

윤리경영의 본질에 관한 철학적, 역사적 접근

박경규¹⁾

오늘날 기업의 경쟁력을 결정하는 여러 요소들 중 윤리경영의 역할이 많이 강조되고 있다. 본 논문은 기업에서 추구하는 윤리경영의 학문적 뿌리에 관한 것이다. 윤리는 원래 철학에서 연구하는 분야로서 이에 대한 인식을 위해 몇 가지 접근법이 존재한다. 윤리를 인간이 마땅히 지켜야하는 의무라고 보는 의무론, 윤리를 최대다수의 선을 추구하는 것이라는 공리론, 어떤 행동의 사회적 정의원칙을 강조하는 정의론, 윤리를 인간의 권리로 보는 권리론, 그리고 수용될 수 있는 윤리수준과 관련하여 상대주의 등이 있다. 윤리경영에 대한 역사적 발생배경으로써 독일 규범주의를 들 수 있다. 규범주의는 바로 현상의 존재의미에 관한 것으로서 행동의 당위성과 이러한 규범을 충족시키기 위한 도구에 대한 시각을 정립한 것이다. 초기 경영학 이론에서는 상행위에 있어서의 윤리경영, 상업학의 목표를 전체국민의 복지증진에 두는 등 초보단계로 머물다가 Nicklisch 가 윤리경영에 대해 많은 학문적 발전이 이루어졌다. Nicklisch는 조직법칙을 자유법칙, 형성법칙 그리고 유지법칙을 추구해야 성공할 수 있다는 당위적이 측면을 제시하였는데 여기서 자유법칙이 윤리경영의 내용을 이루고 있다. 자유법칙은 조직이 추구해야하는 목표에 대한 규범적 방향을 제시하는 것으로서 이를 정신의 법칙이라고 한다. 이 법칙은 본질적으로 인간이 가지고 있는 개별욕구가 어느 정도 충족되어야 하느냐에 대한 정당성을 제공해 준다.

핵심어: 윤리경영, 철학, 규범주의

Keywords: ethical management, philosophy, prescriptivism, Nicklisch

1) 서강대학교 경영학과 교수, kyungkyu@sogang.ac.kr

I. 서론

경영학에서 윤리에 대한 문제는 아주 오래전부터 관심의 대상이었다. 윤리란 기본적으로 철학의 문제이며 인식의 문제이기 때문에 객관성에 대한 완벽성을 확보하는 데에는 어려움이 존재해 왔다. 그럼에도 불구하고 철학에서는 형이상학, 논리학, 인식론, 미학과 더불어 윤리학이 중요한 학문 분과로 분류되어 연구되어 오고 있다.

기업에서의 윤리의 문제는 그 실천과 관련하여 윤리경영이라는 영역에서 다루고 있다. 우리나라 뿐만 아니라 선진 외국기업에서도 윤리경영은 기업이 자신의 주된 활동인 이익극대화 과정에 추가로 할 수 있는 선택의 문제가 아니라 오늘날 경쟁력을 확보할 수 있는 생존의 문제로 인식되고 있다. 윤리경영이 기업을 성공으로 이끌 수 있다는 논리는 이미 수 많은 학자들에 의해 검증된 바 있다. 간단한 예를 들면 윤리경영은 고객에 대한 긍정적 이미지를 제고시켜 이것이 구매선택으로 연결된다. 즉 고객이 특정제품에 대한 속성적 정보가 부족할 경우 평소에 느끼고 있는 해당기업의 이미지(윤리경영, 조직문화)를 떠올리고 이 기업에 대한 신뢰의 정도가 형성 된다. 바로 이것이 구매선택으로 연결될 수 있는 것이다. 윤리경영은 뿐만 아니라 기업 종업원에게도 매우 중요한 역할을 한다. 오늘날 기업경쟁력의 원천을 기업이 보유하고 있는 자원으로 보고 있는데 이러한 자원은 우선 종업원의 역량이며 더 중요한 것은 이러한 역량이 에너지화되어 기업경영에 투입되어야 한다. 얼마나 적극적으로 투입하느냐는 바로 종업원 자신이 결정하는 것이다. 해당기업이 윤리 경영을 실천할 경우 조직구성원은 그 기업에 대해 자부심을 가지고 신뢰할 것이다. 이러한 신뢰는 조직구성원의 정신적 에너지를 더 많이 끌어 내는데 결정적인 역할을 하게 된다.

윤리경영은 경영의 사회적 존재를 계속기업(going concern) 으로서 건전하게 지속시키는데 중요한 생명의 힘을 준다는데 그 의미를 찾을 수 있다. 그럼에도 불구하고 윤리경영에 대한 특별한 의미 부여에 대한 반론도 존재한다(김혜천, 2003).

첫째, 완전 자유경쟁적 시장에서 기업의 이익추구는 사회구성원에게 재화의 효율적 제공이라는 관점에서 결국 이롭게 하는 것이기 때문에 굳이 복잡한 윤리기준을 경영에 적용할

필요가 없다는 견해이다. 그러나 재화의 제공으로 인해 나타나는 부수적인 문제(external diseconomies)가 발생할 수 있다. 둘째, 경영은 법이 정한 범위 내에서 행동하면 윤리적이라는 견해이다. 이러한 견해는 윤리경영의 소극적 실천관점에서 이해될 수 있는데 오늘날 기업에 경쟁력 확보, 특히 지속가능 경영에 요구되는 것은 이러한 소극적 관점 이상이다. 셋째, 경영자는 대리인(agent)으로서 기업의 이익추구에만 관심을 가지면 되지 윤리경영을 전면에 내세울 필요가 없다는 것이다. 이것은 충성적 대리 논쟁(loyal agent's argument)에 잘 나타나 있다. 이 논쟁은 가끔 경영자의 비윤리적 혹은 불법적 행위를 정당화시키는데 사용되기도 한다. 그러나 현대경영에서는 이해관계자(stakeholders)에 대한 책임과 의무가 중요하게 인식되고 있다.

이상에서 살펴보았듯이 윤리경영에 대한 소극적인 견해가 있을 수 있겠지만 오늘날 윤리경영의 적극적인 실천의 중요성에는 대체로 견해의 일치를 볼 수 있다. 우리는 사회적 존재로서의 인간을 질서 있고 역동적으로 유지하는데 본질적인 생명력을 주고 있으며 우리는 인간이 존재하는 한 영속적이어야 하고 일시적인 유행이 될 수는 없는 것이다. 경영윤리 역시 기업 자신의 경쟁력 확보를 통한 지속가능 경영을 가능케 하기 때문에 필수적이다.

본 논문에서는 윤리경영의 실천방안을 도출하는데 그 본질적 정당성과 경영학에서 학문적 연구대상으로써 윤리경영이 어떤 입장에서 전개되었는지에 대한 고찰, 나아가 우리나라 기업에서 윤리경영의 실천 영역에 대한 논리적 근거를 구축하는데 몇 가지 아이디어를 제공하고자 한다.

II. 윤리에 대한 철학적 기초

철학이란 현상에 대한 본질적인 측면을 밝히는 학문이라고 판단해 볼 때 윤리경영에 대한 본질적 이해를 위해서는 윤리에 대한 개념이해가 급선무일 것이다. 윤리(aethos)란 도덕(mos, mores) 과 구분되기도 하고 혼용되는 개념이다. 윤리란 도덕적으로 받아들여진 행동 기준으로서 개인의 행동에 관한 원칙을 집합적으로 나타내는 것이다. 이것은 보편적으로 널

리 적용될 수 있으며 이것을 가지고 여러 사람의 행동을 비교할 수 있는 기준이다. 반면에 도덕은 종교 등에 입각한 인간행동의 규칙이며 특정 사회에 일반적으로 받아들여지고 있는 행동 및 옳게 사는 것과 관련된 관습이다. 따라서 어떤 사회에서 도덕적으로 받아들여지는 것이 다른 사회에서는 비도덕적일 수도 있다. 그러나 윤리와 도덕은 엄격히 본다면 구별되지만 윤리에 관한 연구에서는 이 둘을 동일한 의미로 사용하기도 한다(Trevino, 1986).

일상생활에서 어떤 행동을 할 때 이것이 윤리적이라고 받아들여질 수 있느냐와 관련하여 몇 가지 접근이 있다.

첫째, 의무론(deontology)에 의하면 인간은 누구나 마땅히 지켜야할 것이 있으며 이것을 의무로 보는 것이다. 즉 인간은 옳은 행동을 행해야 하는데 이것은 좋은 결과에 대한 기대 때문이 아니라 인간으로서의 의무이기 때문이다. 의무론은 어떤 행동이 본질적으로 옳는 것인가 아닌가를 관점에서 보는 것이다. 이와 관련하여 Kant는 인간은 누구나 자신의 행동이 보편화되어서 모든 사람이 같은 행위를 해도 좋은 행동을 해야 한다는 절대적 의무론을 제시한 바 있다. 또한 Ross(1930)는 정상적이고 성숙한 지식을 가진 사람이면 누구나 인정해야 하는 명백한 의무로서 신의의 의무, 감사의 의무, 정의의 의무, 선행의 의무, 자기 향상의 의무 그리고 남에게 해를 끼치지 않을 의무가 있다고 했다. 이러한 관점은 근본적으로 현상인식에 대한 추상적 및 주관적 요소를 궁극적으로 배제하는 데에는 한계가 있다.

둘째, 공리론(utilitarianism)은 어떤 행동이 최대 다수의 사람에게 최대한의 선을 가져온다면 윤리적이라는 것을 주장한다. 즉 선이란 어떤 결정에 의해 영향을 받는 사람들이 갖게 되는 순효익과 관련된다는 것이다. 어떤 결정이 비용 보다 더 많은 효익을 가져올 것이라고 기대된다면 그 결정은 윤리적이라고 보고 그 결과에 이르는 과정에 대해서는 별로 문제 삼지 않는 것이다.

이러한 관점 역시 몇 가지 문제가 있다 즉 결과로 나타나는 선을 극대화해야 하는데 이 선을 누구의 입장에서 보아야 하는지 그리고 결과에 이르는 수단을 정당화하는데 이용될 수 있다. 뿐만 아니라 효용의 배분과 관련되는 부정의 개연성의 존재 그리고 소수의 권리가 제한될 수도 있다(Hosmer, 1991).

셋째, 정의론(justice theory)은 어떤 행동을 하는데 사회적 정의원칙이 기준이 되어야 한다는 논리이다. 여기서 정의원칙은 평등하고 공정하게 다른 사람을 대하는 것을 말한다. 여기에는 효익은 물론이고 발생하는 비용도 평등하게 배분되어야 하는 것을 포함한다. 물론 잘못된 자에 대해서는 그 행위에 해당하는 불이익이 돌아가도록 해야 함을 말한다. Weiss(1994)는 정의의 원칙을 평등의 대우와 차등대우의 인정을 제시하였다. 전자의 경우 모든 사람은 다른 사람이 향유하는 기본적인 자유에 해당되는 자유를 가질 권리가 있으며 후자의 경우는 사회적, 경제적 차등은 모든 사람에게 개방되어 있는 직위와 책임에 상응해야 하고 각자의 이익을 고려하여 적절하다고 인정되는 범위내에서 결정되어야 함을 말한다. 이러한 접근은 행위의 결과만을 중요시 하는 것이 아니고 절차적 정의도 강조한다는 점에서 앞의 공리론 보다 우위를 보여주고 있다.

넷째, 권리론(right theory)은 인간의 권리를 침해하면 이것을 비윤리적이라고 보는 견해이다. 즉 인간은 수단이 아니라 목적 그 자체로서 보호받을 권리를 지니고 있다는 것이다. 권리는 우선 법률 및 도덕적 측면(인권)에서 우선 존재한다. 특히 양심을 지킬 자유, 사생활을 지킬 자유, 정당한 대우를 받을 권리, 자유로운 동의와 표현을 할 자유 그리고 생명과 안전을 보장받을 권리 등이 포함된다(Aguilar, 1991). 이상의 권리론은 도덕적 권리를 보호하고 증진함으로써 개인행동의 윤리적 판단기준을 마련하고 개인의 권리를 보호하기 위한 법률제정과 재판과정에 크게 공헌하였으나 권리의 구성과 보호의 우선순위 및 수준이 모호하고 상이한 권리간의 갈등이 존재할 때 이를 해결하는데 또 다른 문제가 야기된다(이승미, 2004).

끝으로 상대주의(relativism)를 들 수 있다. 이 접근은 상당히 과격한 것으로서 동일한 행위가 한 사회에서는 비윤리적인 것이라 할지라도 다른 사회에서는 비윤리적이 아닐 수도 있다는 것이다. 즉 한 개인이나 사회가 옳다고 믿으면 그것이 옳은 일이라고 보는 것이다. 여기에는 선과 악을 구분하는 보편적인 규칙은 없으며 이는 문화적 특성과 개인차에 의해 결정된다는 논리이다(Hansen, 1992). 이러한 견해는 매우 심각한 문제를 가지고 있다. 우선 이러한 논리는 개인 내지 사회의 특정행위를 정당화시키는데 남용될 수 있다.

이상에서 논의한 내용은 한마디로 일상생활에서 윤리란 무엇이며 어떤 관점에서 보아야 진실 된 것인가에 관한 것이다. 그러나 같은 내용의 윤리적 혹은 비윤리적 행위라 할지라도 이것의 윤리적 문제에 대한 강도, 즉 도덕적 강도(moral intensity)에 대한 논의는 이상의 제 접근을 보완하는 또 다른 측면이 될 수 있다. 도덕적 강도는 한마디로 어떤 이슈가 어느 정도의 윤리적 원리를 요구하는가의 정도를 가리킨다. 일반적으로 도덕적 강도를 결정하는 요인으로, 결과의 중요성(magnitude of consequence), 사회적 합의(social consensus), 결과의 발생확률(probability of effect), 즉시성(temporal immediacy), 친밀성(proximity) 그리고 영향의 집중성(concentration of effect) 등을 들 수 있다(Jones, 1991). 이상의 내용을 표로 제시하면 <표 1>과 같다.

이상에서 우리는 윤리에 대한 개념, 윤리라는 현상을 인식하는 제 접근 그리고 윤리적 행위의 수준을 제시하는 도덕적 강도를 살펴보았다. 아래에서는 본 논문의 주 관심사인 경영윤리에 대해 경영학에서는 어떤 시각에서 접근해 왔는지를 살펴본다.

<표 1> 도덕적 강도의 여섯 가지 영역

영역명	의미	예
① 결과의 중요성	희생자에게 가해지는 피해의 정도	살인사건이 단순절도 사건보다 더 중대함
② 사회적 합의	문제행동이 사회적으로 선 또는 악으로 받아들여지는 정도	인도네시아 보다 미국에서 뇌물죄가 더 큰 죄로 간주된다
③ 결과의 발생확률	문제행동이 실제로 발생할 확률	무장강도에게 총을 파는 것은 결과의 발생확률이 높다
④ 즉시성	문제행동 발생시점과 현재와의 시간차	미래 발생사건보다 현재 발생한 사건에 보다 비중을 둔다
⑤ 친밀성	문제행동에 대해 익숙하게 받아들이는 정도	미국에서는 총기사건을 친숙하게 받아들인다
⑥ 영향의 집중성	문제행동의 영향을 받는 사람들의 수, 범위	소수에게 해당되는 사건일수록 영향의 집중성이 높다

* 자료: Jones(1991)을 이승미(2004)에서 재인용

Ⅲ. 윤리경영에 대한 역사적 접근 - 독일 규범주의를 중심으로2)

윤리경영에 대한 제접근은 경영학이 발전하는 과정에 기본 아이디어 수준에서 인과관계를 포함하는 보다 과학적 수준으로 발전되어 왔다. 지면 관계상 경영학이 학문으로 정립되는 과정에서 논의되었던 몇 가지 인식의 틀만을 중심으로 살펴본다.

윤리경영에 대한 논의는 경영학에서의 규범주의에서 그 뿌리를 찾을 수 있다. 연구방법론에 있어서 규범주의는 바로 현상의 존재의미에 관한 것으로서, 첫째, 규범을 정립하고 이로부터 필연적인 당위성(Sollen)을 가정하는 학문영역과, 둘째, 주어진 규범에서 출발하여 이러한 규범을 충족시키기 위한 도구(Mittel)에 대한 고찰 및 평가를 하는 학문영역으로 구분될 수 있다.

경영학에 대한 규범주의적 접근의 뿌리는 이미 경영학이 정립되기 이전 단계인 상업학 시대에서 발견된다. 중세기 까지 철학자 및 교회로부터 많은 비판을 받아 왔던 상인 직업의 도덕성 문제에 대해 몇몇 학자들이 규범주의적 시각을 제시했다. 예로서 “완전한 상인”의 저자인 Savary(1675)는 상행위에 있어 어떻게 하면 공정한 방법으로 최대의 이윤을 획득할 수 있을까에 대한 논의를 시작했다. 상업학의 규범주의적 접근에 대해 Schaer(1916)는 상업학의 목표를 전체국민의 복지를 증진시키는데 두었고, 상인을 더 이상 자유기업가로 취급하지 않았으며 사회적 책임을 수행하는 자로 간주하였다. 또한 상인으로서 갖추어야 할 요건으로서 이윤극대화 추구 대신에 사회에 대한 의무감, 도덕성, 근검절약 그리고 청결성을 제시했다.

경영학에서 윤리경영과 관련한 획기적이 이론적 발전은 독일 경영학의 시조로 간주되는 Nicklisch의 규범주의적 경영학에서 나타난다. 이에 대한 이론은 그의 저서 조직론(1920)에서 구체적으로 제시된다. 그의 경영학에 대한 규범주의적 접근은 한마디로 기업 경영활동에

2) 본 장은 본인의 논문 “경영학에 대한 규범주의적 접근(서강경상논총, 제 2집, 1991)”을 발췌 요약한 것임

대한 윤리적 당위성을 강조, 구체화시킨 것인데 이를 이해하기 위해서는 그의 사상적 뿌리를 간단히 살펴볼 필요가 있다.

1. Nicklisch의 사상적 뿌리

Nicklisch가 경영학 이론을 정립하는데 원용한 이론은 첫째 독일 관념론, 둘째 자연과학적 물질론, 셋째 낭만주의적 세계관으로 정리할 수 있다. 이중 윤리경영과 관련되는 것이 독일 관념론이기 때문에 아래에서는 이에 대해서 살펴본다.

Nicklisch는 Kant의 독일 관념론에서 정립한 자유와 의무 그리고 Fichte의 공동체와 양심이라는 개념을 경영학 규범주의 사상을 정립하는데 도입했다. 자유는 증명되어지는 것이 아니고 이성에 의해 인식된 선험적이고 절대적인 것으로서 인간이 정신적 존재라는 명제를 성립시키기 위한 필수불가결한 전제가 된다고 보았다. 또한 인간은 지고의 가치를 추구할 때 정신적이 되고, 윤리적이 되며 또한 자유로워진다는 것이다.

Nicklisch는 의무의 본질을 전체에 대한 개인의 순수한 관계에서 찾았으며 개인의 생은 전체로부터 받았기 때문에 개인은 전체의 지체라고 보았다. 개인과 전체를 묶어 주는 개념이 바로 공동체이며 개인은 공동체 형성의 시작이자, 공동체의 부분이며 이러한 관계가 정신적으로 묶어졌을 때 공동체와 개인은 일치되며 그 경계가 없어지는 것이다. 개인의 공동체와의 관계 및 존재인식은 논리적 선험적 과정을 거쳐 선의식세계(Vorbewusstsein)에서 인식되며 이러한 선의식세계를 특정 매개체 없이 직접적으로 인식할 수 있는 것은 바로 인간이 가지고 있는 양심(Gewissen)의 역할로 가능한 것이다.

2. 인간의 욕구

Nicklisch가 인간의 욕구를 규명한 목적은 첫째, 자유와 양심이 바탕이 되는 정신적 존재로서의 인간이 추구해야 하는 것을 밝히려는데 있었고, 둘째, 조직을 형성하고 유지하는 활동의 근거를 인간이 그의 욕구를 충족시키기 위한 곳에서 찾으려는데 있었다. 그가 제시

한 인간의 욕구는 기업 활동의 윤리적 기초가 되며 조직의 본질적 법칙을 규명하는 근거가 된다.

Nicklisch(1920)는 인간은 본질적으로 정신적인 존재이며 그렇게 되어야 한다고 보았으며 인간이 추구하는 욕구를 아래의 3가지로 제시하였다. 첫째, 인간은 그의 정신적 본질을 유지하려는 욕구(geistiges Wesen zu erhalten)를 가지고 있는데 이것은 자신을 전체임과 동시에 지체(Gliedschaft)임을 의식하고 싶은 욕구이다. 이러한 욕구는 자신이 깊은 사색을 통해 양심을 그의 의식의 중심에 수렴시킴으로써 충족된다. 둘째, 인간은 인류 가운데 일체화하려는 욕구를 가지고 있으며 이것은 자신을 받아들인 공동체에 애정을 발휘함으로써 이루어진다. 셋째, 인류 가운데 지체로서 질서 있게 행동하려는 욕구로서 인간이 공동체에서 정당성을 발휘함으로써 충족된다. 인간이 자신을 정신적인 존재로 인식하고 공동체에 지체가 되어 귀속하게 되면 그는 양심을 따르게 되는 것이라고 인식한 것이다. 즉 인간의 욕구의 진원지는 양심이며, 인간의 욕구가 양심에 근거하여 나타났을 때 그 당위성이 확보된다는 것이다.

또한 인간은 양심에 근거하여 행동할 때 무한히 자유로워지며 구체적으로 인간이 공동체의 지체로서 공동체에 대한 행동이 정당성과 공동체 목표달성을 위한 희생까지 감수할 의식을 가졌을 때 그의 행동은 당위성(가치)을 가지며 이를 통해 자신도 완성된다는 것이다.

이상의 인간의 욕구에 대한 Nicklisch의 인식은 인간의 존재본질과 외부세계와의 관계 설정, 그리고 인간이 행동해야 하는 방향을 규범적으로 제시한 것이었다. 즉 인간의 본질은 정신이며 그 핵심은 양심이라는 것 그리고 이러한 양심이 인간의 완성에 결정적 역할을 한다는 것이다. 인간의 행동은 결국 그가 가지고 있는 욕구인 정신적 본질을 유지하려는 방향으로 나타나야 하며 구체적으로 인류 공동체 속에서 지체임과 동시에 전체가 될 수 있음을 시사하고 있다.

3. 규범주의와 조직법칙

Nicklisch의 조직론은 그가 정립한 법칙인 자유법칙, 형성법칙 그리고 유지법칙(경제법칙)으로 이루어져 있다. 그가 인식한 조직은 살아 있는 유기체이며 인간이 조직을 만드는 이유는 바로 그의 욕구를 충족시키기 위함이다. 결국 조직의 활동생리는 이러한 인간의 욕구충족과 일치되어야 한다. 그가 제시한 조직법칙은 조직이 이러한 제법칙을 따르게 되면 효율성을 확보 할 수 있다는 기본 논리가 깔려 있다.

그의 조직법칙의 핵심은 자유법칙(Gesetz der Freiheit)이며 여기서 형성법칙과 유지법칙이 파생되어 나온다. 자유법칙은 조직이 추구해야 하는 목표에 대한 규범적 방향을 제시하는 것으로서 목표설정의 법칙 혹은 정신의 법칙이라고 한다. 이 법칙은 본질적으로 인간이 가지고 있는 개별욕구가 어느 정도 충족되어야 하느냐에 대한 정당성을 제공해 준다. 자유법칙은 조직이 공동체의 목표로서의 목표를 설정하는 일에 해당된다. 어떤 조직의 목표가 공동체의 그것을 포함하지 않을 경우 이 목표는 당위성을 상실하게 된다. 자유라는 것은 본질적으로 조직의 정신적 요소가 되는데 그는 “구속받으면서 자유로운 상태의 조직 이것은 자유를 의미하는 구속이 없으면 안 된다는 것, 그리고 이 자유와, 자유가 스스로 부여하는 구속이야 말로 우리가 조직으로 일컫는 본질이다.” 라고 주장했다. 즉 자유와 구속(Gebundensein) 간에 균형을 이루는 것이 양심이며 공동체란 바로 이 균형위에서 형성되는 것이다.

Nicklisch의 조직에 대한 목표설정은 결국 인간의 정신적인 기본욕구인 공동체에 일체화 하려는 것, 인간의 존재와 전체를 합일하는데 나타나는 개체이자 동시에 전체라는 관점에서 도출된다. 이러한 인식은 공동체의 목표란 곧 개체의 목표가 되며 따라서 인간은 수단임과 동시에 목표가 됨을 주장하고 있다. 이러한 의식은 바로 (윤리경영의 가장 깊은 뿌리에 자리 잡고 있는) 양심이라는 것을 통해 가능하며 목표설정 및 달성에 대한 가치판단의 기준은 양심으로부터 나온다.

조직의 형성법칙(Gesetz der Gestaltung)은 인간의 목표인 개체의 전체에 대한 일체화 및 지체화에서 나온 것으로 그 자체가 독립된 것이 아니고 양심으로부터 나온 자유법칙이 외계로 투사된 것이다. 욕구를 가진 인간은 이를 달성하기 위해 조직을 만들고 또한 이 조

직(공동체)과 구성원과의 일체와 및 지체화를 달성할 수 있도록 기술적 장치를 만든다. 이것은 조직설계에 있어 분화와 통합을 의미한다. 조직형성에 있어서 그가 제시하는 규범적 접근은 첫째, 공동체가 그 구성원에게 부여하고자 하는 일은 구성원이 참여하는 공동의사결정의 정신이 훼손되지 않는 범위 내에서 양심적으로 결정되어야 하며, 둘째, 과도한 일의 분화는 정신적으로 인간을 파괴할 수 있음을 경고하고 있다. 셋째, 분화된 일은 전체로 통합되어야 한다. 조직을 하나의 통일체로 유지하기 위해 이것이 필요한데 노동의 분화만 있고 통합이 이루어지지 않는 경우 공동체의 성립이 이루어지지 않는다. 결국 공동체적 분업이 추구되어야 함을 주장한다. 따라서 형성법칙은 조직설계에 있어서 인간의 비인간화를 방지하고 정신적 존재의 유지 및 고양을 추구하는 윤리경영의 한 측면을 제시하고 있다.

조직의 유지법칙(Gesetz der Erhaltung)은 경제법칙이라고 하는데 이것은 성과창출에 있어서의 경제성 추구하고 성과분배에 있어서의 경제성 추구라는 양면적 성격을 띠고 있다. 이 법칙은 본질적으로 에너지 보존법칙을 공동체에 도입한 것으로서 기업이 창출한 가치와 반대급부의 가치는 완전히 일치하도록 노력해야 함을 요구하는 것이다. 물론 여기에는 반대급부 가치의 배분에 있어서 공정성, 즉 윤리성이 포함되어 있다.

이상에서 논의한 Nicklisch의 조직법칙들은 서로 밀접히 관련되어 있다. 윤리적인 당위성을 가진 인간의 욕구에서 조직의 자유법칙이 정립되었으며 이것은 바로 조직의 정신적 측면인 목표설정에서 규범주의를 반영한 것이다. 조직은 인간이 욕구충족을 위해 만든 것으로서 이 욕구가 양심으로부터 나온 것인 한, 조직에서의 인간의 욕구충족을 위한 행동은 자유로우며 윤리적이라는 것이다. 조직의 형성법칙은 바로 조직공동체의 공간적 구성원리를 말하는 것으로서 자유법칙이 실현될 수 있는 조건을 제시한 것이며, 유지법칙은 조직의 시간적 유지원리를 말하는 것으로서 가치창출과 배분의 테두리를 기업과 조직구성원 관계에서 뿐만 아니라 기업과 국가 경제공동체와의 관계를 포괄하고 있다. 가치창출 및 배분에 있어서의 경제성은 바로 공정성과 연결되며 이것이 유지될 때 조직의 윤리적 목표가 달성된다는 것이다.

Nicklisch의 이러한 윤리경영과 관련한 규범주의적 접근은 사실상 몇 가지 문제를 가지

고 있다. 첫째, 그의 규범주의적 이론의 뿌리는 “양심”인데 이를 통해 그는 학문의 가치자유적(Wertfreiheit) 성격을 부인하였다. 즉 조직의 목표설정에서 도덕적 측면을 보장할 수 있는 양심을 요구하였는데 이에 대한 구체성 문제가 여전히 남는다. 즉 개인의 양심을 그의 절대적인 판단기준으로 볼 때, 인간의 모든 도덕적 문제는 무정부 상태에 빠질 수도 있다. 왜냐하면 개인의 양심은 서로 다를 수 있기 때문이다. 둘째, 가치배분에 있어서의 공정성에 대한 구체적 이론구축의 미비로 인해 공정성에 대한 객관적이고 조직구성원이 수용할 수 있는 기준을 제시하는 데는 실패했다. 다만 Nicklisch는 기업에서 윤리경영을 구현할 수 있는 영역과 방향을 제시하였다는 측면에서 충분한 공헌을 하였다고 평가된다.

규범주의적 시각에서의 윤리경영에 대한 논의는 급기야 독일경영학에서의 방법론이라는 테두리안에서 논쟁이 가열되었으며 Nicklisch 이후 이에 대한 논의는 잠시 소강상태에 있다가 1950년대에 다시 시작되었다. 1950년 개최된 독일 경영학회에서 Kalveram(1951)이 가톨릭 사회학에 기초한 새로운 방향을 제시하였다. 그는 기업의 경제활동 과정은 도덕법칙에 종속되어 있으며, 공정성 및 이웃에 대한 사랑이라는 윤리적 기초에 반하는 경영활동은 비경제적이라고 규정하고 그리스도적인 경제윤리를 강조하였다. 이러한 사상은 기업의 이윤추구에 대한 제한으로 연결되어 공정한 제품가격, 공정한 임금 그리고 공정한 원자재 가격을 주장하였다.

Nicklisch가 심혈을 기울였던 기업의 목적시스템과 관련한 규범주의적 접근의 또 다른 방향은 독일 노총에서 정립한 노동지향적 경영학(Arbeitsorientierte Einzelwirtschaftslehre)에서 발견된다. 독일 노총 산하 경제사회연구소(Koubeck, 1973)는 기존의 경영학 연구방법을 자본지향적이라고 비판하면서 이를 노동지향적으로 전환할 것을 주장하였다. 즉 기존의 경영학 연구방법이 자본의 입장에서 합리성을 추구해 왔는바, 이를 노동의 입장에서 분해방적 합리성(emanzipatorische Rationalitaet)으로 전환할 것을 요구했다. 이를 위해서는 경영학의 연구방법이 노동(근로자)의 추구가치인 직장보장, 소득보장 그리고 직무설계 및 경영활동에 있어서 인간성 및 민주성 보장을 규범으로 도입해야 한다는 것이다. 이러한 접근은 기존의 기업경영이 자본에 초점을 맞추어 왔지만 자본이란 본질적으로 볼 때 살아있는 것이

아니고 죽어 있는 것이라고 보았다. 즉 공장의 기계, 건물, 원자재 등이 자본을 반영하는 것인데 이것은 살아 있는 것이 아니라는 것이다. 이러한 죽어 있는 것들을 움직이게 하는 것이 바로 노동이라고 보았다. 즉 죽어 있는 자본에 생기를 불어 넣는 것이 노동이기 때문에 노동의 진정한 가치를 인식하고 이를 고양시키는 방향으로 기업경영을 하여야 된다는 것이다. 이러한 접근은 노동에 대한 윤리적 접근을 전제로 한다. 예를 들면 인간의 존엄성 존중, 노동생활에 있어서의 질의 향상 그리고 종업원에 대한 공정하고 성장지향적인 인사관리를 표방하고 있다.

IV. 결론

기업의 윤리경영은 이제 더 이상 선택의 문제가 아니라 생존을 위한 필수적인 것이다. 그러면 윤리경영을 하기 위해 무엇을 어떻게 할 것인가에 대한 해답을 찾는 여정은 사실 그렇게 간단하지 않다. 윤리란 원래 철학의 연구대상으로서 인간에게 발견되는 어떤 것이다. 기업은 그 자체가 인간은 아니지만 기업을 경영하는 주체가 인간이기 때문에 그의 행동을 대상으로 윤리라는 현상을 인식할 수 있다. 윤리경영을 위해 철학으로부터 우리는 무엇을 찾을 수 있는가? 추상적이고 일반론적인 인식의 현상을 제시하고 있는 철학과 독일 규범주의에서 아래의 몇 가지를 윤리경영을 위한 단서를 찾을 수 있겠다.

첫째, Ross(1930)가 제시한 “정상적이고 성숙한 지식을 가진 사람이면 누구나 인정해야 하는 명백한 의무”에서 기업의 윤리경영의 실마리를 찾을 수 있겠다. 그가 말한 신의의 의무는 기업에 있어서 이해관계자들(stakeholder)에게 한 약속을 지킴으로서 신뢰의 관계를 유지하는 것이다. 주주에게는 합당한 배당을 하고, 고객에게는 만족스러운 재화를 공급하고, 종업원에게는 공정한 처우를 하는 등 이다. 감사의 의무는 기업을 살아 있는 유기체, 즉 개방시스템(open system)으로 볼 때 사회로부터 에너지를 받아 이를 변형시켜 부가가치를 창출하기 때문에 사회에 대한 공헌이 자연스럽게 요구된다.

이러한 논리는 선행의 의무에도 해당된다. 정의의 의무와 관련해서는 종업원에 대한 공

정한 처우를 우선 생각할 수 있으며 자기 향상의 의무로부터 지속가능한 기업을 그리고 남에게 해를 끼치지 않을 의무는 기업의 환경오염으로부터 자유로워져야 함과 연결시킬 수 있다.

둘째, Jones(1991)가 제시한 도덕적 강도에 대한 인식은 위에서 제시한 의무론의 추상성을 극복할 수 있는 방법을 찾을 수 있겠다. 기업이 이해관계자들에 대한 윤리경영의 실천수준을 보다 체계적으로 인식할 수 있는 근거가 될 수 있겠다.

셋째, 윤리경영에 대한 독일경영학에서의 규범주의적 접근에서는 특히 기업의 목표설정과 관련되는 윤리성 그리고 기업조직의 효율성의 중심에 존재하는 것이 바로 오늘날 거론되고 있는 윤리경영이라는 점이 확인되었다.

오늘날 기업이 도전받고 있는 윤리경영은 인식의 문제가 아니라 실천의 문제이다. 이것은 기업에 새로운 활력과 생명력을 가져다주는 요소라고 판단된다.

[참 고 문 헌]

- 김해천(2003), 『경영윤리 기본』, 박영사.
- 이승미(2004), “조직구성원의 윤리적 의사결정 의도의 영향요인에 관한 연구”, 이화여자대학교 박사논문.
- 한희영(1987), 『경영학 총론』, 다산출판사.
- Aguilar, F. J. (1991), *The moral imperative: Corporate ethics and the general manager*, Harvard Business School Press.
- Hansen, R. S. (1992), "A multidimensional scale for measuring business ethics: A purification and refinement", *Journal of Business Ethics*, 11, 523-534.
- Hosmer, L. T. (1991), *The ethics of management*, Boston: Irwin.
- Jones, T. M. (1991), "Ethical decision making by individuals in organizations: An issue-contingent model", *Academy of Management Review*, 16(2) 366-395.
- Kalveram, W. (1951), "Ethik und ethos in wirtschaftspraxis und wirtschaftstheorie", *Afb*, 15-22.
- Koubek, N. (1973), "Grundelemente einer arbeitsorientierten einzelwirtschaftslehre", *WSI*.
- Laczniak, G. R. and Murphy, P. E. (1993), *Ethical marketing decision*, Boston: Allyn & Bacon.
- Nash, L. L. (1990), *Good intentions aside, a manager's guide to resolving ethical problems*, Harvard Business School Press.
- Nicklisch, H. (1920), *Der Wegaujarts! Organization Cari Ernst Poeschel*, Stuttgart: Versuch einer Grundlegung.
- Ross, W. D. (1930), *The Right and Good*, Oxford.
- Savary, J. (1675), *Le parrfait negociant*.
- Schaer, J. Fr. (1916), *Der soziale Handel*, Berlin.
- Trevino, L. K. (1986), "Ethical decision making in organizations: A person-situation interactionist model", *Academy of Management Review*, 11(3) 601-617.
- Velasquez, M. G. (1992), *Business ethics: Concepts and cases*, Englewood Cliffs: Prentice-Hall.