

경영학과에서의 기업윤리 교육사례

주 인 기*

경영학에서 기업윤리 교육에 대한 필요성을 인식한 것은 1970년대 후반부터였으나, 그 동안은 각 전공과목별로 의사결정 과정에서 윤리적 요소에 대한 고려를 부분적으로 다루어 왔을 뿐이었다. 그러다가 미국의 우수한 대학의 MBA 과정에 기업윤리라고 하는 독립된 과목이 필수과목으로 포함되기 시작한 것은 1990년에 들어와서부터이다. 우리 나라에서도 1980년대 후반부터 기업윤리 교육의 필요성을 인식하여 왔으나 아직 경영학과 교과과정에서 전공 필수과목으로 개설하고 있는 대학은 하나 밖에 없는 실정이다. 본문은 전공필수 과목으로 개설하고 있는 연세대학교 기업윤리 과목을 교육 사례로 소개하고, 경영학과에서의 기업윤리 교육의 실시에 따른 문제점과 이를 개선하기 위한 방안을 제시하고 있다. 우리 나라에서 기업윤리 교육과 관련하여 대두되고 있는 가장 중요한 문제점은 크게 둘로 나누어 볼 수 있다. 첫째는 기업윤리를 강의할 수 있는 교수요원이 부족하다는 것이고, 둘째로는 적절한 교재가 없다는 것이다. 이 두 가지 문제점에 대하여 본문에서는 팀티칭과 기업윤리과목 운영위원회의 설치를 제의하고 있다. 이는 현재 연세대학교에서 활용하는 방안으로 부족한 교수요원 문제를 해결하고 공동으로 교재를 개발하는데 효과적인 것으로 판단되고 있다. 이들 두 가지 문제점 이외에도 기업윤리 교육에 포함될 주제의 선택, 전공 필수로 개설할 경우에 경영학과의 특성상 대규모 단위의 강의 실시 및 강의 운영에 따른 필요자금의 조달과 관련하여 발생하는 문제점에 대하여 연세대학교 경영학과의 교육 사례를 중심으로 소개한다.

1. 머리말

경영학에서 기업윤리 교육에 대한 필요성이 심각히 제기되기 시작한 것은 1970년대 후반이었다. 일본에서 자위대 공군의 전투력 증강을 위하여 록히드사에서 제작한 전투기를 도입하면서 이와 관련하여 뇌물수취 혐의로 1976년에 당시 일본 수상이던 타나카씨가 구속되게 되었다. 이로 말미암아 일본은 물론 미국

* 연세대학교 경영학과 교수

에서도 기업과 정치인들의 윤리성에 대한 문제로 큰 파문이 일어나게 되었으며, 일부 미국의 일류 경영대학원에서는 기업윤리 교육의 필요성을 인식하고 각 교과 과목 내용 속에 기업윤리와 관련된 내용을 포함시키기 시작하였다. 그러나 다국적 기업들의 뇌물수수, 산업재해, 및 환경오염 등과 관련한 윤리적인 문제가 세계도처, 특히 개발도상국에서 끊임없이 제기되어 왔다. 다국적 기업들의 비윤리적 행위에 대한 규탄이 세계도처에서 일어나게 되자 다국적 기업들은 개발도상국 내의 많은 이해 관계자들에게 윤리적인 기업이라는 인상을 주는 것이 장기적인 생존을 위함은 물론 장기적인 이익의 극대화를 위하여 절대적으로 필요하다는 인식을 하게 되었다. 다국적 기업을 포함하여 특히 미국내의 대기업들은 기업 조직 속에 윤리 전문가들로 구성된 기구를 설치하고 중요한 경영 의사결정을 할 때마다 이들의 조언을 받는 것은 물론, 기업 조직의 윤리적인 수준을 계속해서 관리·감독하는 책임을 부여하고 있다. 이러한 경영환경의 발전에 따라 1990년대 초부터는 본격적으로 미국내 대부분의 MBA 교과과정에서 기업윤리라는 과목을 독립적으로 개설하여 경영의사결정 과정에서 윤리적 요소가 차지하는 비중을 강조하기 시작하였다. 최근에는 일본의 윤리학 연구소 (The Institute of Moralogy)가 주관이 되어 제 1차 기업·경영·윤리 세계대회 (The First World Congress of Business, Economics and Ethics, 1996년 7월25일- 28일)를 일본의 레이타쿠 대학에서 개최한바 있다.

우리 나라에서도 기업들의 사회적인 책임 및 윤리적인 문제가 1980년대 후반에 들어 크게 대두하게 되었다. 1989년의 한 조사¹⁾에 따르면 우리 나라의 경제성장률에 대한 대기업의 기여에 대하여 1980년대 후반까지는 일반적으로 긍정적인 평가(84.7%)를 받아 왔다고 하고 있다. 그러나 그 이후 계속된 노사분규에 대한 해결능력의 부족과 공해배출 등에 의한 빈번한 환경오염 사고 및 중요한 공공 시설들에 대한 부실 공사로 말미암아 기업의 윤리의식에 대한 국민의 부정적인 시각은 매우 심각한 수준에 이르게 되었다. 우리 나라 기업의 윤리수준에 대한 사회적인 인식이 심각할 정도로 낮아지는 것에 대응하여 한국 경영학회에서는 “기업윤리와 경영교육”이라는 논문집을 1991년 10월 19일에 발간하였다. 이 논문집은 경영학의 각 분야별, 즉 경영전략, 생산, 재무, 회계, 인사조직, 국제경영, MIS, 마케팅 분야에서의 기업 경영상 당면하게 되는 윤리적인 문제점들에 대하여 분석하고 있으며, 특히 경영학 교육에서 기업윤리 교육의 필요성과 교육 방법(신유근, 1991)에 대하여 설명하고 있다. 이와 같이 국제적으로나, 국내적으로 1990년대에 들어서면서 기업윤리에 대한 교육의 중요성이 강조되기 시작하였다. 특히 미국내 대부분의 경영학 교육 과정에서는 기업윤리를 전공기초 과목중

1) 조선일보, 1989년 4월 29일자, 객원조사 보도내용의 인용.

에 포함시키고 있다. 그러나 우리 나라에서는 기업윤리에 대한 교육의 중요성을 인식하면서도 대부분의 대학에서 기업윤리 과목을 전공 필수과목에 포함시켜서 교육을 실시하고 있지 못한 실정이다.

최근 우리나라 국립대학 및 사립대학의 경영학과장들을 대상으로 조사한 바에 의하면(한기수, 1995), 응답자의 90%가 경영학에서 기업윤리 교육의 필요성을 심각히 인식하고 있었다. 그러나 1994년 현재, 기업윤리 관련 과목을 실제로 개설한 대학은 응답 대학의 63% 정도이었고, 그나마 개설 대학의 90%가 교양이나 전공선택 과목으로 개설하고 있었다. 전공필수 과목으로 기업윤리 과목을 개설하고 있는 대학은 응답대학중 5%²⁾에 불과하였다. 이는 기업윤리 교육의 필요성을 심각히 인식하고 있는 것에 비하여 볼 때, 경영학에서 기업윤리에 대한 현실적 교육 비중은 아직도 매우 낮은 것이라고 할 수 있다. 기업윤리 과목의 개설과 관련하여 국립 및 사립대학의 경영학과장들이 지적하고 있는 가장 큰 애로점으로는, 첫째가 적절한 강사의 부족이고 둘째가 적절한 교재의 부재를 들고 있다. 또한 기업윤리 관련 과목을 개설한 대학에서도 이를 필수과목으로 하지 못하는 이유로는 전공필수 과목의 수가 학교 전체적인 입장에서 제한되어 있기 때문에 기업윤리과목을 전공필수 과목에 포함시키기 위하여는 기존의 전공필수 과목 가운데 한 과목을 빼내야 하는 어려움이 있다는 점을 지적하고 있다. 그러나 이 또한 기업윤리 교육의 중요성에 대한 인식에 비하여 현실적 교육 비중이 아직 낮다는 것을 달리 표현한 것이라고 할 수 있다.

1) 팀티칭의 필요성과 문제점

기업윤리 교육과 관련하여 앞에서 지적된 두 가지 문제점, 즉 적절한 강사의 부족과 적절한 교재의 부재에 대한 최선의 해결 방안은 우리나라 대학의 현재 상황을 감안할 때 팀티칭이라고 할 수 있다. 이는 기업윤리 교육의 내용에 경영학 각 분야가 관련이 되어 있기 때문이기도 하지만, 앞에서 인용한 설문 조사에서 볼 때 기업윤리 교육을 전담할 교수를 채용할 계획이 있는 대학이 1995년 설문조사 때까지 한 대학도 없었다는 현실적 상황을 고려한 것이다. 팀티칭을 하는 경우에도 과목의 특성상 경영학 교수들만의 팀티칭으로는 안되고, 윤리학을 전공한 철학과 또는 윤리학과 교수들도 포함된 팀티칭이 되어야 한다. 경영학 각 분야의 교수들은 분야별로 발생할 수 있는 실무적인 윤리문제를 다룰 수 있겠지만, 이에 앞서 윤리에 대한 전반적인 사고(思考)의 틀을 제공할 수 있는 교육이

1) 조선일보, 1989년 4월 29일자, 갤럽조사 보도내용의 인용.

필요하기 때문이다. 이를 위하여는 철학이나 윤리학을 전공한 교수들도 기업윤리 교육을 위한 팀티칭에 참여하여야 하는 것이다. 팀티칭을 하게 되면 관련 교재도 자연스럽게 팀으로 개발할 수 있게 되어, 기업윤리 교육을 위한 적절한 교재가 비교적 쉽게 개발될 수 있는 장점도 있다.

그러나 팀티칭에는 다음과 같은 문제점이 있다. 첫째로, 경영학 각 분야 교수들뿐 아니라 전공분야가 전혀 다른 철학이나 윤리학 교수들이 모여 팀을 이룬다는 것이다. 전공분야가 다양하고 개성이 강한 이들 사이에 어떻게 강의 내용 및 방법에 대하여 최선의 합의점을 이끌어 낼 것인가 하는 문제점이다. 둘째로는, 학교 행정상 팀티칭에 대한 개념이 일반화되어 있지 못하기 때문에 팀티칭을 통하여 자기가 담당하는 강의시간을 학교에서 정한 의무 강의 시간 수에 포함시킬 수가 없는 경우가 많다는 것이다. 따라서 기업윤리 교육에 관심이 있어 팀티칭에 가담 할 경우, 자기의 의무 강의 시간과는 관계없이 추가적인 강의 부담을 가져야 하는 문제점이 있다.

2) 충분한 교육 준비기간과 외부지원을 통한 팀티칭의 문제점 해결

연세대학교 경영학과에서는 기업윤리 교육의 필요성을 모두 함께 인식하고 1992년 기업윤리 과목을 전공필수 과목으로 지정하였다. 그러나 기업윤리 과목이 3학년 전공필수 과목이었기 때문에 실질적인 기업윤리 교육은 1992년 신입생이 3학년이 되던 해인 1994년 가을학기부터 실시되었다. 따라서 기업윤리 과목이 전공필수 과목으로 결정이 되고 난 후에도 약 2년의 강의 준비기간이 있었다. 그 준비기간 동안 각 분야별로 팀티칭에 관심을 갖고 있는 교수들을 중심으로 기업윤리 과목 운영위원회를 구성하고 2년동안 반복적인 회의를 통하여 강의 목적과 강의 방법 및 평가 방법 등을 결정하였다. 강의준비를 하는 데에는 참여 교수들의 열정도 중요하였지만 결정적으로 도움을 준 것은 (주)신라교역에서 기업윤리 교육 및 연구를 위하여 1994년부터 향후 3년에 걸쳐 총 6천만원을 지원하기로 약정해 준 것이었다. 그러나 (주)신라교역에서는 기업윤리 교육과 관련된 어떠한 의사결정에도 참여하지 않을 것임을 천명하였다. 다만 기업윤리 과목 운영위원회에서 스스로 지원금의 사용에 대한 투명성과 효율성을 위하여 스스로 지원금 사용에 대한 예산, 결산을 (주)신라교역에게 보고하여 왔다. 어쨌든 이 지원금으로 말미암아 첫째, 팀티칭과 관련하여 의무 강의 시간의 계산 문제가 해결되었다. 다시 말해서 팀티칭에 가담하는 모든 교수는 초빙 강사로서 대우하여 적정한 강사료를 지급하기로 함으로써 의무 강의 시간에 포함시키지 않아도 되었던 것이다. 둘째로 강의 교재의 개발과 관련하여 재원이 마련됨으로써 강의 교재 개발을 적극적으로 추진할 수 있게 된 것이다. 셋째로 강의 담당 교수들의 훈련을 위한 재원이 마련됨으로써 기업윤리 관련 학회에 참여하는

등 강의 담당 교수의 교육 및 연구에 대하여 지원을 해줄 수 있게 되었다.

1992년부터 시작된 2년여간의 준비기간을 통하여 기업윤리 과목 운영위원회의 위원들 간에 충분한 의사소통이 이루어지고 필요한 재원이 마련된 관계로 앞서 지적되었던 팀티칭의 문제점들이 많이 해결되었다. 1994년 가을 학기부터 개설된 기업윤리 과목은 올해로서 3년째를 맞게 되었다. 그 동안 꾸준한 개선을 통하여 오늘날 연세대학교 경영학과에서 실시하는 기업윤리 과목의 내용을 소개하면 다음과 같다.

2. 기업윤리 교과과정

1) 강의 목표

1996년도 제 2학기 강의 계획서에 명시된 강의 목표는 다음과 같다.

(1) 기업의 사회적인 책임을 요구하는 기업윤리가 기업에 요구되는 이유가 무엇인지를 알아보고, 기업윤리를 실천하는 과정상의 문제점과 그 해결 방안을 검토한다.

(2) 이러한 관점을 연구하기 위하여 이론 이외에도 외부 전문가의 강의와 현장탐방 등의 체험적이고 폭 넓은 학습 방법을 이용하여 미래 책임 있는 경영자상을 제시한다.

위의 강의 목표에서 볼 수 있는 바와 같이 경영학과 학생들에게 기업윤리를 교육하는 목적에는 기업윤리에 대한 이론적 측면과 아울러 기업윤리를 실천하는데 따른 문제점과 해결 방안을 모색하는 데 강의의 중점을 두고 있다.

2) 강의 내용

강의 목표를 달성하기 위한 강의 내용의 특징을 요약하면 다음과 같다.

(1) 실무적 윤리 주제 선택

강의내용에 무엇을 포함 할 것인가를 결정하기 위하여는 실제로 우리 나라 기업경영에 있어서 윤리 문제로 부각되고 있는 것이 무엇인가를 먼저 결정하여야 하였다. 이를 위하여 기업윤리 과목 운영위원회에서 여러 번의 토의과정을 거친 결과, 우리 나라 경영자들이 당면하고 있는 중요한 윤리문제를 8개의 주제로

구분하여 인식하고 이것들을 중심으로 강의 내용을 구성하게 되었다.

기업윤리의 문제에 있어서 당사자인 기업뿐만 아니라 이러한 기업이 속한 사회의 각 이해관계자들을 대표로 하는 민간 단체와 또한 정부 관련 부처들의 역할이 매우 중요하다고 할 수 있다. 이들의 구체적인 역할에 대하여는 별도의 주제로 구분하여 다루지 않고 8개의 실무적 주제 내에서 각각 해당되는 내용을 다루도록 하였다.

(2) 팀티칭 및 외부 강사의 활용

강의 목표가 기업윤리의 이론적인 연구와 아울러 이를 실천하는 데에 따르는 문제점과 이를 해결하는 방안을 모색하는 데에 중점을 두고 있으므로, 될수록 주제별로 전문적 지식이나 실무적 경험이 많은 외부 강사를 초빙하도록 하였다. 이에 따라 8개의 주제 중, 6개 주제에 대하여는 기업의 경영자들이나 외부 전문가들을 외부 강사로 초빙하여 실무적인 측면에서 윤리문제의 인식과 해결 방안에 대하여 강의하도록 하였다.

(3) 기업윤리에 대한 이론적 개념의 도입

기업윤리의 실무적 내용을 다루는 8개의 주제에 대한 강의를 시작하기 전에 학생들에게 기업윤리에 대한 기본적인 개념을 인식시켜 주기 위하여 윤리학 전공 교수로 하여금 먼저 5교시에 걸쳐 “기업윤리의 개념적 틀”이라는 주제로 강의하도록 하였다.

(4) 9개의 윤리주제 제목

기업윤리 과목 운영위원회에서 결정하여 현재 강의내용에 포함시키고 있는 1개의 개념적 틀과 8개의 실무적 주제의 제목은 다음과 같다.

윤리 주제

- ① 기업윤리의 개념적 틀
- ② 한국기업의 사회적인 책임
- ③ 인적자원관리
- ④ 판매 및 광고
- ⑤ 자금관리
- ⑥ 재무공시
- ⑦ 환경
- ⑧ 경제력 집중 (재벌정책)
- ⑨ 노사관계

위의 주제 중에 특히 환경과 관련하여서는 자원과 지구환경, 기업이윤과 환경 보호, 환경윤리와 기업의 생태학적인 책임의 3가지 주제에 대하여 강의하도록 되어 있어서 환경문제가 다른 주제에 비하여 강조되어 있다. 이는 현재 사회가 환경문제에 대한 기업의 윤리적 책임을 강조하는 경향을 반영한 것이다.

3. 기업윤리 교재 개발

기업윤리 강의 준비에 있어서 가장 어려운 점 중의 하나는 강의 목표에 알맞은 교재를 구하기가 어렵다는 것이다. 이에 기업윤리 과목 위원회는 강의 목표에 알맞은 교재를 개발하기로 하고 각 주제 담당 교수들로 팀을 이루어 교재를 개발하도록 하였다. 교재 개발을 촉진시키고 또, 개발과정에서 그 내용에 대하여 서로 이해하도록 하기 위하여 팀 구성원들은 정기적으로 만나 각자가 개발하고 있는 교재에 대하여 발표하도록 하였다.

팀으로 교재를 개발하는 것은 교재의 각 부분을 분담하기 때문에 비교적 빠른 시일 안에 교재 개발을 완료할 수 있다는 장점이 있을 뿐만 아니라 교재 개발 발표회를 통하여 분담된 교재 내용에 대하여 서로 이해 할 수 있는 기회를 자연스럽게 갖게 되는 장점이 있었다. 팀을 통한 교재 개발은 각자의 강의 내용이 서로 독립된 것이 아니라 커다란 틀 속에서 연결되도록 하는 효과를 가져온다고 할 수 있다. 교재개발과 관련하여 필요 경비는 앞서 언급한 신라교역에서 기부한 기업윤리 과목 발전을 위한 기부금을 사용하기로 하였다. 현재 개발중인 교재의 각 주제별 내용을 요약하면 다음과 같다.

1) 기업윤리의 개념적 틀 (김형철 교수)

(1) 한국사회의 도덕적 현실

우리사회는 자유민주주의와 시장경제체제를 지향한다고 해방 이후로 자처해 왔지만, 제대로 실행할 만한 경제적 정신적 토대를 가지지 못했다. 현재 경험하고 있는 갖가지 비리와 부패는 자유민주주의와 시장경제체제가 필연적으로 가져오게 되어있는 악이 아니라, 오히려 그것이 한번도 제대로 실행되지 않았던 데서 발생한 악이라고 보는 것이 타당한 해석이다. 우리는 소득 1만불시대에 걸맞은 도덕의식을 제고할 필요가 있다. 이를 위하여 다음과 같은 항목들을 실현해 나아가야 한다. 첫째, 대인관계에서 뇌물과 선물을 구별할 줄 아는 사회가 되어야 한다. 둘째, 공정한 경쟁을 해야 한다. 셋째, 자원의 재활용을 적극 추진해야 한다. 넷째, 경제성장의 열매가 골고루 분배되도록 힘써야 한다.

자유민주주의와 시장경제체제에서 가장 핵심적인 역할을 수행하는 기업이 담 당해야 할 도덕적 책임은 기업의 힘이 증대된 것과 비례할 수밖에 없다. 기업이 생존을 위해서 수단 방법을 가리지 않고 자신의 목적을 추구해 나갈 수 있다고 믿는 것은 대단히 잘못된 생각이다. 왜냐하면 근본적으로 절차적 정의를 준수하 지 않는 기업활동을 방치하는 것은 시장경제체제의 자기 모순을 심화시키는 결 과를 낳을 뿐이기 때문이다.

(2) 도덕적 극복대상

기업집단은 마피아와 같은 범죄조직이어서는 안된다. 조직의 목표를 달성하기 위하여 수단방법을 가리지 않는 마피아와 달리, 기업은 사회전체의 공익을 동시 에 생각해야 하는 기본적 도덕의무를 지니고 있다. 우리는 마피아와 같은 조직을 우리사회에서 영원히 박멸해야 할 충분한 이유를 가지고 있다.

첫째, 마피아가 취급하는 상품은 인간에게 도움이 되지 않는 마약 등과 같이 그 자체로 해로운 것들인 경우가 많다. 상품으로서 판매가 가능한지 아닌지의 여 부는 도덕적 판단에 의해서 종합적으로 이루어져야지 단순히 경제적으로 이윤이 남는 것이라면 무엇이든지 판매할 수 있다는 생각을 우리 기업들은 버려야 한다.

둘째, 마피아는 자신들의 상품과 서비스를 판매함에 있어서 자발적 의사를 전 혀 존중하지 않는 방식을 사용한다. 공정한 경쟁의 원칙을 저해하는 일체의 행위 는 도덕적 기업으로서는 해서 안될 일이다. 예를 들어 소비자의 판단을 왜곡하는 허위 또는 과대 광고라든지, 경쟁자들과 담합하여서 입찰을 제한하는 건설회사들 의 행위는 마피아의 활동과 다를 바가 없다.

우리 기업들이 마피아 집단으로 전락하는 것을 방지하기 위하여는 우선 경제 적 정의의 기준에 대한 우리의 인식이 분명하게 있어야 한다. 이러한 작업을 위 하여 우리가 반드시 극복해야 할 대상으로 몇 가지 반도덕적 인간이해가 있다.

첫째, 우리는 심리적 이기주의로 대표되는 인간의 이기심의 필연성을 주장하는 인간이해를 극복할 필요가 있다. 인간의 행위는 대부분의 경우에 이기심에 기초하 여 이루어지고 있다는 사실을 부정할 수는 없다. 그러나 문제는 인간은 필연적으 로 이기주의를 벗어날 수 없는가, 또한 물질적인 것만 추구하는가 하는 것이다.

둘째, 문화적 상대주의는 인간사회에 보편적으로 적용되는 도덕원칙은 존재하 지 않고 각 사회마다 나름대로의 관습에 기초한 윤리만이 있을 뿐이라고 주장한 다. 그러나 문화적 상대주의의 입장을 문자 그대로 수용할 때 발생하는 또 다른 형태의 부작용을 우리는 알아야 한다. 각 사회 나름대로의 특수한 관습을 전적으 로 인정한다면, 도덕의 진보는 존재하지 않을 것이다. 다국적 기업이 활약하는 현대의 사회에서 주재국의 문화에 대한 존중은 보편적 원칙에 위배되지 않는 범 위 내에서 이루어지는 것이 도덕적으로 정당한 것이다.

셋째, 우리는 우리사회에 팽배해 있는 도덕적 허무주의 또는 회의주의에 종종 직면하게 된다. 현실에서 모든 사람들이 도덕규범을 준수하지 않기 때문에 준수하는 사람들이 손해를 보는 경우가 있을 수 있다. 그러나 그것이 규범이 없어도 된다는 것을 증명해 주는 것은 아니다. 도덕적으로 비취지는 것이 기업의 이미지를 제고하는 데에 도움이 된다면, 그것이 의미하는 바는 사람들은 당연히 기업이 도덕적으로 행동해야 한다고 생각한다는 것이다.

우리는 심리학적 이기주의, 문화적 상대주의, 도덕적 회의주의를 궁극적으로 극복하고 문화의 특수성을 인정하는 보편적 도덕원칙을 확립해야 할 의무를 지닌다.

(3) 도덕의 특징

도덕은 관습, 실정법, 전략과 다음과 같은 점에서 다르다.

첫째, 사회의 관습은 도덕적 관점에서 볼 때 우연적 요소에 의해서 형성되고, 유지되는 경우가 많다. 악수나, 식탁 매너와 같이 관습의 준수는 개인이 사회생활을 부드럽게 영위해 나가는 데 도움을 주지만, 그것이 합리적이고 도덕적인 것에 반드시 기초해 있는 것은 아니다.

둘째, 법은 사회의 질서를 유지하는 데 필요한 최소한의 규칙을 강제적으로 규정하는 것이다. 관습이 주위의 압력(peer pressure)에 의해서 유지된다면, 법은 국가의 공권력에 의해서 집행된다. 법은 사회질서 유지의 필요조건이다. 그러나 충분조건은 아니다. 법을 절대 어기지 않는 사람이 도덕적으로 뛰어난 사람은 아니다.

셋째, 도덕(혹은 윤리)은 인간의 이성과 양심에 기초하여 인간으로서 마땅히 해야 할 일을 규정하는 것이다. 법체계는 그 보수성과 일반성으로 인하여 인간으로서 갖추어야 할 모든 요건을 일일이 다 열거할 수 없다. 따라서 도덕은 반드시 필요하다. 인간은 자발적으로 승복해서 일을 진행하기를 원하지 타인의 폭력에 굴복해서 행위하기를 원하지 않는다. 합리성에 기초한 도덕은 우리에게 인간이 나아가야 할 방향을 제시해 준다는 점에서 반드시 필요한 것이다.

(4) 도덕이론

- ① 공리주의
- ② 의무론
- ③ 사회계약론
- ④ 덕윤리

(5) 기업윤리 덕목

기업이 반드시 지켜야 할 윤리덕목으로는 다음과 같은 것이 있다.

후쿠야마의 책 『트러스트』에 쓰여 있는 바와 같이 한 사회가 발전하기 위해서는 구성원간에 상호신뢰가 바탕에 깔려 있어야 한다. 건설적이고 공정한 경쟁이 아니라 파괴적 경쟁만이 존재하는 곳에서는 한 사회가 공동체로서의 기본적인 여건도 갖추지 못한 채 시들어 갈 수밖에 없다. 기업윤리의 확립은 한 사회가 책임 있는 공동체로서 살아가기 위한 기본적인 조건으로서 반드시 필요한 신뢰의 구축을 위한 것이다. 한 사회 내에 신뢰가 구축되기 위해서 기업이 지켜야 할 덕목은 다음과 같다. 첫째, 사회정의 특히 절차적 정의를 지키는 기업이 되어야 한다. 둘째, 사회적 책임을 다함으로써 분배정의를 존중하는 기업이 되어야 한다. 셋째, 기업은 자원을 효율적으로 사용하여야 한다. 넷째, 기업은 사회에 대하여 정직하게 행동하여야 한다.

이상의 덕목을 지키는 기업은 윤리적 기업으로서 기본적 임무를 완수하는 것이다.

2) 한국 기업의 사회적 책임과 사회 공헌활동 (정구현 교수)

한국 기업은 지난 40년이라는 비교적 짧은 기간에 크게 성장하여, 이제는 몇몇 대기업은 세계적인 기업의 대열에 들어가게 되었다. 1960년대 이후 1인당 국민소득을 비롯하여 수출액 신장률, 실업률 감소 등 여러 가지 경제지표에서 나타나는 상승 추세를 본다면 적어도 외형적 측면에서 경제 성장에 대한 기업의 기여도는 긍정적 평가가 가능하다. 그러나 국민이나 여론이 한국기업을 보는 눈이 항상 긍정적일 것만은 아니다. 경제력 집중, 문어발식 사업다각화, 소유 집중, 비윤리적 기업 활동 등 대기업에 대한 비난은 심심지 않게 제기되고 있다. 사회인들의 기업에 대한 부정적인 평가는 주로 기업이 사회적인 이익을 무시하거나 희생시키는 무책임한 행동을 통해 이익을 추구해 왔다는 점에 초점이 모아지고 있다. 그러한 비난이 항상 있어 왔음에도 불구하고 지난 10여 년 간 한국 기업의 사회 의식은 진일보하고 있다고 생각된다. 많은 대기업이 기업 재단을 만들어서 이익의 일부를 사회에 환원하고 있고, 또한 기업 자체내에서 사회공헌활동을 증가시키고 있으며, 나아가서 사원들의 자원 봉사도 더욱 강조되고 있다. 또한 환경문제 등 사회적 이슈에 대한 기업의 관심과 대응도 늘어나고 있다.

본 주제에서는 “선량한 기업 시민”으로 새롭게 태어나기를 요구받고 있는 한국 기업의 사회적 공헌 활동의 당위성을 문제 제기로 시작하고 있다. 기업의 사회 공헌활동을 분류하는 틀을 기업 행위를 중심으로 주주 모형과 이해당사자 모형으로 구분하고, 그 동기에 따라 이를 다시 이기적 동기와 도덕적 의무 동기로 구분하여 현재 한국 기업의 공익활동 상황을 점검하고자 한다. 이를 통하여 앞으로 바람직한 한국 기업의 사회 공헌활동과 사회 참여활동에 대한 시사점을 얻고자 하는 것이다.

3) 윤리적 인적자원관리 (이학종 교수)

구성원 개개인이 기업윤리의 주체인 만큼, 구성원들로부터 그들의 과업수행과정에서 윤리·도덕적 행동을 기대하려면 무엇보다도 건전한 기업윤리가 먼저 인적자원관리에 실천되어야 할 것이다. 이러한 관점에서 인적자원관리에서의 기업윤리 문제가 특히 중요시된다.

본 주제에서는 인적자원관리에서의 기업윤리를 연구하는데 있어서 기업의 윤리환경을 우리 나라의 전통 문화적, 근대적, 그리고 관료조직 관점에서 살펴본다. 또한 현대기업에서 구성원들이 조직체 생활에서 기대하는 권리를 Donaldson(1990)과 Ewing(1977)의 이론을 중심으로, 법적권리 뿐만 아니라 도덕적 권리의 차원에서 분석한다. 이러한 도덕적인 권리에는 존경욕구, 자아실현욕구, 프라이버시(privacy)에 대한 욕구 및 정당한 절차에 대한 욕구 등과 관련하여 발생한다. 그 다음 인적자원관리 분야에서 문제시되는 기업윤리 이슈들을 첫째, 조직설계와 직무설계, 둘째, 고용 및 승진관리, 셋째, 균등한 보상과 대우, 넷째, 안전 및 보건관리, 다섯째, 교육훈련과 조직개발, 여섯째, 노사관계로 구분하여 분석하며 각 주제별로 우리나라에서 실제 일어난 사례들을 제시하고 이러한 사례들이 의미하는 바가 무엇인지를 심도 있게 토의한다. 마지막으로 윤리적 인적자원관리에서는 우리나라 기업이 기업 구성원들의 도덕적 권리를 보장하는 윤리시민의 역할을 수행하기 위하여 기업 경영자들이 실천하여야 할 경영이념의 재정립과 윤리문화의 정착에 대하여 알아본다.

4) 마케팅에서의 윤리적 문제 (이문규 교수)

마케팅 윤리는 마케터가 따라야 하는 행동 지침, 원리, 가치관을 말한다. 기본적으로 소비자들의 안전을 침해해서는 안되고, 제품에 대한 모든 사실정보를 제공해 주어야 함을 그 주요 골자로 하고 있다. 법이 다룰 수 있는 영역은 한정되어 있으므로, 법은 최소한의 윤리적 기준으로서만 간주되어야 한다. 마케터들은 종종 마케팅 윤리를 따르기 힘든 상황을 호소한다. 그들의 논지는 윤리적 기준이 상대적일 수 있고, 윤리적 기업 활동이 눈에 보이는 수익을 가져오지 못하고 오히려 비용 상승만 초래할 수 있다는 것이다. 이러한 상대적 윤리 기준, 그리고 기업의 영리 목적과 윤리적 행위의 상충이 마케터를 딜레마에 빠뜨리는 경우가 종종 있다.

마케팅 관리 철학은 처음 생산자 중심적 관리철학에서부터 시작하여 마케팅 중심적인 관리 철학으로 바뀌었고, 나아가 현재에는 소비자와 사회 전체의 복지를 유지하고 향상시키는 사회적 마케팅 개념으로 발전되었다. 마케팅과 관련된

윤리문제를 크게 다섯가지 부문, 즉 마케팅 조사, 제품 전략, 유통 전략, 광고촉진 전략 및 가격전략과 관련된 윤리문제로 구분하였다. 각 부문별로 윤리적인 문제를 실제로 일어난 사건을 중심으로 설명하고 필요한 윤리기준을 제시하고 있다.

본 주제에서는 많은 사람들이 공감하고 있는 윤리적 규범이 마케팅 계획 전반에 걸쳐 반영되지 못하면 결코 성공적인 마케팅 활동이 이루어질 수 없음을 강조한다. 윤리적 마케팅 활동은 고객과의 장기적 관계를 유지하게 해 줌으로써 초기 비용을 커버하고 결과적으로 수익을 가져다준다는 내용을 사례를 중심으로 주지시키고 있다. 또한 결론적으로 마케터들의 윤리 규범을 개인적 차원과 기업적인 차원에서 제시하고 있다.

5) 기업재무의 윤리과제 (정종락 교수)

기업재무의 윤리적 과제는 재무관리자의 고유 기능인 기업에서 필요로 하는 자금의 조달 및 투자 의사결정과 밀접히 관련되고 있다. 경기 순환에 따른 기업 위험의 증대, 거대기업의 빈번한 도산, 투자 규모와 자금 조달액의 급격한 확대, 금융의 국제화, 금융상품의 혁신적인 개발 등과 관련하여 자금이 흐르는 통로마다 관련자간의 이해가 엇갈리는 중요한 윤리적 문제가 수반되고 있다. 기업의 재무적 기능을 수행함에 있어서의 일어날 수 있는 윤리적인 문제를 부각시키고 이의 대응방안에 대하여 생각하도록 함으로써 기업재무와 관련된 윤리문제의 심각성을 강조하였다.

본 주제에서는 기업재무의 기능과 관련시켜 자금조달 측면과 투자운용 측면 그리고 재무환경 측면에서 각 주제와 관련된 대표적인 윤리적 문제를 그동안 벌어졌던 국내 및 국외의 금융사건을 중심으로 분석하고 있다. 첫째, 기업 자금조달과 관련된 윤리적 문제로는 타인자본위주의 자금조달 관행, 우리나라 기업집단의 소유구조 실태 및 기업공개와 경영권의 과대보호의 측면에서 분석하였다. 둘째, 기업의 투자운용과 관련된 윤리적 문제로는 외형중심의 투자, 기업집단의 경제력 집중, 기업결합, 재테크를 통한 재산증식 및 상호출자와 상호지급보증의 측면에서 분석하였다. 셋째, 재무환경과 관련된 윤리적인 문제로는 내부자거래, 불공정 증권거래 및 불공정 약관에 의한 거래행위의 측면에서 분석하였다.

6) 재무공시에 대한 경영자와 공인회계사의 사회적 책임 (주인기 교수)

급속한 증권시장의 국제화 추세 속에서 재무정보의 공시확대와 신뢰성 확보는 비전문적 투자자들을 보호하기 위하여 매우 중요한 문제이다. 증권시장의 비

전문적 투자자들은 일반적으로 투자경험이나 기업에 대한 지식이 부족하지만, 이들이 갖고 있는 증권시장에 대한 영향력은 무시할 수 없다. 따라서 이들이 기업에서 공시하는 재무정보를 신뢰하고 이를 바탕으로 증권시장에 적극적으로 참여하는 것은 증권시장의 효과적, 효율적 운영을 위하여 필수 불가결한 것이다.

증권시장에 제공되는 재무정보의 신뢰성에 대하여는 일차적으로 경영자의 책임이지만, 공인회계사의 책임도 중요하다. 먼저 재무공시와 관련하여 경영자에게 요구되는 윤리문제에는 건전한 내부통제체계의 구축, 보수적인 회계정책의 채택 및 기업의 재무상태와 경영성적에 대한 투명한 공시이다. 경영자가 전문 경영인으로서 재무공시와 관련하여 윤리성을 사회로부터 인정받지 못하면 아무리 유능하다 하더라도 결국 생존할 수 없다는 점을 강조하고 있다. 공인회계사의 직업적 윤리의식은 공인회계사 제도 자체의 자본시장에서의 존재가치를 결정하는 매우 중요한 것이다. 공인회계사의 윤리성은 다른 전문직업에서와 같이 법률적으로 요구되고 있다. 그러나 실질적인 윤리 수준은 법률에 의하여 결정되는 것이 아니라 공인회계사 스스로 자율적인 통제능력에 있다고 할 것이다.

본 주제에서는 기업 내외에서의 의사결정을 위하여 제공되는 재무정보의 조작 가능성에 대하여 경영자와 공인회계사들이 직면하게 되는 윤리문제에 대하여 사례들을 중심으로 접근하고 있다. 사례중심의 접근방법을 통하여 이론적이고 당위적인 해법 모색보다는 의사결정과 관련하여 발생할 수 있는 윤리적 문제에 대하여 실질적으로 생각할 수 있는 기회를 갖도록 한다.

7) 환경윤리와 기업의 생태학적 책임 (박창길 박사)

인간의 윤리의식은 인간중심주의에서 다른 생물체에게도 생존권을 부여하는 윤리시대로 진화하고 있다는 Nash[1989]의 윤리의 진화론에 근거하여 환경윤리에도 크게 인간 중심적인 환경윤리와 자연 중심적인 윤리로 나누어 볼 수 있다. 대표적인 환경철학으로는 인간중심의 환경윤리, 대지의 윤리, 여성환경이론 등이 있다. 이러한 환경이론의 패러다임적인 특징을 철학적, 심리학적인 면에서 요약하고 그 다음에 기업이 환경보호를 위해서 어떻게 대처해 나가는가 하는 것과 이러한 대처가 어떠한 성격을 가지는지를 살펴본다. 결국 기업이 앞으로 추구해야 할 환경윤리는 인간 중심적인 것이 아니라 자연 중심적인 환경윤리라야 한다는 점을 강조하는 것이 본 주제의 목적이다.

다시 말해서 환경문제와 관련하여 기업이 대처해 나가는 대응방법에는 여러 가지가 있고, 그 대응방법의 성격도 매우 다르다. 이를테면 공해방지 시설의 설치, 청정기술의 도입, 국제기구의 표준규격 설정에서부터, 환경감사, 기업이 속한 지역 생물자연계와 일치한 생산활동, 억압적인 위계질서가 없는 자율적인 공동체

의 확립 등 여러 가지가 있다. 또 이러한 대응방법은 모두다 넓은 범위에서 환경 보존을 위한 경영으로 불려지지만, 그 내용은 질적으로 다른 성격을 가지고 있다. 이러한 차이에 대한 분명한 인식이 필요하다. 기업의 환경에 관한 대응을 인간이 자연 위에 군림하는 환경보존에서부터 자연과 동등한 위치에서 자연과 더불어 살아가는 환경 보존으로 나누어서 살펴보고, 오늘 현재 우리나라의 기업은 어느 위치에 있는지 깊이 생각해 본다.

8) 윤리적 경영관리와 실천 (박헌준 교수)

기업의 비윤리적인 행위들의 원인은 기업조직이라는 통속에 있는 몇몇 썩은 사과때문이라기 보다는 오히려 체계적이고 조직적인 경우가 더 많다고 할 수 있다. 다시말해서 윤리적인 사람들이라도 비윤리적인 조직에서 일하면 비윤리적이 될 수 있고 비윤리적인 사람이라도 윤리적인 조직에서 일하면 윤리적으로 더욱 고양되거나 적어도 비윤리적인 행위를 자제하게 될 수 있는 것이다. 이를 근거로 기업이 윤리적인 문화를 개발하여야 하는 이유에 대하여 분석적으로 접근한다.

본 주제는 기업이 윤리적인 문화를 정착시키기 위하여는 기업의 윤리강령을 제정하여야 할 필요성이 있으며, 기업에 윤리적인 경영관리와 실천을 위한 시스템을 정착시킬 필요가 있다는 점을 강조한다. 또한 기업 내에 윤리적인 경영관리와 실천을 성공적으로 정착시키기 위하여 시스템의 도입, 확산, 평가 및 채택의 각 단계별로 경영자의 혁신적인 의사결정 의지가 필요하다. 또한 제도적인 장치로서 윤리 전담원과 윤리위원회의 설치, 윤리에 대한 정기적인 교육훈련, 윤리감사 등이 필요하다는 점을 설명하고 있다. 국내외의 우수한 기업들의 기업윤리 강령들이 추가로 설명된다.

4. 기업윤리 과목 운영방법

기업윤리 과목 운영방법의 특징을 요약하면 다음과 같다.

1) 조별(組別)평가 및 조내(組內) 동료평가

기업윤리과목은 경영학과 필수과목이므로 수강생이 평균 400명에 이르고 있다. 따라서 어떻게 이렇게 많은 학생에게 학습동기를 불어 넣을 것인가가 강의 운영상 가장 큰 문제였다. 기업윤리 과목 운영위원회에서 여러 번 회의를 거쳐 구상한 방안은 400명을 10명씩 40개조로 구성하여 1단계에서는 조별로 평가하고

2단계에서는 조내에서 동료 평가를 하는 것이다. 보다 구체적으로 설명하면, 첫 시간에 학생 자율적으로 10명 이내에서 조를 구성하게 하고 학기말 성적 평가시에 먼저 조별로 성적을 주고난 후, 조내에서 수업 및 조별 성적에 대한 기여도를 바탕으로 동료간에 비공개로 평가하게 한다. 기업윤리 과목 운영 책임교수는 이미 주어진 조별 성적에 조내 동료별 비공개 평가내용을 합하여 각 개인별 평가를 하게 되는 것이다.

조별 평가의 두 번째 특징은 조별 성적에 대한 동기를 부여하기 위하여 조별로 성적에 따라서 조 구성원의 성적 분포가 결정되도록 하고 있다. 예를들어, 조별 성적이 A면, 조 구성원의 성적 분포는 70%가 A, 30%가 B를 받게 된다. 만약 조별 성적이 B면, 조 구성원의 성적분포는 50%가 A, 50%가 B를 받게 되도록 하였다. 성적 분포의 상세한 내용은 다음과 같다.

<u>조별 성적</u>	<u>조 구성원의 성적분포</u>
A	A: 70%, B: 30%
B	A: 50%, B: 50%
C	A: 30% B: 70%
D	A: 10% B: 90%
F	전원 C 이하

각 수강생은 위에서 받은 점수에 개별적으로 받은 점수를 가감하게 되는 데, 주로 출석 점수는 감산되고 수업 참여점수 (예, 질문의 빈도 및 우수성)는 가산된다.

2) 조별 기말 보고서 제출

실무적 교육을 강조하는 강의 목표와 또 400명을 채점해야 한다는 부담 때문에 중간시험이나 기말시험을 대신하여 조별로 기말 보고서를 제출하도록 하고 있다. 각 조는 중간시험 이전까지 기말 보고서의 제목을 자발적으로 결정하여 제출하여야 하며, 기업윤리 과목 운영 책임 교수(학과장)는 주제가 중복되지 않도록 조정하여 각 조의 기말 보고서 주제를 확정하여 주게된다. 각 조는 학기 말 시험 이전에 기말 보고서를 제출하여야 하며 기업윤리 과목 운영 책임 교수는 주제분야별로 기업윤리 담당 교수에게 논문심사를 의뢰하게 된다. 논문심사 의뢰 편수는 심사교수당 평균 6편 정도 되도록 하고 있다.

논문심사 교수는 주어진 기말 보고서를 A, B, 또는 C 등으로 심사하며 특히 우수한 기말 보고서 한편을 뽑아 우수 논문으로 추천하게 된다. 우수 논문으로 추천된 논문은 학기말에 편집 발간되어 수강생들에게 배포되는 “기업윤리 우수

논문집”에 실리게 된다.

3) 기업윤리 우수 논문집의 발간

수강생들이 자발적으로 선택한 기업윤리의 주제에 대하여 한 학기동안 연구 발표한 기말 보고서 중에서 논문심사 교수들에 의하여 추천된 우수 논문들을 모아 “기업윤리 우수 논문집”을 발간하여 이를 수강생들에게 배포하고 우수 논문 발표시간(대토론회)에 발표하도록 하고 있다. “기업윤리 우수 논문집”은 기업윤리 과목이 있는 학기마다 만들어져 보관되어 기업윤리에 관심이 있는 학생들은 항상 볼 수 있도록 학과 사무실에 비치해 놓고 있다³⁾. 참고로 95학년도에 만들어진 “기업윤리 우수 논문집”에 수록된 논문 제목을 소개하면 다음과 같다.

<u>논문제목</u>	<u>논문발표조</u>
◇ 기독교 정신이 기업윤리에 미치는 영향 -이랜드의 경영이념의 분석을 통해서-	2001
◇ 한국내 외국인 근로자에 대한 보고서	보디가드
◇ 기업윤리, 또 다른 상품인가? -파스퇴르 유업을 중심으로-	COME TOGETHER
◇ 그린 마케팅에 대한 실증적 연구	MORAL HAZARD
◇ 중소기업에 대한 윤리적 고찰	DREAM TEAM
◇ 한국언론기업의 윤리성 제고와 기업이미지(CI) 개선방안 및 평가	뿌리 깊은 나무

위의 논문 제목에서 볼 수 있는 바와 같이 대부분의 수강생들은 강의 목표에서 지향하고 있는 바대로 기업윤리의 실천적 방안을 중심으로 공부하고 있는 것을 알 수 있다.

4) 최우수 기업윤리자 상 및 최악 기업윤리자 상 시상

수강생들은 한 학기 동안 우리 나라 경영자들에 대하여 조사하여 조별로 추천 보고서를 작성하여 제출하여야 하며, 추천 보고서는 담당 교수들에 의하여 평가되며 조별성적에 반영되고 있다. 수강생들의 투표에 의하여 선정된 최우수 기업윤리자 및 최악 기업윤리자는 정규 강의 시간 중에 초청되어 시상식을 갖고

3) 아직 상경대학 도서관이 제대로 운영되고 있지 못하기 때문에 임시로 학과 사무실에서 보관하고 있음.

이들의 수상 소감을 듣도록 하고 있다. 이러한 행사를 통하여 수강생들은 우리나라 기업의 윤리 수준에 대하여 의견을 강의실 밖으로 표현하고 이에 대한 당사자들의 의견을 들을 수 있도록 하고 있다. 이로써 수강생들은 우리나라 기업윤리에 대한 보다 현실적인 감각을 가질 수 있도록 하고 있다.

5) 기업탐방

학기초에 비교적 환경관리가 잘되어 있는 공장을 선정하여 학기 중에 공장견학을 가도록 하여 견학 현장에서는 물론 견학을 가는 동안과 오는 동안에 기업의 환경관리에 대하여 보다 집중적인 관심을 갖도록 하고 있다. 또한 모든 학생이 1박 2일 코스로 다녀오기 때문에 고등학교 때 수학여행에서 느꼈던 것과 비슷한 끈끈한 유대감을 가질 수 있도록 하는 기회도 제공함을 목적으로 하고 있다.

5. 기업윤리 교육의 개선을 위한 토의 사항

이제까지 연세대학교 경영학과와 기업윤리 교육 내용 및 강의 운영방법에 대하여 소개하였다. 이를 토대로 기업윤리 교육의 효과를 더욱 높이기 위한 개선 사항에 대하여 기업윤리 교육에 참가한 경험을 바탕으로 제시하여 보면 다음과 같다.

1) 기업윤리 주제 선택방안의 개선

기업윤리 강의 내용에 포함되는 윤리 주제의 선택에 대하여 이제까지는 기업윤리 과목 운영위원회에서 관심있는 교수들이 모여 토의하여 선택하여 왔다. 이러한 방법은 효율적인 방법이기도 하나, 임의적이고 자칫 현실적 요구에서 벗어날 수 있다. 따라서 보다 우리 나라 경영실무에 필요한 윤리 주제를 선택하기 위하여는 정기적으로 우리 나라 경영인들에게 실무적으로 가장 많이 대두되고 있는 윤리문제가 무엇인지를 묻고 이를 토대로 강의에 포함시킬 윤리 주제를 선택하는 것이 타당 할 것이다.

오스트렐리아 시드니에 있는 St. James Ethics Center에서 실시한 결과에 의하면, 오스트렐리아의 경영자들이 당면하고 있는 주요 윤리적인 문제를 순위별로 나열하면 다음과 같다(Milton-Smith, 1996).

- ① 고용상의 이해상충
- ② 환경문제

- ③ 성직회롱
- ④ 작업장의 안전성
- ⑤ 종업원의 사적 비밀보장
- ⑥ 기업에서 정한 윤리와 외국과의 거래실무간의 상충
- ⑦ 회사의 기록에 대한 보호
- ⑧ 인종차별
- ⑨ 종업원 건강상태 검진
- ⑩ 회사 종업원에 대한 부적합한 선물
- ⑪ 외국의 관리들에 대한 승인 없는 지급
- ⑫ 직장 일과 가족 돌봄에 대한 균형

참고로 이들의 윤리 주제와 앞에서 소개한 연세대학교 경영학과에서 강의하고 있는 9개의 윤리 주제를 비교하여 보면 재미있는 차이를 발견할 수 있다. 오스트렐리아의 경영자들이 당면하고 있다는 윤리 주제는 많은 부분이 기업내의 경영관리와 관련되어 있다. 그러나 연세대학교 경영학과에서 강의하고 있는 윤리 주제의 대부분은 기업과 기업외부(예, 소비자, 투자자, 일반 사회환경등)와의 관계에서 발생하는 윤리문제를 다루고 있다.

우리 나라 경영자들이 현재 당면하고 있는 윤리문제는 모두가 기업과 기업의 부와의 관계에서 발생하는 거시적인 윤리문제만은 아닐 수 있다. 기업내부의 상급 경영자와 하급 경영자 사이에 발생하는, 또는 기업 전체적인 이익과 개인적인 이익의 상충에서 발생하는 미시적인 윤리문제들도 중요한 문제일 수 있다. 따라서 윤리 주제의 선택에 있어서 거시적 윤리문제와 미시적 윤리문제 모두가 고려되어야 할 것이며, 기업경영에 필요한 윤리교육으로 더욱 접근하기 위한 방안을 모색하여야 할 것이다. 윤리 주제의 선택과 관련하여 체계적인 설문조사가 한가지 방안일 수 있다.

2) 대규모 강의방법의 개선

기업윤리강의후, 수강생을 대상으로 실시하는 설문조사에서 가장 많이 지적되고 있는 것은 첫째가 강의 분위기가 산만하여 강의 참여의식이 결여된다는 것이고, 두 번째가 조내 동료간 평가의 부당성이다. 이 중 첫 번째 문제를 해결하기 위하여는 강의의 규모를 40명내외의 소규모로 하여 여러 분반으로 나누어 강의를 실시하는 방법을 생각할 수 있다. 그러나 현실적으로 400명을 40명씩 10반으로 나누어서 강의를 실시할 경우, 강사 선정에서나 강의의 질적 통제에 있어서나 많은 문제가 있을 수 있다. 따라서 현실적인 개선 방안으로는 강의는 400명을 모

아서 하되, 토의는 분반으로 나누어서 하는 방안을 모색해 볼 수 있다. 이 경우에도 토의를 주제 하거나 감독할 10명 정도의 교수나 조교가 필요하다는 문제점이 있기는 하다.

3) 조내 동료간 평가제도 개선

기업윤리 과목 수강생들이 지적한 두 번째 문제는 조내 동료간 평가제도로 말미암아 동료간에 불화가 생기고 또 불공정한 평가가 이루어진다는 것이다. 조내 동료간 평가란, 소위 peer evaluation인 것으로, 각 구성원이 조내 다른 구성원에 대하여 기말 보고서 및 최우수(최악) 기업윤리자 상 추천보고서 제출 등을 통하여 얻은 조별 성적에 얼마나 공헌했는가를 평가하여 1위부터 최하위까지 순위를 주고 학기말에 비공개적으로 기업윤리 과목 운영 책임교수에게 제출토록 하는 것이다. 불만중에는 아는 학생들끼리 조내에서 서로 짜고 서로의 점수를 올려준다고 하는 것이 제일 많다. 이와같이 서로 짜고 불공정한 평가를 한다는 불평이 기업윤리 과목에서 있다는 것은 정말 아이러니컬하다. 이는 특히 윤리 문제와 관련하여 아는 것과 실천하는 것이 다르다고 하는 현실적인 문제점을 말해 주는 것이다. 또한 평가로 말미암아 동료간에 불화가 생긴다는 것은 우리 학생들이 평가문화에 익숙하지 않다는 점을 말해 주고 있다고 할 수 있다.

조내 동료간 평가제도의 이러한 두 가지 문제점은 조별 평가 대신 개별 평가를 함으로써 해결할 수도 있겠지만, 40명씩 분반하지 않고는 400명을 모두 개별 평가하는데에 따른 실무적 어려움이 있다. 또한 조내 동료간 평가제도의 문제점을 개별 평가제도로 전환함으로써 해결한다는 것은 교육 목적에서 볼 때 반드시 최선의 방법이 아닐 수 있으므로 좀더 연구가 필요하다고 할 것이다.

4) 기업탐방의 개선

400여명의 학생들을 모두 수용할 수 있는 기업이 별로 많지 않기 때문에 대기업 위주로 기업 탐방하게 되는 문제점이 지적되고 있다. 또한 사전에 심층적인 연구 없이 기업 탐방을 하게 되어 일방적으로 기업의 설명을 듣는데 그치는 경향이 있다. 이를 개선하기 위하여는 400명이 한꺼번에 움직이지 말고 조별로 기업을 선택하여 기업에 대한 심층적 분석을 하게 하는 방법이 있다. 그러나 이 경우 담당교수가 많은 기업에 대하여 기업탐방을 연결해야 하는 어려움이 따른다.

400명이 한꺼번에 움직이는 것은 준비하는 면에서도 어렵지만, 기업탐방이 형식적인 행사로 끝나는 경향이 있는 점은 개선되어야 할 점이다. 보다 실질적이고 교육효과가 있는 기업탐방이 되기 위하여는 조별 또는 몇 개의 조를 그룹으로

묶어서 기업윤리 강의 교수들이 하나씩 책임을 맡아 사전에 충분히 준비시켜서 기업탐방을 하도록 하는 방안으로 개선이 이루어 질 필요가 있다.

5) 기업윤리자 상 시상의 개선방안

수강생들의 추천 및 투표에 의한 최우수 기업윤리자 상 및 최악 기업윤리자 상의 선정은 사실 96학년도에 처음 실시 할 계획이므로 실시 과정에서 발생한 특별한 문제점이 아직은 제기된 것이 없다. 다만 과연 최악 기업윤리자 상에 선정된 기업인이 강의실에 와서 수상 소감을 기꺼이 말할 것인가에 깊은 관심이 있을 뿐이다. 기업윤리자 상 시상이 갖는 교육적 효과에 대하여도 앞으로 좀더 연구 할 과제라고 생각한다.

6) 기업윤리 교육을 위한 자원 마련방안

현 상황에서 기업윤리 교육을 경영학에서 효율적으로 실시하기 위하여는 강의 교재 개발, 강의 담당교수의 연구 및 재교육 지원, 그리고 외부 강사 초청시 및 팀티칭의 경우에 강사료 지급 등과 관련하여 막대한 자금이 필요하다. 연세대학교의 경우에는 다행스럽게도 (주)신라교역으로부터 지원을 받아 현재까지는 순조롭게 기업윤리 교육을 실시하여 왔다. 그러나 이러한 외부로부터의 자금 지원이 끊겼을 때 어떻게 계속하여 기업윤리 교육과 관련된 교재 개발 및 외부강사료 지급, 담당교수들에 대한 연구지원에 대한 문제를 어떻게 해결할 것인가에 대하여 심각히 검토할 필요가 있다. 또한 외부로부터 무리하게 지원금을 받을 때, 자칫하면 지원하는 특정기업의 영향을 받을 가능성에 대하여 생각해 볼 필요가 있다.

6. 맺음말

기업의 경제적 역할은 물론 사회적인 역할과 책임이 점점 더 중요해지고 있는 오늘날에는 기업의 의사결정에 있어서 윤리적인 측면에 대한 고려가 매우 중요해 지고 있다. 아무리 생산성이 높은 기업이라고 할지라도 기업활동이 윤리적이 못하다고 여겨질 경우 그 사회에서 그 기업의 생존은 매우 어려워지게 된다. 정보 통신이 발달되어 있는 오늘날 한 기업의 비윤리적인 행위는 곧 그 기업이 활동하는 모든 영역에 알려지게 되고 그로 말미암아 그 기업은 생존에 치명적인 타격을 받을 수 있다. 따라서 기업은 모든 의사결정에 있어서 윤리적인 면

을 우선적으로 고려하도록 의사결정의 체계를 정비하여야 한다. 또한 돌발적이거나 비정상적인 상황이 닥쳤을 때 경영자들이 순간적인 판단 착오로 비윤리적인 의사결정을 하지 않도록 기업은 평소에 기업윤리에 대한 중요성을 전 직원들에게 교육하여야 한다.

기업의 장기적인 생존을 위하여 그 어느 때보다 기업윤리가 중요하게 됨에 따라 미국 우수한 MBA 과정을 포함하여 전 세계적으로 경영학 교육에서 윤리교육을 강조하게 되었다. 그러나 우리나라의 경영학 교육에서 윤리교육을 본격적으로 실시하기에는 본문에서 지적한 바와 같이 여러 가지 면에서 어려운 점이 있다. 우리나라 경영학 교육의 현실에서 윤리교육의 어려운 점을 인식하고 이에 대한 현장감 있는 대처 방안을 토의하기 위하여는 현재 실시되고 있는 기업윤리교육의 실제 내용을 분석하여 보는 것이 효과적일 것이다. 이를 위하여 본문에서는 마침 경영학의 전공필수 과목으로 기업윤리를 가르치고 있는 연세대학교 경영학과의 기업윤리 과목의 강의 내용과 방법을 소개하고, 이를 토대로 기업윤리교육의 문제점 및 개선방안들을 제시하였다.

기업윤리 교육의 문제점들을 요약하면 첫째, 기업윤리 교육을 전공필수로 할 경우에 우리 나라 대학 경영학과의 특성상 수강생의 수가 많아서 효과적인 교육을 하기가 어렵다는 것이다. 그렇다고 기업윤리 교육을 선택과목으로 하기에 기업윤리 교육의 사회적인 요구에 부응하지 못하는 결과를 초래할 것이다. 둘째, 기업윤리를 전문적으로 가르칠 수 있는 교수요원이 부족하다는 것이다. 기업윤리 교육을 위하여 전문적인 훈련을 받은 교수가 부족하기 때문에 효과적인 기업윤리 교육이 되지 못하게 될 가능성이 많다. 다행한 것은 철학이나 윤리학을 공부하신 교수들 중에 기업윤리 교육에 대한 관심이 점차 높아지고 있으며, 또한 경영학의 각 전공별로 기업윤리 교육에 관심이 있는 교수의 수가 증가하고 있다는 것이다. 연세대학교에서는 이러한 교수들을 중심으로 기업윤리 담당교수들을 자체 개발하고 있는 바, 효과적인 교육을 실시할 때까지 상당한 시간이 걸리는 단점은 있으나 우리나라의 대학 여건에서는 가장 실행 가능하고 효과적인 방법이 아닌가 생각된다. 셋째, 기업윤리 교재개발의 필요성이다. 기업윤리 교재로는 외국 특히 미국에서 개발된 것은 많으나 우리나라의 여건에 정확히 맞는 것을 고르기에 많은 어려움이 있다. 연세대학교 기업윤리 과목 수강생들을 대상으로 설문 조사한 바에 의하면, 학생들은 기업윤리 강의시간에 많은 사례를 다루어 주기를 원하고 있다. 기업윤리 교육을 위한 교재 개발과 또 이에 알맞는 사례개발은 경영학과에서 효과적인 기업윤리 교육을 위하여 필수불가결한 것이다. 넷째, 기업윤리 강의주제 선택에 있어서 좀 더 분석적인 접근방법이 필요하다. 기업과 사회와의 관계에서 발생할 수 있는 윤리문제 즉, 거시적인 윤리문제뿐만 아니라, 기업과 종업원과의 관계 또는 종업원과 종업원과의 관계에서 발생할 수 있는 윤

리문제 즉 미시적인 윤리문제들에 대한 균형있는 배합이 필요하다. 또 많은 윤리 주제들 중에 어떤 주제를 선택할 것인가에 대하여는 객관적이고 과학적인 설문 조사 방법 등을 활용하여야 할 것이다.

경영학 각 과목별로 관련되는 윤리문제를 제기하고 이에 대한 해결 방안을 모색하는 방법은 기업윤리 문제에 대하여 소극적으로 접근하는 방법이다. 이는 기업윤리 문제에 대하여 체계적인 분석을 하기 보다는 기업윤리를 단편적으로 분석하는 방법이다. 그러나 이와같이 기업윤리 문제를 분야별로, 단편적으로 다루어서는 기업윤리 교육에 대한 최근의 사회적인 요구에 효과적으로 부응하지 못하는 결과를 초래하기 쉽다. 특히 우리 나라에서와 같이 기업들뿐만 아니라 사회 전반적으로 윤리의식에 대한 각성이 크게 요구되고 있는 환경에서는 기업윤리의 교육이 매우 중요하다. 윤리적인 경영이 무엇인지 알 뿐만 아니라 이를 실천 할 수 있는 유능한 경영자를 배출하기 위하여는 우리나라의 경영대학이나 경영학과에서 보다 효과적인 기업윤리 교육을 하기 위한 적극적인 노력을 기울일 필요가 있다.

참 고 문 헌

- 신유근, “기업윤리와 경영교육,” 추계 특별 연구발표 논문집, 한국경영학회, 1991, pp.1-66.
- 연세대학교 경영학과, 「기업윤리 우수논문집」, 1995.
- 연세대학교 경영학과, 「기업윤리」, 1996.
- 정구현, 박태규, 박상용, “한국기업의 사회적 책임과 사회봉사,” 장기신용은행 부설 연구원, 산학 협동연구 시리즈 제 9호, 1991.
- 한기수, “기업윤리의 교육에 관한 연구”, 1995년도 춘계 학술 연구발표 논문집, 1995.
- Donaldson, T., 유장선 역, *Corporation and Morality*, 기업윤리, 법문사, 1990.
- Ewing, D. W., *Freedom Inside the Corporation*, E. P. Dutton, 1977.
- Milton-Smith, John, “Business Ethic in Australia and New Zealand”, International Society of Business, Economics and Ethics, The First World Congress of Business, Economics and Ethics, Tokyo, Japan, July 25-28, 1996.
- Nash, Roderick, *The Rights of Nature*, Madison: The Rights of Nature, 1989.

[부록]

강 의 계 획 서

1996년도 제2학기

교과목명		기업윤리	(3)학점, 주당 강의(3)시간		담당교수	정종락교수
학정번호		수강대상	경영학과 3학년		선수과목	
수업목표 개요	<ul style="list-style-type: none"> ● 기업의 사회적 책임을 요구하는 기업윤리가 기업에 요구되는 이유가 무엇인지를 알아보고, 기업윤리를 실천하는 과정상의 문제점과 그 해결방안을 검토해 본다. ● 이러한 관점을 연구하기 위해 이론이외에도 외부 전문가의 강의와 현장탐방등의 체험적이고 폭넓은 학습방법을 이용하여 미래의 책임있는 경영자상을 제시해 본다. 				수업 방식	강의, 외부인사초청강연, 기업탐방, 토론
					평가 방법	출석, 개별 발표토론,프로젝트, 기업윤리자상
주 간	월 일	내 용 요 약			주교재 및 참고문헌	비고
제1주	9.3.화	기업윤리과목 소개 학생자치의 시간(토론조 편성)			정종락교수	
	9.5.목	기업윤리의 개념적 틀1			김형철교수	교재배부
제2주	9.10.화	기업윤리의 개념적 틀2			김형철교수	
	9.12.목	기업윤리의 개념적 틀3			김형철교수	
제3주	9.17.화	외부인사초청강의1				
	9.19.목	한국기업의 사회적 책임과 사회공헌활동			정구현교수	
제4주	9.24.화	외부인사초청강의2				
	9.26.목	휴 강				추석연휴
제5주	10.1.화	인적자원관리와 기업윤리			이학종교수	
	10.3.목	휴 강				개천절
제6주	10.8.화	마케팅에서의 윤리적 문제			이문규교수	
	10.10.목	외부인사초청강의3				
제7주	10.15.화	외부인사초청강의4				
	10.17.목	기업제무의 윤리적 과제			정종락교수	

제8주	10.22.화	중간시험기간-자율학습		
	10.24.목			
제9주	10.29.화	현장탐방학습	김태현교수	탐방기간 (11.1-11.2)
	10.31.목			
제8주	11. 5.화	외부인사초청강의5		
	11. 7.목	재무공시의 신뢰성과 경영자의 사회적 책임	주인기교수	
11주	11.12.화	외부인사초청강의6		
	11.14.목	환경윤리와 기업의 생태학적 책임	박창길교수	
제12주	11.19.화	인구,자원,지구환경	신의순교수	
	11.21.목	기업이윤과 환경보호	송 자교수	
제13주	11.26.화	경제력 집중(재벌정책)	김기영교수	
	11.28.목	노사관계	오세철교수	
제14주	12. 3.화	대토론회	김태현교수	
	12. 5.목			
제15주	12.10.화	The best/worst ethical manager prize	김태현교수	
	12.12.목			
제16주	12.17.화	종합 및 보고서 제출		
	12.19.목			

★ 강의 계획은 사정에 따라 변경될수 있습니다.

★ 성적산출방식

- 대토론회(보고서) : 50%

(대상은 팀원전원A, A는 70%, B는 50%, C는 30%, D는 10%, F는 전원 C)

- The best/worst ethical manager prize선정 보고서 : 50%

- 수업참여도 : 일정일수 이상 결석은 감점

★ 조교 : 이정선(연구실.361-2521, 집. 533-8948)

기업윤리 과목을 위한 추천도서

- 남명희, 『경영자의 윤리와 사회적 책임』, 인문당, 1990.
노동부, 『노동백서』, 1992.
도날드슨, 유장선 역, 『기업윤리』, 법문사, 1982(1995).
박우희·이어령, 『한국의 기업정신』, 한국장기신용은행 부설 경영연구원, 1988.
반병길, “기업윤리의 영향요소 및 제고방안”, 서강 하버드비즈니스 리뷰 9월호, 1989.
신유근, 『기업과 사회』, 경문사.
연세대학교 경영학과, 『기업윤리 우수논문집』, 1995.
연세대학교 경영학과, 『기업윤리』, 1996
윌리엄슨, 김병주역, “다국적 기업의 윤리적 측면”, C.S.S 서강 하버드 7-9월호, 1986.
이규억·이재형, 『기업집단과 경제력 집중』, 한국개발 연구원, 1990.
이성태, 『거꾸로 본 경제, 바로 보는 경제학』, 세길, 1991.
장기신용 부설 경영연구소, 『한국기업의 사회적 책임과 사회봉사』, 1991.
정구현·박태규·박상용, “한국기업의 사회적 책임과 사회봉사,” 장기신용은행 부설 연구원, 산학협동연구시리즈 제 9호, 1991.
정태운, 『인간과 직업윤리』, 청학사, 1988.
한국경영학회, “기업윤리와 경영교육,” 1991년도 추계특별연구발표논문집, 1991.
한국경영학회, 『한국의 기업윤리 : 실상과 과제』, 세경사, 1992.
한국경제연구소, 『기업의 사회봉사: 1984년도 조사자료집』, 1984.
AICPA, *The Measurement of Corporate Social Performance*, 1977.
Davis, Keith, *Business and Society : Environment and Responsibility*, McGraw-Hill, 1975
Velaquez, Manuel G., *Business Ethics : Concept and Cases*, Prentice-Hall, 1982.