

# 기업윤리의 교육 효과\*

이 종 영\*\*

.....

본 연구는 대학에서의 기업윤리 강좌(1학기)가 기업윤리에 관한 인식과 태도에 미치는 영향을 측정하고자 하는 것이 그 목적이다. 이 목적을 위하여 기업윤리강좌를 수강한 실험집단(n=120)과 수강하지 아니한 통제집단(n=91)의 경상계 대학생들의 기업윤리관을 미니사례를 이용하여 학기초와 학기말에 실시하였다. 조사 결과는 실험집단의 윤리적 지각이 통제집단보다도 상당히 향상되었다는 것을 보여 주었다. 특히 사전/사후 조사를 통하여 뇌물, 기술자 스카웃, 인권문제에 관해서는 확실히 윤리의식이 증가하였다. 한편, 정보은폐, 차별문제에 관해서도 의식이 높아졌지만 그 유의도가 낮았다. 인구 통계학적으로는 남학생, 젊고(23세이하), 근무경험이 없고, 사회활동에 관심이 있는 학생의 윤리의식이 확실히 증가되었다. 대체적으로 한 학기간의 교육이라도 기업윤리의 교육효과가 있다고 말할 수 있다.

.....

## 1. 서론

미국에서는 대학에서 선택과목 또는 전공과목의 하나로서 [기업윤리](Business Ethics) 또는 [기업과 사회](Business and Society)등이라는 이름의 강좌가 개설된 것이 벌써 약 30년 전이었다. 세계무역기구(World Trade Organization)의 출범과 함께 국경 없는 시장경제가 발달되어 감에 따라 기업윤리는 기업 생존에 필요한 강력한 경쟁력으로 등장하고 있다. 기업전략의 종합적인 일부분으로서 또는 자유시장경제의 기본적 토대로서 80년대 후반부터 아시아의 몇몇 대학에서도 기업윤리를 학부 또는 대학원 과정에 도입하기 시작하였다. 그런데 기업윤리가 대학의 강좌로 등장하기 시작하자 기업윤리교육의 효과, 즉 “기업윤리도 가르칠 수 있는가?”라는 문제가 논의되기 시작하였다.

\* 본 연구를 위한 자료 수집과 통계 처리를 위하여 경북대학교 대학원 경영학과 박사과정 이승인군과 석사과정 김규업군이 수고하였다.

\*\* 경북대학교 경영학과 교수

기업윤리 교육의 효과를 알아보려면, 먼저 기업윤리 교육의 목표부터 분명히 하여야 한다. 이러한 기업윤리 교육의 목표는 자유시장경제에서의 기업의 역할에 대한 주관적 판단이나, 또는 학생이 졸업 후에 경영자가 될 것이냐 정부 기구에서 기업활동을 규제하는 정책결정자가 될 것이냐에 따라 다를 수 있다. 예컨대 Gandz & Hayes (1988)는 기업윤리교육의 목표를 1) 기업활동에 있어서 윤리적 요인을 인식하고, 2) 그러한 윤리적 요인을 규정하고, 3) 분석의 개념적 틀을 정하고, 4) 그것을 기업활동에 적용하는 것이라고 정의하였다. 그리고 Callahan은 기업윤리교육의 목표는 1) 도덕적 생각을 자극하고, 2) 윤리적 문제를 인식시키고, 3) 도덕적 의무를 느끼게 하고, 4) 분석 기법을 깨닫게 하고, 5) 윤리문제 해석에서 모호하거나 의견이 다를 수 있는 점을 축소시키는 것이라고 하였다(Parmental, 1989).

한편, 자유주의 경제학자 Friedman은 기업의 목적을 현실적 면에서 명확히 하여 “기업의 사회적 책임은 이익을 올리는 것이다”라고 잘라서 말하였다(Friedman, 1970). 이 Friedman의 논문은 아직도 찬반이 활발히 논의되고 있기는 하지만, 만일 여기서 이익을 장기적으로 보고 “기업의 장기적 성장을 위하여 필요한 정도의 이익”으로 파악한다면 이러한 Friedman의 개념을 이해할 수는 있다. 즉 이익을 장기적 관점에서 본다면 기업의 이익과 윤리적 행위는 서로 상치하지 않을 뿐만 아니라 오히려 상호 보완적 작용을 한다고 볼 수 있다. 이러한 관점에서, 본 논고에서는 기업윤리교육의 목적을 다음과 같이 정의한다. 즉 기업윤리의 교육목적은,

- 1) 주어진 경영의사결정에 윤리적 문제가 있는지를 파악하고,
- 2) 기업의 장기적 사명 달성을 염두에 두고 문제시되는 윤리적인 문제를 분석하고,
- 3) 그 윤리적 문제를 기업의 경영의사결정에 통합시킬 수 있는 능력을 함양하는 것이다.

그러면, 이러한 기업윤리 교육의 목표를 염두에 두고, 기업윤리 교육의 효과평가에 관련된 문헌들을 검토해 보자.

## 2. 선행 연구<sup>1)</sup>

기업윤리 교육 효과에 관한 연구 문헌은 유감스럽게도 한국 것과 일본 것은 보지 못했기 때문에 미국의 연구를 중심으로 선행연구를 검토한다.

1) 기업윤리에 관한 개념과 기본이론은 별도의 논문에서 이미 논의되었다. LEE Chong-Yeong(1994) 참조.

## 1) 기업윤리교육효과에 영향을 미치는 요소

기업윤리 교육효과는 다음의 네 가지 변수와 연관이 있다고 본다.

(1) 교사: 경영학과 학생들은 대부분이 “실무지향적”이기 때문에 실례나 현실적인 해결책을 모색한다. 따라서 기업윤리를 가르치는 교수가 기업경영에 관한 전문적 지식과 연구경험이 있는가 하는 것이 학생들의 학습효과에 영향을 미친다. 예컨대, 철학과에서 가르치는 기업 윤리는 경영학과에서 가르치는 기업윤리와는 학생들에게 미치는 영향이 다를 것이다. 미국에서는 기업윤리 강좌의 2/3는 철학과에 설치되어 있고 1/3만이 경영학과에 설치되어 있다고 한다(Parmental, 1989, p.549).

(2) 교육방법: 기업윤리 강좌에 이용되는 교육 방법은 사례 토론, 강의, 경영자 초빙 강의 및 비즈니스게임등이다. 그런데 이러한 교수방법의 선택은 교수의 경험, 적절한 사례의 유무, 초빙강의에 적절한 경영자의 유무, 강의 자료의 유무 및 수강생의 수에 의해서 결정된다.

(3) 학생: 수강 학생의 연령과 사회 경력이 기업윤리 교육효과에 영향을 미칠 것이다. 예컨대, 같은 강의와 같은 사례라도 경영학 전공학생과 비경영학 전공학생, 또는 학부학생과 대학원생에 따라서 상이한 반응을 나타낼 것이다.

(4) 통제그룹의 유무: 기업경영 교육효과를 측정하는 데는 교실에서 짚막한 미니 사례를 이용하는 것이 가장 보편적이다. 그런데 그러한 측정을 하는데, 실험 그룹 이외에 통제그룹을 이용하는가에 따라서 측정된 영향도가 다를 것이다.

## 2) 긍정적 효과

기업윤리 교육이 학생들의 윤리적 태도에 긍정적인 효과를 가져온다는 연구 결과가 미국에는 많이 있다. 예컨대 어떤 카톨릭계 대학의 철학과에서 “기업의 윤리적 문제”라는 강좌명으로 강의를 하고 그 효과를 측정한 연구 결과를 보자. Murphy (1994)는 25개의 미니 시나리오를 개발하여 강좌 시작 전(n=226)과 학기 말 강좌 종료 후(n=235)에 설문조사를 실시하였다. 그 자료를 다변량분석 기법을 이용하여 분석한 결과 기업윤리 강좌가 학생들의 윤리의식 향상에 기여했다는 결론이 도출되었다.

Harris & Guffey (1991)는 5개분야 (허위, 강압, 영향력행사, 자기이익, 사기)에 걸쳐서 15개의 시나리오를 개발하여 40명의 마케팅 전공 학생들에게 사전-사후 테스트를 하고, 동시에 27명의 통제그룹의 학생들도 테스트하였다. 그 결과, 적어도 단기적으로는, 강압, 영향력 행사 및 자기 이익의 세 분야에 관해서 기업윤리

교육이 상당한 효과를 나타냈다고 결론지었다.

Stead & Miller (1988) 는 [기업과 사회]강좌를 수강하는 대학원생 1개반과 학부생 5개반 학생들에게 환경문제, 소비자 문제, 지역사회, 대중매체, 국제기업 등에 관한 20개 항목의 질문지를 사용하였다. 그 결과, 그 강좌는 “윤리적, 사회적 문제에 관한 학생들이 인식하는 중요도를 크게 변화시키지는 못했지만, 사회적 문제에 대한 전반적인 중요성에 관한 인식을 높였다”고 결론지었다(Weber, 1990. p.185).

Arlow & Ulrich (1985)는 색다른 실험을 하였다. 즉 [기업과 사회]강좌를 수강한 120명의 4학년 학생들을 대상으로 사전-사후 조사를 실시하고, 4년후 그 학생들이 직장에서 안정되었을 때에 (n=73) 또 다시 조사를 실시하였다. 그 조사의 결론으로서 [기업과 사회]강좌가 학생들에게 상당한 영향을 끼쳤지만, 그 학생들이 실무에 종사하여 4년이 지난 후에는 그 강좌의 효과가 나타나지 아니했다(Weber, 1990, p.185).

Boyd (1981-82)는 180명의 [기업과 사회]수강생들에게 문제정의테스트(Defining Issues Test, or DIT)를 사전-사후 실시하고, 동시에 81명의 통제그룹 학생들을 조사하였다. 그 결과는 “[기업과 사회]강좌는 대학생들의 도덕적 가치관 개발에 상당히 공헌을 하였다”고 결론지었다(Weber, 1990, p.185).

### 3) 효과 없음

기업윤리 교육이 긍정적인 효과를 가져온다는 결론을 내린 학자들도 많지만, 한편 그런 효과가 없다고 주장하는 학자도 있다. 예컨대 Feldman & Thompson (1990)은 다음 두 가지 질문에 대한 답을 얻고자 하였다. 즉 기업윤리 강좌가 기업의 사회적 책임감에 영향을 미치는가? 2) 기업의 사회적 책임에 대한 학생들의 관점이 강좌 시작 전과 후에 차이가 나는가? 이 조사를 위하여 기업의 사회적 책임을 경제적 책임, 법적 책임, 윤리적 책임 및 자발적 책임의 네 가지로 나누어서 검토하였다. 이 조사를 통하여 Feldman & Thompson는 “강좌 전과 강좌 후에 기업의 사회적 책임에 관한 학생들의 태도는 바뀌어진 것이 없고 따라서 기업윤리 강좌가 수강자에게 미치는 영향은 극히 미미하다”고 결론지었다(Feldman & Thompson 1990, p.10).

Martin(1981-82)은 윤리 시나리오 24개를 이용하여 철학과에서 개강한 기업윤리 강좌를 수강하는 학생과 기업윤리를 수강하지 않는 공학부 학생들을 비교하였다. 1학기와 2학기에 이 과목을 수강한 학생들은 24개의 시나리오에 4점 척도로 답을 하도록 하였다. 그 결과, 철학과에서 개강한 기업윤리 관련 강좌는 윤리 문제에 관한 시나리오를 정확히 평가하는데 영향을 미치지 못하였다라는 결론을 얻었다.

Wynd & Mager (1989)는 17개의 윤리 시나리오를 이용하여 [기업과 사회]수강생들의 윤리 문제에 대한 태도의 변화를 사전-사후에 4점 척도로 측정하였다. 그 결과, 17개 시나리오 중에서 3개 시나리오만이 통계적으로 유의한 차이를 보였고, 따라서 [기업과 사회]강좌는 대부분의 경우에 효과가 없다고 결론지었다 (Wynd & Mager, 1989, p.487). <표 1>은 지금까지의 연구 결과를 요약한 것이다.

<표 1> 기업윤리교육효과에 관한 연구

연구자	표본수	조사방법	측도 정규	측정 구분	조 방 사 법	초 점	영 향
Murphy 1994	226/235	강의실내조사	25시나리오	측정 척도	사전/사후 비통제	윤리적 문제	긍정적
Harris 1991	40/27	강의실내조사	시나리오	3-15점	사전/사후 통제	윤리적 가치관	대부분 긍정적
Fledman 1990	198/245	강의실내조사	질문지	10점 척도	사전/사후 비통제	기업의 사회적 책임	변화없음
Wynd 1989	345	강의실내조사	미니사례	4점 척도	사전/사후 비통제	윤리적 추론	거의 변화없음
Stead 1988	98	강의실내조사	사회적 관심사항	5점 척도	사전/사후 비통제	사회적 인식	긍정적
Arlow 1985	120/73	강의실내조사	Clar의 질문서	5점 척도	사전/사후/ 4년 후	윤리적 인식	긍정적
Boyd 1981-2	180/81	강의실내조사	문제정의 테스트(DIT)	DIT 점수	사전/사후 통제	윤리적 추론	긍정적
Martin 1981-2	490/399	강의실내조사	시나리오	4점 척도	사전/사후 통제	윤리적 추론	없음

자료 : Weber, J. , "Measuring the Impact of Teaching Ethics to Future Manager;A Review, Assessment, and Recommendations" *Journal of Business Ethics*, No. 9, 1990, p.18 ; Murphy, Paul R. and John R. Boatright, "Assessing the Effectiveness of Instruction Business Ethics ; A Longitudinal Analysis" *Journal of Education for Business Ethics*, July - August 1994, p.327.

### 3. 연구 설계

위와 같이 연구의 내용이 다양하기는 하지만, 미국에서의 연구의 결과는 기업 윤리 교육이 대체적으로 학생들의 태도에 긍정적인 효과가 있다고 시사하고 있다. 따라서 "기업윤리 강좌를 개강할 가치가 있다"고 일단 말할 수 있을 것이다. 그런데 한국의 경우에도 같은 결론을 내릴 수 있는가 라는 문제를 제기할 수 있다.

한국 대학에서의 기업윤리 관련 교육은 80년대 와서 시작되었는데 아직도 큰 비중을 차지하지 못하고 있다. 1995년에 행한 저자의 조사에 의하면, 질문에 응답한 51개 대학의 경영학과 중에서 15개 대학은 기업윤리 관련 강좌를 개설하고 있고, 6개교는 앞으로 개설할 계획이며, 그 이외의 26개 대학에는 기업윤리 관련 강좌를 개설할 계획이 전혀 없었다. 개설된 기업윤리 관련 강좌 중에는 [기업과

사회]가 가장 많고, 2개 대학은 “기업환경”이라는 과목이고, “기업윤리”란 강좌 명으로 개설되어 있는 대학은 3개교뿐이었다. 이러한 상황 아래에서는 기업윤리 교육이 학생들의 윤리 의식을 높이는데 긍정적인 효과가 있다는 것이 증명되면, 대학에서 기업윤리 강좌를 개강하는데 큰 자극이 될 것이다.

본 연구는 이러한 생각에서 [기업윤리]강좌가 개설된 대학에서 실시되었다. 기업윤리 교육의 중요성이 높아짐에 따라서 이 연구대상 대학에서는 경영학과 학부과정에 1995년 2학기부터 [기업윤리]를 선택과목(3 학점)으로 개강하였다. 개강 첫해인 1995년에는 180명이 수강신청하였고, 1996년 2학기에는 206명이 수강신청하였다. 강좌는 강의와 논문 토론, 사례토론 방식으로 진행되었다. 강좌 방식은 첫 6주까지는 기업윤리 담당교수가 기업윤리의 기본이론과 윤리와 관련된 경영결정문제의 분석방법을 공부하고, 제7주부터는 기업경영의 각 기능별 윤리문제(인사관리, 마케팅관리, 회계, 재무관리, 생산관리, 정보관리, 국제기업, 환경관리)를 다루었는데 각 기능마다, 담당교수가 2시간 강의하고 한편 담당교수의 계획에 따라서 매주 1시간씩은 기능 분야의 각 전공 교수가 보충 강의를 하는 일종의 “팀 강의”형식을 취하였다. 그리고 마지막 주간에는 “21세기의 기업윤리”라는 제목으로 담당교수가 종합정리하였다.<sup>2)</sup>

## 1) 연구목적

본 연구의 목적은 1학기간 기업윤리 강좌 수강 후에 학생들의 기업윤리에 관한 인식에 변화가 생기는가를 측정하고자 하는 것이다. 즉, 기업윤리 교육은 윤리 관련 기업경영 문제의 결정에 좀 더 윤리적인 태도를 보일 것이라라는 명제를 시험하고자 하는 것이다.

## 2) 조사도구

학생들의 윤리관 변화를 측정하기 위하여 8개의 미니사례를 이용하였다. 비교적 가벼운 경영 결정 문제부터 불법 문제까지 이르는 8개의 미니사례는 공급의 사용, 뇌물, 기술자 스카우트, 유희품 수출, 정보 비공개, 차별, 비윤리적 고객과의 거래, 선물의 8분야를 망라하였다. 각 미니 사례마다 학생들은 윤리적 문제가 있는가 라는 것을 ① 윤리적 문제가 없다, ② 약간 윤리적 문제가 있다, ③ 상당히 윤리적 문제가 있다, ④ 중대한 윤리적 문제가 있다의 4점 척도로 답하도록 하였다.

2) 본 연구는 [기업윤리]강의 첫해인 1995년2학기에 실시되었다. 본 연구의 결과와 비교해 보기 위하여 1996년 2학기에도 조사를 실시중인데 그 결과는 다음에 발표할 예정이다.

3) 표본

경영학과 학생의 두 집단이 이 조사에 동원되었다. 실험집단은 1995년 2학기에 [기업윤리]강좌를 선택한 학생들이었다. 8월말, 기업윤리 강의 시작 첫날에 미니 사례를 이용하여 조사를 실시하였고 (n=120), 동일한 미니 사례를 이용하여 강의 마지막 날에(12월초)에 조사를 하였다(n=128). 한편, 같은 경영학과 학생 중에서 기업윤리를 선택하지 않은 학생을 통제그룹으로 활용하여 같은 미니사례를 이용하여 사전(n=91) 및 사후(n=91)조사하였다. 대부분의 학생들은 2학년(21세 내외)이었지만, 1학년(n=24)과 4학년(n=25)도 있었다. 표본의 인구통계학적인 특징은 <표 2>와 같다.

<표 2> 조사표본의 인구통계적 특성

	실험 그룹	통제 그룹
성별		
남자	95(79.8%)	90(97.8%)
여자	24(20.2%)	2(2.2%)
계	119(100%)	92(100%)
학년		
1학년	3(2.5%)	0(0%)
2학년	72(60.5%)	10(0.9%)
3학년	26(21.8%)	72(78.2%)
4학년	18(15.1%)	10(10.9%)
계	119(100%)	92(100%)
년령		
20세 이하	47(39.5%)	2(2.2%)
21-22	23(19.3%)	10(10.8%)
23-24	37(31.0%)	57(62.0%)
25-26	12(10.2%)	21(22.9%)
27세 이상	0(0%)	2(2.2%)
계	119(100%)	92(100%)
사회경험		
없음	105(89.0%)	79(85.9%)
있음	13(11.0%)	13(14.1%)
계	118(100%)	92(100%)
미래희망		
전문경영자	23(19.2%)	16(17.6%)
사업가	34(29.8%)	24(26.4%)
대학교수	12(10.5%)	1(1.1%)
전문직	22(19.3%)	38(41.8%)
정치가	0(0%)	1(1.1%)
관리	9(7.9%)	4(4.4%)
연예인	2(1.8%)	0(0%)
사회사업	4(3.5%)	3(3.3%)
기타	8(7.0%)	4(4.4%)
계	114(100%)	119(100%)
사회적관심		
자선사업	91(79.1%)	71(78.0%)
없음	24(20.9%)	20(22.0%)
계	115(100%)	91(100%)
민권활동	106(92.2%)	86(94.5%)
없음	9(7.8%)	5(5.5%)
계	115(100%)	91(100%)
정치활동	108(93.9%)	86(94.5%)
없음	7(6.1%)	5(5.5%)
계	115(100%)	91(100%)

#### 4. 조사결과

##### 1) 종합적 영향

조사결과는 t-검정을 이용하여 실험집단과 통제집단을 비교하였다. 4점 척도를 이용하였으므로 (1은 윤리적인 문제였다, 4는 중대한 윤리적인 문제가 있다), 낮은 점수는 윤리적 지각 수준이 낮다는 것을 의미하고 높은 점수는 윤리적 의식이 높다는 것을 의미한다. 따라서 강의 시작 초에는 점수가 낮다가 중강 때의 점수가 높으면 그 차이만큼 (통제그룹의 차이를 공제하고) 교육 효과가 있다고 볼 수 있다.<sup>3)</sup>

1995년 8월말 강의가 시작될 무렵에는 전직 두 대통령이 수뢰, 부패 혐의로 재판관을 받고 있었기 때문에 기업윤리에 관한 일반인의 관심이 매우 높은 때였다. 그 사건이 매일 매스컴에 보도되고 사회의 커다란 주목을 받게 되자 기업윤리 문제에 관심을 보이는 기업이 갑자기 많아졌다. 즉 기업윤리가 갑자기 매스컴의 중요한 보도 대상이 되었었다. 통제그룹의 기업윤리 의식이 사전/사후에 +면의 차이를 보였는데 이것은 위에서 말한 당시의 사회적 사정이 영향을 미쳤을 것이라고 생각된다.

그러나, 실험집단의 윤리적 지각은 실험 전에 비해서 실험 후에 통제집단보다도 상당히 향상되었다. 특히 사전/사후 조사를 통해서 뇌물, 기술자 스카웃, 선물, 인권문제에 관한 윤리적 인식은 강의 전에 비해서 강의 후에는 실험집단의 경우에는  $p=0.000$ ,  $p=0.000$ ,  $p=0.004$ , 및  $p=0.026$ 의 유의도를 가지고 차이를 보인 반면에 같은 문제에 대한 통제집단의 사전/사후의 차이의  $p$ 값은 0.013, 0.115, 0.012, 및  $p=0.738$  였었다. 정보은폐 문제(“세일로 파는 텔레비전에는 후진국의 부품이 들어 있다는 것을 고객에게 말하지 않았다”)와 차별문제 (“도시내의 빈곤지역에 있는 상점에는 도난 당하는 양을 보전하기 위하여 품질이 낮은 상품을 보낸다”)에 대한 윤리인식정도도 강의 전에 비해서 강의 후에 증가하기는 하였지만  $p=0.060$  및  $p=0.067$  이어서 유의수준  $p=0.05$ 보다도 유의수준이 낮았다. 공금의 사용 문제와 해외수출의 해외수출 문제는 사전/사후에 오히려 마이너스를 보였는데 이것은 통계적 오류인 것 같다.

3) 물론, 이 조사는 기업윤리교육이 윤리적 문제에 대한 실제적인 의사결정을 측정하려는 것은 아니고, 기업윤리를 수강한 학생들의 ① 윤리적 문제에 대한 판단 기준과 판단 능력, ② 윤리문제에 대한 인식 정도(즉 얼마나 윤리 또는 비윤리적인가?)의 강의 전-강의 후의 변화를 측정한 것이다.

〈표 3〉 기업윤리교육의 효과

	실험 그룹				통제 그룹			
	사전 (n=120)	사후 (n=128)	t 값	p	사전 (n=91)	사후 (n=91)	t 값	p
공금유용	3.1083	2.9844	1.31	.192	3.0769	3.1429	-.58	.566
뇌 물	2.2333	2.6250	-3.90	.000*	2.1868	2.5165	-2.52	.013
스 카 웃	2.3500	2.8359	-4.82	.000*	2.6374	2.8352	-1.58	.115
유해품수출	3.3417	3.2109	1.33	.186	3.4066	3.5165	-1.15	.251
정보은폐	2.3167	2.4922	-1.89	.060	2.3407	2.5934	-2.14	.034
차 별	2.8000	2.9844	-1.84	.067	3.0440	3.1319	-.76	.445
인 권	2.4250	2.6563	-2.24	.026*	2.7363	2.6923	.33	.738
선 물	1.8250	2.1094	-2.95	.004*	1.7033	1.9780	-2.55	.012

2) 인구통계학적 요인의 영향

인구통계학적 요인이 기업윤리 교육효과에 미치는 영향을 알아보기 위하여 검증한 결과 다음과 같은 결과가 나타났다.

(1) 성별

기업윤리 교육 효과는 여학생보다도 남학생에게 더 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 남학생은 5개 분야, 뇌물(p=0.000), 스카웃(p=0.000), 정보은폐(p=0.014), 인권(p=0.026), 및 선물(p=0.021)에서 통계적으로 유의하였다.

〈표 4〉 기업윤리교육의 성별 효과 - 남학생

	실험 그룹				통제 그룹			
	사전 (n=95)	사후 (n=103)	t 값	p	사전 (n=91)	사후 (n=91)	t 값	p
공금 사용	3.0632	2.9806	.75	.110	3.0889	3.1236	-.30	.767
뇌 물	2.1895	2.6311	-3.89	.000*	2.2222	2.4944	-2.01	.046
스 카 웃	2.2632	2.7282	-4.09	.000*	2.6333	2.8652	-1.83	.069
유해물수출	3.2947	3.2039	.84	.400	3.4222	3.5281	-1.11	.269
정보 은 폐	2.2211	2.4757	-2.49	.014*	2.3556	2.5730	-1.79	.074
차 별	2.7789	2.9126	-1.21	.228	3.0444	3.1236	-.67	.505
인 권	2.3895	2.6602	-2.24	.026*	2.7333	2.6742	.44	.658
선 물	1.8105	2.0583	-2.31	.021*	1.7000	2.0112	-2.80	.006

여학생에 대한 영향은 통계적으로 유의하지 못했는데 아마 그 이유는 표본이 너무 적은 때문인 것 같다. 경영학과에는 여학생 수가 많지 못해서 실험그룹에는 사전 n=24, 사후 n=28, 통제그룹에는 사전 n=2, 사후 n=3뿐이었다.

(2) 연령

연령이 기업윤리 교육에 미치는 효과를 검증하기 위하여 표본의 평균 연령 23세를 기준으로 두 그룹으로 나누었다. 이 분석에서는 23세 이하의 학생들이 영향을 더 많이 받았는데 특히 뇌물 (p=0.000), 스카웃 (p=0.026), 인권문제 (p=0.030), 및 선물행위 (p=0.010)에는 그 영향이 뚜렷하였다. 23세 또는 그 이상의 학생들도 영향을 받기는 했지만 뇌물 (p=0.034), 스카웃 (p=0.039), 및 정보은폐 (p=0.13)등에서 영향을 덜 받는 것으로 나타났다.

〈표 5〉 기업윤리 교육의 연령별 효과 - 23세 효과

	실험 그룹				통제 그룹			
	사전 (n=91)	사후 (n=97)	t 값	p	사전 (n=37)	사후 (n=39)	t 값	p
공금 사용	3.0110	3.0103	.01	.995	3.0811	3.0513	.17	.869
뇌 물	2.1978	2.6186	-4.22	.000*	2.1351	2.2564	-.61	.543
스 카 웃	2.3297	2.8247	-2.29	.026*	2.6486	2.7692	-.67	.504
유 해 품 수 출	3.3516	3.2268	1.09	.275	3.4054	3.5641	-1.16	.250
정 보 은 폐	2.8132	2.4433	.74	.463	2.2432	2.3077	-.35	.726
차 별	2.8132	2.9897	-1.57	.119	2.8919	3.0513	-.89	.378
인 권 문 제	2.4066	2.6598	-2.18	.030*	2.8919	2.7179	.83	.407
선 물 제 공	1.8132	2.0928	-2.61	.010*	1.7297	1.9231	-1.07	.287

(3) 근무 경험

실사회에서 일해 본 경험이 있는가 하는 것이 기업윤리 교육효과에 영향을 미칠 수가 있을 것이다. 이것을 검증하기 위하여 표본을 사회경험(근무경험)이 있는 그룹(6개월 이상, n=105)과 사회경험이 없는 그룹(6개월 이하, n=98)의 두 그룹으로 나누어 검토하였다. 그 결과, 사회경험이 없는 학생이 뇌물(p=0.000), 스카웃(0.000), 인권문제 (0.010) 및 선물 (p=0.022)면에서 윤리교육의 영향을 더 많이 받았다. 사회경험이 있는 학생은, 표본이 적어서 (실험집단 사전 n=13 사후 n=24, 및 통제집단 사전 n=13, 사후 n=13) 통계적 분석이 어려웠다.

〈표 6〉 기업윤리 교육의 효과 - 사회경험 없는 학생

	실험 그룹				통제 그룹			
	사전 (n=105)	사후 (n=98)	t 값	p	사전 (n=79)	사후 (n=79)	t 값	p
공금 사용	3.1048	3.0000	1.01	.314	3.1013	3.0759	.20	.842
뇌 물	2.2190	2.6531	-3.83	.000*	2.2532	2.4430	-1.30	.197
스 카 웃	2.3714	2.8776	-4.33	.000*	2.6076	2.8354	-1.66	.098
유 해 품 수 출	3.3714	3.2143	1.48	.140	3.4684	3.4684	.00	1.000
정 보 은 폐	2.7429	2.5510	.44	.662	2.3797	2.5316	-1.18	.240
차 별	2.8762	2.9184	-.40	.690	3.0633	3.1139	-.40	.693
인 권 문 제	2.4095	2.7041	-2.61	.010*	2.7468	2.5823	1.18	.240
선 물	1.8476	2.0918	-2.32	.022*	1.7342	1.9367	-1.75	.081

(4) 사회활동

환경운동, 자선봉사 활동등 사회 활동에 관심이 있거나 정치/노동운동에 관심이 많은 학생들에게는 기업윤리 교육효과가 다르게 나타나리라고 생각된다. 그래서 표본을 자선사업(적십자 사업, 불우이웃 돕기등), 사회활동(소비자 운동, 환경보호운동등) 및 정치활동(노동운동 포함)에 관심있는 그룹으로 나누어서 분석하려고 하였다. 그러나 표본 수가 유의한 통계적 분석을 하기에는 부족하였다. (자선사업 관심자 n=24/28, 사회활동 관심자 n=7/17 및 정치활동 관심자 n=7/10)

(5) 분석결과의 요약

이상에서 분석한 기업윤리 교육효과는 다음 표와 같이 정리할 수 있다.

〈표 7〉 기업윤리 교육효과의 요약

분 야	전 체	남 학생	23세이하	사회경험 없음
공금 사용	-	-	-	-
뇌 물	***	***	***	***
스 카 웃	***	***	**	***
유해물수출	-	-	-	-
정보은폐	*	**	-	-
차 별	*	-	-	-
인권문제	**	**	**	***
선 물	***	**	***	**

주: \* p=0.05 이상    \*\* p=0.05-0.01    \*\*\* p=0.01 이하

위의 요약에서 기업윤리 교육의 전체적으로 효과가 있고, 특히 남학생, 23세 이하 및 사회경험이 없는 학생들에게 더 영향을 미친것으로 나타났다.

## 5. 결 론

서두에서 설명한 미국에서의 다른 학자들의 연구와 본 연구 결과를 고려하면, 미국의 몇몇 연구에서는 기업윤리 교육효과를 확인하지 못한 경우도 있지만, 한국 대학생의 경우에는 기업윤리 교육이 효과가 있다는 것을 상당한 확신을 가지고 말할 수 있다.

그렇다면, 학생들의 윤리관의 수준이 사실 높아졌는가? 여기에 대해서는 확답을 할 수가 없다. 본 조사에서도 학생들이 자발적으로 기입한 설문지를 이용했기 때문에 질문지 조사의 공통적인 결함을 본조사도 가지고 있으므로, 기업윤리 교육에 실제로 학생들의 윤리관의 수준을 높였는지에 대해서는 단언을 할 수가 없다. 그러나 한가지만은 확실하다. 즉, 기업윤리 교육은 학생들의 윤리 수준을 높였는지 아닌지는 몰라도, 적어도 윤리 문제에 대해서 좀더 생각하고, 위반하였을 때에 압력을 느끼도록 하는데는 도움이 되었다고 말할 수 있다. 따라서 기업윤리 교육을 반복하면, 윤리적 문제가 있는 의사 결정을 할 때에 학생들로 하여금 좀더 심각하게 생각해 보도록 하는 효과가 있다.

기업윤리 교육의 효과가 있다면, 어떻게 하면 더 효과적인 기업윤리 교육 프로그램이 될 수 있는가? 여기에 대해서는 더 많은 연구가 필요하다고 본다.

## 참 고 문 헌

- Arlow, P. & T.W. Ulrich, "Business Ethics and Business School Graduates; a Longitudinal Study", *Akron Business and Economic Review*, Spring, 1985, pp.13-17.
- Barnett, Tim, Gene Brown and Ken Bass, "The Ethical Judgement of College Students Regarding Business Issues", *Journal of Education for Business*, 1994, pp.333-338.
- Boyd, T.P., "Improving Ethical Awareness through the Business and Society Course" *Business and Society*, Vol.20 No.1, Vol.21 No.1, Vol.27 No.31, 1981-82.
- Bunke, H., "Should We Teach Business Ethics?", *Business Horizons*, July-Aug., 1988, pp.2-8.
- Feldman, H.D. & R.C. Thompson, "Teaching Business Ethics; a Challenge for Business Educators in the 1990", *Journal of Marketing Education*, Summer, 1990, pp.10-22.
- Friedman, M., "The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits", *New York Times Magazine*, Sept. Vol.13, 1970.
- Fritzsche, David J. & Helmut Becker, "Business Ethics of Future Marketing Managers" *Journal of Marketing Education*, Fall, 1982, pp.2-7.
- Gaedeke, Ralph M., Craig A. Kelly & Dennis H. Tootelian, "Business Students' Perception of Ethics in Marketing" *Journal of Education for Business*, 1992, pp.294-299.
- Gandz, J. & N. Hayes, "Teaching Business Ethics", *Journal of Business Ethics*, Vol.7, 1988, pp.657-669.
- Harris, James R. & Hugh J. Guffey Jr., "A Measure of the Short-term Effects of Ethical Instruction" *Journal of Marketing Education*, Spring, 1991. pp.65-68.
- LEE, Chong-Yeong & Hideki Yoshihara, "Business Ethics of Korean and Japanese Managers", accepted for publication in *Journal of Business Ethics*, 1994.
- LEE, Chong-Yeong & Hideki Yoshihara, "Business Ethics of Korean and Japanese Students", *Journal of Economics and Commerce*, Kyungpook National University, Fall, 1995. pp.1-28.
- Martin, T.R., "Do Courses in Ethics Improve the Ethical Judgement of Students?" *Business and Society*, Vol.20 No.1, Vol.21 No.1, Vol.17 No.26, 1981-82.
- McDonald, Gael M. and Gabriel D. Donleavy, "Objections to the Teaching of Business Ethics" *Journal of Business Ethics*, Oct. 1995, pp.839-863.
- Murphy, Paul R. and John R. Boatright, "Assessing the Effectiveness of Instruction Business Ethics; A Longitudinal Analysis" *Journal of Education for Business*, July-August, 1994, pp.326-332.
- Parmental, George L., "The Course in Business Ethics: Can it Work?", *Journal of Business Ethics*, No.8, 1989, pp.547-551.

- Pizzolatto, Allyayne B. and Sandra Bevill, "Business Ethics; A Classroom Priority?" *Journal of Business Ethics*, Feb., 1996, pp.153-158.
- Thurow, L., "Ethics Doesn't Start in Business School", *The New York Times*, June 14, 1987, p.25.
- Weber, J., "Measuring the Impact of Teaching Ethics to Future Managers; A Review, Assessment, and Recommendations" *Journal of Business Ethics*, No.9, 1990, pp.183-190.
- Wynd, W.R. and J. Mager, "The Business and Society Course; Does It Change Student Attitudes?" *Journal of Business Ethics*, No.8, 1989, pp.487-491.