

# 조직구성원의 윤리의식과 혁신성향이 조직성과에 미치는 영향

## -ISO 26000 성과제고를 위한 윤리경영 지각의 조절효과를 중심으로-

윤현덕\* · 성중수\*\*

\* 숭실대학교 벤처중소기업학과

\*\* 한국표준협회

# The Effect of Business Ethics and Innovative Tendencies on a Organizational Performance.

- Focused on awareness of business ethics' moderating effect for ISO 26000'  
improvement of performance -

Heon-deok Yoon\* · Jong-su Sung\*\*

\* Department of Entrepreneurship & Small Business, Soongsil Univ.

\*\* Korean Standards Association

Key Words : Business Ethics Perception, Business Ethics Consciousness, Innovation Inclination,  
Organizational Performance, Moderating Effect

### Abstract

Most of the studies based on the outcome of business ethics were mainly focused on financial and non-financial results, CEO's business ethics and practical willingness as a preceding variable for business ethics and its success. This study regards business innovation on corporate sustainability and social responsibilities. Therefore, this study will prove the result of activities based on business innovation and its activities, for participation of members is of importance. Therefore, this study proved the hypothesis that a worker's ethical consciousness is important in the result of business ethics, and that it also effects the result of business ethics for practice and innovative intentions for a moderating effect. This study emphasizes on ethical consciousness related to business ethics and consensus related to business ethics due to members' ethical consciousness influenced by organization's business ethics and perception. There ought to be an implication for this study. Also, as a result variable, the job satisfaction of coworkers is affected by conscious business ethics, but not affected in the innovative intentions. In addition, it is shown that the consciousness of business ethics is a controllable variable, for it affects job satisfaction concerning coworkers, but does not affect general job satisfactions.

## 1. 서 론

기업경영의 목적은 경영활동을 통해 이윤을 발생하  
는 것이다. 즉, 영리추구가 기업의 목적이자 존재이유이

있다. 사회와 경제의 구조가 고도화됨에 따라서 생산과  
수요논리에 의해서 가격이 결정되고 가격 요인에 의해  
서 소비가 발생하는 생산중심의 시대를 넘어서 소비자  
를 중심으로 하는 소비중심의 시대를 맞이하게 된다.  
다음으로 소비자의 안정적인 환경까지를 생각하는 환  
경중심의 시대, 그리고 소비자 선택의 영향이 사회에

긍정적인 영향을 미치는 것 까지를 고려하는 환경과 지속가능경영의 시대로까지 이어지고 있다(조동성, 2007).

기업 존재의 패러다임 전환은 생산을 통해 재화와 용역을 제공하고 이를 통해 이윤을 창출하는 것만을 고려하는 과거의 기업 존재이유에서 벗어나 소비자에게 재화와 용역이상의 것을 제공하고자 노력하는 시대를 맞이한 것을 의미하며, 소비자의 영속적인 안정성을 보장하고 환경을 고려하는 기업 관점을 가지기 시작한 것을 의미한다.

더 나아가 이윤추구를 통한 영리목적의 기업의 존재 이유가 기업과 소비자가 속한 사회에 보탬이 되고자 노력하여야 하게 되었으며, 이를 위해 바른 경영활동으로 사회에 보탬을 주는 것까지를 고려한 경영활동이 중요한 시대가 된 것이다. 우리나라 기업의 본격적인 윤리경영은 앞서가는 중견기업의 성공사례로부터 이후 공기업과 대기업 중심으로 활발해진 것으로 보인다. 초창기 윤리경영은 공기업과 대기업의 윤리경영선언에서부터 비롯되어 많은 기업들이 윤리경영현장과 윤리경영선언문을 제정하고 있으며 고객에게 자사의 윤리경영 실태를 알려 고객과 협력사로부터 긍정적인 평가를 받고 있는 것으로 보인다. 그러나 우리나라 기업의 99%를 구성하고 있는 중소기업에서는(중소기업청, 2010) 윤리경영에 대한 필요성은 인식하고 있으나 중소기업 경영자의 윤리경영 인식과 필요성의 부족, 조직규모의 한계와 대기업과의 납품관행에서 발생하는 비윤리성, 그리고 대기업 또는 공기업과 비교하여 중소기업의 대부분을 차지하는 산업계적 성격으로부터 말미암은 소비자와의 관계성 부족 등으로 인해 윤리경영에 대해 많은 도입이 이루어지고 있지는 않은 실정이다.

그러나 기업이 계속발전하기 위해서 지속가능경영활동, 사회적 책임활동, 윤리경영활동이 필요함은 업계와 학계에서 많은 지지를 받고 있는 만큼 중소기업이라고 해서 예외가 될 수는 없다. 중소기업 또한 이의 필요성을 경영자가 인식하고 기업규모에 맞게, 대기업 협력업체로서 대기업에 대한 사회적책임과 윤리경영 협조차원에서의 실천의 필요성과 기업의 계속발전을 위한 하나의 시스템으로서의 필요성은 점점 중요해지고 있다.

사회적 책임(Bowen, 1953)에 대한 국제표준(ISO, 2010)은 경영시스템의 표준이 아님으로 인해 규제나 계약, 인증을 목적으로 하지 않음에도 불구하고 국제업찰이나 기업 간 상거래 시 기본조건으로 작용할 가능성이 있다. 즉, 사회적 책임을 강조하는 발주기업이 협력업체에 실제적인 사회적 책임의 이행요구를 할 경우,

무역의존도가 높은 우리나라는 사실상의 구속력을 갖는 수출장벽으로 작용할 가능성이 있는 것이다. 이처럼 사회적 책임에 대한 사회적 요구수준은 증가하고 있지만 기업을 포함한 대부분의 조직이 이를 준비하지 못하고 있는 상황에서 사회적 책임과 윤리경영의 중요성이 대두되고 있는 것이다.

조직, 특히 기업에서의 윤리경영의 중요성은 나날이 증가하고 있으나 윤리경영의 중심주체와 윤리경영의 설정주체에 대해서는 별다른 논의 없이 경영자 즉, CEO에 의해서 윤리경영이 이루어지는 것으로 기정사실화하는 경향이 있다. 기업의 윤리경영실천을 위해서는 기업의 소유주 또는 소유주로부터 기업경영을 의뢰 받은 CEO의 경영철학과 실천의지 그리고 실천력이 중요한 요소인 것은 사실이다. 그러나 기업은 계층으로 볼 때 위로는 경영자로부터 중간관리자 그리고 밑으로는 생산직 사원에 이르기까지 다수의 계층과 직군으로 이루어진 조직이다. 경영자 못지않게 기업의 구성원인 직원의 윤리경영 실천의지와 실천력이 중요함에도 불구하고 현재까지의 윤리경영에 대한 학문적 접근과 윤리경영실천기업의 사례를 보면 직원 즉, 내부구성원의 윤리경영 실천의지와 실천력에 대해서는 연구가 부족하다. 따라서 기업구성원의 윤리의식은 경영자의 윤리의식 못지않게 윤리경영 실천에 있어서 중요한 요소임에도 불구하고 경영자의 윤리의식에 비해 중요요인으로 고려되지 않은 점에 대해서 본 연구자는 이의를 제기하고 이 부분의 반영을 하고자 하는 것이 본 연구의 취지이다.

본 연구에서는 현재까지 연구되어온 윤리경영이 보다 성공적으로 정착되고 성과를 창출하기 위해서 필요한 조직구성원의 요인과 윤리경영에 대해서 다음과 같이 연구하고자 하였다.

### 첫째, 조직구성원의 윤리의식에 대한 중요성

윤리경영의 실행과 연구에 있어서 경영자 중심이었던 이유를 탐색해보면 다음과 같다. 기업의 윤리경영은 사람만이 가지고 있는 윤리의 도덕적 특질을 특정 목적(이윤추구 등)을 위해 모인 집합체인 기업이라는 무기체에 적용하고자 하는 것으로서 윤리경영의 바탕에는 기업이라는 특정목적의 지닌 집합체를 움직이는 것은 사람 특히, 경영자의 의지와 활동에 의해 좌우된다는 것을 전제로 하고 있다고 본다. 이러한 이유에서 윤리경영에 대한 연구가 지금까지 경영자 중심으로 이루어졌다고 추측할 수 있다. 경영자의 의지에 의해서 기업

의 모든 경영의사결정이 좌우된다고 하면 경영자에 의해서 기업구성원의 행동까지를 변화시킬 수 있다는 것을 말하는 것이다. 그러나 경영자가 기업구성원들의 행동과 의식까지의 모든 것을 경영자 의지대로 변화시킬 수 있다는 것은 많은 부분에서 무리한 면이 있고 또 현실적으로 불가능하다고 본다. 따라서 기업이 윤리경영을 올바르게 수행하기 위해서는 경영자의 윤리경영실천 전략과 실천의지 그리고 실천력 못지않게 조직구성원의 윤리경영에 대한 실천의지와 실천력이 중요하다고 하겠다. 결국 기업이 올바른 윤리경영을 이해하느냐 못하느냐는 기업구성원들에게 달려있다고 할 수 있겠다.

### 둘째, 윤리경영 성과에 있어서의 혁신성향의 중요성

기업의 혁신활동의 성공요인으로서는 여러 가지가 있으나 그중에서도 혁신활동의 주체인 내부직원의 “혁신성향”은 중요한 성공요인이다. 그러나 현재의 윤리경영 측정지표 및 윤리경영에 대한 선행연구에서는 윤리경영을 혁신활동으로 구분하지 않았다. 따라서 혁신활동의 성공요인인 “혁신성향”요인을 고찰하지 않았다. 본 연구에서는 성공적인 윤리경영을 위한 요인인 내부직원의 “혁신성향”이 윤리경영성과에 원인변수로 작용하는지에 대한 검증은 하고자 한다.

### 셋째, 조직구성원의 윤리경영 지각에 대한 조절변수로서의 역할

윤리경영을 실천하는 주 구성원인 기업구성원의 윤리경영 실천의지와 실천력에 의해 기업의 윤리경영 향상과 성과가 좌우될 때 기업구성원의 윤리경영에 영향을 미치는 조절변수로 “윤리경영의 지각”을 들 수 있다. 이것은 기업구성원이 가지고 있는 윤리의식에 기업의 윤리경영이 더해졌을 때 보다 높은 윤리경영의 성과를 가져올 것이라는 것인데, 윤리의식이 높은 기업구성원은 기업의 윤리경영 실천과 함께 하여 더 높은 윤리경영실천을 이행하여 윤리경영 성과를 높일 것이라는 것이며 반대로 윤리의식이 낮은 기업구성원은 기업의 윤리경영실천 시 윤리의식이 높은 기업구성원의 윤리성과에 비해 상대적으로 낮은 윤리경영성과를 나타낼 것이라는 것이다. 이번 연구는 기업구성원의 윤리의식과 윤리경영에 대한 지각이 기업의 윤리경영노력과 함께하여 윤리경영성과에 어떻게 반영되는지를 가설 설정하여 이를 검증하고자 하였다. 즉, 윤리경영에 대한 지각이 혁신성향과 윤리경영의 성과의 조절변수로 작용하는지에 대한 가설검증을 하고자 한다.

### 넷째, 윤리경영에 있어서의 공감대 형성의 중요성

혁신활동이 성공적으로 이루어지기 위해서는 경영진의 적극적인 노력과 전사적인 공감대 형성 및 전 직원의 노력이 하나가 되었을 때 가능한 것이다. 이를 보았을 때 윤리경영 또한 경영진의 적극적인 전개와 전사적인 공감대형성 그리고 직원들의 윤리경영실천노력이 함께해야 성공할 것이다. 그러나 앞서 언급하였듯이 윤리경영의 실천에 있어서 경영자의 윤리경영실천의지 및 경영자의 윤리의식에 대해서는 측정지표 및 선행연구가 있으나 직원들의 윤리의식의 중요성에 대해서는 이렇다 할 논의가 없었으며 이 부분에 대한 연구의 필요가 있다고 본다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 경영환경에 있어서의 윤리경영의 실천

#### 2.1.1 윤리경영과 사회적 책임, 지속가능경영의 연계성

용어의 정의를 탐색해보면 먼저, 윤리경영은 “인간만이 가지고 있는 윤리에 대한 개념을 기업이라는 영리추구 목적을 가진 집단이 갖는 특수한 사회적 상황으로 적용한 것(Goodpaster, 1983)”이며, 사회적 책임은 “조직의 결정과 활동이 사회와 환경에 미친 영향에 대해 투명하고 윤리적인 행동을 통해 지는 조직의 책임(ISO, 2010)”이라고 정의하였으며, 지속가능경영은 “지속가능한 발전을 위하여 환경·경제·사회의 통합적 책임을 지는 것(Swiss Re, 2009)”으로 정의하였다.

윤리경영과 사회적 책임 그리고 지속가능경영은 기업의 성장과 계속성을 위한 전제조건으로서 3가지 활동이 개별적으로 실행된 다기 보다는 3가지 활동이 하나의 목적 즉 기업의 성장과 계속성을 보장하기 위해 실행되는 공통적인 성격을 가지고 있으므로 개념적으로 많은 유사성을 가지고 있는 활동이라고 생각할 수 있다. 이들 세 종류의 활동의 성격에 대해 다음과 같이 두가지의 구조관점에서 이해하고자 한다.

#### 2.1.2. 단계적 구조

윤리경영과 사회적책임 그리고 지속가능경영은 윤리경영을 통해서 사회적 책임을 이루고 사회적 책임을 통해서 기업의 영속성을 추구하고 지속가능경영활동을 이루는 단계적 구조를 가지고 있다고 할 수 있으며 이를 <그림1>과 같이 위계적 단계로 설명할 수 있다. 결

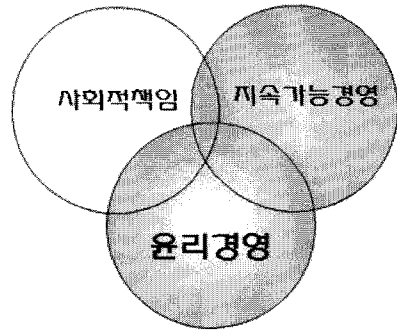
국 윤리경영을 통해 기업은 사회적 책임을 이행하고 사회적 책임을 통해 지속가능경영을 이루는 것으로 이해할 수 있다.



<그림1> 단계적 구조

2.1.3. 연계적 구조

윤리경영, 사회적책임, 지속가능경영활동은 상호 독자적인 경영활동으로서 위계적 단계구조와는 별개로 기업이 지속가능한 경영을 이루기 위한 전제조건으로서 뿐 아니라 각각의 고유의 활동을 독자적으로 수행하는 것으로 인식할 수 있다. 즉, 윤리경영은 이윤추구를 목적으로 하면서도 바른 경영활동을 통해 바람직한 기업문화를 형성하고자 하는 것이며, 사회적 책임은 기업도 사회의 중요한 구성요소로서 사회구성요소로서의 사회의 발전과 번영을 위해 맡은 바 소임을 다하고자 하는 활동이며, 지속가능경영은 기업의 계속성과 성장을 위해 고려해야 하는 소비자, 사회, 국가 등 이해관계자에 대한 지속적인 관심과 이해관계자와의 하나 됨을 이룸으로서 계속성과 성장성을 보장받하고자 하는 활동이다. 이들 세 가지 활동은 공통되는 부분이 있고 각 활동이 추구하고자 하는 바가 최종적으로는 같지만 활동 자체의 목적과 결과는 각각 고유하므로 독자적인 경영활동구조를 가지고 있다고 볼 수 있다. 이를 그림으로 표현하면 <그림2>와 같다.



<그림2>. 연계적 구조

그들이 경영성파로 얻은 개인자산의 대부분을 사회에 기부금으로 출연한 것은 영리를 추구하는 기업에서 벌어들이는 수입을 다시 사회에 환원함으로써 보다 높은 사회 전체 부의 형성을 위한 것임과 동시에 다른 한편으로는 수입의 사회적 배분을 위한 것이라고 할 수 있다. 이러한 활동 역시 기업경영 활동의 마지막 부분에서 발생하는 윤리경영의 실천이라고 이해할 수 있다. 결국 성공한 CEO의 기부를 통한 부의 사회 환원은 윤리경영 매커니즘의 한 부분이라고 볼 수 있겠다.

이러한 기부현상은 한 두 명의 세계적인 부자가 기부를 통해 자신의 이름을 세상에 다시 한 번 떠올리게 하는 일시적인 현상이라기보다는 향후 계속적으로 발생하는 사회적인 추세로 진전됨에 따라 향후 더 많은 기부와 더 높은 소비자나 사회의 기업에 대한 기대치로 이어질 것으로 보인다.

기부현상이 경영활동 이후의 기업경영활동을 통한 이윤의 사회적 배분측면이라고 한다면, 윤리경영과 사회적 책임은 기업경영활동 중의 기업의 경영방식에 대한 사회의 기대 및 기업의 증명방식이라고 할 수 있다. 지속가능경영은 이러한 사회와 소비자의 요구사항을 반영하여 기업, 소비자, 사회, 국가 등 기업 활동에 관여하는 진방, 후방 이해관계자들에 대한 현실적 요구사항 및 잠재적 요구사항을 신속히 반영하여 이해관계자의 요구사항을 충족함으로써 기업의 영속성을 보장하기 위한 활동이라고 할 수 있다.

2.2 기부와 윤리경영선언

위렌 버핏과 빌 게이츠 등 투자 활동과 기업활동을 통해 성공한 기업가들이 자신의 경영활동을 통해 얻은 이익의 대부분을 사회에 기부하는 현상이 빈번히 일어나고 있다.

2.3 벤치기업윤리경영인증

90년대 말과 2000년대 초에 일어난 벤치기업 붐은 이후 경기침체와 인터넷기업 버블 붕괴 등으로 인해 많은 사회적 파장을 남긴 후 문제점을 드러내었다. 이 과정에서 벤치기업의 도덕성이 제기되었으며, 벤치기업의 윤리성 및 사회적 책임에 대한 중요성과 실천이 사회적

이슈로 대두되었다. 이에 발맞추어 벤처기업협회에서는 2006년부터 한국표준협회와 함께 “벤처기업윤리경영인증(2009년부터 사회적 책임 인증으로 명칭변경)을 시행하여 모범적인 윤리경영활동과 사회적 책임을 이행하는 벤처기업을 인증함으로써 벤처기업윤리경영인증을 받은 중소기업들에게 보다 적극적인 윤리경영 이행을 위한 동기를 부여하고 또한 윤리경영인증을 기업홍보에 적극 활용하게 하고 있다. 이처럼 중소기업은 대기업과 공기업에 비해 상대적으로 윤리경영과 사회적 책임, 지속가능경영활동 등에 관심과 실천이 취약한 것이 사실이지만 그 활동의 중요성은 대기업과 공기업에 견주었을 때 다르지 않으므로 중소기업의 윤리경영, 사회적 책임, 지속가능경영활동의 실천을 위해 많은 노력이 있어야 할 것으로 보인다.

## 2.4 경제단체의 평가지표

기업의 윤리경영을 장려하기 위해 정부 및 경제단체에서는 윤리경영에 대한 지표 즉, 척도를 개발하여 이를 보급하고 있다. 이를 통해 자사의 윤리경영수준을 가늠함으로써 개념적으로 알고 있었던 윤리경영에 대해 부문별 지수측정을 통해 자사의 부족한 부분과 향후 나아갈 점을 명확히 할 수 있는 참고자료를 제시하고 있다는 점에서 그 기여도를 부여할 수 있다. 이러한 평가지표에는 전국경제인연합회(2007), 산업정책연구원(2006), 대한상공회의소(2009), 국가청렴위원회(2007) 등이 발간하여 기업의 윤리경영을 자가진단하거나 외부평가를 통해 기업의 윤리경영 수준을 파악하게 함으로써 평가항목 중 자사의 미진한 부분을 보완하도록 하여 보다 성공적인 윤리경영을 실천하게 함에 그 측정의 미가 있는 것으로 판단할 수 있다. 평가항목 분류는 기관마다 다소 상이하지만 큰 틀에서는 유사점이 많은 것으로 보인다. 평가항목에는 경영자, 소비자, 내부직원 등에 대한 평가항목이 있으나 경영자의 윤리경영철학에 많은 비중을 두고 있으며, 직원들의 윤리의식이나 직원들이 자사의 윤리경영노력을 지각하는 정도 등에 대해서 척도를 가지고 있는 기관은 없었다. 이것은 앞서 언급하였듯이 윤리경영의 가장 많은 주체인 내부직원의 윤리의식 또는 내부직원이 느끼는 자사 윤리경영의 실천에 대한 지각 보다는 외부적인 관점에서 바라보는 측면에서의 측정에 윤리경영을 집중한 것으로서 성공적인 윤리경영을 위해서는 내부직원의 윤리의식 및 자사 윤리경영의 실천에 대한 직원의 지각정도를 측정

하는 항목이 보강되어야 할 것으로 보인다.

## 3. 선행연구

### 3.1 윤리경영에 대한 연구

윤리경영에 대해서는 많은 연구가 이어져 왔다. 이를 종합해보면 윤리경영이란 인간만이 가지고 있는 윤리에 대한 개념을 기업이라는 영리추구 목적을 가진 집단이 갖는 특수한 사회적 상황으로 적용한 것을 기업윤리(Business Ethics)라고 볼 수 있다(Goodpaster, 1983).

이러한 기업윤리에 대한 정의를 “기업이 이해관계자들과의 관계 속에서 기대되는 것을 도덕적으로 실천하는 노력과 활동”이라고 정의하기도 하였다(양세영, 2008). 윤리경영은 초기에 기업 활동과 관계되는 윤리적 기준을 중심으로 하는 정태적인 관점에서 시작된 후 기업경영에 관계된 문제를 중시하는 “경영윤리”로 이동하였다가 사회적 책임과 지속가능 경영한 기업을 이루기 위한 윤리경영의 중요성이 중요해지는 동태적인 개념으로 변화하게 되었다고 볼 수 있다(이종영, 2006).

이러한 윤리경영은 일반적이고 규범적인 윤리라는 개념을 기업이라는 상황에서 발생하는 응용적인 성격으로 인해 실용성을 갖게 되었으며(Furman, 1987), 기업윤리와 윤리경영의 차이를 보면 기업윤리가 기업의 도덕적 의사결정 등에 관한 것에 비해 윤리경영은 기업윤리에 의해 의사결정이 실천되고 반영하는 것을 말한다.

### 3.2 윤리경영인식에 대한 연구

윤리경영의 인식, 지각이란 구성원들이 자기가 속한 조직이 다양한 업무를 수행하고 절차를 이행하는 데 있어서 어떤 의사결정을 하는지에 대한 인지를 윤리풍토라고 했을 때(Cullen, Victor&Bronson, 1993) 윤리풍토에 대한 개인의 지각으로 볼 수 있다고 본다. 기업 구성원들이 기업 활동의 관행이나 절차에 동의하는 심리적 의미가 있는 형식으로 표현된 기업구성원의 지각(Schneider, 1975)을 윤리풍토라고 정의하기도 하였다. 윤리풍토를 모형화한 연구가 있는데 이는 윤리풍토를 2개의 큰 축에서 고찰하였다. 한축은 개인, 조직, 사회로서 구분한 축이며 다른 한축은 이기주의 공리주의 원칙주의로서 구분된 축을 통해 총 9개의 윤리풍토매트릭스로 구분하였다(Victor&Cullen, 1988). 매트릭스를 통해 조직 또는 기업은 타 조직 또는 기업과 구분되는

독특한 윤리풍토를 형성할 것이라고 말하였다. 윤리경영을 기업구성원이 어떻게 인식하는가는 기업 또는 조직의 윤리경영 상황을 기업구성원이 파악하는 것에서부터 시작되어 윤리경영 활동에 반영되는 것으로 보이며 또한 종사자별로 윤리경영 인식의 차이가 존재한다(김영주, 2008). 따라서 윤리경영의 인식과 지각은 윤리적 행동과 윤리실천에 많은 영향을 미칠 것으로 기대되어 본 연구에서 조절변수로서의 역할을 검증하고자 하는 것이다.

### 3.3 윤리경영성과에 대한 연구

윤리경영의 성과는 윤리경영을 실현함으로써 얻게 되는 기업 또는 조직의 가시적 효과를 말하는데, 윤리풍토나 최고경영자의 윤리경영지원이 종업원의 직무만족도와 조직몰입에 영향을 끼쳐 조직성과를 높인다는 연구 등이 제시되었으며(Davis & Rothstein, 2006 : Koh & Boo, 2001) 윤리경영은 조직성과를 떠나 기업의 가치를 높이게 되어 결국 지속가능성을 확보하게 된다는 연구도 있는 등(Ferrel et al, 2002 : Verschoor, 1998). 윤리경영을 통한 조직유효성 측면에서의 성과를 보고하기도 하였다(박우봉, 2006). 윤리경영의 성과에 있어서는 다른 혁신활동의 성과측정과 마찬가지로 재무적인 성과측정이 가장 많이 연구된 것으로 보인다. 윤리경영을 통해 재무적 성과가 높아진다는 연구 등이(Cummings, 2002, : Waddock & Graves, 1997 : Westphal, 1999) 이를 뒷받침 하였다. 또한 윤리경영을 통해 사회적 기준을 충족한 기업이 그렇지 않은 기업에 비해 재무성과가 상회하는 것을 입증하기도 하였다.(Pava & Krausz, 1996).

그러나 윤리경영은 그 활동의 비가시성으로 인해 윤리경영 실천에 소요되는 비용이 기업이 원하지 않는 재무적 불안성을 야기한다는 우려가 있다는 주장(Aupperle, Carroll & Hatfield, 1985)과 함께 주주나 투자자들은 윤리경영으로 인해 향상되는 장기적인 기업의 성장보다는 단기적인 현금흐름의 유동성 제고를 중시하므로 투자자들에게 부정적인 영향을 끼칠 것이라는 주장도 제기되었다. 이처럼 윤리경영의 성과를 재무적인 부분으로 보는 것과 달리 기업윤리활동에 대한 구성원의 인지적 평가, 이직률, 업무만족도, 조직몰입으로 결정하기도 하였으며(Weaver et al, 1999 : Mize et al, 2000), 비재무적 성과변수를 특정업종에 실증하기도 하였다(정효선, 2007). 또한 성과변수로 재무적 성과, 인식(Perc

eption), 행태(Behavior)의 3가지를 성과변수로 하기도 하였으며(양세영, 2008), 한국적 특색에 맞는 소비자 중심의 성과척도를 제시하기도 하였다(박종철 외, 2010). 기존의 윤리경영 척도성과변수로 재무지표를 사용할 경우에는 가시적인 결과를 얻게 되는 장점이 있는 반면, 다른 변수에 의해 종속변수가 반영되는 단점을 설명하기에는 부족한 부분이 있고 또한 윤리경영의 포괄적인 개념에서 윤리경영의 성과를 측정하는 데 있어서 한계를 갖는 아쉬움이 남는다. 또한 재무적 성과는 외부환경과 시간지체효과(Time lagging effect)등에 의해 성과에 영향을 미치는 다양한 변수들로 인해 객관적 측정이 어려운 문제점이 있다. 따라서 본 연구에서는 재무적 성과보다는 윤리경영의 성과로서 직무만족, 조직몰입, 조직신뢰, 이직의도의 비재무적 성과로서 평가하기로 한다.

### 3.4 공감대 형성에 대한 연구

경영혁신활동의 성공적인 추진을 위한 프로세스로서 공감대 형성의 중요성이 부각되는 등(신언정, 2009), 기업의 경영혁신에서는 공감대 형성의 중요성은 기업의 경영혁신에서 일반화 되었다고 할 수 있다. 따라서 윤리경영에서도 공감대 형성은 중요한 요소인 것으로 볼 수 있다.

윤리경영의 성공을 위한 최고경영자의 윤리수준과 윤리경영에 대한 의지와 노력에 대해 많은 연구가 있다(윤대혁, 2004 : 정중복, 홍종화, 2009) 반면, 혁신활동의 성공을 위한 직원들의 지각과 공감대 형성의 중요성에 대해서는 많은 연구가 이루어지지 않은 것으로 보인다. 그러나 2006년 개최된 “기업혁신전략 컨퍼런스(캠퍼스21 주최)”에서 기업혁신 담당자들이 혁신활동의 장애요인으로 직원들의 공감대형성 부족을 그 원인으로 꼽을 만큼 혁신활동에서 공감대형성의 중요성이 제기 되었으며 윤리경영에 있어서 성공의 장애요인으로 공감대형성의 요소에 대한 연구가 있었다(장진아, 2006) 이를 보았을 때 기업혁신활동의 성공을 위해서는 기업 및 조직의 절대다수를 이루는 구성원의 윤리의식과 윤리경영을 위한 노력에 대한 더 많은 연구가 필요하다고 하겠다.

### 3.5 ISO 26000과 New capitalism

기업을 포함한 넓은 의미의 조직에 있어서 품질, 환

경시시스템 등의 국제표준기구인 ISO에서는 윤리경영과 사회적 책임의 중요성과 시스템 제정의 필요성을 인식하고 사회적 책임에 대한 표준을 발간하였으며(ISO,2010) 이는 사회적 책임이 이제는 조직의 선연적 의미에서 벗어나 조직 경쟁력의 중심이고 영리활동과 더불어 조직이 실행해야 할 사회적 의무로서의 기준적 의미를 갖는다고 할 수 있다. 이것은 조직의 품질경영을 제고하기 위해서는 일시적인 품질경영활동이 아닌 조직전체의 시스템 표준을 통해서 품질제고가 이루어진다는 관점에서 ISO9000 즉, 품질경영시스템의 중요성이 부각되었던 것처럼 이제는 조직의 사회적책임도 일시적이고 단편적인 관점이 아닌 시스템적이고 표준화된 지속적인 경영측면에서 운영되어야 한다는 관점에서 ISO26000 발간의 필요성이 대두된 것으로 이해할 수 있다. 품질경영에서의 윤리경영의 필요성은 공급망품질경영(Supply Chain Quality Management)관점에서도 인식되는 데, 구매와 조달관계에서 투명하고 책임있는 양자간의 관계에서부터 품질경영은 시작되며, 더 나아가 공급망 전체에 있어서의 윤리적인 구매, 사회적책임을 이행하는 품질경영활동이 이루어 졌을 때 공급망 전체의 가치제고가 이루어진다고 할 수 있겠다.

또한 조직의 사회적 책임에 대한 이행은 영리를 추구하는 기존의 자본주의를 넘어서 기업의 존재이유를 영리추구가 아닌 사회적 책임과 사회적 기여를 근간으로 하는 새로운 기업경영의 “틀”로 제시한 New capitalism으로까지 이어지고 있다.(Sennett, 2006)

이와 같이 선행연구에서 많은 윤리경영, 윤리경영성과, 윤리경영인식 등에 대한 연구가 진행되었으나 직원의 윤리의식의 중요성이 윤리경영성과에 미치는 영향에 대한 연구는 논의되지 않았다. 본 연구는 윤리경영이 성공적으로 실천되기 위해서는 내부직원의 윤리의식과 혁신성향 그리고 윤리경영에 대한 지각에 대한 요인을 알아보고자 본 연구를 진행하였다.

## 4. 변수의 조작적정의

### 4.1 윤리경영을 하나의 혁신활동으로 간주

기업의 성과향상을 위한 노력의 틀은 크게 혁신과 개선으로 정의할 수 있다. 혁신은 기존의 자원이 “부”를 창출할 수 있도록 새로운 능력을 부여하는 활동이라고 정의할 수 있다.(Drucker, 2006) 즉, 새로운 것을 추구하고 시스템과 기술의 획기적인 전환을 위한 것을 혁신

활동”이라고 하고, 현재의 시스템과 기술을 점진적으로 향상시키기 위한 활동을 “개선활동”이라 할 수 있다. 경영혁신활동, 품질혁신활동 등과 같이 윤리경영은 기업의 틀을 바꾸고 보다 높은 성과를 창출하기 위해 직원들이 과거의 틀을 버리고 새로운 틀을 구성한다는 관점에서 보았을 때 개선활동보다는 혁신활동이라고 할 수 있겠다. 본 연구는 기업의 높은 변화와 혁신성을 바라는 소비자와 사회의 요구를 보았을 때 윤리경영을 식스시그마, BPR 등과 같은 기업의 혁신활동으로 구분하고자 한다.

### 4.2 각 변수의 조작적 정의

기업의 윤리경영활동에 대해 내부직원이 인지하는 정도 즉 인식의 지각을 본 연구에서는 “윤리경영의 지각”으로 정의하였으며, 인간의 윤리성에 대한 생각을 “윤리의식”이라고 정의하였다. 또한 보다 새로운 것을 추구하고 성과를 높이기 위한 진취적인 자세를 “혁신성향”이라고 정의하며, 윤리경영활동이 조직의 성과를 나타내는 부분으로서 조직에 대한 충성도와 관심을 나타내는 것을 “조직몰입”, 타사로 이직하고자 하는 것을 나타내는 것을 “이직의도”, 직원이 자신의 업무에 만족하는 정도를 “직무만족”, 자신이 속한 조직에 대한 믿음 즉 신뢰의 정도를 “조직신뢰”로 정의하고 다음의 연구를 진행하였다

## 5. 가설 설정 및 모형

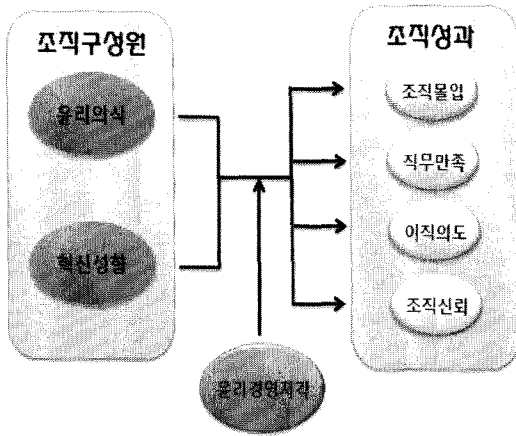
본 연구의 가설은 다음과 같다.

가설 1. 기업구성원의 윤리의식은 윤리경영 지각의 조절효과를 통해 윤리경영성과에 영향을 미칠 것이다

가설 1에서 종속변수인 윤리경영 성과를 세분화하여  
가설 1-a : 조직몰입, 가설 1-b : 직무만족,  
가설 1-c : 이직의도, 가설 1-d : 조직신뢰로 세분화하였다.

가설 2. 기업구성원의 혁신성향은 윤리경영 지각의 조절효과를 통해 윤리경영성과에 영향을 미칠 것이다.

가설 2에서 종속변수인 윤리경영 성과를 세분화하여  
가설 2-a : 조직몰입, 가설 2-b : 직무만족,  
가설 2-c : 이직의도, 가설 2-d : 조직신뢰로 세분화하였다.



<그림3> 연구모형

가설1은 기업구성원의 윤리의식은 기업이 윤리경영을 실천하고 있다는 기업구성원의 지각(인지)에 더해져서 윤리경영성과에 영향을 미칠 것이라는 것이다. 즉, 기업구성원 개개인의 기본적인 윤리의식 정도에 따라 윤리경영 성과에 영향이 미칠 것이라는 것으로 기업구성원의 윤리의식이 높으면 높을수록 윤리경영의 성과는 높게 나타날 것이고 기업구성원의 윤리의식이 낮으면 낮을수록 윤리경영의 성과는 낮게 나타날 것이라는 것이다. 이에 더하여 기업구성원이 기업의 윤리경영활동에 대한 인지, 즉 지각이 더해진다면 곧 기업의 윤리경영활동을 인지한다는 것으로 “기업의 윤리경영활동과 기업구성원의 윤리의식 수준이 합쳐질 경우에는 더 높은 윤리경영성과를 창출할 것이다”라는 조절효과에 대한 가설이다.

가설2는 기업구성원 개개인의 혁신성향에 따라 윤리경영성과에 대한 기대치에 차이가 발생한다는 것으로서, 기업구성원 개개인의 혁신성향이 높으면 높을수록 기업의 윤리경영성과는 높게 나타날 것이고 기업구성원 개개인의 혁신성향이 낮으면 낮을수록 기업의 윤리경영성과는 낮게 나타날 것이라는 것이다. 이에 더하여 윤리경영에 대한 인식 즉 지각의 조절효과를 검증하고자 하였다. 이것은 기업구성원 개개인의 혁신성향에 따라 윤리경영 성과에 영향을 미치는 것에 더하여 기업구성원 개개인의 혁신성향에 회사가 윤리경영을 실천하고 있다는 것을 기업구성원이 인식하고 있다면 윤리경영의 성과는 높게 나타날 것이라는 가설이다 즉 “윤리경영활동의 인식(지각)이 있다면 윤리경영의 성과는 더욱 높게 나타날 것이다”라는 가설이다.

가설2는 윤리경영을 혁신활동의 하나로 간주하여 혁

신활동의 성과에 있어서 직원과 기업과의 공감대형성의 중요성에 대해 검증하고자 하였다.

가설1과 가설2 모두 기업이 윤리경영을 실천함에 있어서 윤리경영의 지각 즉 기업이 윤리경영을 실천하고 있다는 것을 기업구성원 개개인이 인지할 경우 더 높은 윤리경영성과를 창출할 것이라는 가설로서 본 연구에서는 이를 검증하고자 하였다.

## 6. 검증 및 조사분석

본 연구의 가설을 검증하기 위하여 2010년 11월 1일부터 12월17일까지 한국표준협회 교육 및 세미나 참가자, KS 및 ISO인증 등 관련업체, OJT관련기업 등 총 223명에게 설문지를 배포하여 유효설문 203부를 회수하였다. 설문배포 대상자는 중소기업과 대기업 그리고 공공기관 중심으로 배포하였으며 설문응답자들에게 본 연구의 취지에 대해 간략히 설명한 후 대상자들이 자유로이 응답하게 하였다.

### 6.1 빈도분석

최종 회수된 203명에 대한 빈도분석을 실시한 결과는 <표1>과 같다.

이를 보면, 성별은 남성이 90.9%로 절대 다수를 이루었으며, 연령은 30대가 가장 많았다(40.1%), 학력은 대졸이 전체의 50.8%으로 가장 많았으며, 직급은 대리/과장급이 가장 많았다(52.3). 업종은 전체 응답자의 72.2%가 제조업이었으며 다음으로 공공기관이 12.6%, 서비스업이 7.6%의 순이었다. 종업원 수는 51명에서 300명 이하인 중소기업이 35.4%를 구성하였고 다음으로 11명에서 50명 이하인 소기업이 30.8%이었다. 1,000명 이상의 대기업은 전체 응답자의 10.1%이었다.

### 6.2 신뢰도 및 타당도 분석

연구검증의 선행단계로서 문항의 신뢰도를 측정하였다. 신뢰도를 측정하는 방법으로는 응답자들이 측정개념에 대하여 어느 정도 일관성 있게 응답하는지를 알아보기 위하여 Cronbach's α 값을 이용하였으며, 일반적으로 Cronbach's α 값 0.6이상이면 신뢰도에 문제가 없는 것으로 알려져 있는데(Nunnally, 1978; Van de Ven과 Ferry, 1980) 이번 조사에서는 <표-2>과 같이 이직의도 부문에서 문항5의 값으로 인해 이직의도부문 Cronbach's α



값이 낮게 나와 문항5를 제거하여 Cronbach's $\alpha$ 값을 높게 하였다. 7개부문 모두에서 0.75 이상이 측정되어 높은 신뢰도를 가진 것으로 검증되었다.

<표1> 인구 통계적 빈도분석

No.	특성	구분	빈도	비율 (%)
1	성별	남자	180	90.9
		여자	18	9.1
3	연령	10대	0	0
		20대	27	13.7
		30대	81	41.1
		40대	67	34.0
		50대	20	10.2
		60대 이상	2	1.0
4	학력	중졸 이하	0	0
		고졸	45	22.8
		전문대졸	43	21.8
		대학교졸	100	50.8
		대학원졸 이상	9	4.6
5	직급	사원	34	17.3
		대리/과장	103	52.3
		차장/부장	49	24.9
		임원	11	5.6
6	업종	제조업	143	72.2
		건설업	5	2.5
		서비스업	15	7.6
		공공기관	25	12.6
		도·소매업	4	2.0
		기타	6	3.0
7	종업원 수	10명 이하	17	8.6
		11명 ~ 50명	61	30.8
		51명 ~ 300명	70	35.4
		301명 ~ 1,000명	30	15.2
		1,000명 이상	20	10.1

각 변수의 타당성 분석을 위해 요인분석을 실시하였다. 먼저, 두 가지 독립변수인 윤리의식 9개 문항과 혁신성향 5개 문항을 요인분석한 결과 Eigen value가 1 이상인 항목이 2개가 도출되었으며, 윤리의식에서는 9개 문항 중 7번과 9번을 제외한 결과 KMO(Kaiser-Meyer-Olin)는 0.923이었고 Bartlett's test는 0.000이었다. 혁신성향의 KMO는 0.820이었고 Bartlett's test는 0.000이었다.

다음으로, 조절변수인 윤리지각과 종속변수인 직무몰입, 직무만족, 이직의도, 신뢰도에 대해 요인분석한 결과 Eigen value가 1 이상인 항목이 6개가 도출되었으며 윤리지각 항목의 KMO는 0.92310이었고 Bartlett's test는 0.000이므로 두 가지 모두 타당성 분석의 요건을 충족하였다.

조직몰입 항목의 KMO는 0.824이었고 Bartlett's test는 0.000이므로 두 가지 모두 타당성 분석의 요건을 충족하였다. 직무만족항목은 2개의 요인으로 구분되었다. 총 8개 문항 중 3,4번 문항과 이를 제외한 문항으로 구분되었는데 3,4번 문항은 직무만족 중 동료만족에 대한 문항이었으므로 이를 “직무만족동료”라고 하였으며 나머지 문항은 “직무만족”으로 구분하였다. 직무만족의 KMO는 0.827이었고 Bartlett's test는 0.000이므로 두 가지 모두 타당성 분석의 요건을 충족하였다. 이직의도 항목의 KMO는 0.806이었고 Bartlett's test는 0.000이므로 두 가지 모두 타당성 분석의 요건을 충족하였다. 조직신뢰 항목에서는 2번 문항의 요인적재치가 적절하지 않아 이를 제외하고 요인분석한 결과 조직신뢰 항목의 KMO는 0.836이었고 Bartlett's test는 0.000이므로 두 가지 모두 타당성 분석의 요건을 충족하였다. 분석 결과 KMO값 0.5 기준을 모두 충족하였고(George, 2002)하였고, Tolerance는 모든 부문에서 0.1 이상이었으므로 다중공선성의 문제는 없는 것으로 판단하였다. 이를 정리하면 다음의 <표2>와 같다.

이를 요약하면, 윤리의식 요인 중 문항7, 9번은 제외되었으며, 조직신뢰 요인 중 2번 문항이 제외되었고, 직무만족 요인 중 문항3, 4번은 “직무만족 동료요인”으로 나뉜 문항은 “직무만족일반요인”으로 분류하였으나 기타 문항의 요인은 원래의 이름을 그대로 가지고 요인명명 후 분석을 진행하였다.

### 6.3 위계적 회귀분석을 이용한 조절효과

윤리경영 지각이 독립변수인 윤리의식과 혁신성향에

<표2> 측정도구의 신뢰도 및 타당성 분석

No.	부 문	문 항	Cronbach'a If item deleted	Cronbach'a	요인 적재치	Eigen Value	분산설명 (%)
1	윤리의식	X1-1	0.857	0.879	0.826	4.429	63.266
		X1-2	0.857		0.841		
		X1-3	0.875		0.665		
		X1-4	0.855		0.841		
		X1-5	0.855		0.840		
		X1-6	0.861		0.789		
		X1-7	0.881		-		
		X1-8	0.859		0.749		
		X1-9	0.888		-		
2	윤리경영지각	X2-1	0.926	0.934	0.815	6.307	63.068
		X2-2	0.928		0.776		
		X2-3	0.927		0.790		
		X2-4	0.925		0.819		
		X2-5	0.926		0.807		
		X2-6	0.929		0.763		
		X2-7	0.928		0.778		
		X2-8	0.929		0.769		
		X2-9	0.928		0.786		
		X2-10	0.925		0.835		
3	혁신성향	X3-1	0.800	0.823	0.734	2.935	58.701
		X3-2	0.762		0.831		
		X3-3	0.798		0.736		
		X3-4	0.779		0.794		
		X3-5	0.799		0.731		
4	조직몰입	X4-1	0.794	0.860	0.896	3.238	64.766
		X4-2	0.801		0.881		
		X4-3	0.828		0.817		
		X4-4	0.885		0.565		
		X4-5	0.826		0.820		
5	직무만족1 일반직무만족	X5-1	0.794	0.821	0.754	3.684	46.052
		X5-2	0.786		0.778		
		X5-5	0.778		0.789		
		X5-6	0.784		0.768		
		X5-7	0.808		0.623		
		X5-8	0.805		0.669		
	직무만족2 동료관련 직무만 족	X5-3	0.823		0.690	1.148	14.345
		X5-3	0.819		0.670		
6	이직의도	X6-1	0.804	0.843	0.818	2.731	68.263
		X6-2	0.808		0.820		
		X6-3	0.789		0.847		
		X6-4	0.806		0.820		
		X6-5	-		-		
7	조직신뢰	X7-1	0.678	0.738	0.748	3.410	56.827
		X7-2	0.844		-		
		X7-3	0.681		0.708		
		X7-4	0.657		0.817		
		X7-5	0.661		0.789		
		X7-6	0.680		0.733		
		X7-7	0.687		0.722		

대해 비재무적 조직성공에 영향을 미치는지에 대한 조절의 영향력을 알기 위해서 조절효과를 측정하고자 하였다. 조절효과를 측정하는 방법에는 위계적 회귀분석과 ANOVA, 구조방정식 분석 등이 있다(Hoombek, 1997) 이 중 어떤 통계적 방법을 이용하는 것이 적절한가는 독립변수와 조절변수를 구성하는 척도의 종류에 달려있다(Baron & Kenny, 1986). 즉, 독립변수와 조절변수가 명목척도인 경우에는 ANOVA분석이 선호되며 등간척도인 경우에는 위계적 회귀분석이나 구조방정식 분석법이 선호된다(Kim et. al., 2001) 이 중 위계적 회귀분석은 가설에 대한 유의성을 검증할 수 있어서(Hoombek, 1997) 구조방정식보다 선호될 수 있다(Peyrot, 1996).

본 연구에서는 위계적 회귀분석방법을 통해 독립변수인 윤리의식, 혁신성향이 조절변수인 윤리경영지각을 통해 종속변수인 조직성과 즉, 조직몰입, 직무만족, 이직의도, 조직신뢰에 어떻게 영향을 미치는지를 가설 검증하고자 하였다.

6.3.1 혁신성향을 독립변수로 한 조절효과

요인분석을 통해 추출된 요인을 바탕으로 윤리경영지각을 조절효과로 해서 혁신성향을 독립변수로 하고 조직몰입과 조직신뢰를 종속변수로 위계적 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 <표3>과 같다.

이 결과에서 조직몰입은 윤리지각을 조절변수로 하였을 때 R<sup>2</sup>값의 증분 ΔR<sup>2</sup>값이 0.206으로 유의미하게 증가하였고 (p<0.01) 조직신뢰는 윤리지각을 조절변수

로 하였을 때 R<sup>2</sup> 값의 증분 ΔR<sup>2</sup> 값이 0.201으로 유의미하게(p<0.01) 증가하였으므로 조직몰입과 조직신뢰는 설명력이 높아짐으로 인해 윤리지각을 조절변수로 하였을 때 2단계에서의 효과는 있다고 할 수 있겠다. 조절효과 검증의 3단계로서 혁신성향과 윤리지각의 상호작용을 한 새로운 변수를 추가하여 회귀분석 한 결과는 조직몰입에서는 ΔR<sup>2</sup> 값이 0.013으로 유의미하게 증가하였고 ΔF값이 유의미하였으므로(p<0.05) 새로운 상호작용을 통한 조절효과가 있다고 할 수 있다. 그리고 조직신뢰의 조절효과 3단계에서도 ΔR<sup>2</sup> 값이 0.013으로 증가하였으나 유의미하지 않았고 ΔF값도 유의미하지 않았으므로 새로운 상호작용을 통한 조절효과는 없다고 할 수 있겠다.

윤리경영지각을 조절효과로 해서 혁신성향을 독립변수로 하고 이직의도를 종속변수로 하는 위계적 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 다음의 <표4>와 같다.

이 결과에서 이직의도는 윤리지각을 조절변수로 하였을 때 R<sup>2</sup>값의 증분 ΔR<sup>2</sup>값이 0.174로 유의미하게 증가하였으므로 (p<0.01) 이직의도는 윤리지각을 조절변수로 하였을 때 설명력이 높아짐으로 인해 2단계에서의 효과가 있다고 할 수 있으나, 혁신성향과 윤리지각의 상호작용을 한 새로운 변수를 추가한 3단계에서의 조절효과 회귀분석 결과는 ΔR<sup>2</sup> 값이 0.007로 증가하였으나 ΔF값이 유의미하지 않았으므로 새로운 상호작용을 통한 3단계에서의 조절효과는 없다고 할 수 있다.

윤리경영지각을 조절효과로 해서 혁신성향을 독립변수로 하고 일반적인 직무만족(직무만족1)과 동료에 대

<표3> 혁신성향과 조직몰입/조직신뢰의관계에서윤리지각을 조절변수로 한 회귀분석 결과

변수		조직몰입			조직신뢰		
		1단계	2단계	3단계	1단계	2단계	3단계
독립변수	상수	0.000	0.002	-0.034	-0.010	-0.019	-0.054
	혁신성향	0.438**	0.255**	0.261**	0.390**	0.208**	0.214**
조절변수	윤리지각		0.489**	0.475**		0.492**	0.477**
상호작용	혁신성향*윤리지각			0.097			0.094*
	R <sup>2</sup>	0.191	0.397	0.410	0.153	0.354	0.367
	ΔR <sup>2</sup>		0.206	0.013		0.201	0.013
	F모델	46.486**	64.439**	45.130**	34.368**	51.852**	36.305**
	ΔF		66.852**	4.325*		58.869**	3.719

\*: p<0.05, \*\*: p<0.01

<표4> 혁신성향과 이직의도 관계에서 윤리지각을 조절변수로 한 회귀분석 결과

변수		종속변수	이직의도		
			1단계	2단계	3단계
독립변수	상수		-0.003	-0.005	0.021
	혁신성향		-0.258**	-0.091	-0.095
조절변수	윤리지각			-0.448**	-0.438**
상호작용	혁신성향*윤리지각				-0.069
R <sup>2</sup>			0.066	0.239	0.246
ΔR <sup>2</sup>				0.174	0.007
F모델			13.917**	30.680**	21.094**
ΔF				44.363**	1.701

\*: p < 0.05, \*\*: p < 0.01

<표5> 혁신성향과 직무만족1/직무만족2의 관계에서 윤리지각을 조절변수로 한 회귀분석 결과

변수		종속변수	직무만족1			직무만족2		
			1단계	2단계	3단계	1단계	2단계	3단계
독립변수	상수		-0.001	-0.001	-0.030	-0.006	-0.006	-0.077
	혁신성향		0.312**	0.173*	0.178**	0.248**	0.179*	0.192**
조절변수	윤리지각			0.371**	0.360**		0.183*	0.157*
상호작용	혁신성향*윤리지각				0.075			0.188**
R <sup>2</sup>			0.097	0.214	0.222	0.061	0.090	0.139
ΔR <sup>2</sup>				0.117	0.008		0.029	0.049
F모델			21.004**	26.606**	18.412**	12.762**	9.644**	10.464**
ΔF				29.187**	1.971		6.169*	11.103**

\*: p < 0.05, \*\*: p < 0.01

한 직무만족(직무만족2)을 종속변수로 하는 위계적 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 <표5>와 같다.

이 결과에서 직무만족1은 윤리지각을 조절변수로 하였을 때 R<sup>2</sup> 값의 증분 ΔR<sup>2</sup> 값이 0.118로 유의미하게 증가하였고 (p<0.01) 직무만족2는 윤리지각을 조절변수로 하였을 때 R<sup>2</sup> 값의 증분 ΔR<sup>2</sup> 값이 0.029로 유의미하게 증가하였다.(p<0.05) 따라서 직무만족1과 직무만족2는 윤리경영지각을 조절변수로 했을 때 2단계에서의 설명력이 높아짐으로 인한 효과가 있다고 할 수 있다.

혁신성향과 윤리지각의 상호작용을 한 새로운 변수를 추가한 조절효과 3단계 회귀분석 한 결과는 직무만족1에서는 ΔR<sup>2</sup> 값이 0.008로 증가하였으나 ΔF값이 유의미하지 않았으므로 새로운 상호작용을 통한 조절효과는 없다고 할 수 있으며 직무만족2에서는 ΔR<sup>2</sup> 값

이 0.049로 유의미하게 증가하였고 ΔF값이 유의미하였으므로(p<0.01) 새로운 상호작용을 통한 조절효과가 있다고 할 수 있다.

이것은 혁신성향이 윤리경영지각을 통해서 일반적인 직무만족에는 영향을 주지 않지만 직무만족 중 동료에 대한 직무만족(직무만족2)에 있어서는 윤리경영지각이 영향을 준다는 것을 말한다고 할 수 있겠다. 즉, 혁신성향은 직무만족에는 영향을 미치지 않지만 동료에 대한 직무만족에는 영향을 미친다는 것으로 볼 수 있다. 결국 개인의 혁신성향에 기업의 윤리경영활동의 지각이 인식된다면 일반적인 직무만족에는 영향을 주지 않지만 동료에 대한 직무만족에는 영향을 준다는 것으로서 조직이 윤리경영활동을 함으로써 동료 간의 만족도가 증가된다는 것을 의미하는 것으로 보인다.

**<표6> 윤리의식과 조직몰입/조직신뢰의 관계에서 윤리지각을 조절변수로 한 회귀분석 결과**

변수		종속변수	조직몰입			조직신뢰		
			1단계	2단계	3단계	1단계	2단계	3단계
독립변수	상수		0.010	0.008	-0.016	0.003	-0.013	-0.016
	윤리의식		0.210**	0.075	0.079	0.116	0.006	0.005
조절변수	윤리지각			0.565**	0.541**		0.571**	0.567**
상호작용	윤리의식*윤리지각				0.101*			0.012
R <sup>2</sup>			0.044	0.345	0.355	0.014	0.313	0.313
ΔR <sup>2</sup>				0.301	0.010		0.299	0.000
F모델			8.928**	50.726**	35.172**	2.566	42.412**	28.140**
ΔF				88.497**	3.008*		81.158**	0.035

\*: p < 0.05, \*\*: p < 0.01

6.3.2 윤리의식을 독립변수로 한 조절효과

윤리의식을 독립변수로 하고 윤리경영인식을 조절변수로 하여 조직성장을 종속변수로 한 회귀분석을 실시하였다. 앞서 요인분석 결과 도출된 윤리의식요인을 독립변수로 하여 위계적 다중회귀분석을 실시하였으며 그 결과는 <표6>과 같다.

이 결과에서 조직몰입은 윤리지각을 조절변수로 하였을 때 R<sup>2</sup>값의 증분 ΔR<sup>2</sup>값이 0.301로 유의미하게 증가하였고 (p<0.01) 조직신뢰는 윤리지각을 조절변수로 하였을 때 R<sup>2</sup> 값의 증분 ΔR<sup>2</sup> 값이 0.301으로 유의미하게 증가하였으므로(p<0.01) 조직몰입과 조직신뢰는 설명력이 높아짐으로 인해 윤리지각을 조절변수로 하였을 때 2단계에서의 효과는 있다고 할 수 있다. 또한 혁신성향과 윤리지각의 상호작용을 한 새로운 변수를 추

가한 조절효과와 3단계에서의 회귀분석 결과, 조직몰입에서는 ΔR<sup>2</sup> 값이 0.010으로

유의미하게 증가하였고 ΔF값이 유의미하였으므로 (p<0.1)새로운 상호작용을 통한 조절효과가 있다고 할 수 있겠다. 그러나 조직신뢰에서는 ΔR<sup>2</sup> 값이 없었으며 ΔF값 또한 유의미하지 않았으므로 새로운 상호작용을 통한 조절효과는 없다고 할 수 있겠다.

다음으로 윤리경영지각을 조절효과로 해서 윤리의식을 독립변수로 하고 이직의도를 종속변수로 하는 위계적 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 <표7>과 같다.

이 결과에서 이직의도는 윤리지각을 조절변수로 하였을 때 R<sup>2</sup>값의 증분 ΔR<sup>2</sup>값이 0.225로 유의미하게 증가하였으므로 (p<0.01) 이직의도는 윤리지각을 조절변수로 하였을 때 설명력이 높아짐으로 인해 2단계에서의

**<표7> 윤리의식과 이직의도 관계에서 윤리지각을 조절변수로 한 회귀분석 결과**

변수		종속변수	이직의도		
			1단계	2단계	3단계
독립변수	상수		-0.013	-0.011	-0.009
	윤리의식		-0.088	0.028	0.027
조절변수	윤리지각			-0.489**	-0.486**
상호작용	윤리의식*윤리지각				-0.009
R <sup>2</sup>			0.008	0.233	0.233
ΔR <sup>2</sup>				0.225	0.000
F모델			1.512	29.114**	19.318**
ΔF				56.284**	0.022

\*: p < 0.05, \*\*: p < 0.01

<표8> 의식혁신과 직무만족1/직무만족2의 관계에서 윤리지각을 조절변수로 한 회귀분석 결과

변수		종속변수	직무만족1			직무만족2		
			1단계	2단계	3단계	1단계	2단계	3단계
독립변수	상수		0.016	0.014	0.012	-0.006	-0.007	-0.059
	윤리의식		0.196**	0.098	0.098	0.046	-0.015	-0.006
조절변수	윤리지각			0.411**	0.410**		0.257**	0.204**
상호작용	윤리의식*윤리지각				0.006			0.219**
R <sup>2</sup>			0.038	0.198	0.198	0.002	0.064	0.111
ΔR <sup>2</sup>				0.160	0.000		0.062	0.047
F모델			7.663**	23.684**	15.710**	0.407	6.544**	7.944**
ΔF				38.227**	0.008		12.657**	10.122**

\*: p < 0.05, \*\*: p < 0.01

효과는 있다고 할 수 있다. 그러나 혁신성향과 윤리지각의 상호작용을 한 새로운 변수를 추가하한 조절효과의 3단계 회귀분석에서는 ΔR<sup>2</sup> 값이 없었고 ΔF값 또한 유의미하지 않았으므로 새로운 상호작용을 통한 조절효과는 없다고 할 수 있다.

다음으로 윤리경영지각을 조절효과로 해서 윤리의식을 독립변수로 하고 일반적인 직무만족(직무만족1)과 동료에 대한 직무만족(직무만족2)을 종속변수로 하는 위계적 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 <표8>과 같다.

이 결과에서 직무만족1은 윤리지각을 조절변수로 하였을 때 R<sup>2</sup>값의 증분 ΔR<sup>2</sup>값이 0.160으로 유의미하게 증가하였고 (p<0.01) 직무만족2도 윤리지각을 조절변수로 하였을 때 R<sup>2</sup> 값의 증분 ΔR<sup>2</sup> 값이 0.062로 유의미하게 증가하였다.(p<0.01) 따라서 직무만족1과 직무만족2는 윤리경영지각을 조절변수로 했을 때 설명력이 높아짐으로 2단계에서의 효과는 있다고 할 수 있다. 다음 단계로 윤리의식과 윤리지각의 상호작용을 한 새로운 변수를 추가한 조절효과의 3단계 회귀분석 한 결과, 직무만족1에서는 ΔR<sup>2</sup> 값이 없었으며 직무만족2에서는 ΔR<sup>2</sup> 이 0.047로 유의미하게 증가하였고 ΔF값도 의미하게 증가하였다.(p<0.01) 따라서 직무만족2에서는 새로운 상호작용을 통한 조절효과가 있다고 할 수 있다. 직무만족1과 직무만족2(동료에 대한 만족)를 비교분석해보면 윤리의식은 일반적인 직무만족보다는 동료에 대한 만족부분에서 더 조절효과가 있다는 것으로 해석되는데 이는 윤리적인 의식이 동료에 대한 배려 등에 대한 감정부분에 있어서 일반적인 직무만족보다 더 큰

상호 인과관계를 가지고 있다는 것을 보여준다고 할 수 있다.

이러한 결과는 혁신성향을 독립변수로 하였을 때와 비교해보면 혁신성향과 윤리의식 모두 윤리경영지각의 조절효과는 일반적인 직무만족 보다는 동료에 대한 직무만족에서 조절효과를 가지는 것으로 해석된다. 결국, 혁신성향과 윤리의식에 조직의 윤리경영 지각이 더해진다면 동료에 대한 직무만족이 높아진다는 것에 관계를 가지고 있다는 것이다.

## 7. 결 론

혁신성향은 윤리경영 지각을 조절변수로 하여 조직몰입, 동료에 대한 직무만족 등에 유의미한 영향을 준다는 것이다. 그러나 일반적인 직무만족과 조직신뢰, 이직의도에는 영향을 주지 않았다. 이것은 개인의 혁신성향에 조직의 윤리경영활동에 대한 지각이 인식되었을 때, 조직신뢰 및 이직의도와 일반적인 직무만족에 대한 만족감이 높아지지는 않았지만, 윤리경영활동으로 인해 조직에 몰입하게 되고, 동료에 대한 만족도도 높아진다는 것을 말한다. 즉, 조직의 윤리경영활동이 지각되면 더욱 조직에 몰입하게 되고 동료에 대한 만족도 또한 높아진다는 것을 말한다.

윤리의식은 윤리경영지각을 조절변수로 하였을 때 직무몰입과 동료와 관련된 직무만족에 유의미한 영향을 주었다. 그러나, 일반적인 직무만족과 이직의도, 조직신뢰에는 영향을 주지 않았다. 이것은 개인의 윤리의식이 조직의 윤리경영 지각에 의해서 일반적인 직무만

족, 이직의도, 조직신뢰에는 영향을 주지 않지만, 개인의 윤리의식에 조직의 윤리경영 지각이 더해졌을 때 조직에 몰입하게 되고 동료에 대해서도 만족을 느낀다는 것을 말한다. 즉, 윤리경영활동을 통해 조직에 더욱 몰입하게 되고 동료에 대한 만족감이 높아진다는 것으로 볼 수 있다.

윤리의식과 혁신성향을 각각 독립변수로서 윤리경영 지각을 조절변수로 했을 때 종속변수로서의 성과의 차이점을 비교해보면 혁신성향이 독립변수였을 경우, 윤리경영지각이 조직신뢰에 조절효과를 가졌지만, 윤리의식이 독립변수였을 때에는 윤리경영지각이 조직신뢰에 조절효과를 가지지 않았다. 이는 윤리경영을 혁신활동으로 간주했을 때 혁신성향에 따라 윤리경영지각에 의해 조직신뢰가 높아짐을 말하지만, 윤리의식은 윤리경영지각이 조절변수로서 더해진다 하더라도 조직신뢰에는 영향을 미치지 않는다는 것이다.

즉, 윤리경영은 혁신활동으로서 혁신성향을 통해 조직신뢰에 영향을 미치지만 윤리의식이 윤리경영 지각을 통한 조직신뢰에는 영향을 미치지 않는다는 것으로 해석된다. 결국, 윤리경영활동은 혁신활동으로서 조직신뢰에 영향을 미친다는 것이다.

이번 가설검증을 통해 성공적인 윤리경영을 고찰해보면, 지속가능경영의 단초인 윤리경영은 경영자에 대한 중요성 못지않게 구성원의 윤리의식이 중요하며, 윤리경영의 일방적인 실천보다는 직원들의 윤리의식제고에 기업은 노력해야하고 일방적인 선언적 실천제시보다는 구성원의 공감대 형성을 위해 더욱 노력해야 한다는 것이다.

성공적인 윤리경영을 위해서는 기본적으로 경영자의 윤리경영실천의지, 및 윤리경영전략도 중요하지만 기업 구성의 대다수를 이루는 직원의 윤리의식에 따라 윤리경영의 성과가 영향을 받는다는 사실이다. 이것은 성공적인 윤리경영을 위해서는 기업구성원 개개인의 윤리의식 제고를 위한 기업의 노력과 관심이 필요하다는 것을 말하며 기업구성원 개개인의 윤리의식제고를 위한 기업의 다양한 활동과 노력이 필요함을 말한다.

직원들의 윤리의식이 중요함과 더불어 기업이 윤리경영을 올바르게 실천하고 있다는 직원들의 윤리경영에 대한 인지와 지각 또한 윤리경영의 성과에 큰 영향을 미친다는 것을 말한다. 이는 기업이 윤리경영을 올바르게 적극적으로 실행할 때 윤리경영의 성과는 제고된다는 것이다.

윤리경영지각의 조절효과는 기업구성원의 윤리의식

이 윤리경영성과로 이어짐에 있어서 윤리경영의 인식과 지각작용이 더해졌을 때 기업구성원의 윤리의식은 더 높은 윤리경영성과를 창출함을 말하는데 이는 가설검증을 통해 도출되었다.

가설2의 검증결과에서는 기업의 윤리경영활동을 하나의 혁신활동으로 정의하였을 때 기업구성원 개개인의 혁신성향에 따라 윤리경영의 성과에 영향을 미칠 것 이다라는 가설로서 결과와 같이 윤리경영은 기업구성원의 혁신성향에 따라 영향을 받으며 이는 윤리경영이 여타의 혁신활동과 같이 기업의 시스템이나 기술을 변화시키는 새로운 혁신활동임을 증명하는 것이라고 할 수 있겠다. 혁신성향은 기업의 윤리경영활동에 대한 기업구성원 개개인의 인식과 지각이 더해졌을 때 더 높은 윤리경영 성과를 창출하는 것을 볼 수 있었다. 이는 여타의 혁신활동에 대한 추론과 같이 윤리경영 또한 전사적인 기업구성원의 공감대 형성을 통한 경우 더 높은 윤리경영성과를 창출함을 의미한다.

## 8. 논의 및 제한점

### 8.1 논의

#### 8.1.1 윤리경영 공감대형성에서의 지각

우리나라의 윤리경영 현황을 보면 대기업과 공기업 그리고 공공기관에서 주로 윤리경영 선언과 함께 윤리경영이 실행되고 있다. 기업의 윤리경영은 소비자로부터 사랑받는 기업이 되기 위한 기업의 경쟁력 강화 차원이라고 볼 수 있으며 공기업 및 공공기관의 윤리경영은 기업처럼 소비자 또는 국민들로부터 사랑받기 위한 경쟁력 전략 차원도 있지만 또 다른 차원의 윤리경영실천 이유는 정부가 공기업 및 공공기관의 선진화를 위해 실시하는 기관별 경영평가에서 윤리경영 실천 여부가 평가항목이기 때문이라는 것도 한 부분일 것이다(기획재정부, 2007). 이러한 윤리경영의 실천이유를 보았을 때 공기업의 윤리경영은 직원들로부터 또는 경제시장으로부터 자연 발생적으로 태동하는 이유가 아니기에 기업의 윤리경영에 비해 직원들의 공감대형성에 많은 부족함을 가지고 있을 것으로 추정된다. 따라서 본 연구의 가설 검증과 같이 직원의 공감대 형성이 윤리경영의 성과에 영향을 미친다고 보았을 때 공기업 및 공공기관의 윤리경영은 그 성과에 있어서 진실성과 효과성에 의문이 제기된다고 보여진다. 또한 공기업 및 공공

기관 보다는 덜하지만 대기업이 실시하고 있는 윤리경영 또한 직원의 윤리의식 제고 및 윤리경영 지각 등을 통한 직원의 공감대형성 없이 이루어진다면 진정한 성과를 창출하기는 힘들 것으로 볼 수 있겠다.

### 8.1.2 구성원의 윤리성 제고를 위해 기업이 무엇을 해야 할 것인가?

윤리경영의 성과 제고를 위해 직원의 공감대형성이 중요하지만 본 연구의 가설검증과 같이 내부직원의 윤리의식 또한 윤리경영 성과 창출을 위한 중요한 요소임이 검증되었다. 그렇다면 직원들의 윤리의식 제고를 위해서 기업은 무엇을 해야 할 것인가? 구성원의 윤리의식 제고를 위해서는 학교에서의 윤리의식 제고가 먼저 필요할 것이며 다음으로 기업에서 윤리경영활동이 성공적으로 진심어린 행동으로 이루어질 때 직원들의 윤리의식 또한 제고될 수 있다고 본다. 이는 행동과학에서 말하는 행동이 변하면 의식도 변한다는 것에서 그 논거를 찾을 수 있다. 이와 함께 직원들의 윤리의식 제고를 위한 지속적인 윤리교육 또한 필요할 것으로 보이며, 성공적인 윤리경영의 성과창출을 위해서는 내부직원의 윤리의식 제고를 위한 기업의 많은 노력이 있어야 할 것으로 본다. 또한 윤리의식 교육과 함께 사회봉사나 사회기부 등의 환경에 자주 조직구성원을 노출시킴으로써 자연스럽게 윤리의식을 제고하고 조직의 윤리경영과 하나가 될 수 있도록 기업환경을 형성하는 것도 중요할 것이다.

### 8.1.3 구성원의 윤리경영 공감대 형성을 위해 기업은 무엇을 해야 할 것인가?

조직구성원의 윤리경영 공감대 형성을 위해서는 대기업 및 공공기관의 경우, 경영평가항목의 측정요소로서의 필요성보다는 사회의 중추적인 기관으로서 사회에 모범적인 역할을 수행한다는 자부심에서 출발하는 것이 보다 바람직할 것으로 보이며, 경영평가에서 높은 점수를 받기 위해 실시하는 “보여주기식”의 윤리경영은 분명히 그 한계를 가지고 있을 것으로 보인다.

따라서 중소기업 및 공공기관의 최고경영자는 현재의 윤리경영을 실천함에 있어서 보다 윤리경영의 필요성 및 당위성에 대한 선명한 필요논리를 직원들에게 공감하게 하는 것이 중요할 것으로 보인다. 기업의 최고경영자 역시 윤리경영을 기업경쟁력 차원에서 뿐 아니라 사회구성체인 기업의 존재이유 차원에서 직원들에게

보다 설득력 있게 윤리경영에 대해 이해시키는 것이 중요하다고 본다.

### 8.1.4 중소기업의 윤리경영

중소기업은 대기업과 달리 인원수가 적고 소비재산업보다는 산업재의 중간생산역할을 함에 따라 일반소비자와의 관계성이 낮으며, 대기업과의 협력관계에 의존하는 관계에서 야기되는 일부 기업간의 부적절한 관계 등으로 인해 윤리경영의 실천력이 낮으며 윤리경영의 중요성에 대한 인지 또한 낮다고 볼 수 있다. 그러나 우리나라 산업의 중추적인 역할을 수행하는 중소기업의 윤리경영을 제외하고 우리나라 기업의 윤리경영을 통한 국제경쟁력 제고는 요원한 일이므로 정부와 대기업은 윤리경영의 이행차원에서, 국가경쟁력 제고를 위해서도 중소기업이 윤리경영을 계획하고 실천할 수 있도록 많은 노력을 기울여야 할 것이다.

### 8.1.5 New Capitalism의 등장

자본주의 기업의 존재목적은 영리추구, 이윤추구 등이었다. 그러나 최근 새로운 자본주의가 등장하였는데, 기업의 존재목적은 영리추구, 이윤추구가 아니라 사회봉사, 이익의 사회 환원 등 사회에 도움을 주는 것이라는 것으로서 기업의 존재이유에 대한 Paradigm shift가 일어나고 있다(Sennett, 2006). 이러한 새로운 자본주의의 출현은 윤리경영의 또 다른 표현 방법으로 보여진다. 이런 관점에서 향후 윤리경영, 사회적 책임 등은 더 많은 사회적 영향과 요구를 필요하게 될 것으로 보이며, 조직구성원 윤리의식의 중요성 또한 더욱 중요하게 다루어져야할 것으로 보인다.

## 8.2 제한점

본 연구는 다음과 같은 제한점을 가지고 있다.

첫째, 조직 내부구성원의 윤리의식에 대한 정의에 대해 “윤리성”에 대해 다양한 정의와 측정도구가 있으나 Forsyth의 EOQ(Forsyth, 1985)를 개인윤리의식의 측정도구 하였다. EOQ에는 총 20개의 측정문항으로 구성되어 있으나 20개의 측정문항 중 본 연구는 기업측면과 기업기준에 적합하다고 판단한 아래의 9개 문항을 개인윤리의식의 측정도구로 활용하였다.

(X1-1) 인간은 절대로 타인에게 해를 입혀서는 안 된다. (X1-2)아무리 사소한 일이라도 타인을 위협에 처하게 해서는 안 된다. (X1-3)자신에게 이익이 될지라도



타인에게 해를 끼칠 수 있는 행위는 부당하다. (X1-4) 사람은 절대 타인에게 정신적, 신체적인 해를 끼쳐서는 안 된다. (X1-5) 사람은 타인의 존엄성과 행복을 위협하는 어떤 행동도 해서는 안 된다. (X1-6) 사람은 무고한 사람에게 해가 되는 일을 절대 해서는 안 된다. (X1-7) 어느 사회나 사람의 존엄성과 행복이 가장 중요한 가치이다. (X1-8) 사람은 타인의 행복을 절대 희생시켜서는 안 된다. (X1-9) 도덕적 기준은 사람마다 다르기 때문에 자신의 기준으로 다른 사람을 판단해서는 안 된다.

둘째, 윤리경영을 시스템과 기술의 “틀” 변화로 보아 혁신활동으로 인식하고 연구를 진행하였다. 윤리경영을 선언적 의미에서만 보지 않고 실천과 성과를 위한 하나의 혁신활동으로 간주하여 연구를 진행하였다.

최근 조직의 관심사항인 윤리경영, 사회적 책임, 지속가능경영은 용어의 정의에서 실행에 있어서까지 많은 유사점을 가지고 있지만 실제 조직에서는 구분되지 않고 이행되고 있는 현실을 반영하여 연구 목적상 세 가지 활동을 별개의 활동으로 구분하기 보다는 하나의 큰 틀에서 같은 목적과 같은 활동내역을 일부 포함하는 연계된 활동으로 간주하고 연구를 진행하였다. 특히 윤리경영과 사회적 책임은 같은 맥락에서 이루어지는 것이 많은 것으로 간주하여 연구를 진행하였다.

셋째, 윤리경영의 실제적 성과보다는 윤리경영 성과에 대한 인식과 지각에 대해 연구했다. 본 연구의 설문을 배포하고 회수함에 있어서 윤리경영 실천기업과 비실천기업에 대한 별도의 구분을 나누지 않고 설문을 회수하였으며 이는 윤리경영의 실천여부에 대한 연구보다는 윤리경영의 인식과 지각에 대해서 기업구성원들이 어떻게 생각하고 실천하는지에 대해 관심을 가지고 연구하였음을 말한다. 즉 윤리경영의 실천여부, 윤리경영의 성과의 실제여부에 대한 것이 아니라 기대치, 예상치에 대한 연구로서 차기 연구에서는 이를 구분하여 기대치와 실측치를 차별화한 연구가 실천적으로 진행되기를 바란다.

넷째, 조직성과를 몇 가지의 비재무적 성과로 정의하여 본 연구의 윤리경영 성과에 대해 연구하였으나, 향후 윤리의식과 혁신성향 그리고 윤리경영에 대한 지각이 실제 재무적 성과와 기타 성과에 어떻게 반영되는지에 대한 연구가 필요하다고 본다.

이와 같은 연구의 제한점에도 불구하고 성공적인 윤리경영을 위해서는 조직구성원의 윤리의식과 혁신성향에 윤리경영 지각이 더해졌을 때 조직성공에 중요하게 작용한다는 것을 검증한 것에 이번 연구의 의의가 있다

고 하겠다.

## 참고문헌

- [1] 국가청렴위원회(2007), 「기업 윤리경영 모델」, 국가청렴위원회
- [2] 김영주(2008), “미디어기업 종사자들의 윤리경영 인식에 관한 연구”, 「언론과학연구」, 8권, 4호, pp. 299-335.
- [3] 대한상공회의소(2009), 「윤리경영 자가진단」, [http:// www. bisd.or.kr](http://www.bisd.or.kr).
- [4] 박우봉(2006), “기업윤리와 조직유효성의 관계에 관한 연구”, 경상대학교 박사학위논문.
- [5] 박종철 외(2010), “한국기업의 사회적 책임활동 측정을 위한 척도개발연구”, 「한국마케팅저널」, 12권, 2호, pp.27-52.
- [6] 산업정책연구원(2006), 「지속가능경영 자가진단지표」, 산업정책연구원
- [7] 신연정(2009), 「혁신, 현장에서 답을 찾다」, 새로운제안.
- [8] 양세영(2008), “조직윤리와 성과간 관계에 있어서의 변수 및 척도선정에 관한 연구”, 「윤리경영연구」, 9권, 2호, pp. 1-30.
- [9] 윤대혁(2004), “중소기업경영자의 윤리수준과 경영성과의 관련성 연구”, 「중소기업연구」, 26권, 4호, pp. 99-139.
- [10] 이종영(2005), 「기업윤리」, 삼영사
- [11] 장진아(2006), “윤리경영 추진의 장애요인연구”, 광운대학교 석사학위논문.
- [12] 정부산하기관운영위원회(2007), 「정부산하기관 경영평가편람」, 기획재정부
- [13] 정종복, 홍정화(2010), “중소기업CEO의 윤리경영인식이 세제인지도, 납세태도 및 조세 회피성향에 미치는 영향”, 「세무학연구」, 27권, 1호, pp. 167-197.
- [14] 정효선(2007), 「호텔리어의 윤리경영이 종사원의 개인조직 적합성, 이직의도, 직무만족도, 조직성공에 미치는 영향」, 경희대학교 박사학위논문.
- [15] 정효선(2007), 「호텔리어의 윤리경영이 종사원의 개인조직 적합성, 이직의도, 직무만족도, 조직성공에 미치는 영향」, 경희대학교 박사학위논문.
- [16] 조동성(2007), 「지속가능경영」, 서울경제경영.
- [17] 중소기업청(2010), 「중소기업에 관한 연차보고서」
- [18] Aupperle, K. E., Carroll, A. B. and Hatfield, J. D. 1985. “An empirical examination of the relationship between social responsibility and profitability.” *Academy of Management Journal*, Vol. 28, No. 2, pp. 446-463.

- [19] Baron, R. M., Kenny, D. A.(1986), "The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.51, No.6, pp.1173-1182
- [20] Baron, R. M., Kenny, D. A.(1986), "The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.51, No.6, pp.1173-1182
- [21] Chatterjee, S., A. S. Hadi and B. Price(2000), *Regression Analysis by Example*, 3rd edition, John Wiley and Sons, New York.
- [22] Commings, L. S.(2000), "The financial performance of ethical investment trusts: An Australian perspective." *Journal of Business Ethics*. Vol. 25, No. 1, pp.79-82.
- [23] Cullen, J. B., Victor, B, Bronson, J. W.(1993), "An Assessment of Its Development and Validity, *Psychological Report*, Vol. 73, pp.667-674.
- [24] Davis, A. L., Rothstein, H. R.(2006), The effects of the perceived behavioral integrity of managers on employee attitude: A meta-analysis, *Journal of Business Ethics*, Vol. 67, pp.407-419.
- [25] Drucker, P. F.(2006), *Peter F Drucker on Innovation*, 권영설(2006), 「위대한 혁신」, 한국경제신문사.
- [26] Forsyth, D. R.(1985), "Judging the morality of business practices: The influence of personal moral philosophies", *Journal of Business Ethics*, Vol. 11, No. 5-6, pp.461-470.
- [27] Fuman, F. K. 1987. Teaching Business Ethics: "Questioning the Assumption seeking new directions." *Journal of Business Ethics*. Vol 6, p31-34.
- [28] George, D. and Mallery, P.(2002), *SPSS for windows Step by Step. A Simple Guide and Reference. 11.0 Update*, Pearson Education, Boston.
- [29] Goodpaster, K. E.(1983), "The concept of corporate responsibility", *Journal of Business Ethics*. Vol 2, No. 1, pp1-22.
- [30] Holmbeck, G. N.(1997), Toward terminological, conceptual and statistical clarity in the study of mediators and moderator's: Examples from the child-clinical and pediatric psychology literatures. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, Vol.4, pp. 599-610.
- [31] International Organization for Standardization(2010), *ISO 260000 Social Responsibility*, ISO, Geneva.
- [32] Nunnally, J. C.(1978), *Psychometric Theory*, 2nd edition, McGraw-Hill, New York.
- [33] Pava, M. L., & Krausz, J.(1996), "The association between corporate Social responsibility and financial performance: The paradox of social cost." *Journal of Business Ethics*, Vol. 15, No. 3, pp.221-257.
- [34] Peyrot, M.(1996) Causal analysis: Theory and application. *Journal Psychology*, Vol. 21, pp. 3-24.
- [35] Koh, H. C. and E, H. Boo. 2001 "The Link between Organizational Ethics and Job Satisfaction. A Study of Managers in Singapore." *Journal of Business Ethics*, Vol. 29, No. 4, pp. 309-324.
- [36] Sennett, L.(2006) *The Culture of the New Capitalism*, Yale University Press, New Haven.
- [37] Schneider, B.(1975), "Organizational climate: An essay", *Personnel Psychology*, Vol. 28, pp. 447-458.
- [38] Swiss Re(2009), *Corporate Responsibility Report*, Swiss Re, Geneva.
- [39] Van de Ven, A. H., and D.L.Ferry(1980), *Measuring and Assessing Organizations*, Wiley-Intenscience, New York
- [40] Vcitor, B. & Cullen, J. B.(1988), "The organizational bases of ethical work climates." *Administrative Science Quarterly*, Vol. 33, pp. 101-125.
- [41] Verschoor, C. C.(1998), "A Study of the Link between a Corporation's Financial Performance and Its Commitment." *Journal of Business Ethic*. Vol. 17, No. 13, pp. 1509-1516.
- [42] Waddock, S. A. and Graves, S. G.(1997), "The corporate social performance-financial performance link." *Strategic Management Journal*, Vol. 18, No. 4, pp. 303-319.
- [43] Weaver, G. R, L. K. Trevino, and P. L. Cochran.(1999), "Corporate ethical programs as Control System: Influences of executive commitment and environmental factors." *Academy of Management Journal*, Vol. 42, No. 1, pp. 41-58.
- [44] "Collaboration in the boardroom: Behavioral and performance consequences of CEO-board social ties." *Academy of Management Journal*, Vol. 42, No. 1, pp. 7-24.