

대학생의 윤리경영 인식은 어떠한가?: 주관성 연구를 활용하여

What Do College Students Think Business Ethics is? : Using the Subjective Study

장민호*, 이도희**

금강대학교 경영학과*, 충남대학교 경영학부**

Min-Ho Jang(now@ggu.ac.kr)*, Doh-Hee Lee(2dohee@hanmail.net)**

요약

본 연구에서는 대학생들의 윤리인식을 고찰하기 위하여, 질적연구방법론인 Q방법론을 활용하여 윤리경영의 정의를 유형화하였다. 분석을 위하여, 윤리경영 관련 용어 34개를 확보하고, 34명의 대학생 응답자를 대상으로 인식의 유형화를 실시하였다. 분석결과는 다음과 같다. 첫째, 윤리경영은 4개의 유형으로 정의되었고, 각 유형의 설명력은 <유형 I> 25.72%, <유형 II> 10.87%, <유형 III>은 6.48%, <유형 IV>는 5.14%로, 전체 48.21%의 설명력을 나타냈다. 둘째, 각 유형을 명명하였다. 즉, <유형 I>은 「사회적책임형」, <유형 II>는 「지속가능경영형」, <유형 III>은 「양심경영형」, <유형 IV>는 「책임경영형」으로 명명하였다. 셋째, 유형간의 응답자의 비교분석결과, 유형별로 사립대와 국립대학생들 간의 특별한 유형화 차이가 보이지 않은 것으로 나타났다. 한편, 윤리경영에 대한 대학생들은 기타 의견으로, '경영자의 의지 및 가치관, 제도적 장치의 필요성, 사회구성원의 윤리의식 고취 및 이에 대한 자발적인 참여의지' 등을 제안하였다. 따라서 기업은 우리 사회가 필요로 하는 실천적 윤리의식의 함양과 고취를 실행함으로써, 계속기업으로서의 실현이 가능할 것이다. 바로, 윤리경영은 21세기 생존을 위한 경영철학이기 때문이다.

■ 중심어 : | 윤리경영 | 주관성 연구 | Q방법론 | 책임경영 |

Abstract

This study investigates the perception among college students on business ethics using Q methodology. The respondents are 34 business-major students attending a national university or a private university. The students are asked to choose words that, they think, would best represent business ethics. Results are as follows. First, we divide words related to business ethics into four types. and the explanatory power of type I, type II, type III and type IV are 25.72%, 10.87%, 6.49%, and 5.14% respectively, or 48.21% collectively. Type-I words are related to 'corporate social responsibility', type-II ones to 'sustainable management', type-III ones to 'integral management', and type-IV ones to 'responsible management', respectively. Results show that there is no significant difference in business ethics perceptions between the respondents from two different schools. Few of the sample students have ever taken a business ethics class before. The students perceive 'management philosophy and values', 'rules and regulations', and 'voluntary involvement of market participants in management,' as important factors to create a management environment for business ethics. In the 21st century firms will be more sustainable by implementing business ethics. Therefore ethical management is not only a management philosophy but also a business strategy for a firm to survive.

■ keyword : | Business Ethics | Subjective Study | Q Methodology | Responsibility Management |

* 이 논문은 2017년도 금강대학교 교비연구비에 의하여 연구되었음

접수일자 : 2017년 07월 12일

수정일자 : 2017년 09월 07일

심사완료일 : 2017년 09월 07일

교신저자 : 이도희, e-mail : 2dohee@hanmail.net

1. 서론

21세기 기업환경은 ‘윤리경영(business ethics)’, ‘착한 기업(good company)’과 같은 기업의 사회적책임(social responsibility)을 고려해야 하는 시대이다[1]. 즉, 사회적 가치를 창조하는 기업 그리고, 기업이 창출한 이익에 대한 질을 고려한 기업, 사회의 일원으로서의 시민 기업, 윤리경영을 실천하는 기업, 사람과 환경을 중시하는 기업, 그리고 기업의 지배구조가 건전한 기업 등이 바로 착한기업으로 정의하고 있다[2]. 바로 이러한 기업은 윤리경영으로 사회적 가치를 창조하며 윤리경영전략을 달성할 수 있다는 것이다.

오늘날의 윤리경영은 기업이 국제적 경쟁력을 갖추는데 빼놓을 수 없는 중요한 요소이다. 윤리경영은 더 이상 경영자의 선택사항이 아니며, 계속기업의 실현을 위한 기본적인 경영전략이 되었다. 그리고, 이러한 윤리경영을 기반으로 한 기업의 대외적 신뢰도 역시 높일 수 있게 되었다. 이에 본 연구는 최근 화두가 되고 있는 ‘윤리경영’에 대한 인식이 과연 어떠한가에서 출발하였다.

윤리경영은 기업 내부의 구성원 즉, 최고경영자에서 현장관리자 및 종업원 등에 이르기까지, 구성원들의 모든 행동에 대한 가치기준이 되었다[3][4][6]. 또한, 이러한 기준에 근거한 윤리경영의 실현은 기업 구성원의 행동규범을 제시해줄 뿐만 아니라, 구성원들의 윤리적 성취감 및 구성원간의 윤리적 관계형성에도 긍정적인 성과를 주고 있다. 따라서, 윤리경영이야말로, 기업의 경영과 운영관리를 위한 필수적인 행위기준으로써 재무적 이득뿐만 아니라, 사회적 이득에도 긍정적인 영향을 미치는 것이다[1][3][5].

또한, 21세기에 접어들면서 ‘윤리’가 더욱 강조되고 있는 시점에서 ‘윤리라운드(Ethics Round)’에 대한 관심과 인식이 커졌고, 더불어 국제신인도 및 글로벌경쟁력 요소로서의 윤리라운드는 국가의 신인도 평가의 중요한 바로미터가 되었다[7].

따라서, 윤리경영은 영리적 차원의 이익이나 수익창출 이전에, 기업의 사회적 책임과 가치실현을 바탕으로 한 이윤추구 및 가치실현을 위한 핵심적인 경쟁요소

되고 있다. 즉, 윤리경영은 선택이 아니라, 기업의 사회적 책무이며 전략으로써, 기업 이윤창출의 출발이기도 하다[3][7].

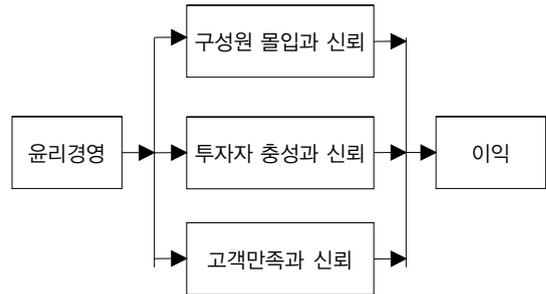


그림 1. 윤리경영과 조직성과[6]

워렌버핏(Warren Buffett)은 기업리더가 갖추어야 할 세 가지 요인으로, 도덕성(integrity), 지성(intelligence), 그리고 열정(energy)을 강조하였다. 이중에서 도덕성은 기업의 지속가능경영을 뒷받침하는 결정적 요소라고 강조하였다. 즉, 지성과 열정을 겸비했다 하더라도 도덕성이 결여된 리더는 퇴출될 수밖에 없고 따라서, 윤리에 입각한 기업경영은 중요하다[7][8]. 결국, 기업의 기능을 이윤추구라는 경제적 차원의 기능만을 고려한다면 기업의 성장도 한계점을 겪을 수밖에 없다.

DesJardins & McCall(2005)[4]은 기업경영에 있어서 윤리경영의 필요성을 다음과 같이 강조하였다.

첫째, 기업의 무절제한 이윤추구 행위를 적절히 규제 또는 순화시켜준다. 윤리경영은 기업으로 하여금 무절제한 이윤추구행위를 자제하고, 사회와 이해집단의 다양한 요구와 기대를 수용할 수 있는 윤활제 역할을 한다. 둘째, 윤리경영은 계속기업을 담보할 수 있는 기본조건이다. 높은 수준의 윤리성을 유지하는 기업은 사회로부터 평판과 신뢰감이 높아지고, 이로써 기업의 이윤추구에도 긍정적인 영향을 미침으로써 기업의 존속을 담보할 수 있다는 것이다. 셋째, 윤리경영은 구성원의 애사심을 함양하는데 기여한다. 기업의 높은 윤리성은 구성원들에게 소속감의 함양과 윤리적 기업에 근무한다는 자긍심과 애사심을 강화하게 됨으로써 기업내부 프로세스의 개사에 기여하게 될 것이다.

본 연구는 분석을 위하여 질적연구방법의 출발인 인터뷰(interview)와 선행연구에서 활용한 윤리경영 관련 용어를 먼저 고찰하였다. 이렇게 추출된 윤리경영과 관련된 있는 용어에 대하여 Q방법론을 활용하여 윤리경영 인식을 유형화하였다. Q방법론은 피험자의 인식을 파악하고, 그 인식을 유형별로 분류하는데 유용한 기법이며, Q분석 도구를 활용한 계량적 결과를 도출하기 위해서 질적연구방법이 선행되어야 한다[11]. 질적연구(qualitative research)는 개인 또는 사회의 문제를 탐구하는 독특한 방법론적 연구전통에 기반한 연구과정이다[13]. 질적연구를 위해서 연구자는 다각적인 차원에서 이해하고 해석해야하며, 관련된 언어, 사고 등을 바탕으로 통합적인 정보분석능력을 갖추어야 하고, 이러한 과정들이 자연스러운 상황에서 연구가 수행되어야 한다[14][16]. 즉, 질적연구는 현실세계, 사회현상, 사물, 인물 등을 있는 그대로 바라보면서 다양하고 복잡한 현상과 언어들을 재구성하여 그 본질적 속성을 밝히는 해석적 패러다임이다[15][17].

따라서, 본 연구는 대학 재학생을 대상으로 한 윤리경영 인식을 진단하고자 출발하였다. 즉, 오늘날 대학의 커리큘럼에서 '윤리' 내지는 '윤리학'이라는 교과목을 찾기가 쉽지 않다. 이는 대학교육이 실무 및 취업중심의 교과과정 운영의 풍토에 따른 현상이라 하겠다. 이에 향후 경영현장에서 종사할 대학생들의 윤리경영에 대한 사전 진단차원에서 이도희·김서윤(2016)¹⁾의 A경영대학원 직장인을 대상으로 한 연구의 후속연구로 시작하였다.

II. 연구방법

1. 주관성 연구로서의 Q방법론

Q방법론의 세계는 주관성의 세계이다[18]. Stephenson에 의해 1935년 Nature에 발표된 이후, 인간의 내적·심리적 상황과 인식을 측정하는데 유용한 주관성 연구

방법론으로써 논의되어왔다[18][20]. Stephenson의 과학은 과학패러다임 논쟁에서 이미 살펴보았듯이 발견(discovery)에 초점이 맞추어져 있으며, 이해(understanding)에 도달하기 위해 법칙과 이론, 도구의 사용을 강조하고 있다. 이것은 사실(fact)에 바탕을 두고 있는 과학자를 위한 설명과 해석과는 구별된다. 과학자는 사실을 바탕으로 그들의 바깥세계를 변화시키려 하지만, 이해하기란 그들의 외부세계에 있는 것들을 그대로 놓아두는 것이다[18][21].

한편, Stephenson이 Q방법론을 처음 소개하면서 Q를 '거꾸로 된 R'이라고 명명한 것으로 인하여 이후, 많은 사람들은 Q방법이 R방법에서의 행과 열을 바꾸어 놓은 요인분석 정도로 간주하기도 하였다[19][20]. 그러나 Q방법론과 R방법론은 단순히 같은 정보와 행렬을 세우고 뒤집는 식의 차이로 이해될 수 있는 것이 아니다. 즉, R방법이 자극 혹은 검사물 간의 관계에 관심이 있다면, Q방법은 사람들 간의 관계에 집중하는 것이다. 또한 R방법은 계량화를 취하여 관찰 및 측정을 바탕으로 객관적 사실을 대상으로 하지만, Q방법은 느낌, 의견, 선호, 감정, 이상, 취향 등을 연구대상으로 삼기 때문에 그 변인이 사람(a person)이다[20][22][27].

이러한 Q방법론은 과학적 발견으로서의 새로운 길을 열어주는, 어두운 방의 손전등과 같은 역할로 종종 비유되고 있다[18][25]. 우리는 그 빛이 비추어지는 곳을 볼 수 있으며, 나머지 비추어지지 않는 부분에 대해서는 추측할 수 있다. 이처럼 Q방법론은 '발견'에 초점을 두고 있는 가설추론의 방법론이며, 바로 주관성연구이다[21][24].

2. 연구모형

본 연구는 대학생들의 '윤리경영'에 대한 인식을 고찰하고자 한다. 분석을 위하여 선행연구를 바탕으로 '윤리경영'과 관련한 모집단(진술단어)을 확보하고, 이로부터 Q표본을 최종 선정하였다. 선정된 윤리경영 인식 Q표본을 다시 인식정도에 따라 분류(Q분류)하여 인식의 유형화를 실시하였다. 그 과정은 [그림 2]와 같다.

1) 이도희·김서윤(2016)은 A경영대학원의 '회계윤리'수강생을 대상으로, 윤리경영에 대한 인식을 조사하고 이를 유형화하였다. 특히, '회계윤리', '윤리경영' 관련 교과목 수강경험이 있는 응답자와 없는 응답자를 대상으로, '윤리경영인식의 유형화'를 실시하였다.

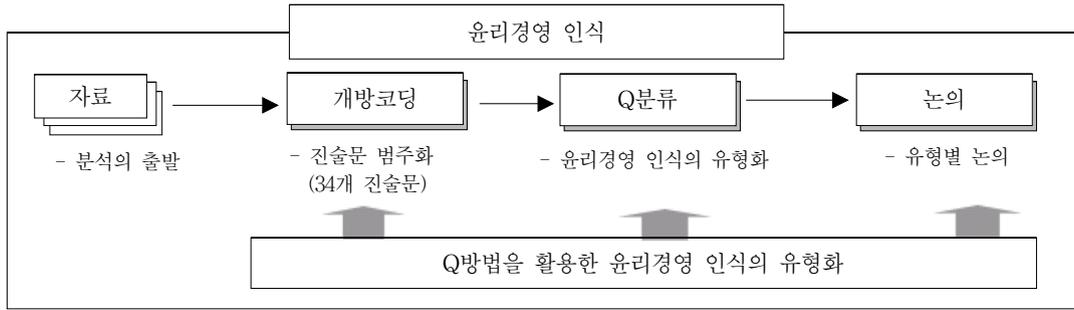


그림 2. 연구모형

3. 연구자의 준비

Denzin과 Lincoln(1994)은 질적 연구를 수행하는 연구자는 일종의 의미전달의 중재자라는 표현을 하였다. 따라서, 질적연구의 수행자는 자료 수집 전, 연구과정 중에 자신의 개인적 선입견, 가치, 신념에 대해 잘 알고 있어야 한다. 특히 연구자의 배경은 연구참여자와의 상호작용에 영향을 미치며, 인터뷰 기술은 자료수집 등에 결정적인 영향을 미친다[30]. 따라서, 연구자에게는 질적연구 수행자로서의 질적연구방법론에 대한 사전 학습 및 이해가 필수적으로 요구되어진다[29].

따라서, [연구자1]은 영문학 및 통번역학을 대학원에서 전공하면서 문학적 소양과 함께 질적연구를 활용한 석사/박사학위논문을 작성하였다. [연구자2]는 2003년 질적연구방법론 대학원수업을 시작하여, 석사/박사학위논문에서 질적연구방법론을 활용한 바 있다. 이후 질적 연구방법론 워크숍, 한국교육인류학회와 대한질적간호학회에서 주최한 공동 워크숍 등의 다양한 프로그램에 참여하여 질적연구방법론에 대한 연구역량을 배양하였고 연구실적을 확보하고 있다.

4. Q분석과정

1) Q모집단과 Q표본 선정

Q표본 선정을 위한 Q모집단은 지방 A국립대학과 B사립대학의 학생들을 대상으로 “윤리경영은 ()이다”라고 질문한 뒤 자료를 수집하여 모집단을 확보하였다. 확보된 모집단을 바탕으로 최종 34개의 Q표본을 선정하였고, 그 결과 [표 1]과 같다.

표 1. Q표본(34개)

1) 바른생활	18) 구성원의 도덕성
2) 인도주의	19) 조직(기업)경쟁력
3) 소비자보호	20) 책임경영
4) 나눔	21) 준법
5) 공정성	22) 지속가능경영
6) 합리성	23) 국가경쟁력
7) 사회적 책임	24) 당위(당연한 것)
8) 투명성	25) 사회봉사
9) 청렴	26) 경영자의 도덕성
10) 경영자의 의지	27) 의무
11) 이윤추구	28) 올바른 제도
12) 최고의 마케팅	29) 원칙
13) 부패방지	30) 기업의 생존
14) 경영전략	31) 인권존중
15) 박애주의	32) 최고의 가치
16) 양심경영	33) 기업의 사명
17) 고객감동	34) 삶의 질

2) P표본

[표 1]의 윤리경영 관련 용어 34개는 응답자 P표본의 인식정도에 따라서 유형화하였다. 분석을 위하여 분류의 주체인 P표본은 A대학과 B대학 재학 중인 재학생 34명으로 구성하였다.²⁾

2) P표본의 수는 Q표본의 수와 비슷해서 보통 40±20명 정도가 일반적이거나, 그 수가 100명이 넘어가면 이론적으로나 통계적으로 문제를 야기하게 되므로 유의해야 한다[24].

3) Q분류 및 자료처리

Q분류(Q-sort)는 앞서 선정된 34명의 P표본에게 [그림 3]과 같은 Q분류표를 제시하고 강제적으로 분류하도록 요구한다. 여기서의 강제적분류(forced distribution)는 Q분석의 특성이면서, 응답자에게는 다소 어려운 과정이다[23].

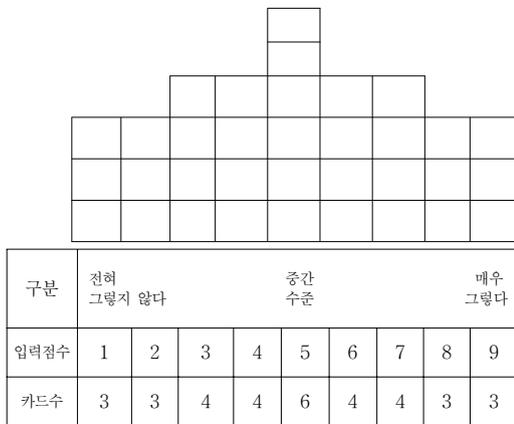


그림 3. Q-sort의 분포와 점수구성

한편, P표본으로부터 Q분류 결과를 확보하게 되면, 이를 자료를 QUANAL 프로그램을 이용하여 분석한다. Q분석은 34개의 항목(진술문)을 P-표본의 응답결과를 바탕으로 Q요인분석을 실시한다. 또한, Q분석결과에 대한 해석은 유형화된 각 유형에서 인자가중치가 높은 응답자를 중심으로, 응답자의 사후 진술문을 확보하여 응답의 내용에 대한 타당성을 확보하도록 한다.

III. 분석결과

1. 유형화 결과

[표 2]는 Q분석결과 유형화된 유형별 설명력을 보여 주고 있다. <유형 I>은 25.72%, <유형 II>는 10.87%, <유형 III>은 6.48%, <유형 IV>는 5.14%로 전체 48.21%의 설명력을 보였다.

[표 3]은 4개의 유형별 응답자의 개인적 특성 및 인자가중치를 나타내고 있다. 각 유형별 응답자 특성을 살펴보면, 다음과 같다.

<유형 I>의 경우, 가장 많은 응답자의 분포와 인자가중치를 나타내고 있으며, 전반적으로 윤리경영 학습경험이 없는 것으로 나타났다. 또한 국내기업의 윤리수준은 중하수준의 분포가 높은 것으로 나타났다. <유형 II>는 사립대학 재학생의 인자가중치의 분포가 높은 것을 알 수 있다.

<유형 III>은 사립대와 국립대학생의 응답이 고르게 분포하고 있음을 볼 수 있다. <유형 IV>는 사립대학생의 분포도가 높음을 알 수 있다.

한편, [표 4]는 분석결과에 따른 4개의 유형별로 Q진술문의 표준점수 분포를 나타내고 있다. 특히, 본 연구에서는 유형별 표준점수가 높은 진술문을 바탕으로 유형을 명명하였다. 즉, <유형 I>은 「사회적책임형」, <유형 II>는 「지속가능경영형」, <유형 III>은 「양심경영형」, <유형 IV>는 「책임경영형」으로 명명하였다.

표 2. 유형별 eigen값과 설명변량

구분	유형 I (사회적책임형)	유형 II (지속가능경영형)	유형 III (양심경영형)	유형 IV (책임경영형)
Eigenvalues	8.7450	3.6951	2.2036	1.7477
변량 %	0.2572	0.1087	0.0648	0.0514
누적변량 %	0.2572	0.3659	0.4307	0.4821

표 3. P표본의 인자가중치와 인구사회학적 특성

유형	인자가중치	소속	전공	경영/회계 학습경험	윤리경영 학습경험	국내기업 윤리수준
유형 I (사회적책임형) (n=15)	1.8025	사립대	회계3년	있다	없다	하
	1.6809	국립대	경제2년	없다	없다	중
	1.6072	국립대	경영 3년	있다	없다	하
	1.5992	사립대	일본어 4년	있다	없다	하
	1.5562	국립대	경영 3년	있다	없다	하
	1.1911	국립대	경영 2년	있다	있다	중
	0.7477	국립대	경영 3년	있다	없다	하
	0.7153	사립대	회계 3년	있다	없다	하
	0.7061	사립대	회계 3년	있다	없다	중
	0.6769	국립대	경영 4년	있다	있다	하
	0.6688	국립대	경영 3년	있다	없다	하
	0.6319	국립대	경영 2년	있다	없다	중
	0.5929	국립대	경영 2년	있다	없다	하
	0.4578	사립대	회계3년	있다	없다	하
	유형 II (지속가능경영형) (n=7)	1.5161	사립대	회계 2년	있다	없다
1.0199		사립대	행정 3년	있다	없다	하
0.9188		사립대	행정 2년	없다	없다	중
0.7403		사립대	행정 2년	없다	없다	중
0.4017		국립	경영 3년	있다	없다	하
0.3345		국립	경영 4년	있다	있다	하
0.2543		사립	회계 3년	있다	없다	하
유형 III (양심경영형) (n=8)	3.0786	사립대	회계 4년	있다	없다	중
	2.8745	사립대	회계 2년	있다	없다	하
	1.0857	국립대	경영 4년	있다	없다	하
	0.8343	국립대	경영 2년	있다	있다	하
	0.8267	국립대	경영 3년	있다	없다	중
	0.7529	국립대	경영 4년	있다	없다	중
	0.5824	사립대	회계 3년	있다	없다	중
	0.5159	국립대	경영 4년	있다	있다	하
유형 IV (책임경영형) (n=4)	1.0471	사립대	국제통상 2년	있다	없다	중
	1.0002	사립대	회계 2년	있다	없다	중
	0.3958	국립대	경영 4년	있다	없다	하
	0.3632	사립대	국제통상 2년	있다	없다	하

표 4. 대학생 윤리경영인식 유형별 표준점수 분포

진술문	유형 I (사회적책임)	유형 II (지속가능경영형)	유형 III (양심경영형)	유형 IV (책임경영형)
1. 바른생활	0.4	-1.6	-0.2	-1.1
2. 인도주의	0.9	-1.6	-0.5	-0.9
3. 소비자보호	0.6	-0.9	0.5	-1.2
4. 나눔	0.2	-1.7	-0.6	-1.2
5. 공정성	0.6	0.9	1.2	-0.2
6. 합리성	-0.3	-0.0	0.6	-1.0
7. 사회적책임	1.9	1.1	1.0	0.5
8. 투명성	1.5	1.6	1.1	0.5
9. 청렴	1.3	0.7	1.0	-0.7
10. 경영자의 의지	-0.4	0.5	0.0	0.7
11. 이윤추구	-2.1	0.0	-1.6	-1.7
12. 최고의 마케팅	-1.9	1.3	-1.4	0.6
13. 부패방지	0.7	0.6	0.9	-0.2
14. 경영전략	-1.3	0.8	-0.6	-0.9
15. 박애주의	-0.0	-1.8	-1.8	-1.3
16. 양심경영	1.1	0.1	1.7	-0.1
17. 고객감동	-0.5	0.5	-1.4	-1.5
18. 구성원의 도덕성	0.8	-0.2	1.2	0.0
19. 기업의 경쟁력	-1.2	0.9	0.2	-0.6
20. 책임경영	0.5	1.1	0.2	1.5
21. 준법	1.0	0.4	-0.7	0.9
22. 지속가능경영	-0.7	1.8	-0.4	1.2
23. 국가경쟁력	-1.4	-0.6	-1.4	0.0
24. 당위(당연한 것)	0.4	-0.2	-0.9	1.4
25. 사회봉사	0.6	-1.0	-1.0	-0.6
26. 경영자의 도덕성	1.1	0.2	1.7	0.7
27. 의무	-0.6	0.3	-1.3	1.5
28. 올바른 제도	0.3	0.0	-0.9	0.6
29. 원칙	-0.4	0.2	-0.0	0.4
30. 기업의 생존	-1.7	1.1	0.7	1.1
31. 인권존중	0.6	-1.2	0.1	-0.2
32. 최고의 가치	-0.8	-1.8	1.2	1.4
33. 기업의 사명	-0.9	-0.7	1.1	1.4
34. 삶의 질	-0.4	-0.8	0.4	-1.4

2. 유형별 특성

1) <유형 I>, 「사회적책임형」

[표 5]는 <유형 I>에서 강조된 진술단어를 나타내고 있다. 즉, '사회적책임', '투명성', '청렴' 등이 강조되고 있어, <유형 I>을 「사회적책임형」으로 명명하였다. 반면에, '이윤추구', '최고의 마케팅', '기업의 생존'과 같은 용어는 부정적 진술단어로 나타났다.

표 5. <유형 I>의 항목별 표준점수
(±1.0을 기준으로 높은 것과 낮은 것)

Q-표본	표준점수
• 사회적책임	1.90
• 투명성	1.47
• 청렴	1.30
• 양심경영	1.15
• 경영자의 도덕성	1.11
• 기업의 경쟁력	-1.21
• 경영전략	-1.27
• 국가경쟁력	-1.43
• 기업의 생존	-1.69
• 최고의 마케팅	-1.86
• 이윤추구	-2.15

2) <유형 II>, 「지속가능경영형」

[표 6]은 <유형 II>에서 강조된 진술단어를 나타내고 있다. 즉, '지속가능경영', '투명성', '최고의 마케팅', '기업의 생존', '기업의 경쟁력' 등이 강조되고 있어, <유형 II>를 「지속가능경영형」으로 명명하였다. 반면에, '박애주의', '최고의 가치', '나눔', '인도주의'와 같은 기업의 영리 및 경쟁적 요소와 관련이 적은 용어는 낮은 분포를 나타냈다.

표 6. <유형 II>의 항목별 표준점수
(±1.0을 기준으로 높은 것과 낮은 것)

Q-표본	표준점수
• 지속가능경영	1.79
• 투명성	1.57
• 최고의 마케팅	1.28
• 기업의 생존	1.14
• 기업의 경쟁력	1.06
• 바른생활	-1.59
• 인도주의	-1.63
• 나눔	-1.69
• 최고의 가치	-1.77
• 박애주의	-1.84

3) <유형 III>, 「양심경영형」

[표 7]은 <유형 III>에서 강조된 진술단어를 나타내고 있다. 즉, '양심경영', '경영자의 도덕성', '구성원의 도덕성', '최고의 가치' 등을 강조하고 있다. 따라서, <유형 III>을 「양심경영형」으로 명명하였다. 반면에, '박애주의', '이윤추구', '고객감동'과 같은 용어는 부정적 진술단어로 나타났다.

표 7. <유형 III>의 항목별 표준점수
(±1.0을 기준으로 높은 것과 낮은 것)

Q-표본	표준점수
• 양심경영	1.74
• 경영자의 도덕성	1.72
• 구성원의 도덕성	1.22
• 최고의 가치	1.15
• 공정성	1.15
• 국가경쟁력	-1.36
• 최고의 마케팅	-1.38
• 고객감동	-1.40
• 이윤추구	-1.55
• 박애주의	-1.79

4) <유형 IV>, 「책임경영형」

[표 8]은 <유형 IV>에서 강조된 진술단어를 나타내고 있다. 즉, '책임경영', '기업의 사명', '의무', '당위' 등을 강조하고 있다. 따라서, <유형 IV>를 「책임경영형」으로 명명하였다. 반면에, '이윤추구', '고객감동', '삶의 질'과 같은 용어는 부정적 진술단어로 나타났다.

표 8. <유형 IV>의 항목별 표준점수
(±1.0을 기준으로 높은 것과 낮은 것)

Q-표본	표준점수
• 책임경영	1.54
• 기업의 사명	1.54
• 의무	1.51
• 당위	1.48
• 최고의 가치	1.46
• 소비자보호	-1.23
• 나눔	-1.24
• 박애주의	-1.27
• 삶의 질	-1.44
• 고객감동	-1.45
• 이윤추구	-1.73

3. 유형별 진술 및 논의

본 연구는 대학생들을 대상으로 윤리경영에 대한 인식의 유형화를 실시하였다. 유형화 실시결과 다음과 같이 4가지로 정의되었고, 각 유형별 인자가중치가 높은 응답자의 진술문은 다음과 같다.

우선 <유형 I, 사회적책임형>을 설명하고 있는 P표본 진술의 일부이다.

(인자가중치, 1.8025, 남, 사립대 회계3년)

긍정강조 : 「사회적책임」, 「준법」, 「인권존중」
부적강조 : 「이윤추구」, 「최고의 마케팅」,
「기업경쟁력」

“윤리경영을 위한 기업의 사회적책임은 오늘날의 이슈라고 생각한다. 또한 기본적으로 법을 지킨 뒤에 윤리가 있을 수 있다고 생각하며, 인간의 권리는 헌법에서 수호하는 가장 기본이 되는 권리이기에 윤리경영과 밀접한 관련이 있다고 생각한다”

(인자가중치, 1.6809, 국립대 경제2년)

긍정강조 : 「청렴」, 「투명성」, 「사회적책임」
부적강조 : 「기업의 생존」, 「지속가능경영」,
「국가경쟁력」

“기업의 생존이나 지속경영, 국가경쟁력과 같은 용어들은 윤리와 차이가 나는 용어라고 생각함. 소비자를 위해서도 그렇고... 무엇보다 투명하고 깨끗한 기업운영이 윤리경영의 기본이라고 생각함”

이상과 같이 <유형 I>에서 인자가중치가 강조된 응답자의 의견을 보면, 다른 유형보다 강조된 용어로서 ‘사회적책임’, ‘준법’, ‘인권존중’, ‘청렴’, ‘투명성’ 등을 강조하고 있어, 「사회적책임형」으로 명명하였다.

다음은 <유형 II, 지속가능경영형>에 속하는 P표본의 진술의 일부이다.

(인자가중치, 1.5161, 남, 사립대 회계2년)

긍정강조 : 「지속가능경영」, 「기업의 생존」, 「투명성」
부적강조 : 「이윤추구」, 「최고의 가치」, 「박애주의」

“윤리경영을 하는 기업은 결국 기업이 지속가능하게 되기 위한 전략적 차원에서 시작할 것이라 생각한다”

(인자가중치, 1.0199, 사립대 행정3년)

긍정강조 : 「기업경쟁력」, 「지속가능경영」, 「최고의 마케팅」
부적강조 : 「소비자보호」, 「기업의 사명」, 「당위」

“오늘날의 윤리경영은 기업의 마케팅의 일환이라고 생각한다. 윤리경영이야말로 기업의 생존을 위한 기업경쟁력 요소로서 중요하다고 생각한다. 이러한 경쟁력은 지속가능경영으로 이어질 것이라 생각한다”

이상과 같이, <유형 II>에서는 ‘지속가능경영’, ‘기업의 생존’, ‘기업경쟁력’, ‘최고의 마케팅’ 등의 용어를 강조하고 있어, <유형 II>를 「지속가능경영형」으로 명명하였다.

다음은 <유형 III, 양심경영형>을 설명하고 있는 P표본 진술의 일부이다.

(인자가중치, 3.0786, 남, 사립대 회계4년)

긍정강조 : 「양심경영」, 「경영자 도덕성」, 「기업의 사명」
부적강조 : 「이윤추구」, 「의무」, 「박애주의」

“윤리경영이 의무라고 하기에는 맞지 않을 것 같다. 윤리경영은 기업의 또 다른 추구하고자 하는 목표라고 생각한다. 그러기 위해서는 경영자의 도덕적 마인드와 양심경영이 가장 중요하다고 생각한다”

(인자가중치, 2.8745, 남, 사립대 회계2년)

긍정강조 : 「양심경영」, 「경영자 도덕성」, 「부패방지」
부적강조 : 「박애주의」, 「고객감동」, 「국가경쟁력」

“양심경영이야말로 기업의 투명성, 경영자의 청렴, 공정, 합리성 등을 포함하는 개념이라고 생각한다. 또한 경영자의 도덕성에 따라서 윤리경영 여부가 결정된다고 생각한다”

이상과 같이, <유형 III>에서는 ‘양심경영’, ‘경영자의 도덕성’, ‘기업의 사명’ 등의 용어가 강조되고 있어, 「양심경영형」으로 명명하였다.

다음은 <유형 IV, 책임경영형>을 설명하고 있는 P표본 진술의 일부이다.

(인자가중치, 1.0471, 남, 사립대 국제통상 2년)

긍정강조 : 「책임경영」, 「당위」, 「최고의 마케팅」,

부적강조 : 「이윤추구」, 「고객감동」, 「박애주의」

“책임경영 하의 윤리경영이 진정한 윤리경영이라
생각함. 또한, ‘당위’적 사고는 경영자로서 갖추
어야할 당연한 의무라 생각함”

이상과 같이, <유형 IV>에서는 ‘책임경영’, ‘당위’, ‘최고의 마케팅’ 등의 용어가 강조되고 있어, 「책임경영형」으로 명명하였다.

이도희·김서운(2016)[1]의 연구에서는 현직에 종사하는 직장인을 대상으로 한 윤리경영인식을 조사하였다. 이 연구에서는 「기본원칙형」, 「경영자의지형」, 「올바른제도형」, 「사회적책임형」으로 설명하였다. 따라서, 직장인들의 연구결과와 본 연구결과는 큰 차이가 없음을 알 수 있다. 다만, 본 연구 분석결과의 모든 유형에서 알 수 있는 것은 응답자들 대부분이 윤리경영 학습경험이 없다는 것이다. 즉, 대학의 윤리교육이 필수 과목도 선택과목도 아닌 윤리교과목 자체를 찾아보기가 어려운 실정이다. 그러나 우리가 간과해서는 안 되는 것은, 경영현장에 투입될 주체는 바로 대학생이라는 것이다. 따라서, 대학의 교육과정에서 우선적으로 고려해야 할 교과과정으로서의 ‘윤리’는 이 시대의 혈액과 같은 존재이다. 또한, [표 3]의 분석결과에서 ‘국내기업 윤리수준’의 응답결과에서 볼 수 있듯이, ‘중’과 ‘하’만을 볼 수 있다. 즉, ‘상’의 응답은 볼 수가 없음을 고려한다면, 기업의 윤리경영에 대한 제고의 필요성을 강조하지 않을 수 없다.

오늘날 우리사회는 ‘윤리’를 더욱 갈망하는 환경에 도래하였고, 지금이야말로 대학 교육과정에서 ‘윤리’교과 과정에 대한 검토가 그 어느 때보다 필요한 시기이다. 박병기(2006)[26], 신동환(2015)[28]은 글로벌 환경 하에서 글로벌 윤리교육 및 평화라는 가치를 중심으로 인류 보편적인 시민성 함양에 주안점을 둔 교육의 필요성을 강조하였다.

따라서, 21세기 지금이야말로, 기업의 책임경영의 실천을 위해서는 윤리경영이 바탕이 되어야 하는 시대이다. 이러한 환경에서 경영자 그리고 구성원의 윤리인식

에 대한 진단과 더불어, 윤리의식 고취를 위한 노력은 기업의 지속가능한 생존전략의 하나로써 강조하지 않을 수 없다. 기업에게 있어서 계속기업의 가치는 바로 ‘윤리경영’에서 출발하기 때문이다.

IV. 결론

윤리경영은 21세기 기업의 전략적 운영의 핵심적 요소로 자리매김하고 있다. 즉, 윤리경영은 오늘날 기업이 국제적인 경쟁력을 갖추는데 빼놓을 수 없는 중요한 요소이다. 기업의 윤리경영은 더 이상 선택이 아니라 필수조건이며, 기업의 경쟁력 제고와 지속가능한 성장을 위해서 반드시 갖추어야 할 경영철학이 되었다. 이에 본 연구에서는 오늘날 기업의 윤리경영에 대하여, 향후 경영의 주체 및 역할을 해야하는 대학생들의 윤리경영 마인드가 어떠한가에서 출발하였다. 즉, 대학생들의 윤리경영 인식이 어떠한지를 Q방법론이라는 질적연구방법론을 활용하여 분석하였다.

분석을 위하여, 윤리경영 관련 용어 34개(Q표본)를 확보하고, 34명의 응답자(P표본)를 대상으로 인식의 유형화(Q-Sort)를 실시하였다. 특히, 분석을 위하여 1개 국립대학교와 1개 사립대학교 재학생을 P표본으로 선정하여 조사를 실시하여 분석한 결과, 다음과 같은 결과를 도출하였다.

첫째, 유형화 결과, 4개의 유형으로 정의되었고, 각 유형의 설명력은 <유형 I> 25.72%, <유형 II> 10.87%, <유형 III>은 6.48%, <유형 IV>는 5.14%로 전체 48.21%의 설명력을 나타냈다. 둘째, 각 유형의 응답자 분포를 바탕으로 각 유형을 명명하였다. 즉, <유형 I>은 「사회적책임형」, <유형 II>는 「지속가능경영형」, <유형 III>은 「양심경영형」, <유형 IV>는 「책임경영형」으로 명명하였다. 셋째, 유형간의 응답자의 분포 분석결과, 대학의 특성별로 차이가 없으며, 다만, 대학생들의 윤리경영 관련학습 환경이 열악한 것으로 나타났다. 응답자의 대부분이 윤리관련 교과목 학습경험이 없는 것으로 나타났다. 마지막으로 윤리경영에 있어서 필요한 사항에 대한 의견으로, 「경영자의 의

지 및 가치관, 제도적 장치의 필요성, 사회구성원의 윤리의식 고취 및 이에 대한 자발적인 참여의지' 등에 대한 추가적인 의견을 나타내주었다.

분석결과와 같이, 윤리경영은 21세기에 기업이 국제적인 경쟁력을 갖추는데 빼놓을 수 없는 중요한 경쟁의 필요조건이라 하겠다. 즉, 더 이상 경영에 있어서의 윤리경영은 선택사항이 아니며, 기업의 경쟁력 제고와 성장발전을 위해서 반드시 갖추어야 할 경영철학이라 하겠다. 따라서 윤리경영의 실천을 위해서 기업은 소비자가 요구하고 구현하고자 하는, 그리고 우리사회가 필요로 하는 실천적 윤리의식의 진단에서부터 출발해야 만이, 계속기업으로서의 존속이 가능할 수 있음을 간과해서는 안 될 것이다.

본 연구는 Q방법론이라 하는 주관성 연구를 활용하여, 최근에 이슈가 되고 있는 '윤리경영'에 대한 이해와 인식에 대하여 대학생들이 과연 어떻게 생각하고 있는가에서 출발하였다. 대학생에게는 아직은 빠른 경영인식이라 하겠으나, 현재 대학에서의 윤리교과 운영이 충분히 이루어지지 못함에 따른 문제점 역시 고민해야 할 사항이 아닐 수 없다. 본 연구의 대상은 대학생으로 아직은 현장 실무경험이 없으나, 이들이야말로 향후 윤리경영의 주역이기 때문이다. 따라서 미래의 윤리경영의 주체가 될 대학생들의 윤리경영 인식에 대한 진단을 수행하였다는 차원에서 본 연구의 공헌을 기대한다.

따라서 본 연구는 질적연구방법인 주관성연구를 활용하여 탐색적 차원의 연구를 진행하였기에, 향후 연구는 보다 폭넓은 대상 및 영역을 대상으로, 계량적이고 검증가능한 실증연구로의 확장을 기대한다.

참 고 문 헌

- [1] 이도희, 김서윤, “윤리경영 인식에 대한 주관성 연구,” 국제회계연구, 제66권, pp.219-244, 2016.
- [2] 권은정, *착한기업이야기*, 웅진지식하우스, 2010.
- [3] 최현돌, 오준환, “회계윤리교육의 교과목에 관한 연구,” 회계저널, 제17권, 제2호, pp.155-196, 2008.
- [4] J. DesJardins and J. J. McCall, *Contemporary*

Issues in Business Ethics, Wadsworth Publishing, 5th edition, 2005.

- [5] 차동욱, 이정훈, 허일무, 김용재, “윤리적 리더십이 부하들의 조직동일시와 직무 스트레스에 미치는 영향,” 한국콘텐츠학회논문지, Vol.16, No.6, pp.761-773, 2016.
- [6] 최만기, 김영복, *현대사회와 윤리경영*, 탐복스 2011.
- [7] 김기찬, 송창석, 박은규, *한국의 윤리경영*, 프리이코노미북스, 2014.
- [8] O. C. Ferrell, John Fradrich, and Linda Ferrell, *Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases*, tenth Edition. 2014
- [9] 국민권익위원회, *산업별 기업 윤리경영모델*, 2012.
- [10] 염성수, 이도희, “관리회계연구에 있어서 질적연구방법론 활용 방안,” 회계연구, 제19권, 제5호, pp.1-36, 2014.
- [11] 서근원, “질적연구 수행의 의미,” 교육학연구, 제46권, 제3호, pp.133-161, 2008.
- [12] J. W. Creswell, *Research Design: Qualitative and quantitative Approaches*, Thousand Oaks, CA:Sage., 1994.
- [13] 김동규 역, *현상학이란 무엇인가: 후설에서 메를로퐁티까지*, 그린비, 2011.
- [14] 주은선, 조영임, 김단비, 강유진, “우울증 경험과 회복과정에 대한 질적연구,” 한국콘텐츠학회논문지, Vol.17, No.7, pp.505-526, 2017.
- [15] 이도희, 조우연, “BSC관점의 사회복지법인 운영 인식에 대한 탐색적 연구,” 회계연구, 제17권, 제2호, pp.117-145, 2012.
- [16] 김석웅, “회계학 연구방법론으로서의 근거이론에 관한 탐색적 연구,” 회계정보연구, 제25권, 제3호, pp.77-102, 2007.
- [17] 이도희, 이동규, “질적연구방법론을 활용한 비영리회계 인식의 가설 발견적 접근,” 회계연구, 제12권, 제1호, pp.281-308, 2007.
- [18] 김홍규, *Q방법론: 과학철학, 이론, 분석 그리고*

적용, 커뮤니케이션선북스(주), 2008.

- [19] W. Stephenson, "Consciousness Out-Subjectivity in," *The Psychological Record*, Vol.18, p.500, 1968.
- [20] W. Stephenson, "Scientific Creed Philosophical Credo," *The Psychological Record*, Vol.11, pp.9-17, 1961.
- [21] 김홍규, "Q방법론의 과학정신탐구," 공주대학교 미발간 특강자료(한양대학교 언론문화연구소, 언론학보, 제13집, 1994, 5-44 인용), 2003.
- [22] R. S. Brown, *Political Subjectivity*, New Haven, Mass: Yale University Press. 1980.
- [23] 김현수, 원유미, *Q방법론*, 교육과학사, 2000.
- [24] 김홍규, "주관성 연구를 위한 Q방법론의 이해," 서울대학교 간호대학 간호학논문집, 제6권, 제1호, pp.1-11, 1992.
- [25] Keith P. Sanders, *Sports news reading: A Q-Metodological Approach*, Doctorral Dissertation, University of Iowa, 1967.
- [26] 박병기, "도덕과 교육의 배경 학문으로서의 윤리학," *윤리교육연구*, 제16권, pp.1-16, 2006.
- [27] 유일, 김소라, 이석인, 이찬영, "Q방법론을 활용한 중소기업 인식에 대한 연구," *한국콘텐츠학회 논문지*, Vol.16, No.10, pp.81-95, 2016.
- [28] 신동환, *글로벌 윤리(Global Ehtics)의 도덕과 교육 적용 방안 연구*, 서울대학교 대학원, 박사학위논문, 2015.
- [29] 이도희, 김현미, "사회적기업, 사회성인가 기업성인가?:근거이론의 상황모형과 과정분석을 중심으로," *재무회계저널*, Vol.14, No.3, pp.175-198, 2014.
- [30] 최정숙, *여성의 이혼과정에 관한 근거이론 연구*, 숙명여자대학교 대학원, 박사학위논문, 2004.

저 자 소 개

장 민 호(Min-Ho Jang)

정회원



• 2017년 9월 : 금강대학교 사회과학부 교수

<전공분야> : 경영학, 통번역학

이 도 희(Doh-Hee Lee)

정회원



• 2017년 9월 : 충남대학교 경영학부 초빙교수

<전공분야> : 경영학(관리회계), 사회복지학, 법학