

# IPA 분석을 활용한 민간 기업 및 공공 기관 종업원, 직업훈련원의 교육훈련생의 기업 윤리 핵심가치의 중요성 및 요구도 분석

Analysis of the importance and educational needs of business ethics core values of private companies and public institutions employees, trainees in vocational education training center utilizing Importance-Performance analysis

조은상(영문)\*\* · 김봄이(영문)\*\*\*

## ABSTRACT

This study implemented surveys to the employees of private company and public institution and the trainees of vocational training institutes in order to investigate the importance and educational needs of business ethics core values. The survey results were analyzed by utilizing IPA analysis so that appropriate curricula could be designed consistent with a goal of a variety of organizations in implementing ethical education programs. Research results showed that there were differences between private corporations and public institutions in the visions, strategies and goals. Furthermore, the perceived importance and educational needs for the core value were found to be dissimilar among private employees, public employees and vocational education center trainees. As to the core values which need an intensive education, public institution was found to be highest(14), followed by vocational training institutes(8), then private company (2). Regarding the core values which need a selective education, private company was highest(13), followed by public institution (10), and then vocational training institutes(3). As to the core values which need either intensive education or selective education, public institution was highest(24), followed by private company (15), and then vocational training institutes(11).

This study can be a basis for conducting a business ethics education program efficiently while gaining favor with board of directors by analyzing the educational needs for ethical education programs. However, the analysis of ethical management vision, goals, and business needs CEO pursues needs to be complemented through a delphi study or interview. Further, if integration were done for ethical management and core values of business ethics by benchmarking advanced business ethics programs, more effective business ethics program would be developed.

Key word: IPA analysis, business ethics, education needs, core values

\* 한국직업능력개발원 연구위원

\*\* 한국직업능력개발원 부연구위원

## I. 서론

오늘날 기업윤리는 도덕적 선택 사항이 아닌 기업 생존을 위한 경쟁력을 결정하는 필수적인 경영전략의 하나가 되었다. 공정경쟁을 추구하는 전 세계적인 추세가 기업이 단순한 이윤추구에서 벗어나 기업 스스로 윤리문제에 관심을 기울이지 않을 수 없게 만들고 있는 것이다. 특히 기업 내 종업원들은 다양한 의사결정 상황에서 도덕적 선택을 경험하게 되며, 기업 내 종업원의 개인 윤리의식은 기업의 의사결정 과정에 영향을 미치는 중요한 요인이 될 수 있다. 따라서 기업윤리가 기업 현장에서 뿌리를 내리기 위해서는 우선 제도적인 장치가 마련되어 기업 내·외 부패의 소지를 막아야 하며, 나아가 기업 종업원의 도덕 및 윤리적 무장을 위한 교육의 중요성이 제기된다(박헌준 외 1996; 이원우 외 2005). 하지만 기업윤리교육의 중요성을 언급하면서도 구체적으로 어떻게 기업 내에 기업윤리교육을 도입하여 효율적으로 가르칠 것인가에 대해서는 뚜렷한 제안이 없는 실정이다.

윤리를 작업장에서 가르칠 수 있느냐의 문제는 그동안 논쟁의 주제가 되어왔다(Cragg, 1997). 업무 상황에서 발생하는 상황에 대해 종업원 개인이 윤리적 판단을 하기는 쉽지 않다. 이러한 이유 때문에 기업 내 의사결정 과정에서 종업원 개인이 상황을 이해하고 결정하는데 필요한 근거를 제시하기 위해 기업윤리 교육이 필요한 것이다. 실제로 Stevens(1999)는 기업윤리와 관련된 교육훈련 및 오리엔테이션 프로그램이 윤리적 학습의 근원이 됨을 확인하여 줌으로써 기업윤리 교육의 효과성에 대한 긍정적인 측면을 보여주고 있다.

우리나라의 경우 윤리경영 정착을 위해 민간기업의 74%, 공공기관의 64%가 기업윤리교육을 실시하고 있다. 하지만 민간기업의 경우 39%, 공공기관의 경우 27%만이 기업윤리교육을 위한 별도의 조직을 두고 있으며, 민간기업의 28% 및 공공기관의 10%만이 독립적인 교육프로그램을 운영하고 있는 실정이다. 특히 민간기업의 30%, 공공기관 종업원의 45%만이 현재 시행되고 있는 기업윤리교육에 만족하고 있는 것으로 나타나, 보다 체계적이고 효과적인 윤리교육의 필요성이 제기되고 있다(조은상, 2002).

효과적인 기업윤리교육이 되기 위해서는 기업윤리의 가치를 파악하는 것이 일차적으로 중요하다고 할 수 있다. 따라서 윤리교육의 첫 걸음은 기업의 윤리교육을 위한 윤리강령 채택이며, 윤리강령은 종업원들이 직관적으로 무엇을 해야 할지 알고 그에 따라 행동을 할 수 있게 하는 역할을 한다. 즉 기업윤리강령이 기업문화의 일부가 될 때 조직 내의 가치, 규범 및 충성심 등이 종업원의 행동을 형성시키게 되는 것이다. 따라서 기업윤리강령은 종업원이 필요로 하는 가치를 명확하게 구분하고 반영할 수 있어야 한다(Badaracco & Ellsworth, 1989; Gill, 2012; Stevens, 1999).

한국 기업윤리의 핵심가치를 파악하기 위하여 조은상(2003)은 문헌고찰을 통하여 한국의 전통적 상업윤리, 근대적 윤리, 서구 자본주의 윤리 및 세계화 시대의 윤리의 핵심가치를

추출하였다. 이후 이를 바탕으로 민간기업 및 공공기관 종업원의 설문자료를 토대로 요인분석을 실시하여 기업의 핵심가치를 재분류하였다. 이에 따라 기업윤리 핵심가치는 전통적 덕목, 현대적 덕목, 사회적 책임관련 덕목 및 세계화 관련 덕목으로 재분류되었으며, 이를 기반으로 민간기업 및 공공기관의 교육요구를 분석하였다. 그러나 네 가지 기업윤리 핵심가치 요인에 대한 종업원의 교육요구를 실증분석한 조은상(2003)의 연구는 핵심가치에 대한 종업원의 단순한 교육요구 정도만을 분석하고 있는 한계를 지니고 있다. 한편 Jelovac, van der Wal, and Jelovac (2011)은 슬로베니아와 네덜란드의 공공기관 및 민간기업의 기업윤리 핵심 가치에 대한 중요성 분석을 통해 새로운 EU국과 전통적 EU국의 기업핵심가치 및 공공기관 및 민간기업의 핵심가치를 비교분석하였다.

이 연구에서는 전통적 사회와 근대사회를 거쳐 글로벌 사회로 진입을 경험한 한국의 민간기업, 공공기관 및 직업훈련생을 대상으로 기업윤리 핵심가치에 대한 중요성 및 교육요구에 대한 IPA 분석을 활용함으로써 어떠한 핵심가치에 대해 보다 집중적으로 기업윤리 교육을 할 것인지, 소극적으로 관리할 것인지, 선택적으로 교육을 할 것인지 혹은 단순히 유지하고 관리만 할 것인지에 대한 보다 심층적인 분석을 함으로써 기업윤리교육에 대한 구체적인 방향 및 시사점을 제시하고자 한다.

즉 기업윤리교육에 직면한 다양한 역할에 대한 보다 타당한 이해를 위해서는 현재 기업윤리 교육을 받고 있는 종업원들이 가지고 있는 기업윤리 교육 역할에 대한 중요도 그리고 기업윤리 진행 과정에서 요구되는 핵심 가치 등의 다양한 요인에 대한 종합적인 분석이 필요하다. 이 연구는 기업윤리 교육의 역할 강화를 위해 기업 윤리 핵심 가치의 중요도 및 교육요구의 관점에서 기업윤리교육의 역할 이해 및 공감대를 형성하고자 한다. 더불어 기업윤리 교육 본연의 역할 강화에 필요한 기초자료와 우선으로 개발해야 할 것에 관한 의사결정의 기초자료를 제공하는 데 목적이 있다.

## II. 이론적 배경

### 1. 기업윤리의 개념과 성격

윤리란 일반적으로 ‘상이한 사회 구성원들 사이의 상호작용을 통하여 형성된 특정한 도의적 가치’로서 행동이나 사고의 옳고 그름을 가늠해주는 행동규범의 척도라고 볼 수 있다(신유근, 1986). 이러한 측면에서 기업윤리란 기업 경영 상황에서 기업의 행동과 태도의 옳고 그름을 가늠하여 기업과 사회가 바람직한 방향으로 나아가게 하는 규범으로, 기업 활동과 관련되면서도 도덕적으로 복잡하게 상충되는 문제들을 기업 차원에서 해결하기 위하여 개

인의 가치관을 적용하는 도의적 기준이다(Rax, 1994).

일반적으로 사회에서 받아들여지는 사회윤리를 기업에 적용한 기업윤리는 기업과 직접 관련이 없는 사회문제까지도 포괄적으로 다루는 경우가 일반적이다. 따라서 윤리의 의미를 이러한 거시적 입장에서 이해한다면 기업윤리 역시 기업이 그들의 사회적 책임을 수행하는데 있어서 보다 적극적이고 주체적인 의식을 갖고서 주주, 종업원, 소비자, 거래자, 지역 사회와 같은 직접적 이해관계 집단을 넘어서서 기업경영과 직접 관련이 없는 일반 대중이나 일반적인 사회적 분야에까지 넓은 관심을 보여야 한다. 따라서 기업윤리는 사회적 요구와 기대를 민감하게 받아들여 보다 적극적인 의사결정과 사회참여를 수행해야 한다는 가치 지향적인 성격을 띤 개념으로 정의될 수 있겠다(Cadbury, 1987).

## 2. 기업윤리의 필요성

재벌기업의 부패, 뇌물공여, 부실공사, 환경파괴, 불투명한 회계 및 오너 중심의 지배구조가 사회적 이슈로 대두되면서부터 본격적으로 시작된 기업윤리에 대한 관심은 대·내외적인 기업환경의 변화, 기업 활동에 대한 일반인들의 높아진 의식에 따라 국내 기업 활동의 변화를 요구하고 있다(노광표·이명규, 2007). 기업윤리를 기반으로 한 윤리경영은 이제 존경받는 기업 판단의 핵심 기준이 되고 있으며, 기업의 지속적 안위와 성장을 위한 필수 요인으로 부각되고 있다. 그렇기 때문에 기업윤리를 시민사회 차원의 규제로 인식하던 기업들의 수동적 인식이 기업윤리를 경영의 핵심 전략으로 활용하여야 한다는 인식으로 전환되고 있다. 특히 주목해야 할 점은 시장에서 나타나는 기업에 대한 다양한 이해관계자들의 신뢰는 기업의 매출, 호감도, 브랜드 파워, 명성 등 유·무형의 자산 가치 증대에 기여하며, 기업윤리를 기반으로 한 윤리경영은 이러한 신뢰와 거래비용을 줄이는 효과적인 수단이 될 수 있다. 즉 기업윤리 경영은 신뢰 형성을 위한 하나의 신호가 될 수 있으며, 이 신호를 통해 형성된 믿을 수 있는 좋은 기업이라는 이미지는 상품시장과 투자시장에서 수요자의 기업에 대한 가치 평가를 높이게 될 것이다(권순원 외, 2011).

특히 기업의 윤리적 건강을 유지함으로써 비윤리적 기업행위에 대한 예방을 하기 위해서는 기업 내 종업원의 인격을 강화하고 지원해야 하며 그 수단이 될 수 있는 것이 직장 내 기업윤리교육이다. 바람직한 기업 내 윤리교육은 궁극적으로 기업 내 윤리적 경영문화 정착에 기여하며 내부종업원의 근무태도에 영향을 미쳐 생산성향상, 품질제고, 고객만족과 가치증대와 같은 총체적 품질경영(total quality management)을 가능케 함으로써 기업의 경쟁력을 높여줄 것이다(김진한 외, 2007; 조은상, 2002).

### 3. 기업윤리 교육의 현황

우리나라에서는 아직도 기업윤리의 교육 내용과 대상 선정 등에 대한 논의가 부족하다(박헌준·이제구, 1996). 길대환(2008)에 의하면 조사 대상 20개 기업중 19개 기업이 윤리교육을 실시하고 있지만 온라인 교육이 14곳, 집합교육을 하고 있는 곳은 3곳, 블랜디드 러닝을 하고 있는 곳이 2곳이며 HRD 담당자를 대상으로는 단 한 곳만이 직접적인 교육 프로그램을 실시하고 있으며 16개 기업의 경우는 상급자가 하급자를 대상으로 상황에 따라 윤리교육을 실시하고 있다고 한다. 이처럼 우리 기업윤리 교육의 가장 큰 문제는 교육이 인지적 추론과 능력에 국한되어 이루어진다는 점이다(Gilbert, 1992). 국내외 기업의 윤리교육 사례에 대한 탐색적 연구를 통해서 김용식(2006, p.235)은 국내 기업들은 윤리경영의 도입배경 및 윤리경영추세, 자사의 윤리강령 및 접대 및 향응, 이해관계상충, 금품수수 등 실천지침을 중심으로 교육을 하고 있다고 말한다. 즉, 기업윤리 교육의 내용이 구체적인 윤리 판단의 상황에 적용되기 보다는 기업의 윤리적 사고와 문제들에 대한 사례 제시를 통해 특정한 문제유형에 대한 적응적 윤리행동을 유도하는데 그치고 있다. 따라서 피교육자들은 기업윤리에 대한 관심이나 교육을 통한 이익이 없으며 이를 배우지 않음으로써 입는 손실도 없는 문제를 가지고 있다(권순백, 2003).

지식의 기계적 주입이 아닌 피학습자 스스로 중요하다고 생각하는 내용과 원하는 바를 가르치지 않는다면 의미 없는 학습이 될 수 밖에 없다. 실제로 Ausbel(1978)은 유의미한 학습이 되기 위해서는 학습의 내면화와 배운 것을 의미있게 수용하여 적용하는 과정이 필요하다고 주장한다. 우리나라의 일방적이고 통합적인 기업윤리 교육 시행의 문제를 해결하기 위하여 기업 관리자들은 기업윤리 교육 각 영역별 가치에 관심을 가지고 고민하여 교육과정을 개발할 필요가 있으며, 종업원의 의견을 중심으로 한 기업윤리 교육으로 틀을 새롭게 짜야한다.

### 4. 기업윤리 교육 핵심가치에 대한 논의

#### 4.1 기업 윤리 교육의 가치

다양한 사회제도의 일부인 기업의 윤리 경영을 위한 다양한 핵심가치들은 결국 사회 윤리와 연결된다. 윤리교육의 본질인 윤리적 가치는 사회의 질서와 건강성 유지를 위한 규준적 사고와 행위를 위한 토대로 볼 수 있으며, 이 토대를 기반으로 한 윤리교육은 국가나 사회 차원의 도덕적 기준을 바탕으로 의식, 태도 및 행동을 결정하는 인간 본성을 학습하는 것이다. 기업윤리 또한 사회 전반적인 윤리기준에 의거하고 있으며 기업 및 기업가들을 평

가하는 기준이 된다. 윤리적 가치는 국가, 지역, 집단 등 한 사회가 가지고 있는 성향이나 문화, 가치관을 반영하며 그 사회가 처한 환경 및 시대상황 또한 영향을 미친다. 때문에 사회의 문화적 전통 및 역사에 의해 다양하고 차별적인 덕목이 존재하게 된다. 가치판별에 있어 보편적으로 수용되고 있는 광범위한 잣대와는 별개로 각 국가 문화마다 사회적 특수성이 존재한다. 이러한 특수성은 해당사회에서 사회적으로 용납할 수 있는 가치기준에 결정적인 영향을 미치고 있기 때문에 기업윤리 또한 국가별, 문화별로 특수성을 가진다. 윤리적 가치관은 해당 사회나 시대적 상황에 따라 차이가 존재하기 때문에 윤리적 기준이란 한 사회에서 전반적으로 공유되고 있는 윤리가치에 근거한다고 볼 수 있다. 따라서 기업의 윤리경영은 보편일률적인 것이 아닌 일차적으로 해당 사회가 규정하는 윤리적 가치에 근거한다 하겠다(김성수, 2000; 박헌준 외 1996; 이원우 외 2005; 조은상, 2002).

하지만 각각 목적을 달리하는 기업별 다양한 교육훈련기관의 윤리교육 프로그램도 비록 기관의 특성에 따른 종교적·정치적·이상적·사회적 측면의 설립 목적에 부합하는 다양한 가치교육을 지향하지만, 근본적으로는 인간 본연의 도덕적 덕목에 기초한다(길대환, 2008). 이는 윤리경영을 위한 교육이 기업을 특수한 독립 조직으로 한정하는 것이 아니라, 사회 전체의 건강성 유지와 연관되어 있음을 암시한다. 따라서 기업윤리교육의 핵심적 가치는 일반적인 윤리적 덕목을 기반으로 기업 고유의 개별성을 반영하여, 일반적 윤리 덕목의 서열과는 다른 위계를 가진 가치로 규정하여야 할 필요가 있다. 이에 따라 이 연구는 기업의 윤리경영 교육에 필수적이라고 판단되는 핵심가치를 전통적 상업윤리, 근대적 윤리, 서구자본주의 윤리 및 세계화 시대의 윤리로 나누어 살펴보고 그 핵심 덕목을 추출하였다(조은상, 2002).

#### 4.2 핵심가치에 대한 분류

이 절에서는 기업윤리의 핵심가치를 파악하고자 한다. 조은상(2002)은 문헌고찰을 통하여 기업윤리 핵심가치를 전통적 상업윤리, 근대적 윤리, 서구자본주의 윤리 및 세계화 시대의 윤리로 나누었으며 조은상(2003)의 연구에서는 기업윤리의 핵심가치들의 성격적 분류를 하기 위해 요인분석을 실시하였다. 요인분석에 의하여 윤리교육의 핵심가치는 전통적 덕목, 현대적 덕목, 사회적 책임 관련 덕목 및 세계화 관련 덕목으로 분류되었다. 전통적 상업윤리와 전통적 덕목은 대체로 유사하나, 요인분석에 의한 현대적 덕목, 사회적 책임관련 덕목 및 세계화 관련 덕목들은 문헌고찰에 의한 근대적 윤리, 서구자본주의 윤리 및 세계화 시대의 윤리와는 차별화된 새로운 틀로 재구조화되었다고 볼 수 있다. 이를 비교하여 정리하면 아래의 표와 같다.

〈표 1〉 문헌 고찰 및 요인분석에 의한 기업윤리 핵심가치 비교표

문헌고찰에 의한 분류	핵심가치	요인분석에 의한 분류	핵심가치
<b>전통적 상업윤리</b>	소명의식/천직관, 성실성, 애국적 직업관, 인간 중심 경영/인재양성, 신용 및 검소	<b>전통적 덕목</b>	검소/절약, 신용, 절제/중용, 정직/청렴성, 소명의식, 이타/봉사정신, 협조성/팀워크, 인간중심/인재양성
<b>근대적 윤리</b>	정직/성실, 검소/절약, 이타정신, 맡은 분야에서 최고 되기, 협동/단결	<b>현대적 덕목</b>	비전 형성/실행능력, 변화 대응력/유연성, 일의 즐거움, 긍정적/낙천적 사고, 시간관리, 전문가/장인정신, 고객/소비자 만족, 성과보상, 조직에 대한 책임
<b>서구 자본주의 윤리</b>	물질적인 부, 소명의식, 검소/절약, 절제/중용, 완벽주의, 준법정신	<b>사회적 책임 관련 덕목</b>	성실 납세, 준법정신, 이윤의 사회환원, 정보공개의 투명성, 환경/생명존중, 사회봉사/사회책임, 정보유지/관리, 공정거래/경쟁
<b>세계화 시대의 윤리</b>	타문화 이해, 글로벌 에티켓, 환경 및 생명 존중, 개방적 사고 및 판단, 변화 대응력/유연성, 일의 즐거움, 성과보상, 긍정적/낙천적 사고, 시간관리, 공정거래 및 경쟁, 비전 형성 및 실행능력, 사회적 책임, 정보유지/관리, 이윤의 사회환원, 사회봉사 및 성실납세	<b>세계화 관련 덕목</b>	타문화 이해, 글로벌 에티켓, 개방적 사고 및 판단

자료: 조은상(2003), p. 164에서 재인용

이 연구에서 핵심가치는 중요한 부분을 차지하므로 이 절에서는 요인분석에 의한 분류를 제시하고 이에 따른 논리를 제시하고 이후 이러한 분류에 따라 데이터를 IPA 분석을 활용하여 제시하고자 한다.

#### 4.2.1 전통적 덕목

한국의 전통적 덕목의 핵심가치로 검소/절약, 신용, 절제/중용, 정직/청렴성, 소명의식, 이타/봉사정신, 협조성/팀워크, 인간중심/인재양성으로 분류되었는 바 이는 한국 전통사회의 가장 큰 특징인 집단주의적 성향, 공동체적 문화에 기초하고 있다고 볼 수 있다. 전통사회는 그 특성상 자원이 풍부하지 않음으로써 검소와 절약은 기본적인 미덕에 속한다. 한국의 집단주의는 기본적으로 혈연중심, 가족중심의 우리의식에 기인하므로 상호간의 신용, 협조성과 팀워크를 중심으로 이뤄진다고 볼 수 있으며 협동을 통해 집단적 합리성과 효율성을 추구하였다고 말할 수 있다. 따라서 집단 전체의 이익이 개인의 이익에 우선된다고 볼 수 있으며 공동체를 위한 이타정신과 봉사정신이 강조된다고 볼 수 있다. 그러므로 개인이 집단과 별개로 혼자만의 이익을 취하는 것은 한국의 전통적 문화의 관점에서는 대단히 부정

적인 행동이 된다. 이러한 공동체적인 문화를 기반으로 한 사회에서는 한 개별 기업 또는 기업인이 사회전체 또는 자신이 속한 집단 및 조직의 이익을 무시하고 개인의 이익을 극대화하려는 행동이 쉽게 용납되지 않는다. 반면 전통적인 집단주의에 의해 소속 집단 또는 사회 전체의 이익을 내세운 행동은 비교적 쉽게 받아들여진다(윤대혁, 2004).

한국 전통사회의 또 다른 특징은 유교적 사상을 바탕으로 물질 그 자체보다는 정직과 청렴 등의 의식적이고 사상적인 부분을 강조하고 있다는 것이다. 그 결과 유교 사상이 중시하는 절제와 중용이 한국인의 전통적 덕목에 내재되어 있다고 볼 수 있다. 또 돈을 버는 것 그 자체 보다는 돈을 버는 이유와 방법, 목적, 그리고 추후 돈의 사용 방법 등에 의해 경영활동의 정당성을 평가받게 되는 풍조가 있다. 즉, 얼마나 정당한 방법으로 이익을 창출했으며 그것이 사회에 어떠한 순기능을 하느냐가 중요하다. 이러한 특성들을 배경으로 한국의 전통적 덕목은 소명의식, 천직관으로 대표되는 우리나라의 전통적 직업의식에 기반하고 있다(양창삼, 1993; 유석춘 외, 2005; 장삼현, 1998). 소명의식은 자신이 가진 직업에 대해 그것을 하늘이 내린 천직이라 여기고 맡은 일에 희생하며 최선을 다하는 것을 의미하며 천직관은 이와 일맥상통하는 가치관이다. 직업 종사를 하늘의 뜻이라 여기는 천직관에 따라 주어진 일에 전력을 다하는 소명의식은 이러한 의식적인 몰입과 노력에 따라 자연스레 종업원으로 하여금 성실한 태도를 가지도록 하였다. 때문에 소명의식과 천직관에 따르면 종업원들은 주어진 일에 한평생 성실하게 일을 하며 이러한 성실한 업무에 따른 결과 자연스럽게 전문성을 얻게 되었고, 그 결과 인간중심 인재양성의 기반이 되었다고 말할 수 있다. 이러한 측면에서 이 연구는 한국의 전통적 덕목의 핵심가치로 검소/절약, 신용, 절제/중용, 정직/청렴성, 소명의식, 이타/봉사정신, 협조성/팀워크, 인간중심/인재양성을 설정하였다(조은상, 2003).

#### 4.2.2 현대적 덕목

현대적인 덕목은 비전 형성/실행능력, 변화 대응력/유연성, 일의 즐거움, 긍정적/낙천적 사고, 시간관리, 전문가/장인정신, 고객/소비자 만족, 성과보상, 조직에 대한 책임을 포함한다.

현대적 덕목을 이해하기 위해서는 먼저 이에 영향을 크게 미친 서구 자본주의와 서구 자본주의에서 시장과 기업, 그리고 개인이 추구하고자 하는 가치를 이해할 필요가 있다. 서구 자본주의에서는 한국의 전통적 사회에서 나타나는 집단주의와는 달리 개인적인 경향이 강하며 합리성이 중시되었다. 기업 및 기업가는 자유 시장경제 체제에서 정당한 경쟁과 합리적인 방법으로 자신의 이익을 극대화하는 것이 자연스럽게 수용되고 있다. 개인이 합법적으로 추구한 개인적인 영리와 부에 대해 윤리적으로 정당성을 얻을 수 있는 것이다(윤대혁, 2004). 이러한 합리적 관점과 성과 중심적 가치는 근대와 현대사회에 들어서며 동양에도 전



해졌고 그로 인해 성과창출의 원천이 되는 비전이나 실행능력, 전문성, 성과에 대한 보상 등이 중요한 가치로 떠올랐으며 급변하는 환경에서 합리적이고 유연한 사고가 강조되면서 유연성과 변화에 대한 대응력, 시간관리 능력 등이 강조되었다.

또한 현대사회로 접어들며 근대의 성장만을 강조하던 시대를 지나 경제가 어느 정도 성장세에 오르며 그 전에는 미처 중시하지 못했던 개인의 즐거움, 여가, 정신적인 웰빙, 서비스 정신이 중요한 가치로 부상하였다. 전통적, 근대적 사회에서는 일이 생계의 수단만으로 중시되었던 반면 현대에는 일이 개인의 자아실현과 연결되며 일에서 느끼는 즐거움이 중요한 가치가 되었으며 이에 수반되는 긍정적이고 낙천적인 사고 또한 중요한 덕목이 되었다. 그리고 서비스 산업에서도 기존의 기능적인 측면과 더불어 친절함과 같은 고객만족의 측면이 중요한 요소로 부각되고 있다. 또한 조직의 한 부품이 아닌 소속감과 자부심을 가지는 것이 일의 즐거움에 더불어 높은 가치로 평가되고 있으며 이에 조직에 대한 책임 또한 중요한 덕목으로 여겨지고 있다(권순백, 2003; 노광표 외, 2007).

#### 4.2.3 사회적 책임 관련 덕목

사회적 책임 관련 덕목으로는 성실 납세, 준법정신, 이윤의 사회 환원, 정보공개의 투명성, 환경/생명존중, 사회봉사/사회책임, 정보유지/관리, 공정거래/경쟁으로 분류된다. 현대사회로 접어들며 기업에게 단순히 이익을 창출하고 경제에 기여하는 역할뿐만 아니라 사회적 책임, 공정한 경쟁 등을 하여 타의 모범이 되고 사회에 환원할 수 있는 역할이 추가적으로 요구되게 되었다.

기업이 사회에서 자신들의 이익을 창출하며 존립함에 따라 이에 대해 그 사회에 소속된 기업 및 기업가의 법적인 책임인 성실한 납세, 준법정신 등이 사회적 책임 관련 덕목으로 부각되었다. 법적인 측면과 더불어 사회에 대한 환원, 사회적 책임도 강조되고 있는데 이는 기업들이 사회에서 얻은 이윤을 사회에 돌려주어야 한다는 인식이 높아진 것에 기인한다. 이와 관련하여 사회적 책임활동과 봉사활동 등이 주요 덕목이 되었다. 또한 최근 환경에 대한 인식이 확대되고 환경 보호의 중요성에 대한 목소리가 높아짐에 따라 기업들이 이에 앞장서야 한다는 생각이 확대되었다. 기업들의 이산화탄소 배출의 문제나 동물실험, 폐수처리 등의 문제에 관심이 높아졌으며 이것을 줄이려는 노력 없이 환경오염 및 동물학대 등을 행하는 기업에 대해 비도덕적인 평가를 내리고 이에 따라 불매운동 등을 하는 사회적 분위기도 확산되었다(김성수, 2000; 박헌준 외 1996).

최근의 경영환경은 기존의 대량생산, 표준화된 시스템, 단순한 생산구조에서 벗어나 더욱 다양하고 개성이 강하며 변화가 빠른 양상을 나타내고 있다. 기존의 산업사회에서 정보사회로 변화하였으며 그러한 변화에 따라 산업의 구조 및 기업의 가치관 또한 변화하였고 기업 윤리 또한 필연적으로 변화하고 있다. 그 중 가장 큰 변화는 정보화 사회에서 정보의 홍수

속에서 신뢰성과 정확성, 그리고 저작권의 문제가 대두되었다는 것이다. 그리고 이러한 정보를 제공하는 제공자와 관리하는 관리자, 배포자에게도 그에 합당한 윤리성이 요구되게 되었다(조은상, 2003). 그리고 현대 사회가 최근 산업사회에서 정보사회로 변화함에 따라 넘쳐나는 정보와 관련하여 기업이 지켜야 할 윤리 또한 기업윤리의 사회적 책임 관련 덕목이 되었다. 정보의 양이 많아지고 교류가 활발해지며 정보의 신뢰성, 정보 제공자의 저작권, 정보 불평등 등의 문제에 대한 관심이 높아졌다. 이에 따라 기업은 우선적으로 자신들의 정보를 투명하고 진실하게 공개해야 하며 기업에서 보유하고 있는 정보의 보안과 정보의 업데이트 및 유지, 관리에도 신경을 써야 한다(길대환, 2008).

#### 4.2.4 세계화 관련 덕목

세계화 관련 덕목으로는 타문화 이해, 글로벌 에티켓, 개방적 사고 및 판단을 포함한다. 세계화 사회에 접어들며 기업은 더 이상 한 사회, 한 지역, 한 국가에 국한되어 활동하는 개체가 아니며 국가와 사회를 넘나들고 서로 협력 및 교류하며 다른 민족, 다른 국가의 사람들을 고객으로 하는 활동을 하게 되었다. 이에 따라 문화적 상대성이 강조되고 있으며 다른 문화에 대한 이해능력과 노력이 중요한 덕목이 되었다.

또한 세계화로 인해 무한경쟁시장이 도래함에 따라 경쟁에서의 공정성이 중요한 이슈로 떠올랐으며 전 세계적으로 환경과 인권에 관한 문제들도 과거에 비해 크게 주목받고 있다. 정보의 홍수와 보다 넓어진 시장, 다양한 경쟁 환경 속에서 사회 질서를 유지하고 지속가능한 경영활동을 이어가기 위한 의식의 전환이 일어났으며 이러한 사회적 변화는 기업윤리에도 여실히 반영되어 기업들이 기업 활동에서 지켜야 할 글로벌 에티켓들이 중요한 덕목이 되었다. 기업들은 자신들이 세계적으로 에티켓을 준수하며 절차적, 결과적 윤리성을 지키고 있으며 환경과 사회에 기여하고 있음을 알려 존립의 정당성을 인정받아야 하는 것이다 (권순백, 2003).

그리고 기업들이 교류하는 상대의 문화적, 국가적 배경이 다양해짐에 따라 기업들은 자신들의 협력업체, 고객 및 소비자, 하청업체, 그리고 종업원들까지 모든 관계의 대상들이 서로 다른 다양한 환경과 가치관을 가지고 있다(김영신 외 2011)는 것을 인지해야 했고 이에 발을 맞추어 개방적인 사고, 열린 판단 등도 중요한 덕목이 되었다.

### 5. 기업윤리 교육 중요성 및 요구도 인식 분석의 필요성

선행연구들은 현재의 상태(as it is)와 미래의 바라는 상태 또는 이루어지기 원하는 상태(what should be) 사이에서 생겨나는 차이로 정의되는 교육요구(Borich, 1980)를 분석함으로써, 기업윤리 교육 역할에 대한 교육계획 수립에 기초자료로 활용하여 왔다. 그러나 기업

윤리 교육 핵심 가치에 대한 중요도와 교육요구도는 일치하지 않을 수 있다는 측면에서, 전략적 윤리교육을 위한 우선순위를 정하는데 있어 교육요구도 단일 항목만을 활용하는 문제를 제기할 수 있다. 가령 교육요구도라는 단일 기준만을 고려하는 경우, 일반적으로 요구도가 높은 것부터 교육해야하는 것으로 판단할 수 있으나, 이로 인해 요구도가 다소 낮지만 중요도가 높은 핵심 가치를 간과한다면 이 또한 효율적이라 말할 수 없을 것이다.

따라서 이 연구는 기업윤리 교육의 핵심 가치에 대한 중요도와 그것이 얼마나 잘 요구되었느냐를 비교 분석하는 함으로써, 교육 가치의 상대적인 중요도와 요구도를 동시에 비교분석하여 교육의 필요성을 세부적으로 살펴볼 수 있다는데 의의가 있다(김영미 외, 2008). 즉 이 연구는 피교육자에게 만족스러운 교육을 제공하기 위하여 교육 핵심가치의 중요도 및 요구도를 이용자 스스로 평가하게 함으로써 각각의 가치들의 상대적인 중요도와 요구도를 동시에 비교분석하는 평가 기법을 활용하였다(변우희 외, 2002). 더불어 이 방법은 실무 담당자가 특별한 통계 분야에 대한 지식이 없어도 교육분야의 문제점과 개선의 우선순위를 판단하는데 매우 효과적이라 할 수 있다.

따라서 이 연구는 기업교육 핵심가치에 대한 중요도와 교육요구도에 대한 통합적 확인을 통해, 기업윤리 교육에 대한 요구를 기업들이 제대로 수행하고 있는지 심층적 고찰 및 점검을 하고자 한다. 이러한 방법은 기업윤리 교육의 질적 향상을 위한 모색에 기여할 수 있을 것으로 사료된다.

### III. 연구 방법

#### 1. 설문 조사

기업윤리 교육에 필요한 핵심가치가 무엇인가에 대해 문헌연구를 거친 다음에 핵심가치에 대한 요구를 설문을 통해 파악하고자 하였다. 이를 위하여 기업 연수원의 연수생 및 교육훈련생의 의견을 설문을 통해 조사하였다. 설문조사는 연구의 인적·물적 자원 제약에 따라 표집 대상의 일부분만을 대상으로 수행하였다. 민간 및 공공기관 종업원 설문의 표집 대상으로는 국내 모 대기업 연수원의 연수생을 대상으로 이뤄졌으며 직업훈련기관의 교육훈련생 설문조사는 국내 모 직업훈련원의 직업훈련생을 대상으로 이뤄졌다. 종업원 및 직업훈련생 모두 약 300명을 대상으로 설문조사가 실시되었다. 특히, 직업훈련생의 경우 미래의 기업 종업원으로 현재는 민간기업 혹은 공공기관에 취업하기 전이므로 해당 조직 문화의 영향을 받지 않은 상태이므로 해당 기업문화에 이미 적응한 종업원들과는 기업윤리에 대해 다른 견해를 보일 것으로 보여지기 때문에 비교연구를 위해 설문을 조사하였다.

표본집단 추출방법으로는 비확률 추출방법중 전체집단의 특성을 가장 잘 나타낼 것으로 판단되는 목적지향적 추출방법(purposive sampling)을 사용하였다. 이 방법은 기업윤리교육의 요구도와 중요성과 같은 문항처럼 설문을 통해 사람들의 가치판단에 주로 사용되고 있기 때문이다.

설문지의 내용은 윤리경영 교육, 기업윤리 교육과 관련된 문헌 및 자료의 분석을 통하여 1차 설문지 초안을 완성하였고 이후 전문가의 의견을 수렴하여 2차 설문지를 수정 보완하였다. 기업체의 교육담당자, 기업윤리 연수담당자, 리더십 교육 담당자, 윤리교육 전문가 10명을 대상으로 한 예비설문조사를 실시하여 설문내용을 보다 구체화하였다.

## 2. 분석 방법

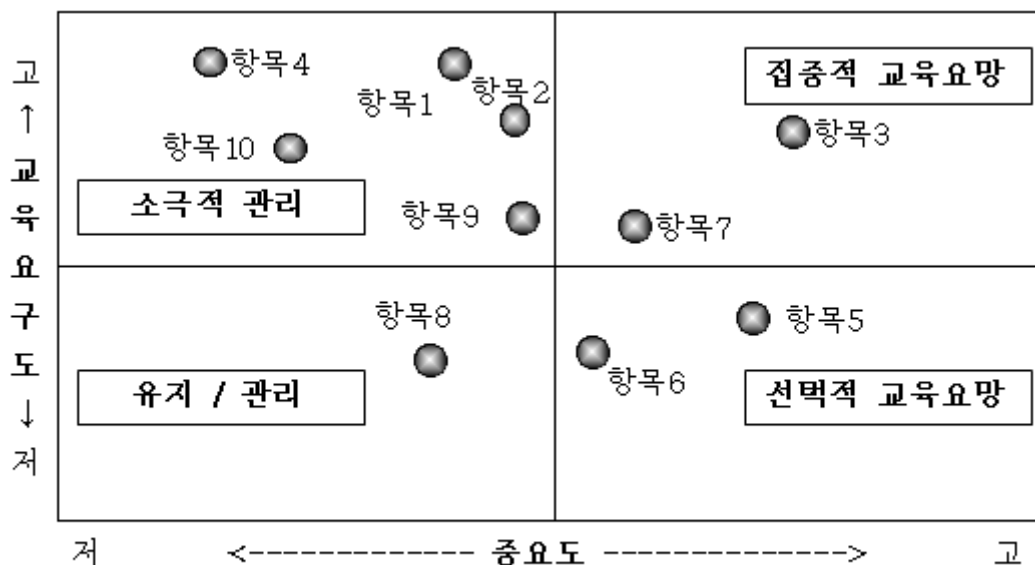
이 연구에서 사용한 분석 방법은 중요-성취도 분석인 IPA(Importance Performance Analysis: 이하 IPA) 연구기법이다. IPA는 Martilla & James(1997)의 연구에서 자동차 사업의 성취도를 분석하는데 이용되며 처음 소개되었으며 원래는 마케팅 분야에서 고객의 만족도를 분석하기 위하여 고안된 분석 기법이다(Hammitt, Bixler, & Noe, 1996; Martilla & James, 1977). IPA 기법은 어떠한 제품이나 서비스에 대해 그 중요도와 성취도의 두 측면을 매트릭스로 하여 두 축으로 두어 동시에 비교 분석하여 다차원적으로 대상을 살펴보는 기법이다. 이러한 두 가지 속성을 측정하고 그 평가결과를 4분할의 매트릭스로 나타내면 어떠한 항목들이 어느 위치에 있으며 어떤 역할을 하고 있고, 무엇이 필요한지 한눈에 파악하고 판단하기 용이하다. IPA는 본래 상품의 특성 및 서비스의 질 등을 평가하고 분석하는데 활용되었으나 최근에는 리더십, 역량 등을 파악하기 위한 도구로 활용되는 등 점차 그 활용범위가 확대되고 있다(김영미, 2008). IPA를 활용한 대부분의 연구들은 평균값을 기준으로 하여 활용하고 있다(O'Neill & Palmer, 2004). IPA는 중요도와 성취도에 대한 평균값의 차이를 이용하여 분석을 수행하기 때문에 그 효용성이 높으며 실무자들에게 용이한 해석을 제공할 수 있으며 연구자들에게는 직관적이고 다차원적인 함의를 제공하는 역할을 한다.

이 연구에서 논의하고 있는 기업윤리 교육 또한 교육의 측면에서 볼 때 기업에게 제공하는 서비스에 해당되며 이를 실무자들이 해석하기 용이하고 직관적인 방법으로 분석하는 것이 의미가 있다고 판단하였다. 이에 기존 두 가지 축이 기준이 된다는 관점에서 볼 때 IPA 분석이 적합한 분석 방법이라 판단하였고 이를 활용하여 윤리교육의 중요도-교육수요도의 축으로 분석을 시도하였다.

기업윤리 핵심가치 각 항목에 대하여 중요도 및 교육 요구도의 두 가지 측면에서 분석하기 위하여 핵심가치에 대한 중요도 및 교육 요구도와 관계로 2차원 축으로 도식화하였다. 이는 핵심가치의 중요도 및 교육 요구도에 대한 평균, 표준편차와 기술 통계에 한정된 분석을 제시하고 있는 조은상(2002)의 연구 및 요인분석을 통하여 요인별 교육요구를 제시하고

있는 조은상(2003)의 연구를 한 단계를 넘어서 핵심가치에 대한 중요도 및 교육요구를 동시에 분석함으로써 향후 지향하여야 할 전략적 기업윤리교육의 방향을 제시하기 위해서이다.

이 연구기법은 [그림 1]과 같이 중요도의 응답값을 X축에, 요구도의 응답값을 Y축으로 하여 4분면을 구분하고 측정된 중요도와 요구도의 좌표점을 그래프에 표시하여 그 의미를 해석한다. 즉, 핵심가치에 대한 중요도와 교육요구도가 모두 높은 항목인 경우는 집중적 교육이 요망되는 항목으로 분류하며, 중요도는 높으나 교육요구도가 낮은 항목인 경우는 선택적인 교육이 요망되는 항목으로 분류하였다. 다음으로 중요도는 낮으나, 교육요구도가 높은 경우는 현재의 교육요구수준에 대한 소극적 관리가 필요한 항목으로 분류하였으며, 마지막으로 핵심가치에 대한 중요도와 교육요구도가 모두 낮은 경우는 현재의 수준을 유지/관리해야 할 항목으로 분류하였다.



[그림 1] IPA 활용 분석모형

이 연구에서 사용한 위와 같은 분석 방법은 중요-성취도 분석인 IPA(Importance Performance Analysis: 이하 IPA) 연구기법이다. IPA는 Martilla&James(1997)의 연구에서 자동차 사업의 성취도를 분석하는데 이용되며 처음 소개되었으며 원래는 마케팅 분야에서 고객의 만족도를 분석하기 위하여 고안된 분석 기법이다(Hammitt, Bixler, & Noe, 1996; Martilla & James, 1977). IPA 기법은 어떠한 제품이나 서비스에 대해 그 중요도와 성취도의 두 측면을 매트릭스로 하여 두 축으로 두어 동시에 비교 분석하여 다차원적으로 대상을 살펴보는 기법이다. 이러한 두 가지 속성을 측정하고 그 평가결과를 4분할의 매트릭스로 나타내면 어떠한 항목들이 어느 위치에 있으며 어떤 역할을 하고 있고, 무엇이 필요한지 한눈

에 파악하고 판단하기 용이하다. IPA는 본래 상품의 특성 및 서비스의 질 등을 평가하고 분석하는데 활용되었으나 최근에는 리더십, 역량 등을 파악하기 위한 도구로 활용되는 등 점차 그 활용 범위가 확대되고 있다(김영미, 2008). IPA를 활용한 대부분의 연구들은 평균값을 기준축으로 하여 활용하고 있다(O'Neill & Palmer, 2004). IPA는 중요도와 성취도에 대한 평균값의 차이를 이용하여 분석을 수행하기 때문에 그 효용성이 높으며 실무자들에게 용이한 해석을 제공할 수 있으며 연구자들에게는 직관적이고 다차원적인 함의를 제공하는 역할을 한다.

이 연구에서 논의하고 있는 기업윤리 교육 또한 교육의 측면에서 볼 때 기업에게 제공하는 서비스에 해당되며 이를 실무자들이 해석하기 용이하고 직관적인 방법으로 분석하는 것이 의미가 있다고 판단하였다. 이에 기존 두 가지 축이 기준이 된다는 관점에서 볼 때 윤리 교육은 중요도-교육요구도의 축으로 평가 할 수 있을 것이라 판단하였고 IPA 분석이 적합한 분석 방법이라 판단하였고 이를 사용하였다.

〈표 2〉 IPA 모형 활용 분석시 각 분면과 의미

분면	의미	
1 => 집중적 교육요망	「중요도」 : 고(↑) 「교육요구도」: 고(↑)	중요도와 교육요구도가 모두 높은 항목으로 집중적 교육이 요망되는 항목
2 => 소극적 관리	「중요도」 : 저(↓) 「교육요구도」: 고(↑)	중요도는 낮으나, 교육요구도가 높으므로 현재의 교육요구수준에 대한 소극적 관리가 필요한 항목
3 => 유지 / 관리	「중요도」 : 저(↓) 「교육요구도」: 저(↓)	중요도와 교육요구도가 모두 낮은 것으로 현재의 수준을 「유지/관리」 해야할 항목
4 => 선택적 교육요망	「중요도」 : 고(↑) 「교육요구도」: 저(↓)	중요도는 높으나 교육요구도가 낮은 항목으로 선택적인 교육이 요망되는 항목

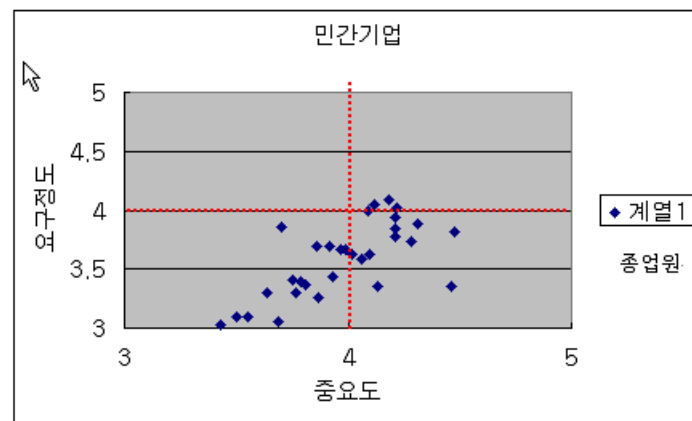
## IV. 연구 결과

### 1. 분석결과 및 해석

대기업 종업원, 공공기관의 종업원 및 직업훈련기관의 훈련생을 대상으로 한 설문을 중심으로 하여 대상에 따라 IPA(Importance Performance Analysis: 이하 IPA) 연구기법을 활용하여 교육 요구정도 및 중요도 두 가지 측면을 분석하였다. 설문은 리커트 5점 척도로 만들어 졌으며 대다수의 응답이 3점 이상으로 나타났다. 가로축은 중요도를 표시하고 있으며, 일반적인 응답값이 3점(보통)이상, 4점(중요하다)을 초과하고 있으며, 5점(매우 중요하다)에

는 못 미치고 있다. 세로축은 요구정도를 나타내고 있으며 3점(그저 그렇다)과 4점(대체로 필요하다)에 뭉쳐 있으며 5점(매우 필요하다)에는 중요도와 마찬가지로 훨씬 못 미치고 있다.

#### 4.1 민간 기업 종업원



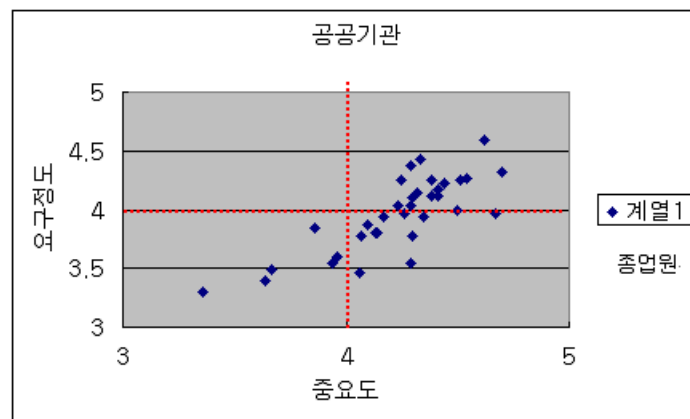
[그림 2] 민간기업 종업원에 대한 IPA모형 활용 분석

위의 IPA(Importance Performance Analysis: 이하 IPA) 연구기법을 활용하여 교육 요구 정도 및 중요도에 따라 민간기업 종업원에 대한 기업윤리 핵심가치를 살펴보면 아래와 같다. 제 1분면은 집중적 교육이 필요한 부분으로 민간기업 종업원으로부터 해당 교육이 중요하다(4.0)고 응답한 동시에 교육요구도 대체로 필요하다(4.0)고 응답을 받은 핵심가치는 비전 형성 및 실행 능력과 시간관리의 현대적 덕목 두 가지 뿐이다. 제 2분면은 소극적 관리에 해당되며 민간기업의 경우 이 부분에 해당되는 덕목이 없다. 제 3분면은 유지 및 관리에 해당되며 중요도 및 요구정도 모두가 낮은 덕목으로 검소/절약, 다른 지역/외국의 문화 이해, 물질적 부 강조, 소명의식, 네티켓(인터넷 남용 금지), 절제/중용, 이타정신/봉사정신, 완벽주의, 준법정신, 정보유지 및 관리, 이윤의 사회 환원, 사회봉사 및 사회적 책임, 성실납세, 정보공개 투명성, 글로벌 에티켓, 개방적 사고 및 판단, 성차별 금지, 긍정적/낙천적 사고를 들 수 있다. 제 4분면은 선택적 교육이 요망되는 부분으로 중요도는 높는데 비하여 교육요구가 상대적으로 낮은 덕목들이다. 민간기업 종업원의 경우 인간중심경영/인재양성, 신용, 협조성 및 팀워크, 분야의 최고되기, 정직 및 청렴성과 같은 전통적 덕목들 다섯 가지, 조직에 대한 책임, 전문가/장인정신, 변화대응능력/유연성, 성과보상, 일의 즐거움, 고객 및 소비자 만족, 지식의 공유와 같은 현대적 덕목들 일곱 가지, 환경 및 생명 존중, 공정거래 및 경

쟁과 같은 사회적 책임관련 덕목 두 가지를 들 수 있다.

#### 4.2 공공기관 종업원

공공기관 종업원의 경우 민간기업의 경우보다 중요도 및 교육요구가 모두 중시되는 핵심 가치가 훨씬 많은 것으로 나타났으며 이를 자세히 살펴보면 다음과 같다. 제 1분면은 집중적 교육을 나타내고 있으며 공공기관 종업원으로부터 교육의 중요성 및 교육요구도 모두 4.0 이상을 받은 핵심가치는 인간중심 경영/인재양성, 협조성 및 팀워크, 소명의식, 정직 및 청렴성이란 전통적 덕목 네 가지, 분야의 최고 되기, 지식의 공유, 조직에 대한 책임, 전문가/장인정신, 변화 대응능력/유연성, 비전 형성 및 실행 능력, 긍정적 낙천적 사고, 일의 즐거움, 시간관리, 고객 및 소비자 만족이란 현대적 덕목 열 가지, 그리고 사회봉사 및 사회적 책임 덕목 한 가지 및 개방적 사고 및 판단이라는 세계화 관련 덕목 한 가지가 속한다. 제 2분면은 소극적 관리를 나타내고 있으며 민간기업의 경우처럼 해당되는 덕목이 없다. 제 3분면은 유지 및 관리를 나타내는 부문으로 중요도 및 요구정도 모두가 낮은 덕목들이 포함되어 있다. 이들 덕목들로는 검소/절약, 절제/중용, 완벽주의, 물질적 부 강조, 다른 지역/외국의 문화 이해, 네티켓 (인터넷 남용 금지)의 여섯 가지 덕목들이 포함된다. 제 4분면은 선택적 교육요망을 나타내고 있으며 중요도는 높는데 비하여 교육요구가 상대적으로 낮은 덕목들을 말하고 있다. 이들 덕목들로서는 신용, 이타정신/봉사정신이라는 전통적 덕목 두 가지, 성과보상 및 성차별 금지라는 현대적 덕목 두 가지, 성실납세, 이윤의 사회 환원, 준법정신, 정보공개의 투명성, 환경/생명 존중, 공정거래/경쟁이라는 사회적 책임관련 덕목 여섯 가지, 글로벌 에티켓이란 세계화 관련 덕목 한 가지가 속한다.

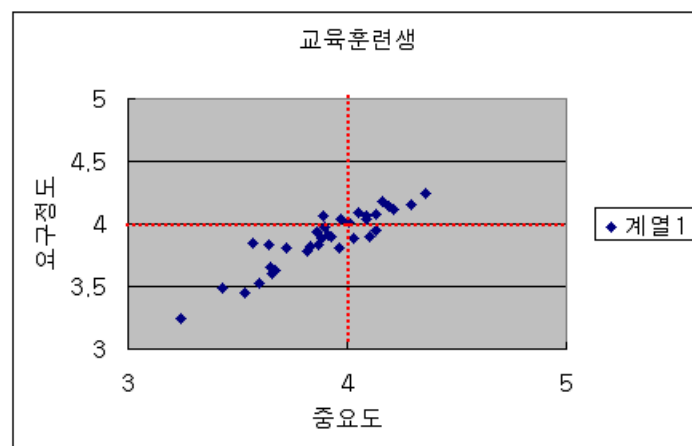


(그림 3) 공공 기관 종업원에 대한 IPA모형 활용 분석



### 4.3 직업훈련원의 교육훈련생

직업훈련원의 직업훈련생에 대한 포트폴리오 분석은 제 1분면 및 제 3분면에 핵심가치가 집중 분포되어 있지만 제 2분면 및 4분면에도 핵심가치가 포함되어 있다. 제 1분면의 집중적 교육을 받아야 할 부분을 보면 직업훈련원의 교육훈련생으로부터 교육의 중요성 및 교육요구도 모두 4.0 이상을 받은 핵심가치는 인간중심 경영/인재양성, 신용, 협조성 및 팀워크, 정직 및 청렴성이란 전통적 덕목 네 가지, 전문가/장인정신, 일의 즐거움, 시간 관리, 고객 및 소비자 만족의 현대적 덕목 네 가지를 들 수 있다. 제 2분면의 중요도는 낮으나 요구정도가 높은 소극적 관리 영역에는 검소/절약, 비전 형성과 실행 능력의 두 가지 항목이 포함되어 있다. 제 3분면의 유지 및 관리 영역은 중요도 및 요구정도 모두가 낮은 덕목으로서 물질적 부 강조, 소명의식, 절제/중용, 이타정신/봉사정신, 성과보상, 완벽주의의 전통적 덕목 관련 여섯 가지, 지식의 공유, 성차별 금지, 변화 대응능력/유연성이란 현대적 덕목 관련 세 가지, 준법정신, 정보유지 및 관리, 이윤의 사회환원, 사회봉사 및 사회적 책임, 성실납세, 정보공개/투명성의 사회적 책임관련 덕목 여섯 가지, 개방적 사고 및 판단, 글로벌 에티켓, 그리고 타지역/외국 문화의 이해란 세계화 관련 덕목 세 가지가 포함된다. 마지막으로, 제 4분면은 선택적 교육이 요망되는 영역으로 중요도는 높는데 비하여 교육요구가 상대적으로 낮은 덕목들이다. 이들 영역에는 긍정적/낙천적 사고라는 현대적 덕목 한 가지, 환경/생명 존중, 공정거래/경쟁이라는 사회적 책임관련 덕목 두 가지가 속한다.



(그림 4) 직업훈련원의 교육훈련생에 대한 IPA모형 활용 분석

#### 4.4 비교분석

IPA모형을 활용하여 분석한 민간기업 종업원, 공공기관 종업원 및 직업훈련원 훈련생의 세 가지 유형 집단별로 집중적인 교육 및 선택적인 교육을 중심으로 교육요구를 살펴보면 세 집단 모두에게 공통적으로 집중교육이 필요한 핵심가치는 시간관리이며, 선택교육이 필요한 핵심가치는 환경/생명 존중, 공정거래/경쟁이다.

다음으로 세 집단 공통으로 필요성을 보인 시간관리, 환경/생명 존중, 공정거래/경쟁 항목을 제외하고 두 집단씩 핵심가치 필요성을 비교해 보았다. 민간기업 및 공공기관의 경우 공통적으로 집중교육이 필요한 핵심가치는 비전 형성/실행 능력 및 시간관리이며, 공공기관 및 직업훈련원의 경우는 정직 및 청렴성, 협조성 및 팀워크, 인간중심 경영/인재 양성, 일의 즐거움, 시간 관리, 전문가/장인정신, 고객 및 소비자 만족도로 나타났다. 선택교육이 필요한 핵심가치는 민간기업과 공공기관의 경우, 신용과 성과보상으로 나타났다. 민간기업과 직업훈련원의 경우 공통적으로 집중교육이 필요한 핵심가치는 시간관리 이외에는 없으며 선택교육이 필요한 공통적인 핵심가치 또한 환경/생명존중, 공정거래/경쟁뿐인 것으로 나타났다.

민간기업의 경우 선택교육이 필요한 항목들이 집중교육이 필요한 항목에 비해 월등히 많았으며 특히 현대적 덕목에서 많이 나타났고 전통적덕목과 사회적책임 덕목이 뒤를 이었다. 공공기관의 경우 집중교육이 필요한 핵심가치 항목은 14개로 선택교육이 필요한 항목 10개에 비해 조금 더 많았다. 집중교육의 경우 현대적 덕목에 대한 수요가 집중적이었으며 선택교육의 경우 사회적 책임 덕목이 많았다. 직업훈련원의 경우 집중교육이 필요한 핵심가치 항목이 월등히 많았으며 선택교육이 필요한 항목들은 적었다. 집중교육의 경우 주로 현대적 덕목에서 가장 많았으며 전통적 덕목이 뒤를 이었다.

전체적으로 살펴보면 집중교육이 필요한 핵심가치 항목은 공공기관(14개)에서 가장 높게 나타났고 직업훈련원(8개)과 민간기업(2개) 순이었으며 선택적 교육이 필요한 핵심가치는 민간기업(13개)이 가장 많고 공공기관(10개)과 직업훈련원(3개) 순으로 뒤를 이었다. 집중교육과 선택적 교육을 통합적으로 보면 공공기관(24개)에서 교육이 필요한 항목이 가장 많이 나타났고 민간기업(15개)과 직업훈련원(11개) 순으로 나타났다.

위의 내용은 아래 <표 3>과 <표 4>에 제시되어있다.

&lt;표 3&gt; 대상별 집중교육 및 선택교육이 필요한 핵심 가치

	유형	핵심가치	민간기업 종업원	공공기관 종업원	직업훈련원 훈련생
집중 교육 이 필 요 한 핵 심 가 치	전통 적 덕목	검소/절약	-	-	-
		신용	-	-	●
		절제/중용	-	-	-
		정직/청렴성	-	●	●
		소명의식	-	●	-
		이타/봉사정신	-	-	-
		협조성/팀워크	-	●	●
	현대 적 덕목	인간중심/인재양성	-	●	●
		비전 형성/실행능력	-	●	-
		변화 대응력/유연성	-	●	-
		일의 즐거움	-	●	●
		긍정적/낙천적 사고	-	●	-
		시간관리	●	●	●
		전문가/장인정신	-	●	●
	사회 적 책 임 덕목	고객/소비자 만족	-	●	●
		성과보상	-	-	-
		조직에 대한 책임	-	●	-
		성실납세	-	-	-
		준법정신	-	-	-
		이윤의 사회환원	-	-	-
		정보공개/투명성	-	-	-
	세계 화 관 련 덕목	환경/생명존중	-	-	-
		사회봉사/사회책임	-	●	-
		정보유지/관리	-	-	-
		공정거래/경쟁	-	-	-
		타문화 이해	-	-	-
		글로벌 에티켓	-	-	-
		개방적 사고 및 판단	-	●	-

〈표 4〉 대상별 집중교육이 필요한 핵심 가치

	유형	핵심가치	민간기업 종업원	공공기관 종업원	직업훈련원 훈련생
선택 교육 이 필 요 한 핵 심 가 치	전통 적 덕목	검소/절약	-	-	-
		신용	●	●	-
		절제/중용	-	-	-
		정직/청렴성	●	-	-
		소명의식	-	-	-
		이타/봉사정신	-	●	-
		협조성/팀워크	●	-	-
	현대 적 덕목	인간중심/인재양성	●	-	-
		비전 형성/실행능력	●	-	-
		변화 대응력/유연성	●	-	-
		일의 즐거움	●	-	-
		긍정적/낙천적 사고	-	-	●
		시간관리	-	-	-
		전문가/장인정신	●	-	-
	사회 적 책임 덕목	고객/소비자 만족	●	-	-
		성과보상	●	●	-
		조직에 대한 책임	●	-	-
		성실납세	-	●	-
		준법정신	-	●	-
		이윤의 사회환원	-	●	-
		정보공개의 투명성	-	●	-
	세계 화 관련 덕목	환경/생명존중	●	●	●
		사회봉사/사회책임	-	-	-
		정보유지/관리	-	-	-
		공정거래/경쟁	●	●	●
		타문화 이해	-	-	-
		글로벌 에티켓	-	●	-
		개방적 사고 및 판단	-	-	-

## V. 결론 및 제언

기업의 윤리경영에 대한 필요성이 제기되고 있지만 여전히 일부 기업가들은 기업경영과 윤리는 별개의 영역으로 인식하고 있다. 윤리가 현실 세계에 적합하지 않다는 이러한 인식은 기업가들의 의도적 탈윤리 행위로 연결될 소지가 있다. 이러한 측면에서 기업윤리 교육의 핵심 과제 중 하나는 탈윤리적 경영상을 변화시켜 가는 것이라고 할 수 있다(최인철, 2002). 이를 위해 기업 내 윤리 경영 시스템을 구축하고, 윤리경영 활동 수행 여부와 관련하여 기업 내 인센티브를 제공하는 등의 제도 및 시스템 차원의 노력이 필요할 뿐만 아니라 우리나라의 문화적 토양에 맞는 기업윤리 덕목을 개발하여 이러한 덕목을 교육과정에 반영하려는 노력이 요구된다(이원우 외, 2005; 조은상, 2002).

실제로 그동안 윤리 교육훈련 요구에 대한 다양한 연구가 있었으나, 윤리교육의 중요성과 종업원의 교육에 대한 요구사항을 함께 분석한 연구가 드문 실정이며, 때문에 교육 행정가와 경영진의 교육 관련 전략적 선택에 많은 한계가 따랐다고 볼 수 있다. 이러한 측면에서 이 연구는 IPA 모형 분석을 활용하여 기업 윤리 교육 실행 과정에서 기업의 목적에 맞는 교육과정이 설계되도록 교육요구를 찾아내고 정보를 수집하였다. 또한 이를 통해 윤리교육 훈련 요구분석의 새로운 분석의 틀을 제시하였다고 볼 수 있다.

더 나아가 민간 기업의 종업원과 공공기관의 종업원은 그 특성상 기관이 추구하는 비전, 전략, 목표 등이 상이하므로 종업원이 중요시하는 핵심가치에 대한 의견도 상이하며, 교육 요구도 상이하다는 것을 밝혀내었다. 이러한 점에서 민간부문, 공공부문의 종업원 및 직업훈련생이 인지하는 기업윤리 핵심가치에 대한 비교는 그동안 인지되어온 핵심가치에 대한 차이를 명확하게 드러낼 뿐 아니라 민간 및 공공 부문의 종업원과 직업훈련생 뿐 아니라 다양한 전문직에 대한 미래지향적인 교육의 방향을 구체적으로 제시할 수 있었다(문용린, 2006). 결론적으로 이 연구는 교육훈련 요구분석을 통해 보다 효율적인 교육훈련 실행 및 경영진의 지원을 얻는 근간을 마련하였다는 측면에서 의의가 있다.

이 연구는 방법론적 측면에서도 중요한 함의를 가지는데 기업교육의 측면에서 IPA를 활용했다는 부분에서 큰 의의가 있다. IPA(Importance Performance Analysis) 연구기법은 주로 마케팅이나 실무적 관점에서 소비자 및 고객의 만족을 파악하는 방법으로 활용되어 왔는데 이는 IPA 연구기법이 매우 간단하지만 효율적이며 해석이 쉽고 효과적이기 때문이었다. 이 연구는 이러한 IPA 연구기법을 기업윤리교육에 활용함으로써 기업윤리에 대한 학문적 논의에서 더 나아가 실무적 활용성을 높이는데 기여하였다. 또한 IPA가 활용이 쉽고 현황파악과 비교, 대안제시가 용이하다는 점에서 매우 중요한 분석기법으로 여겨지고 있으며 사용분야 또한 점차 확대되고 있는 것을 감안하였을 때 이 연구는 기업윤리 또한 이러한 IPA의 효과를 적용할 수 있다는 것을 보여주고 있다.

이 연구에서 논의하고 있는 기업윤리 교육 또한 교육의 측면에서 볼 때 기업에게 제공하는 서비스에 해당되며 이를 실무자들이 해석하기 용이하고 직관적인 방법으로 분석하는 것이 의미가 있다고 판단하였다. 이에 기존 두 가지 축이 기준이 된다는 관점에서 볼 때 윤리 교육은 중요도-교육수요도의 축으로 평가 할 수 있을 것이라 판단하였고 IPA 분석이 적합한 분석 방법이라 판단하였고 이를 사용하였다.

이 연구는 기업윤리 교육의 중요성이 급부상하고 있는 세계화 시대에 한국 기업의 윤리 교육 지원과 기업 현장에서의 종업원들의 윤리의식 발전을 위한 자료로서의 활용 의미가 크다 하겠다. 특히 윤리교육 전반에 대한 중요도-요구도 분석을 실시함으로써 ‘중점 교육’이 필요한 항목을 밝혀 우선순위를 정하였다. 특히 민간기업 및 공공기관의 경우 중시하는 핵심가치가 국가별로도 다를 것으로 여겨지기 때문에 한국의 경우도 민간기업과 공공기관으로 차별화한 기업윤리 교육을 위한 실질적인 기초 자료로서도 활용도가 높을 것이다 (Jelovac, van der Wal and Jelovac, 2011). 직업훈련생은 대학교의 기업윤리 수강생과 마찬가지로 미래의 기업 종업원으로 미래의 윤리경영과 기업윤리가치를 좌우한다고 할 수 있다(Gill, 2012).

민간기업 종업원, 공공기관 종업원 및 직업훈련원 훈련생의 세 가지 유형 집단 모두에게 공통적으로 집중교육이 필요한 핵심가치는 시간관리이며, 선택교육이 필요한 핵심가치는 환경/생명 존중, 공정거래/경쟁으로 나타났는데, 이는 장시간 노동에 시달리는 한국의 경우 효율적인 시간관리로 근무시간의 효율적 사용이 필요함을 시사한다고 보인다. 특히, 환경/생명 존중의 가치는 민간기업, 공공기업 및 직업훈련생 모두가 인지하고 있는 중요한 기업윤리 덕목으로 나타나 현장에서의 교육이 필요하다고 여겨진다. 또한 공정거래/경쟁의 가치는 기업윤리의 근간이 되며 기업운영시 매우 중요한 역할을 하는 가치로 보인다. 공정거래가 작동하지 않는 경우 갑을관계에서 갑의 횡포로 피해를 보는 다수의 을이 발생하며 이로 인해 법적 소송 등 큰 비용이 소요되므로 사전에 경영진 및 종업원 모두 이에 대한 교육이 요구된다.

민간기업 종사자의 경우 시간관리의 덕목에만 집중적 교육이 필요한 것으로 나타났다. 그 외에는, 인간중심/인재양성, 비전 형성/실행 능력, 변화 대응력/유연성, 일의 즐거움, 전문가/장인 정신이란 현대적 덕목에 대한 교육, 신용, 정직/청렴성, 협조성/팀워크란 전통적 덕목에 대한 교육, 고객/소비자 만족, 성과보상, 조직에 대한 책임이란 사회적 책임관련 덕목에 대한 교육이 선택교육이 필요한 기업윤리 프로그램의 핵심가치로 교육시킬 필요가 있다고 여겨진다.

공공기관 종사자의 경우 집중교육이 필요한 분야로 인간중심/인재양성, 비전 형성/실행 능력, 변화 대응력/유연성, 일의 즐거움, 시간관리, 전문가/장인 정신이란 현대적 덕목에 대한 교육, 정직/청렴성, 소명의식, 협조성/팀워크의 덕목에 대한 전통적 덕목에 대한 교육, 고객/소비자 만족, 조직에 대한 책임이란 사회적 책임관련 덕목, 사회봉사/사회책임, 개방적

사고 및 판단이란 세계화 관련 덕목에 대한 교육이 집중교육이 필요하므로 이에 대한 프로그램 개발과 더불어 교육이 절실한 실정이다. 선택교육이 필요한 가치로는 성과보상, 성실납세, 준법정신, 이윤의 사회환원, 정보공개의 투명성이란 사회적 책임 덕목, 신용과 이타/봉사정신이란 전통적 덕목을 들 수 있다. 이처럼 공공기관 종사자의 경우 거의 대부분의 항목에 대하여 교육이 필요한 것으로 나타나 이에 대한 보다 광범위한 연구와 더불어 관련 기업윤리교육 프로그램의 개발이 요구된다.

직업훈련생의 경우도 집중교육이 필요한 가치로는 공공기관 종사자와 유사한 모습을 보인다. 집중교육이 필요한 분야로 인간중심/인재양성, 일의 즐거움, 시간관리, 전문가/장인 정신이란 현대적 덕목에 대한 교육, 신용, 정직/청렴성, 협조성/팀워크이란 전통적 덕목에 대한 교육, 그리고 고객/소비자 만족이란 사회적 책임관련 덕목에 대해 기업윤리 교육이 필요하며 이에 대한 기업교육 프로그램 개발이 요구된다.

이 연구는 2003년 수집한 자료를 토대로 새로운 분석기법인 IPA를 활용하여 기업윤리 교육의 전반적 영역과 가치 항목에 대해 살펴보고자 한 관계로 각 가치에 따른 분석과 각 영역별 집중적인 분석을 하지 못한 한계와 아쉬움이 있다. 예를 들면, 성실납세에 대한 교육이 공공기관 종사자보다 민간기업 종사자들에게 더 중요할 수 있는 여지가 있다. 이러한 분석결과에 대한 해석은 추후 핵심가치에 대한 질적인 연구 혹은 보다 포괄적인 표본조사를 통해 좀 더 보완해야 할 것으로 여겨진다. 더 나아가 기업윤리교육 요구분석 과정에서 경영진의 지원 및 요구를 반영하지 못한 한계를 지니고 있다. 기본적으로 교육훈련 요구는 종사자 및 관리자의 의견을 반영하기 때문에 리더로서 기업의 CEO 및 기관장이 추구하고자 하는 윤리경영 비전, 목표 및 비즈니스 니즈에 대한 분석이 별도로 보완될 필요가 있다(김성수, 2005). 향후 델파이연구나 면담 등을 통하여 이들 CEO 혹은 기관장들의 사업 방향과 교육 요구를 보완할 필요가 있다. 전세계적으로 윤리경영이 확산되고 있는 실정을 감안하여 앞으로 해외 선진 기업의 기업윤리 함양을 위한 프로그램 등을 벤치마킹하여 윤리교육의 핵심 가치 측면에 대한 논의를 확장시킬 필요가 있다. 이처럼 다양한 경로를 통하여 윤리경영과 기업윤리 핵심가치와의 정합을 시도한다면 기업의 공유가치와 기업문화가 내재화될 수 있는 효과적인 프로그램이 개발될 것으로 사료된다. 이 연구가 기업윤리 교육의 질적 향상을 위한 참고 자료가 되었으면 하는 바람이다.

## 참고문헌

- 권순백 (2003). 21세기 기업 경영자 양성을 위한 효과적 기업윤리 교육에 관한 연구, 경영교육연구, 32, p.29-56.
- 권순원 · 권혜원 · 위경우(2011). 기업의 사회적책임(CSR)과 사회책임투자(SRI)를 위한 선별지표 연구, 경영교육연구, 26(1), p.319-342.
- 길대환 (2008). HRD 윤리에 대한 이론적 고찰 및 국내 기업체 HRD 윤리 교육 실태분석, 산업교육연구 제 16호, The Journal of Training and Development, 3월호, p.29-51.
- 김성수 (2005). 리더십 성공학, 삼영사.
- 김영미 외. (2008). 중요도 실행도 분석을 이용한 호텔 부서별 근무자가 갖추어야 할 역량 평가, 관광레저연구, 20(4), p.199-219.
- 김영신 · 고혁진 (2011). 글로벌 시대 윤리경영과 기업의 사회적 책임에 관한 연구, 윤리교육연구 제26집, p.22.
- 김용식(2006). 국내외 기업의 윤리교육체계 비교에 관한 탐색적 연구, 직업능력개발연구, 제9권(2), p.217-243.
- 김진한 조정호 (2007). HRD 기업윤리교육의 발전방향 탐색, Andragogy Today, Interdisciplinary Journal of Adult & Continuing Education. Vol.10 No.1, p.165-191.
- 노광표 · 이명규 (2007). 기업의 사회적 책임 CSR, 노동사회연구소.
- 문용린 외 공역 (2006). 윤리경영시대의 전문직업인의 윤리발달과 교육, James Rest 외 편저. 학지사.
- 박헌준 · 이제구 (1996). 기업윤리에 대한 연구방법론 탐구, 경영학연구, 25(3), p.247-283.
- 변우희 외. (2002). 백제 문화권 관광발전을 위한 가치 평가와 대응전략, 관광레저연구, 14(2), p.25-46.
- 새마을운동중앙본부(2001). 21C 새마을 교육의 발전방향. 새마을운동 31주년 세미나.
- 새마을운동중앙연수원(2001). 2001년도 새마을교육 결과보고.
- 송재범 · 김현수(2001). 디지털 시대의 직업윤리, 인간사랑 학술총서, 119.
- 신유근 (1986). 기업과 사회, 경문사.
- 양창삼 (1993). 다산 정약용의 경영 사상에 관한 연구, 산업경영연구, 제4권, p.59-91.
- 유석춘 · 최우영 · 왕혜숙 (2005). 유교윤리와 한국 자본주의 정신, 한국사회학 제39집 6호, p.52-86.
- 윤대혁 (2004). 기업윤리성의 판별기준에 관한 연구, 인적자원관리연구, 8(2), pp.237-263.
- 이원우 지은실(2005). 한국기업의 윤리경영 특성 및 실천현황에 대한 연구, 사회과학논총, 제 8집, p. 285-310. 숭실대학교 사회과학연구원.
- 장삼현 (1998). 직업생활과 윤리, 학문사.
- 조은상 (2002). 기업윤리 확립을 위한 교육적 과제 탐색, 한국직업능력개발원.
- 조은상 (2003). 한국 기업윤리 핵심가치의 요인별 교육요구에 대한 실증적 연구 -민간기업과 공공기관  
의 중업원을 중심으로- 한국인사관리연구. 27(2).
- 조은상 · 이상우 (2002). 21세기의 인재상과 인적자원개발. 한국기업경영학회.
- 최인철 (2002). 「윤리경영」의 선진사례와 도입방안. 삼성경제연구소.
- SK C&C 윤리경영팀 (2010). SK C&C의 윤리경영 실천 매커니즘: 공유가치와 기업문화에 기반한 윤리경영 내재화, <윤리경영연구> 12권 1호, 2010.



- Ausbel, D. P. (1978) *Euducation and Psychology*, NY: Holt, Rinehart and Winston.
- Badaracco, J. L. & R. R. Ellsworth. (1989), *Leadership and the Quest for integrity*. Harvard Business School Press, Boston.
- Borich, G. (1980), A needs assesment model for conducting follow-up studies, *Journal of Teacher Education*, 31(1), p.39-42.
- Cadbury, S. L. (1987), *Ethical Managers Make Their Own Rules*. Harvard Business Review.
- Cragg, W. (1997), *Teaching Business Ethics: The Role of Ethics in Business and in Business Education*, *Journal of Business Ethics*, 16(3), p.231-245.
- Gilbert, J. T. (1992), *Teaching Business Ethics: What, Why, Who, Where, and When*, *Journal of Education for Business*, Sep/Oct, p.5-8.
- Gill, L. (2012). *Systemic Action Research for Ethics Students: Curbing Unethical Business Behaviour by Addressing Core Values in Next Generation Corporates*, *Systemic Practice and Action Research*, 25(5). p.371-391.
- Hammit, W. E., Bixler, R. D., and Noe, F. P. (1996). *Going beyond Important Performance Analysis to Analyze the Observance-Influence of Park Impacts*. *Journal of Park and Recreation Administration*, 14(1), 45-62.
- Jelovac, D., van der Wal, Z. and Jelovac, A. (2011). *Business and Governmant Ethics in the "New" and "Old" EU:An Empirical Account of Public-Private Value Congruence in Slovenia and the Netherlands*. *Journal of Business Ethics* 103: p.127-141.
- Martilla, J., & James, J. C. (1977). *Importance-Performance Analysis*. *Journal ofMarketing*, 41(1), 13-17.
- O'Neill, M. A., & Palmer, A. (2004). *Importance-Performance Analysis: A useful tool for directing continuous quality improvement in higher education*. *Quality Assurance in Education*, 12(1), 39-52.
- Stevens, B. (1999), *Communicating Ethical Values: A Study of Employee Perceptions*, *Journal of Business Ethics*, 20(2), p.113-120.
- Rax, J. (1994), *Ethics in the Public Domain: Essays in the Morality of Law and Politics*. Oxford University Press.

투고일자 : 2015. 09. 02

수정일자 : 2015. 09. 29

게재일자 : 2015. 09. 30

<국문초록>

IPA 분석을 활용한 민간 기업 및 공공 기관 종업원, 직업훈련원의  
교육훈련생의 기업 윤리 핵심가치의 중요성 및 요구도 분석

조은상 · 김봄이

이 연구는 기업 윤리 핵심가치의 중요성 및 교육요구를 탐색하기 위하여 민간기업, 공공기관, 그리고 직업훈련원을 대상으로 한 설문조사를 실시하였다. 기업 윤리 교육 실행 과정에서 다양한 기관의 목적에 맞는 교육과정이 설계되도록 IPA 분석을 통해 설문조사 결과를 분석하였다. 민간 기업의 종업원, 공공기관의 종업원 그리고 직업훈련원의 교육생은 그 특성상 기관이 추구하는 비전, 전략, 목표 등이 상이하므로 종업원이 중요시하는 핵심가치에 대한 의견도 상이하며, 교육 요구도 상이하다는 것을 밝혀내었다. 집중교육이 필요한 기업 윤리 핵심가치 항목은 공공기관(14개)에서 가장 높게 나타났고 직업훈련원(8개)과 민간기업(2개) 순이었으며 선택적 교육이 필요한 핵심가치는 민간기업(13개)이 가장 많고 공공기관(10개)과 직업훈련원(3개) 순으로 뒤를 이었다. 집중교육과 선택적 교육을 통합적으로 보면 공공기관(24개)에서 교육이 필요한 항목이 가장 많이 나타났고 민간기업(15개)과 직업훈련원(11개) 순으로 나타났다.

이 연구는 기업윤리 핵심가치에 대한 IPA분석을 활용하여 보다 효율적인 교육훈련 실행 및 경영진의 지원을 얻는 근간을 마련하였다는 측면에서 의의가 있다. 하지만 기업의 CEO 및 기관장이 추구하고자 하는 윤리경영 비전, 목표 및 비즈니스 니즈에 대한 분석이 델파이 연구나 면담 등을 통하여 보완할 필요가 있다. 해외 선진 기업의 기업윤리 함양을 위한 프로그램 등을 벤치마킹하여 윤리경영과 기업윤리 핵심가치와의 정합을 시도한다면 보다 효과적인 기업윤리 프로그램이 개발될 것으로 사료된다.

주제어: IPA 분석, 기업윤리, 교육요구, 핵심가치