

## 한정화

본회 연구위원. 한양대 경영학과 교수.

이 글은 1991년 2월 제7회 기록학술발표회에서 발표되었던 것을 정리한 것이다.

# 성경적 기업윤리

## 1. 서론

오늘날 자본주의 사회에 있어서 기업에 대한 인식과 평가는 매우 다양하다. 일찌기 드러커(Drucker)는 인류가 絶對貧困의 상태에서 벗어날 수 있는 가능성을 갖게된 것은 20세기 기업의 성공적인 역할 때문이라고 말한 바 있다.<sup>1)</sup> 우리나라의 경우도 지난 수십년간 경제성장과정에서 기업의 역할에 대해서는 대체로 긍정적인 평가를 하고 있다.<sup>2)</sup>

그러나 기업을 둘러싼 노사문제, 소비자 문제, 공해문제, 독과점문제 등은 기업에 대한 거센 대중의 비판을 불러 일으키고 있다. 우리나라의 경우도 80년대를 지나오면서 기업에 대한 사회적 비판의 강도가 높아져 왔다.<sup>3)</sup>

이러한 가운데 기업에 대한 사람들의 견해는 대단히 분열적이고 극단

1) Peter F. Drucker, Management: Tasks, Responsibilities, Practices, 1973.

2) 조선일보, 1989.4.29. 여론조사에 의하면 응답자의 84.3%가 대기업이 경제발전에 기여하였다고 보고 있다.

3) 신유근, 한정화, "한국기업의 사회참여활동", 전국경제인연합회 경제사회개발원, 1990. pp. 47-105

적인 양상을 보이고 있다. 찬사와 비난이 혼재된 가운데, 70년대에 重工業立國의 기수로 성가를 높이던 어느 대기업이 80년대에 노조탄압의 기수로 매도되어 화염병 세례를 받게 되는 형국이다. 이러한 기업에 대한 분열적 평가는 그리스도인에게도 나타나고 있다. 20세기의 기업을 인간의 탐욕과 죄가 번성하는 바벨탑으로 매도하거나, 기껏해야 필요악 정도로 치부하는 경향이 있는가 하면, 한편으로는 사업의 성공을 하나님의 축복으로 보기도 하며 복음전파에 있어서 기업의 기여를 높이 평가하는 경향도 있다.

따라서 이러한 상황에서 살아가는 그리스도인들에게 있어서 기업은 매우 미묘하고 심각한 논의의 대상이다. 특히 기업을 경영하거나 기업에 종사하는 신자들에게 있어서는 기업은 신앙의 윤리성 면에서 아주 자주 걸림돌이 되고 있다. 그리스도인 사업가는 부패한 시장으로 인하여 좌절을 경험하게 되기 쉽다. 그리스도 안에 있는 새로운 피조물로서 하나님을 섬기고 그를 기쁘게 하는 삶을 살아야 함에도 불구하고 사업의 성공을 거두기 위하여 정당하지 못한 수단을 쓰게 되는 자기모순에 처하게 된다. 성경적인 가르침은 '네가 대접받고 싶은대로 남을 먼저 대접하라'라는 것이지만 시장에서는 '다른 사람이 네게 하기 전에 네가 먼저 그들에게 선수를 쳐라'라는 마키아벨리적 속삭임이 항상 귓가에 들려온다. 따라서 그리스도인 사업가는 바울의 탄식처럼 선을 행하기 원하는 나에게 악이 함께 하는 곤고한 자신의 모습을 발견하게 되는 것이다. 이러한 고뇌는 사업을 하는 사람뿐만 아니라 기업에 속해있는 그리스도인들에게도 절실한 문제이다. 향락주의, 찰나주의, 이기주의적인 세속사회의 조직풍토 속에서 어찌할 바를 몰라 고민하는 많은 그리스도인들이 있다.<sup>1)</sup>

본고에서는 이러한 고민에 대한 성경의 가르침을 찾아보고자 하는 것이다. 이를 위하여 다음과 같은 몇 가지 질문을 통하여 이 문제를 다루어 보고자 한다. 오늘날의 현실에서 그리스도인들은 기업의 문제를 어떻게 이해하고 대응하여야 할 것인가? 기업에 대한 성경의 가르침을 제대로 이해하

1) [빛과 소금](1990. 10.)에 "크리스찬 직장인의 고뇌와 갈등"이라는 특집에서 이 문제에 대하여 상세히 다루고 있다.

고 있는가? 많은 그리스도인들이 왜 세상에서 빛과 소금의 삶을 살아야 한다는 근본적인 가르침을 받고서도 기업의 현실적인 문제에 직면해서는 당황하며 비틀거리는 사람들이 많은가? 기업현장에 있는 그리스도인의 고뇌에 대해서 오늘날 교회는 적절한 가르침을 제공하고 있는가? 본고는 이러한 질문들을 그리스도인의 기업윤리라는 주제로 한정해서 논의해 보고자 하며 다음과 같은 질문을 던지면서 논의의 출발점을 만들어 보고자 한다. 기업의 비윤리성은 어디에 기인하는가? 이에 대한 성경적 해석은 무엇이며 어떠한 처방이 있는가? 이러한 처방이 기업사회에 보편적인 적용이 가능하겠는가? 본고에서는 완벽한 처방을 제시하고자 하기보다 질문들을 보다 구체화하며, 나름대로의 성경적인 방향을 모색해 보고자 하는데 일차적 목표를 두고자 한다.

## 2. 기업의 비윤리성

### 1) 이윤추구

자본주의 사회에서 기업의 윤리문제는 利潤追求라는 기업의 속성과 밀접하게 연관되어 있다. 기업은 이윤을 얻기 위하여 활동하는 가운데 기업을 둘러싼 다른 이해관계자의 이익을 무시하거나 저해하게 되며 이에 따라 기업의 윤리적 책임이란 문제가 대두된다. 기업의 이윤추구동기는 효율성과 동기부여의 제고라는 측면에서 사회에 도움이 되도록 작용하기도 하지만 임금을 고정시키고 위험한 제품을 판매하며 종업원을 착취하는 구실이 되기도 한다.”

그래서 이윤추구의 부정적인 측면만을 강조하게 되면 이윤추구 자체가 자본주의 체제 내 모든 악의 근원처럼 여겨질 수도 있다. 그러나 이윤추구가 가지는 긍정적 측면을 고려해 볼 때, 이윤추구 자체를 악한 것으로 규정하는 것은 지나친 단순논리가 아닌가 한다.

1) Thomas Donaldson, Corporations and Morality, 1982, 유장선역, "기업윤리", 법문사, 1985, p. 262

기업이 이윤추구를 하는 것은 기업에 참여하는 사람들이 이윤동기를 갖고 있기 때문이다. 이윤동기란 인간의 自利心이 시장에서 표출된 것이다. 이윤추구가 비윤리적인 기업행태로 나타나기 쉬운 이유는 이윤동기 그 자체가 아니라, 이윤추구 과정에서 나타나는 인간의 탐욕때문이 아닌가 한다. 탐욕, 즉 지나친 욕심이 기업가나 기업으로 하여금 옳지 못한 방법을 선택하도록 유혹하는 것이다. 이러한 논리에 따르면 정당한 이윤추구는 인정되나, 문제가 되는 것은 탐욕스러운 이윤추구로서, 이는 비판되고 통제되어야 한다고 결론지을 수 있다. 그러나 성급한 결론에 도달하기 전에 여기서 몇 가지 질문을 통하여 이 문제를 좀 더 심도있게 생각해 보고자 한다. 과연 정당한 이윤추구 활동은 무엇이고 탐욕스러운 이윤추구 활동은 무엇인가? 기업의 利潤動機(profit motive)와 貪慾(greed)은 명백하게 구분되어질 수 있는가? 이는 인간이 自己利益(self-interest)을 추구하는 행위와 利己心(selfishness)을 어떻게 구분할 수 있겠는가와 비슷한 질문이다. 양자가 구분될 수 없다고 보는 것이 마르크스주의자의 입장으로서, 이러한 관점에서 본다면 기업은 불가피하게 자본가의 착취의 도구가 될 수 밖에 없다."<sup>1)</sup>

마르크스주의자가 아니더라도 이러한 관점에서 기업을 볼 때는, 정당하지 않지만 어쩔 수 없이 그 존재의 필요성을 인정할 수 밖에 없는 필요악으로 규정짓기 쉽다. 본고에서는 이윤추구와 탐욕의 문제를 일반적인 관점에서 논의하여 보고 이를 성경적 관점에서 재조명해 봄으로써 기업윤리에 관한 기독교적 관점형성의 기반을 마련하고자 한다.

## 2) 조직의 목적지향성

현대 사회에서 기업이라 함은 인간의 경제활동을 위하여 조직된 경제적 기관으로서 인식되고 있다. 기업은 사회가 필요로 하는 경제적 재화와 용역의 생산을 본질적 기능으로 하는 조직체이다. 기업의 생존은 이러한

1) Kenneth S. Kantzer, "God Intends His Precepts to Transform Society," in Richard C. Chewning (eds.), *Biblical Principles & Business*, pp. 31-32

기능을 얼마나 효율적으로 수행하는가에 달려있기 때문에 경제적 합리성을 추구하게 되는 목적지향적 시스템이다. 기업이 비윤리적이 되기 쉬운 이유는 이윤추구과정에서 노정되는 인간의 탐욕외에도, 기업이 목적지향적인 시스템이라는 점에 있다. 기업은 자신이 설정한 목적을 실현할 수 있도록 가장 능률적인 방법으로 설계되고 작동되는 경향이 있다. 개인적인 목표만 극렬하게 추구하는 사람은 정직이라든가 상호존중의 필요성을 느끼지 못하듯이 기업의 목표지향적 설계는 이와 같이 기업의 윤리적 문제에 대한 눈을 멀게 하기 쉽다.<sup>1)</sup>

기업의 목적이 경제적 가치의 극대화를 지향하게 되면 그 과정에서 윤리적 제약점은 무시되거나 우회되기 쉽다. 기업 속의 개인은 어느 정도 윤리적 판단능력을 갖추고 있어도, 조직의 목적달성이라는 명분 속에 묻혀 버리는 경우가 많다. 개인은 조직이라는 전체 속의 부분으로서 독자적 의사결정의 제약을 갖게 된다. 특히, 자신이 속해 있는 조직의 가치체계가 지나치게 성과지향적이고 윤리적 자기규제 장치가 마련되어 있지 못한 경우 도덕적이 되고자 하는 개인의 갈등은 더욱 커지게 된다. 이러한 기업의 시스템적 속성이 이윤추구 속성과 결합되어 비윤리적, 불법적 기업행태가 현저하게 나타나게 된다. 여기에 사회 전반적인 도덕성의 수준과 사회구조적인 문제가 증첩되면 기업의 비윤리성은 보편적인 사회현상으로서 나타나게 되는 것이다.

기업이 생산시스템으로서 효율성을 추구하는 것은 당연하다. 그러나 목적자체를 이윤극대화에 두게 되면 조직내와 조직을 둘러싼 사람들에 대해 진지한 관심에서 멀어지게 된다. 역으로 말하면, 인간에 대한 관심이 부족 한데서 이윤목적이 조직의 모든 다른 가치를 압도하게 되어 기업의 도덕성을 떨어뜨리게 되는 것이다. 기업가는 기업의 궁극적 목적이 무엇인가에 대하여 자신의 관점을 분명히 하지 않으면 이러한 윤리적 딜레마에서 벗어나기 어렵다.

1) Donaldson, op. cit., pp. 264-265

## 3) 기업권력의 남용

20세기 자본주의 사회에서 기업은 사회가 필요로 하는 기능을 성공적으로 수행해 오는 가운데 사회의 자원배분에 있어서 높은 우선순위를 갖게 되었다. 효율성과 시장지배의 동기에 의해 출현된 거대기업과 기업집단은 그 규모의 확대와 더불어 사회에 미치는 영향력도 증대되었으며, 그 결과 사회의 중요한 권력집단이 되었다.

기업권력은 거시적 차원, 중간적 차원, 미시적 차원, 개인적 차원으로 구분하여 볼 수 있다.<sup>1)</sup> 거시적 차원이란 사회에서 기업이라는 시스템이 차지하고 있는 규모와 비중에 근거한 것이다. 중간적 차원은 공통목적을 위하여 기업들이 집단적으로 협조적인 노력을 하는 것이다. 예를 들면 가격인상, 시장통제, 법률의 제정 및 폐기에 관한 것이다. 미시적 차원은 개별기업 특히 대기업이 독자적으로 행사하는 권력으로서 중소기업에 대한 압박, 지역사회에 대한 영향력 등이 포함된다. 개인적 차원은 기업의 최고 경영자가 가지는 사회적 영향력이다. 기업권력은 이와같이 여러 차원에서 발휘될 뿐 아니라 영향범위에 있어서도 경제적, 사회문화적, 개인적, 기술적, 정치적 영역에 미치고 있다.

산업혁명이후 개별기업의 규모가 작았고 기업이 사회의 지배적인 시스템으로 나타나기 전에는 사회에 미치는 기업의 영향력은 다른 사회조직에 비해 상대적으로 강하지 못하였다. 그러나 기업이 발전하여 사회의 보편적인 시스템이 되고 市場支配力을 가진 獨寡占 大企業이 출현하면서 기업에 대한 사회적 인식은 변화하기 시작했다. 대기업의 경제적 기능자체가 사회에 대해 유익한 방향으로 작동하지 않을 뿐만 아니라 기업활동이 사회에 미치는 否定的 波及效果가 급속히 증대하여 기업에 대한 비판적 인식이 커지게 되었다. 대기업은 자신의 사회적 권력을 사용하여 사회의 비판에 대해 대항적인 자세를 취하게 되어 기업과 사회의 갈등, 긴장관계가 형성되었고, 사회는 이에 대항해서 여러가지 규제수단을 만들어 기업의

1) Epstein, E. M., "Dimensions of Corporate Power" Pt.1 & Pt. 2, California Management Review, Vol. 16, No. 2, No. 4, 1973 winter, 1974 summer 참조

반사회적 행태 및 기업권력의 부정적 파급효과를 제어하게 되었던 것이 서구의 역사적 경험이다. 이러한 관점에서, 하일브로너(Heilbroner)는 현대 기업을 명확한 責任體制가 부가되어 있지 않는 권력시스템이라 규정하고 통제를 받지 않는 기업권력의 행사가 많은 社會的 矛盾을 발생시키고 있다고 주장하였다.<sup>1)</sup> 따라서 기업이 자율적으로 기업권력의 부정적인 파급효과를 조정하지 못할 때 기업의 비윤리성의 문제는 더욱 심각해지게 된다.

### 3. 이윤동기와 탐욕

#### 1) 일반적 관점

이윤동기에 관하여 논하는 데 있어서 우선적으로 생각해 볼 점은 이윤의 목적성과 수단성에 관한 것이다. 기업이 자신의 목적을 내세울 때, 이윤추구 내지 이윤극대화라고 노골적으로 표현하는 경우는 거의 없다. 기업의 사회적 기능과 역할을 중심으로 한 목적을 표방하기 때문에 이러한 문자적으로 표현된 목적자체만을 본다면 기업은 사회봉사를 위하여 존재하는 사회적 기관이라고 볼 수도 있을 것이다. 그러나 기업이 실질적인 의사결정을 할 때 사용하는 여러 가지 척도가운데 가장 중요한 것이 이윤이다. 또한 기업가가 사업을 시작하게 되는 동기면에서도 이윤획득에 대한 열망을 결코 과소 평가할 수 없다. 이러한 측면이 강조될 때는 기업의 목적은 궁극적으로 이윤극대화가 아니겠는가라고 단정할 수도 있겠다. 더우기 기업이 단기적으로 이윤을 희생시키더라도 장기적인 이윤을 극대화하여 기업의 가치를 향상시키고자 하는 것을 볼 때 기업의 목적이 결국은 이윤극대화가 아니겠는가라는 결론이 가능하다. 그러나 이와 같은 논리에 입각해서 기업의 목적을 이윤극대화라고 단정짓는 것은 지나치게 성급한 견해가 아닌가 한다. 기업이 이윤을 중시하여 이윤이 의사결정의 척도로서 높은 비중을 갖는 것은 이윤이 가지는 다양한 기능때문이다.

1) Heilbroner, R. L., In the Name of Profit, Doubleday, 1972, ch. 6 참조

첫째, 이윤은 기업의사결정의 주요한 척도로서 사용된다. 이는 이윤이 시장에서의 기업의 기여에 대한 객관적 평가가 된다고 보기 때문이다.<sup>1)</sup> 기업이 경제적 합리성의 측면에서 의사결정을 올바르게 하였는가 또는 기업이 얼마만큼 능률적으로 운영되었는가는 시장경쟁에 의해 평가되기 때문에 이윤은 기업경영의 합리성에 대한 척도이다. 또한 이윤은 기업의 성과를 측정하는 여러가지 지표 중에서 객관적인 측정이 가장 용이하기 때문에 의사결정의 척도로서 유용성이 높다. 둘째, 이윤은 기업의 입장에서 생산을 위하여 사용된 비용에 대한 보상이며, 미래투자를 위한 재원의 축적이다. 따라서 이윤을 내지 못하는 기업은 생존이 불가능해진다. 이러한 의미에서 이윤은 기업의 시장탈락을 면하게 하며 지속적인 발전을 가능하게 하는 기능을 한다. 셋째, 이윤은 기업가에 대한 금전적 보상으로서 중요하다. 기업가는 자신이 보유한 자원과 능력을 투자하여 사업을 하는 데 있어서 부담하는 비용과 위험에 대한 반대급부로서 어느 정도의 이익에 기대를 갖는다. 이러한 기대가 만족될 수 없는 상황에서는 기업가정신이나 기업행위는 위축된다.<sup>2)</sup> 투자자에게 있어서 이윤이란 지연된 소비와 자본을 사용하는 데 따르는 위험부담에 대한 보상이다.

이러한 관점에서 볼 때 이윤은 대단히 긍정적인 기능을 가지고 있다고 볼 수 있다. '기업의 사회적 책임은 이윤극대화에 있다'라는 프리드만(Friedman)의 주장이나 '경영자의 책임은 이윤책임이다'라는 드러커의 견해는 이러한 관점에서 제시된 것이다.<sup>3)</sup> 같은 맥락에서 레빗(Levitt)은 '경

1) 객관적인 평가가 되기 위해서는 시장이 경쟁적인 구조를 가지고 있어야 함을 전제로 한다. 시장이 독과점적이거나 정부의 통제하에 있을 때는 효율성의 척도로서의 이윤의 기능은 왜곡되거나 제한된다.

2) 기업가의 이윤동기에 대한 대표적인 옹호자는 신고전경제학자의 한사람인 슈페터이다. 슈페터에 의하면 균형상태에서는 기업이윤이 발생하지 않기때문에 기업가는 이러한 균형상태를 깨뜨리기 위하여 혁신적인 수단을 도입하고자 한다는 것이다. 그러므로 기업가는 새로운 상품, 새로운 방법, 새로운 공급원을 채택하거나 새로운 시장을 발견하고자 노력하며, 이것이 자본주의의 진보를 가져온다는 것이다.

3) Milton Friedman, "The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profit." The New York Times Magazine, September 13, 1970., Donaldson, "기업 윤리"에서 재인용, p. 114; Peter Drucker, The Practice of Management, 1954, p.



영자는 이윤추구를 정당하게 주장하여야하며 이에 대한 위협과 비판에 대해서는 적극적으로 대항할 것'을 역설하고 있다.<sup>1)</sup>

그러나 이와 같은 이윤의 긍정적 기능에도 불구하고 이윤이 기업의 궁극적 목표가 될 수는 없다. 기업의 궁극적 목표는 사회가 필요로 하는 기능의 수행이며, 이윤은 수단으로서 중요한 의미를 갖는다. 이 점에 있어서 분명한 우선순위가 정립되어 있지 못하면 기업의 이윤추구는 사회적 이익을 저해하는 배타적인 기능을 갖게 되어 사회적 비판을 초래하게 된다.

## 2) 성경적 관점

### (1) 이윤동기

성경에 이윤동기에 대한 명백한 언급은 없으나, 이윤동기나 상행위 자체를 부정하거나 죄악시 한 것은 없는 것 같다. 야고보서(4:13-17)에 나오는 장사하는 사람들에 대한 경고는 그들이 '리를 보리라' 라고 말한 데 대한 것이 아니라 하나님의 뜻 안에서가 아닌 자기 뜻으로 이익을 추구하는 자들에 대한 것으로 보아야 할 것이다. 존스(Jones)도 이와 같은 견해를 표명하면서 그들이 이렇게 말했어야 했다고 주장한다. "만약 하나님의 뜻이라면 우리가 살기도 하고 이것 저것을 하기도 하리라."<sup>2)</sup>

예수님이 성전에서 장사꾼들을 쫓아 내신 것도 상행위 자체를 정죄한 것이 아니라 성전을 더럽히는 데 대해 분노하신 것이다. 오히려 사도행전에 나오는 자주장사 루디아나 바울이 장막을 지어 생계를 유지한 것 등을 보면 상행위는 생활수단으로서 당연시되어 왔다고 볼 수 있다. 달란트의 비유(마 25:14-30, 눅 19:11-28)에서도 보면 주인의 뜻에 따라 좋은 것을 남기는 것은 칭찬 받을 만한 것으로 나타나 있다. 물론 이 비유가 장사해서 이익을 남기는 것에 대한 말씀은 아니지만 하나님의 뜻 안에서 노력하여 성취하는 것은 부정적으로 볼 근거는 없다. 칸처(Kantzer)는 창조시에

1) Theodore Levitt, "The Dangers of Social Responsibilities," Harvard Business Review, Sept./Oct., 1958, pp.41-49 참조

2) David C. Jones, "Economics in Teleological Perspective", in Biblical Principles & Economics, p. 110

인간에게 주어진 획득동기(aquisitive motive)는 악한 것이 아니기 때문에 '우리가 노동하고 정력을 소비하여 우리에게 좋은 것을 획득하는 것은 신성한 동기이며, 열심히 노력해서 자기자신과 교회와 사회전체를 부양하는 것은 이기적인 것이 아니고 개인적 책임감이다'라고 보고 있다.<sup>1)</sup> 이를 정리하면, 하나님께서는 첫째, 이윤동기 자체를 악하다고 규정하지는 않았으며, 둘째, 상행위 자체를 비판하지 않았고, 셋째, 정당하게 노력하여 좋은 것을 성취하는 것을 칭찬하셨다고 볼 수 있다. 하나님이 악하게 보신 것은 재물을 하나님보다 더 사랑하는 것과 하나님의 뜻 밖에서 인간이 스스로 성취하고자 하는 것이다.

이윤에 대한 몇몇 기독교 학자들의 견해를 살펴보면, 이윤은 기업이 생존하려면 존중해야 할 규칙으로서 기업의 이윤추구 행위는 당연한 것이며 기업의 존속, 발전을 위해서 필요불가결한 것으로 보고 있다.<sup>2)</sup> 이윤을 벌 수 없다면 기업은 존재할 수 없고 기업에게 요구되는 사회적 목표들 수행할 수 없다. 따라서 이윤은 돈과 마찬가지로 그 자체가 악한 것은 아니고 수단이 정당하다면 기업활동은 많은 사람을 섬기며 많은 점에서 인간의 본질을 성취시킨다고 본다.<sup>3)</sup>

이러한 해석의 근거로서 존스는 제 8계명을 들고 있다.<sup>4)</sup> 그는 이 계명이 타인의 부를 불법적으로 침해하는 것을 금하셨을 뿐 아니라, 이를 합법적으로 늘려가는 것을 금하지 않은 것이라고 해석하고 있다. 즉, 타인의 이익을 배제하지 않는 한에 있어서의 사익의 추구에 대한 긍정적인 평가를 함축한다고 해석한 것이다. 건전하고 경건한 자비심은 성경에서 격려되고 있으며 타인에 대한 행동의 준거로 쓰이기도 한다는 견지에서, '네 이웃을 네 몸과 같이 사랑하라'를 '네 자신을 합당하게 사랑하듯이 네 이

1) Kantzer, op. cit., p. 31

2) 이러한 관점은 David Jones, Richard N. Longenecker, Kenneth S. Kantzer, Lewis B. Smedes 등의 공동적인 견해로서 제시되고 있다.

3) Richard N. Longenecker, "O Tempora! O Mores! - On Being a Christian in Business Today", in Richard C. Chewning (eds.), *Biblical Principles & Economics*, 1989, Navpress, p. 260

4) Jones, op. cit., p. 108

웃을 사랑하라'라는 의미로 해석하고 있다.

존스의 해석이 모든 사람에게 공감되는 것은 아니지만, 선한 목적을 위하여 노력한 자에게 정당한 보상이 돌아가는 것은 성경적으로 합당하다. 인간이 추구할 수 있는 선한 목적은 결국은 하나님을 사랑하고 이웃을 사랑하는 것 이외에는 없다. 인간이 이러한 선한 목적을 가지고 기업을 운영할 때, 이윤동기가 탐욕의 우상에 사로잡히는 것을 피할 수 있을 것이다.

## (2) 탐욕

성경전체를 통하여 탐욕은 옳지 못한 것으로 규정하고 있다. 성경에서 말하는 탐욕이 무엇인가를 정리해 보면 다음과 같다. 첫째, 탐욕이란 하나님보다 물질을 더 사랑하는 것이다. 우리가 두 주인을 함께 섬기지 못한다고 하였다. 탐욕은 물질을 하나님보다 더 중하게 여기고 추구할 때 나타나는 것으로서 이는 우상숭배다(골 3:5). 둘째, 탐욕은 남의 것을 빼앗는 것이다. 하나님께서는 네 이웃의 소유를 탐내지 말라 하셨다(출 20:17). 탐욕은 이웃의 재산을 빼앗아 자기의 부를 늘리며(미 2:2), 마땅히 주어야 할 임금을 착취하는 것이다(약 5:4). 셋째, 탐욕은 不義의 삯을 받는 것이다. 즉, 옳지 못한 일을 하고 댓가를 받는 것이다. 불의의 삯을 사랑하다가 나귀의 책망을 받은 발람이 이에 해당한다(벧후 2:15). 넷째, 탐욕은 축적된 재물을 올바르게 쓰지 않는 것이다. 이러한 재물은 씹을 수 밖에 없으며 자신에게 오히려 해가 되는 것이다(약 5:3, 전 5:13).

이러한 탐욕의 정의에 따라 현대기업을 조망하여 보면, 첫째, 오늘날 기업에서는 물질적 번영이 하나의 우상처럼 되어 있는 것이 사실이다. 대부분의 기업에 있어서 경영성과가 전적으로 경제적 기준에 의하여 평가되고 있으며, 이를 위하여 다른 가치들을 희생시키고 또 이를 정당화하고 있다. 둘째, 기업이 남의 몫을 빼앗는 것은 (1) 정당한 임금을 주지 않을 때, (2) 부당한 가격을 소비자에게 부과할 때, (3) 공해를 배출하여 남에게 피해를 끼칠 때, (4) 종업원을 혹사시킬 때, (5) 부당한 방법으로 다른 기업을 도산시킬 때, (6) 중소기업에게 불리한 조건을 강요할 때, (7) 산업재해에 적절한 보상을 하지 않을 때 등이다. 셋째, 기업이 不義의 삯을 받는 경우는 (1) 불량저질품을 생산·판매할 때, (2) 윤리적 가치가 낮은 제품

을 생산·판매할 때(예를 들면 호화사치품이나 음란퇴폐품 등), (3) 부동산투기로 돈을 벌 때, (4) 뇌물공여에 의하여 이권을 얻을 때, (5) 허위과장광고를 할 때, (6) 탈세를 할 때 등이다. 넷째, 기업이 재물을 축적하고 올바르게 쓰지 않는 것은 (1) 종업원의 복리후생 시설에 인색할 때, (2) 사회에 대한 봉사를 기피할 때, (3) 기업가가 사치와 허영을 일삼을 때, (4) 재산을 해외도피 할 때 등이다.

이와 같이 탐욕이 기업을 비윤리적 행태로 인도하고 있다. 기업의 탐욕이란 기업구성원의 탐욕이며 특히 기업가의 탐욕에 의하여 나타나는 문제다. 돈에 대한 사랑은 이윤에 대한 집착을 가져오게 되며 결국 인간을 탐욕으로 인도한다. 기업이 탐욕에 사로 잡힐 때, 진정한 존재목적을 잃어버리고 노동자는 노동의 가치를 잃어버리며 사회는 고통을 받게 된다. 따라서 이러한 문제에 대한 성경적 가르침을 살펴봄으로써 기업의 윤리성 회복의 성경적 토대를 만들어 보고자 한다.

#### 4 기업윤리에 대한 성경적 원리

##### 1) 성경적 원리의 모색

기업윤리에 대한 성경적 지침을 깨닫기 위하여 성경에서 제시된 기업과 관련된 윤리적 규범을 찾아보고자 한다. 이 접근법은 다음과 같은 내용들을 포함하고 있다. 첫째, 성경에서 하나님께서 인간에게 요구하신 기준을 파악하는 일; 둘째, 이러한 원리를 적용하고자 하는 현실에 대한 명확한 인식; 셋째, 윤리적으로 행동하도록 하는 동기부여 등이다.<sup>1)</sup>

그러나 이러한 접근방법에는 몇 가지 반대하는 견해들이 있다.

첫번째 반대는 사회원리는 성경에서 유도될 수 없다는 입장이다. 현대와 과거의 상황상의 차이, 문맥 등의 차이에 의하여 해석상의 난점이 있다는 것이다. 이 견해에 의하면 구약은 출애굽기의 상황에서 이해되어야 한다는 것이다. 두번째 반대는 이와 정반대의 입장에서 성경은 직접적으로 적

1) Donald A. Hay, *Economics Today*, Appolos, 1989, pp. 62-63

용되어야 한다는 주장이다. 사회원리의 유도방법을 비판하고, 현대사회의 문제에 대한 구약의 직접적 적용을 강조하였다. 신약은 거둬난 사람을 대상으로 하기 때문에 교회내에서 가능하고 사회원리의 근거로서는 반대하는 입장도 있다. 율법은 사회의 저급한 행동을 전제로 하고 있기 때문에 순종의 동기가 적은 사람에게 차선책으로 구약이 유용하다는 입장이다.<sup>1)</sup>

그러나 첫번째 입장은 성경의 보편적, 통시적 적용을 부인하는 견해로서 받아들여질 수 없다. 또한 두번째 입장인 성경의 가르침을 문자적으로 오늘날의 세계에 옮기는 것도 많은 어려움이 있다. 예를 들어 크라벤담(Krabbendam)은 '사랑의 빛 이외에는 빛을 지지말라'(롬 13:8) 및 '빛진 자는 채주의 종이 되느니라'(잠 22:7)라는 말씀에 의거하여 그리스도인 사업가는 부채를 져서는 안된다고 말한다. 더우기 오늘날의 신용거래가 통화팽창을 가져와 인플레이의 원인이 되고 있다고 하며, 그리스도인 사업가는 자기자본 내지 주식발행에 의해 자본을 조달할 것을 주장을 하고 있다. 그러나 이와 같은 견해는 오늘날 기업현실에 있어서 쉽게 받아들여지기 어려운 주장이다.

다양한 오늘날의 현실에서 직면하게 되는 현실에서 그리스도인들이 지혜로운 분별력을 가지고 행동하기 위해서는 성경적 원리를 갖는 것이 필요하다. 모든 그리스도인은 명백한 성경적 지시가 없는 상황에 대면하게 될 때, 성경적 원리와 가장 잘 조화된다고 믿는 행동방향을 선택해야 한다. 우리는 하나님의 나라의 일반적인 우선순위에 대한 이해와 기도속에서 하나님께 의지함으로써 우리 지식의 최선을 다하여 행동하는 것이 필요하다.

이러한 논의에 근거하여 본고에서는 성경으로부터 기업과 관련된 윤리적 기준들을 찾아보고자 한다. 하나님이 인간에게 주신 첫번째 큰 계명은 '네 마음을 다하고 목숨을 다하고 뜻을 다하여 주 너의 하나님을 사랑하라'(마 22:37)이다. 이는 '너는 나 외에는 다른 신을 네게 있게 하지 말지니라'라는 십계명의 첫번째 계명에서 부터 시작된다. 인간은 하나님보다 더

1) Ibid., 64 - 70 참조

궁극적인 것을 만들어서는 안된다. 따라서 돈이 궁극적인 목표가 되어서는 안된다(마 6:24). 이윤이 궁극적인 목표가 되면 이는 하나님의 자리를 찬탈하게 되는 것으로서 우상숭배에 빠지게 되는 것이다. 이 우상은 결국 인간의 자리를 찬탈하게 되어, 인간은 하나님이 인간에게 위임하신 청지기의 사명을 다하지 못하게 되고 하나님의 영광은 가리워지게 되는 것이다.<sup>1)</sup> 그리스도인 사업가는 자신의 사고, 말, 행동의 원동력을 하나님을 경외하고 하나님을 기쁘시게 하는 데서 찾아야 한다.<sup>2)</sup> 둘째는 '네 이웃을 네 몸과 같이 사랑하라' 하셨다. 비록 죄로 말미암아 손상되었지만 인간은 하나님의 형상을 따라 지음받은 존엄성과 가치를 지니는 존재이다. 기업에 종사하는 그리스도인은 인간의 삶의 여건을 향상시키기 위하여 성실하고 정직하며, 봉사와 자기희생의 삶을 살아야 한다. 그리스도인은 이웃의 복된 삶에 대해 책임이 있다. 이는 구체적으로 높은 품질의 재화와 서비스, 적절한 가격, 성의있는 고객대응 등을 통해 실현되어야 한다. 종업원에 대해서는 적절한 임금의 지급, 관대한 후생복지, 작업의 안전에 대한 배려 등을 위하여 성의를 다하여야 한다. 그리스도인에게 있어서 기업은 하나님의 창조명령의 핵심이다. 기업은 땅끝까지 복음을 전하라는 지상명령에 헌신되어야 한다. 이러한 목적으로 기업이 하나님께 드러질 때 기업은 선을 행할 강력한 힘이 되며 義의 병기로 쓰임받게 될 것이다.

## 2) 성경적 원리의 적용과 실천

시장과 마찬가지로 기업은 인간이 기본적인 삶 내지 나아가서 보다 풍요한 삶을 유지하기 위하여 필요한 제도이다. 기업은 하나님이 주신 이 세상을 조화롭게 유지하는 데 필요한 것이다. 이러한 관점에서 본다면 풍요한 삶을 위하여 필요한 것들을 생산하고 교환하는 것은 정당한 것이며 그리스도인이 기업에 참여하는 것은 하나님의 거룩한 소명이다.<sup>3)</sup> 따라서 기

1) Brian J. Walsh & J. Richard Middleton, *The Transforming Vision*, "세상변혁을 위한 그리스도인의 비전", 황영철역, 한국기독교학생출판부(1987), 4장 참조.

2) Krabbendam, *op. cit.*, p. 106

3) Kantzer, *op. cit.*, pp. 28 - 33

업을 어쩔 수 없이 존재하는 필요악 정도로 보는 것은 지나치게 소극적인 견해라 볼 수 있다. 그러나 그리스도인들은 기업에 대한 긍정적 자세를 가지되, 기업의 이윤추구 및 조직체로서의 속성은 기업이 탐욕의 도구와 인간성 말살의 장소로 전락할 위험을 항상 지니고 있음을 유념하여야 한다. 기업이 이러한 위험에 빠지지 아니하고 선하게 운영되기 위해서는 우선 기업의 목적자체가 선택해야 한다. 기업의 목적은 하나님께서 창조하신 이 세상이 창조 목적대로 회복될 수 있는 데 기여할 때 선택될 수 있다. 이는 사랑의 원리에 의해 기업이 경영될 때 가능하다. 사랑은 세상과 그리스도인을 구별되게 할 뿐 아니라 모든 원리들을 실천하도록 하는 동기를 부여한다. 세속사회의 법칙이 지배하는 시장에서 사랑의 윤리가 가능할 것인가에 대해 확신을 갖기 어려울지 모른다. 그러나 사랑은 그리스도인이 인간의 탐욕이 번성하는 시장에서 궁극적인 승리로 인도할 것이다.<sup>1)</sup>

롱겐네커(Longenecker)는 기업에 종사하는 그리스도인들이 성경적 가르침을 실천하는 것을 돕기 위하여 다음과 같은 구체적인 방향을 제시하고 있다.<sup>2)</sup> 첫째, 그리스도인은 자신이 하나님의 은총에 의해 다른 사람과 구별되었으며, 상황에 맞는 방법으로 그 차이를 나타낼 것이 요구되고 있다. 예수님의 구속사역을 통하여 새로운 피조물인 그리스도인은 시장과는 다른 가치체계를 가지고 있다. 그리스도인은 이 세대를 본받지 말고 오직 마음을 새롭게 함으로 변화를 받아야 한다(롬 12:2).

둘째, 기업에 있는 그리스도인은 사람들과 사람들의 필요에 깊은 관심을 가져야 한다. 계획, 생산, 프로그램, 판매 등과 같은 일들에 있어서 그리스도인은 재화와 서비스를 생산하고 그것을 소비하는 사람들을 지속적으로 염두에 두어야 한다. 왜냐하면 기업이란 사회와 사람들의 필요를 충족시키는 서비스를 제공하는 것이기 때문이다.

1) 그리스도인이 기업을 통하여 시장에서 사랑을 실천하는데 관한 구체적인 논의는 Myron Rush, "훌륭한 그리스도인이면서 훌륭한 사업가가 되는 방법" (나침반사); "심서적 경영방법" (생명의 말씀사) 나 Richard D. Land "The Ethics of Love Can Succeed in the Marketplace" in *Biblical Principles & Economics*, pp. 266-276 등을 참조.

2) Longenecker, op. cit., pp. 262-263

셋째, 기업의 도덕적 풍토는 의식적이고 지속적으로 선을 행하고자 하는 회사의 최고경영층의 관여에 의해서 정해진다. 많은 기업의 종업원들이 자신의 행동에 대한 적절한 지침이 없다고 느끼거나, 이익만 남길 수 있으면 경영층으로부터 승인을 받을 수 있다고 잘못 믿기 때문에 부적절한 행동을 한다. 경영층에 있는 그리스도인은 회사내에서의 도덕적 지침을 세우고 자신의 모범에 의하여 윤리적 풍토를 조성하여야 한다.

넷째, 기업내 공식적인 윤리교육에 관심을 가져야 한다. 윤리강령, 윤리적 관심사에 대한 훈련, 민원조사관, 윤리적 관심사를 다루는 핫라인 등이 필요하다. 기업에 윤리적 요소를 부각시키고자 하는 이러한 노력이 최고경영자들에게 의해 입안되고 지지될 때, 더욱 의미가 있게 되는 것이다.

다섯째, 대학의 경영학 교과과정에 윤리적 요소를 삽입시키는 것이 바람직하다. 아직은 이러한 것이 교과과정의 핵심이라기보다는 부차적이지만 경영대학이 단순한 경영능력이나 이윤추구만을 가르치기보다 윤리와 품위를 가르치고자 하는 방향으로 움직여가야 한다.

성경적 경영원리와 기업윤리에 대한 교육과 상담으로 잘 알려진 마이런 러쉬(Myron Rush)는 그리스도인 사업가에게 다음과 같은 구체적인 지침을 제시하고 있다.<sup>1)</sup> 첫째, 생활과 사업에서 하나님을 1순위에 놓으라. 둘째, 하나님을 알고 그것을 당신의 생활과 사업에 적용하라. 셋째, 크신 하나님께 큰 것들을 기대하라. 넷째, 생산품보다 사람들을 더 중시하라. 다섯째, 하나님께 소득의 일부를 드려라. 여섯째, 정직과 성실을 나타내 보이는데 전념하라. 일곱째, 부지런히 사업성공을 추구하라.

### 3) 청지기직의 사명

기업에 종사하는 그리스도인을 위한 가장 근본적인 성경적 원리는 청지기직이다. 우리의 개인적인 재능이나 능력, 그리고 천연자원은 모두 하나님이 주신 것이다. 우리 자신의 재능과 능력을 포함하여 우리가 가진 모든 것은 하나님이 우리에게 위탁하신 것이다. 청지기직은 재화의 생산과

1) Rush, op. cit., p. 129



유통, 경영과 노동, 임금과 가격, 자본과 이윤, 재산의 소유권, 생산도구의 사용 등에 있어서 하나님의 주권을 인정하기를 요구하는 것이다. 인간이 땅, 광물질, 물, 공기, 생물 들과의 관계는 청지기의 관계이다. 이런 것들을 창조주의 뜻에 따라 사용하여야 한다. 그것은 우리 마음대로 사용하고 처분해도 되는 사유재산이 아니다. 심판의 날에 우리는 청지기직에 대해 보고하도록 요청받을 것이기 때문이다(마 25:31-46).<sup>1)</sup>

기업이 윤리적이 되기 위해서는 청지기 원리의 실천이 필요하다. 첫째, 기업가는 하나님의 재산을 맡아서 관리하는 선량한 관리자로서, 낭비하지 말며 규모있게 사용하여야 한다. 둘째, 기업과 관련된 이해관계자들의 공정한 이익을 도모하여야 한다. 청지기직은 우리들 자신을 위해서가 아니라 우리 이웃의 유익을 위해 수행되어야 한다. 셋째, 자기가 수고했다고 획득한 이윤을 다 가져가서는 안된다. 이는 하나님의 궁극적 소유권을 부인하는 것이 된다. 따라서 힘이 닿는 한 궁핍한 이웃을 도와야 한다. 청지기직의 열매는 선행과 봉사이다.

청지기직은 기업이 재화와 용역의 생산에 있어서 필요(needs)와 욕구(wants)를 구분할 것을 요구하고 있다.<sup>2)</sup> 현대 자본주의 사회의 병적인 현상은 기업들이 필요와 욕구를 구분하지 않는다는 점이다. 인간의 욕구는 무한하기 때문에 이를 다 충족시키기 위해서 생산한다는 것은 자원의 낭비를 초래하기 쉽다. 현대 기업은 이를 자제하기보다는 편리한 것, 재미있는 것을 찾고자 하는 인간의 마음을 자극하여 이러한 욕망을 극대화 시키는 경향이 있다. 따라서 그리스도인 경영자는 다수가 기본 생필품도 부족한 상황에서 불필요한 호화사치품의 생산판매를 삼가야 한다. 또한 낭비 및 공해 등 자연을 이기적으로 소진하는 것에 대하여 적극적으로 반대하여야 한다. 기업이 생산하는 재화는 교환가치에 의해 측정되는 경제적 가

1) Donald A. Hay, "자본주의와 사회주의", 김정식역, 기독교생회 출판부, 1990, pp. 13-20.

2) Vernon C. Grounds, "Responsibility and Subjectivity: Applying Biblical Principles in Business", in *Biblical Principles & Business*, p. 129

치만으로만 측정할 수 없는 윤리적 가치를 가지고 있다.” 경제적 가치가 높은 재화라도 윤리적 가치가 낮을 수 있기 때문에 이에 대해 성경적인 기준에 비추어 보는 것이 필요하다. 그리스도인 기업가는 이러한 기준에 의하여 생산의 우선순위를 정하여 가급적이면 도덕적 가치가 높은 재화나 서비스가 생산되도록 하여야 한다.

#### 4) 청지기원리의 보편적 적용

청지기원리는 그리스도인 각자에게 있어서 근본적인 삶의 원리로서 받아들여 질 뿐만 아니라, 사람과 물질을 맡아서 관리하고 운용하는 기업에 있어서는 더욱 필요하다. 그러나 이러한 원리가 비그리스도인에게도 보편적인 설득력을 가질 수 있겠는가 의 문제는 단순하지 않다. 인간이 자기이익을 추구하는 본성이 기업이라는 현장을 통하여 참여화되는 것이 세속사회의 보편적인 현상인데 기업이 청지기적 원리를 일반적으로 수용할 수 있겠는가 의 문제에 대해 논의해 보고자 한다.

기업윤리에 관한 다양한 역사적 경험을 가진 서구의 경우 오늘날 기업의 사회참여활동에 있어서 청지기적 동기가 강조되고 있다. 일찌기 쉘든(Sheldon)은 기업은 이윤동기보다 서비스정신을 우선하여야 한다고 주장하였다.<sup>2)</sup> 이는 기업활동이 공공이익과 공공복지를 위해서 이루어져야 함을 의미한다. 엘즈(Eells)는 기업이 자기이익 추구하고 공공이익간에 조화를 이루는 中道的 會社(well-tempered corporation)의 모델을 제시하였다.<sup>3)</sup> 그는 전통적인 이윤극대화 목표는 목표의 협소성으로 인하여 기업의 생존력을 약화시킨다고 하며 목표의 확대성, 포괄성을 주장하였다. 그러나 목표의 지나친 확대는 私企業性을 저해하고 기업의 효율성을 감소시키는 것이다. 따라서 중도적 회사에서 이윤책임과 사회적 책임이 조화를 이루면서 촉진된다고 주장한다. 또한 기업이 지나친 사적이익 추구로 인한 비윤리

1) Oliver Sheldon, *The Philosophy of Management*(1924), "경영의 목적과 책임", 高田 謙지, 오종석역, 삼영사, 1982, p. 139-140에서 재인용

2) 高田 謙, 전게서, pp. 136-137에서 재인용

3) 신유근저 "기업과 사회", 경문사, 1986, pp. 173-174 에서 재인용

성이 증대되는 것에 대한 대안으로서 계몽된 사적이익(enlightened self-interest)의 개념이 제시되고 있다.<sup>1)</sup> 이는 기업이 사회의 개선을 위하여 정당한 책임을 수용하지 않으면 기업의 이익이 실제로 위협하게 되리라는 것이다. 따라서 기업은 사회적 책임을 다함으로써 단기적 이윤극대화보다 장기적 적정이익을 추구하여야 한다는 것이다. 이러한 논의는 서구가 자유시장과 자유기업주의를 옹호하면서, 현실적으로 나타나는 기업의 비윤리적 행태에 의한 사회적 폐해를 감소시키고자 하는 의도에서 논의된 것이다. 기업에 대한 동기부여로서는 기업이 자발적으로 윤리적 책임에 충실할 때 장기적으로 이익을 가져오게 될 것이라는 점이 강조되고 있다.

일반적인 관점에서 기업에 대한 청지기 원리의 적용은 기업이 이윤추구에 있어서 공적 수탁자(public trustee)로서 기업의 의사결정과 정책에 의해 영향을 받는 모든 개인이나 집단의 이익을 고려하여야 한다는 것이다. 이는 기업과 사회의 상호의존성을 인식하고 사회의 다양한 집단의 이해와 욕구의 균형을 유지해야 한다는 전제에 입각한 것이다. 이 원리에 입각하면 경영자는 공적이익을 위하여 일하는 청지기 또는 수탁인으로서 기업의 경영에 있어서 단기적 이윤극대화보다는 장기적 적정이익을 추구해야 한다는 것이다. 청지기적 동기는, 기업의 경영이 소유경영자 중심에서 전문경영자 중심으로 전환됨에 따라, 전문경영자는 단순한 주주이익의 극대화보다 다수 이해관계자들의 이해관계조정에 관심을 기울여야 한다는 관점에서 보는 것이다. 이러한 개념은 경영이론에서 利害關係者 管理理論으로 발전되었다.<sup>2)</sup>

이러한 청지기 원리의 기업에의 적용은 청교도윤리의 전통에서 나온 것이다. 그러나 성경적 청지기 원리와 근본적인 차이는 하나님의 청지기가 아닌 사회의 청지기라는 점이다. 즉, 수탁(trusteeship)의 원리는 공통적이지만 누구로부터 수탁 되었는가는 전혀 다르다. 사회적 청지기는 자발적인 면이 강조되고 있지만, 현실적으로는 사회의 압력에 대한 대응으로서 이

1) William C. Frederick et al., *Business & Society*, McGraw-Hill, 1988, p. 39

2) Edward Freeman, *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Pitman, 1984.

해관계자 이익을 고려한다는 한계적인 청지기 원리의 적용이다. 하나님을 인정하지 않는 세속사회에서 차선책으로 이와 같은 청지기 원리의 적용이 기업사회의 윤리적 상태를 개선하는 데 기여할 것이다. 그러나 그리스도인은 이러한 차원에 머물러서는 안되고 하나님의 청지기로서 하나님의 사랑을 증거하여야 한다.

## 5. 결론

오늘날 자본주의 사회에서 기업에 대한 윤리적인 문제를 논한다는 것이 비현실적인 주제처럼 느껴질 정도로 기업윤리의 문제는 미궁에 빠져 있다. 기업과 관련된 윤리적인 문제들은 현재 우리사회의 전반적인 윤리문제에 깊이 뿌리 박혀 있어서 기업이 현 사회의 윤리수준을 넘어서서 윤리를 실천한다는 것은 거의 불가능하게 여겨지기도 한다. 우리가 오늘날 탐욕위에 번성한 기업세계와 물질만능 사회를 전면적으로 개선할 수 있으리라는 기대는 비현실적일 수도 있다. 그러나 그리스도인은 이종시민권과 이종책임을 가지고 있다. 하나님은 이 세속사회에서 우리에게 하나님의 자녀로 살기를 요구하신다. 따라서 그리스도인들은 기업의 윤리적 이슈에 대한 투쟁과 위험부담을 지도록 요구받고 있다. 시장에서 이윤의 추구와 사랑의 실천은 그리스도인을 긴장과 갈등상태로 몰고 가기 쉽다. 긴장은 필요하나 갈등에 빠져 있지는 말아야 한다. 이러한 의미에서 기업에 종사하는 그리스도인은 하나님의 말씀대로 살아 가야 하는 도전과 기회를 동시에 가지고 있다고 볼 수 있다. 본고에서는 이러한 도전과 기회를 기업윤리에 관한 성경적 관점을 통하여 조명해 보고자 하였다. 기업이 청지기직의 원리에 의하여 경영될 때, 탐욕에 의한 방향상실을 막을 수 있으며 온전한 시각을 갖게 될 것이다. 선한 청지기는 기업을 이윤의 이름(in the name of profit)으로 경영해서는 안되고 예수님의 이름(in the name of Jesus)으로 경영하여야 한다. 그리고 세상을 향하여 증거하여야 한다. 하나님의 방법으로 경영하는 것이 가장 올바른 기업경영의 길임을.