



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

박 형 준 교수지도
석사학위청구논문

고등학생들의 기업윤리 의식 및
영향요인 연구

2010

성신여자대학교 교육대학원
교육학과 사회교육전공
이 지 영

고등학생들의 기업윤리 의식 및
영향요인 연구

박 형 준 교수지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2010년 5월

성신여자대학교 교육대학원
교육학과 사회교육전공
이 지 영

인 준 서

논 문 개 요

이지영의 석사학위 논문으로 인준함.

심사위원 _____ 인

심사위원 _____ 인

심사위원 _____ 인

성신여자대학교 교육대학원

본 논문은 최근 대학생들과 일반인들의 기업윤리의식을 조사한 결과 기업 윤리의식이 아직 미흡한 것으로 들어났다. 기업윤리가 중요하다는 것은 알고 있으면서 아직까지 윤리관을 정립하지 못한 것이라 볼 수 있다. 이러한 윤리의식은 청소년기부터 교육하는 것이 더욱 효과적일 수 있으므로 고등학생들의 기업윤리의식은 어떠한지 알아보았다. 연구 내용은 다음과 같다.

첫째, 고등학생들의 기업윤리 의식은 어떠한지 파악한다.

둘째, 기업윤리의식에 남녀 간의 차이가 있는지, 경제 과목 이수여부에 따라 차이가 있는지, 사회(경제)점수에 따라 차이가 있는지 파악한다.

셋째, 기업윤리의식에 영향을 줄 수 있는 요인 다섯 가지를 파악하는데, 사회·경제 교과서의 기업관련 이해정도, 개인의 금전적 욕구, 기업관련 광고와 기사의 중요성 인식, 기업에 대한 부정적 인식, 자유시장경제의 공정성 인식이 기업윤리의식에 영향을 줄 수 있는지 어떠한 것이 영향이 가장 큰지 파악 하였다.

마지막으로 기업윤리의식을 높일 수 있는 방안을 기업윤리교육에 접목하여 모색해 본다.

이러한 연구내용을 수행하기 위해서 본 연구에서는 연구방법으로 질문지법을 채택하였고, 서울, 경기, 인천 지역의 고등학교 2학년과 3학년 학생 530명을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

설문내용의 분석은 먼저 빈도분석을 실시하였고, 변인들의 기술적 통계량

을 살펴보고, 남녀, 경제 과목 이수여부, 사회점수에 따라 기업윤리의식에 차이가 있는지는 t-test, ANOVA로 검증하였으며, 기업윤리의식에 영향을 주는 요인들은 다중 회귀 분석을 실시하여 가설을 검증하였다. 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 고등학생들의 기업윤리의식을 조사한 결과 전반적으로 높게 나타났다. 남녀 차이를 보면 여학생이 좀 더 높은 기업윤리의식을 보였고, 경제 과목 이수 여부에 따른 기업윤리의식에는 차이를 보이지 않았다. 그리고 사회점수가 높을수록 기업윤리의식이 높게 나타났다.

둘째, 고등학생들의 기업윤리의식에 영향을 미치는 요인의 조사 결과, 기업관련 단원의 이해 정도가 높을수록, 기업에 대해 부정적으로 인식할수록, 자유 시장 경제에 대해 공정하다고 인식할수록, 기업윤리 광고와 기사의 접촉 빈도와 관심도, 중요성 인식이 높을수록 기업윤리의식에 정(+)의 영향을 미쳤다. 그리고 개인의 금전적(경제적)욕구가 높을수록 기업윤리의식에 부(-)의 영향을 미쳤다.

변수의 설명력은 기업관련 단원의 이해정도, 기업에 대해 부정적 인식, 개인의 금전적 욕구, 자유 시장 경제의 공정성 인식, 기업윤리 관련 광고와 기사의 접촉빈도와 관심도, 중요성 인식 순이었다.

이러한 연구결과를 통해 학교 교육의 중요성이 강조되었다. 학교에서 배우는 교과서의 경우 기업관련 단원의 서술 정도가 빈약하기 때문에 교과서 뿐만 아니라 좀 더 깊이 있는 기업윤리의식 함양을 위한 교육이 필요하다.

목 차

논문개요-----	i
I. 서론-----	1
1. 연구의 필요성 및 목적-----	1
2. 연구문제-----	3
II. 관련 문헌 검토-----	5
1. 기업 윤리의 정의 및 범주-----	5
2. 기업윤리의식-----	9
3. 기업윤리의 영향요인-----	11
III. 연구방법-----	13
1. 연구 대상 및 자료 수집-----	13
2. 연구변인-----	14
1) 독립변수-----	14
2) 종속변수-----	18
3. 연구모형 및 가설-----	20
4. 자료처리 및 통계분석-----	21
IV. 연구결과 및 논의-----	23
1. 고등학생들의 기업윤리의식 조사 결과-----	23
2. 고등학생들의 기업윤리의식 영향요인 조사 결과-----	31

<표 IV-14> 고등학생들의 기업윤리 의식의 영향 요인과 대내적 적극적 기업윤리의 회귀분석-----44

<표 IV-15> 고등학생들의 기업윤리 의식의 영향 요인과 대외적 소극적 기업윤리의 회귀분석-----46

<표 IV-16> 고등학생들의 기업윤리 의식의 영향 요인과 대외적 적극적 기업윤리의 회귀분석-----48

그 립 목 차

<그림 III-1> 연구모형-----20

<그림 IV-1> 기업윤리의식 남녀 차이-----27

<그림 IV-2> 기업윤리의식 경제 과목 이수 차이-----28

<그림 IV-3> 기업윤리 의식 사회 접수 차이-----30

I. 서론

1. 연구의 필요성과 목적

최근 시장조사 전문기업에서 전국에 거주하는 만 19세 이상 대학생(747명)과 일반인(직장인 695명) 1442명을 대상으로 '기업 윤리에 대한 태도 조사'를 한 결과 과거보다 현재 대학생들이 기업의 도덕문제를 더욱 중요시 여기는 것으로 조사됐다. 이는 IMF와 금융위기 등을 거치면서 기업의 도덕적 해이에 따른 파산 등 더욱 기업 윤리가 중요해진 현실에 기반을 둔 것으로 분석된다(엠브레인트렌드모니터, 2009).

그리고 대한상공회의소에서 직장인 윤리의식 설문조사를 한 결과 직장인 5명중 1명만 '동료 부정행위'를 신고 하겠다고 하였는데 이것은 사회관행과 성과 지상주의 때문이라는 분석 결과가 나타났다.¹⁾

이처럼 많은 사람들에게 기업윤리는 중요하다는 인식이 분명하지만, 실제 기업윤리의식 형성은 아직 미흡하다고 볼 수 있다. 또한 아직까지 반 기업 정서가 나타나고 있는데, 기업에 대한 이런 부정적인 인식은 기업 스스로 초래한 측면이 없잖아 있다. 즉 기업하면 떠오르는 이미지가 정경유착, 분식회계, 비자금 조성 등 부정적인 면이 많다는 것이다.

이러한 문제점을 해결하기 위해 기업 경영자들이 윤리적인 기업 활동을 적극적으로 실천해야 하겠지만, 오랜 관행과 단기적 이익에 집착한 나머지 쉽게 실천하지 못하고 있는 실정이다. 그렇다면 이러한 문제점을 해결하기 위해서는 미래의 경제주역인 청소년들에게 올바른 기업윤리에 관한 교육이

1) 대한상공회의소가 직장인 300명을 대상으로 '직장인 윤리의식'을 조사한 바에 따르면 동료의 사내 부정행위에 대해 '신고하겠다'는 직장인은 5명 중 1명(21%)에 불과한 것으로 나타났다. 반면 '개인적으로 주의만 주겠다'(70.7%)거나 '모른 척 하겠다'(8.3%) 등 신고하지 않겠다는 직장인은 5명 중 4명에 달하는 것으로 조사됐다. 회사이익과 기업윤리가 상충 될 경우에는 기업윤리를 우선해야 한다는 직장인이 더 많은 것으로 나타났다. 응답자의 60.3%가 회사이익을 포기하고 기업윤리를 택해야 한다고 답했으며 나머지 39.7%는 회사이익을 우선해야 한다고 응답했다.

필요하다고 본다. 특히 고등학생들이 졸업 후 사회에 진출하여 급변하는 사회·경제적 상황에 합리적으로 대처하기 위해서는 올바른 기업윤리관을 정립 하는 것이 필요하다. 또한 고등학생은 졸업 후 사회진출 혹은 대학에 입학할 수 있는 가운데 서 있다고 볼 수 있다. 졸업 후 처음 직장에 입사하는 학생들에게 근로자로서 자신의 권리를 확보하는 문제와 직장에서의 윤리를 배우는 것은 매우 중요하기 때문에 현재 고등학생들이 가지고 있는 기업윤리의식을 조사하는 것은 필요하다고 할 수 있다.

이러한 문제의식을 가지고 현재 고등학생들의 기업윤리 의식은 어떠한지, 그리고 기업윤리 의식에 영향을 줄 수 있는 요인이 무엇인지에 대한 연구가 필요하다고 할 수 있다.

그렇다면 오늘날 기업윤리가 사회에 중요한 이슈로 등장한 이유는 무엇일까? 한국의 도덕적 현실을 볼 때, 우리 사회의 각계각층이 윤리적 삶을 기본적 과제로 삼아야 된다는 것은 분명해 진다. 근본적으로 철학적 정의를 준수하지 않는 기업 활동을 방치하는 것은 시장경제체제의 자기모순을 심화시키는 결과를 낳을 뿐이다(박재린 외, 2003).

기업의 비윤리적인 행동인 비자금 조성, 환경오염, 부실공사, 정경유착, 분식회계 등의 문제점을 바꾸기 위해서는 기업윤리교육의 강화와 개별경영자의 윤리의식의 제고가 필요하다.

특히 머지않아 기업 활동에서 주도적인 역할을 담당하게 될 고등학생들이 지닌 기업윤리의식은 앞으로의 기업방향과 그 활동에 상당한 영향을 미칠 것이기 때문에 이에 관한 연구는 필수적이라고 생각된다.

이러한 고등학생들의 기업윤리에 대한 연구는 기업의 윤리성에 대한 인식 조사인 실태파악 수준에만 머물러 있을 뿐 기업윤리의식에 영향을 주는 요인이 무엇인지에 대한 실증적 연구는 실시되어 있지 않았다.

따라서 본 연구는 앞서 언급한 문제의식을 전제로 하여 고등학생들의 기

업윤리의식을 파악하고, 청소년들이 주로 접하고 인식하는 것들 중 어떠한 요인에 영향을 받고 있는지를 밝혀내고자 한다. 이를 토대로 기업윤리 의식 형성에 필요한 교육은 무엇인지, 특히 사회과 교육에서 어떠한 역할을 해야 하는지에 대한 방안을 찾아보고자 한다.

2. 연구문제

본 연구의 목적을 따라 설정된 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 고등학생들의 기업윤리의식은 어느 정도 수준인가?

1-1) 남녀 간의 차이가 있는가?

1-2) 경제 과목 이수여부에 따라 차이가 있는가?

1-3) 사회(경제포함)점수에 따라 차이가 있는가?

연구문제 2. 고등학생들의 기업윤리의식 형성에 영향을 받는 요인은 무엇인가?

2-1) 사회·경제교과서의 기업관련단원의 이해정도에 따라 기업윤리 의식 형성에 영향을 받는가?

2-2) 개인의 금전적 욕구의 높고 낮음에 따라 기업윤리 의식 형성에 영향을 받는가?

2-3) 기업윤리 관련 광고와 기사의 인식에 따라 기업윤리 의식 형성에 영향을 받는가?

2-4) 기업에 대해 긍정적인, 부정적인 인식에 따라 기업윤리 의식 형성에 영향을 받는가?

2-5) 자유 시장 경제의 공정성 태도 여부에 따라 기업윤리 의식 형성에 영향을 받는가?

II. 관련 문헌 검토

1. 기업윤리의 정의 및 범주

기업윤리에 대한 정의는 학자마다 다양하게 주장되고 있다. Baumhart(1961)는 기업윤리를 주주, 근로자, 타 기업, 소비자 등 이해 관계자 집단과 밀접하게 연관된 기업의 의사결정에 있어 옳고 그름 또는 선하고 악함을 구별하기 위한 문제이며 아울러 의사결정의 과정과 그 결과의 양쪽 모두에 관련된 것이라고 정의하였다. 유장선(1990)은 기업윤리를 기업이 부담해야 하는 도덕적 책임 또는 기업이 도덕적 행위를 하기 위한 최소한의 기준 내지 도덕적 역할을 수행하기 위한 책임의 체계로 규정하고 있으며, Nash(1993)는 개인의 도덕적 가치관을 윤리와 관련된 기업 활동과 목표에 적용시키는 원리 또는 기술을 기업윤리라 정의했다.

여러 가지 정의를 종합해 보면 기업윤리는 일반적인 윤리의 기본원칙을 기업이라는 특수한 상황에 적용한 것이라 할 수 있다(신유근, 1992).

기업윤리 또는 윤리적 이슈를 유형화할 수 있는 방법에는 여러 가지가 있을 수 있다.

첫째, Schermerhorn(1982)은 기업윤리를 개인적 차원에서의 윤리적 행동, 조직적 차원에서의 윤리적 행동, 사회적 차원에서의 윤리적 행동으로 분류하였다. 개인적 요인으로서 기업윤리는 가정환경, 금전적 욕구, 종교적 신념, 조직목표와의 갈등, 자아의 강도 등이며, 조직적 요인은 상사의 행동, 기업 문화, 경영자 태도, 동료의 행동 등이다. 그리고 사회적 요인은 동업종의 관행, 정치윤리풍토, 사회적 규범, 전반적 경쟁 등으로 구성되어 있다.

기업윤리를 개인적 차원, 조직적 차원, 사회적 차원에서 나누어 분류한 것은 주로 기업경영의 초점을 맞춰 미시수준의 연구와 거시수준의 연구로

나누어 분류한 것이라 볼 수 있다. 이 분류는 고등학생들에게 적용하기에는 조직적 차원에서의 설명력이 부족한 단점이 있다.

둘째, 신유근(1986)은 기업윤리를 1차적 대상영역과 2차적 대상영역으로 기업윤리를 유형화 하였다. 오늘날의 기업윤리는 기업과 직접 관련 없는 사회문제까지도 포괄적으로 다루어지는 경우가 대부분이다. 따라서 1차적 대상영역과 2차적 대상영역으로 기업윤리를 유형화 할 수 있는데, 1차적 대상영역은 주식의 분산과 사회 다원화에 의해 기업윤리의 영역에 포함된 것으로서 주주, 종업원, 소비자, 거래자, 인근지역과 같은 직접적 이해관계집단으로 볼 수 있는 일반대중으로 구성되고, 2차적 대상영역은 기업과는 직접 관련이 없는 일반적인 사회문제들로 구성된다.

기업윤리를 2가지 영역으로 구분하는 것은 복잡하고 다양한 의견을 단순화 시킬 수 있다는 장점이 있지만, 2가지로 분류하기에는 기업윤리라는 큰 틀을 담기에 부족하고, 기업윤리 영역 및 수준을 논의함에 있어서는 대상영역보다 유형별로 구분하여 논의 하는 것이 효율적이라고 볼 수 있다.

셋째, 김세원(1988)은 기업윤리를 그 행위가 미치는 영역으로 크게 대내적 기업윤리와 대외적 기업윤리로 차원화 하였는데, 대내적 기업윤리는 종업원 복지, 인사의 공정성, 부실경영, 공급유용, 허위보고, 사리사욕에 의한 거래처 선정 등을 들었고, 대외적 기업윤리의 수준으로는 적정가격 정책, 허위보고, 노조의 필요성, 우수인력의 스카웃, 세금포탈, 공해방지, 뇌물 등을 들고 있다.

기업윤리의 수준을 논의함에 있어서는 유형별로 구분하여 논의하는 것이 더욱 효율적이라 앞서 언급하였는데, 대내적 기업윤리, 대외적 기업윤리로 구분하는 것은 유형별로 구분한다고 볼 수 있다. 그러나 기업윤리를 대외적, 대내적 윤리로만 나누어 본다면 윤리경영에서 사용하는 용어인 ‘하지 않아야 될’ 소극적 윤리, ‘~을 해야 될’ 적극적 윤리에 대한 내용이 모호해질 수 있다.

넷째, 이지훈 외(2002)는 윤리경영의 발전단계로써 5단계론을 제시하였다. 이는 기업이 이윤추구와 윤리적 측면에 대한 고려를 어떻게 적절하게 균형시키는지를 기준으로 1단계는 기업이 소유주와 경영자를 가장 중요한 이해관계자로 보고 이익 극대화를 주요 행동 목적으로 보는 부도덕단계(Amoral stage), 2단계는 기업이 적극적으로 윤리적 행동을 취하려고 노력하지는 않아도 최소한의 법규는 준수하려고 하는 준법단계(Legalistic stage), 3단계는 기업이 자기 이익을 먼저 염두에 두고 이를 위해 윤리적인 일을 행하는 대응단계(Responsive stage), 4단계는 기업이 기업윤리와 기업이익의 균형을 찾으려고 노력하는 윤리태동단계(Emerging ethical stage), 그리고 5단계는 윤리적으로 가장 높은 단계로써 기업은 명확한 윤리관과 윤리원칙을 천명하여 모든 조직 구성원이 이에 따라 윤리와 관련된 기업문제를 해결하도록 요구하고 기업의 이익은 윤리 다음의 고려사항으로 취급하는 윤리선진단계(Developed ethical stage)로 구분할 수 있다.

기업윤리를 윤리경영 5단계로 분류하였는데, 1단계에서 5단계로 갈수록 기업이 윤리적으로 행동한다고 볼 수 있다. 이 분류는 5단계로 기업이 윤리적인지 아닌지를 평가할 수 있는 자세한 평가기준이라고 볼 수 있으나, 주로 이 분류는 기업을 평가하는 기준으로 쓰이기 때문에 이 연구에서는 적합하지 않을 수 있다.

다섯째, 박재린(2003)은 Austin의 연구를 토대로 기업윤리를 먼저 대내적 윤리와 대외적 윤리로 구별하고 그것을 다시 행위 금지적인 소극적인 윤리와 행위권장적인 적극적인 윤리로 구분하였다.

기업윤리를 성격이나 내용에 따라 분류하면 소극적 기업윤리와 적극적 기업윤리로 나눌 수 있다. 소극적 기업윤리는 윤리 · 도덕적인 면에서 볼 때 바람직하지 못한 것이기 때문에 하지 말아야 하는 행위, 해서는 안 될 문제를 다루는 것을 말한다. 가령 환경오염이나 임금체불, 무단결근, 허위광고, 부실경영 같은 행위가 이 범주에 속한다고 할 수 있다. 적극적 기업윤리는

윤리 · 도덕적인 면에서 볼 때 바람직하다고 하면 할수록 더 좋은 문제를 다루는 것으로서 권장되고 있는 행위나 가치 창조적인 윤리적 명제를 말한다. 예컨대, 창의적이고 인간중심적인 경영, 생산성과 품질의 향상 혹은 생활의 질 향상을 위한 노력과 연구개발, 소비자 만족 경영, 자연보호 등이 이 범주에 속한다고 볼 수 있다.

그리고 기업윤리를 그 행위가 미치는 영역 혹은 윤리의식이 작용하는 측면에 따라 분류해 보면 대내적 기업윤리와 대외적 기업윤리로 나누어 볼 수 있다. 대내적 기업윤리란 조직구성원이 기업조직에 대해서 갖는 윤리를 말한다. 대외적 기업윤리는 조직구성원이 기업의 이해관계자 집단과 사회일반 그리고 정부와 생태계 등에 대해서 갖는 윤리를 말한다.

결론적으로, 기업윤리는 다양한 분류로 정의될 수 있지만, 보다 포괄적이고 체계적인 연구를 위해서는 윤리와 사회적 책임의 통합을 위한 개념적 틀에 기초한 유형화의 방법이 보다 유용할 수 있다. 즉, 행위의 주제측면에서 개인에 초점을 두는 대내적 윤리와 조직에 초점을 두는 대내적 윤리, 조직과 외부에 초점을 두는 대외적 윤리로 구분할 수 있으며, 행위의 성격 면에서는 '해서는 안 될'(should not) 문제를 다루는 소극적 윤리와 '할수록 좋은'(had better)문제를 다루는 적극적 윤리로 구분해야 한다.

또한 기업윤리를 5단계론, 개인적·조직적 차원, 소극적, 적극적 기업윤리만으로 나누기에는 기업내부에서 기업외부에서 지켜야 할 내용이 구분되어 있지 않고, 기업윤리를 1차적·2차적 대상 영역, 대내적·대외적 기업윤리로 나누기에는 정말 하지 말아야 할 일, 하면 좋겠다고 권장 받는 일에 대한 내용이 명확하지 않기 때문에, 대내적, 대외적 기업윤리, 적극적, 소극적 기업윤리인 4가지의 분류로 나눠서 정의하는 것이 대부분이고 일반적이라 볼 수 있다.

이 연구에서도 Austin의 분류를 토대로 박재린이 재구성한 기업윤리 분류를 사용하여 기업윤리를 유형화 하였다.

2. 기업윤리의식

우리나라 기업들은 1960년대부터 1980년대 중반까지 성장위주의 정책으로 인해 그 동안 기업의 윤리성 문제가 사회적으로 크게 부각되지 않았다. 그러나 1997년 말 IMF사태로 인해 기업의 윤리성과 사회적 정당성에 대한 이문과 비난의 소리는 크게 증폭되어 기업의 윤리성 문제가 사회적으로 크게 부각되었다고 볼 수 있다.

기업 윤리의 중요성이 부각되어 진 이유는 여러 가지가 있겠지만, 그중에서 특히 다음과 같은 것들을 지적할 수 있다.

첫째, 기업의 규모가 커지고 사회전반에 걸친 영향력이 증대됨에 따라 기업의 사회성이 비례적으로 증가되었다.

둘째, 사회전반의 생활수준과 의식수준이 높아짐에 따라 사람들이 생활의 질을 추구하게 되고 자연과 환경의 보전에 대한 관심과 요구가 증대되었다.

셋째, 기업의 윤리적 경영활동과 사회적 역할수행에 대한 사회전반의 요구와 압력이 커졌다.

넷째, 기업의 핵심자원이 물자에서 인간으로 바뀌게 되어 물자중심의 경영에서 인간중심의 경영으로 이행하게 됨에 따라 기업구성원의 윤리의식 제고의 중요성이 더욱 증대되었다는 사실을 지적할 수 있다.

이와 같이 기업윤리의식 제고를 위해서는 현재 지니고 있는 각 개인별 기업윤리의식 조사가 필요한데 선행연구를 살펴보면, 한국 경영자의 기업 윤리적 의사결정유형을 맹목적 추종형(배타적 기업중심), 기회주의형(소극적 개인중심), 체제순응형(소극적 구조중심), 양심선언형(적극적 개인중심)으로 분류하여 조사한 결과 CEO의 기업윤리는 단기적으로 이익증대에 도움이 된다면 기업윤리가 필요하다고 보고 있고, 대체적으로 CEO들은 이중적이고 비 일관적인 윤리기준을 가지고 있었다(박헌준, 1998; 기종진, 2006).

또한 중소기업 CEO를 대상으로 기업윤리수준을 대내적 소극적, 대내적

적극적, 대외적 소극적, 대외적 적극적 윤리로 유형화 하여 기업윤리수준과 결정요인을 조사하였다(정홍용, 2002).

그리고 직장인을 대상으로 하여 긍정적 기업관, 부정적 기업관으로 기업 윤리영역을 정의내린 후 기업윤리의식을 조사한 결과 연령층이 높아질수록 기업윤리의식이 높아질 것이라는 가설과는 다른 결과가 나타났다(변창식, 1995).

대학생들의 기업윤리의식에 대한 연구를 살펴보면 기업윤리에 대한 태도를 기업가관, 사업관, 윤리의 적용, 윤리의 실천으로 분류하여 조사한 결과 학생들은 주로 개인적 신념 때문에 윤리적이 되어야 한다고 생각하지만, 때때로 경제적 이익과 만연된 기업관행 때문에 비윤리적으로 행동할 수도 있다고 하였다(이종영, 1996).

고등학생들을 대상으로 한 기업윤리의식 조사에서는 기업윤리를 기업윤리의 일반적인 의식, 이성적 혹은 감성적 태도, 윤리적으로 비난의 소지가 있는 기업의 행위에 대한 의식, 불법적인 요소, 사회적 환원에 대한 의식으로 분류 및 정의 하였다. 조사 결과 남녀 간, 학년별, 종교, 가정환경에 따른 기업윤리의식을 조사하였는데, 남녀 간의 차이에서는 미세한 차이를 보였으며, 학년별, 종교 유무와, 가정환경에 따른 차이는 볼 수 없었다(권우택, 2007).

지금까지의 논의를 통해 경영자뿐만 아니라 미래의 경영자 및 근로자가 될 수 있는 대학생, 고등학생들의 기업윤리의식 조사 결과를 보면 기업윤리의식 형성이 아직까지 미흡한 상태라고 볼 수 있다. 그리고 일반적인 생각과는 다르게 성인의 연령이 높아질수록 기업윤리의식 형성이 확립되어가고 있지 않는 점을 보아 청소년기부터 올바른 기업윤리 가치관을 정립해 나가야 하는 것이 필요하다고 생각된다. 그리고 지금까지의 연구에는 청소년들 특히 졸업 후 사회에 진출할 고등학생들의 기업윤리의식 형성에 미치는 영향이 무엇인지에 대한 파악이 제대로 이루어지지 않고 있다. 따라서 이에 대한 본격적인 연구가 필요하다.

3. 기업윤리의 영향요인

기업윤리의 영향요인에는 연구자에 따라 다양하게 제시되고 있으나, 본 논문과 관련될 수 있는 연구들은 다음과 같다.

Schermerhorn(1982)은 기업윤리의 영향요인으로 개인적 요인, 조직적 요인, 그리고 사회적 요인의 3가지로 분류하였다. 그 중 첫 번째 요인으로서 기업윤리는 가족, 종교, 개인의 신념, 경제적 욕구 등에 의해 영향을 받는다.

그리고 Baumhart(1968)는 기업윤리의 영향요인으로 상사의 행동, 사회의 공식적 정책, 사회의 윤리풍토, 동료의 행동, 개인의 금전적 요구 등을 들고 있다.

청소년의 기업윤리에 영향을 주는 첫 번째 요인의 선행연구로서 민경찬(1990)은 고등학생을 대상으로 경제적 지식수준과 경제적 태도²⁾와의 관련성을 분석하였다. 그의 연구에 따르면 경제적 지식은 경제체제와 기업에 대한 태도에 영향을 주었다고 하였다. 그리고 구자영(1993)은 중학생을 대상으로 경제 지식 습득 수준이 경제적 태도 형성에 주는 영향을 규명하였다. 즉 경제적 지식의 수준이 높은 학생들은 전반적으로 긍정적인 경제 태도를 나타내고 있었다(이한상, 2007). 또한 삼성경제연구소(2004)에 따르면 체계적 경제교육을 제공하는 유일한 기관이 학교라는 점을 통해 기업윤리에 대한 정보, 지식 습득 또한 교과서 이해정도에 따라 일정부분 영향을 받을 수 있음으로 생각된다.

청소년들의 기업윤리 의식에 영향을 주는 두 번째 요인으로 삼성경제연구소(2004)에 따르면 청소년들의 경제 지식은 주로 방송(TV, 라디오)을 통해 습득한다고 조사되었다. 다음으로 신문, 학교, 인터넷, 가정, 경제관련 서적 순으로 나타났다.

2) 경제적 태도는 경제체제에 대한 태도, 기업에 대한 태도, 노동조합에 대한 태도, 정부의 역할에 대한 태도로 구성되었다.

이윤주(2007)에 따르면 매스미디어는 사회적으로 이슈가 되거나 중요한 것을 전달함으로써 사람들의 의견과 태도 형성에 많은 영향을 미치며, 특히 청소년들이 가장 큰 영향을 받을 수 있음을 검증하였다.

이와 같이 청소년들은 매스미디어의 영향을 받고 있음을 무시할 수 없으며, 본 연구에서도 매스미디어가 기업윤리 의식 형성에 영향을 주고 있는지를 알아보려고 한다.

청소년들의 기업윤리 의식에 영향을 주는 세 번째 요인으로 이한준 외(2008)에 따르면 기업에 대한 인식이 반 기업인지 반 기업인지 아닌지의 여부에 따라 기업윤리에 대한 중요성 지각에 있어 영향을 준다고 하였으며, 시장경제체제의 공정, 불공정 여부에 따라 기업윤리에 대한 중요성 인식에도 영향을 준다고 하였다. 또한 이한상(2007)은 경제적 평등의식이란 말을 사용하여 경제적 평등의식이 고등학생들의 기업의 사회공헌 활동의 태도 형성에 영향을 준다고 하였다.

위의 연구를 토대로 개인의 금전적 요구, 기업관련 교과서 내용의 이해 정도, 매스미디어, 기업에 대한 인식, 시장경제의 불공정 태도 여부에 따라 기업윤리 의식 형성에 영향을 주는 지 알아보려고 하는 다양한 접근이 다시 한번 강조된다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구대상 및 자료 수집

고등학생들의 기업윤리의식 및 영향요인을 조사하기 위해 먼저 2010년 2월에 예비조사를 실시한 후 3월부터 본 조사를 실시하였다. 본 연구의 모집단은 수도권(서울, 경기, 인천)을 대상으로 하고 있으며, 총 7개의 학교 인문계 고등학교 공립 5개, 사립 2개의 학교 2·3학년을 대상으로 하였다. 2학년과 3학년을 대상으로 한 이유는 설문지의 문항 중 독립변수인 기업관련 단원의 문항이 고등학교 1학년 사회를 이수했다고 가정하여 문제를 출제하였기에 2·3학년을 대상으로 하였다.

본 연구는 총 550명을 대상으로 하였으나 불성실하게 대답한 설문지 20장을 제외하여 유효 표본 수는 530부이다. 고등학교 선정은 각 시도 교육청의 홈페이지를 참고하여 무작위 추출을 실시하였다. 설문지는 2010년 3월 초에 각 학교별 담임교사 및 담당 교사를 통해 전달하여 며칠 뒤 설문지를 회수하는 방식을 사용하였다.

각 조사대상자 수와 특징은 아래 표<Ⅲ-1>과 같다.

<표 Ⅲ-1> 조사대상자 수

특징	구분	명(%)
성별	남	284(53.58)
	여	246(46.42)
경제	이수	335(63.2)
	미이수	195(36.8)
사회(경제)접수	90~100점	76(14.3)
	80~90점	120(22.6)
	70~80점	120(22.6)
	60~70점	98(18.5)
	60점 이하	116(21.9)

2. 연구변인

1) 독립변수

<표 Ⅲ-2> 독립변수

영역	내용	문항번호	신뢰도 Cronbach's α
사회·경제 교과서 이해 정도	시장 경제에서 공정 경쟁이 이루어지기 위한 조건	1,2,3 ,4,5	/
	과도한 이익 추구로 인한 문제점 해결		
	공정하고 자유로운 경쟁을 촉진		
	비윤리적인 기업행동의 사례		
	우리나라에서 실시하고 있는 사회적 책임 수행을 강제하기 위한 제도적 장치		

영역	내용		문항 번호	신뢰도 Cronb ach's α
경제적(금전적)욕구	인생에서 가장 중요한 성취		1,2,3	.634
	행복은 물질적 만족			
	비싼 물건을 소유하는 것에 대한 중요성			
기업 윤리 광고와 기사	광고와 기사를 접해본 정도		1,2,3	.665
	광고와 기사를 관심 있게 보는 정도			
	광고와 기사를 접했을 때 기업윤리의 중요성 인식 여부			
기업에 대한 인식(부정적 인식)	기업의 정경유착에 대한 인식		1,2,3 ,4,5	.745
	기업의 분식회계에 대한 인식			
	기업의 족벌경영에 대한 인식			
	기업이 근로자의 희생을 강요하느냐에 대한 인식			
	기업의 문어발식 확장에 대한 인식			
자유 시장경제에 대한 태도	자유 시장경제는 효율적인 체계		1,2,3 ,4	.631
	자유 시장경제에서는 자신들이 노력한 만큼 그에 상응하는 수입을 얻게 됨			
	판매자와 구매자가 서로 동의하는 가격은 공정한 가격			
	부유한 사람은 가난한 사람에 비해 더 큰집을 소유, 더 좋은 이웃과 사는 것은 공정한 것			
인구 사회학적 요인	성별	① 남 ② 여	1	
학교 환경 요인	고등학교 경제 과목 수강 여부	① 있다(현재 수업을 받고 있는 경우도 포함) ② 없다	3	
	사회(경제포함) 시험에서 받은 점수는?	① 90~100점 ② 80~90점 ③ 70~80점 ④ 60~70점 ⑤ 60점 이하	4	

① 사회·경제 교과서: 중3사회 교과서의 경제윤리와 공동체 의식 단원과 고등학교 경제 교과서의 효율적인 기업경영과 기업윤리 단원을 기업과 관련된 내용으로 구성하여 0~5점 척도로 하여 정답을 맞힌 개수만큼 점수를 부여하도록 하였다.

② 개인의 금전적 욕구: 응답자가 마음속에 가지고 있는 경제적 욕구의 정도를 Likert식 5점 척도로 질문하였으며, 이 문항의 Cronbach's α 값은 .634로 나타나 항목 간 내적 신뢰도는 신뢰할 만한 것으로 판단된다. 일반적으로 .6 이상이면 신뢰도가 있다고 판단된다.

③ 매스미디어(기업광고, 기업관련기사): 기업광고나 기업관련기사는 기업의 정책이나, 윤리경영, 사회적 유용성을 알림으로써 기업의 명성을 높이거나 기업에 대한 신뢰감을 가지도록 함으로써 기업에 대한 호의적인 태도를 형성하게 하려는 것이다. 본 연구에서는 기업광고, 기업관련 기사의 노출 정도를 확인하는 것인데 객관적 조건으로는 몇 번이나 접촉했는지 살펴보고, 주관적 조건으로는 얼마나 관심이 있고, 중요하다고 느끼는 정도 등으로 살펴본다. 이 문항의 Cronbach's α 값은 .665 나타나 항목 간 내적 신뢰도는 신뢰할 만한 것으로 판단된다.

④ 기업에 대한 인식(부정적 인식): 2003년 상공회의소 보고서에 의하면, 조사된 전 세계 22개국 중에서 우리나라 사람들이 반 기업 정서가 가장 높은 것으로 나타났다. 이러한 반 기업 정서의 원인으로는 경제 부흥을 국가의 최고 우선 과제로 둔 과거 정권에서의 정경유착이었으며, 최근 정권이 교체 될 때마다 과거 잘못을 경제주체인 기업에게 그 책임을 전가시키기 때문이었다고도 볼 수 있다. 기존 연구를 살펴보면 이한준(2008)은 반 기업 정서가 기업의 사회공헌 활동에 대한 태도에 영향을 미친다는 사실을 고려하여 기업에 대한 인식이 긍정적인지 부정적인지에 따라 기업윤리에 대한 상대적 중요성도 다르게 지각될 것으로 예상하였다. 이 문항의 Cronbach's α

값은 .745로 나타나 항목 간 내적 신뢰도는 신뢰할 만한 것으로 판단된다.

⑤ 자유 시장 경제에 대한 태도: 자유 시장경제체계에 대하여 평소 지니고 있는 태도이다. 자유 시장 경제 체계 하에서는 시장의 메커니즘에 의해 자원을 효율적으로 분배, 사용할 수 있는 시스템이 아니라, 빈익빈 부익부를 창출해내는 잘못된 경제구조로 여겨진다고 하였으며 시장가격이 결정되는 구조가 불공정하고, 이윤의 축적과정이 윤리적이지 못하기 때문에 기업은 그 이윤의 일부를 사회에 환원하는 것이 필요하다고 생각하였다(김승욱, 2005).

또한, 미국에서 실시한 전화조사에 의하면, 조사 참가자들이 본인 스스로 “가진 자 층”과 “못 가진 자 층” 이라고 생각하는 그룹 모두, 경제의 엄청난 불공정성에도 불구하고, 미국의 시장경제체제가 공정한 체계라고 응답하였다(가진 자 층:74%, 못 가진 자 층:51%).

이를 토대로 한국에서도 어느 정도 시장경제에 대한 인식이 나뉠 것이라고 생각되어 진다. 자유 시장경제에 대한 인식 태도가 기업윤리에 필요성, 중요성에 대한 평가 차이가 존재할 것으로 예상하였다. 이 문항의 Cronbach's α 값은 .631로 나타나 항목 간 내적 신뢰도는 신뢰할 만한 것으로 판단된다.

⑥ 그 밖에 성별, 경제 과목 이수여부, 사회점수에 따라 기업윤리의식에 영향을 받고 있는지 알아보고자 한다.

2) 종속변수

〈표 III-3〉 종속변수

영역	항목구성	문항번호	신뢰도 Cronbach's α
대내적소극적 기업윤리	기업재산 부정유출, 부당노동행위, 정실인사, 회사공금 및 회사용품 무단사용, 비자금, 회사 기밀 누출	1,2,6,7,16,17,18	.661
대내적적극적 기업윤리	인간중심적이고 참여적인 경영, 산업재해와 산업 질병의 예방, 종업원복지, 기업의 혁신적 경영, 생산성과 품질의 향상을 위한 노력, 직업윤리의 준수	3,8,9,11,19,20,21,22	.763
대외적소극적 기업윤리	허위 과대광고, 가격조작, 부동산투기, 탈세, 정경유착, 금품수수, 불성실한 회계정보 제공, 불공정거래	4,5,14,15,23,24	.646
대외적적극적 기업윤리	기업이익의 사회 환원, 사회복지를 위한 노력, 소비자 만족 경영, 소비자 보호, 자연과 환경의 보호, 생활의 질 향상을 위한 노력	10,12,13,25,26,27,28	.724

기업윤리는 영역, 성격 및 내용, 주체에 따라 나눌 수 있다.

영역에 따른 기업윤리의 분류에는 대내적 기업윤리와 대외적 기업윤리가 있고, 성격 및 내용에 따른 기업윤리의 분류에는 소극적 기업윤리와, 적극적 기업윤리가 있다. 주체에 따른 분류에는 윤리의 주체를 기업이라고 보는 관점에 입각하여 기업의 경우 대외적 기업윤리, 기업구성원의 윤리는 윤리의 주체를 기업구성원이라고 보는 관점에 입각하여 대내적 윤리 뿐 아니라, 대외적 윤리까지를 포함하게 된다.

〈표 III-4〉 기업윤리의 유형화

영역 성격	소극적- 반드시 없어야 하는 기업윤리	적극적- 반드시 권장해야 하는 기업윤리
대내적	① 대내적 소극적 기업윤리	② 대내적 적극적 기업윤리
대외적	③ 대외적 소극적 기업윤리	④ 대외적 적극적 기업윤리

자료: 신유근, 기업윤리와 경영교육, 한국 경영학회편(세경사), 1992, p.50

① 대내적 소극적 기업윤리: 소유 경영자를 포함한 경영자와 일반구성원이 지켜야 할 조직내부에 대한 윤리로서 비윤리적이고 비도덕적인 행위를 금지하는 내용을 의미한다. 경영자나 일반구성원의 입장에서는 재산관리, 경영관리, 규칙준수와 관련된 문제들이 포함되며 소유경영자의 입장에서는 기업지배와 관련된 문제들이 강조된다.

구체적인 사례를 보면, 회사의 공금사용, 종업원에게 최저 생계비에 미달하는 급여 지급, 족벌경영, 고용차별 등을 들 수 있다.

② 대내적 적극적 기업윤리: 경영자를 포함한 조직 구성원이 행동했으면 좋겠다고 권장하는 바람직한 행동을 포함한다.

구체적인 사례를 보면, 종업원들의 개개인의 인격을 존중하고, 능력개발의 기회를 부여하며, 종업원도 기업 경영에 참가하도록 기회를 주는 것, 산업재해와 산업 질병의 예방, 생산성과 품질의 향상을 위한 노력 등을 들 수 있다.

③ 대외적 소극적 기업윤리: 기업외부의 이해관계자, 정부, 환경, 그리고 보다 포괄적인 일반 공중 또는 사회와 관련된 문제로 사회적으로 지탄을 받을 만한 비윤리적이고 비도덕적 행위를 금지하는 내용이 포함된다.

구체적인 사례를 보면, 정상적인 경영활동이 아닌 부동산 투기와 같은 부당한 재테크에 의해 기업의 이윤을 추구, 탈세·탈법, 소비조장·퇴폐풍조 조장 광고, 정경유착, 공정거래 위반을 들 수 있다.

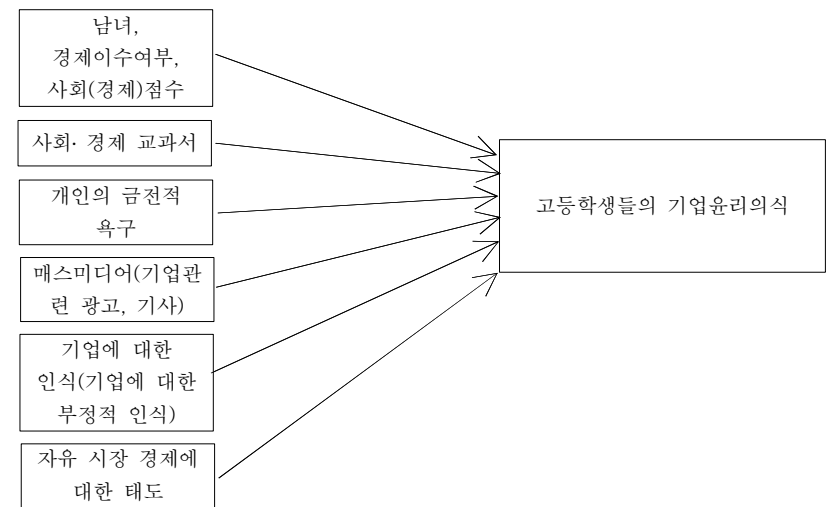
④ 대외적 적극적 기업윤리: 외부의 이해관계자, 정부, 생태계, 일반 공중과의 관계에 있어 요구되는 바람직한 기업의 행동을 포함한다.

구체적인 사례를 보면, 문화, 장학, 의료사업 등을 통해 기업이익을 사회에 환원하는 것, 자연과 환경의 보호, 사회복지를 위한 노력 등을 들 수 있다.

3. 연구모형 및 가설

이론적 배경을 토대로 하여, 연구 분석틀을 얻을 수 있는데, 독립변수인 남녀, 경제과목 이수여부, 사회(경제)접수에 따라 기업윤리의식에 차이가 있을 것이다. 그리고 독립변수인 사회·경제교과서, 개인의 금전적 욕구, 매스미디어, 기업에 대한 인식, 자유 시장 경제에 대한 태도는 종속변수인 기업윤리의식에 영향을 줄 것이다.

〈그림 III-1〉 연구 모형



가설1) 고등학생들의 기업윤리 의식에 남녀, 경제 과목 이수 여부, 사회(경제)점수에 따라 차이가 있을 것이다.

1-1) 고등학생들의 기업윤리의식은 남녀 간 차이가 있을 것이다.

1-2) 고등학생들의 기업윤리의식은 경제 과목 이수여부에 따라 차이가 있을 것이다.

1-3) 고등학생들의 기업윤리의식은 사회(경제)점수에 따라 차이가 있을 것이다.

가설2) 사회·경제교과서의 기업관련 단원의 이해정도가 높을수록 고등학생들의 기업윤리의식 형성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설3) 개인의 경제적(금전적) 욕구가 높을수록 기업윤리의식에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

가설4) 기업 윤리 광고와 기사의 인식이 높을수록 기업윤리 의식 형성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설5) 기업에 대한 인식이 상대적으로 부정적이면 기업윤리의식에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설6) 자유 시장 경제에 대해 공정하다고 인식 할수록 기업윤리 의식 형성에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

4. 자료처리 및 통계분석

본 연구는 고등학생들의 기업윤리의식에 미치는 영향을 조사하기 위해 설문지를 활용한다. 본 설문지는 크게 세 부분으로 구성되어 있는데, 기업윤리의식의 영향요인을 보기위해 중학교 사회교과서와 고등학교 경제교과서, 박일십(2004), 이한준(2008), 이한상(2007), 이윤주(2007)의 설문문항을 토대로

재구성 및 추가하여 독립변인을 구성하였다. 사회·경제 교과서는 0점부터 5점으로 분류하여 연속변수로 처리하며, 사회·경제교과서를 제외하고는 각 문항은 Likert식 5점 범위로 구성되어 있다.

종속변인인 기업윤리의식은 정충영(1998), 오영수(2007), 정홍용(2002), 박은미(2008)를 토대로 재구성 및 추가하여 종속변인의 4가지 부분(대내적 소극적, 대외적 소극적, 대내적 적극적, 대외적 적극적)을 구성하였으며 각 문항은 Likert식 5점 범위에 반응하게 되어 있다. 점수가 높을수록 각 요인의 기업윤리의식이 높다고 볼 수 있으며, 특히, 적극적 윤리가 좀 더 높은 수준의 윤리의식을 나타낸다.

본 연구를 수행하는데 필요한 구체적인 실증분석방법은 다음과 같다.

본 연구에서 수집된 자료들은 신뢰도분석과 기술적 통계, 빈도분석, t-test, 일원변량분석(ANOVA), 다중회귀분석(multiple regression analysis) 등을 위해서 SPSS 17.0을 사용하여 처리하였다.

먼저, 각 요인별로 신뢰도 검증을 위해서 cronbach's α 값을 검토하였으며, 두 번째로 고등학생들의 전반적인 기업윤리의식을 조사하기위해 각 요인별로 기술 통계치를 구하고자 빈도 분석을 실시하였다.

세 번째로 연구문제 1-1, 1-2의 남녀간, 경제 과목 이수여부에 따른 기업윤리의식 차이를 보기 위해 t-test를 실시하였다. 네 번째로 연구문제 1-3의 사회점수에 따라 기업윤리의식에 차이가 있는지 검증을 위해 분산분석(ANOVA)을 실시하였으며 등분산인 경우 Scheffe, 이분산일 경우 Dunnett T3로 사후검증을 실시하였다. 마지막으로 기업윤리의식에 영향을 미치는 요인이 무엇인지 사회·경제교과서의 기업관련단원의 이해정도, 개인의 금전적 욕구, 기업윤리 관련기사의 인식, 기업에 대한 인식, 자유 시장 경제의 공정성 인식에 따라 기업윤리의식에 영향을 주는지를 알아보고자 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 실시하였다.

IV. 연구결과 및 논의

1. 고등학생들의 기업윤리의식 조사 결과

고등학생들의 기업윤리 의식은 전반적으로 어떠한지 알아보기 위하여 빈도분석과 기술통계를 실시하였으며, 그 결과는 아래<표 IV-1>과 같다.

<표 IV-1> 각 요인별 기업윤리의식의 기술통계

항목	N	최소값	최대값	평균	표준편차
대내적 소극적 기업윤리	530	2.14	5.00	3.85	.55307
대내적 적극적 기업윤리	530	1.75	5.00	4.19	.59286
대외적 소극적 기업윤리	530	1.33	5.00	3.68	.63139
대외적 적극적 기업윤리	530	1.71	5.00	3.74	.70761

<표 IV-1>에서 보는 바와 같이 고등학생들의 기업윤리의식은 전반적으로 높게 나타났으며, 대내적 기업윤리가 대외적 기업윤리보다 높게 나타났다. 특히, 대내적 적극적 기업윤리가 4개의 요인 중 가장 높게 나타났는데, 대내적 적극적 기업윤리란 종업원 및 기업구성원들이 하면 좋겠다는 사항으로 경영에 근로자 참여, 종업원에게 안전하고 쾌적한 작업장 제공, 혁신과 연구 개발 등이 있다.

자세히 항목별로 살펴보면 다음<표 IV-2>와 같다. 1번부터 7번까지는 대내적 소극적 기업윤리, 8번부터 15번까지는 대내적 적극적 기업윤리, 16번부터

21번까지는 대외적 소극적 기업윤리, 22번부터 28번까지는 대외적 적극적 기업윤리로 구성되어 있다.

<표 IV-2> 와 같이 고등학생들의 기업윤리의식을 항목별로 살펴보면 몇 문항을 제외하고는 3.5(5점 만점)의 이상의 중간 이상의 높은 윤리수준으로 나타났다.

<표 IV-2> 각 문항별 기업윤리의식의 기술통계 (단위: 명, 괄호 안은 %)

질문 문항	선택지	평균	표준편차
1. 기업소유주가 필요에 따라 기업의 자산을 개인적으로 사용하는 것은 자본주의 사회에서 별로 문제될 것이 없다(역코딩).		3.85	1.04873
2. 기업주가 자식에게 기업을 물려주거나, 아는 사람을 위주로 채용하는 것은 잘못된 일이다.		3.38	1.20099
3. 현재 중소기업의 인력난을 감안하여 외국인 노동자를 채용할 경우, 그들에 대한 불공정한 대우는 불가피하며 사회적으로도 이에 대하여 일정한 정도 눈감아 줘야 한다(역코딩).		4.03	1.06634
4. 직원이 회사의 물건을 집으로 가져가거나, 회사의 공금을 잠시 사용해도 된다(역코딩).		4.32	.94613
5. 기업을 경영하다보면 비자금에 반드시 필요하므로, 다소간의 불법이 있더라도 비자금을 조성해 놓을 필요가 있다(역코딩).		3.71	1.09028
6. 보안이 필요한 정보는 사전 허가나 승인 없이 외부에 유출해서는 안된다.		4.38	.98330
7. 기업의 상황에 따라 종업원들의 임금을 삭감하거나, 일시적으로 중단할 수 있다(역코딩).		3.25	1.11071
8. 기업은 경영에 근로자를 참여시키거나 경영 내용을 공개해야 할 필요가 있다.		3.76	.93052
9. 기업은 종업원에게 안전하고 쾌적한 작업장을 제공해야 한다.		4.57	.89504
10. 기업은 자유롭고 창의적으로 일할 수 있는 분위기를 제공해야 한다.		4.53	.78247

질 문 문 항	선 택 지	평 균	표준편차
11. 기업은 협력업체 및 경쟁업체와 투명하고 공정하게 거래해야 한다.		4.44	.87105
12. 기업은 좋은 제품을 생산하기 위해 혁신과 연구개발을 지속적으로 해야 한다.		4.35	.88146
13. 기업은 퇴직 연금제도, 건강관리, 보육시설, 휴양시설 설립 등과 같은 종업원의 복지를 위해 힘써야 한다.		4.10	.94229
14. 종업원이 회사 일을 하다 산업재해를 당했을 경우, 기업은 보상을 넘어서 기업은 종업원과 그 가족의 생계를 끝까지 책임져야 한다.		3.73	.98272
15. 기업은 종업원의 애로사항이나 불만을 적극적으로 해결해야 한다.		4.02	.86069
16. 경쟁이 치열한 상황에서 기업이 고객 확보를 위해 어느 정도 과대광고를 하는 것은 불가피하다(역코딩).		3.02	1.09106
17. 기업이 판매가격을 미리 정하지 않고, 사람을 봐 가면서 가격을 다르게 적용해도 된다(역코딩).		4.26	1.05793
18. 기업이 기술개발로 얻는 이윤보다 부동산에 투자해서 얻는 이윤이 더 크다면, 부동산에 투자를 해도 된다(역코딩).		3.38	1.07493
19. 현실적으로 기업을 잘 경영해 나가기 위해서는, 특정 정치인이나 공무원에게 로비를 하거나 뇌물을 줄 수도 있다(역코딩).		4.07	1.11806
20. 외부의 투자를 유지하기 위해, 기업의 실적을 부풀리는 것은 경영 전략상 할 수 있는 일이다(역코딩).		3.34	1.09494
21. 하청업체가 납품을 하도록 해 준 대가로 금품을 준다면 받아도 된다(역코딩).		4.01	1.02235
22. 기업은 우리 사회의 불우이웃 돕기에 앞장서야 한다.		4.10	.94356
23. 기업은 자기지역의 발전을 위해 금전적으로 기여를 해야 한다.		3.48	2.46189
24. 공장의 공해방지 시설비가 벌금보다 더 많이 든다면 차라리 벌금을 내는 것이 낫다(역코딩).		4.09	1.09892
25. 기업은 장학금 지급, 도서관 등의 학교 시설 확충, 연구비 지원등 교육·학술 분야에 지원해야 한다.		3.74	.99768
26. 기업은 이윤이 희생되더라도 고객만족을 위한 경영을 해야 한다.		3.58	1.02643

질 문 문 항	선 택 지	평 균	표준편차
27. 기업은 예술이나 문화 활동을 적극적으로 지원해야 한다.		3.54	1.02134
28. 기업은 홍수와 지진 같은 자연재해가 발생했을 때 이재민을 위한 성금을 내야 한다.		3.69	1.00177
고등학생들의 기업윤리 의식에 대한 평균(표준편차)		3.88(.46767)	

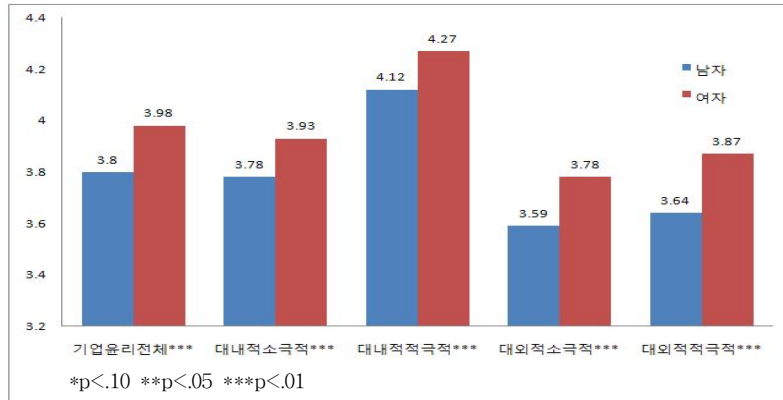
다음으로 고등학생들의 기업윤리의식을 남녀, 경제 과목 이수 여부에 차이가 있는지 알아보고자 하여 T-검정을 실시하였다.

먼저 <표 IV-3>와 같이 성별에 따른 기업윤리의식에 차이가 있을 것이다. 라는 연구문제를 분석한 결과 아래의 표와 그래프와 같이 나타났다.

<표 IV-3> 남자, 여자 기업윤리의식 t-test 분석

항목	구분	N	평균	표준편차	t값	P값
기업윤리 전체	남자	284	3.80	.46725	-4.442***	.000
	여자	246	3.98	.45062		
대내적 소극적 기업윤리	남자	284	3.78	.54222	-3.197***	.001
	여자	246	3.93	.55527		
대내적 적극적 기업윤리	남자	284	4.12	.61623	-2.782***	.006
	여자	246	4.27	.55617		
대외적 소극적 기업윤리	남자	284	3.59	.67224	-3.520***	.000
	여자	246	3.78	.56526		
대외적 적극적 기업윤리	남자	284	3.64	.67586	-3.823***	.000
	여자	246	3.87	.72413		

*p<.10 **p<.05 ***p<.01



<그림 IV-1> 기업 윤리의식 남녀 차이

먼저, 기업윤리 전체를 보면 유의확률이 .000으로 성별에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 대내적 소극적 기업윤리는 유의확률이 0.001, 대내적 적극적 기업윤리는 0.006, 대내적 소극적 기업윤리는 0.000, 대외적 적극적 기업윤리는 0.000으로 나타났다. 그러므로 기업윤리의식은 성별에 따라 다르게 인식하고 있음이 나타나 가설 1-1은 채택되었다.

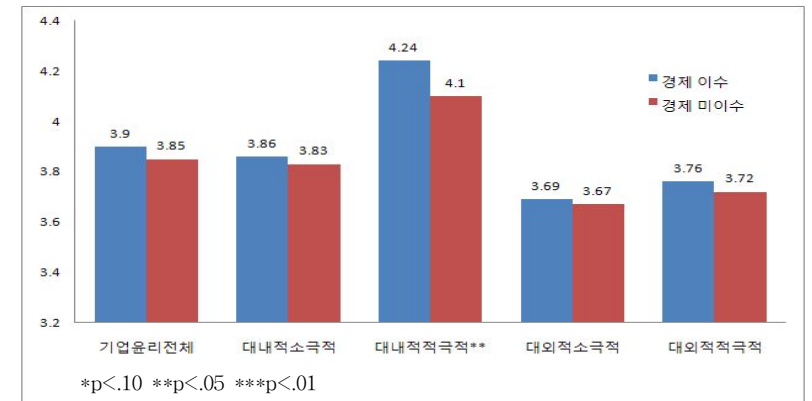
구체적으로 남학생과 여학생 각각 평균을 먼저 기업 윤리 전체적으로 보면 3.80과 3.98로 나타났고, 각 세부적으로 보면 대내적 소극적 기업윤리는 3.78과 3.93, 대내적 적극적 기업윤리는 4.12와 4.27, 대외적 소극적 기업윤리는 3.59와 3.78, 대외적 적극적 기업윤리는 3.64와 3.87의 수치를 보여, 여성이 통계적 유의수준 하에서 더 높은 기업윤리의식을 가지고 있는 것으로 나타났다.

다음은 <표 IV-4>와 같이 경제 과목 이수여부에 따른 기업윤리의식에 차이가 있을 것이다. 라는 연구문제를 분석한 결과 아래의 표와 그래프와 같이 나타났다.

<표 IV-4> 경제 과목 이수 여부에 따른 기업윤리의식 t-test 분석

항목	구분	N	평균	표준편차	t값	P값
기업윤리 전체	경제이수	335	3.9	.44861	1.385	.167
	경제 미 이수	195	3.85	.49775		
대내적 소극적 기업윤리	경제이수	335	3.86	.56158	.433	.665
	경제 미 이수	195	3.83	.53930		
대내적 적극적 기업윤리	경제이수	335	4.24	.53576	2.457**	.015
	경제 미 이수	195	4.10	.67237		
대외적 소극적 기업윤리	경제이수	335	3.69	.62938	.378	.705
	경제 미 이수	195	3.67	.63622		
대외적 적극적 기업윤리	경제이수	335	3.76	.63262	.562	.574
	경제 미 이수	195	3.72	.82189		

*p<.10 **p<.05 ***p<.01



<그림 IV-2> 기업윤리의식 경제 과목 이수 차이

먼저, 기업윤리 전체를 보면 경제 과목 이수여부에 따른 기업윤리의식은 유의확률이 0.167으로 기업윤리의식에 차이가 없는 것으로 나타났다. 따라서

가설 1-3은 기각되었다. 좀 더 구체적으로 살펴보면, 대내적 소극적 기업윤리는 유의확률이 0.665, 대외적 소극적 기업윤리는 0.705 대외적 적극적 기업윤리는 0.574로 나타났다. 그러나 대내적 적극적 기업윤리의 유의확률은 0.015로 경제 과목 이수여부에 따라 기업윤리의식이 약간의 차이를 보이고 있었다.

다음으로 사회점수(경제 점수 포함)에 따라 고등학생들의 기업윤리의식의 차이가 나타나지는지를 검정하기 위하여 ANOVA분석³⁾을 실시하였다. 사회점수에 따라 기업윤리의식이 차이가 있을 것이다. 라는 연구문제를 분석한 결과 아래의 <표 IV-5>와 같이 나타났으며, 그림<IV-3>과 같다.

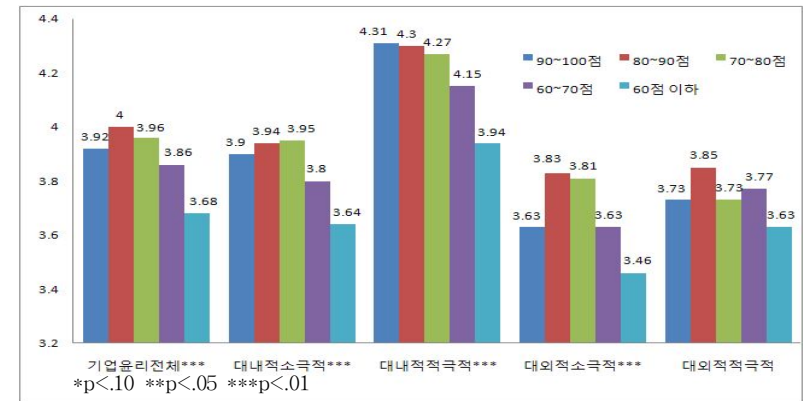
<표 IV-5> 사회점수에 따른 기업윤리의식 ANOVA 분석

항목	사회 점수(경제)	N	평균	표준편차	F값	유의확률
기업윤리 전체	90~100점	76	3.92	.46179	8.539***	.000
	80~90점	120	4.00	.42655		
	70~80점	120	3.96	.43389		
	60~70점	98	3.86	.44192		
	60점 이하	116	3.68	.50770		
	합계	530	3.88	.46767		
대내적 소극적 기업윤리	90~100점	76	3.90	.52746	6.658***	.000
	80~90점	120	3.94	.52946		
	70~80점	120	3.95	.51635		
	60~70점	98	3.80	.57244		
	60점 이하	116	3.64	.56156		
	합계	530	3.85	.55307		
대내적 적극적 기업윤리	90~100점	76	4.31	.52381	8.277***	.000
	80~90점	120	4.30	.54070		
	70~80점	120	4.27	.56213		
	60~70점	98	4.15	.54420		
	60점 이하	116	3.94	.68021		
	합계	530	4.19	.59286		

3) 종교, 아버지-어머니 학력, 직업, 가정의 경제적 생활수준에 따라 고등학생들의 기업윤리의식에 차이가 있는지 분산분석을 실시한 결과, 유의미한 결과가 나타나지 않아 보고에서 제외되었다.

항목	사회 점수(경제)	N	평균	표준편차	F값	유의확률
대외적 소극적 기업윤리	90~100점	76	3.63	.64866	6.971***	.000
	80~90점	120	3.83	.63529		
	70~80점	120	3.81	.62522		
	60~70점	98	3.63	.63573		
	60점 이하	116	3.46	.55128		
	합계	530	3.68	.63139		
대외적 적극적 기업윤리	90~100점	76	3.73	.64548	1.556	.185
	80~90점	120	3.85	.61256		
	70~80점	120	3.73	.62551		
	60~70점	98	3.77	.64518		
	60점 이하	116	3.63	.92752		
	합계	530	3.74	.70761		

*p<.10 **p<.05 ***p<.01



<그림 IV-3> 기업윤리의식 사회점수 차이

먼저, 기업 윤리 전체를 보면 유의확률이 0.01 보다 낮은 수치를 보이고 있어 사회점수에 따라 기업윤리의식이 다르게 나타나는 것을 볼 수 있다. 구체적으로 살펴보면 대내적 소극적 기업윤리, 대내적 적극적 기업윤리, 대외적 소극적 기업윤리의 유의확률은 0.01 보다 낮은 수치로 나타났다. 사회 점수에 따른 기업윤리의식 중 대외적 적극적 기업윤리를 제외하고는 유의미

한 차이를 보이고 있었기에 가설1-4는 채택되었다.

사후 검증 결과, 기업윤리 전체(F=8.539 P<0.01), 대내적 소극적 기업윤리(F=6.658, P<0.01), 대내적 적극적 기업윤리(F=8.277 P<0.01), 대외적 소극적 기업윤리(F=6.971, P<0.01)는 대체적으로 사회점수가 높을수록 기업윤리의식이 높게 나타났다. 자세히 살펴보면, 전체 기업윤리는 80~90점대, 70~80점대, 90~100점대, 60~70점대, 60점 이하 순으로 기업윤리의식이 높게 나타났다. 기업윤리 요인별로 살펴보면 대내적 소극적 기업윤리는 70~80점대, 80~90점대, 90~100점대, 60~70점대, 60점 이하 순으로 기업윤리의식이 높게 나타났고, 대내적 적극적 기업윤리는 90~100점대, 80~90점대, 70~80점대, 60~70점대, 60점 이하 순으로 기업윤리의식이 높게 나타난 것을 볼 수 있었다.

2. 고등학생들의 기업윤리의식 영향요인 조사 결과

1) 기업윤리 영향요인 분석

① 기업관련 단원의 내용 이해

<표 IV-6>은 중학교 사회, 고등학교 사회, 경제교과서의 기업관련 단원의 습득 정도를 나타내고 있다. 평균 점수는 2.85로 2점에서 3점 사이로 5문제 중 2-3개 맞은 정도가 평균이며, 100점 만점으로 환산하였을 때 67.75점에 해당된다.

<표 IV-6> 기업관련 단원의 이해 정도의 빈도 및 기술통계 (단위:명, 괄호 안은%)

점수(0점~5점)	빈도	평균	표준편차
0점	26(4.9)	2.85	1.36975
1점	49(12.6)		
2점	120(22.6)		
3점	127(24.0)		
4점	126(23.8)		
5점	64(12.1)		

② 개인의 금전적 욕구

고등학생들의 금전적(경제적)욕구가 어느 정도 인지를 알려주는 수치이다. 설문조사 결과 평균치가 2.84로 대체적으로 금전적 욕구가 높지 않았으나, 인생의 행복 중 많은 부분이 물질적 만족에서 비롯된다는 질문에는 3.20인 약간 높은 수치를 보였다.

<표 IV-7> 개인의 금전적 태도에 대한 기술통계

질문 문항	선택지	평균	표준편차
인생에서 가장 중요한 성취는 부자가 되는 것이라고 생각한다.		2.93	1.20230
인생의 행복 중 많은 부분이 물질적 만족에서 비롯된다.		3.20	1.10813
비싼 물건을 많이 가지는 것은 중요하다.		2.39	1.08969
전체 평균(표준편차)		2.84(.93389)	

③ 기업윤리관련 광고와 기사의 인식

<표 IV-8>에서 보는 바와 같이 기업윤리 관련 광고, 기사의 접촉빈도, 관심도, 중요성 인식을 조사하였는데, 접촉빈도와 관심도는 2.97, 2.81로 나타났다, 중요성 인식은 3.61로 나타났다. 기업윤리관련 광고와 기사를 접해보고, 관심 정도는 보통 이하였으나, 중요성 인식은 보통 이상이였다. 그러나 대체적으로 보통 수준인 것으로 나타났다.

<표 IV-8> 기업윤리관련 광고와 기사의 인식 기술 통계

질문 문항	선택지	평균	표준편차
위의 광고는 기업의 상품을 소개하는 광고와 기사가 아니라 기업의 윤리성을 홍보하는 광고입니다. 이와 유사한 기업의 광고와 기사를 텔레비전, 신문, 인터넷을 통해 자주 접해 보았습니까?		2.89	.78226
텔레비전, 신문, 인터넷을 통해 위와 비슷한 기업윤리를 홍보하는 기사나 광고를 접했을 때 관심 있게 보는 편입니까?		3.61	1.04321
위와 같은 기업의 윤리를 홍보하는 광고나 기사를 접했을 때 기업이 윤리적으로 활동해야 한다고 느끼십니까?		3.61	1.04321
전체 평균(표준편차)		3.13(.70520)	

④ 기업에 대한 부정적 인식

<표 IV-9>는 고등학생들이 기업에 대해 어떻게 생각하지를 보여주는 자료이다. 보는 바와 같이 기업에 대한 인식의 평균은 3.64로 대체적으로 기업에 대한 인식이 부정적이라 볼 수 있다. 특히 정경유착에 대해서 대체로 그렇다라는 대답을 주로 선택한 결과를 볼 수 있다.

<표 IV-9> 기업에 대한 인식(부정적 인식) 기술 통계

질문 문항	선택지	평균	표준편차
나는 우리나라 기업의 정경유착(정치계와 경제계가 서로 자신의 이익을 얻으려고 관계를 맺음)이 높은 편이라고 생각한다.		3.84	.96444
나는 우리나라 기업이 분식회계(기업이 재정 상태나 경영 실적을 실제보다 좋게 보이게 할 목적으로 부당한 방법으로 자산이나 이익을 부풀리는 것) 등 비 윤리경영을 한다고 생각한다.		3.61	.89941
나는 우리나라 기업이 경영권 세습 등의 족벌경영을 한다고 생각한다.		3.64	.92917
나는 우리나라 기업이 근로자의 희생을 강요하는 것 같다.		3.58	.92743
나는 우리나라 기업이 문어발식 확장(기업이 다양한 분야로 진출하여 무분별하게 세력을 확장시키는 것)을 해왔다고 생각한다.		3.54	.95024
전체 평균(표준편차)		3.64(.62443)	

⑤ 자유 시장 경제에 대한 공정성 인식

<표 IV-10>에서 보는 바와 같이 자유 시장 경제에 대해 공정하게 인식하고 있는지 아닌지를 나타내고 있다. 자유 시장 경제에 대한 공정성 인식의 평균은 3.50으로 대체적으로 동의하고 있다고 볼 수 있다.

<표 IV-10> 자유 시장 경제에 대한 공정성 인식 기술통계

질문 문항	선택지	평균	표준편차
자유 시장 경제는 효율적인 체계이다		3.43	.85442
자유 시장 경제에서는 자신들이 노력한 만큼 그에 상응하는 수입을 얻게 된다.		3.38	.93708
판매자와 구매자가 서로 동의하는 가격은 공정한 가격이다.		3.68	1.00267
전체 평균(표준편차)		3.50(.70769)	

2) 기업윤리의식의 영향요인 상관분석

회귀분석을 보기 앞서 독립변수와 종속변수간의 상관관계를 먼저 분석해 보았다. 분석결과는 아래 <표 IV-11>와 같다. 결론부터 이야기 하면, 모든 변수들 간의 상관관계는 $p < 0.10$, $p < 0.01$, $p < 0.05$ 유의 수준 하에서 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 자기변수와의 상관계수는 항상 1이며, 행렬표에서는 대각선상에 나타난다.

먼저, 전체적인 기업윤리 의식과의 상관관계를 살펴보면 기업관련단원의 이해정도 $r = 0.349(p < 0.01)$, 기업윤리관련광고와 기사의 인식 $r = 0.239(p < 0.01)$, 기업에 대한 부정적 인식 $r = 0.311(p < 0.01)$, 자유 시장 경제의 공정성 인식 $r = 0.198(p < 0.01)$ 은 모두 정(+)적인 상관관계가 나타났으며, 개인의 금전적 욕구와는 $r = 0.084(p < 0.01)$ 부(-)적인 상관관계가 나타났다. 즉, 기업관련 단원의 이해정도가 높을수록, 개인의 금전적 욕구가 낮을수록, 기업윤리 관련 광고와 기사의 인식이 높을수록, 기업에 대해 부정적으로 인식할수록, 자유 시장 경제에 대해 공정하게 인식할수록 기업윤리의식이 높아지는 경향이 있음

을 알 수 있다.

구체적으로 기업윤리의식 요인별로 살펴보면 첫째, 고등학생들의 기업관련 단원 이해정도와 대내적 소극적 기업윤리, 대외적 소극적 기업윤리, 대내적 적극적 기업윤리, 대외적 적극적 기업윤리와의 상관관계를 살펴보면 기업관련 단원의 이해정도와 대내적 소극적 기업윤리와 $r = 0.303(p < 0.01)$, 대외적 소극적 기업윤리 $r = 0.294(p < 0.01)$, 대내적 적극적 기업윤리 $r = 0.333(p < 0.01)$, 대외적 적극적 기업윤리 $r = 0.140(p < 0.01)$ 와 모두 정적인(+) 상관관계를 보였다.

둘째, 개인의 금전적 욕구와 대내적 소극적 기업윤리, 대외적 소극적 기업윤리, 대내적 적극적 기업윤리, 대외적 적극적 기업윤리와의 상관관계를 살펴보면 개인의 금전적 욕구와 대내적 소극적 기업윤리 $r = -0.204(p < 0.01)$, 대외적 소극적 기업윤리 $r = -0.197(p < 0.01)$, 대외적 적극적 기업윤리 $r = -0.084(p < 0.10)$ 는 부적인(-) 상관관계를 보였다. 그러나 개인의 금전적 욕구와 대내적 적극적 기업윤리 $r = -0.065(p < 0.10)$ 는 상관관계가 없었다.

셋째, 기업윤리 관련 광고와 기사의 인식과 대내적 소극적 기업윤리, 대외적 소극적 기업윤리, 대내적 적극적 기업윤리, 대외적 적극적 기업윤리와의 상관관계를 살펴보면 기업윤리 관련 광고와 기사의 인식과 대내적 소극적 기업윤리 $r = 0.165(p < 0.01)$, 대내적 적극적 기업윤리 $r = 0.274(p < 0.01)$, 대외적 적극적 기업윤리 $r = 0.200(p < 0.01)$ 는 모두 정적인(+) 상관관계를 보였다. 그러나 기업윤리 광고와 기사의 인식은 대외적 소극적 기업윤리 $r = 0.051(p < 0.10)$ 는 상관관계가 없었다.

넷째, 기업에 대한 부정적 인식과 대내적 소극적 기업윤리, 대외적 소극적 기업윤리, 대내적 적극적 기업윤리, 대외적 적극적 기업윤리와의 상관관계를 살펴보면, 기업에 대한 인식이 부정적일수록 대내적 소극적 기업윤리와는 $r = 0.240(p < 0.01)$, 대외적 소극적 기업윤리와는 $r = 0.159(p < 0.01)$, 대내적 적극적 기업윤리와는 $r = 0.355(p < 0.01)$, 대외적 적극적 기업윤리와는 $r = 0.172(p < 0.01)$

01)인 모두 정적인(+) 상관관계가 나타났다.

마지막으로, 자유 시장 경제에 대한 공정성 인식과 대내적 소극적 기업윤리, 대외적 소극적 기업윤리, 대내적 적극적 기업윤리, 대외적 적극적 기업윤리와의 상관관계를 살펴보면, 자유 시장 경제와 대내적 적극적 기업윤리 $r=.240(p<.01)$, 대외적 적극적 기업윤리 $r=.186(p<0.01)$ 는 모두 정적인(+) 상관관계가 나타났다. 그러나 자유 시장 경제의 공정성 인식과 대내적 소극적 기업윤리 $r=.071(p<0.10)$ 와 대외적 소극적 기업윤리와의 $r=0.068(p<0.10)$ 는 상관관계가 없었다.

기업윤리의식에 영향을 미치는 요인들 중 각각의 자세한 사항은 회귀분석을 통해 알아보고자 한다.

<표 IV-11> 고등학생들의 기업윤리 의식에 영향을 주는 요인과 기업 윤리 의식 관련요인간의상관관계 (수치는 상관계수)

	기업윤리 전체	대내적소극적기업윤리	대내적적극적기업윤리	대외적소극적기업윤리	대외적적극적기업윤리
기업관련단원의 이해정도	.349***	-.172***	.239***	.311***	.198***
개인의 금전적 욕구	.303***	-.204***	.165***	.240***	.071
기업윤리 관련 광고와 기사의 인식	.333***	-.065	.274***	.355***	.240***
기업에 대한 부정적 인식	.294***	-.197***	.051	.159***	.068
자유시장 경제의 공정성	.140***	-.084*	.200***	.172***	.186***

* $p<.10$ ** $p<.05$ *** $p<.01$

3) 기업윤리의식의 영향요인 회귀분석

기업윤리 영향요인인 기업관련단원의 이해정도, 개인의 금전적 욕구, 기업윤리 관련 광고와 기사의 접촉빈도, 관심도, 중요성 인식, 기업에 대한 부정적 인식, 자유시장경제의 공정성인식이 고등학생들의 기업윤리 의식에 영향을 주는지 알아본 후, 구체적으로 기업윤리의식의 각각의 요인에 영향을 주고 있는지를 살펴보고자 한다.

<표 IV-12>에서 보는 바와 같이 고등학생들의 기업윤리의식에 미치는 요인에 대해 살펴보면 설명력(R제곱)은 총분산의 23.9%를 설명하고 있으며 F값은 32.870로 유의수준 $p<.001$ 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 그리고 Durbin-Waston은 1.804로 2에 가깝고 0또는 4에 가깝지 않으므로 잔차 들 간에 상관관계가 없어 회귀모형에 적합한 것으로 나타나고 있으며, 공차한계 값이 0.1이상이기때 다중공선성⁴⁾에도 문제가 없다.

첫째, 사회· 경제교과서의 기업관련 단원의 이해정도는 고등학생들의 기업윤리의식에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 2의 검정결과 t값이 6.642으로 ± 1.96 이상이고, 유의확률(p값)이 .000으로 $p<.01$ 이므로 가설 2는 채택되었다. 즉, 고등학생들의 기업윤리 의식 중 기업관련 단원의 이해정도가 높을수록 기업윤리 의식이 높아짐을 알 수 있다.

둘째, 개인의 경제적(금전적) 욕구가 높을수록 기업윤리의식에 부(-)의 영향을 미칠 것이라는 가설3의 검정결과 t값이 -4.245으로 ± 1.96 이상이고, 유의확률(p값)이 .000으로 $p<.01$ 이므로 가설3은 채택되었다. 즉, 고등학생들의 기업윤리 의식 중 개인의 금전적 욕구가 높을수록 기업윤리 의식이 낮아짐을 알 수 있다.

4) 다중 회귀분석에서 독립변수끼리 높은 상관관계가 존재한다면, 다중 공선성이 발생할 가능성이 높다. 그래서 다중 회귀분석을 실시할 때는 반드시 다중 공선성을 체크해 보아야 한다. 다중 공선성을 확인하는 방법에는 상관관계분석, vif값 등으로 해석하기도 한다. 그러나 좀 더 정확한 해석을 위해서 공차한계 값을 조사하기도 한다.

셋째, 기업 윤리 광고와 기사인식이 높을수록 기업윤리 의식 형성에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설4의 검정결과 t값이 2.938으로 ±1.96이상이고, 유의확률(p값)이 .003으로 p<.01이므로 가설4는 채택되었다. 즉, 기업윤리 관련 광고와 기사의 인식이 높을수록 기업윤리 의식이 높아짐을 알 수 있다.

넷째, 기업에 대한 인식이 상대적으로 부정적이면 기업윤리의식에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 5의 검정결과 t값이 4.668으로 ±1.96이상이고, 유의확률(p값)이 .000으로 p<.01이므로 가설5는 채택되었다. 즉, 기업에 대해 인식이 상대적으로 부정적일 수록 기업윤리 의식이 높아짐을 알 수 있다.

마지막으로 자유 시장 경제에 대해 공정하다고 인식 할수록 기업윤리 의식 형성에 부(-)의 영향을 미칠 것 이라는 가설6의 검정결과 t값이 4.025으로 ±1.96이상이고, 유의확률(p값)이 .000으로 p<.01이므로 자유 시장 경제에 대한 공정성 인식 여부가 기업윤리 의식 형성이 영향을 줄 수 있다는 분석 결과가 나왔다. 그러나 가설6과 다르게 자유 시장 경제에 대해 공정하게 인식할수록 기업윤리 형성에 정(+)의 영향을 미치는 결과가 나타났다. 즉, 자유 시장 경제의 공정성 인식이 높을수록 기업윤리의식이 높아짐을 알 수 있다.

결론적으로 기업윤리의식에 영향을 미치는 요인인 기업관련단원의 습득정도, 개인의 금전적 욕구, 기업윤리 광고와 기사의 인식, 기업에 대한 부정적 인식, 자유 시장 경제에 대한 공정성 인식은 고등학생들의 기업윤리의식 형성에 영향을 줄 수 있음이 나타났다. 가설을 검증해 보면 2,3,4,5는 채택되었고, 자유 시장 경제에 대해 공정하게 인식할수록 기업윤리의식이 낮을 것이다 라는 가설 6은 기각 되었다.

<표 IV-12> 고등학생들의 기업윤리 의식의 영향 요인과 기업윤리의식의 회귀분석

기업윤리의식	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공차한계
	B	표준오차	β			
(상수)	2.728	.146		18.748	.000	
기업관련 단원의 이해정도	.090	.014	.263	6.642***	.000	.927
개인의 금전적 욕구	-.082	.019	-.163	-4.245***	.000	.987
기업윤리 관련 광고와 기사의 인식	.079	.027	.118	2.938***	.003	.894
기업에 대한 부정적 인식	.144	.031	.193	4.668***	.000	.852
자유 시장 경제의 공정성	.103	.026	.156	4.025***	.000	.972
모델의 적합성			R= .489, R²= .239, 수정된 R²= .231			
			F= 32.870, p= .000, Durbin-Waston=1.804			

*p<.10 **p<.05 ***p<.01

구체적으로, 기업윤리의식의 하위 요인인 대내적 소극적 기업윤리, 대외적 소극적 기업윤리, 대내적 소극적 기업윤리, 대내적 적극적 기업윤리로 나뉘어서 기업윤리 의식의 영향요인을 분석해 보겠다.

<표 IV-13>에서 보는 바와 같이 고등학생들의 기업윤리 의식 중 대내적 소극적 기업윤리에 미치는 요인에 대해 살펴보면 설명력(R제곱)은 총분산의 16.4%를 설명하고 있으며 F값은 20.484로 유의수준 p<.001 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 그리고 Durbin-Waston는 1.8555로 2에 가깝고 0또는 4에 가깝지 않으므로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형에 적합한 것으로 나타나고 있으며, 공차한계 값이 0.1이상이기에도 다중 공선성에도 문제가 없다.

첫째, 고등학생들의 기업윤리 의식에 영향을 미치는 요인 중 기업관련 단원의 이해정도와 대내적 소극적 기업윤리는 $t=5.686$ 으로 ± 1.96 보다 이상이고, 유의확률(p값)은 .000으로 $p<.01$ 이므로 기업관련 단원의 이해정도는 대내적 소극적 기업윤리에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 기업 관련 단원의 이해도가 높을수록 대내적 소극적 기업윤리의식이 높아짐을 알 수 있다.

둘째, 고등학생들의 기업윤리 의식에 영향을 미치는 요인 중 개인의 금전적 욕구와 대내적 소극적 기업윤리는 $t= -4.739$ 으로 ± 1.96 보다 이상이고, 유의확률(p값)은 .000으로 $p<.01$ 이므로 대내적 소극적 기업윤리에 부(-)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 개인의 금전적 욕구가 높을수록 대내적 소극적 기업윤리의식이 낮아짐을 알 수 있다.

셋째, 고등학생들의 기업윤리에 영향을 미치는 요인 중 기업에 대한 부정적 인식과 대내적 소극적 기업윤리는 $t=3.751$ 으로 ± 1.96 보다 이상이고, 유의확률(p값)은 .000으로 $p<.001$ 이므로 대내적 소극적 전체에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 기업에 대한 인식이 부정적일 수록 대내적 소극적 기업윤리의식이 높아짐을 알 수 있다.

그러나 기업관련 광고와 기사의 인식, 자유시장경제의 공정성 인식은 대내적 소극적 기업윤리의식에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

결론적으로, 대내적 소극적 기업윤리란 소유 경영자를 포함한 경영자와 일반구성원이 지켜야 할 조직내부에 대한 윤리로서 비윤리적이고 비도덕적인 행위를 금지하는 내용을 의미하는데, 기업관련 단원 이해정도가 높을수록, 금전적 욕구가 낮을수록, 기업에 대해 부정적으로 인식할수록 대내적 소극적 기업윤리의식이 높아짐이 나타났다.

<표 IV-13> 고등학생들의 기업윤리 의식의 영향 요인과 대내적 소극적 기업윤리의 회귀분석

대내적소극적 기업윤리	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공차한계
	B	표준오차	β			
(상수)	3.095	.180		17.155	.000	
기업관련 단원이해정도	.095	.017	.236	5.686***	.000	.927
개인의 금전적 욕구	-.113	.024	-.191	-4.739***	.000	.987
기업윤리 관련 광고와 기사의 인식	.053	.033	.068	1.600	.110	.894
기업에 대한 부정적 인식	.144	.038	.162	3.751***	.000	.852
자유 시장 경제의 공정성 인식	.032	.032	.041	1.011	.312	.972
모델의 적합성			R= .404, R ² = .164, 수정된 R ² = .156			
			F= 20.484, p= .000, Durbin-Waston=1.855			

*p<.10 **p<.05 ***p<.01

<표 IV-14>에서 보는 바와 같이 고등학생들의 기업윤리 의식 중 대내적 적극적 전체에 미치는 요인에 대해 살펴보면 설명력(R제곱)은 총분산의 24.9%를 설명하고 있으며 F값은 34.732로 유의수준 $p<.001$ 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 그리고 Durbin-Waston는 1.855로 2에 가깝고 0또는 4에 가깝지 않으므로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형에 적합한 것으로 나타나고 있으며, 공차한계 값이 0.1이상이기에도 다중 공선성에도 문제가 없다.

첫째, 고등학생들의 기업윤리 의식에 영향을 미치는 요인 중 기업관련단원 이해정도와 대내적 적극적 기업윤리는 $t= 6.146$ 으로 ± 1.96 보다 이상이고,

유의확률(p값)은 .000으로 $p < .01$ 이므로 기업관련 단원의 이해정도는 대내적 적극적 기업윤리에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 고등학생들의 기업관련 단원의 이해정도가 높을수록 대내적 적극적 기업윤리의식이 높아짐을 알 수 있다.

둘째, 고등학생들의 기업윤리 의식의 영향을 미치는 요인 중 기업윤리 관련 광고와 기사의 인식과 대내적 적극적 기업윤리는 $t = 3.663$ 으로 ± 1.96 보다 이상이고, 유의확률(p값)은 .000으로 $p < .01$ 이므로 기업광고와 기사의 인식은 대내적 적극적 기업윤리에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 기업윤리 관련 광고와 기사의 인식이 높을수록 대내적 적극적 기업윤리의식이 높아짐을 알 수 있다.

셋째, 고등학생들의 기업윤리 의식에 영향을 미치는 요인 중 기업에 대한 부정적인 인식과 대내적 적극적 기업윤리는 $t = 5.499$ 으로 ± 1.96 보다 이상이고, 유의확률(p값)은 .000으로 $p < .01$ 이므로 기업에 대한 부정적 인식은 대내적 적극적 기업윤리에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 기업에 대한 부정적인 인식이 높을수록 대내적 적극적 기업윤리의식이 높아짐을 알 수 있다.

또한 고등학생들의 기업윤리 의식에 영향을 미치는 요인 중 자유 시장 경제의 공정성 인식과 대내적 적극적 기업윤리는 $t = 4.827$ 으로 ± 1.96 보다 이상이고, 유의확률(p값)은 .000으로 $p < .01$ 이므로 자유 시장 경제의 공정성 인식은 대내적 적극적 기업윤리에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 자유 시장 경제의 공정성 인식이 높을수록 대내적 적극적 기업윤리의식이 높아짐을 알 수 있다.

그러나 개인의 금전적 욕구는 대내적 적극적 기업윤리의식에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

결론적으로, 대내적 적극적 기업윤리란 인간중심적이고 참여적인 경영, 산업재해와 산업 질병의 예방, 종업원복지, 기업의 혁신적 경영, 생산성과 품

질의 향상을 위한 노력, 직업윤리의 준수에 대한 생각인데, 기업관련 단원 이해정도가 높을수록, 기업윤리 광고와 기사의 인식이 높을수록, 기업에 대한 부정적인 인식이 높을수록, 자유 시장 경제에 공정성 인식이 높을수록 대내적 적극적 기업윤리의식이 높아짐이 나타났다.

<표 IV-14> 고등학생들의 기업윤리 의식의 영향 요인과 대내적 적극적 기업윤리의 회귀분석

대내적적극적 기업윤리	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공차 한계
	B	표준오차	β			
(상수)	2.288	.183		12.487	.000	
기업관련 단원이해정도	.105	.017	.242	6.146***	.000	.927
개인의 금전적 욕구	-.037	.024	-.059	-1.547	.122	.987
기업윤리 관련 광고와 기사의 인식	.123	.034	.147	3.663***	.000	.894
기업에 대한 부정적 인식	.214	.039	.226	5.499***	.000	.852
자유 시장 경제의 공정성	.155	.032	.185	4.827***	.000	.972
모델의 적합성			R= .499, R ² = .249, 수정된 R ² = .242			
			F= 34.732, p= .000, Durbin-Waston=1.930			

* $p < .10$ ** $p < .05$ *** $p < .01$

아래 <표 IV-15>에서 보는 바와 같이 고등학생들의 기업윤리 의식 중 대외적 소극적 전체에 미치는 요인에 대해 살펴보면 설명력(R제곱)은 총분산의 13.0%를 설명하고 있으며 F값은 15.695로 유의수준 $p < .001$ 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 그리고 Durbin-Waston는 1.823로 2에 가깝고 0또는 4에 가깝지 않으므로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형

에 적합한 것으로 나타나고 있으며, 공차 한계 값이 0.1 이상이기에도 다중 공선성에도 문제가 없다.

첫째, 고등학생들의 기업윤리 의식에 영향을 미치는 요인 중 기업관련 단원 이해정도와 대외적 소극적 기업윤리는 $t = 6.065$ 으로 ± 1.96 보다 이상이고, 유의확률(p값)은 .000으로 $p < .01$ 이므로 기업관련 단원의 이해정도는 대외적 소극적 기업윤리에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 기업관련 단원의 이해정도가 높을수록 대외적 소극적 기업윤리의식이 높아짐을 알 수 있다.

둘째, 고등학생들의 기업윤리에 영향을 미치는 요인 중 개인의 금전적 욕구와 대외적 소극적 기업윤리는 $t = -4.469$ 으로 ± 1.96 보다 이상이고, 유의확률(p값)은 .000으로 $p < .01$ 이므로 기업관련 단원의 이해정도는 대외적 소극적 기업윤리에 부(-)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 개인의 금전적 욕구가 높을수록 대외적 소극적 기업윤리의식이 낮아짐을 알 수 있다.

셋째, 고등학생들의 기업윤리 의식의 영향을 미치는 요인 중 기업에 대한 부정적 인식과 대외적 소극적 기업윤리는 $t = 2.385$ 으로 ± 1.96 보다 이상이고, 유의확률(p값)은 .017으로 $p < .05$ 이므로 기업에 대한 부정적인 인식은 대외적 소극적 기업윤리에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 기업에 대한 인식이 부정적일수록 대외적 소극적 기업윤리 의식이 높아짐을 알 수 있다.

그러나 기업관련 광고와 기사의 인식, 자유시장경제의 공정성 인식은 대외적 소극적 기업윤리의식에 영향을 주는 않는 것으로 나타났다.

결론적으로, 대외적 소극적 기업윤리란 허위 과대광고, 가격조작, 부동산 투기, 탈세, 정경유착, 금품수수, 불성실한 회계정보 제공, 불공정거래에 대해 인식하는 내용을 말하는데, 기업관련 단원 이해정도가 높을수록, 금전적 욕구가 낮을수록, 기업에 대해 부정적으로 인식할수록 대외적 소극적 기업윤리의식이 높아짐이 나타났다.

<표 IV-15> 고등학생들의 기업윤리 의식의 영향 요인과 대외적 소극적 기업윤리의 회귀분석

대외적소극적 기업윤리	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공차한계
	B	표준오차	β			
(상수)	3.231	.210		15.385	.000	
기업관련 단원이해 정도***	.118	.020	.257	6.065***	.000	.927
개인의 금전적 욕구***	-.124	.028	-.183	-4.469***	.000	.987
기업윤리 관련 광고와 기사의 인식	-.029	.039	-.033	-.758	.449	.894
기업에 대한 부정적 인식*	.106	.045	.105	2.385**	.017	.852
자유 시장 경제의 공정성	.048	.037	.054	1.310	.191	.972
모델의 적합성			R = .361, R ² = .130, 수정된 R ² = .122			
			F = 15.695, p = .000, Durbin-Waston = 1.823			

*p<.10 **p<.05 ***p<.01

<표 IV-16>에서 보는 바와 같이 고등학생들의 기업윤리 의식 중 대외적 적극적 기업윤리에 미치는 요인에 대해 살펴보면 설명력(R제곱)은 총분산의 9.2%를 설명하고 있으며 F값은 10.652로 유의수준 $p < .001$ 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 그리고 Durbin-Waston는 1.900로 2에 가깝고 0또는 4에 가깝지 않으므로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형에 적합한 것으로 나타나고 있으며, 공차 한계 값이 0.1 이상이기에도 다중 공선성에도 문제가 없다.

첫째, 고등학생들의 기업윤리 의식에 영향을 미치는 요인 중 개인의 금전적 욕구와 대외적 적극적 기업윤리는 $t = -2.044$ 으로 ± 1.96 보다 이상이고, 유의확률(p값)은 .041으로 $p < .05$ 이므로 기업관련 단원의 이해정도는 대외적

적극적 기업윤리에 부(-)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 개인의 금전적 욕구가 높을수록 대외적 적극적 기업윤리의식이 낮아짐을 알 수 있다.

둘째, 고등학생들의 기업윤리 의식에 영향을 미치는 요인 중 기업윤리 관련 광고와 기사의 인식과 대외적 적극적 기업윤리는 $t=3.253$ 으로 ± 1.96 보다 이 상이고, 유의확률(p값)은 .001으로 $p<.01$ 이므로 기업윤리 관련 광고와 기 상의 접촉빈도와 관심도, 중요성 인식은 대외적 적극적 기업윤리 의식에 정 (+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 기업윤리 관련 광고와 기사의 인식이 높을수록 대외적 적극적 기업윤리가 높아짐을 알 수 있다.

셋째, 고등학생들의 기업윤리 의식에 영향을 미치는 요인 중 자유 시장 경제의 공정성 인식과 대외적 적극적 기업윤리는 $t=3.828$ 으로 ± 1.96 보다 이 상이고, 유의확률(p값)은 .000으로 $p<.01$ 이므로 자유 시장 경제의 공정성 인식은 대외적 적극적 기업윤리의식에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나 타났다. 즉, 자유 시장 경제의 공정성 인식이 높을수록 대외적 적극적 기업 윤리의식이 높아짐을 알 수 있다.

또한 기업관련 단원의 이해 정도와 기업에 대한 부정적 인식은 대외적 적 극적 기업윤리의식에 영향을 주고 있었으나, 기업관련 단원의 이해 정도와 대외적 적극적 기업윤리는 $t=1.898$, 기업에 대한 부정적 인식은 $t=1.911$ 으로 ± 1.96 에 미치지 못하고, 유의확률(p값)은 각각 .058과 .057로 $p<.10$ 로 아주 미세한 설명력에 지나지 않다고 볼 수 있다.

결론적으로, 대내적 적극적 기업윤리란 기업이이익의 사회 환원, 사회복지를 위한 노력, 소비자 만족 경영, 소비자 보호, 자연과 환경의 보호, 생활의 질 향상을 위한 노력에 대한 내용인데, 개인의 금전적 욕구가 낮을수록, 기업광 고와 기사의 인식이 높을수록, 자유 시장 경제의 공정성이 높을수록 대외적 적극적 기업윤리의식이 높아짐을 알 수 있다.

<표 IV-16> 고등학생들의 기업윤리 의식의 영향 요인과 대외적 적극적 기업윤리 의 회귀분석

대외적적극적기업 윤리	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공차 한계
	B	표준오차	β			
(상수)	2.437	.240		10.135	.000	
기업관련 단원이해정도	.042	.022	.082	1.898*	.058	.927
개인의 금전적 욕구	-.065	.032	-.086	-2.044**	.041	.987
기업윤리 관련 광고와 기사의 인식	.144	.044	.143	3.253**	.001	.894
기업에 대한 부정적 인식	.098	.051	.086	1.911*	.057	.852
자유시장 경제의 공정성	.162	.042	.162	3.828***	.000	.972
모델의 적합성			R= .304, R ² = .092, 수정된 R ² = .084 F= 10.652, p= .000, Durbin-Waston=1.900			

* $p<.10$ ** $p<.05$ *** $p<.01$

3. 연구결과에 대한 논의

이상에서 고등학생들의 기업윤리의식을 알아보기 위해서 서울, 경기도, 인천의 고등학생 530명을 대상으로 기업윤리의식의 수준과 그에 영향을 미치는 독립변수에 관하여 조사한 결과를 분석 하였다. 연구 결과를 요약 하면 다음과 같다.

1) 고등학생들의 기업윤리의식 수준

고등학생들의 기업윤리의식 수준은 전체 평균값이 3.8835인 전반적으로 높은 수준을 띄고 있었으며 대내적 기업윤리의식이 대외적 기업윤리의식 보다 좀 더 높은 윤리의식을 보이고 있었다. 특히, 기업내부에서 권장해야 할 윤리를 말하는 대내적 적극적 기업윤리 요인에서 가장 높은 윤리 수준이 나타났다. 이러한 이유를 살펴보면, 대내적 소극적 기업윤리, 대외적 소극적 기업윤리, 대외적 적극적 기업윤리는 대체적으로 자신이 기업가, 사업가의 입장이 되어서 설문 문항의 질문에 답하는 것들이었고, 대내적 적극적 기업윤리는 자신이 종업원의 입장이 되어서 설문문항에 답할 수 있는 문항이었다고 짐작할 수 있다.

대내적 적극적 기업윤리는 종업원에게 안전하고 쾌적한 작업장 제공, 종업원에게 창의적으로 일할 수 있는 분위기 제공, 종업원 복지, 산업재해 해결 등의 질문이다.

현실적으로 고등학생들에게 가까운 미래의 자신의 모습은 기업가, 사업가의 모습은 아닐 것이기에 종업원에 입장에서 설문문항에 응답했을 것이라 생각된다.

그리고 대외적 적극적 기업윤리의식을 보면 대외적 적극적 기업 윤리 의식은 기업이윤의 사회 환원에 대한 내용으로 기존 연구인 이한상(2007)과

비교해 보면 기존연구에서는 고등학생들의 기업의 사회공헌 활동에 대한 인식이 평균 3.99인 높은 수치를 보여 기업의 목적을 이윤추구보다 사회공헌 활동을 더 중요시 한다는 결론을 내렸다. 이 연구에서는 대외적 적극적 기업윤리 의식은 3.7433으로 기존 연구보다 조금 낮은 평균을 보였고, 4가지 기업윤리 요인 중에도 낮은 윤리의식에 속한다고 볼 수 있다.

남녀 간의 기업윤리의식의 차이를 보면 여학생이 남학생 보다 좀 더 높은 기업윤리의식을 가지고 있다. 네덜란드의 심리학자인 하이먼스가 남녀를 대상으로 정서적 도덕적 태도검사를 했는데, 여성이 남성보다 도덕에 있어서 엄격한 편이라고 하였다. 또한 칸트와 롤즈에 따르면 남성중심의 윤리는 개인의 자율성과 독립성을 강조하는 자유주의 윤리가 강하다고 하였고, 길리간에 의하면 여성중심의 윤리는 배려의 도덕성으로서 책임, 인간관계, 애착, 동정심과 같은 면이 나타난다고 하였다. 따라서 기업윤리의식도 마찬가지로 여성이 남성보다 좀 더 엄격하고, 자유주의 윤리보다는 배려의 도덕성을 가지고 있어서 높게 나타나지 않았나 판단된다.

그리고 경제수업을 들은 학생과 듣지 않은 학생의 기업윤리의식에는 대내적 적극적 기업윤리의식을 제외하고는 유의미한 차이가 없었으나, 사회(경제포함)점수에 따른 기업윤리의식은 대외적 적극적 기업윤리를 제외하고는 유의미한 차이를 보이고 있었다. 사회점수가 대체적으로 높을수록 고등학생들의 기업윤리의식이 높게 나타났다. 사회점수가 높다는 것은 그 만큼 사회시간에 집중하고 공부했다고 볼 수 있다. 사회과 교육의 목적은 민주주의 사회의 성실하고 책임 있는 시민 양성과 사회문제를 개인의 입장에서 사고하고 그 문제가 시사하는 바를 이해하고 자신의 삶에 적용해 보거나 비취볼 수 있는 민주 사회 시민의 양성을 목적으로 하고 있는데, 기업윤리의식도 사회과 교육의 목적 속에 속해있다고 볼 수 있다. 또한 기존 연구에서도 학업성취도와 경제윤리의식간의 관계를 보았는데, 학업성취도가 높을수록 경제윤리의식도 높은 결과가 제시되었는데 같은 맥락이라고 볼 수 있을 것이

다. (주미숙, 2006)

2) 고등학생들의 기업윤리 의식에 영향을 미치는 요인

고등학생들의 기업윤리의식에 영향을 미치는 요인들이 무엇인지 알아보고자 하는 것이 이 연구에서 가장 중요하다고 생각하는 것이었다. 연구 결과 기업윤리의식에 영향을 미치는 기업관련 단원의 이해정도, 개인의 금전적 욕구, 기업윤리 관련 광고와 기사의 접촉빈도, 관심도, 중요성 인식, 기업에 대한 부정적 인식, 자유 시장 경제의 공정성 인식의 5가지 독립변수들은 모두 기업윤리의식에 영향을 줄 수 있음이 들어났다.

고등학생들의 기업윤리의식에 영향을 줄 수 있는 영향요인들을 순서대로 살펴보면 기업관련 단원의 이해정도, 기업에 대한 부정적 인식, 개인의 금전적(경제적)욕구, 자유 시장 경제에 대해 공정하게 인식 그리고 기업윤리 관련 광고와 기사의 접촉 빈도, 관심도, 중요성 인식의 순으로 기업윤리 의식에 영향을 줄 수 있음이 나타났다.

기업관련 단원의 이해정도가 높을수록, 기업에 대해 부정적으로 인식할수록, 개인의 금전적 욕구가 낮을수록, 자유 시장 경제에 대해 공정하게 인식할수록 그리고 기업윤리 관련 광고와 기사의 접촉 빈도와 관심도, 중요하게 인식할수록 기업윤리 의식이 높게 나타난 것을 볼 수 있었다.

이러한 연구결과로 보아, 학교 현장에서 교사 및 연구자들의 역량이 필요하다. 기업관련 단원의 이해도를 높이기 위해, 반 기업 정서 해결, 개인의 금전적(경제적)욕구, 자유 시장 경제에 대한 공정성 인식 등의 경제교육이 강화되어야 할 필요가 있다.

V. 결론 및 제언

1. 결론

본 연구는 최근 우리나라 사람들의 기업윤리의식을 조사한 결과 기업윤리의식이 아직까지 미흡한 점을 토대로 하여, 미래의 경제 주역인 고등학생들의 기업윤리의식과 기업윤리의식에 영향을 미치는 요인이 무엇인지 알아보고자 하였다.

고등학생들은 졸업 후 사회에 진출하여 급변하는 사회·경제적 상황에 합리적으로 대처하기 위해서는 올바른 기업윤리관을 정립 하는 것이 필요하기에 올바른 기업윤리관을 정립하는 방안을 찾고자 함을 연구의 목적으로 하였다.

이상의 논의를 기초로 하여 고등학생들의 기업윤리 의식 및 영향요인 연구 결과에 주목하여 시사점을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 고등학생들의 기업윤리의식을 조사한 결과 기업윤리의식은 대체적으로 높게 나타났다. 남녀를 비교해 본 결과, 여학생이 좀 더 높은 기업윤리의식을 가지고 있었고, 경제 과목 이수여부에 따른 기업윤리의식에는 큰 차이가 없다. 그러나 사회 점수에 따라 기업윤리의식이 다르게 나타났다. 사회 점수가 높을수록 기업윤리의식이 높게 나타난 것을 볼 수 있었다.

둘째, 기업윤리 의식에 영향을 미치는 요인을 살펴보면, 기업관련 단원의 이해정도, 기업에 대한 부정적인 인식, 개인의 금전적 욕구, 자유 시장 경제의 공정성 인식, 기업윤리 관련 광고와 기사의 접촉빈도와 관심도, 중요성 인식 여부에 따라 기업윤리 의식이 영향을 받고 있음이 나타났다. 특히, 기

업관련 단원의 이해정도가 높을수록 기업윤리의식이 높게 나타난 것을 볼 수 있었다.

본 연구결과로부터 도출된 결론에 근거하여, 고등학생들의 기업윤리의식을 높이기 위한 학교 및 학교 관계자, 연구자들이 활용할 수 있는 정보는 다음과 같다.

먼저, 고등학생들의 기업윤리의식에 영향을 줄 수 있는 기업관련 단원의 이해정도를 높일 수 있는 방안이 필요하다. 기업 관련 단원은 중학교 3학년 사회교과서, 고등학교 1학년 사회교과서, 그리고 선택과목인 경제교과서에 기업관련 내용이 일부분 제시되어 있다. 극히 적은 부분이 기술되어 있기 때문에, 중요하지 않게 생각하여 간과할 수 있기에 교과서에 기업 윤리의 포괄적인 내용이 보완되어야 하거나, 교사의 재량을 발휘하여 좀 더 심도 있는 내용을 다뤄야 기업윤리 교육이 체계적인 교육이 되어 질 것이다.

두 번째로 기업에 대해 부정적으로 인식할수록 기업윤리의식이 높게 나타난 결과는 우리 사회의 경우 대부분 방송이나 신문 등 언론매체를 통해 경제 지식을 습득하고, 반 기업 정서를 형성하고 있기 때문에 학교에서 올바른 경제교육이 필요하다(이한준 외, 2008). 기업이 윤리적으로 행동하지 않으니 기업에 대해 반감을 가지고 기업윤리가 중요하다라는 의식이 아닌, 건전한 경제주체 육성을 위한 교육과 친기업적인 경향도 강조함으로써 올바르게 사고 할 수 있는 교육이 필요할 것이다.

세 번째로 개인의 금전적 욕구가 낮을수록 기업윤리의식이 높게 나타났는데, 금전적 욕구에 대한 교육이 필요한 시점이다. 계속해서 뉴스와 신문에서 보도되고 있는 금융범죄 중 다수는 내부자 금융범죄이다. 내부자 금융범죄란 금융기관 내부 직원들에 의해 발생한 금융범죄를 가리키는데, 특히 여러 명이 결탁해 고객에게 큰 피해를 끼치는 경우가 있다. 이것은 개인의 금전적인 욕구가 도를 지나쳐서 벌어진 일이라고 볼 수 있다. 더불어 사는 세상

에서 돈만이 인생의 목적이 아님을 학교 교육 뿐만 아니라 가정에서도 교육이 필요하다.

네 번째로 자유 시장 경제가 불공정하다고 인식할수록 기업윤리의식이 높아 질 것이라는 가설과 다르게 자유 시장 경제가 공정하다고 인식할수록 기업윤리의식이 높아지는 결과가 나타났다. 기존 연구에서는 학생들의 경제적 평등의식이 기업의 사회공헌 활동에 가장 큰 영향을 주는 것으로 나타났다(이한상, 2007). 그러나 이 연구에서는 학생들이 자유 시장 경제에 대한 인식과 기업윤리의식은 별개로 보는 것이거나 자유 시장 경제가 효율성 뿐만이 아닌 형평성도 고려해야 한다고 배운 것이라 생각되어 진다. 따라서 자유 시장 경제에 대한 올바른 이해가 필요하며, 불균형 해소 방안으로 기업의 사회적 공헌 활동도 필요하다고 교육해야 한다.

마지막으로 기업윤리 관련 광고와 기사의 접촉빈도와 관심도, 중요성 인식이 높을수록 기업윤리의식이 높게 나타났는데, 학교 교육에서의 활용도에 초점을 맞출 수 있다. 기업윤리 교육의 중요성을 앞서 강조했는데, 학교 교육에서 기업윤리단원의 수업 시간에 매스미디어를 활용하여 수업을 한다면, 윤리를 이론 적으로 수업을 하는 것보다는 학생들이 좀 더 받아들이기 쉽기에 기업윤리관 정립에 도움이 될 수 있을 것이다.

이상으로 기업윤리의식 함양에 필요한 교육에 대한 의견을 제시 하였다. 그러나 세계화 시대의 완전 경쟁 시장에서 기업윤리의식만을 강조하다보면 기업의 본래의 목적인 이윤 극대화의 목표가 간과되기 쉽다. 따라서 기업의 본래의 목적을 상실한 채 기업윤리의식 함양 교육을 하는 것이 아닌, 고루 반영한 교육이 필요하다.

2. 제언

본 연구를 통하여 고등학생들의 기업윤리 의식 수준과 기업윤리에 영향을 미치는 요인들에 대해 살펴보았다. 본 연구는 기업윤리 의식 수준만을 조사하는 것이 아닌 의식형성에 영향을 미치는 요인을 발견하기 위한 설명적 연구였다. 그리고 이러한 영향 요인에 대한 고찰을 통해 앞으로 기업윤리의식 함양 교육에 시사점을 제공한다는 점에서 기존 연구와 차별성이 있으며, 의의가 있다 할 수 있다. 그러나 본 연구의 한계와 후속 연구를 위한 제언을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 표본 선정이 서울 2곳, 경기도 4곳, 인천 1곳 학교를 대상으로 이루어졌기에 만족할 만한 수준이 아니었고, 실업계 고등학교는 제외되었다. 따라서 전체 고등학생의 기업윤리의식으로 해석하기에는 한계가 있다. 따라서 후속 연구에서는 수도권으로 서울, 경기, 인천을 한 곳으로 묶고, 그 외에 강원도, 경상도, 전라도 등의 지역을 포함하여 모든 고등학생들을 포괄할 수 있는 표집이 필요할 것이다.

또한 인문계 고등학생들 보다 훨씬 기업 관련 수업이 많은 실업계 고등학생들을 대상으로 연구하여 비교해 보는 연구도 필요할 것이라 생각된다.

둘째, 기존 연구를 토대로 기업윤리의식 영향요인을 독립변수로 설정하여 회귀분석을 시행했는데, 기업관련 단원의 이해정도, 개인의 금전적 욕구, 기업관련 광고와 기사의 접촉 빈도와 관심도, 중요성 인식, 기업에 대한 부정적 인식, 자유 시장 경제의 공정성 인식 외에 다른 변수들의 영향도 있을 것이라 생각되기에 좀 더 심도 있는 연구가 필요할 것이라 생각된다.

이러한 한계점은 후속연구를 통해서 보완되어야 할 사항이라 생각된다. 본 연구를 토대로 정교하고 설명력 높은 연구를 기대해 본다.

참고문헌

- 권우택(2007). 고등학생들의 기업윤리의식에 관한 연구, 석사학위 논문, 경북대학교.
- 기종진(2006). CEO의 기업윤리와 사회적 책임에 대한 인식이 기업이윤 동기에 미치는 영향- 가치관의 차이를 중심으로, 박사학위논문, 전북대학교.
- 김성수(2000). 지식경영사회의 기업경영윤리론. 서울: 삼영사교.
- 마누엘G. 벨라스케즈(2002). 기업윤리. 서울: 매일경제신문사.
- 문경옥(2006). 기업윤리의식 함양을 위한 교육방법 연구, 석사학위논문, 중앙대학교.
- 박재원 외(2003). 21세기윤리경영의 시대 기업윤리론. 서울: 무역경영사.
- 박헌준(1998). 한국경영자의 윤리적 의사결정과 행동, 연세경영연구, 제35권 2호 pp.195-226.
- 변창식(1995). 인구통계적 변수에 따른 기업윤리 태도에 관한 실증적 연구, 석사학위논문, 경북대학교.
- 삼성경제연구소(2003). 중고생 경제의식조사.
- 삼성경제연구소(2004). 청소년 경제교육의 현황과 과제.
- 손동빈(2007). 중학교 3학년 사회 자습서. 서울: 디딤돌.
- 송지준(2009). 논문 작성에 필요한 SPSS/AMOS 통계분석방법. 21세기사.
- 유경자(1997). 학업성취도와 경제윤리의식과의 상관관계 : 인문계 고등학생 설문조사 결과를 중심으로, 석사학위 논문, 한국교원대학교.
- 윤대혁(2004). 기업윤리의 수준요인, 영향요인, 기업성과간의 관련성 연구, 인적자원관리연구, 제9집 pp.95-123.

이상민(2007). 매스미디어가 청소년 국가의식에 미치는 영향, 석사학위 논문, 한양대학교.

이윤호 외(2004). 기업윤리에 대한 관점과 「경제」 교과서의 기업윤리 내용 분석, 경제교육연구 pp.171-200.

이종영(1996). 한국과 일본대학생의 기업윤리관, 대구·경북 마아케팅 학회, 제6권 1호.

이종영(1997). 기업윤리의 교육 효과, 경영교육연구, 제1권 제1호.

이종환(2008). SPSS를 이용한 조사방법 및 통계분석의 이해. 공동체.

이진석(2007). 중학교 3학년 하이라이트 사회 자습서. 서울: 지학사.

이한상(2007). 기업의 사회공헌 활동에 대한 고등학생의 태도 및 그 영향요인 연구, 석사학위 논문, 성균관대학교.

이한준 외(2008). 반 기업 정서와 자유 시장경제에 대한 인식이 기업의 사회적 책임 활동 차원의 중요도 평가에 미치는 영향, 한국 비영리 연구, 제7권 제2호 pp.247-278.

전찬열(2002). 기업윤리의식에 대한 비교연구, 한국산업경제학회, Vol.15 No.5, pp. 97-109.

전홍렬(2006). HIGH SCHOOL 경제 자습서. 서울: 천재교육.

정충영(1998). 우리나라 대학생의 기업윤리에 대한 태도. 경영학연구, 제27권 3호 pp.611-630.

정홍용(2002). 중소기업 CEO의 기업윤리수준 결정요인과 그 효과에 관한 연구, 석사학위논문, 연세대학교.

정효선(2007). 외식산업 종사원의 기업윤리인식·실천정도가 개인조직 적합성, 직무만족도, 이직의도 및 조직성과에 미치는 영향에 관한 연구, 박사학위 논문, 경희대학교.

주미숙(2006). 실업계고등학생의 학업성취도와 경제윤리의식과의 관계, 석사학위 논문, 강원대학교.

한진환(2008). 대학생들의 기업윤리에 대한 태도, 학생생활연구, 제30집.

허명희(2008). SPSS를 활용한 통계적 방법론. 한나래 아카데미.

허역(2005). 하이탑(HIGH TOP) 고등학교 경제. 서울: 두산동아.

홍영희(2004). 신문활용수업(NIE)을 통한 경제교육 효과 연구- 고2 기업문화 단원을 중심으로, 석사학위논문, 이화여자대학교.

Abstract

Study on the Perception and Influence Factors of Business Ethics among
High School Students

Lee, Ji-young
Major in Social Studies Education
Graduate School of Education
Sungshin Women's University

Previous studies reveal that university students and regular individuals still have an insufficient perspective on business ethics. Although they are aware of its importance, they have not been able to clearly delimit the boundaries. As it is more efficient to educate from early youth, I have started this research on the perspective of business ethics among high school students. The content of my research is as follows.

First, my objective is to understand the students' perspective on business ethics.

Secondly, I will see if such perspective is different according to sex, whether they have had classes in economics and depending on their grades in social science (economics) subject.

Thirdly, I will determine five elements influencing this viewpoint and which is the most significant: the degree of understanding business related issues in courses in social sciences and economics, individual monetary wants, perspective in the importance of corporate related advertisement and articles, negative standpoint on firms and the effect of the impartial

characteristic of the capitalist market.

Finally, I will look into ways to improve the awareness in business ethics, connecting it to education.

I have selected the method of survey to conduct this research, interviewing 530 students among juniors and seniors in high school, in the areas of Seoul, Incheon and the Gyonggi Province.

To analyze the survey content and to prove my hypothesis, I have first conducted a frequency analysis, observed the technical statistics of the variables, proved the differences according to sex, the attendance of economics subject and the grades in social sciences using the t-test, anova, and implemented the multiple session analysis for the five factors above. The results are as follows.

First, the awareness of high school students on business ethics has revealed to be quite high. Girl students tend to have a higher perspective and the attendance of classes in economics does not have any influence on the result. Furthermore, the higher are the scores in social sciences, the higher is their level of awareness.

Secondly, the result on the research of the level of consciousness of high school students on business ethics reveals that the improved understanding on business related subjects, the negative perspective on firms, the standpoint on the fairness of the free market, the frequency and interest of exposure to business ethics advertisement and articles and the belief of the importance all have a positive effect on business ethic awareness. On the other hand, individual monetary greed has a negative influence.

The degree of validity of the variables was, from the most to the least, the degree of understanding business related issues, the negative standpoint on firms, individual monetary wants, the standpoint on the impartial characteristic of the capitalist market, and the degree of exposure and interest in corporate related advertisement and articles.

These results emphasize upon the value of school education. In respect to course books, the lack of narration calls for a more in-depth approach related to business ethics, beyond what books can provide.

- 부 록 -

1. 사회 점수와 기업윤리의식의 사후 검증 결과

(사회 점수 1.00: 90~100점/2.00: 80~90점/3.00: 70~80점/4.00: 60~70점/5.00: 60점 이하)

종속변수	(I)사회점수	(J)사회점수	평균차(I-J)	유의확률	비고
기업윤리 전체	1.00	2.00	-.07943	.841	Scheffe
		3.00	-.03978	.986	
		4.00	-.06326	.935	
		5.00	.22531*	.016	
	2.00	1.00	.07943	.841	
		3.00	.03965	.978	
		4.00	.14269	.259	
		5.00	.31474*	.000	
	3.00	1.00	.03978	.986	
		2.00	-.03965	.978	
		4.00	.10304	.598	
		5.00	.27509*	.000	
	4.00	1.00	-.06326	.935	
		2.00	-.14269	.259	
		3.00	-.10304	.598	
		5.00	-.17205	.109	
	5.00	1.00	-.23531*	.016	
		2.00	-.31474*	.000	
		3.00	-.27509*	.000	
		4.00	-.17205	.109	

종속변수	(I)사회점수	(J)사회점수	평균차(I-J)	유의확률	비교
대내적 소극적 기업윤리	1.00	2.00	-.04054	.992	Scheffe
		3.00	-.04887	.984	
		4.00	.10322	.817	
		5.00	.26188**	.031	
	2.00	1.00	.04054	.992	
		3.00	-.00833	1.000	
		4.00	.14376	.435	
		5.00	.30242***	.001	
	3.00	1.00	.04887	.984	
		2.00	.00833	1.000	
		4.00	.15209	.374	
		5.00	.31076***	.001	
	4.00	1.00	-.10322	.817	
		2.00	-.14376	.435	
		3.00	-.15209	.374	
		5.00	.15867	.337	
	5.00	1.00	-.26188**	.031	
		2.00	-.30242***	.001	
		3.00	-.31076***	.001	
		4.00	-.15867	.337	

종속변수	(I)사회점수	(J)사회점수	평균차(I-J)	유의확률	비교
대내적 적극적 기업윤리	1.00	2.00	.01354	1.000	Dunnett T3
		3.00	.03854	1.000	
		4.00	.16071	.397	
		5.00	.37639***	.000	
	2.00	1.00	-.01354	1.000	
		3.00	.02500	1.000	
		4.00	.14717	.383	
		5.00	.36284***	.000	
	3.00	1.00	-.03854	1.000	
		2.00	-.02500	1.000	
		4.00	.12217	.668	
		5.00	.33784***	.000	
	4.00	1.00	-.16071	.397	
		2.00	-.14717	.383	
		3.00	-.12217	.668	
		5.00	.21567	.101	
	5.00	1.00	-.37639***	.000	
		2.00	-.36284***	.000	
		3.00	-.33784***	.000	
		4.00	-.21567	.101	

종속변수	(I)사회점수	(J)사회점수	평균차(I-J)	유의확률	비고
대외적 소극적 기업윤리	1.00	2.00	-.19817	.311	Scheffe
		3.00	-.17595	.438	
		4.00	-.00058	1.000	
		5.00	.17113	.475	
	2.00	1.00	.19817	.311	
		3.00	.02222	.999	
		4.00	.19759	.239	
		5.00	.36930***	.000	
	3.00	1.00	.17595	.438	
		2.00	-.02222	.999	
		4.00	.17537	.362	
		5.00	.34708***	.001	
	4.00	1.00	.00058	1.000	
		2.00	-.19759	.239	
		3.00	-.17537	.362	
		5.00	.17171	.393	
	5.00	1.00	-.17113	.475	
		2.00	-.36930***	.000	
		3.00	-.34708***	.001	
		4.00	-.17171	.393	

종속변수	(I)사회점수	(J)사회점수	평균차(I-J)	유의확률	비고
대외적 적극적 기업윤리	1.00	2.00	-.12544	.832	Scheffe
		3.00	-.00480	1.000	
		4.00	-.03598	.999	
		5.00	.10124	.918	
	2.00	1.00	.12544	.832	
		3.00	.12063	.781	
		4.00	.08946	.929	
		5.00	.22668	.195	
	3.00	1.00	.00480	1.000	
		2.00	-.12063	.781	
		4.00	-.03118	.999	
		5.00	.10605	.856	
	4.00	1.00	.03598	.999	
		2.00	-.08946	.929	
		3.00	.03118	.999	
		5.00	.13723	.735	
	5.00	1.00	-.10124	.918	
		2.00	-.22668	.195	
		3.00	-.10605	.856	
		4.00	-.13723	.735	

*p<.10 **p<.05 ***p<.01

2. 독립변수 간 상관관계 분석

(수치는 상관계수)

	기업관련 단원의 이해정도	개인의 금전적 욕구	기업윤리 관련 광고와 기사의 인식	기업에 대한 부정적 인식	자유시장 경제의 공정성
기업관련 단원의 이해정도	1				
개인의 금전적 욕구	-.080*	1			
기업윤리 관 련광고와 기 사의 인식	.162***	-.029	1		
기업에 대한 부정적 인식	.240***	.031	.308***	1	
자유시장 경제의 공정성	.046	.058	.090**	.150***	1

*p<.10 **p<.05 ***p<.01

3. 설문지

설문지

안녕하십니까?

바쁘신 가운데 설문에 협조해 주셔서 대단히 감사합니다.

본 설문지는 고등학생들의 기업윤리의식과 그에 영향을 미치는 요인의 연구를 위한 참고자료를 얻으려는 목적으로 실시되는 것입니다.

본 설문지의 모든 질문에는 맞고 틀리는 답이 없으며, 응답한 설문자료의 내용은 작성자 및 소속 기관을 알 수 없도록 무기명으로 진행되고 조사 결과는 연구 목적을 위해서만 활용됩니다.

다음 사항에 유의하면서 설문에 응해주시면 감사하겠습니다.

1. 질문에 대한 맞는 답이나 틀린 답은 없습니다.
2. 이 설문의 결과는 컴퓨터로 처리되어 연구용으로만 활용될 것이므로 여러분 개인의 의견은 결코 다른 사람에게 알려지지 않을 것입니다.
3. 반드시 하나의 응답 항목만을 선택하여 표시해주시시오.
4. 가급적 한 질문도 빠짐없이 솔직하게 여러분의 생각을 표현해주시기 바랍니다.

소중한 시간을 내어 참여해 주셔서 감사합니다.

2010년 4월 1일

성신여자대학교 교육대학원 일반사회교육 전공

연구자 이지영

010-5500-2194

다음은 여러분의 개인적 배경에 관련된 문항들입니다. 학술적 이용 이외에 절대 사용되지 않고, 통계적으로 경향을 파악하기 위함입니다. 해당되는 곳에 ○표 해주세요.

1. 학생의 성별은?

- ① 남 ② 여

2. 학생의 학년은?

- ① 고등학교 1학년 ② 고등학교 2학년 ③ 고등학교 3학년

3. 경제 과목 수업을 받은 경험이 있습니까?

- ① 있다. (현재 수업을 받고 있는 경우도 포함) ② 없다.

4. 최근 사회(고1사회, 경제 포함)시험에서 받은 점수는?

- ① 90~100점 ② 80~90점 ③ 70~80점 ④ 60~70점 ⑤ 60점 이하

5. 본인의 종교는?

- ① 기독교 ② 천주교 ③ 불교 ④ 기타 종교 ⑤ 무교

6. 아버지의 학력은?

- ① 대학원 졸업 이상 ② 대학교 졸업 ③ 전문대 졸업
④ 고등학교 졸업 ⑤ 중학교 졸업 ⑥ 초등학교 졸업 이하

7. 어머니의 학력은?

- ① 대학원 졸업 이상 ② 대학교 졸업 ③ 전문대 졸업
④ 고등학교 졸업 ⑤ 중학교 졸업 ⑥ 초등학교 졸업 이하

8. 아버지의 직업은?

- ① 농업·어업·축산업 ② 상업 ③ 제조업 ④ 교수·학자 및 연구원
⑤ 공무원(교사 포함) ⑥ 운수 및 서비스업 ⑦ 회사원
⑧ 전문직(의사, 변호사 등) ⑨ 무직 ⑩ 기타

9. 어머니의 직업은?

- ① 농업·어업·축산업 ② 상업 ③ 제조업 ④ 교수·학자 및 연구원
⑤ 공무원(교사 포함) ⑥ 운수 및 서비스업 ⑦ 회사원
⑧ 전문직(의사, 변호사 등) ⑨ 무직 ⑩ 기타

10. 귀댁의 경제적 생활수준은?

- ① 상~상 ② 상~중 ③ 중~상 ④ 중~하 ⑤ 하~상 ⑥ 하~하

다음은 기업윤리의식에 대한 태도와 생각을 알아보기 위한 질문입니다. 질문을 잘 읽고 여러분이 평소에 생각하는 것과 가장 가까운 것을 골라 ○표 하여 주십시오.

문 항 내 용	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	보통 이다	대체로 그렇다	항상 그렇다
1. 기업 소유주가 필요에 따라 기업의 자산을 개인적으로 사용하는 것은 자본주의 사회에서 별로 문제될 것이 없다.					
2. 기업주가 자식에게 기업을 물려주거나, 아는 사람을 위주로 채용하는 것은 잘못된 일이다.					
3. 기업은 경영에 근로자를 참여시키거나 경영 내용을 공개해야 할 필요가 있다.					
4. 경쟁이 치열한 상황에서 기업이 고객 확보를 위해서 어느 정도 과대광고를 하는 것은 불가피하다.					
5. 기업이 판매 가격을 미리 정하지 않고, 사람을 봐가면서 가격을 다르게 적용해도 된다.					
6. 현재 중소기업의 인력난을 감안하여 외국인 노동자를 채용할 경우, 그들에 대한 불공정한 대우는 불가피하며 사회적으로도 이에 대해서 일정한 정도 눈감아 줘야 한다.					
7. 직원이 회사의 물건을 집으로 가져가거나, 회사의 공금을 잠시 사용해도 된다.					
8. 기업은 종업원에게 안전하고 쾌적한 작업장을 제공해야 한다.					
9. 기업은 자유롭고 창의적으로 일할 수 있는 분위기를 제공해야 한다.					
10. 기업은 우리 사회의 불우이웃 돕기에 앞장서야 한다.					
11. 기업은 협력업체 및 경쟁업체와 투명하고 공정하게 거래해야 한다.					
12. 기업은 자기지역의 발전을 위해 금전적으로 기여를 해야 한다.					
13. 공장의 공해방지 시설비가 벌금보다 더 많이 든다면 차라리 벌금을 내는 것이 낫다.					

문 항 내 용	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	보통 이다	대체로 그렇다	항상 그렇다
14. 기업이 기술개발로 얻는 이윤보다 부동산에 투자해서 얻는 이윤이 더 크다면, 부동산에 투자를 해도 된다.					
15. 현실적으로 기업을 잘 경영해나가기 위해서는, 특정 정치인이나 공무원에게 로비를 하거나 뇌물을 줄 수도 있다.					
16. 기업을 경영하다보면 비자금이 반드시 필요하므로, 다소간의 불법이 있더라도 비자금을 조세해놓을 필요가 있다.					
17. 보안이 필요한 정보는 사전 허가나 승인 없이 외부에 유출해서는 안 된다.					
18. 기업의 상황에 따라 종업원들의 임금을 삭감하거나, 일시적으로 중단할 수 있다.					
19. 기업은 좋은 제품을 생산하기 위해 혁신과 연구개발을 지속적으로 해야 한다.					
20. 기업은 퇴직 연금제도, 건강관리, 보육시설, 휴양 시설 설립 등과 같은 종업원의 복지를 위해 힘써야 한다.					
21. 종업원이 회사 일을 하다 산업재해를 당했을 경우, 기업은 보상을 넘어서 기업은 종업원과 그 가족의 생계를 끝까지 책임져야 한다.					
22. 기업은 종업원의 애로사항이나 불만을 적극적으로 해결해 주어야 한다.					
23. 외부의 투자를 유치하기 위해, 기업의 실적을 부풀리는 것은 경영 전략상 할 수 있는 일이다.					
24. 하청업체가 납품을 하도록 해 준 대가로 금품을 준다면 받아도 된다.					
25. 기업은 장학금 지급, 도서관 등의 학교 시설 확충, 연구비 지원 등 교육·학술 분야에 지원해야 한다.					
26. 기업은 이윤이 희생되더라도 고객만족을 위한 경영을 해야 한다.					
27. 기업은 예술이나 문화 활동을 적극적으로 지원해야 한다.					

문항내용	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	보통이다	대체로 그렇다	항상 그렇다
28. 기업은 홍수와 지진 같은 자연재해가 발생했을 때 이재민을 위한 성금을 내야 한다.					

다음은 중·고등학교 사회/경제 교과서의 기업관련 내용 파악 정도를 알아보기 위한 문제입니다. 자세히 읽어보시고 정답이라고 생각하는 것에 ○표하여 주십시오.

1. 다음 중 시장 경제에서 공정 경쟁이 이루어지기 위한 조건을 바르게 설명한 것은?

- ① 경쟁 절차의 투명성을 보장한다.
- ② 경품이나 사은품 제공을 장려한다.
- ③ 각 시장마다 진입 장벽을 확고히 세운다.
- ④ 대기업을 통해 다양한 상품을 안정적으로 공급한다.
- ⑤ 불필요한 경쟁을 막기 위해 정보를 공개하지 않는다.

2. 과도한 사익 추구로 인한 다음과 같은 문제점들을 해결하는 데 도움이 될 수 없는 것은?

과도한 사익 추구는 빈부 격차의 심화와 같은 사회적 갈등을 심화시킬 수 있으며, 환경 오염등과 같은 경제적 비능률을 발생시킬 수 있다.

- ① 개인의 경제적 자유 확대
- ② 합리적인 제도의 규칙을 통한 제도
- ③ 능력에 따른 공정하고 합리적인 경쟁 유도
- ④ 개인 이익과 공익을 함께 생각하는 자세 확립
- ⑤ 다른 사람의 이익을 함께 생각하는 공동체 의식 강화

3. 다음과 같은 목적을 가진 법률이 규제하는 내용이 아닌 것은?

공정하고 자유로운 경쟁을 촉진함으로써 창의적인 기업 활동을 조장하고, 소비자를 보호함과 아울러 국민 경제의 균형 있는 발전을 도모함을 목적으로 한다.

- ① 제품에 대한 정보나 지식을 잘못 전달하는 허위·과장 광고
- ② 하나의 공급자가 시장을 장악하여 가격을 조절할 수 있는 경우
- ③ 생산비를 절감하여 경쟁 회사의 상품보다 낮은 가격으로 판매하는 행위
- ④ 경쟁 기업끼리 가격 및 품질에 대한 합의를 하여 경쟁을 제한하는 담합 행위
- ⑤ 특정 상품을 대량으로 매입한 뒤 가격 상승 후 판매하여 폭리를 취하는 매점매석

4. 다음 중 비윤리적인 기업행동의 사례로 적절하지 않은 것은?

- ① 정경유착 ② 환경오염 ③ 불공정 마케팅
- ④ 근로자임금체불 ⑤ 경제적 효율성 저하

5. 다음 교사의 질문에 대해 적절하게 답변한 학생을 <보기> 에서 모두 고른 것은?

교사: 기업은 다양한 사회적 책임을 지고 있는데 기업의 자발적인 결정에 맡기기 어려운 경우, 정부는 기업의 사회적 책임 수행을 강제하기 위한 제도적 장치를 마련하기도 합니다. 우리나라에서 실시하고 있는 제도에는 어떤 것이 있을까요?

<보기>

갑: 지역 사회의 발전을 위하여 기업의 이윤 중 일부를 사회에 환원하도록 하고 있습니다.

을: 근로자들에게 쾌적한 작업 환경을 제공하기 위해 최소한의 근로 조건을 규정하고 있습니다.

병: 주주의 권익을 보호하기 위하여 매년 주가의 일정 비율 이상을 배당금으로 지급해야 합니다.

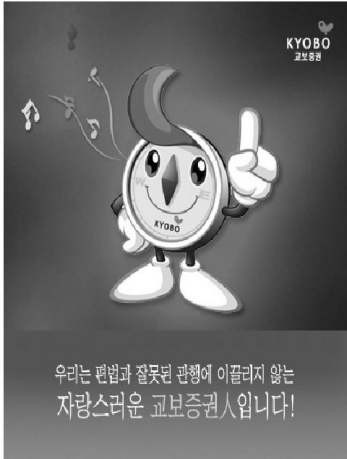
정: 제품의 결함으로 소비자의 피해가 우려될 경우 해당 제품에 대해 교환, 수리 등을 해 주도록 하고 있습니다.

- ① 갑, 을 ② 을, 정 ③ 병, 정
- ④ 갑, 을, 병 ⑤ 을, 병, 정

다음은 여러분의 경제적(금전적) 욕구를 알아보기 위한 질문입니다. 평소에 생각하는 것과 가장 가까운 것을 골라 ○표 하여 주십시오.

문항내용	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	보통이다	대체로 그렇다	항상 그렇다
1. 인생에서 가장 중요한 성취는 부자가 되는 것이라고 생각한다.					
2. 인생의 행복 중 많은 부분이 물질적 만족에서 비롯된다.					
3. 비싼 물건을 많이 가지는 것은 중요하다.					

아래 광고와 기사를 보시고 평소에 생각하는 것과 가장 가까운 것을 골라 ○표 하여 주십시오.



직원은퇴설계까지 챙기는 '가족친화경영'

●재조부대상 유한책임회계공공장

유한책임회계

국가의 대표격인 위생·건강용품 기업인 유한책임회계 대표이사 사장 김중민은 가족과 관련된 타사 제품 활용을 회계장 등을 생산 공급하고 있다. 유한책임회계는 국내 시장에서 선도적 역할을 하는 것은 물론 세계적 수준과 제형으로 중국·미국·일본 등 유한책임회계 40여개 고령제품을 수출함으로써 아시아의 선도적인 위생·건강용품 기업으로 거듭나고 있다. 인간 존중과 고객 만족, 사회적 책임을 중시하는 기업 가치로 인정받고 있는 유한책임회계는 평생학습을 기반으로 한 근무사생활을 지원하는 것(2시간-휴무 4일-이전 4일 근무)을 간-휴무 3일 및 교육·회의 순서대로 돌리는 근무시스템이다. 이 가운데 교육은 근로자의 전문성을 제고하는 직무교육 80%와 시교분리 및 일반 분사의 채용을 위한 교양교육 40%로 이뤄져 있다. 생산직 근로자의 경우 의무교육일이 44명 1.75일이며 정규 근무시간 외의 교육에 대한 선호과 근무수당을 지급하고 있다. (2시간-휴무 4일-이전 4일 근무)을 고연도 실시하고 있다. 탄력근로제도를 통해 야간 근무 시간을 활용할 수 있도록 회사가 직원 지원함으로써 사내에 자립적인 학습조직도 운영하고 있으며 경영팀 출신 사원이 평생학습에 시간을 투자하고 있다. 특히 생산·기술직 사원들은 평생학습 시스템을 통한 학습 기회를 활용하여 생산 프로세스를 면밀하게 이해하고 문제분석을 통한 해결 방안을 스스로

문항내용	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	보통이다	대체로 그렇다	항상 그렇다
1. 위의 광고는 기업의 상품을 소개하는 광고와 기사가 아니라 기업의 윤리성을 홍보하는 광고입니다. 이와 유사한 기업의 광고와 기사를 텔레비전, 신문, 인터넷을 통해 자주 접해 보았습니까?					
2. 텔레비전, 신문, 인터넷을 통해 위와 비슷한 기업 윤리를 홍보하는 기사나 광고를 접했을 때 관심 있게 보는 편입니까?					
3. 위와 같은 기업의 윤리를 홍보하는 광고나 기사를 접했을 때 기업이 윤리적으로 활동해야 한다고 느끼십니까?					

다음은 여러분의 기업에 대한 인식을 알아보기 위한 질문입니다. 평소에 생각하는 것과 가장 가까운 것을 골라 ○표 하여 주십시오.

문항내용	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	보통이다	대체로 그렇다	항상 그렇다
1. 나는 우리나라 기업의 정경유착(정치계와 경제계가 서로 자신의 이익을 얻으려고 관계를 맺음)이 높은 편이라고 생각한다.					
2. 나는 우리나라 기업이 분식회계(기업이 재정 상태나 경영 실적을 실제보다 좋게 보이게 할 목적으로 부당한 방법으로 자산이나 이익을 부풀리는 것) 등 비 윤리경영을 한다고 생각한다.					
3. 나는 우리나라 기업이 경영권세습 등의 족벌경영을 한다고 생각한다.					
4. 나는 우리나라 기업이 근로자의 희생을 강요하는 것 같다.					
5. 나는 우리나라 기업이 문어발식 확장(기업이 다양한 분야로 진출하여 무분별하게 세력을 확장시키는 것)을 해 왔다고 생각한다.					

다음은 여러분의 자유 시장 경제에 대한 인식태도를 알아보기 위한 질문입니다. 평소에 생각하는 것과 가장 가까운 것을 골라 ○표 하여 주십시오.

문 항 내 용	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	보통 이다	대체로 그렇다	항상 그렇다
1. 자유 시장경제는 효율적인 체계이다.					
2. 자유 시장경제에서는 자신들이 노력한 만큼 그에 상응하는 수입을 얻게 된다.					
3. 판매자와 구매자가 서로 동의하는 가격은 공정한 가격이다.					