

ATBEQ를 이용한 조리외식 전공 학생의 기업윤리에 대한 태도 연구

정효선 · 윤혜현*
경희대학교 조리과학과

Attitudes towards Business Ethics by ATBEQ
of the Students Majoring in Culinary and Foodservice Management

Hyo Sun Jung, Hye Hyun Yoon*
Dept. of Culinary Science and Arts, Kyung Hee University

Abstract

This study investigated the attitudes towards business ethics of 409 university students majoring in culinary science and foodservice management. The survey questionnaire evaluated their attitudes by ATBEQ (Attitudes towards Business Ethics Questionnaire), using a seven-point scale and the data were analysed by frequency, t-test, ANOVA and reliability analysis. The average value of ATBEQ was investigated with attitudes towards ethics (3.48±0.79), application of the ethics to business (4.24±0.71), business profit making (4.18±0.71), businessman (4.29±0.67) and practice of business ethics (3.16±0.79). The female, undergraduate and younger students showed significantly higher scores of attitudes towards business ethics (higher ethical attitude) than the male, graduate and older students, respectively. There are some similar results between Korean and Israeli students, while western students (America, Australia and Turkey) showed different attitudes with Korean students.

Key words : Business Ethics, ATBEQ, University Students, Foodservice Management

1. 서 론

기업의 윤리수준이 향상되면 기업의 장기적인 이익과 종업원의 작업태도에 도움이 되고, 이러한 기업윤리는 교육을 통하여 향상시킬 수 있으며 이러한 의미에서 대학생들이 갖고 있는 기업윤리에 대한 의식과 대학에서 이뤄지는 윤리교육은 그 중요성이 크다고 할 수 있겠다(Bampton 과 Maclagan 2005). 이는 대학생들이 현재의 잠재적인 관리자이며 미래의 경영자로서 그들이 지니고 있는 윤리성이 매우 중요한 교육적인 의

미를 지니기 때문이며(Hudson 과 Miller 2005) 이들에 대한 윤리적 태도의 조사는 기업윤리에 대한 관리자 등의 행동을 예측하는데 도움을 주게 된다. 그러므로 외식산업의 주 이용 고객으로서 머지않아 기업 활동에 주도적인 역할을 담당하게 될 대학생들이 가지고 있는 기업윤리에 대한 인식이나 태도는 앞으로의 기업방향과 의사결정에 있어서 증대한 영향을 미칠 것이기 때문에 이에 관한 연구는 필수적인 것이라고 사료된다(Jung 1998). 기업이 사회로부터 책임과 의무를 성실하게 이행할 것을 적극적으로 요구받고 있는 이러한 현실을 고려할 때 경영자가 어떻게 윤리라는 차원의 요구를 받아들이고(McCabe 등 2006) 직원의 의식수준을 변화시킬 것인지, 동시에 어떻게 기업 내부에 풍토로서 정착시켜야 할 것인가 하는 과제는 중요한 쟁점이 되고 있다. 더불어 기업이 사회와 환경에 대하여 수행

Corresponding author : Hye Hyun Yoon, Kyung Hee University, 1
Hoeigi-dong, Dongdaemoon-gu, Seoul 130-701, Korea.
Tel : 02-961-9403
Fax : 02-964-2537
E-mail : hhyun@khu.ac.kr

해야 하는 책임이 중요한 관심사로 대두되면서 경영에 있어서의 기업윤리가 해당기업의 도덕적 선택의 수준에서 벗어나 하나의 경쟁력의 원천으로 자리잡고 있기 때문에 이러한 점에서 기업이 지니고 있는 윤리적인 풍토나 조직의 지원은 종사원의 조직몰입(Rhodes 등 2001, Settoon 등 1996, Eisenberger 등 2001, Fuller 와 Hester 2001, Eisenberger 등 1990), 직무만족(Parker 등 1997), 근무태도(McDonald 1999, Sims 1991, Trevino 등 1998) 등 기업의 성과(Viswesvaran 등 1998)에 영향을 미치는 중요한 요인으로 작용하고 있는 실정이다.

기업윤리(Business ethics)는 주주, 근로자, 소비자 등 이해관계자 집단과 밀접하게 연관된 의사결정의 옳고 그름 또는 선하고 악함에 관련된 문제로 기업이 부담해야 하는 최소한의 기준이나 도덕적 역할을 수행하기 위한 책임의 체계로 규정한다(Carroll 과 Buchholtz 2000). 따라서 기업의 윤리경영이란 기업이 시장의 윤리 즉 시장의 질서를 준수하는 동시에 사회적 실체로서 권리와 의무를 다하는 경영을 말하는 것으로, 법과 제도의 준수는 물론이고 시대마다 조금씩 다르게 요구되는 기업의 사회적 책임을 다하는 경영을 의미하는 것이다. 이러한 기업윤리는 기업이 사회적으로 합법적인 역할이나 활동을 하여 시장과 소비자로부터 지속적인 신뢰를 얻는 데에 기여할 수 있으며, 경영의 기반이 되는 준거의 틀로서 존재하기 때문에 그 중요성이 더해지고 있다(Phillips 와 Reichart 2000). 특히 외식산업에 있어서 기업윤리가 중요한 이유는 직접적으로 고객과 접촉하며 서비스를 제공하는 종사원들의 윤리적인 기준과 행동이 외식산업의 경영에 있어서 매우 중요한 요소가 되기 때문이며(Lee 등 2005), 유형적인 요소보다 종사원의 고객에 대한 태도에 의해 고객의 만족여부가 더 많은 영향을 받기 때문에(Wong 1998) 종사원의 태도가 외식산업체의 이미지를 결정하는 데에 매우 중요한 요소로 작용한다는 것을 알 수 있다.

본 연구는 Neumann and Reichel(1988)에 의해 개발된 설문서인 기업윤리태도지수(ATBEQ)를 사용하여 수행되었으며, ATBEQ를 이용하여 Preble and Reichel(1988), Small(1992), Jung(1998), Grubisic and Goic(1998), Sims 와 Gegez(2004) 등이 기업윤리에 대한 태도를 연구한 바 있다.

대학생의 기업윤리에 대한 선행 연구를 살펴보면, 대학생의 윤리적인 태도에 관한 연구로써 Peter(1991),

Ruegger 와 King(1992), Borkowski 와 Ugras(1992), Galbraith 와 Stephenson(1993), Robertson 과 Ross(1995), Tse 와 Au(1997), Smith 와 Oakley(1997), Cohen 등(2001), Stevens(2001) 등은 대학생의 일반적인 특성에 따라 기업윤리에 대한 윤리적 태도에 대해 고찰하였으며, 각국의 고유한 문화는 윤리적인 의사결정방법에 있어서 가장 중요하게 작용하는 요인(Singhapakdi 등 1994)이 되기 때문에 Lysonski 와 Gaidis(1991), Marilyn 과 Richard(1996), Moore 와 Radloff(1996), Kennedy 와 Lawton(1996), Grünbaum(1997), Ahmed 등(2003) 등은 국적별로 대학생의 윤리적인 태도에 대한 차이 분석 연구를 실시하였다.

이와 같이 외국에서는 대학생의 기업윤리 태도에 관한 많은 선행연구들이 이뤄지고 있음에도 불구하고 국내에서 대학생들의 기업윤리 태도와 관련된 연구들은 거의 전무한 실정이라고 할 수 있다. 그러므로 본 연구에서는 조리외식 전공 대학생과 대학원생이 지각하고 있는 외식산업에 있어서의 기업윤리에 대한 태도를 고찰함으로써 앞으로의 기업윤리를 판단하며, 학계에서의 윤리교육이 미래의 관리자가 될 대학생들에게 있어 얼마만큼 중요한 것인지를 설명하고, ATBEQ 문항을 이용하여 현재 우리나라 대학생들의 인식하고 있는 외식산업에 대한 기업윤리의 태도에 대해 연구해보고자 한다.

II. 연구내용 및 방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구에서는 외식산업의 기업윤리에 대한 태도를 조사하기 위해 조리외식 전공 대학생과 대학원생을 표본으로 선정하였다. 이는 한 집단의 윤리적인 태도가 다른 집단과 비교될 때 보다 잘 파악될 수 있기 때문에 설문지의 응답자는 수도권에 거주하는 조리외식 전공 대학생과 대학원생을 무작위로 선정하여 조사하였다. 조사기간은 2006년 4월 1일부터 4월 30일까지 30일간 설문조사를 실시하였고, 총 470부의 설문지를 배포하여 450부의 설문지가 회수되었으며 이중 통계분석이 가능한 409부(90.89%)가 통계처리에 사용되었다.

2. 조사내용

본 연구는 기업윤리에 대한 태도조사(기업윤리태도 지수: ATBEQ, Attitudes towards Business Ethics

Questionnaire) 설문지를 바탕으로 2006년 3월 21일부터 25일까지 예비설문지를 배부하여 예비조사를 실시한 후 우리나라 정서에 맞도록 설문지를 수정하고 보완하여 사용하였다. 본 설문지의 내용으로서 일반적인 사항은 성별, 연령, 학년, 전공, 외식업체이용횟수, 한달 용돈, 종교 등 6문항과 기업윤리에 관한 대학생들의 태도를 알아보기 위해 ATBEQ 30문항을 7점 척도로 조사하였으며 총 36문항으로 구성하였다. ATBEQ 30문항은 Jung(1998)의 연구에 의거하여 윤리관, 윤리의 적용, 사업관, 사업가관, 윤리의 실천 등 5개 영역으로 구분 후 분석하였다.

3. 자료의 통계처리

통계처리가 가능한 409부의 설문지를 SPSS(version 12.0) 프로그램을 이용하여 분석하였다. 일반적인 특성은 빈도와 백분율로 표시하였고, 기업윤리의 태도조사를 위한 ATBEQ 30문항은 일변량 평균검정을 통해 평균값을 도출하였다. 일반적인 특성에 따른 평균차이 분석을 위해 t-test, ANOVA를 사용하여 분석하였으며, Duncan's multiple test로 사후검정을 실시하였고, 30개 변수 간 내적일관성 측정을 위해 신뢰도분석을 실시하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적인 특성

조사대상자의 성별, 연령, 학년, 전공, 한달 용돈, 외

식업체 이용횟수, 종교는 Table 1과 같다.

조사결과, 성별로는 남학생 47.2%(193명), 여학생 52.8%(216명)이었으며, 연령별로는 20세 이하 14.2%(58명), 21-23세 34.7%(132명), 24-29세 32.3%(132명), 30세 이상 18.8%(77명) 등이었다. 학년별로는 1학년 15.4%(63명), 2학년 26.9%(110명), 3학년 15.4%(63명), 4학년 15.9%(65명), 대학원생 26.4%(108명) 등이었고, 전공별로는 조리 관련 전공 58.9%(241명), 외식 관련 전공 41.1%(168명)이었다. 한달 용돈으로는 10만원 이하 7.6%(31명), 11-30만원 48.7%(199명), 31-50만원 33.0%(135명), 51만원 이상 10.8%(44명) 등으로 나타났으며, 외식업체 이용횟수로는 1주에 1-2회 24.0%(98명), 2주에 1-2회 13.5%(55명), 한달에 1-2회 31.4%(128명), 2-3달에 1회 19.4%(79명), 6개월에 1회 6.9%(28명), 기타 4.9%(20명)로 조사되었고, 종교는 기독교 25.9%(106명), 천주교 17.4%(71명), 불교 9.3%(38명), 무교 44.0%(180명), 기타 3.4%(14명) 등으로 나타났다.

2. 기업윤리태도지수(ATBEQ) 분석

본 연구에 사용된 설문지가 응답자들로부터 정확하고 일관되게 측정되었는지 고찰하기 위해 먼저 전체 30개 문항에 대한 신뢰도 분석을 실시한 결과 Cronbach's alpha값이 0.677로 나타나 본 연구를 위한 변수의 신뢰성은 비교적 적합한 것으로 검증되었다.

기업윤리태도지수(이하 ATBEQ)에 있어서 윤리관에 관한 변수의 평균값은 3.48 ± 0.79 로 Table 2와 같다. 범

Table 1. General characteristics of subjects.

Characteristics				Characteristics			
		N	%			N	%
Gender	Male	193	47.2	Monthly allowance	Under 100,000	31	7.6
	Female	216	52.8		100,000~300,000	199	48.7
Age	Under 20	58	14.2		310,000~500,000	135	33.0
	21~23	142	34.7		Over 510,000	44	10.8
	24~29	132	32.3	Frequency of purchase (foodservice industry)	1-2times/1week	98	24.0
	Over 30	77	18.8		1-2times/2weeks	55	13.5
Grade	Freshman	63	15.4		1-2times/1month	128	31.4
	Sophomore	110	26.9		1time/2-3months	79	19.4
	Junior	63	15.4	1time/6months	28	6.9	
	Senior	65	15.9	Others	20	4.9	
Graduate	Graduates	108	26.4	Religion	Christianity	106	25.9
	Undergraduates	301	73.6		Catholicism	71	17.4
	Graduates	108	26.4		Buddhism	38	9.3
Major	Culinary Sci.	241	58.9		No religion	180	44.0
	Foodservice Management	168	41.1	Others	14	3.4	
Total		409	100	Total		409	100

을 따른 것이 도덕을 지키는 것이다(V4)에서는 3.92±1.44로 보통이다의 의견을 보였으며, 기업윤리는 대외 홍보용이다(V9)는 3.69±1.59로 나타나 보통이하의 약간 부정적인 의견을 나타냈다. 비즈니스가 변하듯 윤리관도 변한다(V10)에서는 4.92±1.43으로 시대에 따라 윤리관도 변하고 있다고 인식하는 것으로 조사되었는데, 이는 Preble 과 Reichel(1988)의 연구에서 조사되었던 미국, 이스라엘 대학생과 Small(1992)의 연구에서 나타났던 호주 대학생, Sims 와 Gegez(2004)의 터키 대학원생을 대상으로 한 연구와 유의한 차이를 보이는 결과였다. 미국, 호주, 터키의 대학생들은 시대에 따라 윤리관이 변하고 있지 않다고 응답한 반면 상대적으로 이스라엘과 한국의 대학생들은 시대에 따라 윤리관이 변하고 있다고 인식하고 있는 것으로 나타났다. 구체적인 목표달성을 위해 수단은 문제되지 않는다(V23)에서는 2.53±1.46으로 나타나 목표달성을 위해서는 수단이 문제가 된다고 인식하는 것으로 조사되었는데, 이는 Preble 과 Reichel(1988), Small(1992), Sims 와 Gegez (2004)의 연구 결과와 차이가 있는 것으로, 미국과 호주, 터키의 대학생들은 구체적인 목표달성을 위해 수단은 문제되지 않는다고 응답한 반면 한국과 이스라엘 학생들은 목표달성을 위한 수단은 문제가 된다고 인식하는 것으로 나타나 국가별 대학생이 가지고 있는 가치관에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다. 진정한 도

덕성은 궁극적으로는 이기주의이다(V27)는 3.12±1.50으로 다소 부정적인 의견을 보였으며, 자기희생은 비도덕적인 것이다(V28)는 2.67±1.40으로 자기희생은 도덕적이라고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

ATBEQ에 있어서 윤리의 적용에 관한 변수의 평균값은 4.24±0.71로 Table 3과 같다.

윤리란 기대와 실제행동과의 차이를 조정하는 것이다(V5)는 4.47±1.19로 나타나 긍정적인 응답을 보였으며, 비즈니스와 도덕은 별개의 것이다(V7)는 2.86±1.49로 비즈니스와 도덕은 별개가 아니라고 인식하고 있는 것으로 나타나 Jung(1998)의 결과와 일치하였고, 주주들은 투자금액을 최대한 많이 회수하는 것에 모든 관심이 있다(V18)에서는 4.96±1.47로 나타나 긍정적인 응답을 보였다. 모든 노력이 결국 정당한 대가를 받을 수 있다고 생각하는 것이 어리석은 일이다(V19)는 4.03±1.56으로 나타났으며 버는 것보다 더 많이 소비해서는 안 된다(V30)에서는 4.96±1.73으로 나타나 버는 것보다 더 많이 소비해서는 안 된다고 인식하고 있는 것으로 조사되었다.

ATBEQ에 있어서 사업관에 관한 변수의 평균값은 4.18±0.71로 Table 4와 같다.

가장 도덕적인 비즈니스는 이윤을 창출하는 것이다(V1)는 3.83±1.51로 응답자들은 이윤창출이 비즈니스의 전부가 아니라고 생각하고 있는 것으로 나타났으며,

Table 2. Mean scores of the attitudes towards ethics

	Variables	(M±SD)
V4	Act according to the law, and you can't go wrong morally.	3.92±1.44
V9	Business ethics is a concept for public relations only.	3.69±1.59
V10	The business world today is not different from what it used to be in the past. There is nothing new under the sun.	4.92±1.43
V23	If you want a specific goal, you have got to take the necessary means to achieve it.	2.53±1.46
V27	True morality is first and foremost self-interested.	3.12±1.50
V28	Self-sacrifice is immoral.	2.67±1.40
Total		3.48±0.79

Table 3. Mean score of attitudes towards the application of the ethics to the business

	Variables	(M±SD)
V5	Ethics in business is basically an adjustment between expectations and the way people behave.	4.47±1.19
V7	Moral values are irrelevant to the business world.	2.86±1.49
V18	The main interest of shareholders is maximum return on their investment.	4.96±1.47
V19	Georges X say of himself, "I work long, hard hours and do a good job, but it seems to me that people are progressing faster. But I know my effects will pay off in the end." Yes, George works hard, but he's not realistic.	4.03±1.56
V30	You should not consume more than you produce.	4.96±1.73
Total		4.24±0.71

경쟁의 정도는 수익성과는 무관하다(V11)에서는 3.09±1.41로 나타나 보통이하의 응답을 보였고, 자유경쟁사회에서 경쟁을 제한하는 것은 사회에 해가되는 불법적인 조치이다(V12)는 4.34±1.50을 보여 자유경쟁사회에서의 경쟁은 불법이 아니라고 인식하는 것으로 나타났다. 고용인의 임금은 수요와 공급의 법칙에 따라 결정되어야 한다(V17)에서는 4.40±1.50으로 나타나 임금은 수요와 공급의 법칙에 의해 결정되어야 하는 것으로 인식하고 있었으며, 비즈니스의 의사결정기준은 이익이 되는가라고 먼저 묻는 것이다(V20)는 4.18±1.41로 나타나 보통정도의 응답을 보였고, 모든 비즈니스에서는 나름대로의 규칙이 있다(V24)에서는 5.29±1.29로 매우 긍정적인 응답을 나타냈다.

ATBEQ에 있어서 기업가관에 관한 변수의 평균값은 4.29±0.67로 Table 5와 같다.

비즈니스를 잘하는 사람은 도덕적인 문제에 대해 고민하지 않는다(V2)에서는 2.96±1.45로 부정적인 응답을 보였으며 모든 사업가는 윤리적인 원칙에 따라 행동해야 한다(V3)는 4.90±1.54로 나타났다. 이는 Preble and Reichel(1988), Small(1992), Sims and Gegez(2004) 등의 연구 결과와 비교해볼 때, 미국, 호주, 터키, 이스라엘의 대학생보다 높은 평균값을 나타내어 한국 대학생들이 사업가가 윤리적인 원칙에 따라 행동해야 한다는 점에 있어서 더욱 당위적으로 받아들이는 것으로

조사되었다.

비즈니스의 결정에 있어서 윤리적인 측면보다는 경제적인 측면이 더 고려된다(V6)는 4.92±1.44로 사업에 있어서는 경제적인 측면을 더 고려해야 한다고 인식하고 있는 것으로 조사되었으며, 사업가를 신뢰하지 않는 것은 부당하다(V8)는 4.08±1.45로 나타났고, 사업가는 현실을 무시하고 이상에 몰두해서는 안된다(V22)는 4.65±1.57로 나타나 보통이상의 긍정적인 인식을 하고 있는 것으로 조사되었다. 훌륭한 사업가란 성공한 사업가를 말한다(V25)에서는 4.09±1.58을 나타냈고, 직업 태도와 헌신정도에 따라 사람을 판단할 수 있다(V29)에서는 4.45±1.43으로 보통이상의 긍정적인 의견을 보였으며, ATBEQ에 있어서 윤리의 실천에 관한 변수의 평균값은 3.16±0.75로 Table 6과 같다.

자동차 보험 요구 시 피해이상의 많은 것을 청구하는 것은 타당한 일이다(V13)에서는 3.27±1.53으로 나타나 부정적인 응답을 보였으며 슈퍼에서 쇼핑하는 동안 가격을 바꿔치기 하는 것은 타당한 일이다(V14)는 1.87±1.28로 매우 부정적인 응답을 나타냈다. 질병으로 결근하는 날은 휴가일에 포함시키지 않는 것은 타당한 일이다(V15)에서는 4.17±1.86으로 나타나 Preble 과 Reichel(1988), Small(1992), Sims 와 Gegez(2004) 등의 연구 결과와 비교해볼 때, 미국, 호주, 터키, 이스라엘의 대학생보다 높은 평균값을 나타내어 병가를 휴가일

Table 4. Mean score of attitudes towards the making money of business

Variables	(M±SD)
V1 The only moral of business is making money.	3.83±1.51
V11 Competitiveness and profitability are independent values.	3.09±1.41
V12 Conditions of a free economy will serve best the needs of society. Limiting competition can only hurt society and actually violates basic natural laws.	4.34±1.50
V17 Employee wages should be determined according to the laws of supply and demand.	4.40±1.50
V20 For every decision in business the only question I ask is, "Will it be profitable?" If yes - I will act accordingly ; if not, it is irrelevant and a waste of time.	4.18±1.41
V24 The business world has its own rules.	5.29±1.29
Total	4.18±0.71

Table 5. Mean score of attitudes towards the businessman

Variables	(M±SD)
V2 A person who is doing well in business does not have to worry about moral problems.	2.96±1.45
V3 Every business person acts according to moral principles, whether he/she is aware of it or not.	4.90±1.54
V6 Business decisions involve a realistic economic attitude and not a moral philosophy.	4.92±1.44
V8 The lack of public confidence in the ethics of business people is not justified.	4.08±1.45
V22 A business person can't afford to get hung up on ideals.	4.65±1.57
V25 A good business person is a successful business person.	4.09±1.58
V29 You can judge a person according to his work and his dedication.	4.45±1.43
Total	4.29±0.67

에 포함시키지 않는 것은 합당한 일이라고 생각하는 것으로 조사되었다. 회사물품을 집에 가져가는 것은 남에게 해를 끼치는 일이 아니다(V16)는 2.43 ± 1.52 로 부정적인 응답을 보였으며, 세일기간 중 가격할인을 속이는 것은 잘못이 아니다(V21)에서는 2.54 ± 1.58 을 나타내어 부정적인 응답을 나타냈다. 사랑이나 소유물을 갖는 것보다는 진실과 책임이 더욱 중요하다(V26)에서는 4.83 ± 1.37 로 나타나 기업윤리에서도 진실과 책임이 중요하다고 인식하고 있는 것으로 조사되었다.

3. 일반적인 특성에 따른 ATBEQ 차이분석

성별과 전공에 따른 ATBEQ에 있어서의 t-test 결과는 Table 7과 같다.

성별에 따른 평균 차이 조사결과 윤리관에 있어서 는 구체적인 목표달성을 위해 수단은 문제되지 않는다(V23)($p < 0.01$), 자기희생은 비도덕적인 것이다(V28)($p < 0.05$) 등의 변수에서 유의한 차이를 나타냈으며, 윤리의 적용, 사업관, 사업가관에 있어서는 유의한 차이를 보이는 변수가 없었다. 윤리의 실천에 있어서는 자동차 보험을 요구할 때 피해정도와 관계없이 가능한 더 많은 것을 청구하는 것은 타당한 일이다(V13)($p < 0.001$)와 슈퍼에서 쇼핑하는 동안 가격표를 바꿔치기하는 것은 타당한 일이다(V14)($p < 0.001$), 질병으로 결근하는 날을 휴가일에 포함시키지 않는 것은 타당한 일이다(V15)($p < 0.05$), 세일기간 중 가격할인을 속이는 것은 잘못이 아니다(V21)($p < 0.05$) 등의 변수에서 유의한 차이를 나타냈다. 또한 5개 영역 중 윤리관($p < 0.05$)과 윤리의 실천($p < 0.01$) 영역에서만 유의한 차이를 보이는 것으로 조사되었다. 유의한 차이를 나타낸 모든 변수에서 여학생이 남학생보다 기업윤리에 대한 태도에 있어서 더욱 적극적이고 윤리적인 판단을 하는 것으로

조사되었는데, 이는 Smith 와 Oakley(1997)의 연구에서 대학생의 윤리적 태도가 사회 및 개인적인 관계에 대한 측면에 있어 성별에 따라 유의적인 차이를 나타낸 것과, Ruegger 와 King(1992)의 연구에서 여학생이 남학생보다 기업의 윤리적 상황에 대한 지각력이 더욱 높았다고 조사된 결과와 일치하였다. 또한 Peter(1991)는 대학생의 개인적인 성격에 따른 기업윤리와 기업의 사회적 책임에 대한 평가에 관한 연구에서 여학생이 남학생보다 윤리적이며 기업의 사회적 책임을 더욱 중요시한다고 하였으며, Borkowski 와 Ugras(1992)는 윤리적인 태도와 행동에 있어서 여학생은 남학생에 비해 윤리적인 입장이 더욱 명확하고, Tse 와 Au(1997)은 대학생의 윤리성을 조사한 결과 성별에 따라서는 여학생이 남학생보다 더욱 윤리적임을 밝혀낸 선행 연구 결과와 유사하였다.

전공에 따른 평균 차이 조사결과, 윤리관의 자기희생은 비도덕적인 것이다(V28)와 윤리의 실천에 있어서의 소유물을 갖는 것보다 진실과 책임이 더욱 중요하다(V26)의 변수에서만 유의한 차이($p < 0.05$)를 나타내어, 조리전공 학생이 외식전공 학생보다 진실과 책임이 더욱 중요하며 자기희생은 비도덕적인 것이 아니라고 인식하는 것으로 나타났다. 그러나 전반적으로 전공에 따른 유의한 차이점은 발견되지 않았는데 이는 Peter(1991)의 대학생의 개인적인 성격에 따른 기업윤리와 기업의 사회적 책임에 대한 평가에 관한 연구에서 전공에 따라서는 유의한 차이가 없었으며, 대학생의 윤리성을 조사한 Tse 와 Au(1997)의 연구에서 전공에 따라서는 유의한 차이가 나타나지 않은 것과 유사한 결과였다.

대학생과 대학원생 및 연령에 따른 ATBEQ에 있어서의 t-test 결과는 Table 8과 같다.

Table 6. Mean score of attitudes towards the practice of business ethics

	Variables	(M±SD)
V13	As a consumer when making an auto insurance claim, I try to get as much as possible regardless of the extent of the damage.	3.27±1.53
V14	While shopping at the supermarket, it is appropriate to switch price tags or packages.	1.87±1.28
V15	As an employee, I take office supplies home ; it doesn't hurt anyone.	4.17±1.86
V16	I view sick days as vacation days that I deserve.	2.43±1.52
V21	In my grocery store week I raise the price of a certain product and mark it "on sale." There is nothing wrong with doing this.	2.54±1.58
V26	I would rather have truth and personal responsibility than unconditional love and belongingness.	4.83±1.37
	Total	3.16±0.75

대학생과 대학원생에 따른 평균차이 조사 결과 윤리관에 있어서는 기업윤리는 대외홍보용이다(V9)($p<0.01$), 비즈니스가 변하듯 윤리관도 변한다(V10)($p<0.05$) 등의 변수에서, 윤리의 적용에서는 비즈니스와 도덕은 별개의 것이다(V7)($p<0.01$)의 변수에서, 사업가관에 있어서는 비즈니스를 잘하는 사람은 도덕적인 문제에 대해

고민하지 않는다(V2)($p<0.01$), 모든 사업가는 윤리적인 원칙에 따라 행동해야 한다(V3)($p<0.05$) 등의 변수에서 유의한 차이를 나타냈다. 평균값 측정결과 대학생이 대학원생보다 기업윤리와 윤리적인 문제에 대해 더욱 엄격하게 판단하고 있었으며, 대학원생은 대학생에 비해 보다 현실적으로 인식하는 것으로 조사되었다. 이

Table 7. Comparison of mean scores of attitudes towards business ethics according to the gender and major of undergraduate students.

Variables	Gender(M±SD)			Major(M±SD)			
	Male	Female	t-value	Culinary	Food Service Management	t-value	
Attitudes towards ethics	V4	4.03±1.46	3.82±1.42	1.448	3.90±1.51	3.94±1.35	-0.278
	V9	3.70±1.58	3.68±1.60	0.147	3.67±1.62	3.71±1.56	-0.204
	V10	4.86±1.50	4.97±1.36	-0.791	4.99±1.48	4.82±1.34	1.156
	V23	2.75±1.50	2.32±1.40	2.872**	2.50±1.48	2.56±1.44	-0.363
	V27	3.26±1.51	3.00±1.48	1.811	3.06±1.50	3.21±1.49	-0.965
	V28	2.85±1.49	2.51±1.30	2.430*	2.53±1.41	2.88±1.37	-2.525*
Total	3.58±0.79	3.39±0.78	2.410*	3.46±0.80	3.52±0.77	-0.751	
Attitudes towards the application of the ethics to the business	V5	4.49±1.23	4.45±1.16	0.343	4.54±1.17	4.37±1.22	1.351
	V7	2.99±1.55	2.74±1.43	1.712	2.77±1.47	2.99±1.52	-1.510
	V18	4.82±1.53	5.09±1.40	-1.853	5.07±1.45	4.81±1.48	1.741
	V19	4.02±1.63	4.04±1.51	-0.167	4.03±1.57	4.03±1.56	-0.004
	V30	4.90±1.70	5.01±1.75	-0.654	4.97±1.79	4.95±1.63	0.141
Total	4.24±0.70	4.25±0.73	-0.164	4.25±0.74	4.23±0.68	0.373	
Attitudes towards the making money of business	V1	3.90±1.47	3.77±1.55	0.856	3.90±1.52	3.74±1.50	1.001
	V11	3.13±1.43	3.05±1.39	0.560	3.02±1.42	3.19±1.41	-1.222
	V12	4.35±1.51	4.33±1.49	0.179	4.35±1.47	4.32±1.54	0.189
	V17	4.27±1.58	4.52±1.43	-1.709	4.43±1.50	4.36±1.52	0.486
	V20	4.19±1.40	4.16±1.43	0.200	4.18±1.45	4.17±1.35	0.039
	V24	5.20±1.32	5.38±1.25	-1.394	5.39±1.25	5.14±1.33	1.943
Total	4.17±0.72	4.20±0.71	-0.436	4.21±0.70	4.15±0.73	0.770	
Attitudes towards businessman	V2	3.07±1.49	2.86±1.41	1.464	2.95±1.43	2.96±1.49	-0.096
	V3	4.80±1.58	5.00±1.51	-1.322	4.93±1.57	4.88±1.50	0.324
	V6	4.85±1.50	4.97±1.38	-0.821	4.96±1.43	4.85±1.45	0.768
	V8	4.09±1.53	4.06±1.38	0.229	4.16±1.48	3.96±1.41	1.365
	V22	4.76±1.62	4.55±1.53	1.331	4.62±1.60	4.69±1.53	-0.454
	V25	4.25±1.62	3.94±1.54	1.942	3.97±1.70	4.26±1.32	-1.921
	V29	4.45±1.43	4.46±1.43	-0.072	4.43±1.45	4.49±1.40	-0.399
Total	4.32±0.68	4.26±0.65	0.949	4.28±0.65	4.29±0.69	-0.140	
Attitudes towards the practice of business ethics	V13	3.56±1.56	3.00±1.45	3.772***	3.29±1.59	3.24±1.44	0.320
	V14	2.12±1.40	1.64±1.11	3.763***	1.81±1.26	1.95±1.30	-1.113
	V15	3.96±1.90	4.37±1.81	-2.214*	4.11±1.88	4.27±1.83	-0.853
	V16	2.55±1.62	2.32±1.42	1.495	2.41±1.58	2.46±1.42	-0.376
	V21	2.72±1.60	2.38±1.55	2.131*	2.50±1.60	2.59±1.56	-0.533
	V26	4.84±1.32	4.83±1.42	0.074	4.98±1.39	4.64±1.32	2.439*
Total	3.27±0.75	3.05±0.73	2.965**	3.14±0.77	3.18±0.71	-0.543	

* $p<0.05$ ** $p<0.01$ *** $p<0.001$

는 윤리적 의사결정의 차이에 관한 Cohen 등(2001)의 연구에서 윤리적 이슈에 대한 측정에 있어 고학년이 저학년 보다 낮은 점수를 보였으며, 같은 상황에서 회계사 또한 고학년보다 덜 윤리적으로 나타나 유의한

차이를 보였고, 세일즈맨과 대학생의 윤리적 이슈에 대한 의사결정과정에 관한 Robertson 과 Ross(1995)의 연구에서도 세일즈맨이 대학생보다 잠재적으로 비윤리적인 행동을 할 가능성이 높다고 한 것과 유사한 결과

Table 8. Comparison of mean scores of attitude towards business ethics according to under/graduate students and age of students majoring in culinary science and foodservice management.

Variables	Graduate(M±SD)			Age(M±SD)				F-value	
	Undergra- duates	Graduates	t-value	Under 20	21-23	24-29	Over 30		
Attitudes towards ethics	V4	3.87±1.41	4.05±1.53	-1.083	3.81±1.50	3.87±1.37	3.89±1.34	4.13±1.68	0.725
	V9	3.56±1.56	4.04±1.64	-2.634**	3.24±1.53 ¹⁾	3.56±1.52 ^{ab}	3.95±1.55 ^b	3.81±1.77 ^b	3.258*
	V10	5.02±1.35	4.63±1.59	2.289*	5.00±1.31 ^b	5.04±1.23 ^b	5.01±1.44 ^b	4.48±1.73 ^a	3.041*
	V23	2.51±1.41	2.56±1.60	-0.286	2.34±1.06	2.66±1.55	2.41±1.39	2.62±1.67	0.992
	V27	3.12±1.50	3.14±1.50	-0.141	2.98±1.26	3.29±1.52	3.01±1.51	3.12±1.60	1.005
	V28	2.71±1.41	2.56±1.37	1.008	2.83±1.46	2.82±1.41	2.55±1.35	2.51±1.42	1.461
Total	3.48±0.77	3.49±0.85	-0.118	3.36±0.66	3.55±0.76	3.48±0.77	3.45±0.95	0.806	
Attitudes towards the application of the ethics to the business	V5	4.47±1.16	4.46±1.28	0.092	4.59±1.02	4.50±1.15	4.36±1.19	4.49±1.39	0.510
	V7	2.71±1.44	3.27±1.57	-3.341**	2.50±1.30 ^a	2.67±1.34 ^{ab}	3.00±1.64 ^{bc}	3.25±1.56 ^c	4.060**
	V18	4.96±1.41	4.96±1.62	-0.016	4.72±1.38	5.04±1.29	4.84±1.58	5.21±1.62	1.644
	V19	4.08±1.55	3.89±1.60	1.086	4.16±1.63	4.14±1.52	3.93±1.55	3.90±1.63	0.718
	V30	4.89±1.71	5.17±1.75	-1.442	5.26±1.49	4.76±1.76	4.98±1.65	5.08±1.93	1.329
Total	4.21±0.71	4.35±0.73	-1.731	4.24±0.68	4.20±0.68	4.21±0.72	4.38±0.79	1.131	
Attitudes towards the making money of business	V1	3.83±1.46	3.84±1.65	-0.067	3.78±1.37	3.77±1.46	3.94±1.48	3.82±1.75	0.334
	V11	3.02±1.36	3.29±1.55	-1.706	2.76±1.14	3.18±1.45	3.05±1.42	3.23±1.51	1.533
	V12	4.37±1.44	4.24±1.64	0.787	4.29±1.49	4.35±1.43	4.32±1.50	4.38±1.64	0.047
	V17	4.40±1.45	4.40±1.64	-0.010	4.71±1.38	4.48±1.45	4.13±1.45	4.50±1.72	2.478
	V20	4.18±1.37	4.16±1.53	0.153	4.24±1.34	4.14±1.36	4.14±1.42	4.26±1.56	0.190
V24	5.30±1.25	5.28±1.40	0.123	5.66±1.14	5.28±1.19	5.11±1.37	5.35±1.37	2.525	
Total	4.18±0.65	4.20±0.86	-0.228	4.23±0.67	4.20±0.66	4.11±0.66	4.25±0.92	0.776	
Attitudes towards businessman	V2	2.81±1.37	3.35±1.60	-3.103**	2.66±1.37 ^a	2.78±1.26 ^a	2.96±1.57 ^a	3.49±1.51 ^b	5.154**
	V3	5.02±1.47	4.58±1.68	2.388*	5.36±1.42 ^b	5.01±1.39 ^{ab}	4.67±1.55 ^a	4.78±1.79 ^a	3.167*
	V6	4.92±1.41	4.91±1.53	0.079	5.00±1.25	4.87±1.38	4.92±1.51	4.94±1.57	0.127
	V8	4.14±1.39	3.91±1.59	1.322	4.33±1.43	4.16±1.34	3.88±1.45	4.06±1.64	1.562
	V22	4.64±1.49	4.69±1.79	-0.234	4.55±1.56	4.80±1.37	4.52±1.66	4.69±1.78	0.792
	V25	4.11±1.58	4.02±1.59	0.527	4.12±1.61	4.03±1.53	4.22±1.57	3.95±1.68	0.576
V29	4.48±1.41	4.37±1.48	0.648	4.38±1.32	4.50±1.39	4.47±1.50	4.38±1.46	0.170	
Total	4.30±0.64	4.25±0.74	0.610	4.34±0.70	4.30±0.59	4.23±0.67	4.32±0.77	0.502	
Attitudes towards the practice of business ethics	V13	3.32±1.46	3.12±1.71	1.078	3.29±1.56	3.32±1.41	3.20±1.57	3.26±1.68	0.133
	V14	1.86±1.22	1.89±1.43	-0.198	1.72±1.19	1.85±1.11	1.91±1.38	1.95±1.42	0.403
	V15	4.27±1.85	3.90±1.88	1.793	4.34±1.85	4.37±1.78	4.11±1.87	3.81±1.98	1.734
	V16	2.43±1.46	2.44±1.69	-0.112	2.47±1.42	2.52±1.45	2.33±1.49	2.42±1.77	0.387
	V21	2.56±1.56	2.49±1.65	0.370	2.34±1.54	2.61±1.48	2.54±1.63	2.56±1.72	0.386
	V26	4.77±1.34	4.99±1.45	-1.413	5.28±1.05 ^c	4.54±1.40 ^a	4.81±1.28 ^{ab}	5.03±1.56 ^{bc}	4.556**
Total	3.17±0.72	3.13±0.83	0.439	3.24±0.67	3.17±0.71	3.11±0.72	3.16±0.90	0.428	

*p<0.05 **p<0.01 ***p<0.001

¹⁾ Means with different letters in same rows are significantly different at α=0.05 by Duncan's multiple range test.

를 나타냈다. 그러나 반대로 Borkowski 와 Ugras(1992)는 윤리적인 태도에 있어서 MBA학생들보다 대학생들이 실리주의적이며, Tse 와 Au(1997)는 대학생의 윤리성을 조사한 결과 고학년이 저학년보다 윤리성이 높아 유의한 차이가 있었다고 한 것과는 상반된 결과였다.

연령에 따른 평균차이 조사 결과, 윤리관에서는 기업윤리는 대외홍보용이다(V9)($p<0.05$)에서는 연령이 높아질수록 평균값도 높아지면서 유의한 차이를 보였으며, 비즈니스가 변하듯 윤리관도 변한다(V10)($p<0.05$) 등에서 차이를 보였으며, 윤리의 적용에 있어서는 비즈니스와 도덕은 별개의 것이다(V7)($p<0.01$) 변수에서 유의한 차이를 나타냈다. 또한 기업가관에 있어서는 비즈니스를 잘하는 사람은 도덕적인 문제에 대해 고민하지 않는다(V2)($p<0.001$)와 모든 사업가는 윤리적인 원칙에 따라 행동해야 한다(V3)($p<0.05$) 등의 변수와 윤리의 실천에서는 소유물을 갖는 것보다는 진실과 책임이 더 중요하다(V26)($p<0.01$)의 변수에서 유의한 차이를 보였다. 평균값 측정결과 연령대가 높아질수록 외식산업의 기업윤리에 대해 현실적이고 실리적으로 인식하는 것으로 나타났으며, 이는 전반적으로 대학/대학원에 따른 평균차이 결과와 매우 유사하였으나, 기업의 윤리적 상황에 대한 지각력을 조사한 Ruegger 와 King(1992)의 연구에서 연령이 높을수록 더욱 윤리적이었다고 조사된 것과는 상반된 결과였다.

IV. 결론 및 요약

본 연구는 조리외식 전공 대학생과 대학원생이 인식하는 기업윤리 태도에 관한 조사연구로서, 기업윤리 태도지수(ATBEQ) 문항을 이용하여 이를 외식산업에 접목하면서 현재 대학생들의 인식하고 있는 외식산업에 대한 기업윤리의 태도에 대해 고찰해보고자 하였으며 결과는 다음과 같다.

1. 대학생의 기업윤리에 대한 태도 조사 결과, 30개 문항은 선행연구를 근거로 하여 5개 영역으로 구분하였으며, 각 영역의 평균값은 윤리관 3.48 ± 0.79 , 윤리의 적용 4.24 ± 0.71 , 사업관 4.18 ± 0.71 , 기업가관 4.29 ± 0.67 , 윤리의 실천 3.16 ± 0.75 등으로 조사되었다. 결과적으로 응답자들은 이윤창출이 비즈니스의 전부가 아니라고 생각하고 있었으며, 모든 사업가는 윤리적인 원칙에 따라 행동해야 하지만 비즈니스의

결정에 있어서는 이익이 되는지에 먼저 초점을 맞춰야 하고 윤리적인 측면보다 경제적인 측면을 고려해야 한다는 다소 이중적인 생각을 하고 있는 것으로 나타났다. 또한 비즈니스와 도덕은 별개의 것이 아니며, 시대에 따라 윤리관도 변하고 있다고 인식하는 것으로 조사되었으며, 기업이 윤리적인 결정을 해야 하는 상황에 직면했을 때에는 매우 철저하게 윤리적으로 행동해야 한다고 생각하는 것으로 나타났다. ATBEQ를 사용하여 수행된 선행연구와 비교한 결과, 몇 개의 항목에서 미국, 이스라엘, 호주 대학생과 한국, 터키 대학생의 응답에 있어서 유의한 차이가 조사되었다.

2. 성별에 따른 기업윤리 태도에 대한 평균 차이 조사 결과, 자동차 보험을 요구할 때 피해정도와 관계없이 가능한 더 많은 것을 청구하는 것은 타당한 일이다(V13)($p<0.001$), 슈퍼에서 쇼핑하는 동안 가격표를 바꿔치기하는 것은 타당한 일이다(V14)($p<0.001$), 질병으로 결근하는 날을 휴가일에 포함시키지 않는 것은 타당한 일이다(V15)($p<0.05$), 세일기간 중 가격 할인율을 속이는 것은 잘못이 아니다(V21)($p<0.05$), 구체적인 목표달성을 위해 수단은 문제되지 않는다(V23)($p<0.01$), 자기희생은 비도덕적인 것이다(V28)($p<0.05$) 등 30개 변수 중 6개 변수에서 유의한 차이가 나타났고 유의성을 보인 변수 뿐만 아니라 다른 변수에서도 여학생이 남학생보다 기업윤리에 대한 태도에 있어서 보다 적극적이며 더욱 윤리적인 판단을 하는 것으로 조사되었다.
3. 전공에 따른 기업윤리 태도에 대한 평균 차이 조사 결과, 소유물을 갖는 것보다 진실과 책임이 더욱 중요하다(V26)($p<0.05$), 자기희생은 비도덕적인 것이다(V28)($p<0.05$) 등에서 유의한 차이를 나타냈는데, 조리전공 학생이 외식전공 학생보다 진실과 책임이 더욱 중요하며 자기희생은 비도덕적인 것이 아니라고 인식하는 것으로 나타나 30개 변수 중 2개 변수만이 유의한 차이를 보였다.
4. 대학생과 대학원생의 기업윤리 태도에 대한 평균 차이 조사 결과, 비즈니스를 잘하는 사람은 도덕적인 문제에 대해 고민하지 않는다(V2)($p<0.01$), 모든 사업가는 윤리적인 원칙에 따라 행동해야 한다(V3)($p<0.05$), 비즈니스와 도덕은 별개의 것이다(V7)($p<0.01$), 기업윤리는 대외홍보용이다(V9)($p<0.01$), 비즈

니스가 변하듯 윤리관도 변한다(V10)($p < 0.05$) 등의 5개 변수에서 유의한 차이를 나타냈으며 평균값 측정결과 대학생이 대학원생보다 기업윤리와 윤리적인 문제에 대해 더욱 엄격하게 판단하고 대학원생은 대학생에 비해 좀 더 현실적이고 실리적으로 인식하는 것으로 조사되었다.

5. 연령에 따른 기업윤리 태도에 대한 평균차이 조사 결과, 비즈니스를 잘하는 사람은 도덕적인 문제에 대해 고민하지 않는다(V2)($p < 0.001$), 모든 사업가는 윤리적인 원칙에 따라 행동해야 한다(V3)($p < 0.05$), 비즈니스와 도덕은 별개의 것이다(V7)($p < 0.01$), 기업 윤리는 대외홍보용이다(V9)($p < 0.05$), 비즈니스가 변하듯 윤리관도 변한다(V10)($p < 0.05$), 소유물을 갖는 것보다는 진실과 책임이 더 중요하다(V26)($p < 0.01$) 등의 6개 변수에서 유의한 차이를 보였으며, 평균값 측정결과 연령대가 높아질수록 기업윤리에 대해 현실적이고 실리적으로 인식하는 것으로 나타났는데 이는 전반적으로 대학/대학원에 따른 평균차이 결과와 매우 유사하였다.

이상의 연구결과 조리외식 전공 대학생과 대학원생들은 사업가가 윤리적인 원칙에 따라 행동해야 하고 기업이 윤리적인 결정을 해야 하는 상황에 직면했을 때에는 매우 철저하게 윤리적으로 행동해야 한다고 생각하지만 비즈니스의 결정에 있어서는 그것이 기업에게 먼저 이익이 되는가에 초점을 맞춰야 하고 윤리적인 측면보다 경제적인 측면을 고려해야 한다고 하였다. 또한 여학생일수록 기업윤리에 대한 태도에 있어서 보다 윤리적인 판단을 하며, 연령대가 높아질수록 기업윤리에 대해 현실적이고 실리적으로 인식하는 것으로 나타나, 조리외식 전공 대학생과 대학원생은 기본적으로 외식산업에 있어서의 기업윤리에 대해 기업이 엄격히 지켜야 할 규정으로 인식하고 있었다. 결론적으로 외식산업에 있어서 기업윤리가 지켜지면 기업의 이미지가 향상되면서 고객은 그 기업의 서비스와 제품을 신뢰하게 되고 계속적인 수요를 통해 기업의 이익이 증가하게 되는 것으로서 이러한 의미에서 기업 윤리는 매우 중요하게 받아들여져야 한다. 따라서 인적서비스에 의존하는 외식산업의 특성상 타 산업이 비해 대학에서 이뤄지는 기업윤리에 대한 교육은 대학생들에게 중요한 교육적인 의미를 지니며 미래의 기업 활동에 주도적인 역할을 담당하게 될 학생들이 가지

고 있는 기업윤리에 대한 인식이나 태도에 증대한 영향을 미칠 것이기 때문에 더욱 실천적으로 이뤄져야 될 것으로 사료된다. 또한 외식산업의 기업적인 측면에서도 최고경영자의 인식 전환을 통해 기업윤리에 대한 적극적인 지원을 실시하면서 윤리경영시스템 도입으로 윤리경영 활동을 제도화하고, 우수 직원에게는 적절한 포상을 실시하며, 사회적으로는 우수한 윤리경영업체에 대해 인센티브를 제공하면서 기업의 자발적인 참여를 유도하는 분위기를 조성해야 할 것이다.

본 연구의 한계는 표본을 조리외식 전공 대학생과 대학원생으로 한정하였으므로 전체 대학생들의 의사가 충분히 반영되었다고 할 수 없으며, 설문에 사용된 기업윤리태도지수(ATBEQ)에 있어서의 기업을 외식산업으로 적용하기에는 다소 무리가 있을 수 있겠다. 그러나 선행연구와 측정도구가 전무한 현상에서 외식산업에 있어서의 기업윤리에 대한 대학생들의 전반적인 태도를 파악하기에 앞서 이뤄지는 연구라는 관점에서 볼 때 기초적인 의미를 둘 수 있을 것으로 여겨지며, 더불어 외식산업의 기업윤리를 바탕으로 한 선행연구가 없었기 때문에 본 연구결과와의 비교/부연 설명이 어려웠던 것이 연구의 한계점으로 작용할 수 있을 것으로 사료된다. 따라서 향후 연구에서는 이러한 제한점을 보완하여 외식산업의 기업윤리에 대한 대학생들의 태도를 측정할 수 있는 구체적이고 체계적인 측정도구를 개발하여 비교 연구한다면 보다 객관적인 결과를 도출해낼 수 있을 것으로 생각된다.

참고문헌

- Ahmed MM, Chung KY, Eichenseher JW. 2003. Business students' perception of ethics and moral judgment : A cross-cultural study. *Journal of Business Ethics* 43(2) : 89-192
- Bampton R, Maclagan P. 2005. Why teach ethics to accounting students? A response to the sceptics. *Business Ethics - A European Review* 14(3) : 290-300
- Borkowski SC, Ugras YJ. 1992. The ethical attitudes of students as a function of age, sex and experience. *Journal of Business Ethics* 11(12) : 961-979
- Carroll AB, Buchholtz AK. 2000. *Business & Society : Ethics and stakeholder management*. South-Western College Publication. Ohio. U.S.A.
- Cohen JR, Pant LW, Sharp DJ. 2001. An examination of difference in ethical decision-making between Canadian business students and accounting professionals. *Journal of Business*

- Ethics 30(4) : 319-336
- Eisenberger R, Armeli S, Rexwinkel B, Lynch PD, Rhoades L. 2001. Reciprocation and perceived organization support. *Journal of Applied Psychology* 86(1) : 42-51
- Eisenberger R, Fasolo P, Davis-LaMastro V. 1990. Perceived organizational support and employee diligence, commitment, and innovation. *Journal of Applied Psychology* 75(1) : 51-59
- Fuller B, Hester LK. 2001. A closer look at the relationship between justice perceptions and union participation. *Journal of Applied Psychology* 86(6) : 1096-1105
- Galbraith S, Stephenson HB. 1993. Decision rules used by male and female business students in making ethical value judgments : Another look. *Journal of Business Ethics* 12(3) : 227-233
- Grubisic A, Goic S. 1998. Attitudes towards some aspects of business ethics among students from countries in transition: An empirical research. *Business Ethics - A European Review* 7(3) : 163-177
- Grünbaum L. 1997. Attitudes of future managers towards business ethics : A Comparison of Finnish and American business students. *Journal of Business Ethics* 16(4) : 451-463
- Hudson S, Miller G. 2005. Ethical orientation and awareness of tourism students. *Journal of Business Ethics* 62(4) : 383-396
- Jung CY. 1998. Attitudes towards business ethics held by Korean students. *Korean Management Review* 27(3) : 611-630
- Kennedy E, Lawton L. 1996. The effects of social and moral integration on ethical standards : A comparison of American and Ukrainian business students. *Journal of Business Ethics* 15(8) : 901-911
- Lee HR, Park SG, Cha SB. 2005. Impact of hotel employees' perception about ethical management on their job performance. *호텔경영학연구* 14(1) : 19-37
- Lysonski SJ, Gaidis W. 1991. A cross-cultural comparison of the ethics of business students. *Journal of Business Ethics* 10(2) : 141-150
- Marilyn O, Richard H. 1996. A cross cultural comparison of ethical perspectives and decision approaches of business students : United States of America versus New Zealand. *Journal of Business Ethics* 15(5) : 537-549
- McCabe AC, Ingram R, Dato-on MC. 2006. The business of ethics and Gender. *Journal of Business Ethics* 64(2) : 101-116
- McDonald G. 1999. Business ethics : Practice proposal for organizations. *Journal of Business Ethics* 19(2) : 143-158
- Moore RS, Radloff SE. 1996. Attitudes towards business ethics held by South African students. *Journal of Business Ethics* 15(8) : 863-869
- Neumann Y, Reichel A. 1987. The development of attitudes towards business ethics Questionnaire (ATBEQ) : Concepts, dimensions and relations to work values, Working Paper, Department of Industrial Engineering and Management, Ben Gurion University of the Negev, Israel.
- Parker CP, Baltes BB, Christiansen ND. 1997. Support for affirmative action, justice perceptions, and work attitudes : A study of gender and racial-ethnic group differences. *Journal of Applied Psychology* 82(3) : 376-389
- Peter A. 1991. Personal characteristics in college students evaluations of business ethics and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics* 10(1) : 63-69
- Phillips RA, Reichart J. 2000. The environment as a stakeholder? A fairness-based approach. *Journal of Business Ethics* 23(2) : 185-197
- Preble JF, Reichel R. 1988. Attitude towards business ethics of future managers in the U.S. and Israel. *Journal of Business Ethics* 7(12) : 941-949
- Rhodes L, Eisenberger R, Armeli S. 2001. Affective commitment in organizations : the contribution of perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology* 86(5) : 825-836
- Robertson DC, Ross WT. 1995. Decision-making processes on ethical issues : The impact of a social contract perspective. *Business Ethics Quarterly* 5(2) : 213-241
- Ruegger D, King E. 1992. A study of the effect of age and gender upon student business ethics. *Journal of Business Ethics* 11(3) : 179-186
- Settoon RP, Bennett N, Liden RC. 1996. Social exchange in organizations : perceived organizational support, leader-member exchange, and employee reciprocity. *Journal of Applied Psychology* 81(3) : 219-227
- Sims RR. 1991. The institutionalization of organizational ethics. *Journal of Business Ethics* 10 : 493-506
- Sims RL, Gegez AE. 2004. Attitudes towards business ethics : A five nation comparative study. *Journal of Business Ethics* 50(3) : 253-265
- Singhapakdi A, Vitell VJ, Leelakulthanit O. 1994. A cross-cultural study of moral philosophies, ethical perceptions and judgements : A comparison of American and Thai marketers. *International Marketing Review* 11(6) : 65-78
- Small MW. 1992. Attitudes towards business ethics held by Western Australian students : A comparative study. *Journal of Business Ethics* 11(10) : 745-752
- Smith PL, Oakley E. 1997. Gender-related difference in ethical and social values of business students : Implications for management. *Journal of Business Ethics* 16(1) : 37-45
- Stevens B. 2001. Hospitality ethics : Responses from human resource directors and students to seven ethical scenarios. *Journal of Business Ethics* 30(3) : 233-242
- Trevino LK, Butterfield KD, McCabe DL. 1998. The ethical context in organizations : Influences on employee attitudes and behaviors. *Business Ethics Quarterly* 8(3) : 447-476
- Tse ACB, Au AKM. 1997. Are New Zealand business students more unethical than non-business students? *Journal of*

- Business Ethics 16(4) : 445-450
- Viswesvaran C, Deshpande SP, Joseph J. 1998. Job satisfaction as a function of top management support for ethical behavior. Journal of Business Ethics 17(4) : 365-371
- Wong SCK. 1998. Staff job-related ethics of hotel employees in Hong Kong. International Journal of Contemporary Hospitality Management 10(3) : 107-115
-
- (2006년 6월 23일 접수, 2006년 11월 10일 채택)