

# 한국경영자의 기업윤리 의식과 행동에 관한 연구\*

안 동 규\*\* · 주 우 진\*\*\* · 한 정 화\*\*\*\*

## 〈目 次〉

I. 서 론	3. 가설의 설정
II. 연구의 이론적 배경	IV. 조사방법
III. 연구모형	1. 변수의 설정
1. 기업윤리 행동모델	2. 분석결과
2. 윤리의식모델	V. 결론 및 시사점

## I. 서 론

본 논문의 목적은 한국경영자의 윤리의식과 행동을 사회적 규범인식, 산업환경요인 및 개인적 특성요인과 관련하여 연구하고자 하는 것이다. 한국기업은 산업화와 경제성장 과정에서 주도적인 역할을 해왔음에도 불구하고 기업윤리적인 측면에서의 결함으로 인하여 일반대중의 비판대상이 되어 왔다. 특히 최근에 잇달아 발생하는 대형사고들은 우리 사회 전반적인 윤리상황과 밀접하게 연관되어 있으며, 기업윤리 문제가 직접적인 원인으로 밝혀지면서 기업의 윤리성에 대한 사회적 비판이 더욱 높아지고 있는 상황이다. 이제 한국기업의 윤리문제는 기업의 직접적인 이해관계자뿐만 아니라 국민전체의 생존과 안전에 직접적인 영향을 미치고 있다.

이와 같이 한국 기업의 윤리상황과 기업의 윤리수준에 대한 비판과 우려에도 불구하고 이에 대한 학문적 접근은 충분히 이루어지지 못하였다. 기업윤리 문제는 언론에서 기사화되어 대중으로 하여금 기업에 대한 부정적 인식을 높이는 차원에서 다루어졌을 뿐 현상에 대한 원인과 처방에 대한 분석적 연구가 매우 부족하였다. 또한 기업이 윤리적으로 행동해야 한다는 당위론적인 논의는 많이 존재했지만 기업행동을 윤리성의 관점에서 분석하고 이해하기 위한

\* 본 연구는 서울대학교 경영대학 경영연구소의 연구비 지원에 의해 수행되었음.

\*\* 한림대학교

\*\*\* 서울대학교 경영대학 조교수

\*\*\*\* 한양대학교

실증적인 연구는 부족하였다. 더우기 기업의 윤리적 행동에 가장 큰 영향을 미치고 있는 경영자의 윤리의식과 행동에 대한 실증적 연구가 결여되었다.

이러한 현상이 나타난 주요 원인으로는 한국에 기업윤리 문제를 전문적으로 연구하는 연구자가 거의 없었다는 점을 들 수 있다. 철학이나 종교에서 윤리 문제를 다루지만 개인과 사회 차원의 윤리 문제가 중심이되며 기업이라는 특정 상황에 있어서의 윤리 문제는 별로 다루어지지 못하였다. 경영학 분야에서도 윤리문제는 전문 연구영역으로 인식되지 못했으며, 경영학 교육에도 반영되지 못했다. 최근에 와서 기업윤리 교육에 대한 관심이 높아지면서 기업윤리에 관한 연구의 필요성이 인식되기 시작하였으며, 그 결과로서 각 대학마다 기업윤리 과목을 개설하는 경향이 나타나고 있다. 또한 경영학회에서도 1991년도에 기업윤리에 관한 심포지움을 개최하여 기업윤리 교육에 대한 관심을 고취시킨 바 있다. 기업윤리에 관한 연구가 활발하게 이루어지지 못한 또다른 원인은 경영자를 연구대상으로 하여 윤리 문제를 조사하는데 한계가 있기 때문이다. 본 연구는 이러한 상황에서 시의적절할 뿐만 아니라 경영자를 대상으로 기업윤리에 관한 학문적 접근을 시도하였다는 데 중요한 의미가 있다고 본다. 본 연구를 통하여 한국 경영자의 윤리의식과 행동에 관한 이해를 높이고, 기업윤리교육에 필요한 정보를 제공하며, 나아가 경영현장에서 윤리적 경영풍토를 조성하는 데 기여하고자 한다.

## II. 연구의 이론적 배경

본 연구에서는 한국 경영자의 기업윤리에 대한 의식과 그에 따른 행동의 상호 관련성을 파악하고자 한다. 경영자의 기업윤리 의식이 경영자의 윤리적 행동에 어떠한 영향을 미치는가를 살펴보고 경영자의 윤리적 의식과 행동을 결정지어주는 변수들을 모형화 하는 것이 논문의 중심이다.

전통적으로 의식과 행동의 상호관계는 주로 심리학 분야에서 연구되어 왔으며 경영학 분야에서는 소비자 행동이나 조직행동 분야에서 연구의 대상으로 삼아 왔다. 본 연구에서는 의식과 태도를 동일한 개념으로 보고 나타난 행동과 행위를 같은 개념으로 간주한다.

Hunt 와 Vitell(1986)은 윤리적 행동이 개인의 윤리적 문제상황의 지각에서 비롯하여 윤리적 의사결정을 거쳐 나타난다고 설명하였다.<sup>1)</sup> 따라서 개인이 문제상황에서 윤리적 지각을 하지 않는다면 윤리적 행위결정도 일어나지 않는다고 파악하였다. 즉, 윤리적 의도가 윤리적 행동화 되는 모델을 제시한 것이다.

1) 구체적 논의는 1986년 "A General Theory of Marketing Ethics" 과 1992년 "A General Theory of Marketing Ethics : A Retrospective and Revision." JOMM 을 참조하시오.

윤리적 의식과 윤리적 행동간의 관계를 직접 설명한 시도는 Wine과 Napler(1992) 모델이다<sup>2)</sup>. 이들의 모델에서는 윤리적 행동을 결정하는 변수는 인지적 의식인 윤리이며 비인지적 의식인 태도로써 의식을 두 가지로 나누어 설명하고 있다. 경영자의 도덕가치를 인지적 비인지적으로 나누어 설명하며 이러한 도덕가치는 환경적 요소인 문화, 가족, 종교, 기업문화 등과 자신의 갖고 있는 교육과 생활 경험을 통해 여과되어 나타난다고 보는 것이다.

이 연구에서는 의식을 태도(attitude)와 상호교환적으로 동의어로 사용하고 있으며 태도는 학자들간에 다양하게 이해되고 있지만 일반적으로 태도란 환경으로부터의 자극에 대한 반응의 용의성(readiness to respond)를 의미한다.<sup>3)</sup> Steers(1987)는 태도의 형성요소를 믿음(belief)과 같은 인지적(cognition) 요소와 우의적(affective) 요소, 그리고 행동의도(behavioral intention)로 구분하였다<sup>4)</sup>. 이것은 Fishbein의 태도에 대한 정의로서, 환경으로부터의 자극에 대한 반응의 용의성인 행동용의를 의미한다. Fishbein은 개인의 행동의도는 개인의 신념, 환경의 자극에 대한 우의감, 자신의 주관적 규범(subjective norm), 자신이 지각하는 사회적 규범(social norm)으로부터 영향을 받는다고 설명하였다.

본 연구는 Fishbein과 Ajzen(1975)의 모델을 기본으로하여 경영자의 기업윤리적 행동요인을 설명하는 모형을 개발하였다. 우선 Fishbein과 Ajzen의 모형인 행동의도 모형(model of behavioral intention) 또는 합리적 행동이론은 학자들에 의해서 현재까지 많은 지지를 받고 있다. Fishbein은 사람의 행동을 개인의 행동의도(behavioral intention)와 설명할 수 없는 기타 개입 요인으로 나누어 파악하였다. 행동의도는 두가지 요인에 의해서 영향을 받는데 첫째는 행동에 대한 태도이고 둘째는 행동에 대한 주관적 규범이다.

이러한 행동에 대한 태도(ATT: attitude), 그리고 자기에게 중요한 주변사람들(예: 부모, 친구, 선생님 등)의 이러한 행동(예: 새치기를 안하는 것)에 대한 주관적 규범(SN: subjective norm)이 합쳐져서 행동의도(BI : behavioral intention)를 형성하게 된다. 그

2) Wine과 Napler (1992)의 "Toward an Understanding of Cross-Cultural Ethics : A Tentative Model," *Journal of Business Ethics*, 11(Nov)를 참조하십시오.

3) 태도(attitude)의 정의는 어떤 측면을 강조하느냐에 따라서 다를 수 있지만 전통적 견해로 태도는 인지적(belief) 요인과 감정적 요인과 행동적(behavior) 요인으로 구성되어 있다. 행동적 요인은 행동 경향성(behavioral tendency)과 행동 준비성(behavioral readiness)을 의미한다. 따라서 태도는 행동준비적인, 즉, 행동에 가장 영향을 주는 요소라고 볼 수 있다. 태도와 비슷하게 쓰이는 용어로 의견(opinion), 의식, 가치관(value system)이 있는데 이것은 태도의 인지적 면을 강조한 경우이다. 이에 대한 구체적 설명은 J. Gibson, J Ivancevich, J Donnelly의 "Organization, Behavior, Structure, Process," 4th ed (Business Publication, Inc., 1982), pp. 48 - 52를 참조하십시오.

4) R. Steers, *Introduction to Organizational Behavior*, 3rd ed. Scott Foresman and Co., 1987)

리고 행동의도에 의해 개인의 실제 행동(B: behavior)을 예측할 수 있다는 것이다. 이를 공식으로 표현하면 다음과 같다.

$$BI = W_1 * ATT + W_2 * SN$$

$$B = f(BI)$$

( $W_1$ 과  $W_2$ 는 각각 요인의 중요성에 대한 가중치이다.)

위의 두 식을 결합하면 다음과 같은 Fishbein과 Ajzen 모델이 된다.

$$B = f(ATT, SN) \quad (1)$$

즉 행동은 태도(또는 의식)과 사회적 규범에 의하여 영향을 받는다는 것이다. 그러나 태도와 행동간의 괴리가 생기는 경우가 많은데 이는 태도와 행동의 개념정의가 명확하지 않거나 측정이 정확하지 못하기 때문이지 태도와 행동 사이의 연관이 실제로 낮기 때문은 아니라고 Fishbein과 Ajzen은 주장하고 있다. 그들은 '기존의 연구들은 대상에 대한 태도를 측정하는 것으로, 이 대신에 행동에 대한 태도를 측정해서 태도와 행동의 연관성을 보아야 한다고 주장한다.

이와같이 태도 자체를 행동과의 관련성 속에서 파악하므로 태도로부터의 행동 예측력은 향상될 수밖에 없다. 또한 개인의 태도와 함께 규범요인을 또 하나의 중요한 변수로 파악한다. 이러한 규범은 자신에게 중요한 주변의 사람들이 자신의 행동을 어떻게 생각하는가에 대한 기대를 뜻한다. 또한 자신이 주변사람들의 의견을 어느 정도 따를 것인가에 대한 자신의 동기요인까지 첨가함으로써 행동에 대한 태도모형을 구체화시켰다.

태도(의식)와 행동 사이의 관계에 대하여 Achenbaum(1972)은 그의 연구에서 소비자를 대상으로 구매행동과 제품에 대한 태도를 살펴본 후, 태도가 행동에 영향을 미치는 것을 실증적으로 분석하였다.<sup>5)</sup> 상식적 견해에 따르면, 사람의 의식은 행동을 좌우한다. 즉, 사람은 어떤 의식을 갖고 이에 따라 행동한다. 환경오염은 나쁘다고 생각하고, 이에 대해서 무엇인가 해야 한다고 생각하고, 그래서 환경보호적인 행동을 취한다는 것이 일반적인 통념이다.<sup>6)</sup>

5) A. Achenbaum, "Advertizing Doesn't Manipulate Consumers", *Journal of Advertising Research*, 12, April 1972, pp. 3 - 13 을 참조.

6) 태도 및 행동에 관한 연구는 나온영(1994)의 '태도 및 태도 변화 연구의 최근 동향 : 1985 - 1984,' 한국심리학회지, 8, No 2, pp. 3 - 33 에 자세히 논의되어 있다.

### Ⅲ. 연구모형

#### 1. 기업윤리 행동모델

본 연구는 경영자의 기업윤리 의식과 기업윤리 행동의 상호관련성을 분석하는 것이다. 본 연구의 모델에서는 위에서 제시한 Fishbein과 Ajzen의 기본 모델을 기업윤리 문제에 응용 하되 윤리행동에서 행동과 의식이 일치하지 못하는 경우가 있음을 감안하여 다른 외생변수를 포함시켰다. 이러한 외생변수에는 환경변수 (E: environment)와 개인적 특성변수(P: personal characteristics)가 있다. 개인적 특성변수는 연령, 종교, 존경욕구, 경영자가 속한 기업규모와 같은 경영자 자신과 직접 관련된 변수이고 환경적변수는 산업 윤리환경으로 보았다. 기업의 윤리의식과 유행행동을 다음과 같은 변형된 Fishbein과 Ajzen모델로 표시 할 수 있다<sup>7)</sup>.

$$B = f(ATT, SN) + h(E, P) \quad (2)$$

변수들의 명칭들은 <보기 1>에 정리되어 있다.

#### <보기 1> 변형된 Fishbein과 Ajzen모델의 구성 변수

ATT: 태도 (attitude)
AW: 의식 (awareness)
SN: 사회적 규범 (social norms)
E: 환경 (environment)
P: 개인 특성 (personal characteristics)
B: 행동 (behavior)
BI: 행동 의도 (behavioral intention)

여기서 f()와 h()는 함수 관계를 나타낸다. 또한 태도(ATT)는 의식(AW: awareness)과

7) M. Fishbein and I. Ajzen, Understanding Attitude and Predicting Social Behavior. (Prentice Hall, 1980), p. 7.

M. J. Rosenberg and C. Z. Hoveland, "Attitude, Organization and Change." New Haven, Conn. Yale Univ. Press, 1960, p. 3. 이들 논문에서 태도의 구성요소를 인지적, 감정적, 행동적 요소로 구분하였다. 인지적 요소란 신념체계이며 감정적 요소란 선호체계이고 행동적 요소는 행동을 취할 가능성이나 의도를 나타낸다.

동언어로 간주하므로 우리는 식 (2)를 다음과 같이 표현할 수 있다.

$$B = f(AW, SN) + h(E, P) \quad (3)$$

식 (3)을 기업윤리라는 특정 상황에 적용하면 다음과 같은 최종식을 얻을 수 있다.

$$\begin{aligned} \text{기업윤리행동} &= f(\text{기업윤리의식}, \text{사회적규범}) \\ &+ h(\text{산업윤리환경}, \text{개인특성}) \end{aligned} \quad (4)$$

## 2. 윤리의식모델

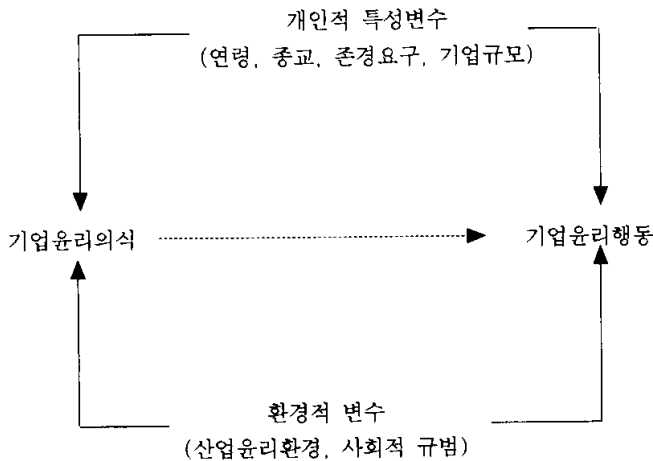
Wine과 Napler(1992)는 윤리적 의식/태도는 문화, 가족, 종교, 기업문화등 자신이 갖고 있는 교육과 생활의 경험을 통해 형성된다고 앞에서 언급한 바 있다. 본 연구에서는 이를 바탕으로 다음과 같은 기업윤리의식 모델을 형성하였다.

$$\text{기업윤리의식} = g(\text{사회적규범}, \text{산업윤리환경}, \text{개인특성}) \quad (5)$$

여기서  $g()$ 는 함수관계를 나타낸다.

식 (4)와 (5)를 도형으로 나타내면 다음과 같다.

〈그림1〉 기업윤리 의식과 행동 모형



개인적 특성변수는 연령, 종교, 존경욕구, 경영자가 속한 기업규모와 같은 경영자 자신과 직접 관련된 변수이고 환경적변수는 산업 윤리환경 및 사회적 규범과 같은 경영자 개인을 둘러싼 상황적 변수들을 의미한다. 이 모형은 우선적으로 Fishbein의 모델에서 제시한 행동에 영향을 미치는 두 요소 즉 기업인의 윤리의식과 사회적 규범을 포함하고 있다. Fishbein의 모델에서도 행동에 영향을 미치는 요소로서 위에서 제시한 변수 이외에 다른 개입요인 변수가 존재한다고 말하고 있다. 본 논문에서는 개입요인 변수로서 개인의 특성 변수(즉, 연령, 종교, 존경욕구, 경영자가 속한 기업의 규모)와 환경적 변수(즉, 산업윤리환경)를 지정하고 있다.

본 연구에서 제시한 모형은 앞장에서 설명한 다른 기존의 연구들을 종합한 다음과 같은 특성을 가진 모형이다. 첫째, 경영자의 기업윤리 의식은 경영자의 윤리적 행동에 영향을 미친다. 둘째, 다른 변수들(개인적 특성변수, 환경적 변수)은 경영자의 기업윤리의식과 기업윤리 행동에 동시에 영향을 미친다. 앞 절에서도 제시하였듯이 태도(의식)를 형성하는 요인으로서 인지적요인, 감정적요인, 행동적요인을 들 수 있는데 이러한 요인들은 개인의 특성변수 및 환경적변수의 영향을 받는 것은 지극히 당연하다.

개인의 의식과 행동은 그 개인을 구성하는 중요한 요소이다. 따라서 이런것들은 당연히 개인적 변수인 개인의 종교, 연령, 존경욕구 등에 영향을 받을 것으로 기대되며 개인을 둘러싼 사회적 요소인 환경적 변수의 영향을 받는 것은 지극히 당연하다. 개인을 사회적 존재로서 파악한다면 사회전체나 자신이 중요하다고 생각하는 다른사람들의 가치관이 영향을 미칠 것이다.

### 3. 가설의 설정

앞 절에서 제시한 모형에 따라 다음과 같은 가설을 설정할 수 있다.

H1: 기업윤리의식이 높은 경영자가 윤리적인 경영을 한다.

H2a: 경영자가 속해 있는 산업의 기업윤리 환경이 좋을수록 경영자는 윤리적인 경영을 한다.

H2b: 경영자가 속해 있는 산업의 기업윤리 환경이 좋을수록 경영자의 기업윤리 의식이 높다.

H3a: 사회적 규범을 중시하는 경영자가 윤리적 경영을 한다.

H3b: 사회적 규범을 중시하는 경영자의 기업윤리 의식이 높다.

H4a: 존경받기를 원하는 경영자가 윤리적 경영을 한다.

H4b: 존경받기를 원하는 경영자의 기업윤리 의식이 높다.

H5a: 규모가 큰 기업의 경영자가 윤리적인 경영을 한다.

H5b: 규모가 큰 기업의 경영자의 기업윤리 의식이 높다.

H6a: 나이가 많은 경영자일수록 윤리적인 경영을 한다.

H6b: 나이가 많은 경영자의 기업윤리 의식이 높다.

H7a: 종교를 가진 경영자가 그렇지 못한 경영자보다 더 윤리적인 경영을 한다.

H7b: 종교를 가진 경영자의 기업윤리 의식이 높다.

가설 H1은 Fishbein 및 일반적 견해로서 의식이 행동에 영향을 미친다는 가설을 검증하기 위한 것이다. 즉 기업윤리에 대한 의식이 높은 경영자일수록 윤리적인 경영을 할 것으로 기대가 되기 때문이다.

가설 H2a와 H2b는 산업의 기업윤리환경과 기업가의 윤리의식 및 행동간의 관계를 설정한 가설이다. 기업가가 속해있는 산업의 윤리적 수준이 기업가의 윤리적 의식과 행동에 영향을 미칠 것이다. 예를 들어 기업바리가 구조적으로 정착된 특정산업의 경우에 동종산업에 속해있는 경영자들의 윤리적 의식과 행동은 당연히 산업의 수준에 영향을 받을 것이다. 대부분의 기업들이 윤리적이면 하나의 기업도 윤리적인 행동을 함으로써 불이익을 당하지 아니하고, 대부분의 기업이 비윤리적일 경우에는 윤리적인 기업이 불이익을 당하기 때문에 특정 기업은 자신이 속한 산업의 윤리수준에 따를 것이 기대된다. 이러한 상황을 죄수의 딜레마 (prisoners' dilemma)라고 게임이론에서 말하고 있다. 마찬가지로 사람들이 윤리적이면 한 개인도 윤리적이기 쉬우며 사회가 비윤리적이면 한 개인도 비윤리적이기 쉽기 때문이다.

H3a과 H3b는 Fishbein의 모형에서 제시된 주관적 규범으로 나타나는 사회적 규범이 경영자의 의식과 행동에 영향을 미치는 가설을 검증하기 위한 가설이다. Fishbein이 설정한 주관적 규범이란 첫째는 규범적 신념이며 이것은 다른 사람이 내가 어떻게 행동해야 한다고 기대할 것으로 믿는 정도이고, 둘째는 순응동기인데 이것은 다른사람의 기대에 순응하려는 정도이다. 즉 사회적 규범을 중시하는 경영자는 높은 윤리의식을 소유하고 높은 윤리적 행동을 할 것으로 기대가 될 것이다.



위에 제시한 변수들은 환경적 변수와 의식과 행동간의 관계를 검증하기 위한 가설이었으며 앞으로 제시하는 가설들은 개인적 특성변수와 의식과 행동간의 관계를 설명하려는 것이다.

H4a와 H4b는 존경받고 싶어하는 욕구와 윤리의식과 행동간의 관계를 검증하기 위한 가설이다. 우선 존경받고 싶어하는 욕구는 Maslow의 욕구단계에서도 상위위치를 점하는 욕구로서 경영자들은 일반적으로 조직체의 상위계층이므로 고차원적 욕구에 대한 선호가 존재한다. 따라서 존경받고 싶어하는 욕구(estem need)는 경영자의 의식과 행동에 상당한 영향을 미칠 것으로 기대된다. 즉 경영자의 존경욕구가 높을수록 경영자의 기업윤리 의식과 행동은 높은 수준으로 나타날 것이다.

H5a와 H5b는 규모가 큰 기업의 경영자가 작은 기업의 경영자보다 윤리적인 의식을 소유하고 윤리적인 행동을 하는가를 검증하는 가설이다. 우선 경영자가 속해 있는 기업의 규모는 경영자의 개인적 특성변수로 파악을 하였다. 기업의 규모가 클수록 기업과 관련된 이해관계자가 증가하므로 경영자는 감시(monitoring)를 더욱 받게 됨에 따라 자신의 의식과 행동이 영향을 받게 된다. 또한 기업의 규모가 큰 기업일수록 상장기업일 가능성도 높아지며 각종 공시제도 및 정보공시의 요구가 높아짐에 따라 투명하고 공정한 거래행동이 요구된다. 기업의 규모가 큰 기업일수록 사회적인 영향력이 증가되고 사회적기대가 커짐에 따라 경영자는 사회적규범에 따르도록 기대된다. 기업의 위험적 측면에서도 대기업의 비윤리적 행동은 정경유착 및 재벌기업의 등장으로 말미암아 대기업에게 더욱 불리하게 작용하여 사회전반적으로 반기업심리를 초래하여 기업을 일시에 위기상황까지 갈 위험에 다다르게 된다.

H6a와 H6b는 연령이 기업윤리 의식과 행동에 미치는 영향을 검증하기 위한 가설이다. 한국과 같은 유교문화권에서 연장자에 관한 개념은 사회적으로 매우 중요하다. 따라서 연장자에 대한 사회적 기대와 자신의 주관적 기대는 그 자신의 의식과 행동에 영향을 미칠 것이라고 추측이 된다. 즉 연장자인 경영자는 연소자들보다 좀 더 기업윤리 의식과 행동이 높을 것이라고 기대가 될 것이다.

H7a와 H7b는 종교가 기업윤리 의식과 행동에 미치는 영향에 대한 가설이다. 종교란 일반적으로 개인의 강력한 신념체계(belief system)이다. 종교는 Gibson의(1982), Rosenberg와 Hoveland(1960)의 논문에서도 제시하였듯이 의식과 행동에 영향을 미치는 가치관 또는 신념체계로서 작용을 할 것이다. 따라서 종교를 가진 경영자가 그렇지 않은 자보다 윤리적 의식과 행동을 할 것으로 기대가 된다.

## IV. 조사방법

### 1. 변수의 설정

설문대상은 대기업과 중소기업의 최고경영자이다. 중소기업의 경우 대부분의 응답자가 소유 경영자이며 대기업의 경우 대표이사, 전무, 상무들로 응답자가 구성된다. 약 900 개의 설문지를 서울대학교, 성균관대학교, 세종대학교, 연세대학교, 한양대학교에 다니는 최고경영자 과정 수강생들에게 배포하여 191개의 사용 가능한 설문지를 회수하여서 21.2%의 응답률을 보이고 있다.

사용 가능한 설문지의 수는 191개이나 척도개발 과정을 거치고 분석기법에 따라서 실제 분석에 사용된 표본수는 약 120개였다. 우리는 실증조사를 통하여 앞에서 제시한 가설들을 검증하려고 하였다. 위와 같은 가설들을 검증하기 위해 다음과 같은 변수들을 설정하였다.

윤리적 기업행동: 기업경영에 있어서 윤리적 행동은 비윤리적 행동이 없는 것으로 본 연구에서는 가정한다. 비윤리적 행동은 <표1>과 같은 사항들로 구성되는데 이러한 사항을 경험한 기업은 비윤리적인 행동을 한 것으로 간주한다. 윤리적행동 변수는 다음과 같은 식으로 표시된다.

$$\text{윤리적행동} = \text{상수} - (\text{비윤리적행동 총건수}).$$

이 척도의 신뢰도 계수 (즉 Cronbach Alpha) 값은 0.85로 일반적으로 사회과학에서 요구하는 신뢰도를 충족하고 있다.<sup>8)</sup>

<표 1> 비윤리적 기업행동의 유형

열악한 작업환경, 불량품 제조, 노사관계문제, 공해방지시설 미흡, 부동산 투기, 정치자금의 제공, 과대허위광고, 부당해고, 임금체불, 장애인고용 기피, 변칙적인 가격인상, 여성인력에 대한 고용 차별, 폐수 무단 방출, 산업재해에 대한 부적절한 보상, 외국인 노동자에 대한 부당행위, 출신지역에 따른 고용 차별, 매연/분진/소음 공해 유발, 정실인사, 차명 및 비실명제, 부당한 내부자 거래, 저임금, 불공정한 하도급 거래, 경쟁사 기술 도용, 대기업의 중소기업 영역 침해, 가족중심의 폐쇄적 경영체제, 탈세, 무자료 거래, 정부의 특혜, 뇌물 수수, 공급유용, 주식의 내부자거래, 해외 고가차품 수입, 외국 상표 도용, 개인 사채 이용, 주식의 위장 분산

8) Nunnally, J.C.(1978), *Psychometric Theory*, 2nd ed., (New York: McGraw-Hill)을 참조하시오.

기업윤리 의식: 기업윤리 의식은 한국에서 기업인이 정직하게 경영하거나 법대로 경영하면 손해본다는 의식이 얼마나 강한가를 측정하고 있다. 이러한 의식이 적을수록 기업윤리 의식이 높은 것으로 간주된다. 즉, 기업윤리 의식은 다음과 같은 식에 의해 표시된다.

$$\begin{aligned} \text{기업윤리의식} &= \text{상수} - \text{법대로 경영하면 손해본다} \\ &\quad - \text{정직하게 경영하면 손해본다.} \end{aligned}$$

이 척도의 신뢰도 역시 0.81의 높은 수치이다.

산업윤리상황: 산업윤리상황은 경영자가 처해 있는 산업의 윤리 풍토를 측정하는 변수이다. 이 척도는 <표1>에 제시된 사항들과 같은데 산업에서 이러한 비윤리적행위가 심각할수록 산업윤리상황은 나쁘다고 볼 수 있다. 이 척도는 다음 식으로 표현된다.

$$\text{산업윤리상황} = \text{상수} - (\text{각 항목별 비윤리적 행동의 심각성})$$

이 척도의 신뢰도는 0.94의 높은 수치이다.

존경욕구: 개인의 특성변수로 존경 받고 싶어하는 욕구를 직설적으로 질문하여 구하였다.

인구통계적 개인 특성 변수: 인구통계적 변수로는 연령, 기업규모, 종교의 유무에 대한 단일 변수를 사용하였다.

사회적규범: 사회적규범 척도는 한국사회에서 사업의 성공을 위해서 정직하게 경영을 해야 한다는 항목과 정직하게 경영을 하면 고객으로부터 인정을 받게 된다는 항목으로 구성되어 있다. 이 척도는 다소 낮은 0.44의 신뢰도를 보이고 있다.

## 2. 분석결과

분석은 크게 두 부분으로 나누어진다. 첫번째 분석은 경영자의 기업윤리 행동에 관한 가설이고 다른 하나는 경영자의 기업윤리 의식에 관한 가설이다. 경영자의 기업윤리 행동에 대한 가설을 검증하기 위하여 다음과 같은 회귀식을 추정하였다.

$$\begin{aligned} \text{기업윤리 행동} &= a + b1^*(\text{기업윤리의식}) + b2^*(\text{산업윤리환경}) \\ &+ b3^*(\text{사회적 규범}) + b4^*(\text{존경욕구}) + b5^*(\text{기업규모}) \\ &+ b6^*(\text{연령}) + b7^*(\text{종교}) \end{aligned}$$

분석결과는 다음 <표2>와 같다. <표2>에 의하면 기업윤리 의식이 강한 사람이 윤리적 행동을 한다는 결과를 보여 주므로 의식이 행동에 영향을 미친다는 Fishbein의 모델에 부합된다는 것을 볼 수 있다.

그러나 의식이 행동에 반영되는 과정에 매개 변수의 역할로 산업윤리 상황이 있을 것이다. 즉 경영자에게 직접적인 영향을 미치는 산업윤리 상황이 좋으면 윤리적인 행동을 하며 산업윤리 상황이 좋지 않을 때 자신만 윤리적으로 행동하면 상대적으로 손해를 보기 때문에 윤리적으로 행동을 하지 않는 죄수의 딜레마에 빠진다고 여러 학자들이 주장하고 있다. 위 결과에서는 산업윤리 상황이 좋을 수록 경영자는 윤리적인 행동을 하는 것으로 나타나므로 죄수의 딜레마 이론을 간접적으로 지지하고 있다.

<표 2> 기업윤리행동의 결정변수

가설	변수	계수	t-값	채택/기각	유의수준 (단측검증)
H1	기업윤리의식	0.659	1.733	채택	0.05
H2a	산업윤리환경	0.031	1.402	채택	0.10
H3a	사회적 규범	0.173	0.375	기각	
H4a	존경욕구	0.905	1.298	채택	0.10
H5a	기업규모	0.459	1.797	채택	0.05
H6a	연령	0.499	0.558	기각	
H7a	종교	-0.711	-0.543	기각	

결정계수 (R-squared) = 0.375

(위에서 제시된 t-값은 양측 검증에 해당되나 가설을 채택/기각하는 기준은 효과의 방향에 대한 가설이 존재하므로 단측검증으로 하였다.)

사회적 규범은 기업윤리 행동에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 그리고 개인 특성 변수로서 존경욕구는 윤리적 행동을 유발하는 것으로 나타났다. 연령 및 종교는 윤리적 행동에 영향을 미치지 못하고 있다. 마지막으로 기업규모는 기업윤리행동에 영향을 미치는데 규모가 큰 기업일수록 윤리적 행동을 하는 것으로 나타났다.

전체적인 모델의 적합도는 결정계수가 0.375로 이론의 가설 검증을 위한 모델로서는 설명도가 높은 편이다. 기업윤리 행동을 위의 모델로 설명할 수 없는 부분은 아마 개인적인 상황 변수에 의해 설명이 될 수 있을 것이며 이에 대한 추후 연구가 요망된다.

다음에는 기업윤리 의식에 관한 가설들의 검증을 위하여 다음과 같은 회귀식을 추정하였다.

$$\begin{aligned} \text{기업윤리의식} = & a' + b1'*(\text{산업윤리환경}) + b2'*(\text{사회적 규범}) \\ & + b3'*(\text{존경욕구}) + b4'*(\text{기업규모}) \\ & + b5'*(\text{연령}) + b6'*(\text{종교}) \end{aligned}$$

분석결과는 다음 <표3>과 같다. <표3>에서 산업윤리 환경은 기업윤리 의식에 영향을 미치는 것으로 나타난다. 이 변수는 기업윤리 행동에도 영향을 미치는 중요한 변수로 경영자는 환경에 의해 많은 영향을 받는데 기업윤리에 관해서도 예외는 아니라는 것을 보여 주고 있다.

사회적 규범과 연령은 윤리의식에 영향을 미치지만 앞에서 보았듯이 윤리행동에는 직접적인 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 연령변수가 높을수록 윤리의식이 강하다고 나타났으며, 경영인이 속한 사회에 대한 규범을 강하게 느끼는 경영자일수록 기업윤리의식이 강한 것으로 나타났다.

기업규모는 기업윤리 의식에 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 큰 기업일수록 윤리적인 행동을 하는 원인이 윤리의식에서 유래하기 보다는 리스크를 회피하려는 행동에서 온다는 해석을 지지하고 있다.

종교는 윤리행동에서와 마찬가지로 기업윤리 의식에도 영향을 미치지 못하고 있다. 마지막으로 존경욕구는 기업윤리 의식에 정의 영향을 미치리라는 가설과는 달리 부의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

<표 3> 기업윤리의식의 결정변수

가설	변수	계수	t-값	채택/기각	유의수준 (단측검증)
H2b	산업윤리환경	0.015	3.116	채택	0.00
H3b	사회적 규범	0.536	5.343	채택	0.00
H4b	존경욕구	-0.324	-1.961	기각	(반대효과가 유의함 0.05)
H5b	기업규모	-0.010	-0.167	기각	
H6b	연령	0.367	1.704	채택	0.05
H7b	종교	-0.280	-0.870	기각	

결정계수(R-squared) = 0.538

(위에서 제시된 t-값은 양측 검증에 해당되나 가설을 채택/기각하는 기준은 효과의 방향에 대한 가설이 존재하므로 단측검증으로 하였다.)

모델의 전체적인 설명력은 결정계수가 0.538로 높은 편이다. 이외에 경영인의 윤리의식에 영향을 미치는 변수들은 아마 개인의 경험, 가정 교육과 같은 변수가 있을 것인데 이들에 대한 추후 연구가 요망된다.

## V. 결론 및 시사점

본연구의 분석결과에 의하면 경영자의 윤리의식이 윤리행동과 연관성이 있는 것으로 나타나 있다. 그러나 윤리행동은 윤리의식 변수만으로는 설명이 부족하므로 다른 변수들 특히 산업의 윤리상황에 의하여 영향을 받는 것으로 나타나 윤리행동과 윤리의식간에 갭(gap)이 존재하고 있음을 시사한다.

전반적으로 기업윤리 의식에 영향을 미치는 변수는 산업의 윤리적 상황, 사회적 규범에 대한 경영자의 인식, 연령 등으로 나타나 있다. 기업윤리 행동에 영향을 미치는 변수는 기업윤리 의식, 산업의 윤리상황, 사회적 존경에 대한 경영자의 욕구, 기업의 규모 등으로 나타나 있다.

산업의 윤리적 풍토에 대해 부정적인 인식을 가지고 있는 경영자일수록 윤리적 경영에 대하여 부정적인 인식을 가지고 있다. 즉 상황이 비윤리적이기 때문에 윤리적으로 행동하면 손해를 본다는 의식을 가지고 있다. 윤리적 행동의 측면에서도 산업의 윤리풍토가 좋을수록 윤리적 행동을 하는 것으로 나타나 있다. 따라서 경영자의 윤리의식과 행동은 산업풍토에 영향을 받고 있음을 알 수 있으며 이는 한국기업의 윤리상황이 전형적인 죄수의 딜레마에 빠져 있음을 시사하고 있다. 따라서 경영자의 윤리적 행동을 촉진시키기 위해서는 산업전반적인 윤리적 상황의 개선이 필요함을 알 수 있다. 이는 정부의 감시 기능이나 제도적 장치 그리고 언론과 시민단체의 비판 기능이 개별 기업의 윤리적 행동에 초점을 맞추기에 앞서 업계 전반의 풍토개선을 유도하는 방향으로 발전되는 것이 중요하다는 점을 시사하고 있다.

사회적 규범을 중시하는 경영자가 상대적으로 기업윤리 의식이 높다. 따라서 사회적 규범에 대한 인식과 윤리의식은 밀접한 연관성이 있음을 알 수 있다. 그러나 사회적 규범이 윤리적 행동과는 연관성이 없는 것으로 나타나 있어서 사회적 규범에 대해서 인식하고는 있지만 이를 행동에 반영하는 데는 상당한 어려움이 있음을 알 수 있다. 한국사회가 가지고 있는 윤

리적 딜레마의 원인이 의식과 행동의 이중성에 있다는 일반적 인식이 반영된 결과라 볼 수 있다.

개인적 특성면에서 연령이 높은 경영자가 연령이 낮은 경영자에 비해 윤리의식이 높은 것으로 나타나 있다. 이는 일반적으로 연령이 높을 수록 윤리적인 의식이 높으리라는 사회적 통념과 일치된 결과라고 볼 수 있다. 그러나 연령과 윤리적 행동은 연관성이 낮은 것으로 나타나 있어 연령 기준으로 윤리의식과 행동의 차이가 있음을 알 수 있다. 개인의 가치관 측면에서 사회적 존경에 대한 가치를 중시하는 경영자가 윤리적 행동을 하고 있는 것으로 나타나 있음을 알 수 있다. 이는 사회적 존경욕구가 타인의 평판을 의식하기 때문에 윤리적 행동을 하고 있는 것으로 나타나고 있음을 알 수 있다.

또한 규모가 큰 기업의 경영자가 규모가 작은 기업의 경영자보다 윤리적 행동을 하고 있는 것으로 나타나 있다. 이는 기업의 규모가 클 수록 다양한 이해관계자에 대한 고려가 높아지며 사회적 평판을 의식하기 때문에 나타난 결과로 보인다.

그러나 종교는 윤리의식과 행동의 양면에 전혀 영향을 미치지 못하고 있는 것으로 나타난 점이 특이할 만하다. 일반적으로 종교는 인간의 윤리적 의식이나 행동과 밀접한 연관이 있는 것으로 인식되고 있는 것과는 상반된 결과이다. 이는 명목적인 종교활동과 경영인의 윤리의식 및 행동과는 연관성이 없으며, 보다 심층적인 종교관이나 종교와 연관된 개인의 가치관에 대한 측정을 할 수 없는 데서 나타난 결과로 보인다.

향후 보다 심도있는 연구를 위해서는 면접조사 또는 사례연구등을 통해 보다 다양한 접근을 시도하는 것이 필요하리라 본다. 또한 학문적 관심 차원이 아닌 현실적으로 한국 기업계의 윤리풍토를 개선하기 위한 대안을 마련하는 데도 우리는 노력을 경주해야 할 것이다.

## 참 고 문 헌

### 1) 국내자료

김원수 (1995), '경영윤리론', 서울대학교 출판부

신유근 (1986), '기업과 사회', 경문사

신유근, 한정화 (1991), '한국기업의 사회참여활동', 전국경제인 연합회

안동규 외 (1994), '한국경영자의 윤리의식 조사 및 윤리적 경영풍토 조성을 위한 연구', 공보처 연구보고서

한국경영학회 (1992) '한국의 기업윤리', 세경사

## 2) 국외자료

- Ajzen, I. & M. Fishbein (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, (Englewood Cliffs: Prentice-Hall)
- Ajzen, I. & M. Fishbein (1973), 'Attitudinal and Normative Variables as Predictors of Specific Behaviors,' *Journal of Personality and Social Psychology*, 27: pp. 41 - 57.
- Beauchamp, T. J., and N. E. Bowie eds.,(1988), *Ethical Theory and Business*, 3rd eds. (Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall).
- Becker, H. & D. Fritzsche (1987), 'A Comparison of the Ethical Behavior of American, French and German Managers,' *California Journal of World Business*, pp. 87-95.
- Donaldson, T., *Corporation and Morality* (Prentice-Hall, 1982).
- Fishbein, M. (1973), 'Attitudinal and Normative Variables as Predictors of Specific Behaviors', *Journal of Personality and Social Psychology*, 27, No. 1.
- Harvey, B.(1991), *Market Morality and Company Size* (London: Kluwer Academic Publishers)
- Hunt, S. D. & S. J. Vittel (1986), 'A General Theory of Marketing Ethics,' *Journal of Marketing Management*, 6, Spring.
- King, J.(1988), 'Prisoner's Paradoxes,' *Journal of Business Ethics*, Vol. 7.
- Koslowski, P. (1991), *Ethics in Economics, Business and Economic Policy* (London: Springer-verlag).
- Stead, W. E., D. L. Worrell, & J. G. Stead (1990), 'An Integrative Model for Understanding and Managing Ethical Behavior in Business Organization,' *Journal of Business Ethics*: pp. 233-242.
- Trevino, L. K. (1986), 'Ethical Decision Making in Organizations: A Person-Situation Model', *Academy of Management Review*: pp. 601 - 617.
- Tyson, T.(1992), 'Does Believing that Everyone Else is Less Ethical Have an Impact on Work Behavior', *Journal of Business Ethics*, 11, Sep. 1992.