

# 기업윤리의 인식에 관한 연구Ⅱ\*

-인사, 정보-

장익선\*\*

## 〈목 차〉

- |                 |                 |
|-----------------|-----------------|
| I. 서론           | Ⅲ. 기업윤리의 실증적 연구 |
| Ⅱ. 기업윤리의 이론적 연구 | 1. 실증연구방법       |
| 1. 기업윤리의 기초이론   | 2. 실증연구결과       |
| 2. 기업윤리교육       | Ⅳ. 결 론          |
| 3. 기업윤리의 실제     | 참고문헌            |
| 4. 본 연구의 모델     | Abstract        |

## I. 서론

윤리경영이 올해 재계의 최대의 화두로 떠오르며 새로운 바람을 일으키고 있다. “윤리경영은 비용이 아니라 곧 기업가치”라는 인식이 확산되면서 윤리경영 벤치마킹은 심지어 경쟁사에까지 침투되고, 최근에는 전문 컨설팅 등 틈새시장도 형성되는 분위기이다.

윤리강령을 채택하는 기업이 늘어나면서 담겨지는 내용도 갈수록 구체화·세분화하고 있다. 코오롱상사는 ‘접대는 일인당 2만원, 총액 5만원으로 한다,’ ‘일반적인 액수의 경조사비는 허용하되 반드시 사후 보고한다’는 구체적인 실행지침을 마련하였다. LG상사는 아예 모든 임직원이 입사할 때 윤리규범 준수서약서를 작성하도록 하고 있다.

\* 이 논문은 2003년 원광보건대학 연구비 지원에 의한 것임.

\*\* 원광보건대학 경영정보과 교수

내부고발자를 위한 장치도 속속 도입되는 추세이다. 롯데쇼핑은 금품이나 향응을 요구할 때 곧 바로 신고가 가능한 '대표전용 이메일 신고 시스템'을 구축했고 대한항공도 감사실 내에 내부비리 고발창구를 운영하고 있다.

이외에도 시스템이나 조직 개선을 윤리경영의 한 방편으로 활용하기도 하고, 윤리경영에 대한 벤치마킹은 경쟁사에까지 침투되고, 최근에는 전문 컨설팅 등 틈새시장도 형성되는 분위기이다.

위와 같은 사례들은 기업윤리가 선택의 문제가 아니라 경쟁력의 필수요소임을 웅변으로 말해 주는 것이라고 하겠다.

본 연구는 기업윤리의 인식을 제고시켜서 수준높은 기업윤리를 유지하고자, 기업윤리 인식을 제고시키기 위한 한 방법으로 기업윤리교육을 실시하여 그 결과를 분석하고자 하는데 목적을 두고 있다.

이에 본 연구는 II장에서 기업윤리의 이론적 연구로 기업윤리의 기초이론, 기업윤리교육에 관하여 고찰한 뒤, 기업윤리의 실제로 인사윤리·정보윤리에 관하여 고찰하였다. III장에서는 인사윤리와 정보윤리의 실증적 연구로 실증연구방법, 실증연구결과와 연구결과의 활용에 대하여 다루고, IV장에서는 결론을 도출하였다.

## II. 기업윤리의 이론적 연구

### 1. 기업윤리의 기초이론

#### 1.1 절대주의 윤리

##### 1.1.1. 목적론 : 결과론

##### 1.1.1.1. 이기주의

이기주의는 어떤 행위의 결과가 개인의 이익을 최대화시킬 때 윤리적이라고 주장하는 이론이다. 이기주의의 단점은 인종차별주의, 환경오염, 자원고갈, 불량식품 등의 비윤리적인 기업활동에 대하여 반대입장을 취할 수 없고, 두 사람 사이에 서로의 이기주의적인 이해가 상충될 때 이를 해결할 수 없다는 것이다. 그러나 일부의 이기주의자들은 선을 지식, 합리적인 자기이익, 자아의 실현과 동일시하기도 한다.

### 1.1.1.2. 공리주의

공리주의는 어떤 행위에 관련된 모든 사람들에게 항상 어떤 행위가 산출해 낸 전체행복으로부터 전체불행을 공제해 내고, 최대한의 행복을 가져오는 행위를 해야 한다는 이론이다.

프렛처(J. Fletcher)<sup>1)</sup>에 따르면 윤리적인 결정을 할 때 예상가능한 결과들뿐만 아니라 관련된 모든 요인들을 완전히 인식하는 것이 중요하며, 모든 분석이 끝난 뒤에는 '기독교적인 사랑'인 박애에 최대한으로 기여하게 될 행위를 선택하여야 한다.

셰르윈(D. S. Sherwin)<sup>2)</sup>은 윤리적인 경영자가 된다는 것은 무엇을 의미하는가? 라는 질문을 하고, 그 질문에 답하기 위하여, 기업을 모든 구성원들이 똑같은 대우를 받을 때만이 번창할 수 있는 독립적인 구성원의 체계로 가정하였다. 그리하여 그는 윤리적으로 행위하기 위하여 경영자는 소유자, 종업원, 그리고 소비자들이 기업의 이익에 정당한 몫을 하고 있다는 것을 확실하게 인식해야만 한다고 하였다. 이것은 경영자가 최선의 사회적 이익을 추구하는 방향으로 행하는 것이 윤리적이라고 주장하는 것으로써 공리주의의 내용과 일치된다.

### 1.1.2 의무론 : 과정론

목적론이 행위의 윤리성을 평가하는 데 있어서 행위의 결과를 중시하는 데 반하여, 의무론은 전적으로 결과만을 중시해서는 안되며 과정을 중시해야 한다는 이론이다.

칸트(I. Kant)<sup>3)</sup>는 철저한 동기주의를 주장하여 행위에 있어서 모든 목적관념을 물리치고 오직 의무를 위한 의무의 수행만을 해야 한다는 입장으로 윤리적 의사결정에 있어서 결과에 관한 고려를 배제하였다. 그러나 인간이 가지고 있는 의무가 무엇이며, 어떻게 해야 그것을 알 수 있는가를 알 수가 없다. 그는 이성을 통하여 도덕률에 도달할 수 있으며, 도덕률은 황금률처럼 종교에 기반을 둔 것도 아니고 공리주의처럼 결과와 관련된 경험적 증거에 기반을 둔 것도 아니라고 하였다. 그는 자신이 정언명법에서 그런 법칙을 구체화하였다고 믿었고, 정언명법이란 인간의 행위원리들이 보편적인 법칙이 되어질 수 있도록 추구하

1) J. Fletcher, *Situation Ethics : The New Morality*, Philadelphia : Westminister Press, 1966, p. 95.

2) D.S. Sherwin, "The Ethical Roots of the Business System," *Harvard Business Review*, November-December, 1983, pp.183~192.

3) 김태길, 윤리학, 박영사, 1981, pp. 128~154.

는 방식으로 행위하여야 한다는 것이다.

### 1.1.3 통합론 : 정의론

통합론은 정의론을 의미하며, 의무론과는 달리 어떤 행위의 윤리성을 결정하는데 있어서 결과보다 오히려 다른 요인들을 고려하면서 한가지 규칙만 주장하는 것이 아니라 몇가지 규칙들을 인정하는 이론이다.

롤스(J. Rawls)<sup>4)</sup>는 목적론과 과정론의 합정을 피하면서 사회제도에 있어 공정성을 보장하기 위하여 공정성을 판단하는 기준으로 다음의 이론을 제시했다. '진리가 사상체계에 있어 최고의 덕이 되듯이 사회제도에 관한 최고의 덕은 공정이다. 진리가 아닌 학설은 그것이 아무리 아름답고 경제적이라 하더라도 배척되거나 시정되어야 하듯이 불공정한 법과 제도는 그것이 아무리 효율적이고 잘 정돈되어 있다 하더라도 개정되거나 폐기되어야 한다.'고 하고 다음의 원리들을 제안하였다.

- 제1원리 : 모든 개인들은 다른 사람들의 같은 종류의 자유와 양립할 수 있으므로 가장 광범위한 기본적 자유에 대하여 동등한 권리를 가져야 한다.
- 제2원리 : 사회적·경제적 불평등은 가장 불리한 처지의 사람들에게 최대의 이익을 가져올 수 있도록 하며, 모든 사람에게 개방되어 있는 공직과 지위는 기회균등의 원칙에 따라 조정하여야 한다.

## 1.2 상대주의 윤리

전통적으로 윤리학은 오직 하나의 윤리강령이 존재한다고 인식하여 왔기 때문에 '절대주의 윤리'라고 비난받아 왔다.

로빈(D.P. Robin)<sup>5)</sup>은 윤리적 갈등의 두 가지 측면과 인간이 그 자신이 속해 있는 조직의 가치를 따르게 되는 어느 측면도 다른 하나보다 더 정확한 것이 아니라는 입장으로 상대주의 윤리를 주장하였다. 상대주의 윤리에 따르면 윤리적 원리는 여러 방향으로 개방되어 있다. 또한 모든 윤리적 상황에 있어서 완전 무결한 해법을 구성하는 어떠한 윤리적 원리도 없다. 이에 따르면 만인이 동등하게 만족할 수 있게 윤리적 문제를 해결할 수는 없다. 나아가 상황은 중요한

4) J Rawls. *A Theory of Justice*, Cambridge, Massachusetts : Harvard University Press, 1971, p.3.

5) D.P. Robin, *Value Issues in Marketing, Theoretical Developments in Marketing*, Chicago. IL : AMA, 1980, pp.142~145.

국면에서 계속적으로 변화하고, 이러한 변화는 기본적 가치와 윤리적 원리들을 계속 재평가하기 위하여 필요한 상황을 생성시킨다고 믿는다. 따라서 윤리적 의사결정은 언제나 시험적이고 위험하다. 그러나 필수적이다. 그것은 전세계의 모든 사회와 시대에 걸쳐서 언제나 인간들로 하여금 그들의 행위에 대한 책임을 유지시켜 주고, 개인적으로는 그 자신의 인식에 대하여 스스로 엄격하게 비판함과 동시에 지속적으로 자문자답을 해야 한다.

상대주의 윤리에 따르면 특정한 의사결정에 있어서 완전하고 간결한 조언을 제공해 줄 수 있는 이론적 연구는 없다. 다만 윤리적 의사결정을 수행하는 내재된 방법을 암시해 주는 수단으로 설명되어질 수 있을 뿐이다.

## 2. 기업윤리교육

아로우(P. Arlow)와 울리치(T.A. Ulrich)<sup>6)</sup>는 기업윤리를 개선하는 방법으로 첫째, 기업의 윤리강령을 개발하고 최고경영층에게 윤리적 지도력을 요구하는 것과 같은 실질적 개선, 둘째, 기업윤리를 경영학과 교육과정에 구체화시키는 것의 두 가지 접근방법을 제시하였다. 윤리와 기업윤리가 기업계를 위하여 모든 경영학도에게 학문연마의 통합성을 가진다는 것은 가능한 일이며 필수적인 일이라 할 수 있다.

겔브(B.D. Gelb)와 브라이언(R.H. Brien)<sup>7)</sup>은 대학들은 경영자들이 사업결정을 할 때 사회적 책임을 인식하지 않고 반영하지 않는 책임을 공유해야 한다고 주장하였다.

크레이트너(R. Kreitner)<sup>8)</sup>와 리프(W. Rief), 무어(T. Moore)<sup>9)</sup> 등에 의하면 대부분의 경영학과 교과과정들은 각론 위주의 내용들로 편성되어 있으며, 한 장이나 두 장 정도만 기업윤리와 기업의 사회적 책임에 관한 내용을 담고 있어 대학에서 기업윤리에 대한 구체적인 노력을 기울이지 않고 있는 것으로 나타났다.

콘라드(R. Konrad)<sup>10)</sup>는 하버드 경영대학에서 기업윤리 과목을 개설하지 않는

6) P. Arlow and T.A. Ulrich, "Business Ethics and Business School Graduates : A Longitudinal Study," *Akron Business and Economic Review*, Spring, 1985. pp.13~17.

7) B.D. Gelb and R.H. Brien, "Survival and social Responsibility : Themes for marketing Education and Management," *Journal of Marketing*, April, 1971, pp.3~9.

8) R. Kreitner and W. Rief, "Ethical Inclination of Tomorrow's Manager : Cause for Alarm?," *Journal of Business Education*, October, 1980, pp.25~29.

9) Th. Moore, Industrial Espionage at the Harvard B-School, *Fortune*, September, 6, 1982, pp.70~76.

데 반대하여 학생들의 윤리적 가치관이 투철하다는 사실이 기업윤리 과목을 개설하지 않는 변명이 될 수 없다고 주장하였다. 그는 불과 몇 달의 과정으로 학생들의 가치가 변화되지는 않겠지만, 학생들을 윤리적 문제에 대하여 민감하게 할 것이며, 나아가 이미 형성된 가치의 활용을 촉진시킬 수 있을 것이라고 주장하였다.

퍼셀(T.V. Purcell)<sup>11)</sup>은 오랜 기간의 연구를 통하여 기업윤리 과목을 이수하기 이전의 경영학도들의 윤리적 반응과, 10년 후 기업계에서 의사결정을 하고 있을 때의 윤리적 반응을 측정하였다. 그 결과는 대상자들이 기업윤리 과목을 이수하기 이전에 윤리적 판단을 요구받았을 때보다, 졸업 10년 후에 윤리적 행위를 더 많이 권고하는 경향이 있다는 사실을 발견하였다.

경영학과에서 기업윤리를 가르치는 것은 도전적인 학생들의 가치에 영향을 줄 수 있고, 일반 학생들에게 윤리적 행위에 대하여 전달을 할 수 있기 때문이다.

경영학자들은 경영학과 교과과정에 있어서 윤리적 문제에 대한 강도를 높이기 위하여 윤리적 문제들을 미해결로 남기지 말고 경영학 서적을 통하여 분석해야 하고, 윤리적 문제들에 관한 사례들을 개발해야 할 필요가 있을 것이다.

### 3. 기업윤리의 실제

#### 3.1 인사윤리

인사윤리는 기업의 내부이해자 관리의 윤리적 문제가 그 논의의 대상이 된다. 그러한 대내적 윤리는 법률만 지키면 되는 것이 아니라 법률 이전 또는 법률을 초월한 윤리적 관리라야 한다. 특히 ‘풍요로운 21세기’를 향하는 기업의 인사관리는 합법적 범위를 넘어선 윤리적 인사관리<sup>12)</sup>라야 한다. 여기에서는 인사관리의 주체인 종업원의 권리에 대해 고찰하고자 한다.

권리란 “사리있는 의식의 원칙하에 인식되어지는 어떤 것에 관한, 그리고 어떤 사람에 대한 정당한 요구”<sup>13)</sup>를 말한다. 또한 “권리는 요구가 아니고 어떤 것

10) R. Konrad, "Are Business Ethics Worth Studying?," *Business and Society Review*, Fall, 1978, pp.54~57.

11) Th. V. Purcell, "Institutionalizing Ethics into Top Management Decisions," *Public Relations Quarter*, Summer, 1977, pp.15~20.

12) 이종영, 기업윤리, 삼영사, 2003, p.256.

13) Joel Feinberg, *Duties, Rights, and Claims*, *Amerim Philosophical Quarterly*, 3, 1966, pp.

을 하거나, 가지거나, 즐기거나 또는 어떤 것을 한 것에 대한 자격”<sup>14)</sup>이다. 또한 권리는 집단적 목표를 초월하는 “으뜸(trumps)”의 것, 다시 말하면 집단적 욕구의 압력 속에서도 가장 우선순위를 갖는 것으로 해석한다.<sup>15)</sup>

이상의 정의에 기초해 볼 때 종업원권리의 영역은 다음과 같다.

1. 일할 권리
2. 정당한 보수를 받을 권리
3. 프라이버시(사생활)의 권리
4. 안전한 작업장을 바랄 권리
5. 직장생활의 질을 바랄 권리
6. 외부활동을 할 권리
7. 단체활동을 할 권리 등이다.

오늘날의 윤리적 인사관리의 기본방향은 ‘공리주의’가 아닌 ‘의무론’적 입장이라야 하며, 종업원을 이윤창출을 위한 수단으로 보는 전통적인 입장에서 종업원의 자기실현이라는 목적으로 전환되어야 한다.

이러한 윤리적 인사정책, 즉 종업원을 수단으로 보지 않고 목적으로 보는 인사정책을 위해서는 ① 종업원의 인권을 인정해야 하고, ② 종업원의 권리와 의무를 이해하며, ③ 내부자고발을 제도화해야 하고, ④ 이것에 기초를 둔 윤리적 인사관리정책을 강구해야 할 것이다.<sup>16)</sup>

### 3.2 정보윤리

오늘날 기술 및 경제수준의 발달에 따라서 정보가 점점 더 중요한 역할을 하고, 정보를 수집·처리·분배하는 일에 종사하는 사람의 수가 폭주하고 있다. 즉, 오늘날의 사회는 정보화 사회이고 오늘날의 시대는 정보화시대인 것이다.

정보화사회에서는 정보처리와 유통의 속도가 실시간으로 이루어지고 정보가 한곳에 대량으로 저장되어 모든 사람이 네트워크를 통하여 이를 액세스할 수 있는 기회를 갖게 된다. 이는 정보의 오·남용이나 파괴행위도 실시간으로 대량으로 일어날 수 있음을 의미한다. 또한 상거래 자체가 거래당사자 간의 얼굴을 보지 않고 네트워크상에서 이루어지며 네트워크를 통한 통신은 익명성이 보장

137~144.

14) H. J. McCloskey, *Human Needs, Rights and political Values*, *American Philosophical Quarterly*, 13, 1976, pp.1~11.

15) T. Donaldson, 유장선 역, *기업윤리*, 법문사, 1985. p.210.

16) 이종영, 전제서, p.263.

되기 때문에 상면거래나 상면대화에서 일어나지 않던 비도덕적이고 비윤리적인 행위를 유발할 가능성이 더 커진다. 정보가 한곳에 모임으로써 유용성이 커질 수도 있지만 만일에 위해가 가해졌을 때 그 피해 또한 대단히 클 수밖에 없는 것이다.<sup>17)</sup>

다시 말하면 정보화는 윤리적 문제로서 순기능과 함께 역기능을 동반하고 순기능이 클수록 역기능도 그에 비례하여 커질 수 있으며 때로는 역기능 때문에 순기능 자체가 크게 제약받을 소지가 있는 것이다.

정보윤리의 영역문제는 정보기준체제에 따라서 다음과 같이 구분하여 살펴볼 수 있다.

- ① 정보의 권리에 대한 의무 및 프라이버시
- ② 지적소유권
- ③ 컴퓨터 관련 범죄와 보안
- ④ 책임과 통제
- ⑤ 시스템 및 소프트웨어의 품질과 정확성
- ⑥ 컴퓨터 전문가들의 직업윤리
- ⑦ 컴퓨터의 사회적 의미

정보화사회에 있어서 정보윤리 차원에서의 대응방안으로는 기술적 대응방안과 윤리적 대응방안을 모색해 볼 수 있다.<sup>18)</sup>

### 3.2.1 기술적 대응방안

안전한 컴퓨터 시스템의 핵을 이루는 운영체제를 설치하고 운영할 때 해킹당할 수 있는 취약점이 없는 상태로 운영되어야 한다. 이를 위해서는 새로이 발견된 취약점에 대응할 수 있는 최신의 운영체제 버전을 설치, 운영해야 한다.

세부적인 내용으로는 ① 네트워크에서의 불법접근 방지조치, ② 사용자계정 및 패스워드의 안전관리, ③ 파일시스템 안전관리, ④ 기록점검 및 관리 등이 있다.

### 3.2.2 윤리적 대응방안

정보윤리는 정보를 다루는 개인 혹은 사회구성원들이 준수하여야 할 규범이

17) 정진욱, 정보보안의 현황과 대책, 한국기업윤리학회, 2000, p.1.

18) 김성수, 기업경영패론, 삼영사, 2000, p.288.



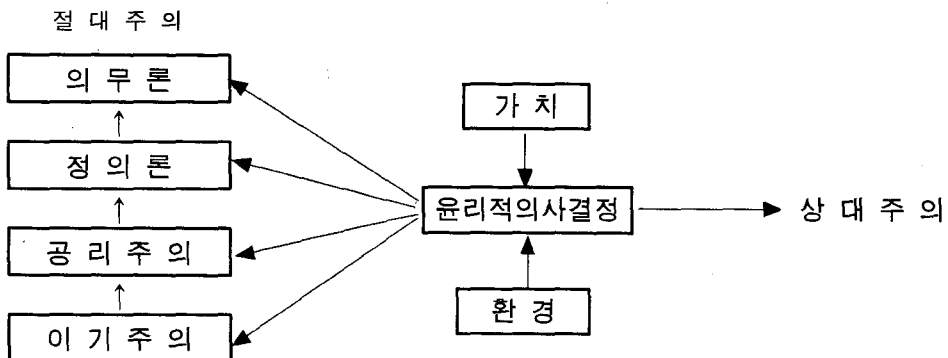
나 행동체계를 다루는 영역으로, 정보를 다루는 사람들의 행동과 태도의 옳고 그름, 선과 악, 윤리적인 것과 비윤리적인 것을 판단하게 해주는 영역으로 타인과 사회에 미치는 영향을 고려하면서 컴퓨터를 사용하여야 할 것이다.

정보보안에 대한 공격기술과 방어기술은 병행하여 발전하므로 기술적인 대응을 소홀히 할 수는 없지만 기술적인 대응만으로는 영원히 문제해결을 기대할 수 없기 때문에 기술적인 대응방안 못지 않게 윤리적인 대응방안에도 관심을 가져야 할 것이다.

#### 4. 본 연구의 모델

1절에서 기업윤리의 기초이론으로 절대주의 윤리(목적론 : 이기주의, 공리주의, 의무론, 통합론 : 정의론)와 상대주의에 관하여 고찰하였고, 2절에서 기업윤리교육에 관하여 고찰하였고, 3절에서 기업윤리의 분야인 인사윤리, 정보윤리에 관하여 고찰하였다.

본 연구에서는 기업활동에 있어 윤리적 의사결정을 할 때, 개인의 가치와 외부의 환경에 의하여 영향을 받아 다섯 가지 윤리척도 중 어느 하나의 성향을 보인다는 내용과, 기업윤리교육을 통하여 기업윤리 수준이 향상되어진다는 내용으로 다음의 연구모형을 구축하였다.



<그림 1> 본 연구의 모델

### Ⅲ. 기업윤리의 실증적 연구

#### 1. 실증연구방법

본 연구는 레이덴바하(E. Reidenbach)와 로빈(D. Robin)<sup>19)</sup>이 기업활동의 윤리적 의사결정에 있어서 의무론, 정의론, 공리주의, 이기주의, 상대주의 등의 5가지 윤리척도를 설명하기 위하여 개발한 설문지를 수정하여 사용하였다.

조사대상은 원광보건대학 경영정보과 학생들로 한 그룹은 기업윤리에 관한 교육을 실시하지 않고 조사하였으며, 다른 한 그룹은 기업윤리의 배경과 필요성, 기업윤리의 기초이론, 기업윤리의 실제, 기업윤리의 효과 등에 관하여 교육을 한 뒤 조사하였다. 자료는 SPSS-PC(Version 3.1)을 이용하여 t-test를 하였다.

#### 2. 실증연구결과

##### 2.1 인사윤리의 분석결과

〈표 3-1〉 인사윤리의 분석결과

척도	교육전·후	표본수	평균	표준편차	표준오차
의무론	교육 전	47	4.2979	1.1405	.1664
	교육 후	46	3.8913	.8091	.1193
정의론	교육 전	47	3.8085	1.2138	.1771
	교육 후	46	4.0543	1.3712	.2022
공리주의	교육 전	47	4.3723	1.5620	.2278
	교육 후	46	4.1957	1.6210	.2390
이기주의	교육 전	47	4.2234	1.5597	.2275
	교육 후	46	4.1957	1.3601	.2005
상대주의	교육 전	47	4.2128	1.5734	.2295
	교육 후	46	4.4783	1.5091	.2225

19) E. Reidenbach and D. Robin, "Same Initial Steps Toward Improving the Measurement of Ethical Evaluations of Marketing Activities," *Working Paper*, University of Mississippi, 1986; John Tsalikis, *Cross-Cultural Marketing Ethics*, The University of Mississippi, 1987, p.106 재인용.

기업윤리교육이 인사윤리의 인식수준을 제고시킬 것이라는 분석결과는 <표 3-1> 과 같이 나타났다.

<표 3-1>에서 보는 바와 같이 인사윤리의 교육전 분석결과는 평균이 이기주의, 정의론, 의무론, 상대주의, 공리주의의 순으로 나타났다. 이는 조사대상자들의 기업윤리교육을 받기 전의 윤리성향은 이기주의의 성향이 가장 높고, 공리주의의 성향이 가장 낮다는 것을 의미하는 것으로, 개인의 이익을 가장 높은 가치로 인식하고 있고, 평등을 가장 낮은 가치로 인식하고 있다는 것을 의미한다.

인사윤리의 교육 후 분석결과는 평균이 상대주의, 이기주의, 의무론, 정의론, 공리주의의 순으로 나타났다. 기업윤리 교육 후에 상대주의의 평균이 높게 나타난 것은 가치관이 다양하게 변화되어진 개인주의의 영향으로 해석되어지며, 또한 환경이 빠르고 복잡하게 변화되어지는 시대의 특성을 반영한 것으로 해석된다.

이러한 결과는 윤리적 의사결정에 있어 기업윤리교육이 내면적 가치와 외면적 환경에 영향을 받아 이기주의에서 공리주의로, 공리주의에서 정의론으로, 정의론에서 의무론으로 발전되어 간다는 본 연구의 모델에 부분적으로 부합된다. 또한 상대주의에서 상황에 따라 절대주의의 윤리이론들을 적절하게 채택한다는 본 연구의 모델에도 부분적으로 부합된다.

기업윤리 교육 전·후의 차이분석 결과는 이기주의에서  $P < 0.05$  수준에서 유의한 차이를 보인 것을 제외하고는 유의한 차이를 보이지 않아 분석에서 제외하였다.

## 2.2 정보윤리의 분석결과

기업윤리교육이 정보윤리의 인식수준을 제고시킬 것이라는 분석결과는 <표 3-2> 와 같이 나타났다.

<표 3-2>에서 보는 바와 같이 정보윤리의 교육전 분석결과는 평균이 정의론, 이기주의, 의무론, 상대주의, 공리주의의 순으로 나타났다. 이는 조사대상자들의 기업윤리교육을 받기 전의 윤리성향은 정의론의 성향이 가장 높고, 공리주의의 성향이 가장 낮다는 것을 의미하는 것으로, 공정을 가장 높은 가치로 인식하고 있고, 평등을 가장 낮은 가치로 인식하고 있다는 것을 의미한다.

인사윤리의 교육 후 분석결과는 평균이 정의론, 의무론, 상대주의, 이기주의, 공리주의의 순으로 나타났다.

〈표 3-2〉 정보윤리의 분석결과

척도	교육전·후	표본수	평균	표준편차	표준오차
의무론	교육 전	47	3.6809	1.2311	.1796
	교육 후	46	3.8804	1.2027	.1773
정의론	교육 전	47	3.9149	1.4829	.2163
	교육 후	46	3.9239	1.6699	.2462
공리주의	교육 전	47	3.3511	1.2594	.1837
	교육 후	46	3.3696	1.3099	.1931
이기주의	교육 전	47	3.8511	1.5636	.2281
	교육 후	46	3.6522	1.4902	.2197
상대주의	교육 전	47	3.4681	1.4796	.2158
	교육 후	46	3.7500	1.6857	.2485

기업윤리 교육 후에 있어 정의론, 의무론, 상대주의의 평균이 높게 나타난 것은 공정한 게임과 의무의 실천 및 가치관이 다양하게 변화되어진 개인주의의 영향으로 해석되어지며, 또한 환경이 빠르고 복잡하게 변화되어지는 시대 특성을 반영한 것으로 해석되어 진다.

이기주의와 공리주의의 평균이 낮게 나타난 것은 소수가 가지는 가치관에 동조하지 않는 것으로 해석되며, 또한 경제분배에 있어서 평등을 선호하지 않는 것으로 해석된다.

이러한 결과는 윤리적 의사결정에 있어 기업윤리교육이 내면적 가치와 외면적 환경에 영향을 받아 이기주의에서 공리주의로, 공리주의에서 정의론으로, 정의론에서 의무론으로 발전되어 간다는 본 연구의 모델에 부분적으로 부합된다. 또한 상대주의에서 상황에 따라 절대주의 윤리이론들을 적절하게 채택한다는 본 연구의 모델에도 부분적으로 부합된다.

기업윤리 교육 전·후의 차이분석 결과는 유의한 차이를 보이지 않아 분석에서 제외하였다.

#### IV. 결 론

기업윤리 교육 전·후의 기업윤리 척도에 대한 인사윤리 및 정보윤리의 인식

반응 및 해석은 다음과 같다.

1. 인사윤리에서 기업윤리 교육 전에 이기주의의 성향이 가장 높게 나타나고, 공리주의의 성향이 가장 낮게 나타난 것은 자본주의의 원리에 충실한 것으로 해석된다.
2. 인사윤리에서 기업윤리 교육 후에 상대주의의 성향이 가장 높게 나타나고, 공리주의의 성향이 가장 낮게 나타난 것은 상황에 따라 적절한 윤리기준을 채택한다는 것과 획일적인 경제적 평등에 동의하지 않는다는 것으로, 이는 기업윤리 교육이 윤리적 의사결정에 영향을 미친 것으로 해석된다.
3. 정보윤리에서 기업윤리 교육 전·후에 동일하게 정의론의 성향이 가장 높게 나타나고, 공리주의 성향이 가장 낮게 나타난 것은 공정의 가치를 지향하고, 획일적인 경제적 평등에 동의하지 않는 것으로 해석된다.
4. 상기의 결과는 기업윤리의 교육이 인사윤리의 인식을 제고시키는데 부분적으로 영향을 미친다는 것을 시사하는 것으로, 인사윤리와 정보윤리의 인식을 제고시키기 위하여 기업윤리교육이 적극적으로 활용될 필요성을 시사한다.

## 참 고 문 헌

1. 김태길(1981), 윤리학. 박영사, pp. 128~154
2. 김성수(2000), 기업경영윤리론, 삼영사, p.288.
3. 이종영(2002), 기업윤리, 삼영사. pp. 256~263
4. 정진욱(2000), 정보보완의 현황과 대책, 한국기업윤리학회, p. 1.
5. Arolw P. and T.A. Ulrich(1985), "Business Ethics and Business School Graduates : A Longitudinal Study," *Akron Business and Economic Review*, Spring, pp.13~117.
6. Donaldson, T. 유장선 역(1985), 기업윤리, 법문사, P. 210  
Dubinsky, A.J, E.N. Berkowitz and W. Rudelius(1980), "Ethical Problems of Field Sales Personnel, *MSU Business Topics*, 28, Summer, pp.11~16.
7. Feinberg, Joel(1966), Duties, Rights and Claims, *American Philosophical Quarterly*, 3, pp.137~144.
8. Fletcher, J.(1966), *Situation Ethics : The New Morality*, Philadelphia : Westeninster Press, p.95.
9. Gelb, B.D and R.H. Brien(1971), "Survival and Social Responsibility : Themes for marketing Education and Management," *Journal of Marketing*, April, pp.3~9.
10. Konrad, R.F.(1978), "Are Business Ethics Worth Studying?," *Business and Society Review*, Fall, pp.54~57.
11. Kreitner R. and W. Reif (1980), "Ethical Inclinations of Tomorrow's Manager : Cause for Alarm?," *Journal of Business Education*, October.
12. McCloskey, H.J.(1976), Human Needs, Rights and Political Values, *American Philosophical Quarterly*, 13, p.210.
13. Moore Th.(1982), "Industrial Espionage at the Harvard B-School," *Fortune*, September, 6, pp.70~76.
14. Purcell Th. v.(1977), "Institutionalizing Ethics into Top Management Decisions," *Public Relations Quarter*, Summer, pp.15~20.
15. Rawls, J.(1971), *A Theory of Justice*, Cambridge, Massachusetts :

- Harvard University Press, p.3.
16. Reidenbach E. and D. Robin(1986), Same Initial Steps Toward Improving the Measurement of Ethical Evaluations of Marketing Activities, Working Paper, University of Mississippi; John Tsalikis(1987), *Cross-Cultural Marketing Ethics*, The University of Mississippi, p.106 재인용.
  17. Robin, D.P.(1980), Value Issues in Marketing, *Theoretical Developments in Marketing*, Chicago, IL : AMA, pp. 142~145.
  18. Sherwin, D.S.(1983), The Ethical Roots of the Business System, *Harvard Business Review*, November-December, pp.183~192.

## Abstract

### A Study of Recognition of Business Ethics

Jang, Ik-sun

After and before the education of business ethics, the recognitive response and interpretation of personnel and information ethics to the standards of business ethics are as follows.

1. In case of personnel ethics, before the education of business ethics, selfishness is at its peak and utilitarianism is in the lowest. It can be understood that it is faithful to the principles of capitalism.
2. In case of personnel ethics, before the education of business ethics, relativism is in the highest level and utilitarianism is in the lowest. Because it means not agreeing on standardized economic equality and the choice of proper ethical standards. It can be understood that the education of business ethics has an effect on ethical making-decision.
3. In case of information ethics, after and before the education of business ethics, righteousness is at its peak and utilitarianism is in the lowest level. I can be interpreted that it means thinking highly of the value of justice and not agreeing to standardized economic equality.
4. The above results show that the education of business ethics has an influence on the recognition of personnel ethics and is effectively used to improve the recognition of personnel and information ethics.