

[Original Article]

## Education needs for business ethics components among college students majoring in fashion

Eunah Yoh<sup>†</sup>

Professor, Dept. of Fashion Marketing, Keimyung University, Korea

패션 전공 대학생들의 비즈니스 윤리 요소별 교육요구도

여 은 아<sup>†</sup>

계명대학교 패션마케팅학과 교수

### Abstract

The purpose of this study was to explore the importance level, the present level, and the educational need for 21 business ethics components among 2-year and 4-year college students majoring in fashion. Survey data of 364 students (128 students of 2-year colleges and 238 students of 4-year colleges) were analyzed through descriptive statistics, Borich's needs assessment for education, The Locus for Focus model, exploratory factor analysis, and *t*-test. The results showed five business ethics components ranked highly as educational needs among college students: 'reducing waste', 'using vegan materials', 'using human-friendly materials', 'strengthening sustainable technologies', and 'promoting workers' rights'. Those components should be integrated into curricula of fashion majors in colleges. Students in 4-year colleges considered most of 21 business ethics components as more important than did students at 2-year colleges. More needs for education were observed by 4-year college students in eight business ethics components than by 2-year college students. In addition, a positive attitude toward business ethics education and the suitability of business ethics education were higher among 4-year college students than 2-year college students. Results provide a guideline for business ethics education by indicating a list of business ethics components that urgently needed to be adapted to fashion curricula according to each college type.

Received November 23, 2020

Revised December 16, 2020

Accepted December 18, 2020

<sup>†</sup> Corresponding author  
(yoheunah@kmu.ac.kr)

ORCID

Eunah Yoh

<https://orcid.org/0000-0003-2894-0283>

This research was supported  
by the Bisa Research Grant of  
Keimyung University in 2020.

*Keywords: business ethics(비즈니스 윤리), ethics education(윤리교육), fashion(패션),  
need assessment for education(교육요구), college(대학)*

## I. Introduction

‘비즈니스 윤리(business ethics)’란 비즈니스 활동의 윤리적 기준으로 무엇이 도  
덕적으로 바람직한지에 대한 원칙이다(Velasquez, 2018). 비즈니스 윤리는 기업이  
주주, 근로자, 소비자, 협력사와의 관계에서 가져야 하는 도덕적 책임으로, 기업이  
윤리적 역할을 수행하기 위한 기준이 된다. 비즈니스 윤리의 개념은 기업이 제공

하는 제품이나 서비스에 대한 품질보증, 고용안정, 환경보호 등의 개념에서 논의되기 시작하였으나, 점차 그 개념이 확장되어 최근에는 기업의 사회적 책임 (corporate social responsibility) 혹은 지속가능 경영 (sustainability management)으로까지 넓어지게 되었다(Kim & Choi, 2013).

기업의 비즈니스 윤리 수준은 기업의 재무성과와 정적인 관계가 있다고 알려지면서 중요한 경영전략 중 하나로 받아들여지고 있다(Cummings, 2000). 소비자들은 제품 구매 결정시 기업의 윤리성을 고려하는 경향이 커지고 있으며, 투자자들은 단기적인 이익보다 윤리적 행동에 기반한 의사결정을 하는 기업에 더 적극적으로 투자를 고려하는 경향을 보인다(Freestone & McGoldrick, 2008). 이는 기업이 비즈니스 윤리 기준을 따르며, 이에 대한 사회적 공감을 얻게 되면, 이윤으로 환원되는 실질적 성과를 얻는데도 도움이 된다는 점을 시사한다.

패션산업에서는 생산과정에서 발생하는 폐기물 저감과 에너지 소비 감소 등에 미치는 산업적 영향을 인지하고, 지속가능 경영에 관심을 가져왔다. 이러한 업계의 관심을 반영하며, 2019년 3월 United Nations (UN) 산하 단체와 국제기구들이 참여하여 ‘지속가능한 패션을 위한 UN 연합(UN Alliance for Sustainable Fashion)’을 출범하였는데, 패션산업의 제조, 유통, 폐기 등 공급망 전체에 걸친 지속가능발전을 위한 공동 프로젝트 기획과 국가별 정책 추진을 지원하는 역할을 한다(Korea Federation of Textile Industries [KOFOTI], 2020). 2019년 8월에는 글로벌 패션 기업 32개사의 140여개 브랜드가 환경적 책임 실천을 약속하는 ‘G7 패션협약’을 발표하기도 하였으며, 특히 자라의 모회사인 인디텍스는 2020년까지 본사, 물류센터, 매장 등 모든 플랫폼에 재생 에너지를 사용하고, 일회용품 사용을 금지하며, 재활용 수거함을 배치하는 등 전사적인 비즈니스 윤리를 실천하겠다고 공표하였다(KOFOTI, 2020).

UN은 2005~2014년을 “지속가능성 발전을 위한 교육의 시대”로 정하고 교육지원을 위해 노력해왔다(United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2003). 이 결과로 미국과 유럽의 대학에서는 비즈니스 윤리, 지속가능성, 사회적책임성과 관련된 교과목들을 편성하려는 시도가 늘어났다. Chris-

tensen, Peirce, Hartman, Hoffman, and Carrier(2007)가 세계 50대 글로벌 MBA 프로그램을 운영하는 대학을 대상으로 한 조사에서, 50개 대학 중 84%가 학생들에게 기업윤리, 지속가능성, 기업의 사회적책임과 관련된 교과목 중 하나 이상을 필수로 지정하여 이수하게 한다고 하였으며, 25%의 대학은 이러한 과목을 독립된 교과로 운영하고 있다고 하였고, 27%의 대학은 이러한 주제들이 결합된 교과목을 운영하고 있다고 하였다.

이러한 추세 속에서 미국 대학의 패션 관련 학과들도 비즈니스 윤리와 관련된 내용들을 교과목에 일부 적용하고 있다(Yoh & Kim, 2018). 그러나 한국 대학의 패션 관련 학과에서는 ‘비즈니스 윤리’나 ‘지속가능성’의 키워드가 독립된 교과목 명에 포함된 사례가 거의 없으며, 일부 교과목이나 수업 내용 중 부분적으로 다루어지는 정도이다. 비즈니스 윤리 교육이 대학에서 제대로 이루어지지 못하고 있는 상황에서, 대학 졸업자들이 산업 현장 진출 시 관련된 이슈에 대한 이해와 실행이 미흡할 수밖에 없을 것이다. ‘비즈니스 윤리’ 관련 요소별 교육요구도를 파악하는 노력은 교육 프로그램의 개선과 발전을 위해 꼭 필요한 일일 것이다. 본 연구에서는 패션 분야의 ‘비즈니스 윤리’ 요소별로 2년제와 4년제 대학생들의 교육요구도를 비교 분석하고자 한다. 이러한 연구의 결과는 각 학제 기관별로 적절한 비즈니스 윤리교육 프로그램을 개발하는데 필요한 시사점을 제시할 수 있을 것이다.

## II. Literature Review

### 1. Education of business ethics in the fashion field

‘비즈니스 윤리’는 기업의 활동에 있어 판단의 가치기준을 제공하는 것으로, 경영학 분야에서는 비즈니스 윤리를 교과과정에 반영해 왔다. Wu, Kuo, and Wu(2010)는 미국, 유럽, 아시아의 비즈니스 스쿨 교육과정 분석을 통해 윤리경영, 지속가능성, 사회적책임성, 문화 다양성, 기후변화 등이 교육 내용으로 다루어지고 있다고 하였다.

미국 패션학계에서는 글로벌 의류·신발업체, 유통업체, 학계 등이 공동협력을 통해 “지속가능한 의류 연합”(Sustainable Apparel Coalition: SAC)을 설립하

고 지속가능성 관련 교육의 발전을 위해 노력해 왔다. 미국 델라웨어대학교, 코넬대학교, 콜로라도 주립대학교 등은 SAC 회원교로서 비즈니스 윤리 관련 원격강의 프로그램을 개발하고, 이를 대학원생들과 기업 종사자들에게 제공하고 있다(University of Delaware, n.d.). 패션 분야에서의 비즈니스 윤리 교육은 소비자 의식과 행동, 소재의 채택/생산/구매, 공정무역 거래, 정당한 노동력 활용, 지속가능한 상품기획과 마케팅 전략 등의 주제를 포함한다(Orzada & Cobb, 2011).

Yoh and Kim(2018)은 미국 대학의 50개 패션머천다이징 및 50개 패션디자인 프로그램의 3,200개 교과목(500개 대학원, 2,700개 학부 교과목)의 강의개요서에 대한 질적 조사를 실시하였다. 그 결과, 50% 이상의 프로그램에서 최소 한 개 이상의 지속가능성 관련 교과목을 운영하고 있었으며, 지속가능성, 사회책임성, 윤리성이 교과목 설명에 가장 많이 적용된 지속가능성 관련 키워드로 확인되었다. 우리나라 2년제와 4년제 대학의 패션 관련 학과는 145개에 달하지만(KOFOTI, 2017), 비즈니스 윤리나 지속가능성 관련 키워드를 교과목에 포함한 사례는 거의 발견되지 않았다(Kim, 2015).

2. Analysis of need assessment for education

요구(needs)란 현재 상태와 바람직한 상태 사이의 차이를 의미하며, 교육요구(need assessment for education)란 현재에 교육되는 상태와 미래에 희망하는 교육 상태를 말한다(Borich, 1980). Borich(1980)에 따르면, ‘요구수준(required level)’은 응답자들이 해당 항목에 대하여 필요로 하는 수준을 말하는데, 이는 ‘중요수준’이라고 할 수 있다. 또한 ‘현재수준(present level)’은 현재 이행되는 수준에 대한 인식을 말한다. Borich의 교육요구도 공식에서는 ‘요구수준’에 가중치를 부여한 값과 ‘현재수준’의 차이 값에 해당하는 요구도 점수를 산출하게 되고, 요구도 점수를 순서대

로 나열하여 교육요구의 우선순위를 산출한다(Fig. 1). 이 공식에 따르면 요구수준이 높을수록, 현재수준이 낮을수록 교육요구도가 높게 나타난다. 가중치를 부여하는 이유는 전체 대상자가 중요하다고 생각하는 평균값에 개별 차이 값을 곱하면 차이 값 격차가 극명해지므로 교육요구도 우선순위 파악이 용이하기 때문이다(Eom, 2009).

분석대상 항목이 다수일 때 교육요구도에 따른 순위를 정하더라도 어느 순위까지를 일차적 교육 대상으로 정할지에 대한 판단이 필요한데, 이 때 The Locus for Focus model을 활용할 수 있다(Mink, Shultz, & Mink, 1991). The Locus for Focus model의 가로축에 ‘요구수준(중요수준)’, 세로축에 ‘요구수준과 현재수준의 차이’ 값을 두어 이를 기준으로 사분면에 각 항목의 위치를 표시하여 교육요구도의 차이를 시각적으로 보여준다. 여기에서 일사분면에 위치한 항목의 경우 요구수준도 높고 요구수준과 현재수준과의 차이가 높아서 가장 우선적으로 교육되어야 하는 항목들이다. 교육요구도 검증을 위해 t-검증, Borich 요구도, The Locus for Focus model의 방법들을 병행하여 사용한다(Lee, 2019).

3. Need assessment for education of business ethics in the fashion industry

패션산업은 공급망 전체 활동에 있어 윤리성을 추구하기 위해 다각도의 노력을 해왔다. KOFOTI(2020)의 지속가능 보고서에 따르면, 루이비통과 디올 등의 브랜드를 보유한 LVMH는 지속가능한 공급망 구축을 위한 파트너십 체결 및 실행계획을 발표하였고, 2025년까지 산하 브랜드의 가죽 등 동물성 소재 공급시 동물보호기준 준수 계획을 발표하며, 디자인, 생산, 유통, 폐기 과정에서의 에너지 소비를 줄이기 위한 계획을 발표한 바 있다. 구찌와 발렌시아가 브랜드를 보유한 Kering사도 지속가능성 팀을 구성하

$$\text{Borich's needs assessment} = \frac{\{\sum(RL-PL) \times \overline{RL}\}}{N}$$

*RL(Required level; Importance); PL(Present level); N(Number of cases)*

<Fig. 1> Borich's needs assessment  
Reprinted from Na, Jyung, Park, & Lee. (2002). p.97.

고 여성보호재단을 설립하며, 환경영향 측정도구를 개발하는 등 비즈니스 윤리 강화에 노력하고 있다.

패션기업뿐만 아니라, 이들을 지원하기 위한 국제 기구도 비즈니스 윤리 강화를 위한 정책을 발표해 왔다. 세계은행그룹은 패션제품 생산과정에서의 환경 파괴에 따른 기후변화를 막기 위해 ‘Fashion4Climate’을 발표하였고, EU경제위원회에서는 산림보호를 위해 ‘Forest4Fashion’ 정책을 추진해 왔다. 또한 ‘지속가능 패션’을 홍보하는 UN파트너십 사무소의 ‘Conscious Fashion Campaign’도 진행되었으며 사회적 기업 창업을 돕는 국제무역센터의 ‘Ethical Fashion Initiative’도 발표되었다. 이렇듯 산업과 국가 차원에서 여러 비즈니스 윤리 고양을 위한 노력이 계속되었으나, 이를 총괄하여 패션산업 업무 프로세스별로 관련되는 ‘비즈니스 윤리’ 요소를 도출하려는 시도는 제한적이었다.

이에, Kim and Yoh(2019)는 선행연구와 패션기업 종사자 조사결과를 바탕으로 패션산업에서의 ‘비즈니스 윤리’ 요소 21개를 도출하였다. 이는 ‘원부자재 생산 및 소싱’ 영역의 5요소(인간친화적 소재활용, 지속가능한 기술 강화, 비건소재 사용, 안전공정 추구, 폐기물 저감), ‘제품 디자인’ 영역의 5요소(비복제 중시, 재사용·재활용 디자인 중시, 디자인 효율성 제고, 공익메시지 사용, 지역성 보호), ‘유통·물류’ 영역의 4요소(윤리적 공급망 활용, 공정무역 고려, 에너지 절감, 유해요소 저감), ‘경영·마케팅’ 영역의 4요소(친환경 인증획득, 사회공헌활동, 소비자 권리보호 중시, 과대·부당광고 지양), ‘노동관리’ 영역의 3요소(법규범 준수, 인적·교육투자 강화, 노동자 권리보호)였다.

Kim and Yoh(2020)는 후속 연구에서 패션기업들을 대상으로 이 21개의 비즈니스 윤리 요소에 대한 패션산업 종사자의 교육요구도를 조사하였다. 그 결과, 사회공헌활동에서 가장 높은 교육요구도를 보였고, 다음으로 인간친화 소재활용, 친환경 인증획득, 비건 재료 사용, 지속가능한 기술 강화, 폐기물 저감, 에너지 절감, 유해요소 저감, 안전공정 중시, 공익메시지 사용, 윤리적 공급망 활용, 소비자 권리보호 중시, 지역성 보호, 인적·교육투자 강화, 비복제 중시, 재사용·재활용 디자인 중시, 공정무역 고려, 과대·부당광고 지양, 노동자 권리보호, 디자인 효율성 제고, 법규범 중시 순으로 교육요구도가 높게 나타났다.

#### 4. Perception on business ethics education according to college types

##### 1) Differences in need assessment for education

우리나라의 섬유·패션 관련 4년제 대학은 110여 개로 졸업자 수는 연간 3,425명이며, 2년제 대학은 35 개로 졸업자 수는 연간 1,824명이다(KOFOTI, 2019). 전국 대학 패션 관련 학과의 교과과정을 분석한 결과에 따르면 디자인 영역이 31%, 섬유과학 14%, 의복 구성 14%, 마케팅 12%, 생산 7%, 복식사 5% 등으로 나타났다(KOFOTI, 2017). 2년제 대학은 국가표준능력(National Standards Competence: NCS) 기반으로 교과과정을 구성하는데, 주로 취업과 직접 연관되는 기술 위주의 교과목들을 배치한다. 반면, 4년제 대학은 교양 및 자기계발 교과목 등을 포함하여 전공별 심화지식과 실습을 제공하는 교과목들로 교과과정을 구성한다(Yac, 2019). 워크넷 학과정보에 따르면 전체적으로 4년제 대학의 섬유·패션 전공자들은 60% 이상의 취업률을 보이며, 졸업자 대부분이 관련 산업에서 직업을 갖는다(KOFOTI, 2019). 2년제 학생들 중 상당수는 4년제 대학으로 편입하여 학업을 지속하거나 졸업 후 바로 취업하여 패션산업에 종사한다.

패션 관련 전공의 교육과정에 대한 연구들은 세분화된 영역별 교과목 비중을 분석한 연구가 대부분이었다. 4년제 대학에 대한 연구로 한국, 미국, 영국, 일본, 홍콩 대학의 패션 관련학과 교과과정을 비교한 연구(Ku, Kim, Park, Park, & Choo, 1999), 한국과 미국의 패션 관련학과 교과과정을 비교한 연구(Kim, 2015) 등이 있었다. 2년제 대학의 패션 전공 교과과정을 분석한 연구는 상대적으로 적었는데, Kim(1999)은 2년제 대학 패션디자인 전공 교과과정을 분석하였고, Han, Jung, and Lee(2011)는 2년제와 4년제 대학의 패션비즈니스 전공 교과과정을 비교하였다. Han et al. (2011)은 4년제 대학교는 교과목 구성에 있어 실습보다 이론 과목 비중이 크고 기획 및 생산 분야 비중이 크며, 2년제 대학교는 직업교육을 표방하므로 실무현장 중심의 실제 직무에 활용 가능한 기술 중심의 교과목으로 구성된다고 하였다.

이처럼 2년제와 4년제 대학의 교육목표와 교과목 구성에 차이가 있는 만큼 각 학제에 맞는 시사점을 제공하기 위해 각 학제별 ‘비즈니스 윤리’ 요소에 대한

교육요구도 조사를 실시하고자 한다. 교육에 있어 교육수요자의 인식 수준이 중요하고, 윤리 교육에 있어서는 더더욱 교육을 받는 사람들의 필요성 인식과 공감감이 요구될 것이다. 교육수요자의 특성(2년제/4년제 대학)에 따라 전공 학습의 평균 기간에 차이가 있으므로 지식수준이 달라, 이것이 각 교육요구도에 차이를 보이는 요인이 될 수도 있을 것이다. 따라서 본 연구에서는 교육수요자의 특성(2년제/4년제 대학)에 따라 비즈니스 윤리 요소에 대한 교육요구도를 조사하여, 학제별 교육 프로그램 개발을 위한 시사점을 얻고자 한다.

## 2) Differences in attitude toward and suitability of business ethics education

교육수요자의 특성에 따라 윤리교육에 대한 태도와 적합성에 차이를 보일 수 있을 것이다. 심화된 교육은 해당 내용에 대한 지식수준을 높이는 데 기여하고, 결과적으로 해당 내용에 대한 태도와 인식을 결정하는 데 영향을 미칠 것이다. Lee(2018)는 패션 전공 대학생들을 대상으로 패션디자인권 관련 교육 실시 전후의 디자인권 인식 비교조사를 하였는데, 교육 후 디자인권 인식이 인지적, 가치적, 실행적 영역에서 모두 개선되었음을 밝히며, 윤리교육의 필요성을 강조하였다. 이를 통해 패션 관련 전공에서도 ‘비즈니스 윤리’ 교육이 실행되면 교육수요자들이 비즈니스 윤리에 대해 더 긍정적 태도를 가지고, 자신에게 더 맞다고 느끼는 적합성이 향상될 것이라 예측할 수 있다.

선행연구에서 우리나라 패션 관련 전공의 교과목명에 직접적으로 비즈니스 윤리와 관련된 키워드가 포함된 사례는 보고되지 않았으나, 각 패션산업 전반에 걸쳐 윤리적 이슈가 부각되고 있어 교과수업 중 이러한 이슈들이 부분적으로 적용되어 교육되었을 가능성을 배제할 수 없다. 따라서 교육수요자(2년제/4년제 대학 재학생)의 특성에 따라 이들의 비즈니스 윤리 교육에 대한 태도와 적합성 인식에 차이가 있는지 확인하고자 한다.

## III. Methods

### 1. Research purpose and research problems

본 연구의 목적은 패션 전공 대학생들을 대상으로

‘비즈니스 윤리’ 요소별 중요수준, 현재수준, 교육요구도를 알아보고, 2년제 및 4년제 대학생 집단간 차이가 있는지를 알아보는 것이었다. 이를 바탕으로 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. 패션 전공 대학생들의 비즈니스 윤리 요소별 중요수준, 현재수준, 교육요구도를 알아본다.

연구문제 2. 패션 전공 2년제 대학 및 4년제 대학생 집단간 비즈니스 윤리 요소별 중요수준, 현재수준, 교육요구도에 차이가 있는지를 알아본다.

연구문제 3. 패션 전공 2년제 대학 및 4년제 대학생 집단간 비즈니스 윤리 교육에 대한 태도와 적합성 지각에 차이가 있는지를 알아본다.

### 2. Data collection and questionnaire

본 연구에서는 편의표집된 패션 전공 대학생들을 대상으로 설문조사를 통해 자료를 수집하였다. 설문 문항에 대해 패션 전공 대학생 10명을 대상으로 사전 조사를 실시하였으며, 이 결과를 바탕으로 설문문항을 수정·보완하여 본 조사를 실시하였다. 본 설문조사는 대구·경북 지역의 2년제 대학 3곳과 4년제 대학 3곳에 재학 중인 패션 관련 전공 대학생들을 대상으로 실시하였으며, 총 364부의 응답이 최종 분석에 사용되었다.

패션 분야의 비즈니스 윤리 요소에 대한 교육요구도를 알아보기 위해 Kim and Yoh(2019, 2020)의 연구에서 개발하고 패션기업을 대상으로 검증한 21개 비즈니스 윤리 요소 항목을 사용하였다. 각 항목별로 현재 자신이 재학 중인 대학에서의 교육 실행수준과 향후 중요도에 대해 묻는 문항이 포함되었으며, 모든 문항은 5점 리커트 척도로 측정되었다. 또한 ‘비즈니스 윤리교육에 대한 태도’를 묻는 4개 항목(대학에서의 비즈니스 윤리교육은 가치가 있다, 유익한 일이다, 중요하다, 필요하다)과 ‘비즈니스 윤리교육의 적합성’을 묻는 3개 항목(대학에서의 비즈니스 윤리교육은 나의 특성과 잘 맞는다, 나의 라이프스타일과 잘 맞는다, 나의 가치관과 잘 맞는다)은 Kim(2016)의 항목을 적용한 것이다. 또한 응답자의 인구통계적 특성(성별, 대학구분, 학년, 누적 GPA, 월가계소득)을 묻는 문항들이 명목척도로 측정되었다. 결과분석을 위해 기술 통계, *t*-검증, Borich 요구도 분석법, The Locus for Focus model 분석법, 요인분석법이 사용되었다.

### 3. Characteristics of respondents

설문 응답자의 특성을 분석한 결과는 다음과 같다 (Table 1). 성별 면에서는 남성이 101명(28%), 여성이 263명(72%)을 차지하였으며, 2년제 대학 재학생은 128명(35%), 4년제 대학 재학생은 238명(65%)이었다. 학년 면에서는 1학년이 29%, 2학년이 32%, 3학년이 19%, 4학년이 18%로 학년 분포가 고르게 나타났으며, 누적학점 면에서는 3.0 이상~4.0 미만인 전체의 56%를 차지하였다. 월 가계소득 면에서는 300만 원 이상~400만 원 이하가 16%, 400만 원 이상~500만 원 이하가 34%, 500만 원 이상이 21%로 나타났다.

## IV. Results

### 1. Educational need for business ethics among college students majoring in fashion

#### 1) Importance level, present level, and need assessment for education of business ethics

패션산업에서 요구되는 21개 비즈니스 윤리 요소에 대하여 미래에 중요한 정도를 나타내는 ‘중요수준’과 현재 상태를 나타내는 ‘현재수준’을 산출하여 순위를 알아보았다. 또한 중요수준과 현재수준의 차이를 확인하는  $t$ -검증을 실시하고, Borich 요구도 공식을 바탕으로 산출한 교육요구도 값을 산출하여 이에 대한 순위를 알아보았다(Table 2).

먼저 21개 전체 영역에 대한 ‘중요수준’의 평균값은 3.58부터 4.22까지 분포하여 5점 척도의 중간값인 3을 넘어서는 수치를 보였으나, ‘현재수준’의 평균값은 2.96부터 3.59까지 분포되어 중요수준에 비해 전체적으로 낮게 평가되었다. 중요수준 평가에서 지속가능적 기술강화( $M=4.22$ ) 요소의 중요성이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 폐기물 저감( $M=4.20$ ), 재사용·재활용 디자인 증시( $M=4.18$ ), 인간친화적 소재활용( $M=4.16$ ), 비건소재 사용( $M=4.15$ )의 순으로 나타났다. 반면, 공익메시지 사용( $M=3.82$ ), 공정무역 고려( $M=3.75$ ), 지역성 보호( $M=3.58$ ) 항목의 중요도가 가장 낮게 나타났다.

현재수준에 대한 결과에서는 디자인 효율성 제고( $M=3.59$ ) 요소가 가장 높게 나타났으며, 다음으로 재사용·재활용 디자인 증시( $M=3.51$ ), 비복제 증시( $M=$

<Table 1> Characteristics of survey participants

Demographic characteristics		n (%)
Gender	Male	101 (27.6)
	Female	263 (71.9)
Education	Attended in the 2-yr college	128 (35.0)
	Attended in the 4-yr college	238 (65.0)
Grade	1 <sup>st</sup> grade	107 (29.2)
	2 <sup>nd</sup> grade	118 (32.2)
	3 <sup>rd</sup> grade	71 (19.4)
	4 <sup>th</sup> grade	66 (18.0)
GPA	Less than 3	3 ( 0.8)
	2~less than 3	48 (13.1)
	3~less than 4	205 (56.0)
	4 and over	67 (18.3)
Monthly household income (10,000KRW)	Less than 200	39 (10.7)
	200~less than 300	40 (10.9)
	300~less than 400	58 (15.8)
	400~less than 500	126 (34.4)
	500 and over	75 (20.5)

3.40), 사회공헌활동( $M=3.39$ ), 공익 메시지 사용( $M=3.31$ ) 순으로 나타났다. 반면 폐기물 저감( $M=2.98$ ), 유해요소 저감( $M=2.98$ ), 에너지 절감( $M=2.97$ ), 비건소재 사용( $M=2.96$ )에 대해서는 현재수준이 가장 낮은 것으로 파악되었다.

다음으로 중요수준과 현재수준의 평균 차이를 보는  $t$ -검정을 실시한 결과, 21개 전 요소에서 통계적으로 유의한 차이를 보였다( $p<.001$ ). 전체적으로  $t$ 값이 높은 항목들이 Borich 요구도도 높은 편이었다. 분석 결과에서  $t$ -검정은 두 수준의 평균 차이만 반영한 반면, Borich의 요구도는 중요수준에 가중치를 부여한 것이다. Borich 교육요구도 산출 결과에 따르면, 가장 높은 교육요구도를 보인 항목은 폐기물 저감(5.21)으로 나타났으며, 다음으로 비건소재 사용(4.96), 인간친화적 소재활용(4.71), 지속가능적 기술 강화(4.67), 노동자 권리보호(4.01), 법규범 준수(3.91), 안전공정 추구(3.86) 순으로 나타났다. 가장 교육요구도가 낮은 요소는 디자인효율성 제고(1.16), 지역성 보호(1.36),

<Table 2> Results of *t*-test and Borich's need assessment for education of business ethics

Business ethics components	Importance (required level)			Present level			Difference			Borich need	Rank
	<i>M</i>	<i>SD</i>	Rank	<i>M</i>	<i>SD</i>	Rank	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>t</i>		
Reducing waste	4.20	.83	2	2.98	.91	18	1.24	1.14	8.53***	5.21	1
Using vegan materials	4.15	.85	5	2.96	.93	21	1.19	1.20	18.71***	4.96	2
Using human-friendly materials	4.16	.74	4	3.03	.86	16	1.13	1.03	20.67***	4.71	3
Strengthening sustainable technologies	4.22	.76	1	3.12	.88	11	1.11	1.00	20.80***	4.67	4
Promoting workers' rights	4.04	.85	7	3.05	.93	15	.99	1.10	16.92***	4.01	5
Complying with the law	4.04	.79	7	3.08	.91	14	.97	1.05	17.38***	3.91	6
Concerning safe processes	4.12	.80	6	3.19	.93	10	.94	1.09	16.24***	3.86	7
Reducing harmful substance	3.88	.86	16	2.98	.92	18	.91	1.10	15.51***	3.52	8
Saving energy	3.86	.83	17	2.97	.90	20	.89	1.07	15.64***	3.42	9
Acquiring certifications	4.04	.82	7	3.21	.90	8	.84	1.07	14.75***	3.38	10
Avoiding exaggerative/false advertisements	3.93	.84	12	3.10	.95	12	.83	1.14	13.65***	3.25	11
Using ethical supply chains	3.85	.83	18	3.07	.90	13	.77	1.05	13.87***	2.98	12
Promoting consumer protection	4.03	.79	10	3.30	.94	6	.72	1.06	12.78***	2.92	13
Developing recycle/reuse designs	4.18	.74	3	3.51	.88	2	.67	.96	13.12***	2.78	14
Concerning fair-trade	3.75	.87	20	3.02	.90	17	.72	1.04	13.05***	2.71	15
Investing on employee education	3.89	.83	14	3.24	.91	7	.65	1.00	12.39***	2.54	16
Avoiding to copy designs	3.98	.87	11	3.40	.97	3	.59	1.12	9.95***	2.34	17
Promoting social contribution	3.91	.80	13	3.39	.91	4	.51	.99	9.74***	2.01	18
Using messages for public interest	3.82	.84	19	3.31	.96	5	.52	1.09	9.01***	1.99	19
Protecting regionality	3.58	.91	21	3.20	.94	9	.38	1.08	6.65***	1.36	20
Enhancing an efficiency in design	3.89	.79	14	3.59	.84	1	.30	1.02	5.47***	1.16	21

\*\*\*  $p < .001$ 

공익 메시지 사용(1.99), 사회공헌활동(2.01) 등으로 파악되었다.

이 결과를 정리해보면 전체적으로 현재수준보다 중요수준을 더 높게 평가하는 경향이 있었는데, 이는

각 비즈니스 윤리 요소들이 현재의 실행수준보다 미래에 더 적극적으로 실행되어야 한다고 생각하는 측면을 반영하는 결과이다. 또한 교육요구도가 높은 요소들의 경우 중요 수준은 상대적으로 높은 반면 현재

수준은 낮은 요소들이었다. 따라서 교육요구도 상위 요소들은 대체로 중요수준도 상위인 요소들로 볼 수 있다. 중요수준이 가장 낮은 두 개의 요소는 지역의 산업과 문화를 보호한다는 내용의 ‘지역성 보호’와 공정무역 프로세스 준수를 고려하는지를 의미하는 ‘공정무역 고려’였다.

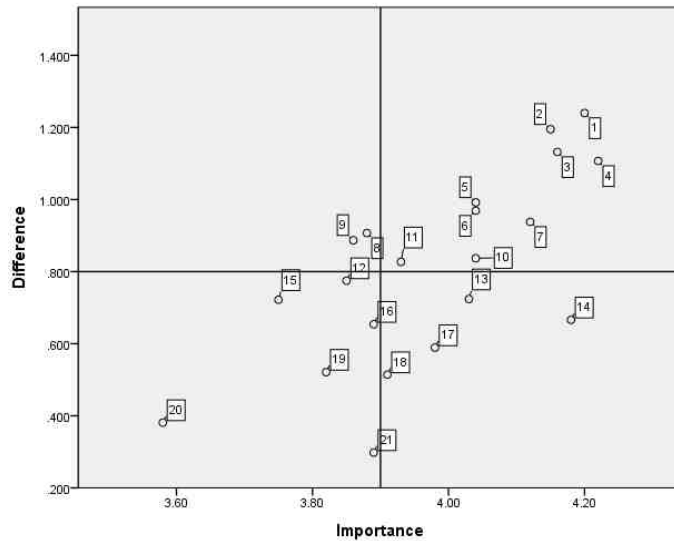
2) Results of the Locus for Focus model test

Borich 요구도 값과 연동하여 The Locus for Focus model을 활용하여 교육의 우선순위를 도출한 결과는 다음과 같다(Fig. 2). The Locus for Focus model 분석 결과에서 중요도와 차이값 두 가지가 모두 높은 HH 분면에 몇 개의 항목이 포함되어 있는지 확인한 후, 이를 Borich 요구도 순위와 비교하여 최우선 순위 항목들과 차 순위 항목들을 결정하게 된다(Lee, 2019). 분석결과 HH분면에는 총 9개의 요소가 포함되었는

데, 폐기물 저감(1), 비건소재 사용(2), 인간친화적 소재활용(3), 지속가능적 기술 강화(4), 노동자 권리보호(5), 법규범 준수(6), 안전공정 추구(7), 친환경 인증획득(10), 과대·부당광고 지양(11)이었다. 따라서, 이 9개 요소가 가장 우선적으로 패션 전공분야의 대학 교육내용에 포함되어야 할 비즈니스 윤리 요소들이라고 할 수 있다.

3) Comparison of results according to college types

2년제 대학과 4년제 대학생 집단간 비즈니스 윤리 요소별 중요수준, 현재수준, 교육요구도를 비교한 결과는 <Table 3>에 정리되었다. 먼저 중요수준에 대한 지각에 있어서는 총 21개의 비즈니스 윤리 요소 중 17개 요소에서 4년제 대학생들의 중요도 지각수준이 2년제 대학생들의 지각수준보다 더 높게 나타났다.



HH quarterspace	Other quarterspace
1. Reducing waste	8. Reducing harmful substance
2. Using vegan materials	9. Saving energy
3. Using human-friendly materials	12. Using ethical supply chains
4. Strengthening sustainable technologies	13. Promoting consumer protection
5. Promoting workers' rights	14. Developing recycle/reuse designs
6. Complying with the law	15. Concerning fair-trade
7. Concerning safe processes	16. Investing on employee education
10. Acquiring certifications	17. Avoiding to copy designs
11. Avoiding exaggerative/false advertisements	18. Promoting social contribution
	19. Using messages for public interest
	20. Protecting regionality
	21. Enhancing an efficiency in design

<Fig. 2> Results of the Locus for Focus model analysis for business ethics components



&lt;Table 3&gt; Importance, present level, and need of education for business ethics according to college types

Business ethics components	Importance			Present level			Borich's need for education		
	2-year college	4-year college	<i>t</i>	2-year college	4-year college	<i>t</i>	2-year college	4-year college	<i>t</i>
	<i>M (SD)</i>			<i>M (SD)</i>			<i>M (SD)</i>		
Reducing waste	3.95 (.85)	4.34 (.71)	-4.34***	2.98 (.98)	2.97 (.87)	.02	4.75 (5.72)	6.37 (5.09)	-2.73**
Using vegan materials	3.86 (.97)	4.31 (.72)	-4.95***	2.98 (1.04)	2.95 (.86)	.38	4.15 (5.17)	6.41 (5.34)	-3.85***
Using human-friendly materials	3.93 (.87)	4.29 (.63)	-4.47***	3.20 (.91)	2.95 (.82)	2.69**	3.44 (4.40)	6.10 (4.69)	-5.21***
Strengthening sustainable technologies	3.99 (.83)	4.34 (.69)	-4.26***	3.09 (.91)	3.14 (.87)	-.55	4.18 (4.94)	5.58 (4.57)	-2.67**
Promoting workers' rights	3.89 (.90)	4.12 (.81)	-2.46*	2.85 (1.02)	3.16 (.86)	-3.03**	4.65 (5.38)	4.48 (4.91)	.30
Complying with the law	3.87 (.87)	4.13 (.74)	-2.96**	2.88 (.94)	3.18 (.87)	-3.08**	4.50 (5.17)	4.31 (4.56)	.37
Concerning safe processes	4.00 (.91)	4.18 (.72)	-2.08*	3.29 (.98)	3.13 (.90)	1.54	4.15 (5.17)	6.41 (5.36)	-3.85***
Reducing harmful substance	3.64 (.97)	4.01 (.76)	-3.95***	2.91 (.98)	3.09 (.83)	-1.05	3.35 (4.93)	4.46 (4.97)	-2.01*
Saving energy	3.72 (.93)	3.93 (.76)	-2.34*	2.91 (.96)	3.01 (.86)	-1.04	3.60 (4.79)	4.12 (4.73)	-.97
Acquiring certifications	3.87 (.92)	4.13 (.75)	-2.86**	3.22 (.97)	3.20 (.86)	.23	3.06 (4.53)	4.35 (4.92)	-2.42*
Avoiding exaggerative/false advertisements	3.90 (.90)	3.95 (.80)	-.59	3.04 (1.05)	3.13 (.90)	-.88	3.93 (5.30)	3.73 (4.65)	.37
Using ethical supply chains	3.63 (.94)	3.97 (.74)	-3.74***	2.91 (.97)	3.16 (.86)	-2.46*	3.25 (4.92)	3.60 (4.59)	-.67
Promoting consumer protection	3.98 (.88)	4.07 (.73)	-1.03	3.23 (.94)	3.33 (.94)	-.97	3.51 (4.91)	3.28 (4.63)	.43
Developing recycle/reuse designs	4.04 (.76)	4.26 (.71)	-2.73**	3.34 (.98)	3.61 (.81)	-2.73**	3.17 (4.37)	3.10 (4.21)	.13
Concerning fair-trade	3.52 (.94)	3.87 (.80)	-3.70***	2.91 (.99)	3.09 (.83)	-1.87	2.71 (4.51)	3.49 (4.40)	-1.60
Investing on employee education	3.75 (.96)	3.97 (.75)	-2.49*	3.10 (1.05)	3.32 (.82)	-2.20*	2.98 (4.79)	2.97 (3.99)	.03
Avoiding to copy designs	3.75 (.89)	4.10 (.83)	-3.72***	3.20 (1.02)	3.50 (.93)	-2.87**	2.69 (4.96)	2.96 (4.38)	-.53
Promoting social contribution	3.73 (.85)	4.00 (.76)	-3.11**	3.26 (1.00)	3.45 (.85)	-1.98	2.26 (4.24)	2.50 (3.88)	-.53
Using messages for public interest	3.67 (.91)	3.90 (.79)	-2.47*	3.13 (1.02)	3.40 (.90)	-2.58**	2.56 (4.67)	2.44 (4.49)	.22
Protecting regionality	3.49 (1.00)	3.90 (.79)	-1.33	3.06 (.98)	3.27 (.90)	-1.98	2.21 (4.80)	1.77 (3.97)	.94
Enhancing an efficiency in design	3.79 (.77)	3.95 (.79)	-1.90	3.54 (.92)	3.62 (.81)	-.91	1.37 (4.29)	1.78 (3.93)	-.90

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

현재수준에 대한 지각에 있어서는 ‘인간친화적 소재 활용’ 요소에서만 2년제 대학생들의 지각수준이 더 높았다. 반면, ‘노동자 권리보호, 법규범 준수, 윤리적 공급망 활용, 재사용·재활용 디자인 증시, 인적·교육투자 강화, 비복제 디자인 증시, 공익 메시지 사용’ 등 7개 요소에 대해서는 4년제 대학생들의 현재수준 지각 수준이 2년제 대학생들보다 더 높았다. 마지막으로 비즈니스 윤리 요소에 대한 Borich 교육요구도를 계산한 결과, 7개 요소에서 4년제 대학생의 교육요구도가 2년제 대학생보다 대체로 더 높게 나타났다. 집단간 차이를 보인 요소들은 ‘폐기물 저감, 비건소재 사용, 인간친화적 소재활용, 지속가능적 기술강화, 안전공정 추구, 유해요소 저감, 친환경 인증획득’ 요소로서 전체 응답자를 대상으로 조사한 교육요구도 순위 상위 10위권에 랭크된 요소들이었다.

결과를 정리해 보면 비즈니스 윤리 요소별 중요 수준 지각에 있어 학교유형별 차이를 보인 항목은 21개 중 17개로 80% 이상 대다수의 요소에 대해 4년제 대학생들의 중요성 지각이 2년제 대학생들보다 더 높았다. 현재수준 지각에서는 학교유형별 차이가 적게 나타나 21개 중 8개 요소인 38% 정도에서만 차이를 보였고, 이 중 대부분인 7개 항목에서 4년제 대학생들이 2년제 대학생들보다 현재수준이 더 높다고 평가하였다. 한편, Borich 교육요구도 점수가 4점 이상인 요소들을 살펴보면 4년제 대학생들의 경우 안전공정 추구, 비건소재 사용, 폐기물 저감 등 상위 10개 요소였

고, 2년제 대학생들의 경우 이 중 6개 요소(폐기물 저감, 노동자 권리보호, 법규범 준수, 비건소재 사용, 안전공정 추구)였다. 공통적으로 도출된 요소들은 구성원의 높은 교육요구도를 반영한다고 볼 수 있으므로, 2년제와 4년제 대학의 교육 프로그램에 우선적으로 적용해야 하는 비즈니스 윤리 요소들이다.

2년제와 4년제 대학생들의 교육요구도 점수를 비교하기 위해 *t*-검정을 실시하였는데, 유의한 차이를 보인 요소들은 폐기물저감, 비건소재 사용, 인간친화적 소재 활용, 지속가능적 기술 강화, 안전공정 추구, 유해요소 저감, 친환경 인증 항목에서 4년제 대학생 집단의 교육요구도가 2년제 대학생 집단보다 더 높았다. 교육요구도 상위 랭크 요소들 중 노동자 권리보호, 법규범 준수, 에너지 절감 등의 항목에 대해서는 2년제와 4년제 대학생 집단간 교육요구도 차이가 유의하지 않았다.

## 2. Attitude and suitability of business ethics education according to college types

### 1) Exploratory factor analysis results

다항목으로 측정된 변인에 대해 베리팩스 회전을 이용한 탐색적 요인분석을 실시한 결과는 <Table 4>와 같다. 비즈니스 윤리교육에 대한 태도와 적합성 측정항목의 요인분석 결과, 각 한 개의 요인이 도출되었으며 아이겐 값은 2.51 이상이고, 두 요인의 누적변량

<Table 4> Exploratory factor analysis of research variables

Variable	Item	Factor loading	Eigen value (Cumulative variance %)	Cronbach's $\alpha$	$M$ (SD)
Attitude toward education for business ethics	Education for business ethics is valuable.	.82	3.04 (43.44)	.90	4.06 (.63)
	Education for business ethics is useful.	.83			
	Education for business ethics is important.	.85			
	Education for business ethics is necessary.	.87			
Suitability of education for business ethics to me	Education for business ethics fits well to my characteristics.	.88	2.51 (79.35)	.90	3.50 (.79)
	Education for business ethics fits well to my lifestyle.	.91			
	Education for business ethics fits well to my value system.	.83			

&lt;Table 5&gt; Attitude and suitability of business ethics education according to college types

Variables	2-year college	4-year college	<i>t</i>
	<i>M (SD)</i>		
Attitude toward education for business ethics	3.94 (.69)	4.13 (.59)	-2.90**
Suitability of education for business ethics to me	3.39 (.78)	3.57 (.78)	-2.08*

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$

은 79.35%로 나타났다. 요인 적재치는 .82부터 .91까지 분포되었으며, 두 변인의 신뢰도는 각각 .90이었으며, 태도의 평균값은 4.06, 적합성의 평균값은 3.50으로 5점 척도의 중간값인 3 이상으로 나타났다. 이를 통해 내적 타당도와 신뢰도가 확인되었으므로, 다항목으로 측정된 각 요인에 대하여 다항목의 평균값을 요인값으로 사용하여 후후 분석에 활용하였다.

## 2) Attitude and suitability according to college types

비즈니스 윤리교육에 대한 태도와 적합성의 평균 비교를 실시한 결과에 따르면 2년제 대학생들에 비해 4년제 대학생들은 비즈니스 윤리교육에 더 긍정적인 태도를 가지고 있었으며( $p < .01$ ), 비즈니스 윤리교육이 자신에게 더 적합하다고 여기고 있었다( $p < .05$ )(Table 5). 대학 교육과정 중 비즈니스 윤리교육에 대한 정보를 직간접적으로 습득한 경험이 이에 대한 태도와 적합성 지각 형성에도 영향을 미칠 것이다. 따라서 재학 중 학습 경험의 차이로 인해 학교유형간 차이가 나타난 것으로 추론된다.

## V. Conclusion

본 연구의 목표는 패션 분야의 ‘비즈니스 윤리’ 요소별로 패션 전공 대학생들의 교육요구도를 파악하고, 여기에 2년제 대학생과 4년제 대학생 집단간 차이가 있는지를 알아보는 것이었다. 본 연구의 주요 결과 논의와 이를 바탕으로 제시하는 시사점은 다음과 같다.

첫째, 패션을 전공하는 대학 재학생들을 대상으로 비즈니스 윤리 요소에 대한 중요수준, 현재수준, 교육요구도를 조사하였다. 전체적으로 교육요구도 우선순위를 살펴보면 폐기물 저감, 비건소재 사용, 인간친

화적 소재활용, 지속가능적 기술 강화, 노동자 권리보호, 법규범 준수, 안전공정 추구 등의 순으로 높게 나타났다. 이는 중요수준 평가에서도 대체로 가장 높게 지각된 요소들이었다.

이 결과를 산업체 종사자 대상의 교육요구도 조사 결과(Kim & Yoh, 2020)와 비교하면 산업체 종사자 조사에서는 사회공헌활동, 인간친화적 소재활용, 친환경 인증, 비건소재 사용, 지속가능적 기술 강화, 폐기물 저감, 에너지 절감 등에 대한 교육요구도가 가장 높게 나왔는데, 이러한 상위 7개 요소 중 4개 요소인 폐기물 저감, 비건소재 사용, 인간친화적 소재활용, 지속가능적 기술 강화 요소가 대학생들의 평가 결과와 중복되는 결과를 보였다. 따라서 이러한 네 가지 상위 요소는 패션 전공 대학생들과 산업체 종사자간에 공감대를 보이는 중요한 비즈니스 윤리 요소로서 교육이 시급한 주제라 사료된다. 이러한 요소들을 대학 교과과정에 포함시켜 이와 관련된 충분한 지식과 기술을 습득하게 하면 산업체 진출 후에도 실무에 도움이 되리라 예상된다. 한편, 산업체 종사자 조사에서 교육요구도 최상위 요소는 사회공헌활동이었는데, 대학생 대상 조사에서는 해당 요소의 순위가 낮게 나타났다. 이는 소비자 집단으로서 다양한 사회공헌활동 홍보 캠페인을 접하는 대학생들의 시각에서 보았을 때 패션기업의 사회공헌 활동의 현재수준이 높다고 판단하여 나타난 결과로 여겨진다.

상대적으로 현재 어느 정도 잘되고 있는지에 대한 평가인 ‘현재수준’의 상위 랭크 요소들은 디자인 효율성 제고, 재사용·재활용 디자인 중시, 비복제 중시, 사회공헌활동, 공익 메시지 사용 순이었다. 이 결과를 볼 때 대학생들은 ‘디자인 개발’이나 ‘공익성 홍보’ 영역에 있어서 어느 정도 비즈니스 윤리가 실천되고 있다고 여긴다는 것을 알 수 있었다. 반면 ‘중요수준’이 가장 낮은 두 개의 요소는 지역산업과 문화의 보호를

의미하는 ‘지역성 보호’와 공정무역 프로세스 준수를 고려하는가를 의미하는 ‘공정무역 고려’였는데, 커피, 초콜릿 등 공정무역에 대한 논의가 많은 제품군에 비해 패션 제품군에서는 지역성 보호와 공정무역에 대한 인식과 정보가 부족하기 때문에 나온 결과로 풀이된다.

둘째, 2년제와 4년제 대학생 집단간 비교를 실시하였는데, 4년제 대학생들이 2년제 대학생들보다 대부분의 비즈니스 윤리 요소에 대하여 미래에 중요하다고 느끼는 ‘중요수준’이 더 높은 것을 알 수 있었다. 교육요구도 비교에서는 2년제 대학생들과 4년제 대학생들의 교육요구도 평가에서 폐기물 저감, 비건소재 사용, 안전공정 추구, 지속가능 기술 강화 등이 공동으로 상위에 랭크되었다. 이러한 요소들은 구성원의 높은 교육요구도를 반영하여 2년제와 4년제 대학의 교육 프로그램에 모두 우선적으로 적용해야 하는 비즈니스 윤리 요소들이라 할 수 있다.

그 외에 교육요구도 최상위 10개 요소들 중 2년제와 4년제 대학생들의 교육요구도에서 차이를 보인 요소들은 폐기물 저감, 비건소재 사용, 인간친화적 소재 활용, 지속가능적 기술 강화, 안전공정 추구, 유해요소 저감, 친환경 인증이었다. 이는 섬유소재 개발 및 생산과 관련된 요소들로서 4년제 대학 졸업생들이 더 많이 진출하는 소재분야의 직무 연계성을 반영한 결과로 보여진다. 한편, 상위 10개 요소들 중 노동자 권리보호, 법규범 준수, 에너지 절감 등의 항목에 대해서는 2년제와 4년제 대학생 집단간 교육요구도 차이가 없었다. 이는 학교 유형과 상관없이 이러한 요소들이 교육프로그램에 적용되어야 한다는 데에 공감대가 형성된 결과라 할 수 있다.

셋째, 비즈니스 윤리교육에 대한 태도와 자신이 생각하는 적합도에 대해 알아본 결과, 4년제 대학생들은 2년제 대학생들보다 비즈니스 윤리교육에 대한 태도와 적합도를 더 높게 지각하였다. 이는 전공 관련 평균 수학 기간이 더 길며, 더 폭넓고 심화된 지식을 배우는 4년제 대학의 교육과정 적용 결과가 반영되어 나타난 차이로 여겨진다. 태도와 적합성의 평균값은 학교 유형과 상관없이 모두 5점 척도의 중간값인 3점이상으로 나타나 전반적으로 비즈니스 윤리교육에 대해 긍정적인 태도를 보이는 것을 알 수 있었다. 이러한 결과를 바탕으로 학제와 상관없이 패션 전공 교육

과정에서 다양한 비즈니스 윤리 요소의 적용이 필요하다고 판단된다.

본 연구 결과를 통해 패션 전공 대학생들이 어떠한 비즈니스 윤리 요소를 중요하게 생각하는지, 현재수준은 어떻다고 평가하는지, 또 어떤 요소에 대한 교육이 필요한지에 대해 알 수 있었다. 패션 분야에서 윤리 이슈의 중요성은 지속적으로 부각되어 왔으나, 이를 교과과정에 적극적으로 반영하려는 노력은 미흡했다. 본 연구 결과는 패션 전공의 다양한 교과목에 비즈니스 윤리 요소 적용이 필요하다는 점을 상기시키며, 교육수요자의 관점에서 어떤 요소들을 우선적으로 적용하기를 바라는지 제시하였다.

본 연구의 한계점과 후속연구를 위한 제언은 다음과 같다. 본 연구의 자료 수집은 대구·경북지역 2년제 대학 3곳, 4년제 대학 3곳에서 편의표집으로 이루어졌다. 이를 확장시켜 전국 대학에 더 많은 수의 교육수요자들을 대상으로 조사한다면 결과의 신뢰도를 더 높일 수 있을 것이다. 추후 이 결과를 바탕으로 2년제와 4년제 대학의 세부 교과목에 적용 가능한 비즈니스 윤리 요소를 도출하고 이를 적용하는 교육 프로그램을 개발하여 검증하는 연구를 통해 관련 연구를 심화시킨다면 지속가능성이 대두되는 시대에 필요한 실무 인재를 배출하는 데 도움이 될 것이라 사료된다. 본 연구 결과는 윤리성이 중요해져가는 패션산업의 현실에서 비즈니스 윤리 교육 방향 설정의 기준을 마련하는데 중요한 자료가 될 것이며, 본 결과를 바탕으로 각 비즈니스 윤리 요소 중 우선적으로 교육 프로그램에 접목시켜야 하는 요소를 파악함으로써 실질적인 윤리성 증진 교육 개발에 도움을 줄 수 있을 것이다. 이를 바탕으로 윤리성에 민감한 교육수요자 집단의 윤리 교육 수요를 충족시키고, 윤리적 사고를 갖춘 인재육성에 도움이 되는 성과를 창출할 수 있으리라 기대한다.

## References

- Borich, G. D. (1980). A needs assessment for conducting follow-up studies. *The Journal of Teacher Education, 31*(3), 39-42. doi:10.1177/002248718003100310
- Christensen, L. J., Peirce, E., Hartman, L. P., Hoffman,

- W. M., & Carrier, J. (2007). Ethics, CSR, and sustainability education in the financial times top 50 global business schools: Baseline data and future research directions. *Journal of Business Ethics*, 73(4), 347-368. doi:10.1007/s10551-006-9211-5
- Cummings, L. S. (2000). The financial performance of ethical investment trusts: An Australian perspective. *Journal of Business Ethics*, 25(1), 79-92. doi:10.1023/A:1006102802904
- Eom, M-R. (2009). Educational needs analysis of instructional designers in Korea for competency development. *Journal of Vocational Education & Training*, 12(1), 1-23.
- Freestone, O., & McGoldrick, P. (2008). Motivations of the ethical consumer. *Journal of Business Ethics*, 79, 445-467. doi:10.1007/s10551-007-9409-1
- Han, Y., Jung, J., & Lee, C. (2011). Curriculum development for fashion business education in Korean universities. *Journal of Fashion Business*, 15(1), 1-19. doi:10.12940/jfb.2011.15.1.001
- Kim, H. E. (1999). Study on curriculum and teaching method for the Dept. of Fashion Design in college. *Journal of the Korean Society of Costume*, 46, 89-107.
- Kim, M. T., & Choi, T. H. (2013). The relationship between the level of business ethics and accounting transparency for SME and large company. *Korea International Accounting Review*, 52, 77-100. doi:10.21073/kiar.2013..52.004
- Kim, S. (2015). A curricula comparison study of undergraduate fashion-related majors between the universities in Korea and those in the United States. *Journal of Fashion Business*, 19(1), 1-16. doi:10.12940/jfb.2015.19.1.1
- Kim, S.-K., & Yoh, E. (2019). Identifying business ethics components according to business ares for small and medium-sized fashion companies. *The Research Journal of the Costume Culture*, 27(5), 415-432. doi:10.29049/rjcc.2019.27.5.415
- Kim, S.-K., & Yoh, E. (2020). Development and implementation of business ethics education program for fashion companies. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 44(5), 837-855. doi:10.5850/JKSCT.2020.44.5.837
- Kim, Y. S. (2016). Purchase intention on fair trade products among university students: Comparison of TPB and MTPB. *Consumer Policy and Education Review*, 12(2), 1-18. doi:org/10.15790/cope.2016.12.2.001
- Korea Federation of Textile Industries. (2017). *의류 패션 교육기관의 인력양성방안 조사결과 보고서* [Report on research results of manpower training plan of clothing fashion education institutes]. Seoul: Author.
- Korea Federation of Textile Industries. (2019). *2019 섬유제조패션산업 인력현황보고서* [Report on manpower status in the textile manufacturing fashion industry]. Seoul: Author.
- Korea Federation of Textile Industries. (2020). *섬유 패션산업의 지속가능 한 발전을 위한 대응 동향* [Trend on responses for sustainable development in the textile and fashion industry]. Seoul: Author.
- Ku, Y. S., Kim, J-W., Park, K., Park, K., & Choo, T. G. (1999). Analysis of fashion curriculum in 4-year colleges: Cross-national comparison of Korea, USA, UK, Japan, & Hong Kong. *International Journal of Human Ecology*, 39(11), 19-32.
- Lee, J.-C. (2019). The analysis of university students' education needs regarding employment competency: Focusing on career management activities, interviews, right people, NCS job skills. *The Journal of Employment and Career*, 9(2), 117-141. doi:10.35273/jec.2019.9.2.006
- Lee, Y. (2018). Research on actual condition and education of fashion major college students on fashion design copyright. *The Research Journal of the Costume Culture*, 26(1), 45-55. doi:10.29049/rjcc.2018.26.1.045
- Mink, O. G., Shultz, J. M., & Mink, B. P. (1991). *Developing and managing open organizations: A model and method for maximizing organizational*

- potential*. Austin, TX: Somerset Consulting Group.
- Na, S.-I., Jyung, C.-Y., Park, D.-Y., & Lee, H.-S. (2002). The current level and the educational needs of students on learning competencies required for junior college education. *Journal of Agricultural Education and Human Resource Development*, 34(3), 91-106.
- Orzada, B. T., & Cobb, K. (2011). Ethical fashion project: Partnering with industry. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 4(3), 173-185. doi:10.1080/17543266.2011.606233
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2003). The United Nations decade for education for sustainable development. *UNESCO*. Retrieved September 1, 2020, from <http://portal.unesco.org/education>
- University of Delaware. (n.d.). UD's fashion and apparel studies department joins sustainable apparel coalition. *University of Delaware*. Retrieved September 1, 2020, from <https://www.fashion.udel.edu/research-and-outreach/udsai/research-projects/sustainable-apparel>
- Velasquez, M. G. (2018). *Business ethics: Concept and cases* (8th ed.). Singapore: Pearson Education South Asia Pte Ltd.
- Wu, Y.-C., Huang, S., Kuo, L., & Wu, W.-H. (2010). Management education for sustainability: A web-based content analysis. *Academy of Management Learning & Education*, 9(3), 520-531. doi:org/10.5465/amle.9.3.zqr520
- Yae, K. H. (2019). A study on the educational needs analysis and curriculum development of college students majoring in airline cabin service regarding cabin crew competencies. *Journal of Korea Service Management Society*, 20(1), 27-53. doi:10.15706/jksms.2019.20.1.002
- Yoh, E., & Kim, H.-S. (2018). Sustainability education in textile and apparel programs in higher education: A web-based content analysis. *The Research Journal of the Costume Culture*, 26(2), 203-216. doi:10.29049/rjcc.2018.26.2.203