있다. 윤리적 명령이라는 것은 인격과 주체성을 지니는 인간 각자에게 내재하는 양심적 · 내적 명령이기 때문에, 그 명령에의 복종여부는 각자의 자유의지에 맡겨져 있는 것이다. 그런 의미에서 윤리는 국가권력이라는 외부의 힘에 의해 강제됨을 원칙으로 하는 법률과는 본질적으로 다른 것이다. 같은 맥락에서 기업윤리는 강제적 구속력과 집행력이 없다고 할 수 있다. 기업윤리는 그 자체의 암시적 혹은 묵시적 성격으로 인하여 구체적인 기준이나 지침을 제공하지 못하는 한계성을 지니고 있다는 것이다.

3. 기업경영상의 윤리문제

한 조사에 따르면 기업에서의 윤리문제는 거의 절반이 종업원과 관계되는 것이고 나머지 2/5정도는 고객 및 사회 공동체와 관계되는 것으로 나타나고 있다. 앞으로는 환경, 제품의 안정성, 종업원의 건강, 기업기록의 안전보장, 주주의 이익, 작업장 안전 등의 문제가 특히 중요한 윤리적 이슈가 될 것이라고 한다.⁶⁾

기업경영에 있어서 윤리상의 문제가 야기되는 원인 내지 이유는 여러 가지가 있을 수 있는데, 그 중에서 특히 기업구성원의 이기심과 이윤확보를 위한 치열한 경쟁, 그리고 기업목표와 개인 가치관의 상충 및 전통적 문화나 가치관의 상이성을 중요한 이유로 들 수 있다.

기업경영에서 윤리문제가 야기되는 이유와 윤리문제의 성격을 요약하여 나타내면 <표 II-1>과 같다.

<표 II-1> 기업경영상의 윤리문제

발생이유	윤리문제의 성격		지배적 사고 · 논리
기업구성원의 사리사욕	개인이익과 타인이익의 문제	자기이익중심 (이기주의)	개인적 이익에의 집착
사회전체의 치열한 경쟁	회사이익과 타사이익의 문제	손익계산위주 (실리주의)	경쟁자 제압에의 집념
기업목표와 개인가치관의 상충	경영자의 관심과 구성원의 가치관 문제	권위주의적 (전제주의)	명령과 복종의 논리
문화·가치관의 상이	기업이익과 상이한 전통·가치관 문제	민족중심적 (민족중의)	윙고 그룹에 대한 독단성

자료 : W.C. Fredrick, J. E. Post and K. Davis, *ibid.*, p. 64.

첫째, 기업구성원 개인의 가치관이 바람직하지 못할 경우, 그는 자기의 사리사욕을 자기의 이성과 양심 또는 기업과 사회의 이익에 앞세우게 되는데, 이러한 윤리적 이기주의의 이기심이나 명예욕, 승진욕,功名심 등이 윤리상의 문제를 일으키게 되는 것이다.

6) W.C. Frederick, J.E. Post and K. Davis, *Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics*(7th ed.), (N.Y.: McGraw-Hill, 1992), p. 55.

둘째, 치열한 경쟁상황에 처하게 되면 기업은 이윤확보를 위해 흔히 비윤리적 행위를 하게 된다. 기업구성원에게 이익증대를 위한 지나친 압력을 가하여 그들로 하여금 경쟁자들도 다 그렇게 하니까 나와 우리 기업도 그렇게 하지 않을 수 없다는 심리를 불러일으키기도 하고, 비윤리적 행위를 기업 활동에서의 필요악쯤으로 여기게 하기도 한다. 그리하여 결과적으로 수단·방법을 가리지 않는 비윤리적 행위를 유발시키게 되는 것이다.

셋째, 기업목표가 구성원의 가치관과 상충되는 경우에도 윤리상의 문제가 야기된다. 즉, 기업에서 구성원이 윤리적 신념상 받아들일 수 없는 목표를 추구하거나 그러한 방법을 사용하는 경우에도 윤리적 갈등이 야기되고 문제가 생긴다.

넷째, 다국적 기업이나 세계기업의 경우처럼 문화적 전통이나 가치관 혹은 윤리 표준이 자국과 다른 나라, 다른 사회에서 기업 활동을 할 경우에도 매우 곤란한 윤리적 문제가 야기되기도 한다.

제2절 기업윤리와 사회적 책임

기업윤리와 유사한 개념으로 기업의 사회적 책임이 있는데, 이 양자의 성격과 관련성에 대하여 간단히 살펴보기로 한다. 기업경영에 있어서의 사회적 문제를 고찰함에 있어서 주체의 측면에서는 기업과 경영자로 구분하고, 사회관계의 측면에서는 윤리와 책임으로 구분하여 살펴볼 수 있는데, 그 관계는 <표 II-2>와 같이 나타낼 수 있다.

<표 II-2> 기업경영에서의 주체에 따른 윤리와 책임

주 체	윤 리	책 임
기 업	기업윤리	기업의 사회적 책임
경 영 자	경영자 윤리	경영자의 사회적 책임

기업윤리와 기업의 사회적 책임의 성격이나 관련성을 고찰함에는 윤리와 책임의 개념을 대비시켜 보는 것이 도움이 될 것이다.

먼저, 대상의 측면에서 볼 때, 책임은 개인의 지위, 기능, 행위 및 역할 등과 관련된 개념으로서, “.....에 대한 책임”과 같이 그 대상이 뚜렷하다. 반면에 윤리는 행위의 옳고 그름과 선하고 악함을 구분해 주는 원칙들의 집합으로서, 구체적인 지위나 역할이 필요치 않고 그 대상도 일반적이어서 뚜렷하지 않다는 점이 대조적이다.

다음 영역의 측면에서 볼 때, 책임은 구체적 행위에 국한되지만, 윤리는 구체적 행위뿐만 아니라 태도와 가치관 또는 의식의 차원까지 포괄한다. 이렇게 태도나 가치관 또는 의식에 대해서 책임을 물을 수는 없지만, 윤리는 태도나 가치관, 또는 의식까지도 문제 삼는다. 윤리는 눈에 보이는 행위만을 강조하는 것이 아니라 그러한 행위를 유발시킨 보이지 않는 동기까지도 중시하는 것이다. 그러므로 윤리가 책임보다 넓은 관심영역을 가지고 있다고 할 수 있는 것이다. 이러한 책임을 윤리의 개념을 바탕으로 하면서 기업의 사회적 책임과 기업윤리의 개념을 비교해 보기로 한다.

먼저, 기업윤리와 사회적 책임과 기업윤리의 생성·발전과정을 비교해 보면, 기업의 사회적 책임의 문제는 미국의 경우 1930년대에 대두되어 1950년대에 이르러 활발한 논의가 이루어지면서 사회적으로 유의성을 갖게 되었다고 볼 수 있다. 미국에서 기업의 사회적 책임에 관한 학문적 연구로는 보웬(H. R. Bowen)의 “기업가의 사회적 책임”이 그 효시인 것으로 알려져 있다.⁷⁾ 일본에서는 1945년 제2차 세계대전 후에 기업의 사회적 책임문제가 제기되기 시작하여 1960년대 후반부터 심각한 사회문제로 부각되었다.⁸⁾

기업윤리 문제는 미국의 경우 1950년대에 대두되어 1960년대부터 활발한 논의가 이루어졌고, 우리나라의 경우는 1970년대 후반에 제기되기 시작하여 1980년대 후반에 이르러 사회적 이슈로 크게 부각되었다고 볼 수 있다.

기업의 사회적 책임은 연구자의 관점이나 시각에 따라 여러 가지로 정의

7) H. R. Bowen, Social Responsibilities of Business, N. Y.: Harper & Row, 1953.

8) 對木隆英, 現代の經營者(東京: 中央經濟社, 1988), p. 137.

되고 있다. 즉, 사회의 목표나 가치에 걸 맞는 행동을 하거나 정책결정을 해야 할 의무라고 한 보웬의 정의를 비롯하여, 경제적 · 법적 의무를 넘어서 사회 전체에 대한 책임이라든지, 이해관계자 집단에 대한 법률이나 계약 이상의 의무, 혹은 사회전반이나 지역사회 그리고 환경에 영향을 미치는 기업의 모든 행위에 대해 져야 하는 책임 등으로 다양하게 정의되고 있다.⁹⁾

기업의 사회적 책임이란 기업 활동으로 야기되는 사회적 · 경제적 문제의 해결에 기업이 적극적으로 공헌함으로써, 이해관계자 집단이나 사회일반의 기대나 요구를 충족시켜 주어야 할 기업행위의 규범적 체계라고 할 수 있을 것이다. 이러한 기업의 사회적 책임론의 배경으로서 환경론적 측면에서는 기업성격의 변화를 들 수 있고, 윤리론적 측면에서는 기업이념의 변화를 들 수 있다.

기업의 사회적 책임과 기업윤리의 개념상 차이점을 보면, 첫째로 영역의 측면에서 볼 때, 기업의 사회적 책임은 객관적 행위의 수행 여부를 문제 삼는데 비하여, 기업윤리는 행위의 내적 동기와 잠재적 태도 및 의식까지도 고려한다는 점을 들 수 있다. 이런 면에서 기업윤리가 기업의 사회적 책임보다 광범위하고 포괄적인 개념이라고 할 수 있다.

둘째로 성격의 측면에서 볼 때, 사회적 책임이 기업윤리에 비해서 상대적으로 수동적 · 정태적인 성격이 강하고 기업윤리는 상대적으로 능동적 · 동태적인 성격이 강하다는 점을 들 수 있다. 셋째로 관심의 범위에 있어서, 기업윤리가 기업의 사회적 책임보다 상대적으로 넓다는 점을 들 수 있다. 즉, 기업의 사회적 책임의 관심분야가 기업경영과 직접 관련된 비교적 좁은 것인데 비해서 기업윤리의 관심사는 대단히 넓다는 점이다.

요컨대, 기업윤리는 보다 적극적이고 주체적인 자세로 기업경영과 직접 관련이 없는 분야에까지 관심을 기울여서 사회적 요구와 기대를 민감하게 받아들이고, 보다 동태적으로 의사결정을 하고, 보다 적극적으로 사회문제 해결에 참여하는 가치 지향적인 성격을 지닌 개념으로 이해할 수 있다.

이와 같이, 기업윤리와 기업의 사회적 책임은 원론적인 면에서 개념상 다

9) T. M. Jones, "Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined," California Management Review, 1980, p. 59-63.

소의 차이가 있기는 하지만 내용상 중복되는 부분이 많기 때문에 1980년대 후반부터 “기업의 사회적 반응 (corporate social responsiveness)”이라든지, “기업의 사회적 조화(corporate social reconciliation)” 또는 “기업의 사회적 정책과정(corporate social policy process)”등의 개념으로 통합되는 경향으로 흐르고 있다.¹⁰⁾ 그러므로 기업윤리와 기업의 사회적 책임의 상대적 차별성을 인정하면서 양자의 상호 관련성에 초점을 맞춘 연구가 바람직하다고 할 수 있다.

제3절 기업윤리의 중요성

기업윤리의 중요성은 다음과 같은 여섯 가지 측면에서 찾을 수 있다.

첫째, 기업윤리는 기업의 무절제하고 비윤리적인 방법에 의한 이윤추구 행위를 적절히 규제 혹은 순화시켜 준다는 측면에서 그 중요성을 찾을 수 있다.

어떻게 해서든지 될수록 많은 이윤을 획득하지 않으면 안 된다는 것은 치열한 경쟁 속에서 기업이 살아남기 위한 숙명적 명제라고 할 수 있다. 자유기업체제의 관점에서 볼 때 기업의 극대이윤 추구는 정당한 것일 수도 있지만 무한정한 극대이윤 추구는 사회의 공익성 · 공공성과 상충되어 윤리적 문제를 야기하게 되는 것이다.

자본주의 사회가 기업에 자유로운 이윤추구를 허용하고 있는 것은 이윤추구 그것 자체가 정당성을 가지고 있기 때문이라기보다 이윤을 획득함으로써 사회에 유용한 재화나 서비스를 제공할 수 있기 때문이라고 보아야 할 것이다. 이것이 자본주의의 이념이며 기업윤리의 기초가 된다고 할 수 있다. 그러므로 기업의 이윤추구는 사회적으로 용인되고 수용될 수 있는 범위 안에서 이루어져야 할 것이다.

이러한 맥락에서, 기업윤리는 기업으로 하여금 영리성 · 수익성을 공익성

10) W. C. Frederick, J. E. Post, and K. Davis, *op.cit.*, pp. 18-24.; D. J. Wood, *Business and Society*, (N. Y.: Harper Collins, 1990, pp. 632-635.

· 사회성과 조화시킬 수 있도록 도와주고 촉진시켜 주는 역할을 한다고 볼 수 있다. 즉, 일반적으로 윤리 또는 사회적 규범이 사람들의 무절제하고 충동적인 행동을 적절히 규제해 주듯이, 기업윤리도 기업의 무절제한 이윤추구 행위를 규제해 준다. 기업으로 하여금 자원과 환경의 보전 등 사회일반과 이해관계자 집단의 다양한 요구나 기대도 함께 고려하여 사회 속의 기업으로서 경제적 성과를 사회와 공유할 수 있도록 유도해 준다고 볼 수 있다.

기업윤리는 기업으로 하여금 동기로서의 이윤보다 결과로서의 이윤을 추구하고, 순수한 사적이익보다 계몽된 사적이익을 추구하도록 유도하고 촉구한다는 측면에서 기업윤리의 중요성을 찾을 수 있다.

둘째, 실리적 측면에서도 그 중요성을 찾을 수 있다.

오늘날처럼 정보체계가 발달되고 기업과 사회간의 상호작용 내지 상호의존성이 심화된 사회에서는, 기업의 성장과 발전은 사회로부터 받게 되는 신뢰도에 크게 의존한다고 볼 수 있다. 장기적으로 볼 때, 한 사회에서 윤리·도덕적인 규범을 잘 지키는 사람은 그 사회에서 존경과 신뢰를 받게 되는 반면에, 비윤리적이고 부도덕한 사람은 그 사회로부터 인정을 받지 못하고 대접을 받을 수 없는 것처럼, 높은 수준의 윤리성을 유지하는 기업은 사회로부터 두터운 신뢰와 좋은 평판을 얻어서 성장 발전할 수 있을 것이고, 반면에 부도덕하고 비윤리적인 기업은 사회에서 존립할 수 있는 기반을 상실하게 될 것이다. 기업이 높은 수준의 윤리성을 유지한다는 것은 단기적으로는 호의적인 관계를 형성하고 좋은 평판을 얻게 되어 결과적으로 기업의 신뢰를 높여주고 수익성·성장성·안정성도 증대시켜 줄 것이다.

높은 기업윤리 수준을 유지하는 기업이 상대적으로 급속한 성장과 발전을 이룩하고 있다는 연구에서와 같이,¹¹⁾ 결과적으로 이득이 되고, 윤리를 잘 지키는 것이 바로 사업을 잘하는 것이라는 주장을 뒷받침해 주고 있다.

셋째, 예방적 측면에서도 기업윤리의 중요성을 찾을 수 있다.

기업이 비윤리적 경영활동을 하게 되면 사회적 불신과 지탄의 소리가 높아지고 그러한 비윤리적 경영활동을 규제하는 각종 법규가 많아지게 될 것이다. 그렇게 되면 그러한 법규를 준수해야 하는 기업이나 비윤리적 경영을

11) 한국경제정의연구소, 경제정의 성과로 본 우량기업 평가, 서울: 경실련, 1993.

규제 감독하는 정부의 비용이 증가하게 되어 전반적인 사회비용의 증가를 가져오게 된다. 그러므로 기업이 높은 수준의 윤리성을 유지함으로써 이러한 사회비용의 증가와 이해관계자 집단의 압력 또는 여론의 지탄을 사전에 예방할 수 있는 것이다.

다른 한편, 비윤리적 경영활동으로 일단 사회적 신뢰와 평판이 실추되면 그것을 다시 회복하기 위해서는 막대한 비용과 노력이 필요하게 됨으로 애당초부터 높은 윤리성을 유지함으로써 그러한 비용과 노력의 부담을 미리 방지할 수 있다.

넷째, 기업윤리는 기업자체의 존속과 발전의 필요조건이 된다는 점에서 그 중요성을 찾을 수 있다.

기업이라는 것은 자원을 활용하여 생산 활동을 함으로써 이윤을 획득하도록, 달리 말하여 일종의 사업권을 사회로부터 위임 내지 허가받았기 때문에 존재한다고 보아야 할 것이다. 기업은 그 위임받은 바를 충실히 수행해야 하며, 동시에 사회의 한 구성인자로서 사회의 가치규범을 엄수할 의무가 있는 것이다. 이것이 기업과 사회간의 계약, 혹은 사회적 계약이라고 할 수 있는 것이다.¹²⁾

이렇게 볼 때, 기업의 윤리성 제고에 대한 사회적 요구는 사회가 기업에게 사업권 혹은 경제적 기능을 위임 내지 허가해 준 데 대한 일종의 반대급부적 요구라고 볼 수 있다.

사회가 기업에게 일종의 사업권을 허가 내지 위임한 것은 기업활동이 근본적으로 공정하고 윤리적이며 사회의 공동선에 기여하는 것이어야 한다는 것을 전제로 하고 있다. 기업이 사회의 장기적 이익과 공동선을 저해하는 비윤리적인 방법으로 자기 이익만을 추구할 경우, 사회는 언제든지 그 사업권을 기업으로부터 되돌려 갈 수 있다고 보아야 할 것이다. 바꾸어 말하면 기업이 사회적 양식이 요구하는 윤리수준을 유지할 경우에만 사회적 정당성을 얻게 되고, 사회의 인정을 받아서 계속기업(going concern)으로서 존속 발전할 수 있다. 이와 같이 오늘날 기업윤리의 준수는 단지 도의심이나 시

12) 유장선 역, 도날드슨, 전제서, pp. 66-68.; G. A. Steiner, *Business and Society*(2nd ed.), N.Y : Random House, 1975, p. 8.

해적 차원의 문제가 아니라 바로 기업존립의 필요조건과 기반이 되는 것이다.

다섯째, 인적자원관리와 생산성 향상의 측면에서도 기업윤리의 중요성을 찾을 수 있다. 구성원 개인의 양심이나 윤리적 신념에 반대되는 행동이 강요되는 경우와 같은 비윤리적 기업에서 일하는 구성원은 윤리적 갈등과 스트레스를 받아 근로의욕을 상실하게 될 것이고 이직률도 높아질 것이다. 반면에 구성원의 가치관과 양심에 반대되는 부도덕한 행위가 강요되지 않으며, 정당한 대우가 보장되는 등 높은 수준의 윤리성이 유지되는 기업에서 일하는 구성원들은 심리적·정서적인 면에서 만족감과 안정감을 느끼게 되어 기업에 대한 귀속의식과 애착심이 강화되고 이직율도 자연이 저하될 것이다. 뿐만 아니라 자신들이 그러한 기업에 근무하는 데 대해 뿌듯한 자부심과 보람을 느끼게 되고 사기가 진작되어 생산성이 향상될 것이다.

이렇게 기업이 높은 수준의 윤리성을 유지한다는 것은 기업과 기업구성원, 그리고 사회 모두에게 이득을 주는 결과를 가져올 것이다.

여섯째, 윤리적 환경의 창조라는 측면에서 기업윤리의 중요성을 찾을 수 있다. 기업은 내외환경으로부터 영향을 받는 수동적 성격과 아울러, 역으로 내외환경에 큰 영향을 미쳐서 환경을 변화시키고 나아가서 환경을 창조하는 능동적 성격도 지닌다. 즉, 기업의 이념, 가치관 혹은 윤리적 수준은 기업구성원과 사회일반의 가치관이나 신념, 혹은 윤리수준에 큰 영향을 미쳐서 그것을 변혁시키기도 한다. 이렇게 기업은 대내외적 환경형성의 주요요인이 되는 것이다. 그러한 측면에서 기업에는 엄격한 논리성이 요구되는 것이다. 달리 말하면 윤리적 환경을 창조하는 데 이바지 할 책임이 기업에도 있다고 보아야 하며 그러한 측면에서도 기업윤리의 중요성을 찾을 수 있다.

제4절 기업윤리의 판별기준

기업 또는 구성원들이 기업윤리를 준수하기 위해서는 자신들이 하고 있는 행동이 윤리적인지 아니면 비윤리적인지를 판단해야 한다. 윤리적 판단

을 하는 것은 사회적으로 수용되는 윤리적 가치 또는 규범과 실제 행하고자 하는 행동을 비교하는 것이다.¹³⁾ 따라서 논리적 판단을 내리기 위해서는 비교기준으로서의 사회적으로 수용된 윤리적 가치 또는 규범을 명확히 해야 한다. 그러나 사회적으로 수용되는 윤리적 가치 또는 규범을 모두 밝힌다는 것은 매우 어려운 일이므로 여기서는 보편적이고 본원적인 가치판단의 기준을 살펴보고, 윤리적 판단과정에서 고려해야 할 원칙에 대해 알아보하고자 한다.

1. 본원적인 가치판별의 기준

우리가 일상적으로 행하는 윤리적 판단은 많은 어려움을 내포하고 있으며, 지극히 복잡한 개개의 상황에 모두 적용될 수 있는 기준을 제공한다는 것은 매우 어려운 일이므로 먼저 모든 가치판단의 기본이 되는 보편적이고 본원적인 윤리판단기준을 탐색해 보고자 한다. 최근 본원적인 윤리적 가치판단의 기준으로 공리론, 권리론, 정의론 등의 세 가지 이론이 제시되고 있지만¹⁴⁾, 보다 근본적으로 윤리문제의 접근에 있어서는 상반된 입장을 취하는 다음의 두 가지 흐름이 있다. 즉 행위의 결과를 중시하는 목적론(결과론)과 그 수단의 윤리성을 강조하는 의무론(동기론)이 바로 그것이다. 그리고 이들을 통합하여 윤리적 판별기준을 세우려는 통합적 접근이 있을 수 있다. 여기에서는 본원적인 윤리적 가치판별의 기준으로서 목적론, 의무론 그리고 통합론을 살펴보고자 한다.

(1) 목적론

목적론(teleological theory)이란 눈에 보이지 않는 행위의 윤리적 정당성을 눈에 보이는 결과로써 판단하려는 입장이다.¹⁵⁾ 이러한 목적론은 이기주

13) A. B. Carroll, Business and Society :Ethics and Stakeholder Management (Cincinnati, Ohio: South-Western Publishing Co., 1989), pp. 84-85.

14) *Ibid.*, pp. 109-116.

15) Vincent. Barry, Moral Issues in Business(Belmont, California: Wadworth Publishing Company, 1983), pp. 43-50.

의와 공리주의(utilitarianism)라는 두 가지 개념을 바탕으로 하고 있다. 이기주의는 여러 가지 행위의 대안들 중에서 자신의 이익을 장기적으로 최대가 되게 하는 행위를 선택한다는 원칙이다. 이기주의가 경영상황에 의미를 줄 수 있는 것은 정책을 수립하고 검토하는데 하나의 기초를 제공할 수 있다는 점과 윤리적 의사결정에 탄력성을 제공할 수 있다는 점이다. 즉 장기적 안목에서 자기 기업이나 자신의 이익을 최대로 하는 정책을 선택한다는 판단의 기초를 제공하며, 윤리적인 문제에 대해서는 결과의 유효성에 의해 정태적인 원칙에 얽매이지 않는, 보다 탄력적인 결정을 내릴 수 있게 하기 때문이다.

공리주의는 관련되는 모든 사람의 행복이 최대가 되게 하는, 즉 일반선(general goods)을 지향하는 행위를 선택한다는 입장으로 요약될 수 있다. 여러 가지 대안 가운데 행위와 관련된 모든 사람의 행복이 총체적으로 최대가 될 수 있게끔 하는 행동을 선택해야 한다는 것이다. 이러한 공리주의는 현대 복지국가의 철학적 기초를 이루고 있다.¹⁶⁾ 이는 경영상황에 있어서 이기주의와 마찬가지로 정책수립과 검토에 하나의 기초로 이용될 수 있으며, 의사결정에 있어서 어느 정도의 재량권을 부여해 주며 일반선이라는 기준에 의해 행동함으로써 개인적 이해관계의 갈등을 최소화시켜 줄 것이다.

그러나 이러한 이기주의나 공리주의에는 다음과 같은 문젯점이 있으므로 이를 경영상황에 그대로 적용시키기는 곤란하다. 행위 가운데는 결과를 떠나서 그 자체로서 이미 비윤리적인 것이 있음에도 불구하고, 양자는 이러한 행위를 무시한다는 점이 바로 그것이다. 예를 들어, 이기주의에 따른다면 공해나 임금체불 등의 행위라도 이것이 기업이익이나 경영자 개인의 이익이라는 객관적 결과와 상관이 있다고 판단되기까지는 전혀 윤리적 판단이 요구되지 않는다는 것이다. 공리주의에 따른다면, 결과가 여러 사람들이 행복을 증진시킬 수만 있다면 이미 그 수단이 되는 행위 자체의 그릇됨은 문제가 되지 않는 것이다.

이러한 약점 때문에 목적론적 입장을 경영상황에 그대로 적용시킬 수는

16) Thomas McPherson, Social Philosophy(London: Van Nostrand Reinhold Co., 1970), p. 41.

없다 하더라도, 적어도 경영자 행위가 이기주의와 공리주의라는 양면성을 모두 나타내고 있음에는 틀림이 없다. 경영자가 이익을 추구하고 자아를 성장시키려는 점에서는 이기주의를 보이며, 경쟁논리를 존중하고 전체적인 행복의 증진을 통해 개인적 행복의 증진을 추구한다는 점에서 공리주의적인 면을 나타내는 것이다.

이렇게 자기 이익을 추구하지만 이는 어디까지나 기업경영의 규칙을 준수하는 범위 내에서 행해지는 이익추구이므로 공리주의와 이기주의의 통합이라 할 수 있다. 따라서 이는 이기주의의 억제된 모습(restrained egoism)이라고 표현된다.¹⁷⁾

(2) 의무론

목적론이 행위의 결과가 주는 효익(utility)에 초점을 두고서 그 수단을 무시한 데 비하여, 의무론(deontological theory) 또는 동기론은 수단 자체에 윤리적 판단의 근거를 두고 있다.

의무론을 주장하는 대표적인 학자로는 칸트(I. Kant)로, 그에 의하면 의무라는 개념은 결과의 효익과는 독립된 것이라고 믿는다.¹⁸⁾ 세상에는 선을 행하고자 하는 선의지(good will) 외에는 그 자체로서 선한 것이 없다는 것이다. 여기서 인간은 행위의 결과보다는 그 동기에 관심을 가져야 한다는 주장이 성립하게 된다.

인간은 이성을 통해서만 도덕적 규칙에 이를 수 있기 때문에 모든 사람이 자신의 가치판단이 보편적인 원칙에 따르는 것이라는 확신 하에서 행동하도록 노력하는 데에서 윤리가 달성된다는 정언명법(定言命法)을 제시하고 있다.¹⁹⁾ 이러한 칸트의 의무론이 경영상황에 주는 의미는 다음과 같다.

우선 윤리적 의사결정에 있어서 자율성과 자신감을 갖도록 도와준다. 많은 경영자들이나 구성원들은 기업의 윤리강령이 너무나 애매하기 때문에 실

17) Tom L. Beauchamp and Norman E. Bowie, *Ethical theory and Business* (Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1979), p. 11.

18) Vincent Barry, *op.cit.*, pp. 50-57.

19) R.C.O. Matthews, "Morality, Competition, and Efficiency," *The Manchester School of Economics Social Studies*, No. 4. (Dec. 1981), pp. 294-297.

질적인 도움이 되지 않는다고 말하고 있으나, 의무론에 따르면 원칙대로 행동하겠다는 의지에서 이를 나름대로 해석하는데 자신을 갖게 될 것이다. 의무론은 기업의사결정과정에서 인간적 차원을 도입시키게 한다. 결과론에서는 인간이 목적을 위한 하나의 수단으로 간주되는 면이 강한데 비해, 의무론에서는 이를 철저히 배격하고 인간을 목적시하는 바탕을 형성시키고 있는 것이다.

의무론에는 권리론과 정의론이 있다. 권리론(theory of right)에서는 개인 또는 집단이 의무에 상응하여 자신의 이해관계를 추구할 자유롭고 평등한 선택권을 갖는 권리를 갖고 있다고 본다. 이러한 권리의 존재는 자신의 행위와 타인으로부터의 보호나 지원을 요청하는 행위에 대한 정당성을 제공한다.²⁰⁾ 기업윤리에 있어서 권리이론은 인간의 생명과 안전이 보호되어야 할 권리, 진실을 알릴 수 있는 권리, 사생활이나 개인적 재산이 보호되는 권리, 언론의 자유가 보장되는 권리, 양심의 자유가 보장되는 권리가 있음을 의미한다.

정의론(theory of justice)은 사회의 혜택과 부담은 공평하게 분배되어야 하고, 규칙과 법률은 공정하게 적용되어야 하며, 공정한 경쟁이 이루어져야 한다는 원칙에 근거한다.²¹⁾ 정의론에는 크게 분배적 정의(distributive justice)와 절차적 정의(procedural justice)가 포함된다. 기업윤리에 있어 정의론은 공정한 대우, 규칙의 공정한 관리, 공정한 보상, 공정한 처벌, 정당한 절차들이 지켜져야 함을 의미한다.

그러나 의무론 역시 다음과 같은 문제점 때문에 경영상황에 그대로 적용시키기는 곤란하다. 우선 의무 간에 갈등이 생겼을 때 이를 해결할 도리가 없다는 점을 들 수 있다. 경영자가 느끼는 의무는 여러 가지이며, 이들 간에 갈등이 생기는 것은 당연한 일이므로, 의무론이 확실한 기준으로 작용하기 위해서는 이 갈등을 해결해 주어야 한다. 또한 의무론에서 말하는 예외 없이 지켜져야 할 보편적 도덕률이란 과연 무엇인가에 대해서 확고한 근거

20) D. J. Wood, Business and Society(New York : Harper Collins Publishers, 1990), pp. 632-635.

21) M. C. Velasquez, Business Ethics: Concept and Cases(Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall, 1988), p. 70.

가 없다. 조직구성원 개개인의 가치관의 차이를 보편적 원칙이라는 추상적인 개념만으로 좁힐 수는 없는 것이다.

(3) 통합적 접근

통합적 접근이란 목적론과 의무론이라는 윤리의 양대이론을 통합하여 윤리적 판단의 기준을 세우려는 방향을 말한다. 양대이론은 상호보완적이므로 이들을 통합할 때에 상당히 포괄적이며 유용한 윤리기준이 나올 수 있다. 이점에 착안하여 모든 윤리적 판단문제에 개재되는 의무, 이상 및 결과라는 세 개의 개념으로 통합적 접근을 시도한 것이 배리(V. Barry)의 연구이다.²²⁾

의무(obligation)란 행위의 주체인 인간이 대상과 맺는 관계에서 비롯되며, 이상(ideal)이란 윤리주체의 목표내지 가치관으로서 여기에는 사회적·문화적 차이가 많이 반영된다. 그리고 결과(effect)란 행위가 초래할 결과를 말한다. 배리는 모든 윤리문제에 있어서 공통되는 요소로 이들 세 개의 차원을 들고 있는데, 사실상 이러한 사고는 앞에서 살펴본 목적론과 의무론의 핵심적인 내용을 모두 담고 있는 셈이다.

배리는 구체적인 판단절차를 몇 개의 단계로 나누어서 제시하고 있다. 먼저, 위의 세 요소를 각 상황에 있어서 일일이 밝혀야 하며, 이 가운데 어디에 초점을 두고서 결정을 내려야 할지를 정해야 한다는 것이다. 즉, 하나의 행위를 결정함에 있어서 그 행위의 주체는 관련자에 대한 의무와 이에 관련된 이상 및 행위가 초래할 결과 등을 먼저 밝혀야 하며, 이들이 밝혀진 후에는 보다 중점을 두어야 할 요소를 정해야 한다는 것이다.

물론 의무와 이상 및 결과가 일관되게 충족된다면 구태여 중점이 두어져야 할 부분을 결정할 필요는 없겠지만, 현실에 있어서는 이 3자간에 갈등이 일어나는 것이 일반적이며 오히려 여기에 윤리적 판단의 가장 어려운 부분이 있기 때문에 선택의 과정은 생략될 수 없는 것이다. 더구나 경영자가 맺는 관계는 다양하며, 이상과 결과도 복합적이고 예측하기 곤란하므로 이러한 판단은 더욱 힘들게 된다.

22) V. Barry, op.cit., pp. 57-67.

따라서 다음과 같은 실행기준을 측정하는 것도 의미가 있을 것이다.²³⁾ 첫째, 의무들간에 갈등이 생기면 보다 중요한 의무를 우선시 한다. 둘째, 이상들간에 갈등이 생기거나 이상과 의무 사이에 갈등이 생기면 높은 이상에 봉사하는 행위를 선택한다. 셋째, 결과가 복잡하면 가장 큰 이익을 가져오거나 가장 작은 손실을 가져오는 행위를 선택한다. 이상으로 일반적인 윤리적 판단에 관한 기준에 대해 알아보았으나, 이들은 일상적인 경영의 의무상황에서 그대로 적용하기 힘들 것이다. 그러나 모든 윤리적 가치판단이 위와 같은 본원적 기준을 토대로 하고 있다는 점에서 충분한 이해를 필요로 한다.

2. 수용된 가치판별의 기준

본원적 가치판별의 기준이 윤리적 문제에 대한 기본적 시각을 제시해 주지만 그 보편적이고 추상적인 성격으로 인해 특정국가 또는 사회의 구체적 기업윤리의 상황에 적용시키기 어렵다. 이는 윤리적 기준이 특정국가 또는 사회의 법률상의 특성, 전통 문화적 특성, 사회 전반적인 이데올로기 또는 가치의식의 특성 등을 반영하고 있기 때문이다. 따라서 보다 구체적인 윤리적 판별의 기준을 알아보기 위해서는 사회적으로 수용된 윤리적 가치판별의 기준을 다양한 각도에서 검토해야 한다. 여기에서는 법률적 합법성, 전통 문화적 특수성, 사회 전반적 가치의식으로 나누어 살펴보고자 한다.

(1) 법률적 합법성

기업행동의 윤리적 판단의 기준으로 가장 쉽게 받아들여지는 것이 사회의 질서와 공공의 복지를 위해 사회적으로 강제된 법률일 것이다. 법률(law)이라는 것은 사회적으로 널리 공포되고, 일반적으로 수용되며, 사회적으로 강제되는 보편적 규칙의 집합체라 규정할 수 있다.²⁴⁾ 법률은 한편으로는 자유주의적 시장경제체제 내에서 기업의 경영활동의 자유를 보장해 주는 한편

23) 신유근, “한국사회의 특성과 과제”, 서울대학교 출판부, 1984, p. 43.

24) L. T. Hosmer, The Ethics of Management(Homewood, Illionis: Richard D. Irwin, 1991), pp. 78-80.

비정상적인 기업의 행동을 강제적으로 규제한다.

초기 산업화시대에 있어 국가의 법률은 자유방임주의의 이념에 따라 기업의 경영활동에 직접적 개입을 자제해 왔으나 현대로 들어오면서 사회복지주의 또는 다원주의의 이념에 따라 비정상적이고 기업외부의 이해관계자에게 피해를 주는 기업행동을 적극적으로 규제하고 있다. 따라서 기업으로서는 기존의 법률을 위반하는 기업 또는 기업구성원의 행동을 예방하는 것이 요청되었다.

비합법적인 기업행동, 즉 ‘기업범죄(corporate crime)’는 횡령, 내부자거래 같이 구성원이 기업을 상대로 하는 불법적 행동이나 사생활침해, 근로기준법 위반 등과 같이 기업이 구성원을 상대로 하는 불법적 행동, 가격담합, 카르텔같이 기업간에 행해지는 불법적 행동, 그리고 공해유발, 유해한 상품 판매 같이 대사회로 행해지는 불법적 행동이 포함된다.²⁵⁾

복잡한 현대사회로 발전하면서 기업은 경영활동의 각 부문에서 규정되고 있는 법률적 기준을 엄수하는 것을 기업윤리의 중요한 행위규범으로 삼아왔다. 그러나 법률을 엄수한다는 것 자체가 기업행동의 윤리성을 보장해 주지 않는다. 왜냐하면 법률이라는 것은 보수적 입장에서 사회질서유지와 공공복지를 위해 필수적인 부분만을 강제하고 있기 때문에 기업윤리의 모든 부문을 포함할 수 없게 된다.

일부의 기업들은 법률적 기준을 악용해 법률의 기본취지와는 다른 탈세, 담합, 조작 등의 비윤리적인 행동을 정당화시키고 있다. 이러한 이유로 법률적 기준과 윤리적 기준은 동일한 차원에 있는 것이라기보다는 서로 상이한 차원에 있는 것이라는 주장도 제기되고 있다.

이 주장에 따르면 합법적이면서 비윤리적 행동이 있을 수 있고, 그 반대로 비합법적이면서 윤리적인 행동이 있을 수 있다는 것이다.²⁶⁾ 이러한 주장을 그대로 받아들이는 것은 아니지만 합법성이 기업윤리의 필요조건이지 충

25) V. E. Henderson, "The Ethical Side of Enterprise," Sloan Management Review, Vol. 23, No. 3(Spring 1982), pp. 37-47.

26) William C. Frederick, Keith Davis and James E. Post, Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics, 7th ed.(New York McGraw-Hill, 1992), pp. 64-68.

분조건은 아니라는 점에서 보다 적극적으로 기업윤리를 수행하려는 자세를 가져야 한다. 그러나 윤리적 기준의 문제를 떠나 법률적 기준조차도 위반하는 한국의 현실을 돌이켜 볼 때 우선적으로 규정된 법률이라도 먼저 엄수하는 것이 시급히 요청되고 있다.

(2) 전통문화적인 특수성

보편적 가치판별의 기준과는 달리 특정국가에 사회적으로 수용되고 있는 윤리적 가치판별의 기준 중의 하나가 전통 문화적 특수성이라 할 수 있다. 우리들이 연구하고 있는 기업윤리라는 주제는 실은 서구산업사회의 문화적 특성, 즉 미국을 기준으로 해서 볼 때는 개인주의와 청교도정신(protestantism)의 특성을 반영하고 있다.

즉 기업 또는 기업가는 자유시장 경제체제 내에서 경쟁을 통해 자신의 이익을 극대화하는 행동이 자유스럽게 수용되고 있고, 이는 프로테스탄트 윤리에 의해 사회적으로 정당화 되고 있다. 특히 프로테스탄트 윤리는 성공에 대한 방향과 일에 대한 동기를 제공했으며, 이를 통해 획득한 부(wealth)의 정당성을 부여해 주었다.²⁷⁾

이에 반해 한국사회는 집합주의와 유교적 특성을 바탕으로 하고 있다. 한국의 집합주의가 가족 또는 혈연을 중심으로 한 폐쇄적 우의의식의 특성을 갖는 변형된 성격을 갖고 있긴 하지만, 자신이 속한 집단의 뜻을 무시하고 개인적인 성공이나 이익을 추구하는 것에 대해서는 상당한 거부감을 보이고 있다.

이는 전체사회 속에서 기업 또는 기업인이 자신만의 이익을 극대화하는 행동을 쉽게 수용하지 않음을 의미한다. 그러나 집단적 명분을 내세우면서 그 속에서 이익을 추구하는 행동에 대해서는 큰 반론을 제기하지 않는다.

한국사회의 전통 유교적 특성은 물질적 가치보다는 정신적 가치를 높게 내세웠다. 이는 '사농공상(士農工商)'에서 표현되듯 돈을 버는 일 자체에 대

27) G. F. Cavanagh, American Business Values(Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1984), pp. 36-40. 및 박재린, 이종범, 윤대혁 공저, 「기업윤리론」, 무역경영사, 2003, pp. 46-49.

해 사회적 가치를 크게 부여하지 않았음을 의미한다.

그러나 근대화의 과정과 서구 물질문명의 영향으로 인해 수단과 방법을 가리지 않고 돈 자체를 추구하는 물질만능주의가 사회일각에 대두하였다. 그러나 물질만능주의가 개인적 향락과 이익을 추구하는 일부사람들의 세속적 삶의 가치가 되었을지는 몰라도 사회적으로는 의미 있는 가치로 인정받지는 못했다. 이는 돈을 버는 것 그 자체보다는 돈을 어떻게 쓰는 것인가 하는 문제에 의해 사회적 평가를 받는 풍토가 조성되어 왔음을 의미한다. 기업에 있어서도 이익을 어떻게 올리는가 하는 문제 못지않게 축적된 이익을 어떻게 쓰는가, 즉 전체사회의 물질적·정신적 가치증진에 어느 정도 기여하는가에 의해 사회적으로 평가됨을 의미한다.

윤리적 가치판별의 기준에 영향을 미친 전통문화적인 성격은 사회적으로 수용된 가치기준의 중요한 일부분을 형성하고 있다는 점에서 국가별 기업윤리 판별기준의 특수성을 형성시킨다. 따라서 한국기업들의 현실적 윤리기준을 바로 세우기 위해서는 과거의 어떠한 전통 문화적 특성이 어떻게 윤리적 가치판별 기준에 영향을 미치는가에 대한 보다 세심한 검토가 필요하다.

(3) 사회전반적인 가치의식

윤리적 가치판별의 기준은 고정되어 있다기보다는 시대나 상황에 따라 다소 유동적인 성격을 갖고 있기 때문에 시간이나 장소를 초월한 보편적 기준을 설정하기가 어렵다. 그러나 보편적 윤리기준을 설정하기가 어렵다고 해서 반드시 윤리적 상대주의(ethical relativism)를 인정할 수 있는 것은 아니다. 왜냐하면 우리들이 윤리적 상대주의를 전적으로 인정해 버린다면 전체사회의 이익을 희생해 가면서 개인적인 이익을 극대화해 가는 기회주의적 행동을 규제할 수 없기 때문이다. 비록 시간이나 장소를 초월한 보편적 기준을 갖기는 어렵지만, 사회 속에서는 특정문제에 대한 기본적인 합의가 존재한다는 점, 상이한 원칙의 존재가 진정한 기준의 존재를 부정하지 못한다는 점, 윤리적 기준이 존재한다는 것이 일반사회인의 경험과 믿음과 일치한다는 점에서 우리가 사는 사회의 기본적인 윤리기준을 가질 수 있을 것이다.²⁸⁾

이러한 측면에서 사회적으로 수용된 윤리적 가치판별의 기준이 사회 전반적으로 공유된 가치의식이라 할 수 있다. 이러한 가치의식은 사회 이데올로기의 일부분을 구성하는데 시대에 따라 다소 변화하는 특성을 갖고 있다. 예를 들어, 한국에서 1980년대 중반 이후 확연하게 드러나고 있는 민주, 자율, 평등, 권리 등의 가치의식은 사회 각 부문에 있어서의 변화를 촉진하고 있다.

기업윤리 측면에서 이러한 공유된 가치의식의 변화는 기존의 일상화된 기업, 기업인의 행동이 때에 따라서는 사회로부터 심각한 윤리적 도전을 받을 수 있음을 의미한다. 윤리적 가치판별이란 사회적으로 공유된 가치 또는 규범과 기업의 행동과의 비교를 통해 이루어짐을 고려해 볼 때, 사회전반적 가치의식이 어떠한 방향으로 변화해서 기업윤리 기준에 영향을 미칠 것인가를 예측하고 평가하는 활동이 요청된다.

제5절 한국기업의 윤리경영 실태

1. 윤리경영의 개념

윤리경영(ethics management)은 경영활동의 옳고 그름을 구분해 주는 규범적 기준을 사회의 윤리적 가치체계에 두는 경영방식을 의미한다. 또한 윤리경영이란 ‘경제적 가치를 남기는 행위’를 윤리적으로 행하라는 의미를 지닌다고 하겠다.²⁸⁾

즉 기업조직은 부(富)의 창출 방법이 윤리적 규범의 테두리를 벗어나서는 안 되며 나아가 조직의 윤리적 목적달성의 당위성을 주장하였다. 구체적으로 윤리경영의 개념은 캐롤(A. B. Carrll)의 기업윤리의 유형을 기본으로 하여 기업윤리에 대한 태도에 따라 경영방식을 다음과 같은 세 가지로 구분할

28) A. F. Buono and L. Nichols, Corporate Policy, Values, and Social Responsibility(New York: Praeger Publishers, 1985), pp. 45-47.

29) 이정훈, 경영성과를 위한 윤리경영의 방향, 기업윤리연구 제5집, 2002, p. 3.

수 있다.³⁰⁾

첫째, 비윤리적/비도덕적(unethical/ immoral management)으로 기업이 윤리적 원칙을 결여하고 있을 뿐만 아니라 이윤추구를 위해서 법과 제도마저도 장애물로 간주하는 전근대적인 경영형태인데 최근에는 거의 존재하지 않는다고 볼 수 있다.

둘째, 탈윤리적/ 무도덕적 경영(amoral management)으로 경영방식이 비윤리적 경영과 윤리적 경영의 중간에 위치한 것으로 의도적인 것과 비의도적인 것으로 구분된다. 이런 기업은 경영과 윤리는 전혀 무관한 개념으로 받아들이고 합법의 범위 내에서 어떠한 행동도 해도 좋다는 입장을 가지고 있다.

윤리를 기업경영의 외적요인 중 하나로 보고 어떻게 하면 기업윤리와 관련된 문제가 발생하지 않을까, 만약 발생한다면 어떻게 대응할까 라는 리스크관리 차원에서 기업윤리의 문제를 접근하고 있다.

캐롤은 탈윤리적 경영방식에 대하여 다음과 같이 지적하고 있다.³¹⁾

“현실세계에서 가장 많이 발견되는 것이 탈윤리적 경영자로서 이들은 기업경영과 윤리는 전혀 다른 영역에 존재한다고 믿고 있다. 따라서 일부 기업가들은 윤리가 기업세계에서 적합하지 않은 이상적인 개념이라 생각하며 때로는 의도적으로 탈윤리적이 되려는 경향을 보인다.....기업윤리학의 큰 과제는 이러한 탈윤리적 경영자 상을 어떻게 변화시켜 나가는가에 있다.....”

즉 기업의 사회적 책임 중 의무적 준수를 요구하는 범위가 확대되어 법과 윤리의 괴리는 일시적인 현상이며 결국 법제화될 것이므로 기업은 언제든지 윤리적 기준에 충실하여야 한다는 것이다.

셋째, 윤리적/ 도덕적 경영(ethics/ moral management)으로 앞의 비윤리적인 경영과 반대로 윤리적 행동기준이나 전문적인 행동기준을 따른다. 이는 기업이 적법의 테두리를 넘어 입법의 취지와 사회통념까지 감안하여 기업윤리를 준수하는 경영방식이다. 예를 들어 기업의 이익추구 활동과정에서 윤리적 기준과 상충하면 사회가 요구하는 윤리기준을 선택하는 것이다.

이러한 선택은 단기적으로는 비윤리적인 행동이 기업에게 이익이 될지도

30) A. B. Carroll, Business and Society, South-Western, 1993, pp. 100-105.

31) 최인철, 윤석진, 이상민, 재인식되는 기업의 사회적 책임, 삼성경제연구소, 2002, p. 8.

모르지만 비윤리적인 행동은 장기적인 측면에서 기업의 생존을 불확실하게 만든다는 인식 때문이다. 그러므로 이러한 경영방식을 추구하는 기업의 윤리는 이윤과 마찬가지로 기업이 추구해야 할 중요한 목표 중의 하나로 취급하고 있다.

그리고 기업차원에서 윤리경영을 소극적 의미와 적극적 의미로 나누어 정의를 하고 있다. 소극적 의미는 기업의 준법경영으로 남에게 해를 끼치지 않는 한 범위 내에서(harm principle) 자유로운 경영이라고 하였다. 적극적 의미는 기업의 주주, 이해관계자의 신뢰도를 유지하면서 사회적 기대, 요구, 책임에 부응하는 경영으로 정의하였다.³²⁾

그러나 일부에서는 윤리경영을 임직원들의 부정부패를 효과적으로 통제하는 수단이나 한때 유행하는 경영혁신의 도구 정도로 이해하고 있는 경우도 있다. 진정한 윤리경영이란 기업의 기본적인 의무로 인정하고 주체적인 자세로 기업윤리 준수를 행동원칙으로 하는 것인바, 이를 바탕으로 이해관계자에게 신뢰를 얻을 수 있도록 기업을 경영하는 것이다. 여기서 간과하지 말아야 할 것은 윤리경영은 기업이 막연히 도덕적이어야 한다는 개념이기 보다는 잘못된 관행이나 비용구조를 윤리적인 기준에 맞도록 바로잡고, 기업의 경쟁력을 향상시켜 경제적 부가가치를 극대화 하자는 맥락에서 의의를 찾는 것이 바람직할 것이다.

2. 윤리경영의 대두 배경

최근 사회 환경의 다원화 속에서 거대기업의 비윤리적 사건이 기업의 윤리성을 일깨워주고 있다. 미국의 최대 에너지 회사인 엔론과 업계 2위의 장거리 통신회사인 월드콤이 회계부정사건으로 파산하였다. 또한 일본에서는 전통과 역사를 자랑하던 식품회사 유끼지루시(雪印)는 금지원료 사용으로 사회적 지탄의 대상이 되어 결국에 도산하였다.³³⁾ 이러한 일련의 사건들로 인해, 투명하고 건전하지 못한 기업은 장기적으로 성공할 수 없다는 인식이

32) 강철규, 경제발전과 부패방지, 부패방지위원회, 2003, 2, p. 11.

33) 정용재, The Sprint the e-Letter of Our Commitment: GE의 정직과 신뢰성 정책, GE Korea 이사, 2003, pp. 5-6.

확산되었다.

즉 투자자와 소비자의 신뢰를 얻는 기업은 초우량 기업으로 성장하는 반면, 도덕성의 논란에 휩싸인 기업은 시장에서 퇴출되는 경우가 발생하고 있다. 이러한 현상은 외국기업에만 국한된 것은 아니며 국내에서도 기업경영에 윤리성과 도덕성에 대한 문제로 기업의 존폐위기에 놓인 기업도 생겨나고 있는 것이 현실이다. 따라서 다수의 기업들은 윤리경영을 기업이미지 제고 및 새로운 경쟁력 강화요소로 받아들이기 시작하고 있다. 이러한 변화 속에서 윤리경영의 필요성이 대두되고 있으며 한국의 기업은 내부적으로 윤리시스템을 확립하고 실천하는 것이 시급한 경영과제라 하겠다.

사회적 책임의 대두배경에서 살펴보면 이젠 기업은 이윤극대화를 통한 경제목적에 그치지 않고 정치, 사회, 문화 전반의 영역에서 윤리적 선택에 충실하기를 소비자와 시민단체를 비롯한 이해관계자 집단들은 기대하고 있는 것이다. 특히 1980년대 중반 이후 기업의 세계화가 진전되면서 현지의 법과 제도, 문화관습, 시장과 상거래 관행의 차이로 인하여 기업의 의사결정이 특정 국가의 윤리적인 관행과 충돌하는 경우가 증가하기 시작하였다.

예를 들어 인종차별정책을 추구하는 남아프리카 공화국에는 미국기업이 투자하지 말아야 한다는 주장, 또는 나이키(Nike)사가 동아시아 근로자들을 저임금으로 부당 대우하고 있다는 사실이 알려지면서 전개된 불매운동 등은 변화하고 있는 현대 기업의 윤리경영의 정당성을 단적으로 보여주고 있다.

따라서 기업의 활동범위가 법과 규제만으로 통제할 수 없는 영역으로 확장된 만큼 단순히 법률적 의무준수를 넘어선 윤리적 통제기준을 가져야 할 필요성이 강조되고 있다. 직접적으로 기업의 윤리성 결여로 인하여 발생하는 사건의 경우 업무의 혼란이나 종업원의 사기저하는 물론 고객의 이탈, 과징금과 소송을 우려한 투자자들의 주식투매 등 막대한 비용을 발생시키는 부작용으로 확대되고 있다.

대부분의 기업들은 위기관리 차원에서 이처럼 비윤리적인 행위로 인한 파장을 사전에 예방하기 위해 윤리경영에 많은 관심을 기울이고 있다. 비윤리적 의사결정은 단 한 번의 실수로 기업이 치명적인 위험(risk)에 노출되기

때문이다.

이러한 경영리스크의 관리가 윤리경영의 도입을 추구하는 내부적 요인이 라면 기업의 사회적 책임에 대한 사회적 기대의 증가는 윤리경영의 도입을 외부로부터 강제하는 힘이라고 볼 수 있다. 오늘날에는 비교적 높게 평가받는 윤리경영체제를 갖추고 있는 기업들도 과거에는 비윤리적 행위로 인해 많은 비용을 지불하거나 사회로부터 혹독한 비난을 겪었던 기업이라는 점에서 윤리경영이 대두된 주요한 요인임을 반증해 주고 있다.

3. 한국기업의 윤리경영 현황

한국기업은 근대적 기업이 나타나기 시작한 1900년대 초반은 식민지 지배 권력과의 관계에 따라 일본에 의하여 민족적 기업과 반민족적 기업으로 윤리적인 가치판단을 받아 왔다. 1960년대부터 1980년대 까지는 정부주도의 고도 경제성장 과정에서 기업의 규모가 클수록 정치권력의 움직임에 대한 민감한 상태에 있었고 그 결과 대기업의 윤리성에 대한 사회적 불신이 보편적 정서로 자리 잡게 되었다.³⁴⁾

지난 반세기를 돌이켜 보면, 한국기업에 있어서는 정경유착에 의한 불공정성의 보편화 시대였다. 무엇이 윤리적이고 무엇이 비윤리적인가를 구분조차 하기 어려워 윤리적 방향을 상실할 정도였다. 그 결과 한국사회는 ‘법대로 경영하면 손해 본다’라는 생각이 기업경영자의 사고를 지배하고 있다.

1980년대 한국사회의 기업에 관한 사회적 이슈를 언론매체의 내용분석을 통하여 조사한 바에 따르면 가장 빈도가 높았던 순으로 노사관계, 소비자 보호, 공해, 부동산 투기, 대기업의 경제력 집중, 부실경영, 정경유착 등의 순이었다. 또한 기술개발에 적극적인 노력을 기울여 달라, 사회봉사활동에 적극적으로 되어 달라, 건전한 사회 풍토조성에 힘을 써 달라 등의 사회적 이슈들도 자주 언급되어 왔다.³⁵⁾

1990년대에 들어와서 노사분규, 부동산 관련 이슈는 약화된 반면 공해와

34) 신유근, 인사조직분야에 있어서의 기업윤리 문제, 한국의 기업윤리, 세경사, 1994, p. 275.

35) 신유근, 한정화, 한국기업의 사회참여활동, 전국경제인연합회, 1990, pp. 47-105.

환경보호, 불공정 거래, 재벌기업의 경제력 집중, 중소기업 도산 등이 주요 이슈가 되었다. 1993년에는 정경유착을 근원적으로 단절함으로써 정치와 경제의 선진화를 이루고자 금융실명제를 도입하였으나, 이후 거액의 비자금 사건이 일어나면서 일대 혼란을 가져오기도 하였다. 1995년의 삼풍백화점의 붕괴사고, 성수대교 붕괴사고 등은 윤리부재의 기업경영에 대한 강도 높은 비판으로 이러한 기업주를 미필적 고의에 의한 살인죄로 기소해야 한다는 여론도 있었다.³⁶⁾

또한 1997년 이후 IMF로 인한 대기업의 연쇄부도로 한국기업의 재무구조에 대한 국내외의 불신이 심화되었다. 이로 인하여 세계시장에서 국가신인도가 하락하여 국가차원에서 그리고 기업차원의 구조적인 변화를 거치기도 하였다.³⁷⁾

그러나 이러한 변화과정을 통한 의식의 개선에도 불구하고 현재에도 유사한 비윤리적 기업 경영형태는 계속되고 있다.

1960년대와 1970년대에 있었던 사회의 기업에 대한 비난을 의식하여, 각종 선언문, 헌장 또는 윤리강령을 채택하는 조치를 취하였다. 특히 1972년에는 한국광고협회의 ‘광고윤리강령’의 제정 · 공시와 ‘기업인실천윤리강령’이 제정되었다. 이를 시작으로 1975년에는 ‘경제사회풍토 정화작업에 앞장 선다’는 선언문을 채택한 바 있고, 1977년에는 30조 항목에 달하는 ‘경제계의 실천지침’과 ‘실천헌장’을 제정하였다. 그리고 1978년에는 5개항의 ‘기업윤리강령’이 제정된 바 있다. ³⁸⁾

1980년대에는 대한상공회의소, 전국경제인연합회, 한국무역협회, 중소기업협동조합중앙회 등 경제 4단체 중심으로 1980년 7월 16일 ‘기업윤리강령’과 ‘실천 강령’을 채택하였다. 1981년 2월에는 ‘새 기업의 사회선언’을 선포하여 기업의 새로운 결의를 보여주었다. 그리고 기업인들의 단체인 전국경제인연합회 산하 한국경제연구원에서는 전국경제인연합회 산하 기업들의 사회활동을 수록한 ‘기업의 사회봉사’와 ‘기업의 준조세부담에 관한 실증

36) 한정화, 한국의 기업윤리: 현실과 대안, 한국경영학회, 1996, p. 66.

37) 박현준, 한국기업의 윤리경영, 한국기업윤리학회, 2002, pp. 7-8.

38) 기업의 사회적 책임과 새 경영이념, 1981, 전국경제인연합회, pp. 181-182.

적 연구'를 발간하였다.

이러한 노력은 한국기업의 사회관련 지출형태와 규모를 최초로 제시하고 있는 자료라는 점에서 중요한 의미를 갖는다. 1990년대에 들어와서는 한국 경영자총협회가 1991년 2월에 기업인의 윤리로서 '기업인이 나갈 길'과 '고용윤리강령'을 채택 · 공시하였다. 이와 같이 수차례에 걸쳐서 현장, 선언문, 윤리강령 등의 제정에도 불구하고 괄목할 만한 성과를 거두지 못하고 사문화 되어왔던 것이 지난날의 실정이다.³⁹⁾

그러나 한국사회도 복지사회를 표방하고 자율화, 다원화라는 형식으로 전반적인 사회의식이 높아짐에 따라 사회구성원으로서 기본적인 권리에 대한 주장의 목소리도 높아졌다. 즉 사회일반의 요구는 기업에 대한 사회적 기대에 반영되어 나타나게 된다. 여기에 기업이 적극적으로 대응하지 못하게 되면 사회적 압력으로 변하여 대립관계가 유발되는 것이다.

따라서 한국기업은 과거 기업의 성장위주 경영방식에서 사회적 반응을 제대로 수행하지 못한 비난과 불신을 해소하기 위하여 윤리적 경영을 추구하여야 한다. 이를 위해서 기업은 사회의 전반적인 윤리의식 차원에서 사회공헌활동 등과 같은 사회적으로 바람직한 가치를 실천하기 위한 도덕적 능력과 의무감을 가져야 할 것이다.

국제사회는 윤리와 준법, 절차적 정의 그리고 신뢰가 인프라로 구축된 사회를 지향하고 있다. 국내기업들도 이러한 가치를 사회기반시설로 하지 않고서는 사회기능의 효율성과 경제성 향상을 이룰 수 없으며, 또한 국제사회 진출에 있어서도 경쟁력을 가질 수 없게 될 수도 있다. 따라서 윤리경영에 대한 국내기업들의 실태를 파악하여 개선방향을 모색할 필요가 제기된다.

한국기업의 윤리경영실태를 윤리경영의 3C'S 즉 기업윤리강령(Code of conduct), 준수여부 감독조직(Compliance check organization), 교육에 의한 공감대 조성(Consensus by ethics education)을 기본요소로 하여 살펴보기로 한다.⁴⁰⁾

39) 박동준, 전개논문, 1994.p. 3.

40) 산업자원부, 기업윤리 경영실태조사 평가지표개발 및 실태조사에 관한 연구, 2002. 11, pp. 110~120.

2002년 산업자원부의 조사에 따르면 응답한 기업들 대부분은 1990년대 말부터 도입을 시작하여 86%가 기업윤리헌장을 채택한 것으로 나타났다. 아직까지 윤리헌장을 제정하지 못한 기업도 향후 몇 년 안에 제정계획을 밝히고 있기 때문에 윤리경영의 빠른 확산을 예상할 수 있다. 한편, 기업윤리헌장은 기업행동강령으로써 회사의 도덕적 신념을 대내외적으로 천명하고 이를 실천하겠다는 의미와 동일하다. 그러나 기업간의 거래에 있어서 해당 거래를 조사한 결과, 응답기업 26개 중 77%(20개 기업)는 거래를 개설할 때 공급업자의 기업윤리관행에 대해 공식적으로 평가하지 않는다고 응답하였다. 이러한 현상은 아직 윤리강령이 기업 내부적인 영역에만 적용되는 것으로 파악할 수 있다.

이 조사에서 윤리강령 수정빈도에 대하여 대부분의 응답 기업이 윤리강령을 보유하고 있지만, 실제 매년 개정 및 개선작업을 하는 기업은 전체 응답기업 25개 중 20%에 머물렀다. 그리고 32%가 한 번도 수정된 적이 없으며, 48%가 비정기적이라고 응답하였다. 이러한 현상은 윤리강령 제정 후 변화하는 현실에 적합한 구성원의 행동규범에 관한 내용수정이 불가피함에도 불구하고, 윤리강령을 도입한 기간이 짧아서 이러한 후속작업에 대한 관심은 아직까지 저조한 실정으로 나타났다.

윤리행동강령의 제정 및 개정 등과 관련된 주요 의사결정 제도는 준수여부에 대한 감독 조직의 역할을 담당하는 것으로 윤리위원회를 들 수가 있다. 윤리위원회는 고위 경영진이 대표를 맡고 임원 및 경영진으로 구성되어 윤리강령의 준수여부를 감독하고 윤리행동의 촉매자 역할을 하게 된다. 그러나 연구 보고서에 의하면 30개의 응답 기업중 70%는 아직 윤리위원회가 설치되어 있지 않은 것으로 나타났다.

윤리위원회가 설치된 기업 중에서 38%가 1년에 3-4회 정도로 소집하고, 25%가 수년에 한 번씩 소집된다고 응답하였다. 또한 설치되어 있지만 소집된 적이 없다고 응답한 기업도 많은 부분을 차지하고 있었다. 이러한 결과는 아직까지 윤리경영시스템의 기업내에서 활발히 운영되지 못하고 있으며, 일부만 도입된 초기상태인 것으로 파악되고 있다.

기업에서 윤리경영의 공감대를 형성하기 위하여 윤리교육을 실시하는가의

질문에, 전체 응답기업 중 76%(22개 기업)는 현재 사내 윤리훈련을 실시하고 있다고 응답하였다. 여기서 윤리강령을 교재로 주로 이용하고 있고, 인터넷 기반훈련, 사내윤리 관련기사, 기업정책 책자 등의 순으로 이용되고 있었다.

기업에서 윤리교육을 실시하는 방법으로는 신입사원 오리엔테이션에서 주로 이루어지고 있었고, 기존 직원은 정기적으로 1년에 1회 미만의 윤리교육을 실시한다고 하였다. 그러나 문제는 윤리강령을 제정한 기업에서도 현실에 적합하도록 정기적인 개정이 이루어지지 않고, 실제적으로도 활용이 미미한 상황이므로 윤리교육의 교재로서는 적합하지 않다는 것이다. 따라서 윤리경영에 대한 종업원의 공감대를 형성하기 위한 전사차원의 윤리교육을 위하여 윤리프로그램과 윤리훈련 자료의 개발에 관심을 가져야 할 것이다.

그리고 무엇보다 윤리경영의 질적인 수준을 높이기 위해서 업무가 많고 적음을 떠나서 윤리관련 업무를 전담하는 부서가 반드시 필요한 것이다. 윤리담당부서는 한 기업의 조직내에서 준법감시, 기업의 윤리강령의 제정 및 수정, 윤리교육프로그램 개발 및 실시, 내부감사 및 모니터링 등을 실시하게 된다. 이러한 부서를 총괄적으로 담당하는 직책은 윤리담당관으로 볼 수 있다. 한국기업의 윤리담당관을 임명한 것은 대부분이 최근 2년 사이에 집중적으로 이루어진 것으로 나타났다. 이것은 최근에 발생한 기업의 회계부정으로 인한 파산사건과 세계기구들의 윤리경영 표준화 추세에 대한 대응으로 볼 수 있다.

한편, 윤리담당관의 업무로써 사회적 책임에 대한 업무의 필요성은 아주 높게 나타났으나, 실질적으로는 사회적 책임과 관련한 업무는 대부분이 수행하지 않는 것으로 나타났다. 따라서 윤리담당부서에 사회적 책임을 업무의 한 분야로 추가할 필요가 제기되고 있다.

제6절 선행연구의 검토와 윤리경영의 성과요인

1. 기업의 윤리적 경영수준의 검토

본 연구에서는 경영자의 윤리적 경영수준의 측정요소를 윤리경영의 수준 요인이라 부르기로 한다. 이 용어에는 이러한 요인들의 수준에 따라 윤리적 기업경영의 수준이 결정된다는 의미가 함축되어 있다. 여기서는 윤리적 기업경영의 수준요인에 관하여 그간에 이루어진 선행연구를 검토하기로 한다. 기업윤리수준의 측정요소 즉, 기업의 윤리수준을 측정하는 요인은 연구자에 따라 다양하게 제시되고 있다.

Baumhart(1968)는 기밀누설, 인력스카웃, 개인비용의 회사부담, 거래처 주식의 소유, 경영자의 편파적 경영활동 등을 들었고, Brenner and Molander(1977)는 뇌물, 가격차별, 허위보고, 경쟁자와의 가격담합, 불공정 계약, 종업원채용의 불공정성, 개인비용의 회사부담, 인력 스카웃 등을 들고 있다.

기업의 윤리수준을 논의함에 있어서는 기업윤리를 유형별로 구분하여 논의하는 것이 보다 효율적이라고 볼 수 있다. 박동준(1994)은 기업윤리를 먼저 대내적 윤리와 대외적 윤리로 대별하고, 그것을 다시 행위금지적인 소극적 윤리와 행위권장적인 적극적 윤리로 세분하여 논의하고 있다.

김세원(1988)은 기업윤리를 크게 대내적 기업윤리와 대외적 기업윤리로 구분하여, 대내적 윤리의 수준요인으로는 종업원 복지, 인사의 공정성, 부실경영, 공금유용, 허위보고, 사리사욕에 의한 거래처 선정 등을 들었고, 대외적 윤리의 수준으로는 적정가격 정책, 허위보고, 노조의 필요성, 우수인력의 스카웃, 세금포탈, 공해방지, 뇌물 등을 들고 있다.

신유근(2001)은 기업윤리를 소극적 기업윤리와 적극적 기업윤리로 구분하고, 소극적 기업윤리의 수준요인으로는 뇌물, 기업재산의 사용, 기밀누설, 친인척등용, 부실경영 등을 들고, 적극적 기업윤리의 수준요인으로는 종업원의 복지, 소비자보호, 지역사회봉사, 사회복지, 사회문제의 해결 등을 들고 있다.

기업윤리의 수준요인을 아우스틴의 분류를 토대로 하여 먼저 대내적 윤리와 대외적 윤리로 구분하고, 그것들을 다시 소극적 윤리와 적극적 윤리로 세분하여 정리해 보면, 그 내용은 <표 II-3>과 같다.

<표 II-3> 경영자 윤리의 수준요인

대내적 윤리	
대내적 · 소극적 윤리	대내적 · 적극적 윤리
부단결근, 임금체불, 허위보고서 작성, 부당노동행위, 불공정 인사, 회사기밀 누설, 기업재산의 부정유출, 부실경영, 근무 중 개인용무 처리	연구개발, 직업윤리의 준수, 생산성과 품질의 향상, 산재와 직업병의 예방, 혁신적 · 인간중심적 경영
대외적 윤리	
대외적 · 소극적 윤리	대외적 · 적극적 윤리
공해유발, 유해식품 제조, 정경유착, 이해집단에 대한 불친절, 가격조작, 세금포탈, 허위과대광고, 매점매식, 불성실한 회계정보 공시, 상표도용, 무분별한 소비재 수입, 뇌물	환경과 자원의 보전, 교육학술과 문화체육 지원, 건전한 자유기업제도의 창달, 생활의 질 향상, 사회복지 향상, 소비자 만족 경영

대내적 윤리는 경영자와 종업원이 기업에 대해서 가지는 윤리를 말하는데, 이것을 다시 그 성격에 따라 대내적 · 소극적 윤리와 대내적 · 적극적 윤리로 나누었다. 대외적 윤리는 기업자체와 기업구성원이 지켜야 할 것으로, 기업외부의 이해관계자 집단, 지역사회 또는 사회전반 그리고 생태계나 정부 등에 대한 윤리를 말하는데, 그것을 다시 대외적 · 소극적 윤리와 대외적 · 적극적 윤리로 구분하였다.

2. 기업윤리의 유형화

여기서는 선행연구를 토대로 경영자 윤리의 영역, 윤리의 성격이나 내용 등을 기준으로 하여 유형화하기로 한다.

첫째, 경영자 윤리를 그 행위가 미치는 영역 또는 윤리의식이 작용하는

측면에 따라 대내적 윤리와 대외적 윤리로 구분하였다. 대내적 윤리는 조직의 가치를 반영하고, 기업목표 혹은 기업이익의 실현을 이상으로 삼고 있으며, 또한 조직구성원이 조직의 요구에 순응한다는 특징을 지닌다.

대외적 윤리는 기업의 이해관계자 집단과 사회일반 그리고 정부와 생태계 등에 대해서 갖는 윤리를 말하는 것으로, 이러한 대외적 윤리는 사회의 가치를 반영하고 있으며, 사회복지 및 삶의 질의 향상을 이상으로 삼고 있다.

둘째, 경영자의 윤리를 성격 또는 내용에 따라 소극적 윤리와 적극적 윤리로 분류하였다. 소극적 윤리는 윤리·도덕적인 면에서 볼 때 바람직하지 못한 것이기 때문에 하지 말아야 하는 행위, 해서는 안 될 문제를 다루는 것을 말한다. 가령 환경오염이나 임금체불, 무단결근, 허위광고, 부실경영 등과 같은 행위가 이 범주에 속한다고 할 수 있다.

이러한 행위금지적인 윤리적 명제를 어긴다는 것은 바로 비윤리적인 행위가 되어 지탄이나 비난의 대상이 된다. 한편, 윤리적 명제를 지킨다 하더라도 그것은 마땅히 해야 하는 것에 불과하며, 엄밀히 말해서 윤리의 실천이라고 볼 수 없는 윤리적 중립상태이기 때문에 칭송의 대상이 되지 않는 것이다.

적극적 윤리는 윤리·도덕적인 측면에서 볼 때 바람직하고 할수록 좋은 행위를 다루는 것이다. 즉, 권장해야 할 행위이고 가치창조적인 윤리적 명제를 말한다. 그러므로 적극적 윤리적 명제를 실천했을 경우에는 칭찬과 칭송의 대상이 되지만, 그것을 실행하지 않았다고 해서 윤리적으로 비난이나 지탄의 대상이 되지 않는다는 점이다. 즉, 윤리적 중립상태가 될 뿐이다.

기업에 대한 사회의 기대수준이 차츰 높아지고, 전반적인 시민의식 수준이 향상됨에 따라 경영자 윤리의 기준도 점차 높아져 가는 추세에 있기 때문에, 소극적 윤리의 범주에 속하던 내용들이 구성원의 당연한 임무 또는 역할에 포함되는 경향이 농후해지고, 적극적 윤리의 범주에 속하던 내용들이 점차 소극적 윤리의 범주로 넘어가는 추세에 있다고 볼 수 있다.

3. 윤리적 기업경영의 성과요인

조직의 성과는 여러 가지 지표로 측정될 수 있다. 그러한 여러 가지 측정 지표들을 생산성, 매출액, 수익성 등과 같은 계량적으로 나타낼 수 있는 경제적 측면의 지표와 기업구성원의 사기, 일체감, 직무만족, 조직풍토 등과 같은 인간적 측면의 지표 및 사회적 신뢰도나 사회 관련성 같은 사회적 측면의 지표로 구분할 수 있다. 본 연구에서는 이러한 세 가지 측면의 측정 지표 중에서, 인간적 측면의 지표와 사회적 측면의 지표로써 기업조직의 성과를 측정하고자 한다.

(1) 개인적 차원의 성과요인

개인적 차원의 기업성과는 직무만족과 조직몰입이라는 지표로 측정하고자 한다. 직무만족은 직무를 통해서 경험할 수 있는 욕구충족의 정도, 직무에서 얻게 되는 유쾌감이나 기분 좋은 정서 상태 또는 자기가 맡은 직무에 만족하는 정도 등으로 연구자에 따라 다양하게 규정된다(Locke, 1976).

요컨대 직무만족이란 기업구성원이 자기가 맡은 직무에 만족하는 정도라고 할 수 있다. 이러한 직무만족은 직무자체와 직무에 따른 역할과 책임에 대한 만족도, 직무관련 인간관계와 성과평가에 대한 만족도, 그리고 직무를 통한 욕구충족 등의 지표로 측정할 수 있다.

조직몰입은 한 조직에 대한 개인의 동일시와 몰두의 상대적 정도, 조직에의 헌신의식 혹은 애착심, 또는 개인이 특정조직에 대하여 느끼는 일체감 등으로 다양하게 정의된다(Kanter, 1968, 499). 이러한 조직몰입은 조직에 대한 헌신이나 충성도, 조직구성원으로서 그 조직의 목표와 가치를 수용하려는 정도, 조직에 대한 공헌의욕과 애착심, 그리고 그 조직의 구성원이라는 사실에 대한 자부심과 조직에 남으려는 의향의 정도 등으로써 측정할 수 있다.

(2) 조직적 차원의 성과요인

조직적 차원의 기업성과는 조직적응성과 조직풍토로 측정하고자 한다. 조

직 적응성이란 조직의 형태, 구조, 기능 등이 경영환경 변화에 적합하도록 변화하는 능력이나 성질을 말한다고 볼 수 있다. 기업의 단기적인 경영목표는 수익에 있으나 장기적인 경영목표는 기업의 존속에 있다고 할 수 있는데, 여기서 존속이란 기업이 예측할 수 없는 동태적 환경변화에 창조적으로 적응하여 생존·발전함을 의미한다.

그러므로 조직의 적응성은 기업의 전략이나 관리적 측면에서 대내외적 환경변화에 어느 정도 신속적으로 적응하고 있는가 하는 경영전략의 환경 적응성과 제품과 품질의 향상 노력, 시장개척과 관련된 마케팅활동의 적극성 등의 지표로 파악할 수 있다.

조직풍토는 한 조직체가 주어진 내외환경에의 적응과정에서 형성된 조직의 독특한 풍토나 분위기라고 할 수 있다. 그러므로 이러한 조직풍토는 공동목표 달성도, 적극성과 자발성, 기업정책의 수용분위기, 단결성과 협동성, 원활한 의사소통 등의 지표로 파악할 수 있다.

(3) 사회적 차원의 성과요인

사회적 차원의 기업성과 측정요소로서 기업신뢰성과 사회 관련성을 택하였다. 기업신뢰성은 기업이 사회일반이나 이해관계자 집단과 어느 정도의 신뢰관계를 형성하고 있는가를 지칭하는 것이고, 사회 관련성은 기업이 사회일반이나 다양한 이해관계자 집단들과 어느 정도 호의적인 관계를 유지하고 있는가를 나타내는 것이다.

이러한 사회적 차원의 기업성과는 기업구성원과 일반사회인을 대상으로 하여 측정하는 것이 바람직하겠으나, 사회일반인 중에서 통계적으로 유의한 표본을 추출하기가 어렵다는 점과 본 연구에서 표본 대상으로 한 기업에 대한 사회일반의 인지도상의 문제 등을 고려하여 표본기업의 구성원만을 대상으로 하여 측정하기로 하였다.

제 Ⅲ 장 실태조사 방법

제1절 표본의 선정과 자료수집

본 연구의 조사대상은 2004년 1월 1일을 기준시점으로 증권거래소에 상장되어 있거나 상장을 위한 청약절차에 있는 영남지역의 650개 기업이다. 조사방법은 650개 전체 기업을 대상으로 1차로 전화 및 전자우편을 이용하여 정확한 주소와 응답할 대상자를 확인하고 간단하게 실태조사의 목적을 설명한 후 실태조사에 참여할 것을 요청하였다.

650개 기업 가운데서 45개 기업은 확인이 불가능하였고, 설문조사를 거절한 기업도 35개나 되었다. 이들 80개 기업을 제외한 570개 기업에 우편 또는 전자우편 설문지를 배포하였는데 441개 기업의 설문지가 회수되어 회수율은 77.36%로 비교적 높은 편이었다.

회수기업의 대표성을 살펴보기 위해 모집단과 표본집단 간에 업종 및 유형별로 검증한 결과 집단간 유의한 차이는 나타나지 않아 본 조사의 표본집단이 모집단을 잘 대표하고 있는 것으로 나타났다.

설문조사 기간은 2004년 6월 20일부터 7월 25일까지 35일간이었다. 그리고 응답내용이 부실하거나 중심화 경향이 심한 11매를 제외한 430매를 이용하여 실태분석을 실시하였으며 SPSS/PC 통계 패키지를 이용하여 통계 처리 하였다. 표본의 인구통계적 특성과 일반적 특성은 <표 II-4>과 같다.

<표 II-4> 표본의 인구통계적 특성과 일반적 특성

연령	30대 이하	40대	50대 이상	계
	134	167	129	430명
	(31.16)	(38.84)	(30.00)	(100%)
성별	남성	여성		계
	385	45		
	(89.53)	(10.47)		

학 력	고졸	대졸	대학원졸	430명 (100%)
	99 (23.02)	226 (52.56)	105 (24.42)	
근무기간	1~5년	6~15년	16년 이상	430명 (100%)
	111 (25.81)	226 (52.56)	93 (21.63)	
직위 계급	최고경영층	중간관리층	일반사원	430명 (100%)
	125 (29.07)	161 (37.44)	144 (33.49)	
종업원수	100명 미만	100~1000명 미만	1000명 이상	430명 (100%)
	140 (32.56)	168 (39.07)	122 (28.37)	
년간매출액	10억 미만	10억~100억 미만	100억 이상	430명 (100%)
	160 (37.21)	145 (33.72)	125 (29.07)	
업 종	제조업	비제조업		430명 (100%)
	283 (65.81)	147 (34.19)		
상장여부	상장기업	비상장기업		430명 (100%)
	251 (58.37)	179 (41.63)		

주) 표시는 항목, 사례 수, 백분비의 순이다.

<표 II-4>에서 보는 바와 같이 설문에 응답한 기업체는 총 430개 업체였다. 응답기업의 업종을 보면, 제조 기업이 283개 업체로 전체의 65.81%나 되었고, 비제조기업은 147개 업체(34.19%)였다. 이들 응답기업의 상장 여부에 대한 응답결과를 보면, 상장기업이 251개 업체로 전체 응답기업의 58.37%였으며, 비상장기업도 179개 업체로 41.63%나 되었다. 그리고 응답기업체의 규모를 살펴보면, 종업원이 100명 미만인 기업은 140개 업체(32.56%), 100-1000명 미만인 기업이 168개 업체(39.07)이었고, 1000명 이상인 기업도 122개 업체(28.37%)나 되었다.

응답자의 연령별 분포를 보면, 30대 이하가 31.16%, 50대 이상이 30%였으며, 40대가 38.84%로 가장 많은 것으로 나타났다. 그리고 응답자의 성별 분포를 보면, 여성이 10.47%, 남성이 89.53%로 남성이 여성에 비해 절대다

수를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

응답자의 학력별 분포는 고졸이 23.02%, 대학원졸업이 24.42%, 대졸이 52.56%로 대부분 고학력자임을 알 수 있다. 그리고 응답자의 근속기간을 보면, 1년에서 5년 사이가 25.81%, 6년에서 15년 사이가 52.56%로 가장 많았고, 16년 이상도 21.63%나 되는 것으로 나타났다. 한편, 응답자의 직급별 분포를 보면, 최고경영층이 29.07%, 중간관리층이 37.44%, 일반사원이 33.49%로 계층별 분포를 감안하면 고위층의 응답비율은 상대적으로 매우 높은 편이다.

제2절 설문지의 구성과 실태조사 방법

본 연구의 실태분석에 사용한 설문지는 그 내용을 3개 영역으로 대별하여 구성하였다. 첫 번째는 윤리경영의 실태에 관한 질문(소극적 윤리 10문항, 적극적 윤리 10문항)이었고, 두 번째는 윤리경영의 경영성과에 관한 질문(22개 문항)이었으며, 세 번째는 인구통계적 특성에 관한 질문(9개 문항)이었다.

설문지의 내용은 가능한 한 명확하고 이해하기 쉽게 구성하려고 하였으며, 이러한 노력의 일환으로 실제 설문조사에 앞서 예비 설문지를 작성하여 일부 상장기업과 비상장기업의 최고경영자, 중간관리층 및 일반사원을 대상으로 심층면접을 실시하여 이해하기 어렵거나 애매모호한 문구나 단어는 변경하거나 삭제하였다. 구체적인 설문지의 구성내용은 <표 II-5>와 같다.

<표 II-5> 설문지의 구성내용

구 분			문항번호	항 목
윤리경영의 실태		자연과 환경보전 교육·문화지원 생활의 질 향상 사회복지 향상 소비자만족 경영 혁신적 경영 산재예방 종업원복지 향상 생산성 향상 연구개발	I-1-1 I-1-2 I-1-3 I-1-4 I-1-5 I-1-6 I-1-7 I-1-8 I-1-9 I-1-10	1.기업목표를 위해서는 안 할 수도 있다. 2.부득이한 경우 안 하는 것은 어쩔 수 없다. 3.될수록 하는 것이 좋다. 4.해야 한다. 5.어떠한 경우에도 해야 한다.
		공해유발 가격조작 불성실 공시 허위과대광고 불친절 불공정 인사 불실경영 임금채불 기업재산 유용 기업기밀 누설	I-2-1 I-2-2 I-2-3 I-2-4 I-2-5 I-2-6 I-2-7 I-2-8 I-2-9 I-2-10	1.기업목표를 위해서는 할 수도 있다. 2.부득이한 경우 하는 것은 어쩔 수 없다. 3.될수록 안하는 것이 좋다. 4.해서는 안 된다. 5.어떠한 경우에도 해서는 안 된다.
윤리경영의 성과요인	개 인 적 차 원	직무자체 만족 역할책임 만족 직무관련인간관계만족 성과평가보상 만족 직무를 통한 욕구충족 조직목표가치 수용도 조직에의 공헌의욕 조직에의 애착심 조직소속 자부심 조직과의 동일시	II-1 II-2 II-3 II-4 II-5 II-6 II-7 II-8 II-9 II-10	1. 전혀 그렇지 않다. 2.그렇지 않다. 3.중간이다. 4.그렇다. 5.확실히 그렇다.
	조 직 적 차 원	제품·품질 적응성 마케팅 적응성 조직관리 적응성 재무관리 적응성 경영전략 적응성 공동목표 달성의욕 적극성과 자발성 기업정책 수용분위기 단결성과 협력성 원활한 의사소통	II-11 II-12 II-13 II-14 II-15 II-16 II-17 II-18 II-19 II-20	
	사 회 적 차 원	기업신뢰성 사회관련성	II-21 II-22	

인구 통계적 특성과 일반적 특성	연령	Ⅲ-1	다지 선택형
	성별	Ⅲ-2	
	학력	Ⅲ-3	
	근무기간	Ⅲ-4	
	지위계층	Ⅲ-5	
	종업원규모	Ⅲ-6	자유 응답형
	매출액규모	Ⅲ-7	
	업종	Ⅲ-8	
	상장여부	Ⅲ-9	

인구통계적 특성과 일반적 특성을 제외한 모든 항목은 리커트의 5점 척도 (5-point Likert scale)로 통일하였다.

윤리경영의 실태에 관한 설문은 경우에는 적극적 윤리에 해당되는 것과 소극적 윤리에 해당되는 것으로 나누어 약간 달리 구성하여 각 항목에 대해서 ‘해야 한다’고 생각하거나, ‘해서는 안 된다’고 생각하는 정도를 해당 빈칸을 선택하여 표기하도록 하였다.

윤리경영의 경영성과에 관한 부분에서는 해당되는 항목들에 대해서 ‘전혀 그렇지 않다’ 또는 ‘확실히 그렇다’고 생각하는 정도를 나타내는 해당 빈칸에 표기하도록 하였다. 보다 구체적인 설문내용은 <부록>에 첨부하였다.

제3절 연구과제의 설정

먼저, 우리나라 기업의 윤리경영의 수준은 어느 정도인지를 파악하고, 다음 그러한 윤리경영의 경영성과를 분석하고자 한다.

[연구과제 I] : 윤리경영의 수준 파악

본 연구에서의 모든 분석과 논의의 기초가 되는 것은 윤리경영의 수준 파악이라고 할 수 있다. 기업의 윤리경영 수준이 어느 정도인지를 분석 · 파악함으로써 기업의 전반적인 윤리성을 판단하는 데 필요한 정보를 얻을 수 있고, 또한 기업의 윤리경영 수준에 따라 기업조직의 경영성과의 측면은 어

땡게 달라지는지를 검토할 수 있게 된다.

[연구과제Ⅱ] : 윤리경영의 경영성과 분석

윤리경영의 경영성과 분석은 개인적 차원과 조직적 차원, 그리고 사회적 차원으로 구분하여 검토한다. 이러한 두 가지 분석과제의 수행결과를 토대로 하여 기업성과의 제고를 위한 시사점을 제시할 수 있게 된다.

제4절 변수의 선정과 조작적 정의

1. 변수의 선정

본 연구에서는 크게 두 가지 범주로 나누어 변수를 선정하였다.

첫째는 윤리경영의 수준을 결정하는 변수군으로 윤리경영의 수준을 측정하는데 사용될 수 있는 여러 가지 항목에 대한 검토절차를 거쳐서 본 연구의 실태분석에 가장 적합하다고 판단되는 것이다. 대내적 · 소극적 윤리 수준요인으로 부실경영, 임금체불, 기업기밀의 누설, 기업재산 유용 및 불공정 인사를 선정하였고 대내적 · 적극적 윤리 수준요인으로서는 생산성과 품질의 향상, 산재예방, 연구개발, 혁신적 경영 및 종업원 복지향상을 선정하였다. 대외적 · 소극적 윤리 수준요인으로서는 공해유발, 불친절, 허위광고, 가격조작 및 불성실 공시를 선정하였으며 대외적 · 적극적 윤리 수준요인으로서는 소비자만족, 자연과 환경보전, 사회복지향상, 생활의 질 향상 및 교육문화 지원을 선정하였다.

둘째는 윤리경영의 경영성과를 나타내는 변수군이다. 기업조직의 성과를 측정할 수 있는 여러 가지 지표 중에서 본 연구에 가장 적합하다고 판단되는 것으로 개인적 차원인 성과요인으로 직무만족과 조직몰입을 선정하였고, 조직적 차원의 성과요인으로서는 조직적응성과 조직분위기를 선정하였으며 사회적 차원의 성과요인으로서는 기업신뢰성과 사회관련성을 선정하였다.

이와 같이 선정된 각 성과요인을 측정하기 위한 구체적인 측정지표로는

다음의 것들을 포함시켰다. 직무만족의 측정을 위해서는 직무자체만족, 역할자체만족, 역할과 책임만족, 직무관련 인간관계만족, 성과에 대한 평가만족, 및 직무를 통한 욕구충족 등을 포함시켰고, 조직몰입의 측정을 위해서는 조직목표 수용도, 조직에의 공헌의욕, 조직에의 애착심, 기업소속자부심, 조직과의 동일시 등을 택했다. 조직적응성의 측정을 위해서는 제품 적응성, 마케팅 적응성, 조직관리 적응성, 재무관리 적응성, 경영전략 적응성을 포함시켰으며 조직분위기의 측정을 위해서는 공동목표 달성의욕, 적극성과 자발성, 기업정책의 수용분위기, 단결성과 협동성 및 원활한 의사소통을 포함시켰다.

마지막으로 응답자 개인과 소속기업의 인구통계적 특성과 일반적 특성에 관한 변수군으로는 응답자의 연령, 성별, 학력, 근무기간 및 직위 등과 소속기업의 종업원 규모, 매출액규모 업종과 상장여부 등을 선정하였다.

2. 변수의 조작적 정의

본 연구에서 윤리경영의 수준과 경영성과 요인으로 선정된 변수들에 대한 구체적인 조작적 정의는 다음과 같다.

(1) 윤리경영의 수준 요인

<표 II-6> 윤리경영수준요인에 대한 변수의 조작적 정의

구 분			조작적 정의(응답자가 생각하는 정도)
대 내 적	소극적 윤리	부실경영	기업조직에서 부실한 경영을 해서는 안된다.
		임금채불	기업경영에서 임금채불을 해서는 안된다.
		기업기밀누설	기업구성원이 기업의 기밀을 불법적으로 탐지하여 외부로 누설해서는 안된다
		기업재산유용	기업재산을 개인적인 용도로 사용하지 말아야 한다.
		불공정인사	기업조직에서 공정하지 못한 인적자원관리를 해서는 안된다
	적극적 윤리	생산성향상	기업의 모든 구성원이 생산성과 품질의 향상을 위해 마땅히 노력해야 한다.

대 외 적		산재예방	산업재해와 직업병을 예방해야 한다.
		연구개발	부단한 연구개발을 위해서 투자해야 한다.
		혁신적경영	혁신적이고 인간중심적인 경영을 해야 한다.
		종업원복지향상	기업은 마땅히 종업원의 복지후생 향상을 위해 노력해야 한다.
	소극적 윤리	공해유발	공해를 유발하거나 유해식품을 제조하지 말아야 한다.
		불친절	고객이나 이해관계자 집단에 대해 불친절해서는 안된다.
		허위광고	허위과대광고를 해서는 안된다.
		가격조작	매점매석을 하거나 가격조작행위를 해서는 안된다.
		불성실공시	기업회계정보를 허위 또는 불성실하게 공시해서는 안된다.
	적극적 윤리	소비자 만족경영	오늘날의 기업은 마땅히 소비자만족을 위주로 하는 경영을 해야한다.
		자연과 환경보전	자연이나 생태계를 보전해야 한다.
		사회복지 향상	기업은 모름지기 사회의 전반적인 복지향상을 위해 노력해야 한다.
		생활의 질 향상	기업과 구성원은 사회인의 생활의 질을 향상시켜기 위해 노력해야 한다.
		교육문화지원	기업은 모름지기 교육학술 또는 문화체육활동을 지원해야 한다.

(2) 윤리경영의 경영성과 요인

<표 II-7> 윤리경영의 경영성과 요인에 대한 변수의 조작적 정의

구 분			조작적 정의
개 인 적 성 과 요 인	직 무 만 족	직무자체만족	자기가 담당하는 직무자체에 대해 만족한가?
		역할책임만족	자기의 직무에 따른 역할과 책임에 대해 만족한가?
		성과평가만족	직무수행에 따른 성과에 대한 평가와 보상에 대해 만족한가?
		직무관련 인간관계만족	직무와 관련된 인간관계에 대해 만족한가?
		직무를 통한 욕구충족	직무를 통해서 자신의 성취욕구를 충족시키고 있다고 생각하는 하는가?
	조 직 물	조직목표 수용도	기업의 목표와 가치관을 긍정적으로 수용 하는가?
		조직에의 공헌의욕	기업을 위해 적극적으로 노력하고 헌신하려는 의향이 있는가?

조직적 성 과 요 인	입	조직에의 애착심	자기 기업을 사랑하고 기업에 대해 애착심을 가지고 있는가?
		조직소속 자부심	기업의 일원임을 자랑스럽게 생각하고 자부심을 갖고 있는가?
		조직과의 동일시	회사 일을 자기 일처럼 생각하고 회사와 자기를 동일시하는가?
	조직적 응 성	제품적응성	자기의 소속기업이 급변하는 경영환경에 맞추어 제품 및 품질의 혁신을 성공적으로 하고 있다고 생각하는 하는가?
		마케팅 적응성	자기의 소속기업이 환경변화에 맞추어 마케팅활동을 성공적으로 수행하고 있다고 생각하는가?
		조직관리 적응성	자기의 소속기업이 환경변화에 맞추어 인사 및 조직관리를 성공적으로 하고 있다고 생각하는가?
		재무관리 적응성	기업이 급변하는 경영환경에 맞추어 재무 및 회계 관리를 성공적으로 하고 있다고 생각하는가?
		경영전략 적응성	자기 기업이 급변하는 경영환경에 맞추어 경영전략의 수립과 실행을 성공적으로 하고 있다고 생각하는가?
	조직 분 위 기	공동목표 달성의욕	소속한 기업의 구성원들이 공동목표의 달성을 위해서 열심히 일하려는 의욕과 집념을 가지고 있다고 생각하는가?
		적극성과 자발성	소속한 기업의 구성원들이 회사일을 적극적이고 자발적으로 하려는 의욕을 가지고 있다고 생각하는가?
		기업정책 수용분위기	소속한 기업의 구성원들이 기업정책이나 목표에 만족하고 그것을 긍정적으로 수용한다고 생각하는가?
		단결성과 협조성	기업구성원들이 기업목표달성을 위해서 일치단결하고, 서로협조한다고 생각하는가?
		의사소통	기업구성원들이 공동목표 달성과 상호협력을 위해 원활한 의사소통을 하고 있다고 생각하는가?
	사 회 적 차 원	기업신뢰성	기업이 사회일반이나 이해관계자 집단으로부터 두터운 신뢰를 얻고 있다고 생각하는가?
		사회관계성	기업이 사회일반이나 이해관계자 집단들과 호의적인 관계를 유지하고 있다고 생각하는가?

제 IV 장 실태분석의 결과

제1절 신뢰도 및 타당성 검증

1. 신뢰도 검증

신뢰도(reliability)는 동일한 개념에 대해서 반복적으로 측정했을 때 나타나는 측정값들의 분산을 의미한다. 신뢰도에는 측정의 안정성, 일관성, 예측가능성, 정확성 등의 개념이 포함되어 있다. 이러한 신뢰도를 측정하고 이를 향상시킬 수 있는 방법은 재측정 신뢰도법(test-retest method), 반분신뢰도법(half-split method), 복수구성법(multiple from method), 내적 일관성 검사법(internal consistency test method)등이 있다.

재측정 신뢰도법은 첫 번째 검사에 대한 피검사자의 기억이 두 번째 검사의 응답에 영향을 미쳐 상관관계가 높아지게 할 가능성이 있고, 반분신뢰도법은 분할할 수 있는 조합의 수가 많기 때문에 신뢰성계수가 조합에 따라 달라질 수 있다는 한계를 지니고 있다. 복수구성법의 설문내용은 그대로 두되 설문 형식을 바꾸거나 다시 배열하여 분석해야 하는 어려움 때문에 사용하기가 곤란하다. 본 연구에서는 내적 일관성에 의한 신뢰도 검사방법을 채택하기로 하였다.

측정도구인 설문지에 포함되어 있는 다항목변수들의 내적 일관성(internal consistency) 검토에 의한 신뢰성(reliability)판단을 위해서 크론바하 α 계수(cronbach's alpha coefficient)를 계산하였는데 그 내용은 <표 IV-1>과 같다.

일반적으로 Cronbach's alpha 값이 0.6이상이면 신뢰도가 비교적 높다고 평가되는데(채서일, 2001) 분석결과 모든 경우에 α 값이 0.8이상으로 나타나 있으므로 본 조사에 사용된 다항목 변수들의 신뢰도는 상당히 높다고 판정할 수 있다.

<표 IV-1> 다항목변수들의 구성과 신뢰도분석 결과

변수명	기호	설문구성	크론바하 α계수 값
대외적·적극적윤리	OPET	=OPET1+ OPET2+ OPET3+ OPET4+ OPET5	0.8930
대내적·적극적윤리	IPET	=IPET1+ IPET2+ IPET3+ IPET4+ IPET5	0.9028
대외적·소극적 윤리	ONET	=ONET1+ ONET2+ ONET3+ ONET4+ ONET5	0.8894
대내적·소극적윤리	INET	=INET1+ INET2+ INET3+ INET4+ INET5	0.9729
적극적윤리	PET	=OPET1+ OPET2+ OPET3+ OPET4+ OPET5 + IPET1+ IPET2+ IPET3+ IPET4+ IPET5	0.9357
소극적윤리	NET	=ONET1+ ONET2+ ONET3+ ONET4+ ONET5 + INET1+ INET2+ INET3+ INET4+ INET5	0.9287
대외적윤리	OET	=OPET1+ OPET2+ OPET3+ OPET4+ OPET5 + ONET1+ ONET2+ ONET3+ ONET4+ ONET5	0.9304
대내적윤리	IET	=IPET1+ IPET2+ IPET3+ IPET4+ IPET5 + INET1+ INET2+ INET3+ INET4+ INET5	0.9295
전반적윤리	ET	=OPET+ IPET+ ONET+ INET	0.9601
직무만족	JOBS	=JOBS1+ JOBS2+ JOBS3+ JOBS4+ JOBS5	0.8928
조직몰입	ORGI	=ORGI1+ ORGI2+ ORGI3+ ORGI4+ ORGI5	0.8371
조직적응성	ADPT	=ADPT1+ ADPT2+ ADPT3+ ADPT4+ ADPT5	0.9474
조직풍토	CLIM	=CLIM1+ CLIM2+ CLIM3+ CLIM4+ CLIM5	0.9519

2. 타당성 검증

타당성이란 측정하고자 하는 개념이나 속성을 얼마나 정확하게 측정하는가를 말하는 것으로 특정 개념이나 속성을 측정하기 위하여 개발한 측정도구가 그 개념이나 속성을 정확히 반영할 수 있는 가를 나타내는 척도이다. 본 연구에서는 요인들의 설명력 누적비율(CUM.PCT)을 관찰하여 타당성을 판단하였다. 설명력 누적비율이란 요인분석 결과 고유치(eigen value)가 1.0이상인 하나 이상의 요인들의 설명력을 나타내는 지표로써, 일반적으로 0.40이상을 타당성의 기준으로 판단하고 있다. 본 연구에 있어서 각 변수들의 고유치는 1.0이상인 요인들의 설명력 누적비율은 41.6%부터 65.9%까지로 나타나고 있어 측정도구의 타당성이 높은 것으로 평가된다.

<표 IV-2> 측정도구의 타당성 검증 결과

변 수 \ 내 용	분 석 문 항 수	요 인 수	설명력 누적비율 (CUM. PCT)
대외적·적극적(OPET)	5	1	52.1%
대내적·적극적(IPET)	5	1	58.2%
대외적·소극적(ONET)	5	1	41.6%
대내적·소극적(INET)	5	1	47.8%
개인차원(JOBS)	10	2	59.8%
조직차원(ADPT/CLIM)	10	2	47.2%
사회차원(RELIB/RELAT)	2	2	65.9%

제2절 윤리경영의 수준

본 연구의 첫 번째 분석과제인 영남지역 기업체의 전반적인 윤리수준을 파악하기 위하여 윤리경영의 전반적 수준과 유형별 수준을 파악한 다음, 윤리경영의 수준을 측정하기 위해서 사용한 각 항목의 수준을 파악한 후, 비슷한 수준의 윤리경영 수준을 나타내는 표본들을 군집화하여 군집별 인구통계적 특성과 일반적 특성을 파악하였다.

1. 윤리경영의 유형별 수준

윤리경영의 전반적 수준과 유형별 수준을 파악하기 위한 기술통계량 산출 결과는 <표 IV-3>와 같다.

<표 IV-3> 윤리경영의 전반적 수준과 유형별 수준

기업윤리	평 균	(5점평균)	표준편차	왜도	첨도	95%신뢰구간
전반적	70.179 ^a	(3.508)	15.879	-.893	-.313	68.64571.733
대내적	36.730 ^b	(3.673)	8.119	-.646	-.515	35.92437.531
대외적	33.457 ^b	(3.345)	8.237	-1.105	-.139	32.65634.254
대내적·적극적	18.652 ^c	(3.730)	4.341	-.575	-.552	18.23619.077
대내적·소극적	18.035 ^c	(3.607)	48.379	-.829	-.355	17.61518.453
대외적·소극적	17.808 ^c	(3.562)	4.337	-.986	-.106	17.35718.226
대외적·적극적	15.594 ^c	(3.119)	4.435	-1.123	-.067	15.16716.103

주) a: 100점 만점, b: 50점 만점, c: 25점 만점, 표본 수 :430

첫째, 윤리경영의 전반적 수준을 측정하기 위해 사용한 20개 항목을 각5점으로 평가했을 경우 총점은 100점이 되는데, <표 IV-2>에서 보는 바와 같이 평균치가 70.179로 나타났다. 이 수치는 5점 척도에서는 약 3.508점의 평균치에 해당된다. 이것은 적극적 윤리항목의 경우는, ‘될수록 하는 것이 좋다’는 응답과 ‘해야 한다’는 응답의 중간에 해당되며, 소극적 윤리 항목의 경우는 ‘될수록 안하는 것이 좋다’는 응답과 ‘해서는 안 된다’는 응답의 중간에 해당되는 수준이다.

둘째, 윤리경영을 대내적 윤리와 대외적 윤리로 양분하여 그 수준을 비교해 볼 때, 대내적 윤리수준의 평균치(36.730)가 대외적 윤리수준인 평균치(33.456)보다 크게 나타나고 있다. 이러한 결과로 영남지역 경영자는 대외적인 가치보다는 대내적인 측면을 더 중요시하고 있는 윤리구조를 가지고 있음을 알 수 있다.

셋째, 대내적 윤리를 다시 대내적 소극적 윤리와 대내적 적극적 윤리로 구분하여 그 수준을 비교해 보면, 대내적 · 적극적 윤리수준(3.730)이 대내적 · 소극적 윤리수준(3.607)보다 높게 나타나고 있다. 대내적 · 적극적 윤리라는 것이 기업이 내부적 측면에서 할수록 좋은 활동 즉, 행위권장적인 경영활동을 말한다는 점에서 볼 때, 영남지역 경영자들은 대내적으로 경영의 질을 높이기 위한 항목들을 중요시하고 있다고 해석할 수 있다.

넷째, 대외적 윤리를 다시 대외적 · 소극적 윤리와 대외적 · 적극적 윤리로 세분하여 그 수준을 비교해 보면, 대외적 · 적극적 윤리수준(3.119)이 대

외적 · 소극적 윤리수준(3.562)보다 낮게 나타나고 있다. 이는 영남지역 경영자들은 대외적 측면보다 경영이 내실화를 상대적으로 중요시하고 있음을 알 수 있다.

2. 윤리경영의 항목별 수준

윤리경영의 수준을 측정하기 위해 사용한 20개 항목 각각에 대한 기술통계분석의 결과는 <표 IV-4>과 같다.

<표 IV-4> 윤리경영의 항목별 수준

윤리경영항목	통계량	평균	순위	표준편차	왜도	첨도	95% 신뢰구간
생산성과 품질향상		4.051	1	.952	-.685	-.247	3.9584.143
산업재해와 질병의 예방		3.888	2	1.063	-.678	-.188	3.7843.990
공해유발, 유해식품 제조		3.878	3	.997	-.516	-.478	3.7813.973
부당한 연구개발		3.783	4	1.032	-.527	-.423	3.6803.881
불실경영		3.770	5	1.111	-.626	-.537	3.6633.877
임금채불, 부당노동행위		3.745	6	1.138	-.747	-.090	3.6253.845
소비자만족 경영		3.717	7	1.036	-.502	-.438	3.6113.811
불친절		3.624	8	.992	-.328	-.551	3.5273.718
혁신적 경영		3.586	9	1.065	-.474	-.341	3.4853.699
기업기밀의 누설		3.545	10	1.009	-.568	-.055	3.4453.641
허위과대 광고		3.538	11	1.053	-.163	-.881	3.4363.638
기업재산 유용		3.530	12	1.086	-.385	-.564	3.4233.635
매점매석, 가격조작		3.521	13	1.036	-.333	-.358	3.4213.619
불공정 인사		3.451	14	1.045	-.526	-.116	3.3573.552
환경보전 자원보전		3.425	15	1.157	-.223	-.885	3.3143.537
종업원 복지후생 향상		3.381	16	.995	-.443	-.265	3.2853.475
불성실 정보공시		3.306	17	1.127	-.228	-.746	3.1943.415
사회복지의 향상		3.206	18	.960	-.238	-.568	3.1133.302
생활의 질 향상		2.834	19	1.080	.012	-.812	2.7272.933
교육학술, 문화체육지원		2.423	20	1.065	.157	-.963	2.3172.524

평균적으로 가장 높은 수준을 타내고 있는 항목은 생산성과 품질의 향상 (4.051)이고, 가장 낮은 수준을 보이고 있는 것은 교육학술, 문화체육지원 (2.423)이다.

‘할수록 좋은 행위’, 행위권장적인 적극적 윤리 면에서는 생산성과 품질향상, 산업재해와 질병의 예방, 부단한 연구개발 등이 상대적으로 높은 수준을 나타냈고, ‘하지 말아야 할 행위’, 행위금지적인 소극적 윤리 면에서는 공해유발과 유해식품 제조, 부실경영, 임금체불과 부당노동행위 등이 상대적으로 높은 수준을 나타냈다. 상대적으로 덜 중요시하는 것은 일반인의 생활의 질 향상을 위한 노력, 교육학술 및 문화체육의 지원으로 나타났다.

3. 윤리경영의 수준별 특성

윤리경영의 수준별 인구통계적 특성과 일반적 특성을 알아보기 위하여 먼저, 윤리경영의 네 가지 유형의 수준을 기준으로 표본을 군집화한 다음, 군집을 나타내는 변수와 인구통계적 특성을 나타내는 변수에 대해 교차분석을 실시하였다.

군집화를 위한 방법으로는 최근거리 중심점 정렬(nearest centroid sorting)에 기초한 알고리즘인 신속군집분석(quick clustering)기법을 사용하였다. 군집 수는 각 군집의 사례 수 구성비의 적절성, 군집의 해석 내용성, 각 변수의 차이분석 결과상 통계적 유의성 등을 고려하여 3개로 하였는데 그 결과는 <표 IV-5>와 같다.

<표 IV-5> 윤리경영의 유형별 수준을 기준으로 한 군집분석 결과

1. 최종군집중심치						
군집	대외적·적극적 윤리	대내적·적극적 윤리	대외적·소극적 윤리	대내적·소극적 윤리	사례수	구성비
1	19.956	22.285	22.216	21.976	167	38.8%
2	14.128	18.543	14.449	17.408	171	39.9%
3	10.314	12.208	12.581	12.161	92	21.3%

2. 분산분석				
변수(윤리경영)	군집평균자승(자유도)	오차평균자승(자유도)	F값	P값
대외적·적극적	2,875.408 (2)	5.577 (425)	515.592	0.000
대내적·적극적	2,828.399 (2)	4.879 (425)	579.596	0.000
대외적·소극적	2,857.438 (2)	4.778 (425)	597.981	0.000
대내적·소극적	2,728.842 (2)	5.667 (425)	481.588	0.000

주) 분산분석은 네 가지 분산분석의 결과를 하나의 표로 나타낸 것임.

<표 IV-5>에서 1은 군집을 3개로 하였을 때, 기준변수인 네 가지 유형의 윤리경영 수준들의 중심치를 나타내 보이고 있다. 중심치는 군집1의 경우가 가장 높고, 군집2의 경우는 중간수준이며, 군집3의 경우는 가장 낮게 나타나 있는데, 이는 군집1을 고수준 윤리경영의 기업군, 군집2를 중수준 윤리경영의 기업군, 그리고 군집3을 저수준 윤리경영의 기업군으로 해석할 수 있다.

군집1에 속하는 기업은 38.8%를 차지하는 167개사이고, 군집2에 속하는 기업은 39.9%를 차지하는 171개사이며, 군집3에 속하는 기업은 전체의 21.3%에 해당하는 92개사이다. 이러한 군집들이 인구통계학적으로 어떠한 특성을 가지고 있는가를 파악하고 그들간의 관련성 여부를 파악하기 위해서 군집을 나타내는 변수와 인구통계적 특성을 나타내는 변수들에 대해 교차분석을 실시하였는데 그 결과는 <표 IV-6>와 같다.

<표 IV-6> 군집별 인구통계적 특성과 일반적 특성

교차분석결과	사례 수 (%)	윤리경영			χ^2 검정 결함도
		고수준군	중수준군	저수준군	
윤리경영 수준과 연령	30대 이하	44 32.4	65 47.8	27 19.9	χ^2 : 47.030 DF: 8 P값 : .000 상황계수 : .424 P값 : .000
	40대	62 38.3	63 38.9	37 22.8	
	50대이상	64 48.5	49 37.1	19 14.4	
윤리경영 수준과 성별	남성	155 38.9	157 39.4	86 21.6	χ^2 : .0298 DF: 2 P값 : .861 상황계수 : .027 P값 : .862
	여성	10 31.2	14 43.8	8 25.0	
윤리경영 수준과 학력	고교졸업	63 66.3	17 17.9	15 15.8	χ^2 : .13.973 DF: 4 P값 : .007 상황계수 : .183 P값 : .007
	대학졸업	88 38.9	97 42.9	41 18.1	
	대학원졸업	40 36.7	41 37.6	28 25.7	
윤리경영 수준과 근무기간	5년이하	23 20.5	68 60.7	21 18.8	χ^2 : .29.707 DF: 8 P값 : .000 상황계수 : .462 P값 : .000
	6-15년	73 48.3	51 33.8	27 17.9	
	16년이상	93 55.7	45 26.9	29 17.4	

윤리경영 수준과 직위계층	최고경영층	61 47.3	40 31.0	28 21.7	χ^2 : 21.527 DF: 6 P값 : .000 상황계수 : .427 P값 : .000
	중간관리층	55 36.2	63 41.4	34 22.4	
	일반사원	53 35.6	76 51.0	20 13.4	
윤리경영 수준과 종업원 규모	1백명미만	51 34.7	49 33.3	47 32.0	χ^2 : 47.009 DF: 8 P값 : .000 상황계수 : .329 P값 : .000
	1001000명	65 40.1	51 31.5	46 28.4	
	1000명이상	69 57.0	34 28.1	18 14.9	
윤리경영 수준과 매출액규모	10억원미만	36 36.7	32 32.7	30 30.6	χ^2 : .35.873 DF: 8 P값 : .000 상황계수 : .384 P값 : .000
	10100억미만	66 41.0	48 29.8	47 29.2	
	100억원이상	96 56.1	49 28.7	26 15.2	
윤리경영 수준과 업종	제조업	109 39.9	111 40.7	53 19.4	χ^2 : 1.674 DF: 2 P값 : .000 상황계수 : .441 P값 : .000
	비제조업	59 37.6	59 37.6	39 24.8	
윤리경영 수준과 상장여부	상장	106 43.4	117 48.0	21 8.6	χ^2 : 35.540 DF: 2 P값 : .000 상황계수 : .383 P값 : .000
	비상장	71 38.2	58 31.2	57 30.6	

()안은 백분비, 표본 수 : 430

윤리경영 수준별 군집과 응답자의 연령과의 교차분석 결과를 보면, 30대 이하의 경우에는 중수준군의 구성비율이 높고(47.8%), 40대의 경우에는 고수준군과 저수준군의 구성비율이 비슷하며, 50대 이상에서는 고수준군의 구성비율이 높다(48.5%), 상황계수의 값은 42.4%로 나타나 두 변수간에 비교적 높은 관련성이 있음을 말해주고 있다.

근무기간과의 관계를 보면, 5년 이하의 경우에는 중수준군의 구성비율이 높고(60.7%), 근무기간이 길수록 고수준군의 구성 비율이 높게 나타나고 있다. 상황계수 값은 46.2%로 두 변수간에 비교적 높은 관련성이 있음을 보여 주고 있다. 지위계층과의 관계를 보면, 고위계층일수록 고수준군의 구성 비율이 높게 나타나고 있으며, 상황계수 값은 42.7%로서 두 변수간에 비교적 높은 관련성이 있음을 알 수 있다.

종업원 및 매출액을 기준으로 한 기업규모와의 관계를 보면, 규모가 클수록 고수준군의 구성 비율이 높게 나타나는 경향을 보이고 있으며, 상황계수 값도 32.9%, 38.4%로서 두 변수간에 어느 정도 높은 관련성이 있음을 나

타내고 있다. 제조업과 비제조업의 경우에는 저수준군의 구성 비율이 비제조업의 경우가 상대적으로 약간 높게 나타나고 있고, 상황계수 값은 44.1%로 비교적 크게 나타나고 있다.

상장기업과 비상장기업간의 경우에는 상장기업의 경우가 중·고수준군의 구성 비율이 모두 상대적으로 높게 나타나고 있고, 상황계수 값은 38.3%로 어느 정도 높은 편이다. 위에서 살펴본 모든 경우에 두 변수간의 독립성 검증과 관련성 검증을 위한 카이 자승검증과 결합도 검증에서 P값이 모두 .000으로 나타나서 통계적으로 유의함을 알 수 있다.

결론적으로 볼 때, 연령과 직위가 높을수록, 근무기간이 길수록, 그리고 기업규모가 클수록 윤리수준이 높은 경향이 있고, 상장기업이 비상장기업보다, 제조기업이 비제조기업보다 윤리수준이 상대적으로 높은 경향이 있음을 알 수 있다.

제3절 윤리경영의 수준과 경영성과와의 관련성

윤리경영의 수준과 경영성과와의 관련성을 파악하기 위해서 먼저 윤리경영 수준을 기준으로 한 군집을 독립변수로 하고, 개인적 · 조직적 · 사회적 차원의 성과요인을 각각 종속변수로 하는 일원분산분석을 실시하였다. 그리고 다중교차분석을 위해서 던칸 검증(Duncan test)을 유의수준 0.1로 하여 실시하고, 통계적으로 유의한 평균차이를 보이는 쌍들을 “*”로 표시하였다. 윤리경영의 네 가지 유형별 수준을 독립변수로 하고 개인적 · 조직적 · 사회적 차원의 성과요인을 각각 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였다. 다중회귀분석을 실시하기에 앞서, 다중공선성(multicollinearity)의 발생가능성을 검토하기 위하여 독립변수로서의 윤리경영의 네 가지 유형별 수준간의 상관분석을 실시하였는데 그 결과는 <표 IV-7>과 같다.

<표 IV-7> 윤리경영의 네 가지 유형별 수준간의 상관관계분석 결과

대외적 적극적	1.000			
대내적 적극적	.585 ^a	1.000		
대외적 소극적	.463 ^a	.442 ^a	1.000	
대내적 소극적	.527 ^a	.472 ^a	.498 ^a	1.000
윤리경영 유형	대외적 적극적	대내적 적극적	대외적 소극적	대내적 소극적

주) a: $\alpha=0.01$ 미만수준에서 통계적으로 유의함.

<표 IV-7>에서 보는 바와 같이 분산분석 결과 개인적 차원, 조직적 차원 및 사회적 차원에서 모든 상관관계수 값이 0.8 이하 이므로 독립변수로서의 네 가지 윤리경영 수준 간에는 다중공선성이 존재하지 않는다고 해석할 수 있다.

1. 개인적 차원의 성과요인과의 관련성

윤리경영의 수준과 개인적 차원의 성과요인과의 관련성을 분석하기 위하여 윤리경영의 수준을 기준으로 한 군집을 독립변수로 하고 개인적 차원의 성과요인을 종속변수로 하여 일원분산분석을 실시하였다. 그 다음 윤리경영의 네 가지 유형별 수준을 독립변수로 하고 개인적 차원의 성과요인들을 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였다.

(1) 윤리경영의 수준과 직무만족과의 관련성

윤리경영의 수준에 따라 직무만족도가 어떻게 달라지는지를 검토하기 위하여 앞에서 도출한 기업윤리 수준별 군집을 독립변수로 하고, 직무만족을 종속변수로 하여 일원분산분석을 실시하였는데 그 결과는 <표 IV-8>과 같다.

<표 IV-8> 군집별 직무만족의 차이분석 결과

1. 분산분석표					
원 천	자유도	자승합	평균자승	F비율	P값
집단간	2	4,344.739	2,172.365	307.071	.000
집단내	424	2,851.017	7.074		
총	426	7,195.756			

2. 집단별 직무만족						
집 단	사례수	평균(5점평균)	표준편차	표준오차	95%신뢰구간	다중비교
고수준	167	18.481(3.696)	2.691	.214	18.058-18.904	1-2*
중수준	170	13.574(2.714)	2.713	.213	13.153-13.995	1-3*
저수준	91	10.023(2.004)	2.492	.268	9.488-10.557	2-3*
전 체	428	14.731(2.964)	4.215	.209	14.320-15.142	

<표 IV-8>에서 보는 바와 같이 P값이 .000임을 보아 기업윤리 수준에 따른 군집별 직무만족의 차이가 통계적으로 유의한 것임을 알 수 있다. 군집별 직무만족도를 확인하기 위하여 시행한 다중비교(던칸 검증을 사용)의 결과도 모든 쌍들간의 직무만족도에 유의적 차이를 나타내고 있다.

보다 구체적으로 볼 때, 고수준군의 경우에 직무만족의 평균치가 가장 높고, 저수준군으로 내려갈수록 직무만족의 평균치가 낮아지는 경향이 나타나고 있다. 이로써 기업윤리수준이 높을수록 직무만족의 정도가 높아진다고 결론내릴 수 있겠다.

윤리경영의 네 가지 유형별 수준이 직무만족에 어떠한 영향을 미치는가를 분석하여 기위하여, 윤리경영의 네 가지 유형별 수준을 독립변수로 하고 직무만족을 종속변수로 하여 단계별 투입방식에 의한 다중회귀분석을 실시하였는데 그 결과는 <표 IV-9>과 같다.

<표 IV-9> 윤리경영의 유형별 수준과 직무만족과의 회귀분석 결과

상 수	독 립 변 수			
	대외적·적극적 윤리	대내적·적극적 윤리	대외적·소극적 윤리	대내적·소극적 윤리
회귀계수 -.173 ^a	.404 ^a	.230 ^a	.121 ^b	.118 ^b
(t값) (-.321)	(8.617)	(4.675)	(2.423)	(2.421)
표준계수	.426	.237	.124	.123
F값 = 231.867 ^a				
조정결정계수= .695				

주) a: $\alpha=0.01$ 미만수준에서 통계적으로 유의함.

b: $\alpha=0.05$ 미만수준에서 통계적으로 유의함.

전체적인 회귀식에 대한 F검증의 결과로 회귀식이 통계적으로 유의함이 인정되며, 각 회귀계수들에 대한 t검증의 결과로 회귀계수들의 통계적 유의성도 인정된다. 회귀식의 설명력은 결정계수치에 나타난 바와 같이 약70%에 이르고 있다. 윤리경영의 유형별 수준 모두가 직무만족에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 판명되었다. 그 영향정도는 대외적·적극적 윤리, 대내적·적극적 윤리, 대외적·소극적 윤리, 대내적·소극적 윤리의 순으로 나타났다. 이로써 직무만족은 윤리경영의 네 가지 유형 중에서 대외적·적극적 윤리와 대내적·적극적 윤리의 영향을 크게 받음을 알 수 있다.

(2) 윤리경영의 수준과 조직몰입과의 관련성

윤리경영의 수준에 따라 조직몰입이 어떻게 달라지는지를 파악하기 위해 윤리경영의 수준별 군집을 독립변수로 하고 조직몰입을 종속변수로 하여 일원분산분석을 실시한 결과는 <표 IV-10>와 같다.

<표 IV-10> 군집별 조직몰입의 차이분석 결과

1. 분산분석표					
원 전	자유도	자승합	평균자승	F비율	P값
집단간	2	5,393.565	2,696.782	294.141	.000
집단내	424	3,694.841	9.170		
총	426	9,088.396			

2. 집단별 조직몰입						
집 단	사례수	평균(5점평균)	표준편차	표준오차	95%신뢰구간	다중비교
고수준	167	21.039(4.207)	2.872	.228	20.585-21.488	1-2*
중수준	170	15.401(3.081)	3.228	.252	14.900-15.903	1-3*
저수준	91	11.697(2.338)	2.915	.315	11.071-12.321	2-3*
전 체	428	16.737(3.347)	4.737	.235	16.348-17.272	

<표 IV-10>에서 조직몰입의 군집별 차이분석 결과를 보면, p값이 .000임을 보아 윤리경영의 수준에 따른 군집별 조직몰입의 차이가 통계적으로 유의함을 알 수 있다. 다중비교의 결과도 모든 쌍들의 평균들이 유의한 차이를 나타내고 있고, 조직몰입의 정도는 고군집군, 중수준군, 저수준군의 순으로 나타나고 있음을 알 수 있다.

윤리경영의 유형별 수준이 조직몰입에 어떠한 영향을 미치는가를 파악하기 위하여, 윤리경영의 네 가지 유형별 수준을 독립변수로 하고 조직몰입을 종속변수로 하여 단계적 투입방식에 의한 회귀분석을 실시하였는데 그 결과는 <표 IV-11>과 같다.

<표 IV-11> 윤리경영의 유형별 수준과 조직몰입과의 회귀분석 결과

상 수	독 립 변 수			
	대내적·소극적 윤리	대외적·적극적 윤리	대내적·적극적 윤리	대외적·소극적 윤리
회귀계수 -.009 ^a	.290 ^a	.285 ^a	.204 ^a	.185 ^a
(t값) (-.014)	(4.925)	(5.079)	(3.463)	(3.103)
표준계수	.268	.267	.187	.169

F값 = 192.251^a
조정결정계수 = .653

주) a: α=0.01미만수준에서 통계적으로 유의함.

전반적인 회귀식에 F검증의 결과로 회귀식이 통계적으로 유의함이 확인되며, 각 회귀계수들에 대한 t검증의 결과로 회귀계수들의 통계적 유의성도 확인된다. 회귀식의 설명력은 조정결정계수치가 나타내주는 바와 같이 약 65%에 이르고 있다. 윤리경영의 유형별 수준 모두가 조직몰입에 공통적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 그 영향정도를 보면 대내적 · 소극적 윤리, 대외적 · 적극적 윤리, 대내적 · 적극적 윤리, 그리고 대외적 · 소극적 윤리의 순을 보이고 있다.

2. 조직적 차원의 경영성과와의 관련성

윤리경영의 수준과 조직적 차원의 경영성과와의 관련성을 파악하기 위하여 윤리경영의 수준을 기준으로 한 군집을 독립변수로 하고, 조직적 차원의 성과요인을 종속변수로 하는 일원분산분석을 실시한 후, 그 다음에 윤리경영의 유형별 수준을 독립변수로 하고 조직적 차원의 성과요인을 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시하였다.

(1) 조직적응성과의 관련성

윤리경영의 수준에 따라 조직적응성이 어떻게 달라지는지를 분석하기 위하여, 윤리경영의 수준에 따른 군집을 독립변수로 하고, 조직적응성을 종속변수로 하는 일원분산분석을 실시한 결과는 <표 IV-12>과 같다.

<표 IV-12> 군집별 조직적응성의 차이분석 결과

1. 분산분석표					
원 천	자유도	자승합	평균자승	F비율	P값
집단간	2	5,423.512	2,711.758	222.941	.000
집단내	424	4,901.898	12.164		
총	426	10,325.412			

2. 집단별 조직적응성						
집 단	사례수	평균(5점평균)	표준편차	표준오차	95%신뢰구간	다중비교
고수준	167	17.637(3.536)	3.540	.282	17.128-18.238	1-2* 1-3* 2-3*
중수준	170	11.661(2.332)	3.849	.301	11.062-12.157	
저수준	91	8.534(1.707)	2.538	.273	7.990- 9.078	
전 체	428	13.343(2.666)	5.048	.250	12.849-13.836	

<표 IV-12>에서 보는 바와 같이 p값이 .000임을 보아 윤리경영의 수준에 따라 군집별 조직적응성 차이가 통계적으로 유의함을 알 수 있다. 추가적으로 다중비교를 위해 실시한 던칸 검증의 결과도 역시 모든 쌍들간에 통계적으로 유의한 차이가 있음을 입증해 주고 있다.

보다 구체적으로 살펴보면, 조직적응성의 평균이 기업윤리 수준이 높은 고수준군에서 가장 높게 나타났고, 저수준군에서 가장 낮게 나타났다. 따라서 윤리경영의 수준이 높을수록 조직적응성도 높아진다고 볼 수 있겠다. 윤리경영의 유형별 수준이 조직적응성에 어떠한 영향을 미치는가를 검토하기 위하여 윤리경영의 유형별 수준을 독립변수로 하고 조직적응성을 종속변수로 하여 실시한 다중회귀분석 결과는 <표 IV-13>와 같다.

<표 IV-13> 윤리경영의 유형별 수준과 조직적응성과의 회귀분석 결과

상 수	독 립 변 수			
	대외적·소극적 윤리	대내적·소극적 윤리	대외적·적극적 윤리	대내적·적극적 윤리
회귀계수 -3.830 ^a (t값) (-5.109)	.326 ^a (4.748)	.278 ^a (4.077)	.233 ^a (3.605)	.145 ^b (2.124)
표준계수	.280	.241	.205	.124
F값 = 149.742 ^a	조정결정계수= .594			

주) a: $\alpha=0.01$ 미만수준에서 통계적으로 유의함.

b: $\alpha=0.05$ 미만수준에서 통계적으로 유의함.

전반적인 회귀식에 대한 F검증의 결과로 회귀식이 통계적으로 유의함이 확인되며, 각 회귀계수들에 대한 t검증의 결과로 회귀계수들의 통계적 유의성도 확인된다. 회귀식의 설명력은 조정결정계수에 나타난 바와 같이 약 59%에 이르고 있다. 윤리경영의 유형별 수준 모두가 조직적응성에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 판명되었다.

이들의 중요도는 대외적 · 소극적 윤리, 대내적 · 소극적 윤리, 대외적 · 적극적 윤리, 대내적 · 적극적 윤리 수준의 순임을 알 수 있다. 결국 조직적응성은 대외적 · 소극적 윤리와 대내적 · 소극적 윤리의 영향을 크게 받을 수 있다.

(2) 조직풍토와의 관련성

조직풍토가 윤리경영의 수준에 따라 어떻게 달라지는지를 알아보기 위해 군집별 수준을 독립변수로 하고 조직풍토를 종속변수로 하여 일원분산분석을 실시한 결과는 <표Ⅳ-14>과 같다.

<표 Ⅳ-14> 군집별 조직풍토의 차이분석 결과

1. 분산분석표						
원 천	자유도	자승합	평균자승	F비율	P값	
집단간	2	5,428.075	2,664.038	221.069	.000	
집단내	424	4,856.436	12.050			
총	426	10,184,512				

2. 집단별 조직풍토						
집 단	사례수	평균(5점평균)	표준편차	표준오차	95%신뢰구간	다중비교
고수준	167	18.069(3.613)	3.434	.274	17.529-18.609	1-2*
중수준	170	12.290(2.458)	3.787	.298	11.702-12.877	1-3*
저수준	91	8.887(1.777)	2.858	.308	8.270- 9.406	2-3*
전 체	428	13.317(2.663)	5.148	.247	13.022-14.307	

분산분석표상의 우측에 나와 있는 p값이 .000임을 보아 윤리경영의 수준에 따른 군집별 조직분위기의 차이가 통계적으로 유의한 것임을 알 수 있다. 다중비교의 결과도 역시 모든 쌍들에 대해 통계적 유의성을 확인해 주고 있다.

조직풍토의 경우도 조직적응성의 경우와 마찬가지로 윤리경영의 수준이 높은 고수준군의 경우에서 가장 높은 평균치를 보이고 있으며, 중수준군과 저수준군의 경우에는 보다 낮은 평균치를 보이고 있다. 그러므로 기업윤리 수준이 높을수록 조직풍토가 좋아진다고 결론지을 수 있겠다.

다음은 윤리경영의 유형별 수준이 조직풍토에 미치는 영향을 분석하기 위하여 윤리경영의 유형별 수준을 독립변수로 하고 조직풍토를 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시하였는데 그 결과는 <표 Ⅳ-15>와 같다.

<표 IV-15> 윤리경영의 유형별 수준과 조직풍토와의 회귀분석 결과

상 수	독 립 변 수			
	대외적·적극적 윤리	대내적·소극적 윤리	대내적·적극적 윤리	대외적·소극적 윤리
회귀계수 -3.573 ^a	.317 ^a	.296 ^a	.197 ^a	.191 ^a
(t값) (-5.013)	(5.152)	(4.576)	(3.053)	(2.919)
표준계수	.281	.258	.171	.165
F값 = 172.484 ^a				
조정결정계수 = .628				

주) a: $\alpha=0.01$ 미만수준에서 통계적으로 유의함.

전반적인 회귀식에 대한 F검증의 결과로 회귀식의 통계적 유의성이 확인되며, 회귀계수들에 대한 t검증의 결과로 회귀계수들의 통계적 유의성도 확인된다. 회귀식의 설명력은 약62%로 비교적 높은 편이다.

윤리경영의 유형별 수준 모두가 조직풍토에 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있음이 입증되었다. 이 네 가지 유형별 수준의 영향정도는 표준계수의 값을 보아서 대외적 · 적극적 윤리, 대내적 · 소극적 윤리, 대내적 · 적극적 윤리 그리고 대외적 · 소극적 윤리의 순임을 알 수 있다.

3. 사회적 차원의 경영성과와의 관련성

윤리경영의 수준과 사회적 차원의 경영성과와의 관련성을 파악하기 위해 윤리경영의 수준에 따른 군집을 독립변수로 하고, 사회적 차원의 성과요인으로 선정한 기업신뢰성과 사회관계성을 각각 종속변수로 하여 일원분산분석을 실시하였다.

그 다음에 윤리경영의 유형별 수준을 독립변수로 하고 사회적 차원의 성과요인을 각각 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였다. 독립변수의 투입은 역시 단계별 투입방식을 택했다.

(1) 기업신뢰성과의 관련성

윤리경영의 수준에 따른 군집을 독립변수로 하고, 기업신뢰성을 종속변수로 하여 실시한 일원분산분석의 결과는 다음과 같다.

<표 IV-16> 군집별 기업신뢰성의 차이분석 결과

1. 분산분석표					
원 천	자유도	자승합	평균자승	F비율	P값
집단간	2	316.514	158.076	287.361	.000
집단내	424	221.687	0.551		
총	426	537.842			

2. 집단별 기업신뢰성						
집 단	사례수	평균	표준편차	표준오차	95%신뢰구간	다중비교
고수준	167	4.038	.6374	.050	3.937-4.138	1-2*
중수준	170	2.962	.8654	.068	2.556-2.827	1-3*
저수준	91	1.767	.6628	.071	1.625-1.909	2-3*
전 체	428	3.015	1.1424	.056	2.907-3.1312	

<표 IV-16>에서 보는 바와 같이 p값이 .000임을 보아 윤리경영의 수준에 따른 군집별 기업신뢰성의 차이가 통계적으로 유의한 것임을 알 수 있다. 다중비교의 결과를 보아, 모든 쌍들에 있어서 기업신뢰성의 차이들도 역시 통계적으로 유의성이 있음을 확인할 수 있다. 윤리경영의 수준이 높은 집단일수록 기업신뢰성의 평균치가 높게 분포되어 있음을 볼 때 윤리경영의 수준이 높을수록 기업신뢰성 향상된다고 말할 수 있다.

다음은 기업신뢰성이 유형별 윤리경영 수준의 영향을 어떻게 받는지를 검토하기 위해 유형별 윤리경영의 수준을 독립변수로 하고, 기업신뢰성을 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였는데 그 결과는 <표 IV-17>와 같다.

<표 IV-17> 윤리경영의 유형별 수준과 기업신뢰성과의 회귀분석 결과

상 수	독 립 변 수			
	대외적·적극적 윤리	대외적·소극적 윤리	대내적·소극적 윤리	대내적·적극적 윤리
회귀계수 -1.131 ^a (t값) (-7.488)	.080 ^a (6.162)	.060 ^a (4.369)	.057 ^a (4.191)	.041 ^a (3.052)
표준계수	.309	.228	.217	.157
F값 = 221.080 ^a		조정결정계수 = .683		

주) a: α=0.01미만수준에서 통계적으로 유의함.

전반적인 회귀식에 대한 F검증의 결과로 회귀식의 통계적 유의성이 확인되며, 회귀계수들에 대한 t검증의 결과로 회귀계수들의 통계적 유의성도 확인된다. 회귀식의 설명력은 조정결정계수치에 나타난 바와 같이 약 68%에 이르고 있음을 알 수 있다.

윤리경영의 유형별 수준 모두가 기업신뢰성에 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있음이 확인되었다. 특히 기업신뢰성은 대외적 윤리수준의 영향을 크게 받고 있음이 나타났다. 중요도를 보면 대외적 · 적극적 윤리, 대외적 · 소극적 윤리, 대내적 · 적극적 윤리, 대내적 · 소극적 윤리의 순으로 나타났다.

(1) 사회관계성과의 관련성

윤리경영의 수준에 따른 군집을 독립변수로 하고, 사회관계성을 종속변수로 하여 실시한 일원분산분석의 결과는 <표 IV-18>과 같다.

<표 IV-18> 군집별 사회관계성의 차이분석 결과

1. 분산분석표

원 천	자유도	자승합	평균자승	F비율	P값
집단간	2	248.965	124.048	289.878	.000
집단내	424	239.129	0.591		
총	426	486.287			

2. 집단별 사회관계성

집 단	사 례 수	평균	표준편차	표준오 차	95%신뢰구간	다중비교
고수준	167	3.943	.716	.057	3.830-4.054	1-2*
중수준	170	2.753	.840	.067	2.622-2.883	1-3*
저수준	91	1.930	.717	.078	1.776-2.083	2-3*
전 체	428	3.041	1.097	.054	2.935-3.148	

<표 IV-18>에서 보는 바와 같이 p값이 .000으로 나타나 윤리경영의 수준에 따른 군집별 사회관계성의 차이가 통계적으로 유의함을 알 수 있다. 그리고 던칸검증의 결과도 모든 쌍들에 대해 통계적으로 유의한 차이가 있음을 확인시켜 주고 있다.

사회관계의 평균치는 고수준의 기업윤리군에서 가장 높으며, 그 다음이 중수준군이고, 저수준군의 경우가 가장 낮다. 따라서 윤리경영의 수준이 높을수록 사회관계성도 좋아지는 경향이 있음을 알 수 있다.

다음은 윤리경영의 유형별 수준을 독립변수로 하고, 사회관계성을 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시하였는데 그 결과는 <표 IV-19>과 같다.

<표 IV-19> 윤리경영의 유형별 수준과 사회관계성과의 회귀분석 결과

상 수	독 립 변 수		
	대외적·소극적 윤리	대외적·적극적 윤리	대내적·적극적 윤리
회귀계수	-.623 ^a	.084 ^a	.077 ^a
(t값)	(-3.927)	(6.479)	(5.607)
표준계수	.334	.313	.202
F값 = 209.868 ^a			
조정결정계수= .607			

주) a: α=0.01미만수준에서 통계적으로 유의함.

전반적인 회귀식에 대한 F검증의 결과로 회귀식의 유용성이 인정되며, 각 회귀계수에 대한 t검증의 결과로 회귀계수들의 통계적 유의성도 확인된다. 회귀식의 설명력은 조정결정계수치에 나타나 있는 바와 같이 약60%에 이르고 있다. 한편, 윤리경영의 유형별 수준 모두가 사회관계성에 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있다. 이들의 영향정도는 대외적·소극적 윤리, 대외적·적극적 윤리, 대내적·적극적 윤리 수준의 순으로 나타났으므로 결국 사회관계성은 대외적 윤리의 영향을 크게 받는다는 것을 알 수 있다.

제4절 실태분석 결과의 요약

영남지역 기업체의 윤리경영의 수준에 대한 실태분석 결과를 요약하면

첫째, 전반적으로 보아 영남지역 기업체를 중심으로 본 윤리경영 수준은 중간정도 이상인 것으로 파악되었다. 이것은 선행연구의 경우보다⁴¹⁾ 약간 높은 것인데, 이와 같은 결과는 그간에 영남지역 기업의 윤리경영의 수준이 향상되었기 때문인 것으로 해석할 수 있다.

둘째, 대내적 윤리와 대외적 윤리로 구분하여 그 수준을 비교해 볼 때, 대내적 윤리 수준이 대외적 윤리수준보다 높게 나타났다. 영남지역 기업체들은 대외적 측면보다 대내적 측면을 더 중요시하는 윤리구조를 가지고 있음을 알 수 있다.

셋째, 대내적 윤리 중에서는 대내적 측면에서 할수록 좋은 활동 즉, 행위권장적인 경영활동인 적극적 윤리수준이 하지 말아야 하는 활동 즉, 행위금지적인 경영활동인 소극적 윤리의 수준보다 상대적으로 높았다. 구체적으로 대내적 적극적 윤리에서는 생산성과 품질의 향상, 산재예방, 연구개발 등의 순으로 관심도가 높게 나타났고, 대내적 소극적 윤리에서는 부실경영, 임금체불, 기업재산 유용 등의 순으로 관심도가 높게 나타났다. 이와 같은 결과를 볼 때, 영남지역 기업체들은 대내적으로 경영의 질을 높이기 위한 항목들을 중요시하고 있음을 알 수 있다.

넷째, 대외적 기업윤리 중에서는 소극적 윤리수준이 적극적 윤리수준보다 상대적으로 높았다. 구체적으로 대외적 · 소극적 윤리에서는 공해유발, 허위과대광고, 가격조작 등의 순으로 관심도가 높게 나타났고, 대외적 · 적극적 윤리에서는 소비자만족 경영, 환경과 자원보전, 사회복지 향상 등의 순으로 관심도가 높게 나타났다. 결국 영남지역 기업체들은 경영의 내실화를 상대적으로 중요시하는 반면에, 대외적 측면은 상대적으로 덜 중요시 하는 것으로 해석할 수 있다.

또한 윤리경영의 수준과 경영성과와의 관련성을 분석한 결과를 보면

41) 신유근, 한국기업의 특성과 과제, 서울대학교 출판부, 1984 및 김용찬, 기업윤리 요인에 관한 실증적 연구, 숭실대학교 박사학위논문, 1989.

첫째, 개인적 차원에서는 윤리경영의 수준이 높을수록 직무만족과 조직몰입의 정도가 높아지는 것으로 판명되었다. 직무만족은 대외적 · 적극적 윤리수준과 대내적 · 적극적 윤리수준의 영향을 많이 받으며, 조직몰입은 대내적 · 소극적 윤리수준과 대외적 · 적극적 윤리수준의 영향을 많이 받는 것으로 분석되었다.

둘째, 조직적 차원에서는 윤리경영의 수준이 높을수록 조직적응성과 조직분위기가 좋아지는 것으로 분석되었다.

셋째, 사회적 차원에서는 윤리경영의 수준이 높을수록 기업신뢰성과 사회관계성이 양호해지는 것으로 분석되었다. 특히 기업신뢰성과 사회관계성 두 가지 모두가 대외적 기업윤리 수준의 영향을 크게 받는 것으로 분석되었다.

이상의 전체적인 결과를 종합하면, 영남지역 기업체들의 윤리경영의 수준은 전반적으로 보아 중간정도 이상의 수준에 있고, 사회적 관계 및 대외적 측면보다는 대내적 측면 혹은 경영의 내실화를 상대적으로 더 중시하는 윤리구조를 가지고 있으며, 기업의 윤리경영의 수준이 높을수록 기업조직의 성과가 향상됨을 알 수 있다.

제 V 장 결 론

실태분석결과에서 나타난 기업윤리의 수준제고를 통해서 기업성과를 향상시키기 위해서는 다음과 같은 점에 특히 노력을 경주해야 할 것이다.

첫째, 무엇보다 먼저 최고 경영자의 윤리의식을 제고하도록 노력해야 한다. 윤리경영의 수준을 결정하는 매우 중요한 요소의 하나가 바로 최고경영자의 도덕성과 그의 태도라 할 수 있다. 최고경영자의 윤리성은 그가 내리는 모든 의사결정과 행동에 큰 영향을 미치고, 그 결과는 바로 기업의 윤리경영 수준을 결정하는데 커다란 영향을 미친다는 사실이 본 연구의 결과 판명되었다. 경영자가 어떤 의사결정을 내릴 때에는 그 결과가 대외적으로 미칠 파급효과를 고려하여 윤리·도덕적인 측면에 보다 깊은 관심을 가지고 임해야 할 것이다.

둘째, 윤리적인 기업문화를 형성하는 것이 바람직하다. 기업문화가 조직구성원의 의사결정과 행동에 커다란 영향을 미치고, 기업윤리 수준 결정에 중요한 요소로 작용한다는 사실이 본 연구의 결과 밝혀졌다. 즉 윤리적이고 도덕적인 측면이 강한 기업문화가 형성되어 있을수록 기업윤리 수준은 높아지는 것으로 분석되었다.

셋째, 종업원의 윤리의식을 제고하는 문제도 매우 중요하다. 종업원은 고객이나 이해관계자 집단을 직접 상대하고, 그러한 대외적 대인관계에 있어서의 성실성과 친절이 바로 기업신뢰성과 사회관계성 형성에 크게 영향을 미친다는 측면에서 대외적 윤리성을 지닌다고 할 수 있다. 그러므로 윤리경영의 수준의 양양과 기업성과 제고를 위해서는 종업원의 윤리의식 수준의 향상과 직업윤리의 확립이 중요한 과제가 된다고 볼 수 있다.

그러나 본 연구는 사회적 성과를 측정함에 있어 기업구성원과 일반사회인을 대상으로 하지 못하고 표본기업의 구성원만을 대상으로 하였다는 점과, 구성원의 의식차원에서 경영자의 윤리수준을 측정함으로써 실제 행동적 차원의 경영자 윤리수준과는 같지 않을 수도 있다는 점 등은 연구의 한계로 지적 될 수 있겠다.

향후 연구에서는 다양한 측정요인을 활용하고, 시계열적 측면을 고려한 종단적 연구가 요청되며, 아울러 실제 행동차원의 윤리수준을 분석할 수 있고, 규모나 지역 등을 고려한 횡단적 연구가 요망된다고 하겠다.

참 고 문 헌

1. 김세원, 1998, 한국적 경제윤리의 정립, 서울: 상공회의소 한국경제연구센터.
2. 김용모, 1989, “기업윤리 요인에 관한 실증적 연구,” 숭실대학교 대학원, 박사학위 논문.
3. 박동준, 1994, “기업의 사회적 책임수행을 위한 기업윤리에 관한 연구,” 서울대학교 대학원 박사 학위논문.
4. 신유근, 2001, 기업과 사회, 서울: 경문사.
5. ———, 1984, 한국기업이 특성과 과제, 서울: 서울대학교 출판부.
6. ———, 1992, “기업윤리와 경영교육”, 한국경영학회, “한국의 기업윤리 -실상과 과제”, 서울:세경원.
7. 채서일, 1991, 사회과학조사방법론, 서울: 법문사.
8. Baumhart, R. C., S.J., 1968, *An Honest Profit: “What Business Say about Ethics in Business”*, N. Y.: Holt Rinehart and Winston.
9. Brenner, S. V. and E. A. Molander, 1977, “Is the Ethics of Business Changing?”, *Ethics for Executives, Harvard Business Review*, 23-37..
10. Kanter, R. M., 1968, "Commitment and Social Organization: A Study of Commitment Mechanism in Utopia Communities," *American Sociological Review*, 33, 499-517.
11. Locke, E. A., 1976, "The Nature and Causes of Job Satisfaction" in M. D. Dunnette(ed.) *Handbooks of Industrial and Organizational psychology*, Rand McNally.
12. Trevino, L. K., 1996, "Ethical Decision Making in Organizations: A Person-Situation Interactionist Model," *The Academy of Management Review*, 11, 3, 603-606.

<부록>

설 문 지

안녕하십니까?

본 설문지는 “영남지역 기업의 윤리경영의 수준과 경영성과에 관한 연구”를 위한 것입니다. 귀하의 업무가 매우 바쁘신 줄 아오나 본 설문지에 성심 성의껏 응답하여 주시면 감사하겠습니다.

본 조사는 무기명으로 실시되고 귀하의 응답내용은 통계적으로 처리되어 비밀이 보장되며 순수한 학문적인 목적에만 이용될 것이오니 솔직하게 응답하여 주시기를 바랍니다. 귀하의 성의 있는 답변은 저의 연구에 매우 귀중한 자료가 될 것입니다. 귀중한 시간을 할애하시어 협조하여 주신데 대하여 진심으로 감사드립니다. 아울러 작성하신 설문지는 동봉한 반신용 봉투에 넣어 보내주시면 대단히 감사하겠습니다.

귀하의 안녕과 회사의 무궁한 발전을 기원합니다.

2004. 6.

부경대학교 경영대학원
경영학과 석사과정

지도교수 : 류 태 모

연구자 : 서 정 기

I-1 다음은 윤리경영의 실태에 관한 설문입니다.

기업이나 기업구성원들이 다음 사항들을 하지 않거나, 해야 한다고 생각하는 정도를, 해당하는 칸에 ○표나 √ 표를 하여 주시기 바랍니다.

항 목	기업목표를 해서는 안 수도 있다.	위 할 부득이한 경우, 안 하는 것은 어쩔 수 없다.	될 수 록 하는 것이 좋다.	해야 한다.	어떠한 경우에도 해야 한다.
1.환경과 자원의 보전 (자연과 환경보호)					
2.교육학술 또는 문화체육 지원					
3.일반사회인의 생활의 질 향상을 위한 공헌					
4.사회복지의 향상을 위한 노력					
5.소비자만족을 위주로 하는 경영					
6.혁신적이고 인간중심적인 경영					
7.산업재해와 직업병의 예방을 위한 노력					
8.종업원 복지후생의 향상을 위한 노력					
9.생산성과 품질의 향상을 위한 노력					
10.부단한 연구개발을 위한 투자					

I-2 기업이나 기업구성원들이 다음 사항들을 할 수 있거나 해서는 안 된다고 생각하는 정도를, 해당하는 칸에 ○표나 √ 표를 하여 주시기 바랍니다.

항 목	기업목표를 위 해서는 할 수 도 있다.	부득이한 경 우 하는 것은 어쩔 수 없다.	될수록 안 하는 것이 좋다.	해서는 안된다	어떠한 경우 에도 해서는 안 된다.
1.공해유발이나 유해식품 제조					
2.매점매석이나 가격조작					
3.불성실한 기업정보의 공시					
4.허위 과대광고 또는 사치 소비재의 수입					
5.고객이나 이해관계자 집단에 대한 불친절					
6.불공정한 인사관리					
7.기업을 효율적으로 경영하지못함(부실경영)					
8.임금채불 및 부당노동행위					
9.공금유용과 비자금조성					
10.기업기밀의 불법탐지 및 누설					

II-1 윤리경영의 경영성과에 관한 설문입니다.

다음의 각 항목에 대해서 귀하를 기준으로 어느 정도 되는지를 표시하여 주시기 바랍니다. 해당하는 칸에 ○표나 √ 표를 하여 주시기 바랍니다.

항 목	전혀 그렇지 않다.	그렇지 않다	중간 이다	그렇다	확실히 그렇다
1.나는 내가 맡고 있는 직무자체에 만족한다.					
2.나는 직무에 따른 역할과 책임에 대해 만족한다.					
3.나는 직무에 따른 인간관계에 대해 만족한다.					
4.나는 직무수행에 대한 평가와 보상에 대해 만족한다.					
5.나는 직무를 통해 자신의 성취 욕구를 충족시키고 있다.					
6.나는 회사의 목표와 가치관을 긍정적으로 수용한다.					
7.나는 회사를 위해 적극적으로 노력하고 헌신하려 한다.					
8.나는 회사를 사랑하고 회사에 대한 애착을 갖고 있다.					
9. 나는 회사의 일원임을 자랑스럽게 생각하고 자부심을 갖고 있다.					
10.나는 회사 일을 나의 일처럼 생각하고 회사와 나를 동일시한다.					
11.우리 회사는 급변하는 경영환경에 맞춰 제품 및 품질의 혁신을 성공적으로 하고 있다.					
12.우리 회사는 환경변화에 맞춰 시장개척과 마케팅활동을 성공적으로 하고 있다.					
13. 우리 회사는 급변하는 경영환경에 맞춰 인사 및 조직의 관리를 성공적으로 하고 있다.					
14.우리 회사는 급변하는 경영환경에 맞춰 재무 및 회계활동을 성공적으로 하고 있다.					

15.우리 회사는 급변하는 경영환경에 맞춰 경영전략 수립과 실행을 성공적으로 하고 있다					
16.우리 회사의 종업원들은 공동목표를 위해 열심히 일하려는 의욕과 집념을 가지고 있다					
17.우리 회사의 종업원들은 회사 일을 적극적이고 자발적으로 하려는 의욕이 있다.					
18. 우리 회사 종업원들은 회사의 목표나 정책에 만족하고 긍정적으로 수용한다.					
19. 우리 회사의 종업원들은 주어진 목표를 위해 일치단결하여 노력하려는 의욕이 있다.					
20.우리 회사의 종업원들은 목표달성과 상호협력을 위해 원활한 의사소통을 하고 있다.					
21.우리 회사는 사회나 지역사회와의 관계에 있어서 신뢰성을 유지하고 있다.					
22.우리 회사에 대해 사회일반에 형성되어 있는 이미지 및 태도나 감정은 호의적이다.					

Ⅲ. 다음은 각 항목에 해당하는 번호나 내용을 기재하여 주시면 됩니다.

1. 귀하의 연령은?()
① 30대 이하 ② 40대 ③ 50대 이상
2. 귀하의 성별은?()
① 남성 ② 여성
3. 귀하의 학력은?()
① 고교 졸업 ② 대학 졸업 ③ 대학원 졸업
4. 귀하의 근무기간은?()
① 5년 이하 ② 5-15년 ③ 16년 이상
5. 귀하의 직위는?()
① 최고경영층(회장, 사장, 전무, 상무 등)
② 중간관리층(부장, 차장, 과장 등)
③ 일반사원
6. 귀사의 규모는?
종업원 () 명, 연간 매출액 (억원)
7. 귀사의 업종은? (√해 주십시오)
제조업(), 비제조업()
8. 귀사의 상장여부? (√해 주십시오)
상장기업(), 비상장기업()

수고하셨습니다. 대단히 감사합니다.

감사의 글

만학에 대한 보람과 아쉬움이 갈등하고 있을때 격려와 도움을 주셨던 잊지 못할 고마운 분들에게 작은 기쁨이나마 같이 나누고자 합니다.

모든게 부족하기 그지없는 사람에게 논문을 쓸 수 있게 격려와 용기를 주신 류태모 지도교수님께 먼저 깊은 감사를 드리고 바쁘신 중에도 부족한 본 논문의 완성을 위해 세심한 부분까지 보완해 주시고 심사에 정성을 다해주신 홍재범 교수님과 윤영삼 교수님께도 진심으로 감사드립니다.

바쁘고 힘든 일을 모두 맡기고 공부하려 간담시고 훌쩍 나서도 불평 한마디 없던 정환성 상무를 비롯한 회사 직원들에게도 고맙다는 말을 전합니다.

27년 동안 곁에서 언제나 묵묵히 한결같은 마음으로 지켜보는 아내 정영숙도 이름을 올려주고 싶습니다.

특히 오늘의 저가 있기까지 갖은 고생 마다 않고 온갖 정성을 쏟아주시다 먼저세상을 떠나신 형님께 글로 표현할 수 없는 아픔을 억누르면서 이 책을 올립니다.

“형님! 아우의 논문이 부족한 것이 많더라도 받아 주십시오. 형님께 드리고 싶은 작은 결실입니다.”

2004. 12.

서 정 기