

지혜 경영: 지식의 윤리적 측면에 대한 연구

Wisdom Management: On Ethical Aspects of Knowledge

권오병(한동대 교수, 경영정보학)

황운민(한동대 경영경제학부)

I. 서론

II. 지식 경영의 연구 흐름

1. 연구 흐름

2. 지식의 측정

III. 경영윤리에 대한 최근 연구

IV. 지식의 윤리 이슈에 대한 실증 조사

V. 지혜 경영: 지식경영의 성경적 윤리 이슈와의 결합

1. 성경에서의 지혜

2. 지혜의 조작적 정의

VI. 결론

Abstract

Ethical value is one of the crucial properties of knowledge. By far, however, conventional concept of knowledge lacks the ethical aspect. This has led the business knowledge management system to consider only how to maximize the profit, which may result in long term business fail. This paper aims to add the biblical ethics to the knowledge management. To do so, we analyzed how the people discern the usability and desirability are perceived differently, which advocate that the ethical aspect of knowledge valuation is worthwhile consider separately. To distinguish the general definition of knowledge, ethical aspect added knowledge is called "wisdom" in this paper. We also briefly described how wisdom is identified in the Bible. Then we operationally defined wisdom; wisdom is value-oriented, indirect, intuitive, implicated, dominating and metaphorical knowledge.

I. 서론

최근 지식경영에 대한 연구가 활발히 진행중이다. 지식 경영은 기업 내에 존재하는 암묵적 형식적 지식을 발견하고 공유하며 이전하도록 해서 궁극적으로 기업 가치를 증진하려는 동기에서 시작되었다. 이에 따라 기업 내 보유하고 있는 지식 자산에 대한 이해 및 가치 측정방법도 주된 연구 대상의 하나이다.

그런데 지식의 가치는 이해관계자에 의해 그 측정 방법이 달라질 수 있고 또한 Nonaka와 같이 지식의 속성에 가치 판단의 측면이 있음을 알 수 있다. 그러나 기존 지식 자산의 측정 방법에서는 지식의 가치 판단적 속성, 즉 윤리적 속성에 대한 연구가 소홀했다.

본 연구의 목적은 지식의 윤리적인 측면에 대해 고찰해 보고 지식의 상위 개념인 지혜에 대한 조작적 정의를 통해 지혜 경영의 개념을 소개하고자 한다. 이를 위해 먼저 기업 윤리의 개념을 분석해 보고, 윤리적 기업이 가지는 의미 및 지식 내에 윤리성의 존재 여부에 대한 실증적 분석을 수행하고자 한다. 이를 통해 지식에 윤리개념이 부가된 지혜에 대한 개념 정립과 함께 지혜 경영을 위한 추후 연구 이슈들을 나열해 보았다.

본 논문은 다음과 같이 구성되어 있다. 제2장에서는 지식 경영의 연구 흐름 및 지식 자산 측정 방법에 대한 문헌 조사를 실시하였다. 제3장에서는 경영 윤리에 대한 최근 연구 동향을 분석해 보았고, 제4장에서는 실증적 분석을 통해 기업 윤리라는 개념에 대한 일반인들의 시각과 지식에 윤리성의 독립적 존재 여부에 대한 분석 내용을 기술하였다. 그리고 제5장에서는 지혜의 개념에 대해서 정리해 보았고, 마지막으로 제6장에서는 결론 및 추후 연구 방향들을 소개하였다.

II. 지식 경영의 연구 흐름

1. 연구 흐름

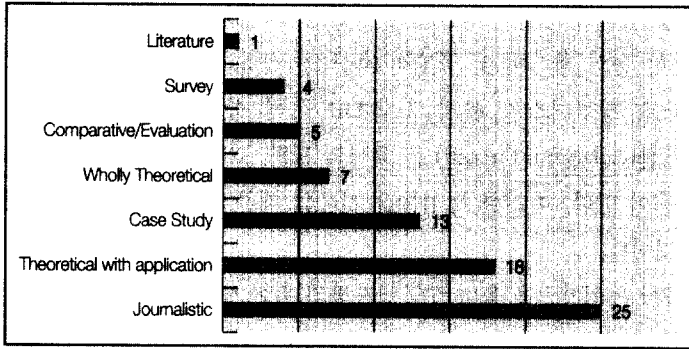
연구 논문은 영국의 논문 평가 및 제공 서비스 기관인 ANBAR에서 보유하고 있는 450개의 국제 학술지 중에서 최근 5년 간(1995~2000) 게재된 논문 중 “지식경영(Knowledge Management)”라는 주제어를 가지는 논문을 대상으로 조사하였다.

〈그림 1〉은 지식경영관련 연구가 어떤 형태가 있는지에 대해 보여주고 있다. 그 결과 일반적 연구 형태가 25건으로 가장 많았고, 응용이론연구, 사례연구, 이론연구, 비교연구, 조사연구, 문헌연구의 순으로 연구가 이루어졌다. 또한 〈그림 2〉에는 연구 이슈별로 빈도 순이 나타나 있다. 주로 방법론에 대한 논문들이 많으며 지식경영의 핵심인 지식에 대한 개념에 대한 연구도 7편이 발표되었다.

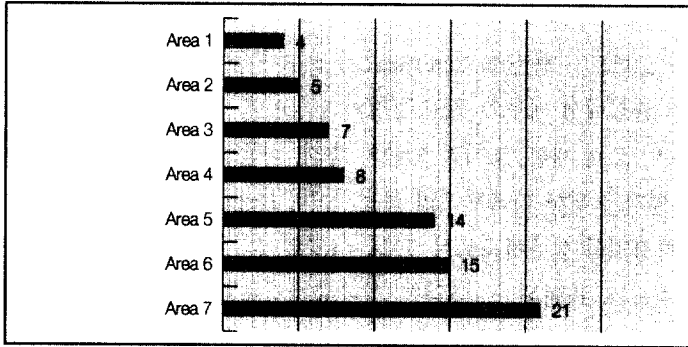
2. 지식의 측정

기업의 목표는 기업가치의 극대화이기 때문에 기업가치의 올바른 평가가 있어야 기업의 올바른 목표달성이 가능하다. 따라서 올바른 기업가치 평가 기준이 기업과 기업 이해 관계자들에게 절대 필요하다.

효율적 자본시장의 가정 하에서 기업가치의 극대화는 주가의 극대화를 의미한다. 자본시장은 준강형효율성(semi-strong form efficiency)을 가정하고 있으므로 공적으로 이용 가능한 정보(public information)는 이미 주가에 반영된다. 이러한 정보에 대한 공시의 주요 수단은 재무제표(financial statements)로서 대차대조표, 손익계산서, 현금흐름표가 있다. 이러한 전통적인 회계학적 가치평가는 재무적 평가, 취득원가주의(과거



〈그림1〉 지식경영관련 연구 형태의 주제 빈도



〈그림2〉 지식경영관련 연구 이슈 빈도

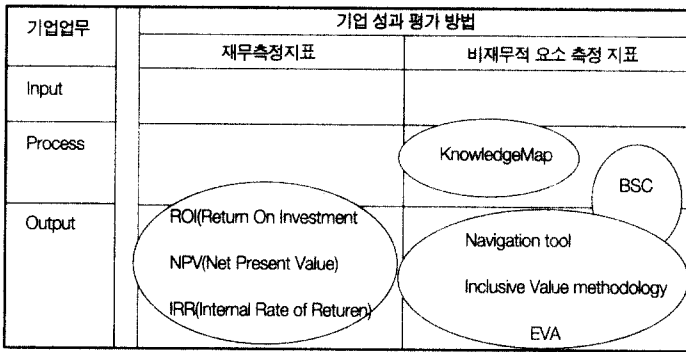
단, Area 1: 산업별 지식 경영 차이 연구, Area 2: 문화별 이슈, Area 3: 지식의 개념, Area 4: 지식경영과 전략적 우위, Area 5: 지식 획득, 전이, 공유 및 재사용, Area 6: 지식 경영과 지식근로자, Area 7: 지식경영 소프트웨어 및 방법론

지향적), 대차대조표(장부가치)라는 특징을 지니는데, 전통적인 회계학적 가치평가는 지식자산의 적정 가치를 평가하는데 부적합하다. 왜냐하면 지식자산이란 무형자산으로 인적자산, 구조적자산, 고객자산 등이 있는데 기업의 가치평가에 있어 재무적인 측정치로는 이러한 자산을 평가할 수 없기 때문이다. 인적자산(Human Capital)은 종업원의 능력, 지식,

기술 및 경험과 개인의 창조성과 혁신성, 그리고 조직구성원의 문화, 가치, 철학 등의 자산이고, 구조적 자산(Structural Capital)은 경영시스템, 조직구조, 정보시스템, 문서, 고객 DB, 특허, 상표 및 저작권 등이 있고, 고객자산(Customer Capital)은 회사의 평판, 고객과의 관계, 공급자와의 관계 등이 있다. 이러한 특성들을 기존의 재무적 측정치로는 평가할 수 없는 것이다.

따라서 지식자산을 올바르게 평가하기 위한 새로운 평가지표와 다양한 성과측정지표가 만들어지고 있다. 새로운 평가지표로는 Balanced Scorecard(BSC), EVA(Economic Value Added; 경제적 부가가치)가 대표적이다. Balanced Scorecard는 1992년에 데이비드 노턴(David Norton) 박사와 로버트 카플란(Robert Kaplan) 교수가 공동으로 개발한 것으로 전략적인 관점에서 재무와 운영 측정치의 양자를 적절히 활용하기 위해 고안했으며 조직 개선, 조직적 학습의 촉진, 제품설계의 개선, 생산계획 수립 및 평가를 위한 다측면적인 측정치이다(Norton & Kaplan, 1992). EVA는 가치경영의 성과지표로서 'EVA = (영업이익 - 법인세) - 자본비용'라는 식으로 표현된다. 다양한 성과측정지표로는 Skandia Navigator, Intangible Assets Monitor(Karl Erik Sveiby), Intellectual Capital Index(Intellectual Capital Service), Information Health Index(KPMG/INDEX) 등이 사용되고 있다. 이러한 성과측정지표를 통해 무형자산을 외부구조, 내부구조, 인적 능력으로 구분하거나 재무적 계층구조와 비재무적 계층구조를 통합하거나 지적자산 정보의 건전성을 평가할 수 있다. 하지만 이러한 측정지표는 기업 내에서 생성, 공유, 사용되는 지식 프로세스의 효율성에 대해 명확히 설명해 주지 못한다. 이러한 문제점을 해결하기 위해 지식지도(Knowledge Map)개념이 1993년부터 로버트 등에 의해서 소개되었다. 지식지도는 정보, 지식의 획득과 손실의 관계를 추적하는 것으로서 획득된 지식을 나열하고 계획된 형식에 따라 추출된

지식을 표현한다. 그리고 추출된 지식은 정의되고 분석되고 지식의 수준에 따라 분류된다. 지식지도를 통해 누구나 일관된 지식 연결성(the connected knowledge link)과 지식의 서술(description of knowledge), 지식의 가치, 지식의 모양과 형태, 지식의 앞과 뒤(front and rear of knowledge), 그리고 지식의 생명 주기를 알 수 있다. 따라서 지식 프로세스의 효율성을 파악할 수 있다(Wright,1993; Kesik,1996; Grey,1999). 전체적인 프레임워크는 <그림3>에 표현되었다.



<그림3> 기업 지식 가치 평가 프레임워크

Sveiby는 지식 자산의 측정을 위해 역량, 내부구조, 외부구조의 세 부류에 대해서 각각 성장/쇄신, 효율성, 안정성에 관련된 지표들을 제시하였다. 먼저 역량의 측정에서는 성장/쇄신과 관련된 지표들로 같은 직업 내에서의 전문인력의 근무년수, 교육의 수준, 훈련과 교육비용, 등급, 이직률, 그리고 경력개발에 공헌하는 고객의 비율 등을 소개하였다. 또한 효율성에서는 기업 내 전문인력의 비율, 레버리지효과 (종업원 및 프리랜서의 수 대비 전문인력의 비율), 전문인력 1인 당 부가가치를 지표로 제시하였으며, 안정성에서는 평균연령, 근속년수, 상대적 임금수준, 전

문인력의 이직률 등을 지표로 제시하였다.

내부구조의 측정을 위해서 성장/쇄신의 지표로는 내부구조의 투자, 정보처리시스템에의 투자, 내부구조에 기여하는 고객을 위한 배려를, 효율성을 측정하기 위한 지표는 지원인력의 비율, 지원인력 1인당 매출, 가치와 태도(기업정신 및 종업원의 태도), 그리고 안정성을 위한 지표로는 조직의 연혁, 지원인력의 이직률, 신참 인력의 비율 등을 선택하였다.

마지막으로 외부구조의 측정을 위해서는 성장/쇄신을 위한 지표에 고객 일인당 수익성과 유기적인 성장을 제시하고 있다. 이때 유기적인 성장이란 타기업의 인수합병에 의한 외형 성장이 아닌 조직 내적 잠재력에 의한 매출의 증가를 나타낸다. 효율성 지표로는 고객만족도, 입찰성패지수, 그리고 고객 일인당 매출이 제시되고 있다. 마지막으로 안정성 지표로 대형고객의 비율, 연령구조, 헌신적인 고객의 비율, 그리고 반복주문의 빈도(frequency of repeated orders)가 사용되고 있다.

이와같이 지식 자산의 측정의 특징을 전반적으로 살펴보면 그것이 무형 자산인 관계로 단순한 재무지표만으로는 측정할 수 없다는데 있다. 둘째, 지식 자산의 가치는 지식 자체에 대한 측정이 아니라 지식을 소유한 전문인력의 가치이다. 따라서 지식 그 자체의 내용보다는 그 지식을 소유한 인적 자원이 더 핵심적이다. 셋째, 지식 자산의 측정은 이해관계자에 따라서 다르다. 즉, 누가 그 지식을 혜택을 보았느냐가 측정에 영향을 준다. 이는 지식 자체에 대한 측정 보다는 그 지식이 특정 이해관계자 그룹에 어떻게 이해되고 활용되었는지에 대한 측정이 중요하다는 의미이다.

III. 경영윤리에 대한 최근 연구

경영윤리에 대한 접근법 중 가장 고전적인 것은 전통적 분석방법

(Orthodox analysis)과 같은 규범적 연구이다. 전통적 분석방법은 “만약에 진짜 …라면, 옹당 이래야 한다”는 식의 규범적 기준을 제시하는 것이다. 하지만 이러한 방법은 지적으로는 단순하며 종종 종교적 신념에 의한 적용에서 나오는 산물이기 때문에 말로 표현하기 어려운 특징을 가지고 있다 (Lister, 1998). 또한 표현할 수 있다고 하더라도 구두로 승전되어 온 것이 글로 표현된 부분보다 훨씬 더 많다. 현대 지식이 폭증하면서 상대적으로 전통적 분석의 중요도가 감소하고 있는 중이지만 오랜 역사 속에서 발견되어 온 윤리에 대한 규범을 경영윤리 이슈에 포함시킴으로 지식의 풍부성을 누릴 수 있다는 의미가 있다. 특히 특정 현상을 해석하고 영감을 얻는데 유용하다.

이러한 접근방식을 견지해 온 유대인들은 주로 구약성경에서 나오는 규범을 자신의 경영 의사결정에 사용하여 왔다. 예를 들어 고리대금에 대한 부분에 대해서 출22:24, 레25:35-37, 신23:20-21, 겔18:13, 함2:6, 시 15:5 등 여러 부분에서 나오는 고리대금의 금지에 대한 명령을 실제로 지켜오고 있다. 또한 보증에 대해서도 보증은 자신의 보장이 다른 사람이 돈을 얻는데 영향을 주었다고 하는 데서 오는 정신적 만족감을 주는 데서 긍정적 의미를 찾기도 한다.

Bowie는 칸트의 윤리 이론에서 근거하는 의미성(meaningfulness)에 관심을 기울이면서 이해관계의 상충(conflict of interest), 자율성(autonomy), 공정성(fairness)을 중요한 경영윤리의 개념으로 본다(Bowie, 2000). 또한 ‘만족함’이라는 것이 일을 의미있게 하는 필요조건인가라는 질문을 던지는데, 이는 누구의 ‘만족함’ 이냐에 따라 한 일은 의미 있을 수도, 의미 없을 수도 있다는 점을 인식하고, 따라서 ‘지식’은 ‘누구’의 만족함이냐에 대해 사전에 정해두었을 수 있다는 것이다. 사실 의미 있는 일에 대한 정의는 과학적 모형으로 만들기에 너무나 많은 변수가 있고, 또한 많은 비밀치성이 존재한다. 이때 윤리적 측면은 “누구”의 대

상을 바꾸어봄으로써 새로운 견해를 제시할 수 있다.

또한 칸트의 이론에서는 인간의 자율성을 보장하는 방향으로 가야 할 이 의미 있다고 주장한다. 그러나 인간은 그가 하는 일이 비록 사회적 방향은 크지 않더라도 그 일이 '사회의 선'에 도움이 되면 의미있는 것이다. 한편 기독교에서는 인간을 창조한 하나님의 부르심의 소명을 따름 움직이면 하나님께서 성취하게 하시며, 그때 '악한' 사회 구성원은 그 일을 의미있게 여기지 않을 가능성이 있음에도 불구하고 하나님은 전능한 관리자이시기 때문에 의의성은 그분에 의해 결정된다고 본다. 한편 Michael Hoffman과 같은 경영윤리학자는 인간은 이기주의자처럼 행동한다는 점을 주지한다. 윤리적 이슈가 지식 경영에서 중요한 이유 중 하나는 윤리적 문화가 갖추어져 있는 기업은 전략적 우위에 점할 수 있는데 있다. 윤리적 문화는 Williamson이 주장하는 대로 무형 자산이 된다. 그리고 이러한 자산은 경쟁자에 의하여 쉽게 파괴되지 않는다.

이와같이 규범적 연구는 아직도 경영윤리 연구에 있어서 중요한 부분을 차지한다. Freeman은 기업 경영과 윤리의 관계에 대한 기존의 주장을 분리주의와 책임주의로 분류하였다(Freeman,2000). 분리주의는 기업 의사결정과 윤리적 의사결정은 다르다는 입장을 취한다. 이에 반해 책임주의에서는 기업 활동은 윤리의 바탕 위에 세워졌다는 주장을 한다. 즉, 영업을 하는 사람들이 자신의 활동이 다른 사람에게 미칠 요인에 대해 책임을 져야 한다는 생각이다. 이러한 분류 하에서 Freeman은 그가 자유주의자임에도 불구하고 인간은 자신이 현재 하고 있는 일의 의미를 깨닫고 있어야 자본주의가 성장할 수 있다고 주장하면서 경영과 도덕성을 분리하면 안되고 경영 이론의 주된 흐름에 경영 윤리의 논의가 참여하도록 해야 한다고 언급하였다.

윤리적 행위는 매일의 경영 의사결정에 영향을 준다. 최근까지의 성공적인 경영은 산업 혁명과 과학적 방법론에 의존해 왔다. 이러한 과학적

방법론의 분업화 및 교육훈련 방법은 20세기에 대규모의 조직을 양산하였고 이러한 상황에서 인간성 박탈이라는 결과를 가져오게 되었다. 또한 근래의 세계화 추세는 급변하는 환경에 잘 반응하는 것이 경영의 성공으로 이어지게 되었는데 이런 접근방식은 Tom Peters의 책 *Thriving on Chaos*에서 고객 대응, 혁신, 품질, 종업원 권한 위임, 분권화, 그리고 관료제의 타파 등으로 대변되는 새로운 경영 성공의 요인들을 만들어내게 되었다. 그런데 이중에 '총체적 통합성(total integrity)의 요구'라는 것이 포함되어 있다. 총체적 통합성은 모든 경영 활동에 신뢰라고 하는 기반이 이루어져야 한다는 것을 지향하고 있다. 총체적 통합성은 약속(작은 것이라도)의 불이행, 윤리의 타협, 경영자의 일관되지 않은 행동이 있는 한 오늘날에 생존을 위한 전략은 실행되지 않을 것임을 지적하고 있다. 이는 급변하고 불확실한 경영 환경 속에서 기업을 묶어 줄 수 있는 접착제의 역할을 한다. 그리고 Paine은 이를 통합기반 접근방식(integrity-based approach)이라고 하였다(Paine, 1994).

Paine은 기업 전사적 가치의 인식과 이 가치를 구성원들에게 내재화할 수 있는 교육 훈련에 중점을 두고 있다. 이 내재화는 구성원들의 부적절한 의사결정을 견제한다. 만약 특정 구성원이 기업 가치를 위반하면 이는 불법성을 떠나서 비윤리적이다. 또한 이를 실천하기 위해서 "무엇이 윤리적인가", "왜 윤리적인가"에 대한 대답은 이미 많이 나와 있지만 '어떻게' 실천할 것인가에 대해서는 아직 고안된 바도 없으며, 이것이 실제 조직에 영향을 미칠 수 있는 가장 큰 대답이다(Welch, 1997). 특히 Welch는 Paine의 통합기반을 부가가치라는 말로 설명한다. 이때 부가가치 지식은 지혜(wisdom)의 개념과 흡사하며, 그렇다면 부가가치를 하기 위한 프로그램은 지혜를 생산해 내는 과정이라고 할 수 있다.

Josephson Institute에서는 윤리 모형(model of morality)에서 등장하는 기질의 여섯가지 기둥(six pillars of character)으로 신뢰(Trustworthi-

ness), 존경(Respect), 책임감(Responsibility), 공정성(Fairness), 보호(Caring), 그리고 시민의식(Citizenship)을 제시하고 있다. 또한 George는 현대는 부도덕 경영에의 미신(The Myth of Amoral Business)의 증상이 있다고 한다(George,1999). 이는 오늘날의 경영이 비윤리적이어야 생존할 수 있다고 생각하는 현상들이다. 이 때문에 1991년 미국에서는 Federal Corporate Sentencing Guideline이라는 것을 제정하였다. 이 가이드라인에서는 기업들마다 경영윤리를 훈련할 수 있는 전문인을 고용하는 것을 장려하고 있다(George,1999). 기업윤리의 필요성은 세계화 시대가 도래하면서 더욱 중요해지고 있다. 그 이유는 세계화는 정보화 시대에 의해 이끌어져 오는데 정보화가 될수록 오류 정보, 악의의 정보 또는 맥락을 벗어난 정보가 개인을 위협할 수 있기 때문이다. 특히 지적 재산권의 침해 혹은 불법 복제의 현상 발생 문제가 생긴다. 이 부분에 대해서 지식경영에서도 지식 관리, 특히 지식 습득의 단계에서 윤리적 문제를 제기하고 있다.

지식 경영은 의사결정 능력을 제고하기 위한 것임은 재론의 여지가 없다. 그리고 의사결정을 위해서는 반드시 비교를 위한 측정기준이 있어야 한다. 그런데, 이 측정기준의 선택에도 윤리적 이슈가 존재한다(Poesche,1998). 즉, 어떤 요소를 선정 기준에 포함할 것이냐에 대한 문제인데 여기에 즉 사회적 책임 등을 넣을 것인가가 중요한 의사결정 이슈 중의 하나이다. 또한 일반적으로 모든 선택 문제에도 윤리적 이슈가 있을 수 있다. 그런데 의사결정 상에는 윤리적 패러독스가 존재한다. 지식경영에 있어서 확보되고 공유된 지식이 윤리적인가에 대한 문제는 그동안 제기되지 못해 왔다. 특히 노하우는 그렇게 행하는 것이 필요하다는 전제하에 이루어지는데, 이는 다른 측면에서 보면 바람직하지 않을 수 있다. 생산성을 향상하기 위한 특정 방법은 공해를 더욱 유발할 수 있다. 그런데 기존 지식을 활용함에 있어서 이러한 윤리적인 측면까지를

일일이 생각해서 하기는 어렵다. 더구나 전사적 수준을 고려하는 사람이 아니면 더욱 힘들다. 윤리의 수준을 어느 정도로 정할지, 더 정확히 이야기하면 어느 정도를 윤리적이라고 할지는 각 기업의 정할 바이다. 그러나 중요한 것은 윤리적 한계를 일단 정하면 모든 정책, 의사결정에서 일관되게 적용하도록 하는 것이 중요하다. 그러나 기업 내 기존 지식은 이것이 일관되게 고려되어 있지 못하다. 더구나 각 기업의 윤리적 한계를 정할 때 문화적 측면, 종교적 측면 등이 고려되어야 하며, 특히 국제적 활동에 있어서는 상대국의 윤리 강령의 차이가 나는 경우가 많아 이에 대한 고려도 필요하다. 예를 들어 Poesche는 펄프 제조업에 있어서 환경 문제에 대한 기준이 국가마다 차이가 나는 것을 고려할 것을 지적하고 있다(Poesche, 1998). 또한 대내외적인 변화로 말미암아 윤리적 한계의 수준이 변동될 경우 이를 일관되게 모든 보유 지식에 적용하는 작업은 어려운 일이다. 이럴 경우 전 지식에 동일한 윤리적 수준을 견지하도록 하는 보완 장치가 필요하다.

의사결정에 있어서 윤리적 의사결정은 기회 비용을 포함한 이윤을 고려한 것이다. 즉 이 저자는 윤리적 이슈의 고려 가치를 이윤 개념으로 설득하고 있다. 이러한 접근 방식의 의미는 예를 들어 종교적 접근이 이윤을 상대적으로 중시하지 않고 있으나 실제로는 가장 중시하고 있다면, 이것이 의미가 적다고 주장하는 것보다 윤리적 개념을 이윤 함수에 포함시키는 것이 더욱 설득력과 확산력을 가지지 않는다는 생각이다(Primeaux, 1997). 이렇게 기회비용이 윤리 이슈에 주는 암시는 모든 의사결정은 다 장단점을 지니고 있다는 것이다. 이윤은 단순히 이해관계자의 부를 증가시키는 것이 아니다. 그것은 최소 자원 사용의 효율성이나 생산성을 포함한 것이다. 뿐만 아니라 생산에 수반된 외재성(externality, 예: 생산에 영향을 받는 자들의 삶의 질)까지 이어진다. 따라서 이에 당연히 윤리 이슈가 포함된다. 이렇게 볼 때 윤리적 이슈에 대한 학자들

의 공통적 측면은 윤리적 고려는 결국 기업 경영에 가치를 주입시키는 (incorporating values within business) 의미를 가진다는 것이다.

그러나 윤리성을 측정하려고 할 때의 문제점은 측정의 문제이다. 태도라는 것을 평가할 수 있는가? 이에 대해 Stieber와 Primeaux는 경제적 효율성과 이로 말미암은 생산성 증가에 입각하여 측정하고자 한다(Primeaux and Stieber, 1994). 그러면 종업원의 복지, 직무 만족, 소유강도 등은 모두 기회비용의 개념으로 설명된다. 그러나 Welch의 아이디어는 우리에게 종업원에 대한 생각을 생산 수단이라는 식으로 비인격적으로 다루어야 하는 것을 암시하고 있다. 이에 관련해 앞서 설명한 전통적 분석에서는 윤리의 기준의 불변성을, Welch의 개념에서는 시대의 흐름에 맞게 적용하는 가변성을 알려주고 있다. 결국 이 두 가지는 모두 나름대로의 가치를 지니고 있어 두 가지 모두를 고려해야 한다.

이러한 주장을 지식 경영에 적용해 본다면 지식을 표현하거나 평가할 때 윤리적 차원을 하나 더 만드는 것을 고려할 필요가 있다. 그 지식을 활용한 의사결정에는 항상 기회비용이 들어 있게 마련이고, 이 기회비용을 잘 산정해야 그 지식의 효용성이 정확하게 계산될 수 있을 것이다. 즉, 지식경영의 비용은 다음과 같다.

$$\text{지식경영의 비용} = \text{확보 비용} + \text{표현 비용} + \text{저장/공유 비용} + \\ \text{분배 비용} + \text{유지보수 비용} + \text{기회비용}$$

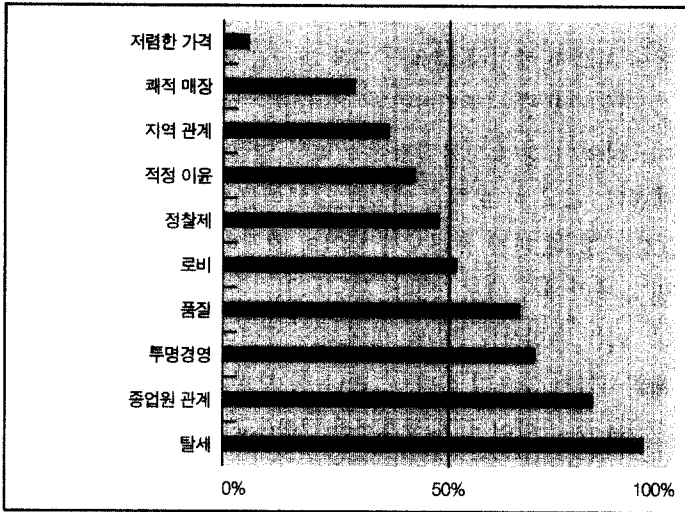
Shaw는 경영윤리에 대한 세 가지 접근법으로 표준 모형(The standard model), 정치적 모형(The political model), 그리고 선 모형(The virtue model)을 제시하고 있다(Shaw, 1996). 이 중에서 정치적 모형은 실제 경영에서 일어난 일들을 도덕적 원칙에 의해 분석하고 평가하고 대안을 제시하는 형태의 접근법이다. 정치적 모형은 윤리 그 자체보다 그러한 의

사결정을 나오게 하였던 사회적 배경을 더욱 중시하고 있으며, 이에 따라 기업의 사회적 책임에 대해서 더욱 관심을 가진다. 이는 기업과 사회와의 암묵의 계약성을 중시한다는 의미이다. 따라서 사회적, 법적 차원의 가이드라인이 경영 의사결정에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 연구를 수행한다. 결국 이 모형은 개인으로 하여금 그에게 닥친 문제에 대한 의사결정을 할 때 한발 물러서서 본인의 결정이 조직의 맥락 내지는 사회적/법적 맥락에서 어떤 영향을 줄 수 있는지 생각해 보는 것을 격려하고 있다. 이는 윤리상대주의와 대치되는 개념이며, 경영을 윤리의 영역에서 제외시키지 않으려 한다. 그러나 이 모형은 다분히 개인적 의사결정에 초점을 두고 있어서, 사회경제적 맥락(socioeconomic context)에서의 생각이 부족하다. 즉, 개인이 그러한 의사결정을 내리도록 만든 사회경제적인 힘을 간과한 경향이 있다.

선 모형은 도덕적 기준을 정하기에 앞서 인간이 어떤 존재인지, 우리는 어떤 존재가 되고 싶은지, 어떤 종류의 인간상을 추구하고 있는지에 대해서 고민하는 것으로부터 시작하는 것이다. 이 모형에 의하면 도덕적 기준은 완전할 수 없다고 하는데, 이는 아리스토텔레스의 영향을 받은 것이다. 즉, 도덕성이란 습관과 사회화의 산물이며, 도덕성의 핵심에는 어떤 규칙이나 이론이 있는 것이 아니라 우리가 추구하고자 하는 인간상이 담겨 있다. 따라서 원리의 발견보다는 좀더 유용한 측면이 있다.

IV. 지식의 윤리 이슈에 대한 실증 조사

지식의 윤리 이슈에 대해서 본 연구에서는 윤리적 기업이 갖추어야 할 조건, 상품 구매에 관련된 태도 형성 시 윤리 개념과 타 개념과의 상대적 중요도 비교, 지식의 바람직성과 유용성의 차이 분석 등을 실시하였다.



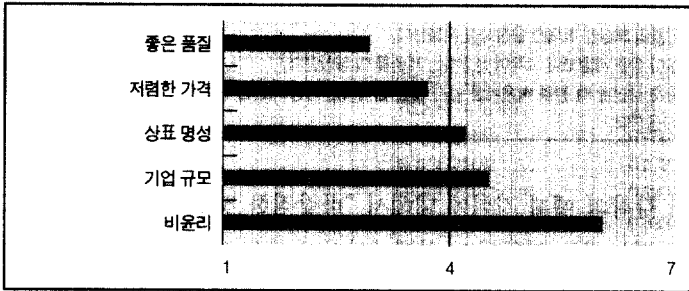
(그림4) 윤리의 개념

응답자는 경영학을 전공으로 하는 학부 학생들 89명을 대상으로 시행하였다. 그리고 설문 항목은 부록A에 제시하였다.

첫째로, 윤리적 기업이 갖추어야 할 조건에 대해서 응답자는 다음과 같은 순서로 응답을 하였다. 50% 이상이 윤리적 기업이 갖추어야 할 조건으로 동의를 한 것은 “탈세를 하지 않는 기업”, “종업원 관계가 원만한 기업”, “경영정보가 투명한 기업”, “좋은 품질의 제품 및 서비스를 제공하는 기업”, “불법적인 로비를 하지 않는 기업”의 순이었으며, 상대적으로 “저렴한 가격”, “쾌적한 매장”, “지역과의 관계”에 대해서는 중요한 조건으로 인식하지 않는 것으로 나타났다.

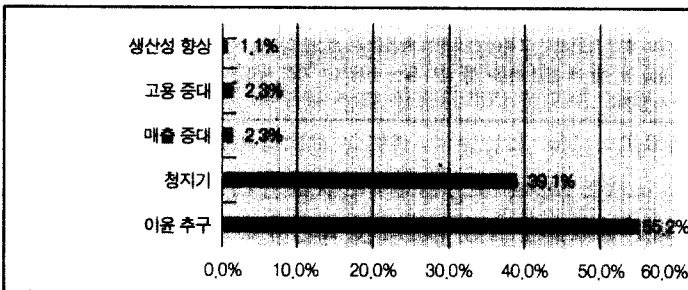
둘째, 상품 구매 태도 형성 시 윤리 개념과 타 개념과의 상대적 중요도 비교로서 윤리라는 개념이 기업 제품 선택의 다른 요소와 비교해 볼 때 상대적으로 얼마나 더 중요한지에 대해서 질문하였다. 그 결과 윤리적인 기업을 비윤리적인 기업보다 절대적으로 선호하는 것으로 나타났으며,

상표의 명성과 기업 규모에 비해서 윤리적 기업의 제품을 의도적으로 더 구매할 의사가 있는 것으로 나타났다. 그러나 품질과 가격에 비해서는 윤리성이 상품 구매에 상대적으로 더 중요하게 작용하지는 않는 것으로 나타났다. 이에 정리된 그림은 <그림5>에 있다.



<그림5> 윤리성을 4점으로 보았을 때 다른 개념들의 상대적 호감도 (단 1점이 높은 점수)

셋째, 응답자들이 가장 중요하다고 생각하는 기업 목적은 다음 <그림 6>과 같이 이윤추구(55.2%), 청지기 목적(39.1%)의 순으로 나타났다.



<그림6> 중요하다고 보는 기업 목적

넷째, 지식의 특성에 따라서 지식의 바람직한 정도와 유용한 정도에

차이가 있는지를 알아보기 위해 <표1>에 나타난 것처럼 네 가지 종류의 지식을 예로 하여 분석해 보았다.

<표1> 지식 예와 바람직한 정도 및 유용한 정도의 인지 차이

지식 예	바람직한 정도	유용한 정도
(1) 외상매입금은 최대한 늦게 지불하고 외상매출금은 최대한 빨리 받는다.	2,5465	4,6092
(2) 직원들의 보상은 최대한 공정하게 지불한다.	6,2674	5,7442
(3) 품질이 좋은 제품보다 고객이 선호하는 제품을 더 생산한다.	4,7674	5,5116
(4) 제품을 생산할 때 환경 허용치를 넘지 않는 선에서는 가장 저렴한 원료를 사용한다.	4,8471	5,6471

위의 각각의 예제 지식에 대해서 “바람직한 정도”와 “유용한 정도”의 차이가 있는지를 검증하기 위해 “지식의 바람직한 정도와 유용한 정도는 같다”라는 가설을 가지고 t-검정을 실시하였다. 그 결과 다음과 같은 <표2>를 얻을 수 있었다.

<표2> 인지도 차이에 대한 t-검정 결과

지식 예	Prob>F	Prob> T
(1) 외상매입금은 최대한 늦게 지불하고 외상매출금은 최대한 빨리 받는다.	0,5765	0,0000***
(2) 직원들의 보상은 최대한 공정하게 지불한다.	0,8048	0,0073***
(3) 품질이 좋은 제품보다 고객이 선호하는 제품을 더 생산한다.	0,8048	0,0003***
(4) 제품을 생산할 때 환경 허용치를 넘지 않는 선에서는 가장 저렴한 원료를 사용한다.	0,3384	0,0015***

***: p<0,01

Prob>F 값이 모두 유의 수준 0.1을 초과하였기 때문에 등분산 가정으로 p-값을 본 결과 모두가 다 유의 수준 0.01보다 상당히 작으므로 지식의 바람직한 정도와 유용한 정도가 같다는 가설을 기각하게 된다. 결국 바람직한 정도와 유용한 정도는 지식별로 다르다는 결과를 얻을 수 있었다.

다섯째, 소비자의 기업윤리에 대한 중요도 및 자신이 주관적으로 인지

하는 기업윤리관 수준과 이들의 상품 구매 태도 형성 시 윤리 개념의 상대적 중요도 사이의 상관관계를 분석하기 위해 상관분석을 실시하였다. 이에 <표3>과 같은 결과를 얻을 수 있었다.

<표3> 변수1과 2의 상관관계 분석 결과

변수1	변수2	Pearson R
기업윤리에 대한 중요도	비윤리의 중요도	0.11636
	기업규모의 중요도	0.40725***
	가격의 중요도	0.43633***
	품질의 중요도	0.27075**
	명성의 중요도	0.38007***
주관적 기업 윤리관 수준	비윤리의 중요도	0.32255***
	기업규모의 중요도	-0.01928
	가격의 중요도	0.12408
	품질의 중요도	-0.34276**
	명성의 중요도	-0.32970**

***: $p < 0.05$, **: $p < 0.01$

소비자가 인지하는 기업윤리에 대한 중요도는 기업규모, 가격, 품질, 명성 등에 대해 윤리적 기업에 대한 제품을 의도적으로 구매할 욕구와 정의 상관관계가 있는 것으로 나타나고 있다. 또한 자신이 주관적으로 인지하는 기업윤리관 수준은 비윤리적 기업에 대해 윤리적 기업에 대한 제품을 의도적으로 구매할 욕구와 정의 상관관계가 있으며, 반면 품질과 명성에 대해서는 부의 상관관계를 발견할 수 있었다. 이는 자신이 스스로 기업윤리관 수준이 낮다고 평가할수록 품질과 명성에 대하여 윤리성의 상대적 중요성을 더욱 느낀다는 의미여서, 이에 대해서는 기업 윤리에 대한 중요도와의 비교 경우와 정반대의 결과가 나왔다. 그러나 자신이 주관적으로 인지하는 기업윤리관 수준과 기업윤리에 대한 중요도와는 통계적으로 유의한 상관관계가 없는 것으로 나와 두 요인들간의 상관관계에 의한 상반된 결과는 아님을 알 수 있었다.

V. 지혜 경영: 지식 경영의 성경적 윤리 이슈와의 결합

4장에서 살펴본 바와 같이 지식 경영에서의 중요한 활동 중 하나인 지식의 가치 측정에 있어서 윤리성의 개념이 포함되는 여부는 의미있는 일임을 알게 되었다. 그러나 윤리적 개념이 성경적 윤리와 인본주의적 윤리의 차이가 있음을 주지할 때 본 장에서는 기존의 지식 경영이 성경적 윤리 개념과 결합될 수 있도록 하기 위해 간단히 성경에서 언급하고 있는 지혜의 개념을 살펴보고 그에 따라 지혜에 대한 조작적 정의를 하여 추후 지식 가치 측정의 유용한 개념으로 삼고자 한다.

1. 성경에서의 지혜

성경 전체가 하나님의 지혜로써 행하신 구속사역에 대해 말하고 있으므로 지혜를 성경 전체에서 발견할 수 있으며, 특별히 지혜에 대해 자세히 언급한 지혜서는 욱기, 잠언, 전도서이다. 잠언서는 하나님을 경외하는 것이 지혜의 근본임을 강조하면서, 순리대로 살 것을 강조한다. 한편 욱기는 인간의 범주에서 이해할 수 없는 세상의 생사화복은 하나님의 섭리 안에 있음을, 그리고 전도서는 “헛되고 헛된” 세상에서 나름대로 행복을 추구하며 사는 것이 하나님께서 주신 지혜임을 강조한다.

(1) 성경적 지혜의 개념

지혜는 최선이며 최고인 목표와 그것을 달성하기 위한 가장 확실한 수단들을 보는 능력, 그리고 그것을 선택하는 성향이며, 지적인 속성과 도덕적 속성을 내재하고 있다. 도덕적 선의 실제적 측면은 오직 하나님 안에서 완전하게 발견되므로 하나님으로부터의 지혜가 참된 지혜라고 성경은 말하고 있다(Packer,1993).

성경에서 형식적인 측면에서 볼 때 지혜는 격언문장이나 가르침, 논쟁, 지적인 반성 등으로 이루어지며 주제의 측면에서 볼 때 지혜는 인간 복지를 위해 삶을 다스리는 것에 관련된 자명한 직관들, 삶의 비밀을 추구하는 일, 인간의 유한성에 대한 고민, 창조질서 안에 감추어져 있고 지혜 안에 드러난 진리를 추구하는 일 등으로 구성된다. 지혜롭게 된다는 것은 곧 질서를 추구하고 또 그 질서를 유지하는 것을 뜻한다는 것이 지혜에 대한 기본 가정이다.

(2) 구약의 지혜

구약의 다른 지적 덕목들과 마찬가지로 지혜 또한 이론적인 것이 아니라 매우 실용적인 것이다. 지혜를 뜻하는 히브리어 단어로는 '호크마'가 가장 많이 쓰이고 '비나'(욥 39:26, 잠 23:4), '테뷰나'(시 136:5), '세켈'(잠 12:8, 23:9) 같은 다른 단어도 가끔 쓰인다.

먼저 구약에 나타난 인간과 지혜에 대해 살펴보면 지혜는 기본적으로 성공의 기술이요, 바라는 결과를 옹계 계획하는 기술이다. 지혜가 머무르는 자리는 마음이며 마음은 도덕적, 지적 결정의 중심이 된다(왕상3:9, 12). 인간과 지혜에 있어서 지혜는 열왕과 지도자, 기능자, 지혜자 이 세 가지 종류의 직분에 많이 나타난다. 열왕과 지도자는 특별히 지혜가 필요한데 그들은 정치, 사회적인 영역에서 옹계 결정해야 하는 책임이 있기 때문이다. 또한 기술이나 기능을 가진 사람도 지혜롭다고 불리운다.

구약시대에 나타난 하나님과 지혜를 살펴보면 포괄적 의미의 지혜는 하나님께 속하며(욥 12:13 이하; 사 31:2; 단 2:20~23), 하나님의 지혜는 단순히 삶의 모든 영역에 걸친 온전한 지식뿐만이 아니라(욥 10:4, 26:6; 잠 5:21, 15:3) 하나님께서 계획하신 모든 것을 온전히 성취하는 것이다. 우주와(잠 3:19 이하, 8:22~31; 렘 10:12) 인간은(욥 10:8 이하; 시 104:24; 잠 14:31, 22:2) 하나님의 창조적 지혜의 산물이다. 자연(사

28:23~29) 및 역사적 과정도(사 31:2) 하나님의 지혜로 다스려 진다. 그의 지혜는 선악 사이를 틀림없이 구분하는 것도 포함한다. 이 때문에 의로운 자와 악한 자가 그 행위에 따라 보답 내지는 형벌을 받게 된다(시1, 37:73; 잠 10:3, 11:4, 12:2 등). 하나님께서 스스로 은혜로써 그것을 계시할 때, 비로써 사람은 그것을 파악할 수 있다(욥 28:23, 28). 자연적인 능력이나 경험에서 나오는 지혜조차도 은혜의 선물이다. 왜냐하면 하나님의 창조적 활동이 그런 지혜를 가능케 하기 때문이다.

인간과 하나님과 지혜에 대한 성경적 지혜는 종교적이며 동시에 실제적이다. 그 근본은 여호와를 경외하는 것이며(욥 28:28, 시 111:10; 잠 1:7, 9:10), 잠언에서 보여 주는 것처럼 생활 전반에 걸쳐서 적용된다. 지혜는 하나님의 길을 아는 데서 오는 통찰력을 일상 생활에 적용케 한다. 이러한 통찰력과 일종의 결합은 선지자들로 하여금 하나님께 대한 지혜를 연결시켜 강조하게 한 요소이다(호 2:20, 4:1, 6, 6:6, 잠 9:10).

(3) 신약의 지혜

신약성경도 구약성경과 마찬가지로 지혜의 실질적인 특성을 보여준다. 하나님의 계시와 결별한 것은 무엇이든지 비생산적이며, 구차한 것이다(고전 2:4; 고후 1:12). 진정 지혜로운 자들은 하나님의 은혜로 말미암아 지혜를 얻은 자들이다. 그러나 세상적 지혜는 계시와는 상관 없이 직관과 경험에 근거하며 그것은 심히 제한되어 있는 것이다. 또한 신약에서는 구약과 달리 구속 섭리 안에 하나님의 지혜가 더욱 뚜렷하게 나타나 있다(롬 11:33). 그리고 그 구속은 교회 안에서 현현한다(엡 3:10). 그 지혜는 난해한 교리에 나타나는 것이 아니고 십자가에 달린 그리스도 안에서 역사하시는 하나님의 구속 섭리 안에 있다. 이러한 하나님의 구속 섭리 안에 육신으로 오신 그리스도는 지혜 가운데 자라셨고(눅 2:40,52) 소년 예수는 지혜로써 듣는 자들을 놀라게 하셨다(마 13:45, 막

6:2). 그의 가르침에는 지혜와(마 12:42) 독특한 하나님 지식이(마 11:25 이하) 내포되어 있다.

이상에서 보는 바와 같이 성경적 지혜는 지식의 측면과 윤리의 측면이 강하게 결합되어 있다. 여기서 말하는 윤리는 윤리적 가치 기준에 대한 이해뿐 아니라 적용하려는 의지와 실제 행동까지를 포함한 입체적이고 적극적인 개념이다. 지혜는 삼위일체 되신 하나님으로부터 말미암으며 따라서 하나님의 거룩한 공동체인 교회에 의해 실현된다. 또한 모든 만물이 피조되었기 때문에 설계자이신 하나님을 찾는 데에서 지혜를 습득할 수 있으며 그 지혜로 사는 것이 또한 생산적이다.

2. 지혜의 조작적 정의

이상과 같이 지식은 윤리적 측면이 결부되어야 한다는 사실과 성경적 개념 등을 주지해 볼 때, 지혜에 대한 개념을 지식 경영에서 사용할 수 있도록 정리하고자 한다. 특히 기존의 지식 경영에서 통용되는 범위에서 성경적 지혜의 개념이 주입되기 위해 다음과 같이 지혜에 대한 조작적 정의를 제시하고자 한다.

첫째, 지혜는 가치 지향적인 지식(Value-oriented knowledge)이다. 지혜는 추구하는 가치를 내포하고 있으며 주로 “올바름/올바르지 못함”에 대한 판단 기준이 되는 지식이다. 이때 “올바름”의 크기를 나타내는 정량적 측정 수단이 존재할 수 있다.

둘째, 지혜는 행동적이다. 따라서 지식 자산에 대한 측정은 지식에 대한 이해도로만 수행될 것이 아니라 지식에 대한 합의의 정도 및 실천 정도에 의해서도 이루어져야 한다.

셋째, 지혜는 지식을 주도하고 통제한다. 이는 지혜가 일상의 업무, 의사결정관련 지식보다 더 우선순위가 높다는 것을 의미한다. 따라서 지혜

에 의해 “올바르지 못한” 것으로 판명된 지식은 그 지식이 이전에는 효율적이고 가치가 있었다라도 비활성화될 수 있다.

넷째, 지혜는 찰나적이어서 지식과 그 처리 과정의 지름길과 같다. 따라서 추론 과정이 상당히 짧다. 즉 지식 구조의 깊이가 적다. 따라서 추론 기관뿐 아니라 지식 결과가 어떤 지혜와 관련이 있는지를 찾기 위한 알고리즘도 중요하다.

다섯째, 지혜는 간접적으로 지시한다. 즉, 구체적 문제에 대해 일일이 어떠한 의사결정을 해야 하는지에 대한 직접적이고 구체적인 지시를 하지 않는다. 따라서 지혜에서 나온 대답은 종종 적용 방법에 대해서는 제시하지 않기 때문에 적용 작업은 독립적으로 존재할 필요도 있다.

여섯째, 지혜는 고도로 함축적이다. 등장하는 단어 자체가 많은 의미를 함축한다. 따라서 지혜에서 사용되는 용어(term)들의 추상 나무(abstraction tree)가 필요하다.

일곱째, 지혜는 은유적이다. 지혜는 은유적으로 표현되는 경우가 많아 조직화 및 적용을 위해서 유사화 과정이 필요한 경우가 많다. 또한 은유적 메커니즘(Metaphor mechanism)이 필요하다. 그 예로는 일반화(Generalization), 추상화(Abstraction), 해석(Interpretation) 등이 있다.

마지막으로, 지혜는 상황에 따라 달라지지 않고 비교적 항구적이다.

위와 같이 그 특징을 열거할 때 지혜는 지식을 관리하는 지식, 이른바 메타 지식으로 표현되는 것이 바람직하며, 지혜와 기존의 지식을 연결하기 위해 지식은 기존의 형식지(explicit knowledge) 표현 내용에 부가하여 바람직한 정도, 행동성 정도, 추상 나무에서의 상대적 위치, 참조 내용과 같은 개념들이 추가되어야 할 것이다.

VI. 결론

이상에서 오늘날 경영학 분야에서 거론되고 있는 지식경영에 대해서 성경적으로 조망해 보고, 특히 지식경영에 성경적 가치를 부여할 수 있는 가능성에 대해서 고찰해 보았다. 지식이 해당 기업의 이윤 극대화에 맞추어져 있다면 그 지식은 윤리적으로 바람직하지 않음에도 불구하고 가치를 가지고 있는 것으로 평가될 수 있다면 오늘날의 지식경영은 성경적 기업 운영 원칙에 부합되지 않는다.

이를 위해 과연 지식 자산에 대한 측정에 있어서 특히 지식 자체의 가치를 측정하는 기준에 초점을 두어 기존의 방식들을 검토해 보았다. 또한 지식의 윤리적 이슈가 지식의 유용성과 일치하고 있는지를 검증하기 위해 설문조사를 실시한 결과 유용성과 바람직한 정도에 대해서 인지적 차이가 있는지 분석해 보았고 그 결과 유의한 차이가 있음을 알 수 있었다. 이는 지식경영에서 지식 자산을 측정할 때 윤리적 측면을 포함하는 여부에 따라 측정 결과가 달라질 수 있음을 암시하고 있다.

본 논문에서는 지식경영 분야에서 사용하는 지식에 대한 개념과 차별화하여 윤리성이 부가된 지식을 언급하기 위해 지혜라고 하는 용어를 사용하였다. 이에 성경에서의 지혜의 개념을 간단히 살펴 보았고, 앞으로 성경적 기업윤리 개념과 지식경영이 통합되도록 하기 위해 지혜에 대한 조작적 정의를 제안하였다.

참고문헌

- 한글학회, 『우리말큰사전』, 한글학회, 어문각, 1992.
- N.E. Bowie, "Business Ethics, Philosophy, and the Next 25 Years," *Business Ethics Quarterly*, Vol. 10, No.1, 2000, pp. 7~20.
- R.E. Freeman, "Business Ethics at the Millennium," *Business Ethics Quarterly*, Vol. 10, No. 1, 2000, pp. 169~180.
- R.T. De George, *Business Ethics*, 5th Ed., Prentice-Hall, 1999.
- R.T. De George, "Business Ethics and the Challenge of the Information Age," *Business Ethics Quarterly*, Vol.10, Issue 1, 2000, pp. 63~72.
- D.Grey, "Knowledge Mapping: A Practical Overview", <http://smithweaversmith.com/knowledge.htm>, March, 1999.
- J.I. Packer, *Knowing God*, Inter Varsity Press, 1993.
- R.S. Kaplan and K.P. Norton, "The Balanced Scorecard-Measures that Drive Performance", *Harvard Business Review*, Jan-Feb, 2000, pp.71~79.
- T. Kesik, "Knowledge Mapping", <http://www.ryerson.ca/~bsc/kmapmain.html>, 1996.
- R.J. Lister, "Business Ethics: A 3000-Year-Old Paradox Perspective Which Impinges on Contemporary Business Decisions," *Accounting, Business, and Financial History*, Vol. 8, No. 1, 1998, pp.1~11.
- L.S. Paine, "Managing for Organizational Integrity," *Harvard Business Review*, 1994, March-April.
- J. Poesche, "Business Ethics in the Choice of New Technology in the Kraft Pulping Industry," *Journal of Business Ethics*, Vol.17, 1998, pp.471~489.
- P. Primeaux and J. Stieber, "Profit Maximization: The Ethical Mandate of Business," *Journal of Business Ethics*, Vol. 13, No.4, 1994, pp.287~294.
- P. Primeaux, "Business Ethics in Theory and Practice: Diagnostic Notes B. A

- Prescription for Profit Maximization," *Journal of Business Ethics*, Vol.16, No. 4, 1997, pp.315~322.
- W.H. Shaw, "Business Ethics Today: A Survey," *Journal of Business Ethics*, Vol. 15, 1996, pp.489~500.
- E.J.Welch, "Business Ethics in Theory and Practice: Diagnostic Notes," *Journal of Business Ethics*, Vol.16, 1997, pp.309~313.
- R.M. Wright, "An Approach to Knowledge Acquisition, Transfer and Application in Landscape Architecture", <http://www.clr.utoronto.ca/PAPERS/kmap.html>, 1993.

부록 A: 설문지 원본

기업 지식 자원과 기업윤리의 연관성에 관한 설문조사

1. 윤리적 기업이라면 다음의 무엇을 만족해야 합니까? 있는 대로 선택하십시오.

- 다음:
- (1) 탈세를 하지 말아야 한다.
 - (2) 로비를 통한 활동을 하지 말아야 한다.
 - (3) 좋은 품질의 제품만을 취급해야 한다.
 - (4) 저렴한 가격의 제품만을 취급해야 한다.
 - (5) 정찰제를 지켜야 한다.
 - (6) 지역 주민들로부터 칭찬을 받아야 한다.
 - (7) 이윤을 추구해야 한다.
 - (8) 쾌적하고 깨끗한 매장을 가지고 있어야 한다.
 - (9) 종업원을 잘 대해야 한다.
 - (10) 영업 현황을 공개해야 한다.

2. 만약 동일한 업종에 대해서 윤리적인 기업과 그렇지 못한 기업이 있다면 의도적으로 윤리적인 기업의 제품을 구매할 의사가 있습니까?

1 2 3 4 5 6 7

절대 그렇지 않다. |—|—|—|—|—|—| 반드시 그렇다.

3. 만약 동일한 업종에 대해서 윤리적인 기업과 상표의 명성이 높은 기업이 있다면 의도적으로 윤리적인 기업의 제품을 구매할 의사가 있습니까?

1 2 3 4 5 6 7

절대 그렇지 않다. |—|—|—|—|—|—| 반드시 그렇다.

4. 만약 동일한 업종에 대해서 윤리적인 기업과 제품 가격이 보다 더 저렴한 기업이 있다면 의도적으로 윤리적인 기업의 제품을 구매할 의사가 있습니까?

1 2 3 4 5 6 7

절대 그렇지 않다. |—|—|—|—|—|—|—| 반드시 그렇다.

- 5. 만약 동일한 업종에 대해서 윤리적인 기업과 제품 품질이 보다 더 좋은 기업이 있다면(그 품질이 그 기업의 연구개발에 의하지 않더라도) 의도적으로 윤리적인 기업의 제품을 구매할 의사가 있습니까?

1 2 3 4 5 6 7

절대 그렇지 않다. |—|—|—|—|—|—|—| 반드시 그렇다.

- 6. 만약 동일한 업종에 대해서 윤리적인 기업과 더 잘 알려진 기업이 있다면(아마도 대기업) 의도적으로 윤리적인 기업의 제품을 구매할 의사가 있습니까?

1 2 3 4 5 6 7

절대 그렇지 않다. |—|—|—|—|—|—|—| 반드시 그렇다.

- 7. 귀하는 기업윤리가 기업경영에 있어서 중요하다고 생각하십니까?

1 2 3 4 5 6 7

절대 그렇지 않다. |—|—|—|—|—|—|—| 반드시 그렇다.

- 8. 귀하는 기업윤리에 대해 얼마나 자주 생각하십니까?

1 2 3 4 5 6 7

절대 그렇지 않다. |—|—|—|—|—|—|—| 반드시 그렇다.

- 9. 다음의 지식은 얼마나 바람직하다고 보십니까?

- (1) 외상매입금은 최대한 늦게 지불하고 외상매출금은 최대한 빨리 받는다.

1 2 3 4 5 6 7

절대 그렇지 않다. |—|—|—|—|—|—|—| 반드시 그렇다.

- (2) 직원들의 보상은 최대한 공정하게 지불한다.

1 2 3 4 5 6 7

절대 바람직하지 않다. |—|—|—|—|—|—|—| 매우 바람직하다.

- (3) 품질이 좋은 제품보다 고객이 선호하는 제품을 더 생산한다.

1 2 3 4 5 6 7

절대 바람직하지 않다. |—|—|—|—|—|—|—| 매우 바람직하다.

(4) 제품을 생산할 때 환경 허용치를 넘지 않는 선에서는 가장 저렴한 원료를 사용한다.

1 2 3 4 5 6 7

절대 바람직하지 않다. |—|—|—|—|—|—| 매우 바람직하다.

10. 다음의 지식은 얼마나 유용하다고 보십니까?

(1) 외상매입금은 최대한 늦게 지불하고 외상매출금은 최대한 빨리 받는다.

1 2 3 4 5 6 7

전혀 유용하지 않다 |—|—|—|—|—|—| 매우 유용하다

(2) 직원들의 보상은 최대한 공정하게 지불한다.

1 2 3 4 5 6 7

전혀 유용하지 않다 |—|—|—|—|—|—| 매우 유용하다

(3) 품질이 좋은 제품보다 고객이 선호하는 제품을 더 생산한다.

1 2 3 4 5 6 7

전혀 유용하지 않다 |—|—|—|—|—|—| 매우 유용하다

(4) 제품을 생산할 때 환경 허용치를 넘지 않는 선에서는 가장 저렴한 원료를 사용한다.

1 2 3 4 5 6 7

전혀 유용하지 않다 |—|—|—|—|—|—| 매우 유용하다

11. 당신의 기업관은? (가장 우선적인 것 하나를 고르시오)

- (1) 이윤추구
- (2) 매출 증대
- (3) 생산성 향상
- (4) 고용확대
- (5) 청지기 목적

다음에 개인 사항을 기입해 주십시오.

12. 성별: (남, 여)

13. 나이: (10대, 20대, 30대, 40대, 50대, 60대이상)
14. 학력: (중졸 이하, 고졸, 대재, 대졸, 대학원졸 이상)
15. 신분: (학생, 회사원, 사업, 주부)
16. 종교: (기독교, 불교, 가톨릭교, 기타 종교, 무교)

권오병 교수는 서울대학교 경영대학에서 경영학사를, 그리고 한국과학기술에서 경영과학 석박사를 취득하였다. 1995년에 중국 연변과학기술대학 경영정보관리학과에서 교수로 재직한 바 있으며 1996년부터 현재까지 한동대학교 경영경제학부 교수로 재직하고 있다. 현재는 아르헨틴 한동정보기술연구소 소장으로 겸임하고 있다. 다양한 경영기법 및 이론의 성경적 해석과 대안 제시에 관심을 가지고 있으며 기독교학술동역회, 한국창조과학회 정회원으로 활동하고 있다.

황윤민은 현재 한동대학교 경영경제학부에 재학 중이며, 경영정보시스템을 전공하고 있고, 경영학과 성경과의 통합에 대한 관심을 가지고 연구하고 있다.