

윤리경영제도가 구성원의 조직기반자공심에 미치는 영향 : CEO의 기업가정신과 자기초월가치의 조절효과¹⁾

장홀²⁾·명순영³⁾·유규창⁴⁾

기존 문헌들은 윤리경영제도가 다양한 조직의 변수에 영향을 준다는 것을 밝혀왔다. 그러나 윤리경영제도의 시행은 최고 경영자의 실천의지가 중요하다. 조직 내 제도의 구성과 이행은 최고 경영자의 정신과 가치가 반영되어 있기 때문에 이러한 요인들이 조직 내 제도 이행에 큰 영향을 주기 때문이다. 본 연구에서는 윤리경영제도와 구성원의 조직기반자공심 간의 관계에서 최고 경영자의 기업가정신과 자기초월가치가 어떻게 영향을 미치는지 살펴보고자 한다.

이를 위해 본 연구는 국내 주요 기업 100곳의 최고 경영자와 인사담당자, 조직 구성원을 대상으로 설문조사를 실시하여 연구 분석을 진행하였다. 실증분석 결과 윤리경영제도와 조직구성원의 조직기반자공심간에 유의미한 관계가 있음을 분석하였고, 최고 경영자의 기업가정신이 윤리경영제도와 조직기반자공심간의 관계를 유의미하게 조절하는 것으로 나타났다. 본 연구는 위의 분석 결과를 바탕으로 이론적, 실무적 시사점을 제시하였다.

핵심어 : 윤리경영제도, CEO, 기업가정신, 자기초월가치, 조직기반자공심

* 논문투고일: 2018년 11월 12일 논문수정완료일: 2018년 12월 24일 논문게재확정일: 2018년 12월 26일

1) 본 논문은 2016년 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2016S1A5A2A01024504)

2) 한양대학교 경영대학 박사과정, jhur208@gmail.com, 주저자

3) 한양대학교 경영대학 박사수료, msy730916@naver.com, 공동저자

4) 한양대학교 경영대학 교수, hr@hanyang.ac.kr, 교신저자

I. 서론

기업 성과를 향상시키기 위한 최고 경영자층 및 임원진의 의사결정도 중요하지만, 윤리적인 기업 운영이 현대 조직에 중요한 이슈로 부각되고 있다. 특히, 기업의 경영활동에 부정적인 영향을 미치는 수많은 요인이 복합적으로 이슈화되고 있다. 예를 들어 최근에 발생한 분식회계, 최고 경영자 및 임원진의 폭행 및 성추행 사건, 제품 보안 문제 등을 언급할 수 있다. 최근 몇 년간 이런 문제들이 우리나라에서 계속해서 이슈화되고 있고 사회적 영향뿐만 아니라 조직 내부에도 큰 영향을 주고 있다. 즉, 과거에 이러한 이슈들이 발생하면 사회적(혹은 외부 환경)으로 대처하는 논의들이 많이 있었지만, 최근에는 조직 내부 구성원들(혹은 조직 내부 환경)에게 미치는 영향에 대한 논의가 이루어지고 있다.

경영에서 윤리에 대한 인식은 분식회계 사건으로 유명한 미국의 엔론사의 이슈를 통해서 시작되었다(Weiss, 2006). 이는 기업의 이익 극대화를 위한 경영자의 문제뿐만 아니라 사회적으로 팽배해있던 이윤추구 문화에 커다란 이슈를 제시한 것이다. 조직의 비윤리적 행위에 대한 논의가 확산이 되면서 조직의 윤리풍토, 윤리적 리더십과 직무몰입, 조직시민 행동(OCB), 사회적 책임 등과의 관계에 대한 연구가 많이 진행되어오고 있다(김영복·최만기, 2011; 한진환, 2011). 또한, 제도가 개인 구성원에게 미치는 영향을 살펴보면 윤리경영을 위한 최고 경영자의 실천 의지, 조직의 윤리경영제도와 윤리풍토는 구성원의 조직몰입에 정(+의 영향을 주는 것으로 나타났다(이태식·함상우, 2009; 박계홍·송광영, 2005; 김찬중·조준희, 2011; Jaramillo et al., 2006). 하지만 조직의 제도를 통해 얻을 수 있는 집단적 자긍심에 미치는 영향을 본 연구는 부족한 실정이다. 좀 더 구체적으로 조직 내에서 개인의 자긍심에 영향을 미치는 요인으로 윤리풍토(Babin, Boles & Robin, 2000), 상사 혹은 최고 경영자의 윤리적 리더십(Brown & Trevino, 2006; Viswesvaran et al., 1998) 등과 같은 조직 내 분위기 혹은 인간 관계적 측면에서 연구가 진행되어 왔다. 따라서 구성원의 집단적 환경에서 구성원의 조직기반자긍심이 어떻게 나타나는지 살펴볼 필요가 있으며, 개인 수준에서 구성원의 자긍심이 아닌 집단 수준에서 분석을 진행해 볼 필요가 있다. 본 연구의 목적은 윤리경영제도가 구성원이 조직으로부터 인식하고 있는 자긍심에 미치는 영향에 대해 좀 더 살펴보고자 한다.

조직 내 제도의 구성과 이행은 최고 경영자의 정신과 가치가 반영되어 있으며(Rokeach, 1973; O'Reilly & Chatman, 1986), 조직의 윤리경영제도 시행은 최고 경영자의 실천 의지가 중요하며(Weaver et al., 1999; Jaramillo et al., 2006). 따라서 본 연구에서는 조직의 제도가 구성원에게 미치는 영향을 살펴보고, 조직 내 제도의 시행에 영향을 미치는 최고 경영자의 기업가정신과 자기초월가치를 활용하여 윤리경영제도와 구성원 간의 관계에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

최고 경영자의 기업가정신과 가치에 관한 연구를 살펴보면 Hambrick & Mason(1984)은

조직의 불확실한 환경 속에서 경영자의 제한된 합리성이 성과에 미치는 영향을 분석했다. 최고경영자의 나이, 경력, 출신, 교육 수준 등 인구통계학적 특성뿐만 아니라 심리적인 요인, 리더십이나 가치관은 조직 내 다양한 수준으로 전파된다는 연구(Waldman & Yammarino, 1999)도 진행됐다.

가치는 조직문화의 중요한 구성요소로 구성원 의사결정이나 행동 양식에 관여할 뿐만 아니라 개인의 정서적 반응이나 행동에 영향을 준다(Rokeach 1973; O'Reilly & Chatman, 1986; Rousseau, 1990). 최고경영자는 자신의 가치관에 따라 기업 이념과 문화를 만들고 경영활동에서 전략적 의사 결정을 내리기 때문에 최고경영자의 가치가 조직성과에 끼치는 영향은 클 수밖에 없다(Agle, Mitchell, & Sonnenfeld, 1999). 따라서 최고 경영자의 경영 운영의 의사결정과 내재되어 있는 가치는 제도가 구성원에 미치는 영향을 더 크게 만들 수 있을 것으로 판단된다.

선행연구 검토를 바탕으로 본 연구의 목적은 첫 번째로 기업의 윤리경영제도가 구성원의 조직기반자극심에 미치는 영향을 살펴보는 것이다. 두 번째는 최고 경영자의 기업가정신과 가치가 윤리경영제도와 구성원의 조직기반자극심간의 관계에 영향을 미치는 것을 살펴보고자 한다.

II. 이론적 배경 및 연구 가설

1. 윤리경영제도

윤리라는 개념은 철학적으로 다루어졌지만 1961년 Baumhart의 연구를 기반으로 조직이라는 요소에 접목되기 시작하였다. Baumhart(1961)은 조직의 이해관계자들과 관련된 의사 결정 가운데 옳고 그른 것과 관련된 것이며 그 과정 및 결과와 연결된 것으로 윤리경영을 정의하고 있다. 윤리경영의 정의를 살펴보면 Donaldson et al.(1983)은 윤리경영을 기업 운영에 있어 가져야 하는 최소한의 기준으로 정의하고 있으며, Buchholtz & Carroll(2012)는 조직의 경영활동 속에서 발생하는 운영제도와 관련된 도덕성과 공정성으로 윤리경영을 정의하고 있다. 윤리경영의 정의를 바탕으로 윤리경영제도를 살펴본다면 기업의 경제적인 이윤 창출을 위해 필요한 의사결정 및 운영 가운데 균형점을 제시하는 것으로 볼 수 있다(Aguilar, 1994; 장훈·유규창, 2015). 윤리경영과 윤리경영 제도에 관한 선행연구를 바탕으로 본 연구에서 윤리경영제도를 기업의 이윤 창출을 위한 의사결정에 있어 불법적이거나 사회의 통념에 반하는 것이 아니라 법규 준수, 사회적 바람직성 등을 고려한 의사결정을 할 수 있는 기준 및 제도로 살펴보고자 한다. 또한, 이러한 기준 및 제도가 얼마나 활발하게 활용되고 있는지를 통해서 조직 구성원에게 어떻게 영향일 미치고 있는지를 알아보고

자 한다.

조직의 윤리경영제도가 효율적이고 효과적으로 운영되기 위한 세 가지 요소를 살펴볼 수 있다. 첫 번째로 최고 경영자의 실천 의지이다(이종영, 2014; Weaver et al., 1999; Jaramillo et al., 2006), 두 번째로 윤리강령(Reynolds & Bowie, 2004), 마지막으로 윤리경영 프로그램(Trevino & Weaver, 2001; Ferrell et al., 2014)을 볼 수 있다. 세 가지 요소들과 관련된 선행연구를 살펴보면 Schminke, Ambrose & Neubaum(2005)은 리더와 구성원의 도덕 수준이 일치할 때 조직몰입과 직무만족 간의 정(+)적인 관계가 있다는 것을 분석하였고, 이직의도와는 부(-)적인 관계가 있음을 분석하였다. 허갑수·변상우(2006)은 윤리경영제도의 운영이 조직시민행동에 정(+의 영향을 주는 것을 나타내었고, 조직과 상사에 대한 신뢰가 윤리경영제도와 조직시민행동간의 관계를 정(+적으로 조절하는 것을 분석하였다. 한진환(2011)은 조직의 윤리적 제도 활용과 윤리적 문화는 조직신뢰에 정(+의 영향을 주고, 조직신뢰는 조직시민행동에 유의한 영향을 주는 것으로 분석하였다. Weaver, Trevino & Cochran(1999)는 최고 경영자가 준법 가이드라인을 인식하는 것이 조직 내 윤리경영 프로그램의 범위와 정(+적인 관계가 있다는 것을 분석하였고, 기업의 비윤리적 행위에 대한 미디어의 관심이 윤리경영 프로그램의 범위와 정(+적인 관계가 있음을 분석하였다. Westphal(1999)는 최고 경영자와 최고 경영자의 활동을 감시하는 이사진간(혹은 컴플라이언스 기구)의 관계가 높으면 이사진의 감시활동은 약화되지만 최고 경영자에 대한 조건활동을 많이 하는 것을 보여주었다.

2. 윤리경영제도와 조직기반자긍심

자긍심이란 각 개인이 자신 스스로에 대한 평가를 통해서 이를 인정하는 정도로 볼 수 있다(Pierce et al., 1989). Korman(1970)은 자긍심을 위계적이고 다양한 측면을 가지고 있는 것으로서 분석하였다. 또한, Gardner & Pierce(1998)은 자긍심을 포괄적 자긍심(Global self-esteem), 역할 기반 자긍심(Role specific self-esteem), 과업 기반 자긍심(Task specific self-esteem), 조직기반자긍심(Organizational based self-esteem)과 같이 네 가지 유형으로 구분을 하였다.

Pierce et al.(1989)은 조직기반자긍심을 각 개인이 조직에 소속되어 있는 구성원으로서 자신을 인식하는 것을 말하며 이는 개인에게 부여된 역할을 통해 자신들의 욕구를 충족시키는 것으로서 정의하고 있다. Gardner & Pierce(1998)의 연구에서 조직기반자긍심을 조직 내에서 자신 스스로가 다른 구성원으로부터 가치 있음을 느끼는 것으로 말하고 있으며 개인이 과업을 수행하는데 필요한 능력에 대한 개인의 적합성을 느끼는 것으로 정의하고 있다. 선행연구를 바탕으로 본 연구에서 조직기반자긍심을 조직 내 환경으로부터 개인 구성원이 가치 있는 것으로 지각하는 것으로 정의한다.

조직기반자공심의 선행연구를 살펴보면 상사의 리더십, 상사 혹은 팀원으로부터 지원 등이 조직기반자공심에 영향을 미치는 것으로 나타났다(Pierce & Gardner, 2004). 또한 개인이 수행하는 직무와 역할이 개인의 조직기반자공심에 영향을 줄 수 있다고 분석을 하였다. 이러한 것은 개인의 외부적 환경이 변하게 될 경우 개인이 가지고 있는 조직기반자공심이 변할 수 있다는 의미로 볼 수 있다(Pierce et al., 1989). 좀 더 구체적으로 조직 구성원들이 조직 내에서 가치가 있다고 인식하는 있는 개인이나 조직과 사회적 관계를 맺고 있을 때 그러한 부분에 자부심을 가지고 자신을 긍정적으로 인식함으로써 자공심이 높아질 수 있다(정회근·심덕섭·김민정, 2013). 조직기반자공심의 영향에 관한 연구를 살펴보면 조직 내 다른 구성원들과의 긍정적 관계 구축, 직무 몰입과 정(+)적인 관계가 있는 것으로 나타났다(Aryee et al., 2003). 또한, 조직시민행동과 정(+)적인 관계가 있는 것으로 나타났다(Tang & Ibrahim, 1998).

선행연구들을 정리해서 살펴보면 개인 구성원들의 조직기반자공심을 높이기 위해서는 인정받을 수 있는 환경을 제공하거나 개인 스스로가 자신에 대한 평가를 하기보다는 조직 내 다른 구성원과의 긍정적인 관계를 통한 평가를 받을 수 있는 것이 필요하다. 이러한 환경이 구성되기 위해서는 기본적으로 조직 내 공정성과 가치를 말할 수 있는 조직문화, 조직풍토 혹은 조직 내 제도 운용이 기반 되어야 한다.

기업의 윤리경영제도는 조직 구성원의 인식과 행동에 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 좀 더 구체적으로 기업에서 시행하고 있는 윤리경영제도는 개인 구성원들의 윤리적 개념 인식을 증가시키고, 이러한 인식은 구성원들이 윤리적인 행동을 하는데 영향을 주는 것으로 나타났다(Barnett & Vaicy, 2000; Trevino et al., 1998). 또한, 조직 구성원들은 조직에서 어떠한 윤리적인 대우 혹은 리더의 윤리적 행동을 경험하게 되면 자신의 조직에 대해 긍정적인 감정을 가지게 되고 자신들이 일하는 환경에 대해 자부심을 느낀다고 말하고 있다(Jaramillo et al., 2006). 그리고 조직 구성원들이 조직의 윤리경영제도 혹은 윤리 프로그램을 준수할 때 비윤리적 행동이 감소하고, 기업의 비윤리적 행위를 보고하는 행동을 취함으로써 조직이 발전하는데 기여한다(Trevino & Weaver, 2001). 즉, 조직에서 시행하고 있는 윤리경영제도는 조직 구성원들의 행동에 기준을 제시하는 것뿐만 아니라 그러한 제도를 바르게 시행하고 있는 조직에 대한 자공심에도 긍정적인 영향을 준다.

또한, 윤리경영제도와 조직기반자공심간의 관계는 사회 정체성이론(Social identity theory)과 인지일관성이론(Cognitive consistency theory)을 통해서 설명할 수 있을 것이다. 사회 정체성 이론은 개인 구성원이 어떠한 사회적 집단으로부터 소속되어 있음을 인식하고 자신에게 부여된 가치와 정서적인 정체성을 말한다(Tajfel, 1978). 각 개인이 소속되어 있는 조직을 바탕으로 정체성을 가지게 된다면 자신과 조직을 동일하게 인식하고, 이러한 동일감과 소속감을 바탕으로 형성된 인식은 개인의 중요성보다는 조직의 중요성이 강조되어 외부 조직과 소속되어 있는 자신의 조직을 차별하여 인식한다(Kelman, 1961; Tajfel &

Turner, 1979). 장용성·조대환(2015)은 조직 내에서 개인이 가지고 있는 정체성은 조직기반자긍심에 긍정적인 영향을 미치고 개인의 조직 정체성이 크면 클수록 조직기반자긍심이 높게 나타나는 것으로 분석하였다.

인지일관성 이론에 따르면 각 개인들은 자신의 행동 및 태도 등을 외부 환경과 일치시키고자 하며 그에 맞는 행동을 한다(Korman, 1970). 이는 각 개인이 처한 환경이 어떠한지에 따라 구성원의 행동이 변화될 수 있는 것으로 볼 수 있으며, 구성원의 행동에 기준이 될 수 있는 윤리적 환경(혹은 제도)을 제공할 경우 구성원들은 그에 맞는 행동으로 연결시킬 것이다. Deshpande et al.(1993)의 연구에서 윤리적인 조직일수록 조직 구성원은 자신의 조직에 대해 자부심을 가지고 개인이 수행하는 과업에 대해 만족함을 나타낸다고 분석하였다. Pierce et al.(1989)는 조직이 시행하고 있는 제도, 제도를 시행하는 과정의 절차 등이 조직 구성원이 조직에 대한 자긍심을 가지는데 영향을 준다고 하였다.

앞에서 제시한 이론적 근거와 선행연구를 바탕으로 본 연구는 윤리경영제도가 조직 구성원의 조직기반자긍심과 정(+)의 관계에 있을 것으로 예측한다. 따라서 다음과 같은 가설을 제시한다.

가설 1. 윤리경영제도는 조직기반자긍심과 정(+)적인 관계가 있을 것이다.

3. 기업가정신

기업가라는 영어 단어 Entrepreneur는 ‘어떤 일이나 거래, 공장 혹은 건축물 등의 성공을 책임지다’라는 의미를 가지고 있는 불어동사 ‘entreprendre’로부터 파생된 단어다. Cantilloin, Beaudreau, Jean-Baptiste는 기업가를 ‘실패할 위험을 감수하고 일을 추진하는 인물’로 정의(Barringer, 1995)하고 있으며, 신사업을 창출하기 위한 제품과 공정의 혁신 그리고 시장개발을 하는 활동Zahra(1991), 최고 경영자의 리더십과 팀워크, 조직창출, 기회인식, 혁신, 위험 감수를 통한 가치를 창출하는 것으로 정의하고 있다(McMullen & Shepherd, 2006). 선행연구를 바탕으로 기업가정신의 정의를 종합적으로 살펴보면 최고 경영자의 개인적인 성향 혹은 특질로서 정의, 기업가정신의 과정(process)과 결과에 초점을 맞춘 정의, 최고 경영자의 행동(activities)에 초점을 맞춘 정의 등으로 다양하게 구분하고 있다(Dant & Kaufmann, 1998; Kao, 1993).

또한, 최고경영자의 기업가정신 구성요인은 연구자 간 일치된 정의를 찾기 어렵지만, 일반적으로 Miller(1983)과 Covin & Slevin(1988)이 정리한 ‘혁신성(Innovativeness)’, ‘진취성(Proactiveness)’, ‘위험감수성(Risk-Taking)’을 활용하여 연구를 진행해 오고 있다.

기업가정신의 구성요인의 첫 번째로 말하는 혁신성은 Schumpeter(1934)가 처음 도입한 개념으로 기업가정신의 근간이자 대표적인 속성으로 인정받는다. 혁신은 ‘일상을 벗어나

창조적 파괴로 새로운 결합을 이끌어내는 활동'으로 정의된다. 기업가는 이를 토대로 제품과 서비스, 생산 기술 개발과 향상을 추구한다. Hisrich(1990)은 혁신의 독창적 수준에 따라 비약적 혁신, 기술적 혁신, 일상적 혁신으로 구분하였다.

두 번째로 진취성은 '기업이 시장기회를 선점하거나 시장에서 주도적인 위치를 차지하려는 의지를 보이며 경쟁업체에 대해 직접적이고 강도 높은 수준으로 도전하는 자세'로 정의된다(Lumpkin & Dess, 1996). 진취적인 기업가는 신제품 개발을 위해 더 공세적으로 경쟁하며, 불확실성이 높은 경우에도 기회를 찾으려 시도한다. 진취적인 기업은 경쟁사보다 더 공격적인 성향을 나타내는 것을 분석하였다(Covin & Slevin, 1991).

마지막으로 기업가정신 구성요인으로서의 위험감수성은 1730년 Cantillon이 기업가를 '자신의 자본으로 위험을 감수하며 무역을 하는 사람'으로 정의를 내리면서 구성요인으로 받아들여지고 있다(Covin & Slevin, 1991). 위험감수성은 단순히 위험을 즐기는 것이 아니라 위험이 있지만, 기회에 더 가치를 두는 속성에 초점을 맞춘다. 다시 말해 불확실성이 있는 상황에서 기회를 포착해내고, 위험을 무릅쓰고 의사결정을 내리는 경향이다(Covin & Slevin, 1991). 위험감수성이 높은 경영자는 위험이 있더라도 새롭고 도전적인 일을 좋아하고 환경변화에 대응하며, 수익이 높은 사업을 선호하는 특징을 보인다. 다른 구성요인으로 자율성이나 경쟁적 공격성(Lumpkin & Dess, 1996), 집중성(Mintzberg, 1989), 변화활동(Zahra, 1993) 등을 다루고 있지만, 최근의 선행연구를 살펴보면 <표 1>에서 보는 바와 같이 혁신성과 진취성, 위험감수성으로 집약하고, 다른 속성들을 큰 범주에서 3가지 구성요소에 포함시키고 있다. 본 연구도 Miller(1983)과 Covin & Slevin(1988)의 제시한 기업가정신의 3가지 구성요소를 바탕으로 연구를 진행하고자 한다.

기업가정신에 대한 연구를 살펴보면 기업가의 자본 조달, 창업기업 경영, 기업가 네트워크 및 사회적 자본, 여성 기업가 및 소수 인종, 이민자에 의한 창업, 가족기업, 프렌차이즈, 사내 기업가정신, 사회적 기업가정신, 국제 기업가정신, 기업가 윤리, 기업가정신 교육 등의 다양한 주제에 걸쳐 연구가 진행되었다(Reader and Watkins, 2006; Schildt, Zahra, & Sillanpaa, 2006; 김영환·양태용, 2013). 기업가정신의 연구 흐름을 살펴보면 보면 개인수준이자 조직수준으로 해석될 수 있는 최고경영자의 기업가정신에 대한 연구가 여전히 활발한 가운데, 사내 기업가정신 등 조직원 단위 연구로 확장해오고 있다.

<표 1> 기업가정신 구성요인

항 목	개념 정의
혁신성	새로운 제품과 서비스, 프로세스 개발을 목표로 실험과 창조적 프로세스를 통해 새로운 일을 기꺼이 도전하려는 자세
진취성	미래 수요의 예측에서 기회를 찾는 통찰력
위험감수성	예측 가능한 결과의 지식 없이 실행하는 의사결정

출처: Lumpkin & Dess(1996)를 재정리.

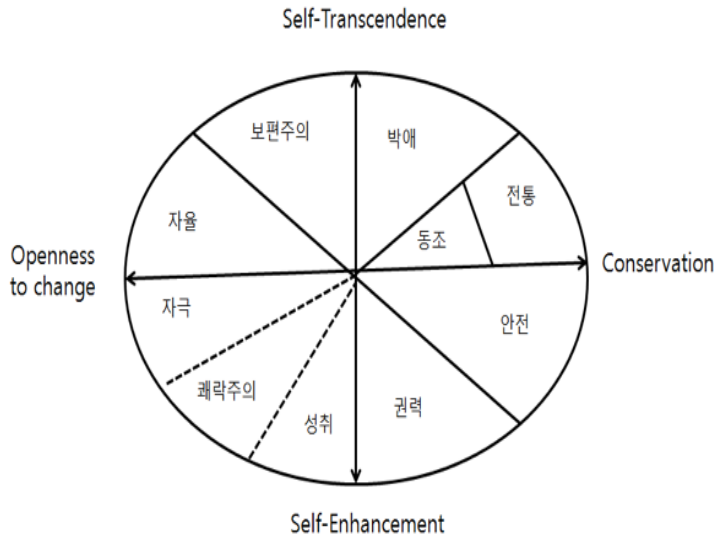
4. 자기초월가치

가치(Value)는 인간 행동 연구에서 중요한 변인으로 다뤄져 왔다. 가치(Value)는 바람직한 행동을 일으키는 수단이나 목표로 정의된다(Rokeach, 1973; Rohan, 2000). Rokeach(1973)는 가치를 어떤 특정 행동방식(mode of conduct)이나 존재목적(end-state of existence)이 개인적 혹은 사회적으로 더 바람직하다고 여기는 지속적인 신념으로 정의 내렸다. 가치는 행동을 유발하는 요인이라는 점에서 태도나 정서, 동기 개념과 비슷하면서도 상위 수준의 평가준거로 인식된다(Kluckhohn, 1951).

본 연구는 Schwartz(1992)가 Rokeach의 가치에 대한 정의를 바탕으로 제시한 가치이론을 활용하여 최고 경영자의 자기초월가치를 살펴보고자 한다. 가치이론이란 개인은 각각의 상대적인 중요도에 따라 가치 우선 체계를 형성하는 것으로 보고 있으며, 이는 다양한 문화권에서 57개 대표적인 가치들을 측정한 뒤 유사성 구조분석(SSA: Similarity Structure Analysis)을 통해 모든 사회에서 보편적으로 적용할 수 있는 10개의 핵심 가치영역을 담은 '삶의 가치모델'을 통해서 볼 수 있다(Schwartz, 1992).

10개의 핵심 가치유형은 4개의 상위 가치차원(변화에 대한 개방, 보수주의, 자기증진가치, 자기초월가치)을 구성한다. 구체적으로 살펴보면 변화에 대한 개방(Openness to change)은 변화에 호의적이며 능동적인 성향을 말하며, 보수주의(Conservation)는 기존 것을 보존하고 유지하려는 성향이다. 자기증진가치(Self-Enhancement)는 개인의 권력과 성취 지향 가치를 의미하며, 자기초월가치(Self-Transcendence)는 자신 스스로에 대한 이익보다 인류의 복지와 행복을 더 중요하게 생각하는 것을 말한다.

'변화에 대한 개방과 보수주의'의 관점을 통해서 살펴보면 자극(Stimulation)과 자율(Self-direction)은 동조(Conformity), 전통(Tradition), 안전(Security)의 가치 유형과 대립된다. '자기증진 대 자기초월' 차원에 따르면 권력(Power)과 성취(Achievement), 쾌락주의(Hedonism) 유형은 보편주의(Universalism)와 박애(Benevolence) 가치 유형과 대조를 이룬다. 10가지 가치유형의 분류를 살펴보면 <그림 1>과 같다. 본 연구는 Rokeach의 4가지 분류 중 최고 경영자의 자기초월가치(Self-Transcendence)가 제도와 연결되어 구성원에게 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다. 최고 경영자의 자기초월가치는 기업가정신에서 다루고 있지 못하는 최고 경영자의 성향을 보완해서 설명해 줄 수 있을 것으로 판단된다.



출처: Schwartz & Bilsky(1990)

<그림 1> 가치유형의 분류

최고 경영자의 기업가정신과 가치에 관한 선행연구를 살펴보면 개인수준에서 최고 경영자의 고유한 심리적 특성으로 분류하여 연구를 진행하였고(Sexton & Bowman, 1986), 조직수준에서 말하는 최고 경영자의 기업가정신은 조직 구성원, 팀, 부서 등을 포괄하는 조직문화로 인식하여 분석하고 있다(Miller, 1983). 경영자의 가치는 사업의 본질, 경영방식, 조직의 사회적 역할 등에 관한 최고 경영자의 명시적 혹은 암묵적인 신념을 말하고 있으며(Beer et al., 1984), 조직의 경영활동은 최고 경영자의 가치가 많은 부분에서 반영되기 때문에 조직 운영 전반에 미치는 영향은 크다고 분석하고 있다(Hambrick & Mason, 1984). 이를 바탕으로 구성원의 조직몰입, 직무만족, 조직성과 등에 미치는 영향에 대한 연구는 많이 진행되어 오고 있다(Barrick et al., 2015; Lumpkin & Dess, 1996). 하지만 최고 경영자의 기업가정신과 자기초월가치가 조직 구성원의 행동 혹은 자긍심에 영향을 주는 연구는 많이 부족한 실정이다.

앞의 선행연구들을 정리해서 살펴보면 기업가정신과 자기초월가치는 최고 경영자가 조직을 운영하면서 필요한 기본적인 근간으로 볼 수 있다. 그에 맞게 조직은 시장에서 위험성을 감수하거나 안정적인 운영을 하게 되는 등 의사결정 및 최고 경영자의 행동에서 확인 할 수 있는 것이다. 또한, 최고 경영자의 행동이나 의사결정에 기준이 되는 것은 조직의 윤리경영체도를 말할 수 있다. 좀 더 구체적으로 윤리경영체도는 외부 환경 변화와 의사결정에 있어서 의미와 방향성을 제시(Reichers & Schneider, 1990)하기 때문에 최고 경영자의 기업가정신과 자기초월가치간의 긍정적인 관계를 나타낼 것으로 판단된다.

최고 경영자의 기업가정신 및 자기초월가치가 윤리경영제도와 연결은 가치 일치성을 통해서 살펴 볼 수 있다. 가치 일치성(Value congruence)은 소속되어 있는 조직을 다른 조직과 구분할 수 있는 특징으로 볼 수 있다(Hunt et al., 1989). Jansen & Glinow(1985)는 각각의 조직은 자신들의 조직에 맞는 다양한 가치를 가지고 있지만 그 다양한 가치의 기본은 윤리적인 가치라는 것을 설명하였다. 이와 더불어 윤리적인 가치를 제도화하고 이행하는데 중요한 것은 조직의 최고 경영자의 실천의지이다(Jaramillo et al., 2006). 즉, 조직의 윤리경영제도 이행에 대해서 최고 경영자의 실천의지가 있다는 것은 경영자의 기업가정신과 가치가 윤리적 제도를 구성하고 시행함에 있어서 일치성을 나타내는 것으로 볼 수 있다.

Ghiselli(1968)은 최고 경영자의 가치관과 조직 효과성은 높은 상관관계가 있는 것을 분석하였으며, 자기초월가치 중 조직의 공공의 선을 중요하게 고려하고 있는 최고 경영자는 조직이 가지고 있는 윤리경영제도와 더 강한 관계를 나타낼 것으로 볼 수 있다. 이는 조직 내 구성원에게 미치는 조직제도의 영향을 더 증대시킬 수 있을 것이다. 이에 따라 본 연구자는 연구를 진행하기 위해 다음과 같은 가설을 가정한다.

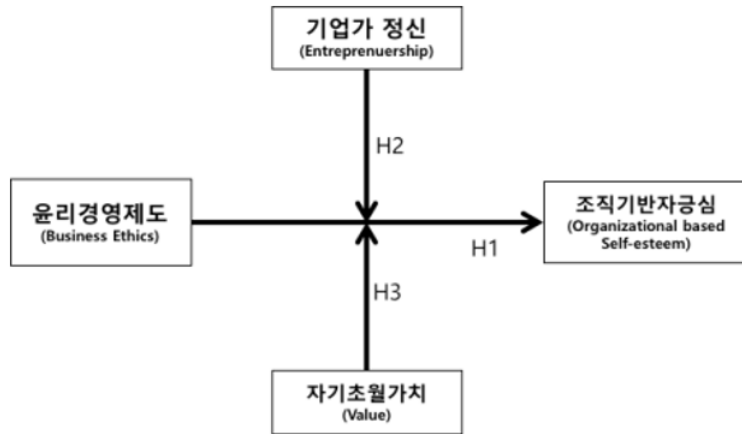
가설 2. 윤리경영제도와 조직기반자긍심의 관계에서 기업가정신이 정(+)적으로 조절할 것이다.

가설 3. 윤리경영제도와 조직기반자긍심의 관계에서 자기초월가치가 정(+)적으로 조절할 것이다.

III. 연구모형 및 연구방법

1. 연구모형

앞에서 제시한 연구가설들을 바탕으로 연구모형을 제시하면 <그림 2>와 같다. 독립변수인 윤리경영제도가 종속변수인 조직기반자긍심에 정(+)의 영향을 미치고, 최고 경영자의 기업가정신과 자기초월가치가 윤리경영제도와 조직기반자긍심의 관계를 정(+)적으로 조절하는 것을 나타내었다.



<그림 2> 연구모형

2. 표본 및 자료수집

본 연구의 실증분석을 진행하기 위해 우리나라 중·소기업, 중견기업 그리고 대기업 100 곳을 대상으로 CEO, 인사담당자 그리고 조직구성원에게 설문 조사를 진행하였다. 설문 조사 기간은 2018년 1월부터 3월까지 2개월간 진행을 하였으며, 총 1,400부의 설문지를 배포 후 불성실한(중심화, 관대화, 혹은 엄격화) 응답을 제외하고 총 1,382명의 응답지를 최종분석에 활용하였다. 연구 분석을 진행하기 위해 공동 연구자의 인적 네트워크를 활용하였고, 최고 경영자 선정 및 인터뷰 후 해당 기업의 인사팀과 조직 구성원을 무작위로 선정하여 설문 조사를 진행하였다. 또한, 본 연구는 조직수준에서 연구를 진행했기 때문에 연구분석 대상은 총 100개 기업이다.

연구에 응답한 기업들의 특성을 살펴보면 금융업(36%)이 가장 많았으며 서비스업(29%), 제조업(18%), 정보통신업(5%) 순으로 나타났다. 기업 규모를 살펴보면 100인 미만 기업이 40%로 가장 많았고, 500인 이상의 기업이 36%, 100인에서 500인 사이의 기업이 24%로 나타났다.

3. 측정도구

연구에 사용된 변수 중 인구통계학적 특성을 나타내는 통제변수를 제외한 독립, 조절, 종속 변수들은 Likert식 5점 척도를 사용해 측정했다(1=전혀그렇지 않다, 3=보통이다, 5=매우 그렇다).

(1) 윤리경영제도

윤리경영제도는 Weiss(2006)의 측정도구를 사용하였으며, 각 기업의 인사담당자를 대상으로 설문조사를 진행하였다. 윤리경영제도의 측정 문항을 살펴보면 다음과 같다. “우리 회사는 윤리교육을 통해 회사 내의 윤리적 행위 표준과 행동절차에 대해 조직 구성원들에게 잘 전달하고 있다.”, “우리 회사는 업무 매뉴얼 및 관련 서류 등에 윤리적 행위에 관해 언급하고 있다.”, “우리 회사는 조직 구성원이 윤리적 표준에 따라 행동할 수 있는 방안을 지속적으로 개선하고 있다.” 등을 포함하고 있는 12개의 문항으로 측정을 하였다.

(2) 조직기반자긍심

조직기반자긍심은 각 기업의 개인 구성원들을 대상으로 설문조사를 진행하였으며, Pierce, Gardner, Cummings & Dunham(1989)이 개발한 측정도구를 사용하였다. 조직기반자긍심에 대한 측정 문항을 살펴보면 “나는 우리 회사에서 중요한 사람이다.”, “나는 우리 회사에서 업무나 그 외의 상황에서도 핵심적인 존재이다.”, “우리 회사는 나의 능력을 믿고 있다.” 등을 포함하는 10개의 문항으로 조사를 진행하였다.

(3) 기업가정신

최고 경영자의 기업가정신은 Barringer & Bluedorn(1999)이 개발한 측정도구를 사용하여 최고 경영자를 대상으로 12개 항목을 측정했다. 기업가정신의 12개 항목에 의해 계산된 평균의 값은 기업정신 단일차원을 나타내며 값이 클수록 기업 기업가정신이 높은 것으로 판단한다. 각 문항은 다음과 같은 항목으로 구성이 되어 있다. “우리 회사는 R&D나 기술적 선도, 혁신을 강조한다.”, “경영 불확실성에 직면했을 때 잠재력을 최대한 이용하는 데 답하고 적극적인 자세를 취한다.” 등을 포함한다.

(4) 자기초월가치

자기초월가치에 대한 측정은 Lindeman & Verkasalo(2005)의 문항을 활용하여 최고 경영자를 대상으로 15개 항목을 측정하였다. 측정문항의 구성을 살펴보면 “불의를 바로 잡고 약한 사람들을 돌보는 등의 사회정의가 중요하다.”, “생각이나 행동이 어느 한쪽으로 치우치지 않는 것이 중요하다.”, “생각의 차이를 인정하고 다른 사람들의 생각을 존중하는 것이 중요하다.” 등이 있다.

IV. 분석결과

1. 요인분석 및 타당성 검증

본 연구에서 활용한 측정도구에 대한 타당도를 확인하기 위하여 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)을 실시하였다. 탐색적 요인분석은 베리맥스회전을 실시하였고, 주성분 분석을 통해서 진행하였다. 연구 분석을 위해 최종적으로 분류된 요인들을 살펴보면 가장 낮게 나타난 .679이고, 모두 그 이상의 요인 적재값을 나타내고 있다. 요인분석을 통해서 적재값이 .40 이하와 중첩되는 항목은 제거하였으며 이에 따른 결과를 살펴보면 윤리경영제도는 12개 항목 중 11개 항목, 조직기반자긍심은 10개 항목 중 8개 항목, 기업가정신은 12개 항목 중 6개 항목, 자기초월가치는 15개 항목 중 8개 항목으로 추출되었다.

각 변수의 신뢰도를 살펴보면 윤리경영제도는 .967, 조직기반자긍심은 .935, 기업가정신은 .858, 자기초월가치는 .894로 나타나 전체적으로 높은 신뢰성이 있음을 알 수 있다. 요인분석과 신뢰도 검증 결과는 아래의 <표 2>에서 확인할 수 있다. 또한, 본 연구가 조직수준으로 분석이 가능한지 살펴보기 위해서 구성원들에게 측정된 조직기반자긍심에 대한 rwg 값을 살펴보았다. rwg란 구성원들 간에 변수에 대한 측정값의 일치성을 나타낸다. James et al.(1984)의 연구를 바탕으로 rwg값이 0과 1사이에서 나타나야 하고 0.7 이상의 조건을 충족하면 개인수준에서 측정된 변수들의 값을 조직수준으로 병합하여 활용할 수 있음을 확인하였다. 본 연구의 조직기반자긍심의 rwg값은 0.937로 나타나 조직수준의 분석에서 활용 할 수 있음을 확인하였다.

2. 상관관계 분석

본 연구에서 분석하고자 하는 윤리경영제도, 조직기반자긍심, CEO의 기업가정신 및 자기초월가치의 상관관계를 살펴보면 유의미한 상관관계가 없는 것으로 나타났다. 본 연구의 독립변수인 윤리경영과 각 변수간의 관계성을 살펴보면 윤리경영제도와 조직기반자긍심은 $r=.1614$, 윤리경영제도와 기업가정신은 $r=.165$, 윤리경영제도와 자기초월가치는 $r=.109$ 로 나타났다. 다음의 <표 3>은 변수의 기초통계 및 상관관계 분석 결과를 나타내고 있다.

<표 2> 요인분석 및 신뢰도 결과

변수명	요인1	요인2	요인3	요인4	Conbach' a
윤리경영제도	.755	.023	.053	.065	.967
	.847	-.001	.180	.079	
	.910	.025	.087	.088	
	.894	.036	.001	.133	
	.848	.001	-.048	.032	
	.869	.052	.108	.092	
	.861	.034	.009	-.078	
	.908	.011	.017	.056	
	.874	.005	-.043	.221	
	.862	-.017	.037	.070	
조직기반 자공심	.868	.031	.033	.136	.935
	.016	.877	.037	-.008	
	.000	.894	.054	-.012	
	-.021	.838	.001	.014	
	.016	.872	.007	-.056	
	.018	.844	.033	-.058	
	.017	.783	.039	-.010	
기업가정신	.023	.830	.047	-.004	.858
	.072	.679	-.008	.068	
	.027	.003	.037	.755	
	.058	-.022	.228	.638	
	.179	.041	.013	.727	
	.235	-.005	.016	.801	
자기초월가치	.062	-.037	-.050	.830	.894
	.055	-.031	.133	.769	
	-.036	-.003	.747	.070	
	.020	-.015	.688	.035	
	.075	.003	.723	-.101	
	.072	.027	.744	-.049	
	.035	.029	.714	.170	
	.090	.045	.874	.059	
Eigenvalue	.009	.061	.784	.264	
	.046	.067	.770	.025	
설명 분산	8.843	5.586	4.681	3.192	
	26.798	16.972	14.184	9.674	

<표 3> 기초통계 및 상관관계 분석 결과

구분	M	SD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. 산업01	.360	.482	-										
2. 산업02	.290	.456	-.479**	-									
3. 산업03	.180	.386	-.351**	-.299**	-								
4. 산업04	.050	.219	-.172	-.147	-.107	-							
5. 규모01	.400	.492	-.017	.423**	-.329**	-.187	-						
6. 규모02	.140	.349	-.183	-.060	.261**	-.093	-.329**	-					
7. 규모03	.100	.302	-.042	-.213*	.191	.229*	-.272**	-.134	-				
8. 규모04	.360	.482	.175	-.342**	.028	.115	-.612**	-.303**	-.250	-			
9. 윤리경영제도	3.959	.903	.363**	-.374**	-.047	.140	-.363**	-.014	-.089	.436**	-		
10. 기업가정신	4.118	.523	-.076	-.108	.205*	.210*	-.247*	.063	.051	.175	.165	-	
11. 자기초월가치	4.036	.538	.021	.057	-.035	-.052	.007	.014	-.068	.025	.109	.192	-
12. 조직기반자긍심	3.442	.282	-.020	-.086	.026	.064	.055	-.030	.095	-.094	.164	-.030	.133

주: *p < .05, **p < .01

산업01=금융업, 산업02=서비스업, 산업03=제조업, 산업04=정보통신업, 규모01=100인미만, 규모02=100인-300인미만, 규모03=300인-500인미만, 규모04=500인 이상

3. 가설의 검증

(1) 윤리경영제도와 조직기반자긍심간의 관계에 대한 검증

본 연구의 가설을 검증하기 위해서 위계적 회귀분석을 실시하였다. 위계적 회귀분석은 3 단계의 과정을 통해서 가설을 검증하였고, 첫 번째는 윤리경영제도와 조직기반자긍심간의 관계(모형 1), 두 번째는 조절변수로 활용한 기업가정신과 자기초월가치(모형 2), 마지막 세 번째로 연구의 조절효과인 상호작용(모형 3)을 검증하였다.

본 연구의 가설 1은 윤리경영제도가 구성원의 조직기반자긍심과 정(+)의 관계가 있을 것으로 예측하였다. <표 4>의 모형 1과 모형 4의 결과를 보면 윤리경영제도와 조직기반자긍심간의 관계가 .091(p<0.05) 수준에서 정(+)의 관계가 있음을 보여주고 있다.

<표 4> 윤리경영제도 및 기업가정신의 상호작용에 대한 회귀분석 결과

변수	조직기반자긍심			변수	조직기반자긍심		
	모형1	모형2	모형3		모형1	모형2	모형3
상수	3.613	3.605	3.594	상수	3.613	3.613	3.606
산업01	-.127	-.124	-.119	산업01	-.127	-.127	-.123
산업02	-.123	-.118	-.115	산업02	-.123	-.130	-.119
산업03	-.045	-.034	-.031	산업03	-.045	-.044	-.045
산업04	-.038	-.023	-.030	산업04	-.038	-.030	-.006
규모01	-.098	-.097	-.086	규모01	-.098	-.099	-.104
규모02	.009	.009	.016	규모02	.009	.010	-.008
규모03	-.148	-.147	-.142	규모03	-.148	-.151	-.160
노조	-.024	-.019	-.029	노조	-.024	-.019	-.010
윤리경영제도	.091*	.092*	.104**	윤리경영제도	.091*	.085*	.084*
기업가정신		-.022	-.026	자기초월가치		.064	.045
윤리경영제도* 기업가정신			.098†	윤리경영제도* 자기초월가치			.064
R ²	.097	.099	.126	R ²	.097	.112	.121
Adjusted R ²	.007	-.003	.017	Adjusted R ²	.007	.012	.011
F변화량	.390	.682	.099	F변화량	.390	.224	.343

주: † p < .1, *p < .05. ** p < .01

산업01=금융업, 산업02=서비스업, 산업03=제조업, 산업04=정보통신업, 규모01=100인 미만, 규모02=100인-300인 미만, 규모03=300인-500인 미만, 규모04=500인 이상

(2) 윤리경영제도와 조직기반자긍심간의 관계에 대한 기업가정신의 조절효과 검증

가설 2는 윤리경영제도와 조직기반자긍심간의 관계에 있어 최고 경영자의 기업가정신의 조절효과를 살펴보기 위한 것이다. 기업가정신의 조절효과는 위의 <표 4>의 모형 3에서 확인할 수 있다. 윤리경영제도와 기업가정신의 상호작용의 값을 보면 .098로 나타났으며 p < .1 수준에서 정(+)적으로 유의미한 조절효과를 나타내고 있다. 일반적으로 통계분석에서 p < .1 수준은 유의하지 않은 것으로 판단하지만 연구자의 관점에 따라서 유의수준으로 인식한다. 본 연구자는 통계적 분석에 대한 부분을 선행연구의 결과를 활용하여 p < .1 수준에서 유의미한 것으로 판단하였다(Snell & Youndt, 1995; 류두원 외, 2012). 따라서 가설 2는 채택된 것을 알 수 있다. 하지만, 모형 6에서 살펴 볼 수 있는 최고 경영자의 자기초월가치의 조절효과는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이에 따라 가설 3은 기각이 된 것을 알 수 있다. 가설 2와 가설 3에 대한 분석 결과를 종합적으로 볼 때 기업가정신의 조절효과 유의수준이 약하긴 하지만 윤리경영제도와 자기초월가치간의 상호작용보다 유의한 것

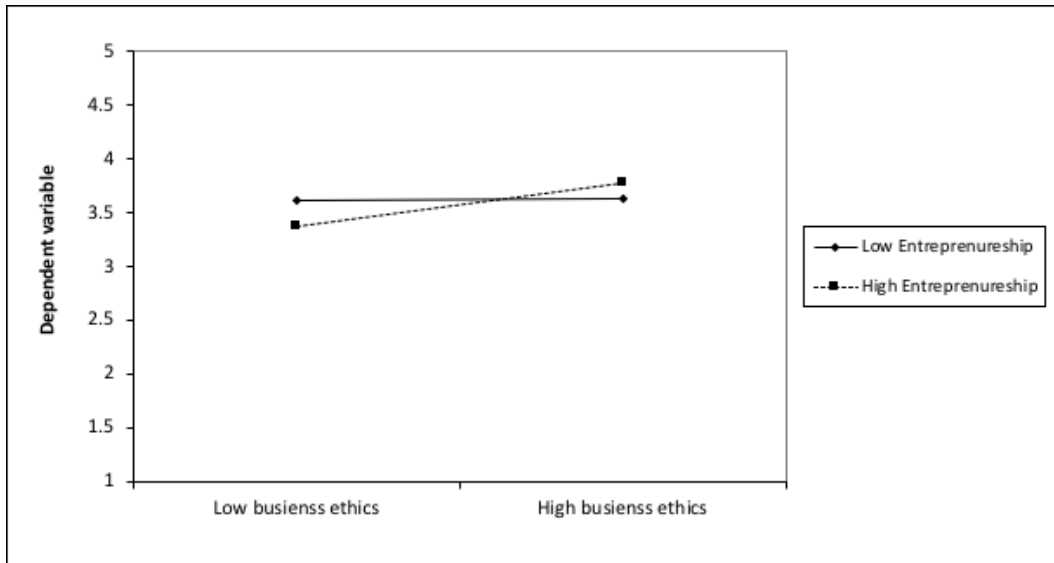
으로 나타났다.

(3) 윤리경영제도와 기업가정신의 상호작용 그래프

기업가정신의 조절효과를 구체적으로 알아보기 위해서 상호작용 그래프를 통한 분석을 실시하였다. 상호작용 그래프는 아래의 <그림 2>를 통해서 알 수 있다.

최고 경영자의 기업가정신이 높을 때 윤리경영제도의 활용이 강해질수록 구성원의 조직기반자극심이 더 크게 증가하고 있음을 알 수 있다. 이에 반해 최고 경영자의 기업가정신이 낮은 조직은 윤리경영제도의 활용 수준이 어떠한지 간에 구성원의 조직기반자극심의 수준이 거의 변하지 않는 것을 확인할 수 있다. 즉, 기업가정신이 높은 조직이 기업가정신이 낮은 조직보다 윤리경영제도의 활용의 영향이 더 큰 것을 알 수 있다.

<그림 2> 윤리경영제도와 기업가정신의 상호작용 그래프



V. 결 론

1. 논의 및 시사점

본 연구는 조직수준에서 윤리경영제도와 구성원의 조직기반자긍심간의 관계를 먼저 살펴보고, 최고 경영자의 기업가정신과 자기초월가치의 조절효과를 실증 분석하였다. 분석 결과를 종합해서 살펴보면 <표 5>에서 볼 수 있다.

본 연구에서 주효과로 검증하고자 한 윤리경영제도와 조직기반자긍심간의 관계가 정(+)적으로 유의미한 것을 알 수 있었다. 또한, 최고 경영자의 기업가정신과 자기초월가치가 윤리경영제도와 조직기반자긍심간의 관계를 정(+)적으로 조절할 것으로 예측하였으나 기업가정신만이 정(+)적인 조절효과가 있는 것을 확인하였다.

<표 5> 연구 가설 검증 결과

가설	내용	검증결과
가설 1	윤리경영제도는 조직기반자긍심과 정(+)의 관계가 있을 것이다.	채택
가설 2	윤리경영제도와 조직기반자긍심의 관계에서 기업가정신이 정(+)적으로 조절할 것이다.	채택
가설 3	윤리경영제도와 조직기반자긍심의 관계에서 자기초월가치가 정(+)적으로 조절할 것이다.	기각

본 연구의 결과를 바탕으로 좀 더 구체적으로 논의를 살펴본다면 다음과 같다. 첫 번째로 윤리경영제도는 구성원이 조직을 통해서 느끼는 자긍심에 긍정적인 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 이는 조직의 제도의 활용이 얼마나 구체적으로 실행되는지에 따라 구성원에게 미치는 영향이 크다는 것을 알 수 있다. 또한, 조직이 얼마나 윤리적으로 행동하고자 하는지에 대한 기대가 있는 것으로도 볼 수 있다. 제도와 구성원간의 상호작용을 통해서 구성원들은 공정성과 바람직성을 공유하고 조직에 대한 자부심으로 연결이 되는 것으로 판단된다.

두 번째로 조직 내에서 의사결정 및 행동의 기준이 될 수 있는 제도와 최고 경영자의 가치의 관계는 최고 경영자의 가치가 조직 내에서 어떻게 영향을 미치고 있는지 구체적으로 분석해 볼 필요가 있다. 윤리경영제도는 최고 경영자의 실천의지를 구체적이고 체계적으로 기술한 윤리강령의 실행으로 볼 수 있다(Reynolds & Bowie, 2004; Ferrell et al., 2014). 이는 조직 내에서 최고 경영자의 역할을 통해서 조직에 미치는 영향을 볼 수 있을 것이다. 최고 경영자의 역할은 계획, 조직화, 조정, 통제 등을 수행하는 것으로 구분할 수 있으며(Barnard, 1938), 이러한 역할은 합리적인 선택과 전략적인 선택을 하게하는 요인으

로 볼 수 있다. 따라서 제도의 실행에 있어서 최고 경영자의 가치보다 의지적 측면이 더 반영되어 진행이 될 수 있다는 것을 유추해 볼 수 있다.

본 연구의 의의와 시사점은 다음과 같다.

첫 번째로 연구 분석 대상에 대한 것이다. 본 연구는 최고 경영자 100명, 조직 구성원 1282명 등 모두 1382명을 대상으로 한 광범위한 연구로 진행했다. 그간 최고 경영자는 직접적인 연구의 필요성에도 불구하고 접근성이 어려워 임원 혹은 조직 구성원을 대상으로 하는 연구로 대체하는 경우가 많았다. 공동 연구자의 인적 네트워크 역량을 토대로 기업 최고 경영자 100명을 대상으로 실증 연구를 진행했다. 또한 1000명이 넘는 조직원을 설문 조사함으로써 개인과 조직 수준을 아우르는 깊이 있는 연구로서의 사례를 남겼다는 의미가 있다. 또한, 최고 경영자, 인사담당자, 조직 구성원으로부터 설문조사를 진행함으로써 동일 방법편의(Common method variance) 문제를 제외시키는 연구 설계를 하였다.

두 번째는 최고 경영자의 기업가정신 및 자기초월가치의 조절효과를 살펴보았다는 점이다. 많은 선행연구들에서 윤리적 제도와 결과 변수간의 관계를 조절하는 것으로 상사의 리더십, 조직문화, 상사 혹은 동료와의 관계 등을 통해서 연구 분석을 진행해왔다(Trevino & Weaver, 2001; Vitell & Davis, 1990; Shafer, 2002). 본 연구에서는 제도를 시행함에 있어 최고 경영자의 기업가정신과 자기초월가치의 영향이 있다는 것을 보여줌으로써 향후 제도가 조직에 미치는 영향 혹은 구성원에 미치는 영향을 연구할 때에 새롭게 고려해 볼 수 있는 제안을 제시했다.

세 번째는 조직기반자공심의 선행요인에 대한 부분을 말할 수 있다. 본 연구에서는 조직기반자공심의 설명변수로서 조직의 윤리경영제도를 활용하였다. 이는 기존 조직기반자공심의 선행연구에서 다루고 있는 조직 내 구성원의 직무와 역할의 영향(Pierce et al., 1989), 상사 혹은 동료의 지원(Korman, 1970) 등과 같은 개인적인 특성에서 벗어나 조직이 가지고 있는 제도와 가치가 구성원의 자공심에도 영향을 줄 수 있다는 점을 분석한 것은 기존의 선행연구와 차이를 가지고 있다.

본 연구가 가지고 있는 시사점을 살펴보면 첫 번째로 윤리경영제도가 조직 구성원에게 미치는 영향은 인식하고 있는 것보다 크다는 것이다. 본 연구는 조직수준에서 윤리경영제도의 영향을 살펴보았다. 윤리경영제도의 목적은 조직 및 조직 구성원이 올바른 방향을 갈 수 있는 길만을 제시하는 것이 아니라 구성원이 조직에 가질 수 있는 인식과 태도에 상당한 영향을 줄 수 있다는 것을 보여주고 있다. 포브스코리아(2015)는 최고 경영자와 조직의 이해관계자들 사이에 윤리경영제도 운영에 대한 인식 차이가 있음을 제시하였다. 즉, 최고 경영자의 입장에서 바라보고 있는 제도의 이행 수준이 현실적인 부분에 있어서 디커플링이 발생하고 있음을 의미한다. 이는 조직 내적인 부분뿐만 아니라 최고 경영자의 인식을

다시 한 번 제고해야 함을 의미한다.

두 번째는 윤리경영제도 이행은 최고 경영자의 경영 운영에 있어서 내부 구성원의 지원을 이끌어 낼 수 있는 기반으로 볼 수 있다. 본 연구에서 최고 경영자의 기업가정신과 자기초월가치가 구성원의 조직기반자공심과 관계가 없었지만 조절효과는 채택이 되었다. 이는 최고 경영자의 기업가정신이 조직 구성원의 자공심에 직접적인 영향을 미치지 못하지만 최고 경영자의 경영 운영의 방침이 윤리적인 구조 안에서 진행이 된다면 조직 구성원은 조직의 운영방침에 동의를 할 것이고, 조직에 대한 몰입, 직무 몰입 등에 영향을 줄 수 있을 것이다.

2. 연구의 한계 및 향후과제

본 연구는 이론적, 실무적 기여를 한 부분이 있지만 다음과 같은 연구의 한계점이 있다. 첫 번째로 조사대상 선정에 있어서 금융업의 비중이 다른 업종에 비해 높다. 이는 최고 경영자의 기업가정신과 자기초월가치 부분을 조사함에 있어서 한계점을 가지고 있다. 다른 산업(제조업, IT 등)에 있는 최고 경영자의 기업가정신과 자기초월가치 그리고 해당 업종의 종사자들을 대상으로 조사를 더 진행해야 할 필요가 있다.

두 번째로 본 연구는 최고 경영자, 인사담당자, 조직 구성원을 대상으로 설문조사를 진행하였지만 한 차례의 설문조사를 통해서 진행을 하였기 때문에 변수 간에 있을 수 있는 효과의 시차를 고려한 분석이 제대로 이행되지 못했다. 최고 경영자의 기업가정신과 자기초월가치의 영향은 오랜 시간 진행될 수 있다는 점을 고려하면 종단연구의 필요성이 제기된다.

세 번째로 최고 경영자의 기업가정신과 자기초월가치에 대한 연구가 더 필요하다. 본 연구에서 활용한 기업가정신과 자기초월가치의 조절효과는 연구자가 예측한 것과 다르게 기업가정신만이 윤리경영제도와 조직기반자공심간의 관계를 조절하는 것으로 나타났다. 추후의 연구에서는 최고 경영자의 자기초월가치를 세분하게 구분하여 살펴 볼 필요가 있으며, 구분된 요인들이 조직에 미치는 영향을 분석할 필요가 있다. 또한, 본 연구는 각 조직의 최고 경영자, 인사담당자, 구성원을 대상으로 한 차례의 설문조사를 시행하였기 때문에 변수 간 효과의 시차를 고려한 분석이 이루어지지 못했다. 최고 경영자의 자기초월가치가 조직에 미치는 영향은 오랜 시간을 바탕으로 형성될 수 있다는 것을 고려하면 종단연구의 필요성이 제기된다.

[참고 문헌]

- 김영복·최만기(2011), 기업의 윤리경영, 지각된 기업이미지 및 이해관계자의 지각된 호응도에 관한실증 연구. 『경영연구』, 26(4), 113-142.
- 김영환·양태용(2013), 기업가정신 전문 유명 국제학술지 논문 검토를 통한 기업가정신 연구 동향 분석. 『중소기업연구』, 35(3), 347-376.
- 김찬중·조준희(2011), 윤리경영과 구성원 직무 태도의 관계. 산업경제연구, 24(5), 2953-2975.
- 류두원·차동욱·김정식·류두진(2012), 팀장의 윤리적 리더십이 조직구성원의 조직시민행동에 미치는 영향에 관한 실증연구: 조직공정성과 직무만족의 매개역할을 중심으로. 산업혁신연구, 28(4), 175-209.
- 박계홍·송광영(2005), 윤리경영과 조직시민행동과의 관계에 있어서 신뢰 역할. 대한경영학회지, 18(2), 649-680.
- 이종영(2014), 기업윤리: 윤리경영의 이론과 실제(7판), 서울:탑북스.
- 이태식·함상우(2009), CEO 의 윤리경영 실천의지와 조직성과의 관련성에 관한 연구. 대한경영학회지, 22(4), 2437-2457.
- 장용선·조대환(2015), 개인-조직 가치 일치와 조직 기반 자존감이 조직시민 행동에 미치는 영향-조직 동일시의 매개효과를 중심으로. 『인적자원관리연구』, 22(2): 1-21.
- 장홀·유규창(2015), 윤리경영이 조직몰입에 미치는 영향: 조직건강을 조절효과로. 『윤리경영연구』, 15(2), 1-27.
- 정희근·심덕섭·김민정(2013), 상사의 윤리적 리더십이 부하의 직무성과 및 조직몰입, 조직시민행동에 미치는 영향. 『대한경영학회지』, 26(4), 801-827.
- 포브스코리아(2015), <http://jmagazine.joins.com/forbes/view/305169>.
- 한진환(2011), 윤리경영이 조직신뢰 및 조직시민행동에 미치는 영향. 『대한경영학회지』, 24(4), 2225-2244.
- 허갑수·변상우(2006), 윤리경영과 조직시민행동과의 관계에 있어서 신뢰의 역할. 『인적자원관리연구』, 13(1), 85-101.
- Agle, B. R., Mitchell, R. K., Sonnenfeld, J. A. (1999), Who matters to Ceos? An investigation of stakeholder attributes and salience, corporate performance, and Ceo values. *Academy of management journal*, 42(5), 507-525.
- Aguilar, F. J. (1994), *Managing corporate ethics: Learning from America's ethical companies how to supercharge business performance*, New York, Oxford University Press.
- Aryee, S., Budhwar, P., Tan, H. H. (2003), Leader - member exchange and contextual performance: An examination of the mediating influence of organization-based self-esteem. *In A paper presented at the annual meeting of the Academy of Management*, Seattle.
- Babin, B. J., James S. B., Donald P. R. (2000), Representing the Perceived Ethical Work Climate among Marketing Employees. *Journal of Academy of Marketing Science*, 28(3), 345-358
- Babin, B. J., Boles, J. S., Robin, D. P. (2000), Representing the perceived ethical work climate among marketing employees. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(3), 345-358.
- Barnard, C. I. (1938), *Functions of the executive*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Barnett, T., Vaicys, C. (2000), The moderating effect of individuals' perceptions of ethical work climate on ethical judgements and behavioral intentions. *Journal of Business Ethics*, 18, 283
- Barringer, B. R. (1995), The performance implications of achieving a fit between corporate entrepreneurship and strategic management practices (Doctoral dissertation, University of Missouri-Columbia).
- Barringer, B. R., Bluedorn, A. C. (1999), The relationship between corporate entrepreneurship and strategic management. *Strategic Management Journal*, 20(5), 421-444.
- Barrick, M. R., Thurgood, G. R., Smith, T. A., Courtright, S. H. (2015), Collective organizational engagement: Linking motivational antecedents, strategic implementation, and firm performance. *Academy of Management Journal*, 58(1), 111-135.
- Baumhart, R. C. (1961), How Ethical Are Businessmen?. *Harvard Business Review*, 39, 6-176
- Bear, M., Spector, B. A., Lawrence, P. R., Mills, D. Q., Walton, R. E. (1984), *Managing human assets*. Simon and Schuster.
- Brown, M. E., Treviño, L. K. (2006), Ethical leadership: A review and future directions. *The leadership quarterly*, 17(6), 595-616.
- Bucholtz, C., Carroll, A. B. (2012), Business and society: ethics and stakeholder management. Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Covin, J. G., Slevin, D. P. (1988), The influence of organization structure on the utility of an entrepreneurial top management style. *Journal of management studies*, 25(3), 217-234.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(1), 7-26.
- Dant, R. P., Kaufmann, P. J., Robicheaux, R. A. (1998), Changes in the mix of company-owned and franchised outlets: Ownership redirection revisited. twelfth annual Society of Franchising, Las Vegas, NV.
- Deshpande, R., J. U. Farley F. E. Webster, Jr. (1993), Corporate Culture, Customer Orientation, and Innovativeness in Japanese Firms: A Quadrad Analysis. *Journal of Marketing*, 57(1), 23 - 37.
- Donaldson, T., Werhane, P. H., Cording, M. (1983), *Ethical issues in business*. New Jersey.
- Ferrell, O. C., Fraedrich, J., Ferrell Linda. (2014), *Business ethics: Ethical decision making & cases*. (9th ed.) Cengage learning.
- Gardner, D. G., Pierce, J. L. (1998), Self-esteem and self-efficacy within the organizational context: An empirical examination. *Group & Organization Management*, 23(1), 48-70
- Ghiselli, E. E. (1968), Interaction of traits and motivational factors in the determination of the success of managers. *Journal of Applied Psychology*, 52(6p1), 480.
- Hambrick, D. C., Mason, P. A. (1984), Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of management review*, 9(2), 193-206.
- Hisrich, R. D. (1990), Entrepreneurship/intrapreneurship. *American Psychologist*, 45(2), 209.
- Hunt, S. D., Wood, V. R., Chonko, L. B. (1989), Corporate ethical values and organizational commitment in marketing. *The Journal of Marketing*, 79-90.

- James, L. R., Demaree, R. G., Wolf, G. (1984), Estimating within-group interrater reliability with and without response bias. *Journal of applied psychology*, 69(1), 85.
- Jansen, E., Von Glinow, M. A. (1985), Ethical ambivalence and organizational reward systems. *Academy of Management Review*, 10(4), 814-822.
- Jaramillo, F., Mulki, J. P., Solomon, P. (2006), The role of ethical climate on salesperson's role stress, job attitudes, turnover intention, and job performance. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 26(3), 271-282.
- Kao, R. W. (1993), Defining entrepreneurship: past, present and?. *Creativity and Innovation Management*, 2(1), 69-70.
- Kelman, H. C. (1961), Processes of opinion change. *Public Opinion Quarterly*, 25(1): 57-78.
- Korman, A. (1970), Hypothesis of Work Behavior Revisited and an Extension, *Academy of Management Review*, 1, pp.50-63
- Kluckhohn, C. (1951), Values and value-orientations in the theory of action: An exploration in definition and classification.
- Lindeman, M., Verkasalo, M. (2005), Measuring values with the short Schwartz's value survey. *Journal of personality assessment*, 85(2), 170-178.
- Lumpkin, G. T., Dess, G. G. (1996), Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
- McMullen, J. S., Shepherd, D. A. (2006), Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management review*, 31(1), 132-152.
- Miller, D. (1983), The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management science*, 29(7), 770-791.
- Mintzberg, H. (1989), The structuring of organizations. In *Readings in Strategic Management* (pp. 322-352). Palgrave, London.
- Mowday, R. T., McDade, T. W. (1979), Linking Behavioral and Attitudinal Commitment: A Longitudinal Analysis of Job Choice and Job Attitudes. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 1979, No. 1, pp. 84-88). Briarcliff Manor, NY 10510: *Academy of Management*.
- O'Reilly, C. A., Chatman, J. (1986), Organizational commitment and psychological attachment: The effects of compliance, identification, and internalization on prosocial behavior. *Journal of applied psychology*, 71(3), 492.
- Pierce, J. L., Gardner, D. G. (2004), Self-esteem within the work and organizational context: A review of the organization-based self-esteem literature, *Journal of Management*, 30(5): 591-622.
- Pierce, J. L., Gardner, D. G., Cummings, L. L., Dunham, R. B. (1989), Organization-based self-esteem: Construct definition, measurement, and validation. *Academy of Management journal*, 32(3), 622-648.
- Posner, B. Z., Schmidt, W. H. (1993), Values congruence and differences between the interplay of

- personal and organizational value systems. *Journal of Business Ethics*, 12(5), 341-347.
- Reader, D., Watkins, D. (2006), The Social and Collaborative Nature of Entrepreneurship Scholarship: A Co - Citation and Perceptual Analysis. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(3), 417-441.
- Reichers, A. E., Schneider, B. (1990), Climate and culture: An evolution of constructs. *Organizational climate and culture*, 1, 5-39.
- Reynolds, S. J., Bowie, N. E. (2004), A Kantian perspective on the characteristics of ethics programs. *Business Ethics Quarterly*, 14(2), 275-292.
- Rohan, M. J. (2000), A rose by any name? The values construct. *Personality and social psychology review*, 4(3), 255-277.
- Rokeach, M. (1973), *The nature of human values*. Free press
- Rousseau, D. M. (1990), Normative beliefs in fund-raising organizations: Linking culture to organizational performance and individual responses. *Group & Organization Studies*, 15(4), 448-460.
- Sexton, D. L., Bowman, N. B. (1986), Validation of a personality index: Comparative psychological characteristics analysis of female entrepreneurs, managers, entrepreneurship students and business students. *Frontiers of entrepreneurship research*, 40-51.
- Shafer, W. E. (2002), Ethical pressure, organizational-professional conflict, and related work outcomes among management accountants. *Journal of Business Ethics*, 38(3), 261-273.
- Schildt, H. A., Zahra, S. A., Sillanpää, A. (2006), Scholarly communities in entrepreneurship research: A co - citation analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(3), 399-415.
- Schminke, M., Ambrose, M. L., Neubaum, D. O. (2005), The effect of leader moral development on ethical climate and employee attitudes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97(2), 135-151.
- Schumpeter, J. A. (1934), Change and the Entrepreneur. *Essays of JA Schumpeter*.
- Schwartz, S. H. (1992), Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology*, 25, 1-65.
- Snell, S. A., Youndt, M. A. (1995), Human resource management and firm performance: Testing a contingency model of executive controls. *Journal of Management*, 21(4), 711-737.
- Tajfel, H. E. (1978), *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*. Academic Press
- Tajfel, H., Turner, J. C. (1979), An integrative theory of intergroup conflict. *The social psychology of intergroup relations*, 33(47), 74.
- Tang, T. L. P., Ibrahim, A. H. S. (1998), Antecedents of organizational citizenship behavior revisited: Public personnel in the United States and in the Middle East. *Public Personnel Management*, 27(4), 529-550.
- Treviño, L. K., Butterfield, K. D., McCabe, D. L. (1998), The ethical context in organizations: Influences on employee attitudes and behaviors. *Business Ethics Quarterly*, 447-476.

- Treviño, L. K., Weaver, G. R. (2001), Organizational justice and ethics program “follow-through”: Influences on employees’ harmful and helpful behavior. *Business Ethics Quarterly*, 651-671
- Van de Ven, A. H., Ferry, D. L. (1980), Measuring and assessing organizations. John Wiley & Sons.
- Viswesvaran, C., Deshpande, S. P., Joseph, J. (1998), Job satisfaction as a function of top management support for ethical behavior: A study of Indian managers. *Journal of Business Ethics*, 17(4), 365-371.
- Vitell, S. J., Davis, D. L. (1990), The relationship between ethics and job satisfaction: An empirical investigation. *Journal of Business Ethics*, 9(6), 489-494.
- Waldman, D. A., Yammarino, F. J. (1999), CEO charismatic leadership: Levels-of-management and levels-of-analysis effects. *Academy of management review*, 24(2), 266-285.
- Weaver, G. R., Trevino, L. K., Cochran, P. L. (1999), Corporate ethics programs as control systems: Influences of executive commitment and environmental factors. *Academy of Management Journal*, 42(1), 41-57.
- Weiss, J. W. (2006), Business ethics: a stakeholder and issues management approach (4th ed.). Berrett-Koehler Publishers.
- Westphal, J. D. (1999), Collaboration in the boardroom: Behavioral and performance consequences of CEO-board social ties. *Academy of Management Journal*, 42(1), 7-24.
- Zahra, S. A. (1991), Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study. *Journal of business venturing*, 6(4), 259-285
- Zahra, S. A. (1993), Environment, corporate entrepreneurship, and financial performance: A taxonomic approach. *Journal of business venturing*, 8(4), 319-340.

Influence of business ethics practices on organizational based self-esteem : Focus on the moderation of CEO's entrepreneurship and self transcendence

Hwool Jang* · Soon Young Myoung** · Gyu Chang Yu***

The existing literature has revealed that the ethical management system affects various organizational variables. However, the implementation of business ethics practices is important for the CEO to act. This is because the organization and implementation of the system reflects the entrepreneurship and self transcendence values of the top management, and these factors greatly influence the implementation of the system in the organization. This study examines how entrepreneurship and self-transcendent value of CEO's influence the relationship between business ethics practices and organizational based self-esteem of members.

For this purpose, this study surveyed the CEO's, HR managers, and organizational members of 100 Korean companies. Empirical analysis showed that there is a significant relationship between ethical management system and organizational based self esteem of organizational members, and that CEO's entrepreneurship significantly regulates the relationship between ethical management and organizational based self esteem. Based on these results, this study suggested theoretical and practical implications.

Key words: Business ethics practices, CEO, entrepreneurship, Self transcendence, Organizational based self-esteem

* Ph.D student, School of Business, Hanyang University, The first author

** Ph.D candidate, School of Business, Hanyang University, The co-author

*** Professor, School of Business, Hanyang University, Corresponding author

■ 저자 소개

장홀(Hwool Jang) 현재 한양대학교 경영대학 박사과정(조직인사 전공) 중에 있다. 윤리경영제도, 전략적 인적자원관리, 직무중심 인사관리, 기업의 사회적책임 활동 등에 관한 연구에 관심이 있다.

명순영(Soon Young Myoung) 한양대학교 경영대학에서 조직인사 전공으로 박사과정을 수료했다. 현재 매일경제신문 주간국 차장으로 재직 중이다. CEO의 가치, 기업의 사회적책임 활동, 조직문화 등에 관한 연구에 관심이 있다.

유규창(Gyu Chang Yu) University of Wisconsin-Madison에서 인적자원관리로 박사학위를 취득하고 현재 한양대학교 경영대학 교수로 재직 중이다. 전략적 인적자원관리, 성과주의 인사제도, 직무중심 인사제도 등 인사관리 분야에 대한 연구와 함께 조직영성, 영성리더십, 조직건강 등 조직관리 분야의 연구도 진행하고 있다. 한국윤리경영학회 회장을 역임하였다.