

기업윤리의 인식수준과 실천수준 사이의 관계 연구 - 외식산업체 종사원을 중심으로 -

정효선 · 윤혜현*
경희대학교 조리과학과

A Canonical Correlation between Employee's Business Ethics Awareness and the Business Ethics Practice in Foodservice Industry

Hyo Sun Jung, Hye Hyun Yoon*
Department Culinary Science and Arts, KyungHee University

Abstract

The purpose of this study was to measure employee 'awareness' and 'practice' of business ethics in the foodservice industry, and to determine possible correlations between these two variables. Self administrated questionnaires were completed by 1003 employees and data were analysed to ascertain frequency, factor, reliability, correlation and canonical correlation. Two factors were obtained from factor analysis of business ethics(BE) awareness; "Organizational awareness", and "Individual awareness". Similarly, two factors were also obtained for business ethics practice; "Systematic practice", and "Compensatory practice". Canonical correlation analysis produced two significant functions. For canonical function 1, it was found that organizational awareness of BE was positively correlated with systematic practice. For canonical function 2, it was found that individual awareness of BE was negatively correlated with the compensatory practices of BE. The findings of this study demonstrate that higher organizational awareness of business ethics in the foodservice industry led to higher systematic practices of BE, while higher individual awareness of BE led to lower compensatory practices of BE. In conclusion, higher organizational awareness of BE places a higher priority on building an external system from an institutional perspective, while higher employees awareness of BE leads to higher expectation from the company, resulting in relatively low compensatory practices.

Key Words : Business Ethics Awareness, Business Ethics Practice, Foodservice Industry Employee

1. 서 론

21세기에 국제적인 경쟁력을 갖춘 성공적인 기업을 경영하기 위해서는 경제적인 가치 추구 뿐 만아니라 국제적인 상거래에 있어서 규범의 준수도 매우 중요하며, 따라서 국제 경쟁 환경에서 윤리적인 측면에 대한 실천의 중요성이 점점 대두되고 있는 추세이다(Choi 등 2007). 특히 언론과 월드컵(미국), HIH Insurance(호주), 파라마트(이탈리아) 등 비윤리적인 행동으로 파멸을 맞은 세계적인 글로벌 기업들의 윤리 스캔들은 기업과 소비자와의 관계를 기본적으로 재평가하도록 하는 근거가 되었으며(Picou & Rubach 2006), 뉴욕증권거래소 및 나스닥에서도 공식적인 윤리 현장을 보유한 기업만이 상장되고 있는 실정이다(Paine 등 2005). 이러한 결과는 기업의 비윤리적인 행동과 이미지가 소비자, 중

사원, 투자가 등 모두에게 부정적인 영향을 미치면서 소비자 신뢰의 하락이 기업 경영에 있어 잠재적인 위험요소로 작용하기 때문이라고 할 수 있다. 그러나 2006년 미국 BEI(Business Ethics Index) 조사 결과에 따르면, 미국 소비자가 인식하는 기업윤리 지수는 2004년(108.7)에 비해 2006년(102.6)에 다소 하락하였는데 이는 기업이 인식하는 윤리적인 행동에 대한 당위성은 중요하게 인식되고 또 실천되는데 비해서 기업의 윤리적 행동에 대한 소비자의 기대는 다소 감소하였기 때문이라고 하였다(Tsalikis & Seaton, 2007). 국내 기업도 2006년에 실시된 전경련(2006)의 윤리경영 추진 실태조사에 의하면 84.1%가 윤리경영을 도입하고 있다고 응답하였으며, 이는 1998년의 21.8%에 비해 크게 증가한 것으로 나타났다. 이처럼 국내 기업의 윤리경영이 기업의 체질을 바꾸고 대·내외적으로 신뢰받기 위한

*Corresponding author: Hye Hyun Yoon, Department of Culinary Science and Arts, KyungHee University, 1 Hoegi-dong, Dongdaemoon-gu, Seoul 130-701, Korea
Tel: 82-2-961-9403 Fax: 82-2-964-2537 E-mail: hhyun@khu.ac.kr

기초를 확립했다는 점에서 긍정적인 평가도 가능하지만, 짧은 기간 동안 시스템 구축 위주로 지나치게 급속히 추진되면서 윤리의식이 기업의 문화로 정착되었으며, 기업인 관련 비리가 있을 때마다 그동안 기업들의 윤리경영 실천 노력에 회의적인 눈길을 보내면서, 조직 구성원의 윤리인식과 조직의 윤리시스템 간의 조화를 이루는데 한계가 있다는 점이 문제점으로 제기되고 있는 실정이라고 할 수 있겠다(양 2007).

기업윤리(business ethics)란 기업의 발전과 더불어 사회 공헌을 추구하는 회사의 모든 임직원들이 기업 경영에서 지켜야 할 가치로써 도덕적 가치기준에 따라 행하는 기업의 의사결정과정을 의미한다(이 & 최 2004). 예를 들어 기업 경영 활동에 있어서 사회에 해를 끼치지 않도록 비도덕적인 이해관계자로부터 기업을 보호하며, 기업 구성원으로 하여금 스스로의 윤리적인 신념에 따라 행동할 수 있도록 허용하는 경우 이를 기업의 윤리경영이라고 할 수 있는 것이다(Koh 2007). Victor & Cullen(1988)에 의해 처음으로 도입된 기업의 윤리적 환경이라는 용어는 기업이 윤리적인 내용을 경영의 전반에 걸쳐 조직적으로 실행하는 것으로, 기업구성원의 윤리성에 지대한 영향을 줌과 동시에(Brass 등 1998) 종사원의 윤리의식을 향상시켜주는 역할을 하면서(Singhapakdi 등 1999), 기업의 이미지와 종사원의 자부심을 향상시켜 주어 결과적으로는 기업에 장기적인 이익을 가져다 줄 수 있기 때문에 매우 중요하다고 할 수 있겠다. 이러한 조직의 윤리적인 가치는 종사원 개인의 가치, 태도와 목표에 있어서 지대한 역할을 하며(Ostroff & Rothausen 1997), 조직의 문화에 의해 이뤄지는 윤리적인 가치를 종사원이 인식할수록 개개인의 도덕적인 믿음과 원칙에도 긍정적으로 작용하게 되는 것이다(Hunt 등 1989; Valentine 등 2001). 선행 연구들(Jones & Gautschi 1988; Leicht & Fennell 1997; Schwepker 등 1997; Sims & Keon 2000)에 의하면 기업에서 종사원에 의해 행해지는 비윤리적인 행동은 종사원과 조직 사이의 윤리적 가치 차이에서 비롯되고, 종사원이 기업윤리에 대해 인식할수록 조직과 윤리적인 이해관계의 충돌이 발생하게 되는 것이라고 하였다. 특히 기업에 있어서 윤리적인 의사결정은 개인의 인지적인 심리 상태에 기초를 두고 있으므로(Chung & Monroe 2007), 이러한 조직의 윤리적인 환경은 종사원의 윤리의식과 실천에 지대한 영향을 주고, 결과적으로 종사원이 조직의 환경을 이해할수록 더욱 합리적인 윤리 환경이 조성된다고 하였다(Appelbaum 등 2005; Laditka & Houck 2006; Sarah & Patrick 2006). 이러한 결과를 통해 기업과 종사원이 기업윤리와 사회적 책임을 인식하게 될 때 이전보다 조직적인 효과성이 더욱 나타나면서(Singhapakdi 등 2001; Kim & Ki 2006; Choe & Lee 2007), 실질적인 실천에 반영된다고 할 수 있겠다(Shafer 등 2007). 특히 외식산업은 직접적으로 고객과 접촉하며 서비스를 제공하기 때문에 기업과 종사원의 윤리적인 가치와 실천이 서비스 품질에 중요한 역할을 하면서

제공되는 제품 역시 단순한 재화가 아닌 식품으로서 소비자의 건강과 위생에 직결된다는 점으로써, 단적인 예로 국내 굴지의 식품 유통 회사인 CJ Food System은 2006년에 발생한 단체급식 파동으로 인해 심각한 경영 위기에 직면하게 되었으며, 얼마 전 일본에서 발생한 중국산 농약 만두 파동 역시 국가 간의 외교 문제로 비화되는 등 식품과 관련된 기업의 윤리적인 측면에 대한 고려가 고객의 입장에서든 매우 중요한 사안으로 받아들여지고 있는 실정이다(Bowman & Wittmer 2000). 또한 Berens 등(2007)의 연구에서도 기업의 직무, 주식에 대한 평가 등에 대한 낮은 선호도는 기업의 바람직한 사회적 책임의 수행만으로 이미지 쇄신 및 충분히 상쇄될 수 있는 반면에, 제품에 대한 낮은 품질은 기업이 기업윤리와 사회적 책임을 성실히 수행하는 것으로도 보상할 수 없다고 하여 제품을 생산하는 제조 기업에서 지켜야 하는 기업윤리의 중요성을 강조하였다.

이러한 선행 연구의 결과를 바탕으로 본 연구에서는 외식산업에서의 기업윤리를 다루어 보고자 하였으며, 기업윤리에 대한 인식수준과 실천수준 사이에는 상관관계가 있다고 가정하여(Song 2003; Kang 2004), 외식산업에 있어서 종사원이 인지하는 기업윤리의 인식수준과 실천수준을 측정하고, 두 변수 사이에 어떠한 상관관계를 지니는지 규명해보고자 하였다.

II. 연구방법

1. 조사 대상 및 조사 기간

외식산업 종사원의 기업윤리에 대한 인식수준과 실천수준 사이의 상관관계를 알아보기 위하여 설문조사를 실시하였다. 표본으로는 호텔, 패밀리레스토랑, 단체급식에 근무하는 종사원으로 한정하였으며, 2007년 3월 1일부터 3월 10일까지 예비설문지 50부를 배부하여 예비조사를 실시한 후 설문지를 수정하고 보완하여 사용하였다. 본 설문 조사는 4월 1일부터 30일까지 30일간 실시하였으며, 총 1300부의 설문지를 배포하여 이 중 통계분석이 가능한 1003부(77.2%)만이 통계처리에 사용되었다.

2. 조사 내용 및 분석 방법

본 연구는 기업윤리에 대한 인식 및 실천수준 등을 포함한 윤리적인 환경 측정에 사용되었던 기존의 문헌(Victor & Cullen 1988; Froelich & Kottke 1991; Cole & Smith 1995; Barnett & Vaicys 2000; Douglas 등 2001; Koh & Boo 2001; Schwepker 2001; Paolillo & Vitell 2002; Valentine & Barnett 2002; Song 2003; Liu 등 2004; Choi 2005; Aquino & Becker 2005; Desphande 등 2006; Shafer 등 2007)들을 참고로 하여 설문지를 구성하였다.

본 설문지의 내용은 외식산업 종사원의 일반적인 사항으

로 성별, 연령, 직장형태, 근무연수 등 4문항을 포함하였고, 외식산업의 기업윤리에 대한 종사원의 인식수준 7문항과 실천수준 15문항을 포함한 22문항을 리커트 7점 척도로 측정하였으며, 총 26문항으로 구성되었다.

분석 방법으로 SPSS(V 12.0) 프로그램을 사용하여 일반적인 특성은 빈도분석을 실시하였으며, 기업윤리의 인식수준과 실천수준은 요인분석과 신뢰도분석을 통해 타당성과 신뢰성을 검증하였고, 도출된 요인을 바탕으로 하여 상관분석을 실시하였다. 또한 외식산업 종사원의 기업윤리에 대한 인식수준과 실천수준 요인 사이의 복합적인 관계를 규명하기 위해 SAS(V 8.0) 프로그램을 사용하여 정준상관분석을 실시하였다.

III. 연구 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적인 특성

조사대상자의 일반적인 특성은 <Table 1>과 같다. 성별로는 남자 54.4%(546명), 여자 45.6%(457명)이었으며, 연령대는 20~29세가 54.7%(549명)로 가장 많았다. 직장형태로는 호텔 54.2%(544명), 패밀리레스토랑 29.0%(291명), 단체급식 16.7%(168명) 등의 순으로 조사되었고, 근무연수로는 2~5년이 41.2%(413명)로 다수를 차지하였다.

2. 외식산업 종사원의 기업윤리 인식수준과 실천수준에 대한 요인분석과 신뢰도분석

외식산업 종사원의 기업윤리 인식수준과 실천수준에 대한 요인분석 결과는 <Table 2>와 같으며, 기업윤리 인식수준 항목의 요인분석을 실시한 결과, 총 2개의 요인이 도출되었고 누적설명력은 72.218%로 조사되었다. 각각의 요인 및 구성 변수에 대해 살펴보면[세부적인 변수 내용은 Table 3 참조], 요인 1은 우리 회사의 경영층은 높은 윤리적 가치관을 가지고 있다고 생각하고 있다, 우리 회사에서는 내 자신의 윤리관이나 도덕관을 적용시킬 수 있다, 우리 회사는 타 기업에 모범이 되는 바람직한 기업이미지를 갖고 있다, 우리 회사의 종사원은 윤리경영의 중요성에 대해 인식하고 있다 등 4개 항목으로 구성되어 기업의 인식수준이라고 명명하였으며, 요인 2는 나는 우리 회사에 있어서 기업윤리가 필요하다고 생각하고 있다, 나는 기업윤리가 전체적인 기업

의 이익에 도움이 된다고 생각하고 있다, 회사가 윤리적일 때 나도 윤리적인 행동을 하게 된다고 인식하고 있다 등의 3개 항목으로 구성되어 개인의 인식수준이라고 명명하였다.

기업윤리 실천수준 항목의 요인분석을 실시한 결과, 총 2개의 요인이 도출되었으며 누적설명력은 66.219%로 조사되었다. 요인 1은 우리 회사는 윤리적인 행동에 근거한 엄격한 윤리 규칙을 가지고 있다, 우리 회사는 기업윤리를 실천하기 위한 조직과 제도를 구비하고 있다, 우리 회사는 구체적인 기업윤리 현장이 제정되어 있다, 나는 기업윤리에 근거하여 회사의 규칙을 준수하며 실천한다, 우리 회사의 경영층은 윤리적인 방침에 의해 의사결정을 하고 있다, 우리 회사는 종사원에 대한 윤리교육을 실천하고 있다, 우리 회사는 기업 경영 활동 관련 법규를 준수하고 있다, 우리 회사는 고객보호를 위한 윤리적, 제도적 장치를 실천하고 있다, 우리 회사는 지역사회 개발과 환경보호에 적극적으로 동참하고 있다, 우리 회사는 윤리적 행동에 근거한 엄격한 윤리규칙을 가지고 있다 등 10개 항목으로 구성되어 제도적인 실천수준이라고 명명하였으며, 요인 2는 우리 회사는 회사의 이익보다 종업원의 복지를 우선으로 생각하고 있다, 우리 회사의 모든 결정은 종업원 모두의 행복을 고려하여 이뤄지고 있다, 우리 회사는 종업원 개개인의 인격을 존중하고 있다, 우리 회사는 윤리실천 평가를 실시하여 결과를 인센티브로 반영하고 있다, 우리 회사는 재해 발생 시 회사차원의 적절한 보상이 이뤄지고 있다 등 5개 항목으로 구성되어 보상적인 실천수준이라고 명명하였다.

외식산업 종사원의 기업윤리 인식수준과 실천수준 변수에 대한 신뢰도를 검증한 결과는 <Table 3>과 같으며, 크론바하 알파값이 0.8이상으로 비교적 높은 신뢰도를 보이는 것으로 조사되었다.

각각의 변수 및 요인별 평균값 측정 결과, 기업의 인식수준의 평균값은 4.68±1.15로 나타났으며, 우리 회사는 타 기업에 모범이 되는 바람직한 기업이미지를 갖고 있다 변수가 4.85±1.38로 기업의 인식수준 요인 중 가장 높은 평균값을 보이는 것으로 조사되었다. 개인의 인식수준은 5.35±1.21이었으며, 회사가 윤리적일 때 나도 윤리적인 행동을 하게 된다고 인식하고 있다 변수가 5.46±1.43으로 개인의 인식수준 요인 중 가장 높은 평균값을 보이는 것으로 나타났다. 외식산업 종사원의 기업윤리 인식수준에 대한 전체 평균값

<Table 1> General characteristics of subjects

Characteristics			Characteristics				
		N		N	%		
Gender	Male	546		Hotel	544	54.2	
	Female	457		Family rest.	291	29.0	
Age (yr)	20-29	549		Feeding facility	168	16.7	
	30-39	344		Work period (yr)	-1	258	25.7
	40~	110			2-5	413	41.2
Total		1003		6~	332	33.1	

<Table 2> Factor analysis on foodservice employees' awareness and practices of business ethics

Factor name		Factor 1 loading score	Factor 2 loading score	Communalities	Cumulative (Eigenvalue)
Business ethics awareness	Organizational awareness	1 ^{a)}	0.849	0.221	0.769
		2	0.836	0.162	0.725
		3	0.831	0.164	0.717
		4	0.777	0.249	0.665
	Individual awareness	5	0.254	0.844	0.778
		6	0.076	0.825	0.686
		7	0.309	0.787	0.715
Business ethics practice	Systematic practice	8	0.814	0.264	0.732
		9	0.785	0.309	0.712
		10	0.768	0.216	0.637
		11	0.747	0.067	0.563
		12	0.724	0.366	0.657
		13	0.720	0.341	0.635
		14	0.674	0.468	0.673
	Compensatory practice	15	0.667	0.437	0.637
		16	0.615	0.439	0.571
		17	0.605	0.572	0.694
		18	0.133	0.887	0.804
		19	0.291	0.804	0.731
		20	0.296	0.799	0.726
		21	0.272	0.692	0.552
		22	0.432	0.650	0.609

^{a)}See Table 3 about more results on the variables

은 5.01±1.01로 나타났으며, 이러한 수치적인 결과를 통해 외식산업의 종사원은 기업윤리에 대한 인식수준에 있어서 기업보다 개인의 인식수준이 더 높은 것으로 조사되었다.

또한 기업윤리 실천수준의 전체 평균값은 4.51±1.01이었으며, 제도적인 실천수준은 4.74±1.04로 조사되었고, 나는 기업윤리에 근거하여 회사의 규칙을 준수하며 실천한다 변수가 5.01±1.27로 제도적 실천수준 요인 중 가장 높은 평균값을 보이는 것으로 조사되었다. 보상적인 실천수준은 4.29±1.21이었고, 우리 회사는 재해 발생 시 회사 차원의 적절한 보상이 이뤄지고 있다 변수가 4.54±1.32로 높은 평균값을 나타냈다. 이는 주류기업을 대상으로 한 Kim(2006)의 연구에서도 윤리 강령이나 내부지침 등의 형식적인 윤리 경영시스템을 갖추고 있으나 실행정도는 미흡하다고 하였으며, Hwang(2006)은 기업이 윤리경영의 필요성을 느끼고 제도적으로 도입하는 것에는 관심을 기울이고 있으나 실질적으로 실천하는 부분에서는 아직 부족하다고 한 것과 유사한 결과를 보이는 것으로 조사되었다.

이러한 결과를 통해 외식산업체의 기업윤리 실천수준은 종사원의 복지, 인격, 인센티브 등을 고려한 보상적인 측면에서의 실천보다 외형적인 시스템 구축 등 제도적인 측면에서의 실천이 더욱 높은 것으로 나타났다.

3. 외식산업 종사원의 기업윤리 인식수준과 실천수준에 대한 정준상관분석

요인분석에 의해 정제된 기업윤리 인식수준과 실천수준 요

인 사이에 밀접한 관련성이 있는지 검증하기 위해서 먼저 상관분석을 실시하였다. 상관분석 결과는 <Table 4>와 같으며, 기업의 인식수준과 제도적인 실천수준 사이에 가장 강한 상관관계(0.768)를 보였고, 기업의 인식수준과 보상적인 실천수준도 강한 상관관계(0.615)를 나타내는 것으로 조사되었다. 반면에 개인의 인식수준은 기업의 인식수준에 비해 기업윤리의 실천수준과 덜 밀접한 관계를 보이는 것으로 조사되었는데 이러한 결과를 통해 기업윤리에 대한 기업의 인식수준이 실천수준과 더욱 밀접한 관계를 보이는 것으로 판단할 수 있었다.

이러한 상관분석 결과를 바탕으로 하여 보다 구체적인 하위의 복수 요인 간 상관관계를 고찰하기 위해 정준상관분석을 실시하였으며 <Table 5>에 제시된 분석 결과를 토대로 정준부하가 최소 0.3이상인 것에 근거하여 유의적인 표준정준상관계수를 괄호로 표기하고 이를 토대로 다음과 같이 분석 결과를 해석하였다.

분석 결과, 총 2개의 정준상관함수가 도출되었으며, 정준상관계수의 크기를 보면 정준함수 1은 0.809, 정준함수 2는 0.348로 조사되었고, 2개의 유의적인(p<0.001) 정준상관함수가 도출되었다. 표준화계수로 측정된 기업윤리 인식수준과 관련이 있는 중요한 항목으로는 정준함수 1에서 기업의 윤리 인식수준이 정준식 1을 구성하는 가장 중요한 변수로 나타났으며, 정준함수 2에서는 개인의 윤리 인식수준이 정준식 2를 구성하는 가장 중요한 변수로 조사되었다. 기업윤리 실천수준과 관련이 있는 중요한 항목으로는 정준

<Table 3> Reliability analysis on foodservice employees' awareness and practices of business ethics

Factor name		Factor variables	M±SD	Cronbach's α
Business ethics awareness (5.01±1.01)	Organizational awareness (4.68±1.15)	1 My company has exemplary and favorable corporate images which deserve envy of other companies.	4.85±1.38	0.870
		2 I think my company's management has high ethical values.	4.64±1.36	
		3 In my company, I can apply my own ethical or moral views.	4.54±1.36	
		4 In my company, every employee is aware of how much important the moral business is.	4.69±1.32	
	Individual awareness (5.35±1.21)	5 I think the business ethics contributes to overall corporate benefits.	5.44±1.41	0.802
		6 I think it necessary to establish business ethics in my company.	5.14±1.36	
		7 I think that the initiative moral business of my company motivates me to do anything in ethical ways.	5.46±1.43	
Business ethics practice (4.51±1.01)	Systematic practice (4.74±1.04)	8 My company has already established strict code of conduct based on ethical behaviors.	4.77±1.36	0.935
		9 My company has prepared its own organizations and systems to practice business ethics.	4.73±1.31	
		10 My company has already formulated its own charter of business ethics.	4.73±1.36	
		11 Based on business ethics, I always comply with and practice the code of conduct established in my company.	5.01±1.27	
		12 My company's management always makes decisions on anything according to ethical business policies.	4.63±1.30	
		13 My company always implements ethical training for its employees.	4.66±1.39	
		14 My company always complies with laws and regulations related to corporate management activities.	4.79±1.26	
		15 My company actually implements ethical and systematic instruments for the benefit of customers.	4.84±1.27	
		16 My company joins local community development and environmental conservation in proactive and positive ways.	4.71±1.34	
		17 My company executes its policies based on code of conduct in strict manner.	4.55±1.26	
Compensatory practice (4.29±1.21)		18 My company puts the welfare of its employees first, rather than focusing on business profitability.	3.77±1.48	0.880
		19 My company always makes decisions on anything by allowing for the happiness of all employees.	4.08±1.42	
		20 My company respects the personality of individual employees.	4.25±1.40	
		21 My company performs in-house business ethics assessment and reflects the results on incentive policy for employees.	3.97±1.60	
		22 My company makes moderate in-house compensations for any disaster in workplace.	4.54±1.32	

함수 1에서 제도적인 실천수준이 정준식 1을 구성하는 가장 중요한 변수였으며, 정준함수 2에서는 보상적인 실천수준이 가장 중요한 변수로 조사되었다.

결과적으로 정준부하량이 최소 0.30수준 이상인 것에 근거하여 유의적인 표준정준상관계수들로 2개의 기업윤리 인식수준과 실천수준 요인 사이의 관련성을 살펴보면 다음과 같다. 정준함수 1에서 기업윤리 인식수준 요인은 기업윤리 실천수준 요인 중 제도적인 실천수준과 유의적인 양(+)의 상관관계를 보이는 것으로 조사되었다. 또한 정준함수 2에서 개인의 윤리 인식수준 요인은 보상적인 실천수준과 유의적인 음(-)의 상관관계를 보이는 것으로 나타났다. 따라서 기업윤리에 대한 기업의 인식수준이 높을수록 제도적인 실천수준도 높은 것으로 조사되었으며, 반대로 개인의 기업윤리 인식수준이 증가할수록 보상적인 실천수준은 감소하는 관계를 보였다. 이러한 결과는 기업이 기업윤리에 대해 인식할수록 우선적으로 제도적인 측면에서의 외형적인 시스템

구축을 실천하며, 반면에 종사원 개인의 기업윤리에 대한 인식수준이 높아질수록, 기업윤리에 대한 필요성을 지각하면서 기업에 대한 기대치도 증가하게 되고, 이로 인해 종사원의 인격과 복지에 중점을 두고 있는 보상적인 실천수준이 상대적으로 낮게 인식되고 있는 것으로 추측할 수 있겠다. 따라서 종사원이 조직의 윤리적인 환경을 이해할수록 더욱 윤리적인 근무환경이 조성되며, 이는 종사원의 실질적인 행동에 반영되므로(Shafer 등, 2007) 개인 속에 내재된 윤리적인 가치에 대한 인식과 기업 속에 내재된 실천수준은 서로 밀접한 상관관계가 있다고 할 수 있겠다. 그러나 Choe & Lee(2007)의 연구에서는 조직의 윤리적인 분위기와 종사원 개인의 윤리의식에는 유의한 상관관계가 나타나지 않았다고 하여 본 연구와는 상이한 차이를 보이는 것으로 조사되었으며, 반면 기업윤리에 대한 인식수준과 실천수준의 관련성을 고찰한 연구는 아니지만 Hunt 등(1989), Valentine 등(2001), Appelbaum 등(2005), Laditka & Houck(2006),

<Table 4> Correlation analysis on foodservice employees' awareness and practices of business ethics

Factor name		Business ethics awareness		Business ethics practice	
		Organizational awareness	Individual awareness	Systematic practice	Compensatory practice
Business ethics awareness	Organizational awareness	1	-	-	-
	Individual awareness	0.469***a)	1	-	-
Business ethics practice	Systematic practice	0.768***	0.429***	1	-
	Compensatory practice	0.615***	0.129***	0.583***	1

***p<0.001

a) Pearson's correlation coefficient

<Table 5> Canonical Correlation Analysis on foodservice employees' awareness and practices of business ethics^{a)}

Factor name	Standardized canonical correlation coefficients		Canonical loadings ^{b)}	
	1	2	1	2
Business ethics awareness				
Organizational awareness	0.948	-0.620	(0.996)	-0.089
Individual awareness	0.100	1.129	(0.547)	(0.836)
Business ethics practice				
Systematic practice	0.901	1.081	(0.995)	0.095
Compensatory practice	0.133	-1.401	(0.768)	(-0.640)
	Canonical function		Canonical function	
	1		2	
Canonical correlation coefficients	0.809		0.348	
Likelihood ratio	0.302		0.878	
df	4		1	
p	0.0001***		0.0001***	

***p<0.001

a) The above analysis was conducted with SAS program (version 8.0).

b) A parenthesis, which was represented in numerical value, indicates standardized canonical correlation coefficient whose value of canonical loading is more than 0.3.

Sarah & Patrick(2006) 등의 연구에서는 조직의 윤리적인 가치를 인식할수록 개인의 도덕적인 신념에 긍정적으로 작용하며 조직의 실천수준과도 유의한 관련이 있다고 한 것과 일부 유사한 결과를 보이는 것으로 나타났다.

IV. 요약 및 결론

본 연구에서는 외식산업에 있어서 종사원이 인지하는 기업윤리의 인식수준과 실천수준을 측정하고, 두 변수 사이에 어떠한 상관관계를 지니는지에 대해 고찰해 보고자 하였다. 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 외식산업의 기업윤리는 인식수준에 따라 기업의 인식수준(우리 회사의 경영층은 높은 윤리적 가치관을 가지고 있다고 생각하고 있다, 우리 회사에서는 내 자신의 윤리관이나 도덕관을 적용시킬 수 있다, 우리 회사는 타 기업에 모범이 되는 바람직한 기업이미지를 갖고 있다, 우리 회사의

종사원은 윤리경영의 중요성에 대해 인식하고 있다 등의 4개 항목: 크론바하 알파 0.870)과 개인의 인식수준(나는 우리 회사에 있어서 기업윤리가 필요하다고 생각하고 있다, 나는 기업윤리가 전체적인 기업의 이익에 도움이 된다고 생각하고 있다, 회사가 윤리적일 때 나도 윤리적인 행동을 하게 된다고 인식하고 있다 등의 3개 항목: 크론바하 알파 0.802) 등 2개 요인으로 요인화되었으며, 누적설명력은 72.219%로 조사되었다.

둘째, 외식산업의 기업윤리는 실천수준에 따라 제도적인 실천수준(우리 회사는 윤리적인 행동에 근거한 엄격한 윤리규칙을 가지고 있다, 우리 회사는 기업윤리를 실천하기 위한 조직과 제도를 구비하고 있다, 우리 회사는 구체적인 기업윤리 현장이 제정되어 있다, 나는 기업윤리에 근거하여 회사의 규칙을 준수하며 실천한다, 우리 회사의 경영층은 윤리적인 방침에 의해 의사결정을 하고 있다, 우리 회사는 종사원에 대한 윤리교육을 실천하고 있다, 우리 회사는 기업

경영 활동 관련 법규를 준수하고 있다, 우리 회사는 고객보호를 위한 윤리적, 제도적 장치를 실천하고 있다, 우리 회사는 지역사회 개발과 환경보호에 적극적으로 동참하고 있다, 우리 회사는 윤리적 행동에 근거한 엄격한 윤리규칙을 가지고 있다 등 10개 항목: 크론바하 알파 0.935)과 보상적인 실천수준(우리 회사는 회사의 이익보다 종업원의 복지를 우선으로 생각하고 있다, 우리 회사의 모든 결정은 종업원 모두의 행복을 고려하여 이뤄지고 있다, 우리 회사는 종업원 개개인의 인격을 존중하고 있다, 우리 회사는 윤리실천평가를 실시하여 결과를 인센티브로 반영하고 있다, 우리 회사는 재해발생시 회사차원의 적절한 보상이 이뤄지고 있다 등 5개 항목: 크론바하 알파 0.880) 등 2개 요인으로 요인화되었으며, 누적설명력은 66.219%로 조사되었다.

셋째, 외식산업에서 기업윤리의 인식수준과 실천수준의 관계를 파악하기 위해 정준상관분석을 실시한 결과, 총 2개의 유의적인($p < 0.0001$) 정준상관함수(정준함수 1: 0.809, 정준함수 2: 0.348)가 도출되었다. 정준함수 1에서 기업의 인식수준은 기업윤리 실천수준 요인 중 제도적인 실천수준과 유의적인 양(+)의 상관관계를 보였으며 정준함수 2에서 개인의 인식수준은 보상적인 실천수준과 유의적인 음(-)의 상관관계를 나타내는 것으로 조사되었다. 이러한 연구 결과는 외식산업에 있어서 기업윤리에 대한 기업의 인식수준이 높을수록 제도적인 실천수준도 높았으며, 반대로 개인의 기업윤리 인식수준이 높아질수록 보상적인 실천수준은 감소하는 관계를 보이는 것으로서, 결과적으로 기업이 기업윤리에 대해 인식할수록 제도적인 측면에서의 외형적인 시스템 구축을 우선적으로 실천하며, 반면에 종사원 개인의 기업윤리에 대한 인식수준이 높아질수록, 기업윤리에 대한 필요성을 지각하면서 기업에 대한 기대치도 증가하게 되고, 이로 인해 상대적으로 보상적인 실천수준이 낮게 인식되고 있는 것으로 추측할 수 있다.

이러한 결과를 통해 외식산업에 근무하는 종사원은 기업윤리에 대한 기업의 인식수준이 높을수록 기업에 의해 이뤄지는 실천수준도 높다고 인지하는 것으로 나타났으며, 종사원의 실질적인 행동에 이러한 인식수준이 반영되므로 개인 속에 내재된 윤리적인 가치에 대한 인식과 기업 속에 내재된 실천수준은 서로 밀접한 상관관계가 있다고 할 수 있겠다. 따라서 윤리경영을 통해 조직구성원이 조직에 대한 신뢰 및 대인 간의 신뢰에 영향을 주어 생산의욕을 고취시키고 합리적이고 생산적인 기업문화 형성에 기여할 수 있으므로 조직구성원의 사기 향상과 기업에 대한 공헌도를 높일 수 있는 계기가 될 수 있을 것으로 판단된다. 그러므로 이러한 연구를 통해 기업이 우선적으로 기업윤리의 중요성을 인식하는 것이 종사원 개인이나 기업의 실천수준에도 지대한 역할을 하며, 기업 스스로 윤리적인 환경을 조성하는 것 또한 기업윤리의 실천에 있어서 무엇보다 중요하다고 할 수 있겠다. 또한 기업의 윤리 수준을 높이기 위해서는 기업에서의

의사결정과 행위 주체인 종사원의 윤리의식 향상을 도모하는 측면, 그리고 행위 주체에 영향을 미치게 되는 윤리적인 조직풍토를 조성하는 측면에서의 노력이 필요하다. 즉, 종사원이 조직의 윤리적인 방침을 이해하고 순응할수록 더욱 합리적인 근무 태도가 조성되므로 이러한 조직의 윤리적인 환경은 종사원의 윤리의식과 실천에도 중요한 영향을 주게 되는 것이다. 따라서 기업과 종사원이 기업윤리와 사회적 책임을 인식하게 될 때 이전보다 조직적인 효과성이 더욱 나타나면서 실질적인 실천에 반영된다고 할 수 있으므로, 윤리적인 환경을 조성하기 위해서는 윤리코드나 정책을 체계화시키는 외형적인 시스템 구축 뿐 아니라 공동체적인 노사관계를 구축하고 윤리와 신뢰를 기초로 한 인적자원을 통한 생산성 향상과 근로생활의 질적인 향상, 노사 상호존중의 경영 문화 기반 확립을 통하여 상호공동체의 윤리경영을 구축할 필요가 있다. 더불어 종사원의 작업여건을 향상시키면서, 비윤리적인 행동에 대해서는 제재를 가하며, 반대로 윤리적인 행동에는 포상이나 인센티브를 지급함으로써 기업윤리에 대한 종사원 개개인의 인지도를 향상시키는 방안을 모색해야 할 것으로 여겨진다.

본 연구는 일반 기업에 적용되었던 국내외 설문문항을 차용하여 사용하였으므로 외식산업의 특징적인 기업 성향을 기업윤리의 속성으로 개념화하고 정립하는데 있어서 다소의 한계가 존재하며, 외식산업체 중 임의로 호텔, 패밀리레스토랑, 단체급식 종사원을 표본으로 한정하여 표본의 대표성 문제가 의심될 수 있겠다. 따라서 향후 연구에서는 윤리경영 시대의 도래에 대비하여 기업의 윤리적인 수준을 측정할 수 있는 척도를 규명하고, 이를 외식산업에 접목하면서 결과적으로 이러한 외식산업의 윤리경영이 조직유효성 및 조직성과에 어떠한 실질적인 영향을 주는지에 대한 추가적인 연구가 지속적으로 이뤄져야 할 것으로 사료된다.

■ 참고문헌

- 양세영. 2007. 국내 대기업의 윤리경영 추진 성과와 과제, 한국경영학회 통합학술대회, pp 1-30
- 이건희, 최창명. 2004. 윤리경영론. 서울: 학문사
- 전국경제인연합회. 2006. 기업의 윤리경영 매뉴얼과 사례. pp 1-229
- Appelbaum SH, Deguire KJ, Lay M. 2005. The relationship of climate to deviant workplace behaviour. *Corporate Governance*, 5(4):43-55
- Aquino K, Becker TE. 2005. Lying in negations: How individual and situational factors influence the use of neutralization strategies. *Journal of Organizational Behavior*, 26(6):661-679
- Barnett T, Vaicys C. 2000. The moderating effects of individuals' perceptions of ethical work climate on ethical judgments and behavioral intentions. *Journal of Business Ethics*, 27(4):351-362
- Berens G, Riel CBM, Rekom J. 2007. The CSR-quality trade-off:

- When can corporate social responsibility and corporate ability compensate each other? *Journal of Business Ethics*, 74(3):233-252
- Bowman JS, Wittmer DL. 2000. The unfashionable drucker: Ethical and quality chic. *Journal of Management History*, 6(1):13-29
- Brass DJ, Butterfield KD, Skaggs BC. 1998. Relationship and unethical behavior: A social network perspective. *Academy Management Review*, 23(1):14-31
- Choe JH, Lee HS. 2007. The relationships between corporate ethical climate and employees' ethical perception, and job satisfaction in retail banking. *Korean Service Management Society*, 8(2):175-197
- Choi CJ, Eldomiaty TI, Kim SW. 2007. Consumer trust, social marketing and ethics of welfare exchange. *Journal of Business Ethics*, 74(1):17-23
- Choi CM. 2005. Effect on the organizational commitment bestowed by operation of ethical management and trust of the leader. *Kyung Hee University Doctor Theory*. pp 1-105
- Chung J, Monroe GS. 2007. An exploratory study of counter explanation as an ethical intervention strategy. *Journal of Business Ethics*, 73(3):245-261
- Cole BC, Smith DL. 1995. Effects of ethics instruction on the ethical perceptions of college business students. *Journal of Education for Business*, 70(6):351-357
- Deshpande SP, Joseph J, Prasad R. 2006. Factors impacting ethical behavior in hospital. *Journal of Business Ethics*, 69(2):207-216
- Douglas PC, Davidson RA, Schwartz BN. 2001. The effect of organizational culture and ethical orientation on accountants' ethical judgment. *Journal of Business Ethics*, 34(2):101-121
- Froelich KS, Kottke JL. 1991. Measuring individual beliefs about organizational ethics. *Educational and Psychological Measurement*, 51(2):377-383
- Hunt SD, Wood VR, Chonko LB. 1989. Corporate ethical values and organizational commitment in marketing. *Journal of Marketing*, 53(3):79-90
- Jones TM, Gautschi FH III. 1988. Will the ethics of business change? A survey of future executive. *Journal of Business Ethics*, 7(4):231-248
- Kang KH. 2004. A study on influence of recognition and practice of ethical management on the organizational effectiveness. *Hanbat University Master theory*. pp 1-97
- Kim GP, Ki JJ. 2006. The impacts of ethical values on the social responsibility and the perceived role of ethics. *Korean Industrial Economic Association*, 19(1):333-352
- Kim JS. 2006. A study in the formulation of an ethical business management model for Korean alcoholic beverage companies. *Chung Ang University Doctor Theory*. pp 1-139
- Koh HC, Boo EHY. 2001. The link between organizational ethics and job satisfaction: A study of managers in Singapore. *Journal of Business Ethics*, 29(4):309-324
- Koh J. 2007. Globalized enterprises' ethical management state and Korean enterprises' ethical goal in the future. *Korea CEO Academy*, 10(1):129-155
- Laditka SB, Houck MM. 2006. Student-developed case studies: An experiential approach for teaching ethics in management. *Journal of Business Ethics*, 64(2):157-167
- Leicht KT, Fennell ML. 1997. The changing organizational context of professional work. *Annual Review of Sociology*, 23(Aug):215-231
- Liu AMM, Fellow R, Ng J. 2004. Surveyors' perspectives on ethics in organizational culture. *Engineering Construction and Architecture Management*, 11(6):438-449
- Ostroff C, Rothausen TJ. 1997. The moderating effect of tenure in person-environment fit: A field study in educational organizations. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 70(2):173-189
- Paine L, Deshpande R, Margolis JD, Bettcher KE. 2005. Up to code: Does your company's conduct meet world-class standard? *Harvard Business Review*, 38(12):122-133
- Paolillo JGP, Vitell SJ. 2002. An empirical investigation of the influence of selected personal, organizational and moral intensity factors on ethical decision making. *Journal of Business Ethics*, 35(1):65-74
- Picou A, Rubach M. 2006. Does good governance matter to institutional investors? Evidence from the enactment of corporate governance guidelines. *Journal of Business Ethics*, 65(1):55-67
- Sarah S, Patrick VK. 2006. An empirical investigation of the relationships among a consumer's personal values, ethical ideology and ethical beliefs. *Journal of Business Ethics*, 64(2):137-155
- Schwepker CH, Ferrell OC, Ingram TN. 1997. The influence of ethical climate and ethical conflict on role stress force. *Journal of Academy of Marketing Science*, 25(1):99-108
- Schwepker CH. 2001. Ethical climate's relationship to job satisfaction, organizational commitment and turnover intention in the salesforce. *Journal of Business Research*, 54(1):39-52
- Shafer WE, Fukukawa K, Lee GM. 2007. Values and the perceived importance of ethics and social responsibility: The U.S. versus China. *Journal of Business Ethics*, 70(2):265-284.
- Sims RL, Keon TL. 2000. The influence of organizational expectations on ethical decision making conflict. *Journal of Business Ethics*, 23(2):219-228
- Singhapakdi A, Karande K, Rao CP, Vitell SJ. 2001. How important are ethics and social responsibility? A multinational study of marketing professional. *European Journal of Marketing*,

35(1/2):133-153

- Singhapakdi A, Vitell SJ, Franke GR. 1999. Antecedents, consequences, and mediating effects of perceived moral intensity and personal moral philosophies. *Journal of Academy Marketing Science*, 27(1):19-36
- Song KY. 2003. A study on the trust of rule be related the organizational effectiveness on recognition and practical degree on the ethical management. Daejeon University Doctor Theory. pp 1-168.
- Tsalikis J, Seaton B. 2007. Business ethics index: USA 2006. *Journal of Business Ethics*, 72(2); 163-175
- Valentine S, Barnett T. 2002. Ethics codes and sales professionals' perceptions of their organizations' ethical values. *Journal of Business Ethics*, 40(3):191-200
- Valentine S, Young K, Bailey L, Barhoum N, LaBure S, Glover N, Issac P. 2001. Expressing organizational dissent: The role of ethical ideology and corporate ethical value. *Journal of Business Strategies*, 18(2):71-89
- Victor B, Cullen J. 1988. The organizational bases of ethical work climates. *Administrative Science Quarterly*, 33(1):101-125
- 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

(2007년 9월 12일 접수, 2008년 3월 31일 채택)