

기업의 윤리경영 실천이 조직시민행동에 미치는 영향에 관한 연구[†]

김명오* · 이우원* · 김종화**

The Effects of Ethical Management on Organizational Citizenship Behavior

Abstract

The main objective of this study is to empirically analyze the effect of ethical management on organizational citizenship behavior (OCB). Extending previous studies of ethical management, this study distinguishes between inward and outward ethical managerial behaviors and subsequently tries to identify the differential effects of each type of behavior on OCB. In addition, organizational commitment is recognized as a mediating variable between ethical management and OCB. 220 questionnaires across various industries are used for statistical analysis. Overall, ethical management is found to affect organizational commitment which in turn influences OCB. Inward ethical managerial behavior is found to show statistically significant effect on OCB and organizational commitment is found to mediate between inward ethical managerial behavior and OCB. However, this study cannot find the statistically significant effect of outward ethical management on OCB.

I. 서론

급격한 환경변화와 시장개방의 흐름

속에서 세계적 기업들과 무한 경쟁을 벌여야 하는 오늘날, 기업의 경쟁력 확보 및 리스크 관리차원에서 윤리경영이 이슈화 되고 있다. 세계가 점차 단일 시장화됨에 따라 WTO, OECD 등 국제기구에 서는 공정하고 투명한 경쟁규칙을 국제 상거래에 적용하려는 노력의 일환으로

[†] 이 연구는 2010학년도 한국외국어대학교 교내 학술연구비의 지원에 의하여 이루어진 것임.

* 한국외국어대학교 박사과정

** 한국외국어대학교 교수

‘부패방지 라운드’가 추진되고 있으며, 나아가 국제 투명성기구와 같은 비 정부 기구에서도 반부패 운동과 같은 윤리기준법 강화 활동을 활발히 전개하고 있다.

우리나라에서도 전국경제인연합회(이하 전경련)의 윤리경영 현장의 제정 및 보급과 더불어서 많은 기업에서 윤리경영실천을 위한 각종 제도적 시스템이 도입 확산되고 있다. 그러나 아직까지 윤리경영에 대한 지식기반이 부족하고 기업에 대한 사회적 불신이 커 신뢰를 바탕으로 한 윤리경영이 어느 때보다도 강조되고 있는 실정이다.

이에, 본 연구는 윤리경영의 중요성에 대한 인식을 바탕으로, 윤리경영의 실천이 어떠한 과정을 통해 조직의 성과에 긍정적 영향력을 행사하는지를 실증적으로 살펴 보려고 한다. 특히 본 연구에서는 기존의 연구와 차별화하여 윤리경영실천을 대외적 활동과 대내적 활동으로 세분화 하였고, 둘째로, 윤리경영의 실천이 조직몰입을 통해 조직시민행동에 영향을 주는지를 규명하고자 하였다. 따라서 본 연구에서는 조직몰입을 종속변수가 아닌 매개변수로 정의하였다.

기업의 윤리경영실천은 직원들에게 회사에 대한 긍지를 심어주게 되고, 이러한 분위기가 기업문화로 정착되면 직원들의 작업능률 향상으로 조직에 대한 몰입을 가져다 줄 것이라 생각된다.

또한 조직몰입을 매개로 조직에 대한 애착이 높은 구성원은 낮은 구성원에 비해 조직 내에서 보다 많은 노력을 기울이며, 이에 따라 조직시민행동도 증가될 것이라 기대한다.

II. 이론적 배경

1. 윤리경영 실천

기업에서 윤리가 사회적 관심사로 대두되면서 최근 언론이나 경제단체, 기업계는 기업윤리 대신 윤리경영이라는 용어를 사용하고 있다. 그러나 현재까지 윤리경영이 구체적으로 무엇을 의미하는지에 대한 명확한 개념정립이 부재한 상황이다(박현준, 권인수, 2004). 따라서 윤리경영이란 무엇을 뜻하는지 개념을 정립하는 것이 필요하다.

윤리경영이란 회사경영 및 기업 활동에 있어 윤리를 최우선 가치로 생각하며 모든 업무활동의 기준을 윤리규범에 두고 투명하고 공정하며 합리적인 업무수행을 하는 것이다. 즉 윤리경영은 기업경영이라는 상황에서 나타나는 태도와 행동의 옳고 그름, 선과 악을 구분해주는 판단기준 또는 도덕적 가치에 관련된 경영행동이나 의사결정의 원칙이나 지침이라 할 수 있다(최창명, 김성수, 2005).

이와 유사한 의미에서 윤리경영은 기업의 의사결정이나 행위에 영향을 받는 이해관계자들이 추구하는 가치개념에 대하여 기업이 어떤 의사결정과 행위를 할 것인가를 체계적으로 판단을 하는 기준으로써 꼭 지켜야 할 도덕적 기준이라 할 수 있다.

최인철(2002)은 윤리경영이 법적 책임의 준수는 물론이고, 사회가 요구하는 윤리적 기대를 기업의 의사결정 및 행동에 반영하는 것으로 정의하면서, 법적 책임이 없는 경우에도 사회통념에 어긋나면 사회가 요구하는 윤리적 기준을 선택하는 경영방식이 윤리경영이라고 주장하였다. 또한 전경련(2003)은 기업이 시장의 윤리, 즉 시장의 질서를 준수하는 동시에 사회적 실체로써 권리와 의무를 다하는 경영을 말하며, 법, 제도의 준수는 물론이고 시대마다 조금씩 다르게 요구되는 기업의 사회적 책임을 다하는 경영을 의미하는 것이라고 하였다.

현재 국내외의 많은 기업들이 윤리경영을 도입하거나 그 실천에 더욱 관심을 기울이고 있으며, 이는 윤리경영이 이제 기업경영에 있어서 선택적 요소가 아니라 필수적 요소가 되어가고 있음을 보여준다. 윤리경영은 기업의 경쟁력을 실질적으로 강화시키는 필수요소이며, 기업 가치를 극대화하기 위해서 갖추어야 할 본질적인 조건이라 할 수 있다.

2. 조직시민행동

조직시민행동(Organizational Citizenship Behavior)은 자유 재량적이며, 공식적인 보상 시스템에 의해 직접적으로 또는 명시적으로 인식되지 않으며, 총체적으로 조직의 효과적인 기능을 돕는 개인들의 행위이다. 즉, 조직시민행동은 의무적으로 구성원을 돕는 행위가 아니라 개인의 자유재량에 의한 행동이며, 이러한 행동들은 공식적인 보상 시스템 하에서는 보상되지 않으나 조직의 유효성을 증가시키는 행동을 말한다 Organ(1988). Organ(1988)은 조직시민행동을 이타적 행동, 양심적 행동, 시민정신, 호의성, 스포츠맨십의 다섯 가지 하위 요인으로 분류하였다.

먼저, 이타적 행동(altruism)이란 조직 내 업무나 문제와 관련해서 특정 타인을 자발적으로 돕는 행위를 말한다. 예를 들어 외출한 동료로 대신해서 급한 업무를 처리해 주거나 컴퓨터 초보자를 위해 많은 시간을 들여 사용법을 설명해 주는 행위 등을 이타적 행동이라 할 수 있다.

둘째, 양심적 행동(conscientiousness)은 조직에서 공식적으로 요구되는 수준 이상의 역할을 수행하는 행동을 말한다. 이는 간접적으로 조직에 도움이 되는 행동을 취하는 특징을 가지고 있다. 출근시간 이전에 출근하여 업무를 보거나 사적인

행동에 시간을 소비하지 않는 행동 그리고 누가 보지 않아도 조직의 규정과 규칙을 준수하는 것 등을 예로 들 수 있다.

셋째, 시민정신(Civic Virtue)이란 조직 내 활동에 책임감을 가지고 참여하는 행동을 의미한다. 이는 자신에게 요구되지 않았더라도 조직의 이미지를 제고하는 활동에 참여하는 행동을 말한다.

넷째, 호의성(Courtesy)이란 자신의 의사결정이나 참여 여부에 따라 사람들이 영향을 받게 될 경우 문제가 발생할 것을 사전에 예방하는 행동을 말한다.

마지막으로 스포츠맨십(Sportsmanship)이란 정정당당한 행동으로서 조직구성원의 조직 내 환경이 그들의 기대에 미치지 못한다 하더라도 불평을 하거나 사소한 고충을 토로 한다던가 험담하지 않고 자발적으로 참아내는 행동을 말한다. 예를 들면, 근무환경의 변화로 인해 일시적으로 불편함을 느끼게 될 경우 불평 없이 묵묵히 일하는 태도는 스포츠맨십에 포함될 수 있다.

3. 조직몰입

조직몰입(Organizational commitment)이란 자신이 속해 있는 조직에 대하여 심리적으로 동화되어 있거나 일체감을 느끼는 정도를 말한다.

Meyer and Allen(1991)은 조직몰입을 ‘조직의 목표나 가치에 대한 강한 신념,

수용성이 내재화되는 것으로써, 조직에 대한 노력을 자발적으로 수행하는 것’으로 정의 하면서 정서적 몰입, 거래적 몰입, 규범적 몰입의 세 가지 요소로 규정하였다.

먼저 정서적 몰입은 조직에 대하여 구성원이 느끼는 애착감(attachment)으로 정의된다. 이는 종업원들이 조직에 대하여 감정적으로 애착을 갖고 조직과 일체감(identification)을 갖는 것을 의미한다(O'Reilly and Chatman, 1996).

정서적 몰입이 강한 경우에 종업원들은 조직의 목표와 가치관을 받아들이거나 조직을 위하여 노력을 아끼지 않는 자세를 갖게 되는 것이다. 강한 정서적 몰입을 가지고 있는 종업원은 그들이 조직을 원하기 때문에 계속적으로 남아 있으려 하는 것으로 본다.

거래적 몰입은 감정적인 애착보다는 수행과 관련된 대가의 인정 때문에 남아 있는 경우로써, 종업원은 시간이 지날수록 조직 생활에 투자한 시간과 노력이 증가하고, 이에 따라 조직에 남음으로써 얻게 되는 이득이 증가하거나 조직을 떠남으로써 발생하는 비용이 크기 때문에 조직에 거래적으로 몰입하게 되는 것이다(Huselid and Day, 1991; Mathieu and Zajac, 1990).

마지막으로 규범적 몰입은 조직에 대해 구성원으로서의 의무를 성실히 수행해야 한다는 내적 가치관 또는 신념에

기인한 것이다. 즉 규범적으로 몰입된 사람은 그들의 개인적 이익을 위해서라기보다 그렇게 하는 것이 도덕적으로 정당하기 때문에 조직에 몰두한다. 즉 도덕적인 의무감으로 해석되는데 회사에 충직하고 의무를 성심 성의껏 수행해야 한다는 내적인 가치관이며 조직의 목적이나 이득을 위한 방향으로 행동하도록 압력을 가하는 내적인 규범체계인 것이다(Weiner, 1982).

Ⅲ. 연구 설계

1. 연구모형 및 가설설정

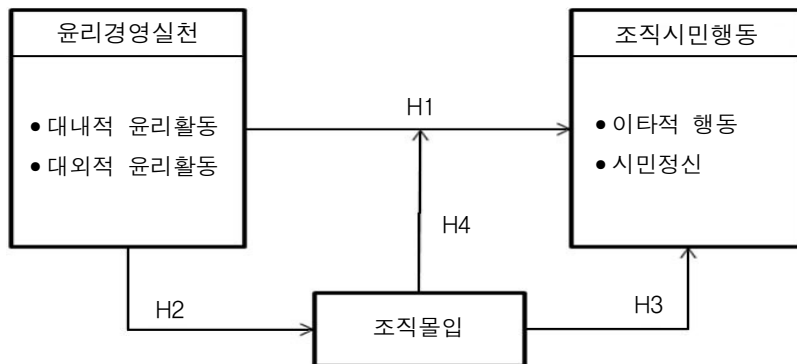
본 연구의 목적은 기업의 윤리경영 실천이 조직 내 구성원들의 조직시민행동에 어떠한 영향을 미치는지, 그리고 윤리경영실천의 2가지 구성요소가 조직몰입을 높이며, 이러한 조직몰입을 매개로

건설적인 조직시민행동의 증진을 가져오는지를 살펴보는 것이다.

이러한 연구목적에 따라 윤리경영 실천의 구성요소인 대내적 윤리활동과 대외적 윤리활동이 조직시민행동에 미치는 영향을 검증하고, 다음으로 윤리경영의 2가지 활동이 조직몰입에 미치는 영향에 대한 검증을 시도하고, 마지막으로 조직몰입이 구성원의 조직시민행동에 미치는 영향을 검증하고자 한다.

또한 윤리경영실천과 조직시민행동 사이에서 조직몰입이 매개역할을 하는지를 검증하여 윤리경영실천과 조직몰입, 그리고 조직시민행동간의 관계를 밝혀 그 동안의 윤리경영에 대한 연구에 더하여 윤리경영실천이 기업 내 구성원에게 미치는 영향과 그 중요성을 새로이 규명하고자 한다.

이와 같은 관계를 밝히기 위해서 선행연구에 바탕을 둔 실증연구를 위한 연구모형을 [그림 1]과 같이 제시한다.



[그림 1] 연구모형

문헌분석 및 이론적 틀에 따라 연구 모형의 가설설정을 다음과 같이 하였다.

가설(H)1: 기업의 윤리경영실천은 구성원의 조직시민행동을 증가시킬 것이다.

1-1: 대내적 윤리활동이 많을수록 구성원의 이타적 행동이 증가할 것이다.

1-2: 대내적 윤리활동이 많을수록 구성원의 시민정신이 증가할 것이다.

1-3: 대외적 윤리활동이 많을수록 구성원의 이타적 행동이 증가할 것이다.

1-4: 대외적 윤리활동이 많을수록 구성원의 시민정신이 증가할 것이다.

가설(H)2: 기업의 윤리경영실천은 조직몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2-1: 대내적 윤리활동이 많을수록 조직몰입이 높아질 것이다.

2-2: 대외적 윤리활동이 많을수록 조직몰입이 높아질 것이다.

가설(H)3: 조직몰입은 구성원의 조직시민행동에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3-1: 조직몰입이 높을수록 이타적 행동이 증가할 것이다.

3-2: 조직몰입이 높을수록 시민정신이 증가할 것이다.

가설(H)4: 조직몰입은 기업의 윤리경영실천과 구성원의 조직시민행동 사이에 있어서 정의 매개효과를 나타낼 것이다.

4-1: 조직몰입은 대내적 윤리활동과 이타적 행동 관계에 있어서 정의 매개효과를 나타낼 것이다.

4-2: 조직몰입은 대내적 윤리활동과 시민정신 관계에 있어서 정의 매개효과를 나타낼 것이다.

4-3: 조직몰입은 대외적 윤리활동과 이타적 행동 관계에 있어서 정의 매개효과를 나타낼 것이다.

4-4: 조직몰입은 대외적 윤리활동과 시민정신 관계에 있어서 정의 매개효과를 나타낼 것이다.

2. 조작적 정의 및 측정방법

본 연구에서는 크게 3가지 변수를 다루고 있는데, 첫째 기업의 윤리경영실천을 독립변수로, 둘째, 조직시민행동을 종속변수로, 셋째 조직유효성을 매개변수로 정의하였으며, 변수들의 조작적 정의는 다음과 같다.

2.1 윤리경영실천

김세원(1998)은 윤리경영을 크게 대내적 윤리경영과 대외적 윤리경영으로 구

분하여, 대내적 윤리경영의 수준요인으로는 구성원 복지, 인사의 공정성, 부실경영, 공금유용, 허위보고, 사리사욕에 의한 거래처 선정 등을 들었고, 대외적 윤리경영의 수준으로는 적정가격 정책, 허위보고, 노조의 필요성, 우수인력의 스카우트, 공해방지, 뇌물 등을 들고 있다. 이를 바탕으로 본 연구에서는 윤리경영의 실천을 2가지 하위 요소인 대내적 윤리활동과 대외적 윤리활동으로 나누어 실증분석을 시도한다.

① 대내적 윤리활동

기업의 대내적 윤리활동은 개개인의 인격을 최대한 존중하고 개인의 창의력을 발휘할 수 있도록 기회를 부여하고, 종업원으로서 기업경영에 참여할 기회를 확대하는 것이다. 여기에는 고용보장, 이익분배, 직원참여 등을 포함하는 것으로 직원을 공정하게 대우하고 법에 의한 직원의 권리를 보장하는 것까지 포함한다. 재무적으로 투명하고 윤리적으로 건전한 기업을 구성하고자 노력하고 실천하는 것 또한 대내적 윤리 활동 중 하나라 할 수 있다.

② 대외적 윤리활동

기업 외부와의 관계에서 요구되거나 강제되지는 않았지만 바람직할수록 좋은 행동으로 권장할 수 있는 행위로 기업의 사업장이 속한 곳에서 해당지역의

교육, 보건, 주택과 관련된 삶의 질을 향상시키기 위해 수행하는 활동인 지역사회봉사, 사회복지, 사회문제의 해결, 소비자보호 등을 들 수 있다.

윤리경영실천 측정은 국내 기업의 윤리경영 시스템 체계 및 윤리강령을 참고하여 본 연구의 목적에 맞게 수정·보완된 12문항의 설문으로 Likert 5점 척도를 이용하여 측정하였다.

2.2 조직시민행동

조직시민행동(Organizational citizenship behavior)이란 조직 내에서 구성원에게 주어진 업무 역할은 아니지만 조직 발전에 기여하기 위해 수행하는 구성원의 자발적이고 기능적 행동을 의미한다.

본 연구에서는 Posdakoff and MacKenzie(1994)연구에서 주요 구성요인 2가지를 고려하여 사용하였다. 첫째, 이타적 행동: 조직내에서 업무나 문제에 관하여 특정 타인을 돕는 행위, 둘째 시민 정신(civic virtue): 조직생활에 관심을 갖고 적극적으로 참여하는 행위이다. 총 6개의 문항으로 측정도구를 설정하여, Likert 5점 척도를 이용하여 측정하였다.

2.3 조직몰입

조직몰입이란 조직가치의 수용성, 조직과의 일체감, 조직에 대한 긍지 및 자부심 조직목표와 개인 목표와의 일치도, 회사 일을 자신의 일이라고 생각하는 정

도를 말한다. 조직몰입의 하위변수로는 정서적 몰입, 계속적 몰입, 규범적 몰입으로 구분할 수 있다. 정서적 몰입은 종업원이 조직에 대해 느끼는 심리적 애착감이다. 본 연구에서는 이 정의를 그대로 따르고, Chen and Francesco(2003)가 사용한 설문문항 중 정서적 몰입 측정항목만 발췌하여 5문항을 Likert 의 5점 척도를 이용하여 구성하였다.

3. 표본의 설계

본 논문의 연구대상이 되는 표본은 업종에 관계없이 일반 직장인을 대상으로 수집하였다. 조사 대상은 임의표본추출 방법을 사용하여 서울·경기 지역에 소재하고 있는 기업체에 근무하는 직장인에게 250부의 설문지를 배포하였고 이 중 238부를 회수하여 회수율은 95.2%였으나, 이들 중 불성실한 응답을 보인 18부를 제외하여 220부를 최종적으로 선택하였으며, SPSS 12.0과 AMOS4.0을 이용하여 통계분석을 실시하였다.

4. 측정도구의 검증

4.1 신뢰성 분석

각 변수의 신뢰도를 분석한 결과 윤리경영실천, 조직몰입, 시민정신 항목 중에서 신뢰성을 저하시키는 각각 1개의

항목이 제외되어, 총 설문항목 중 4개를 제외한 19항목에 대하여 신뢰성을 측정 한 결과 각 단위 요인들의 Cronbach's α 계수가 모두 0.6이상의 값으로 나타나 신뢰할 수 있었다.

4.2 타당성 검증

본 연구에서는 개념 타당성을 평가하기 위해 탐색적 요인분석을 수행하였다. 요인추출방법으로 널리 사용되는 것은 주성분분석과 공통요인분석이 있는데, 본 연구에서는 정보의 손실을 최소화하면서 보다 적은 수의 요인을 구할 수 있으며 자료의 총 분산을 분석해주는 주성분 분석 방법을 사용하였다. 요인의 회전은 직각회전(orthogonal rotation) 방식 중에서 각 요인의 특성을 잘 나타내주며, 상호독립성을 유지하여 회전하는 베리맥스(Varimax)방식을 사용하였다. 요인분석 결과 측정변수에 대응하는 요인들이 발견되었으며, 분석에 사용된 문항들의 요인적재량은 모두 0.6이상이었다.

4.3 상관관계 분석

전체 변수들 간의 상관관계는 가설 검증에 앞서 독립변수들 간의 기초적인 관계를 알아보기 위해 실시하였다. <표 1>에서 제시된 것처럼 대내적 윤리활동과 대외적 윤리 활동간 상관관계가 높아서 윤리경영실천이라는 상위 변수로 묶일

<표 1> 변수 간의 상관관계

	대내적 윤리활동	대외적 윤리활동	이타적 행동	시민 정신	조직 몰입
대내적 윤리활동	1				
대외적 윤리활동	.513**	1			
이타적 행동	.172*	.183**	1		
시민정신	.151*	.127	.386**	1	
조직몰입	.264**	.213**	.075	.088	1

주) *: $p < 0.05$, **: $p < 0.01$.

수 있고, 독립변수(윤리경영실천)와 독립 변수(조직시민행동)간 상관 정도가 낮아서 연구가설의 변수로서 그 적정성을 만족시키고 있다.

이상에서 살펴본 바와 같이 신뢰도분석, 요인분석, 상관관계분석결과를 통하여 검증 가능한 측정변수들을 선별하였고, 이 변수들을 이용하여 본 연구모형 및 가설을 검증하고자 한다.

IV. 가설의 검증

본 논문에서는 SPSS12.과AMOS 4.0을 이용하여 모형의 적합도를 분석하였다. 연구모형을 검증하기 위해서 우선 변수간 인과관계의 전체구조가 적절하게 설명되고 있는가를 확인해 주는 연구모형의 전반적 부합도 평가가 요구된다. 본 연구에서는 카이자승치, GFI, RMR, AGFI, CFI, IFI를 이용하여 부합도 지수

를 확인하였다.

둘째, 가설을 검증하기 위해서는 설계된 인과관계의 연구모형을 토대로 연구모형에 대한 AMOS 경로계수(Estimate)를 추정한다. 이 경로계수의 통계적 유의수준은 기각비(C.R.)로부터 확인해야 하는데, 본 연구에서는 기각비(C.R.) 1.960($p < 0.05$)의 기준으로 기각여부를 검증하였다.

본 연구모형의 부합지수를 살펴보면 <표 2>와 같다.

1. 가설(H)1의 검증

본 연구의 첫 번째 연구가설은 기업의 윤리경영 실천이 조직시민행동의 증진에 영향을 줄 것인가에 대한 것이다. 대내적 윤리활동과 조직시민행동간에는 조직시민행동의 구성요소 중 하나인 이타적 행동만 C.R.값 1.963으로 직접적인 정(+)의 영향을 갖고 있는 것으로 나타

났다. 이는 기업의 대내적 윤리활동에 의하여 조직원의 이타적 행동이 높아진다는 것을 의미한다고 볼 수 있다.

2. 가설(H)2의 검증

본 연구의 두 번째 연구가설은 기업의 윤리경영실천이 조직몰입의 증진에 영향을 줄 것인가에 대한 것이다.

대내적 윤리활동이 조직몰입에 미치는 영향의 정도는 $C.R. = 2.692$, 대외적 윤리활동이 조직몰입에 미치는 영향의 정도는 $C.R. = 2.469$ 로 기업의 윤리경영실천과 조직몰입간에는 유의한 정(+)의 상관관계가 있음을 알 수 있다.

3. 가설(H)3의 검증

본 연구의 세 번째 연구가설은 조직몰입이 조직시민행동의 하위변수인 이타적 행동과 시민정신에 긍정적인 영향을 줄 것인가에 대한 것이다.

조직몰입과 조직시민행동간에는 이타적 행동의 기각비가 1.980으로 정(+)의 상관관계를 나타냈다. 시민정신의 경우 $C.R$ 값이 1.706로 영향의 정도가 유의하지 않았다.

4. 가설(H)4의 검증

네 번째 연구가설의 검증은 조직몰입

이 기업의 윤리경영실천과 조직시민행동 사이에서 매개 작용을 하는지를 밝히는 것이다.

독립변수인 대내적 윤리경영과 종속변수인 조직시민행동사이에서 조직몰입은 이타적 행동에 유의한 관계로 매개효과를 확인할 수 있지만 시민정신과는 직접적인 영향을 갖고 있지 않으므로 매개효과를 보기 어려웠다.

대외적 윤리활동과 조직시민행동간에는 서로 정(+)의 영향을 갖고 있지 않으므로 조직몰입의 매개효과 또한 검증 불가능함을 알 수 있다.

V. 결론

본 연구에서는 지금까지 연구자들이나 실무자들이 고민하면서도 실증적 연구결과가 거의 없었던 윤리경영의 대내적·대외적 활동과 구성원의 조직시민행동과의 영향관계에 대해 의문을 갖고, 탐색적 연구 모형을 설계하여 실증 분석을 시도하였다.

이에 따른 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, [가설(H)1]에서 윤리경영실천이 조직시민행동에 미치는 효과를 검증하였다. 그 결과 대내적 윤리 활동만이 조직원들의 이타적 행동에 유의한 영향을 미치며, 대외적 윤리 활동은 조직시민행

동과 상관관계가 없는 것으로 나타났다. 일반적으로 조직 내에서 실천되고 있는 대내적 윤리활동이 대외적 윤리활동보다 조직원들이 인지하기 쉬우며, 조직원들에게 미치는 영향 또한 크다고 볼 수 있다. 그러므로 조직원들의 인식 정도에 따라 나타나는 자발적 행위인 이타적 행동은 대내적 윤리활동과 유의미한 관계가 있음을 알 수 있다. 또한 기업의 윤리경영활동이 조직시민행동의 하위 변수인 시민정신과는 유의한 관계를 보이지 않는 것으로 나타났는데, 이는 조직원의 시민정신에 영향을 줄 수 있는 많은 다양한 요인들이 존재하기 때문이라고 생각된다. 즉 개인별로 본인이 속한 조직에서 실행되고 있는 윤리경영에 대한 인식의 정도가 틀릴 수 있으며, 조직의 자율성 존재여부나 각자의 가치관 등의 요인들로 인하여 정(+)의 상관관계를 얻을 수 없었던 것으로 판단된다.

둘째, [가설(H)2]에서 윤리경영실천과 조직몰입과의 영향관계에 대해 분석한 결과 기업의 대내적·대외적 윤리활동 모두 구성원의 조직몰입에 정(+)의 상관관계를 보인 것으로 확인되었다.

셋째, [가설(H)3]의 검증 결과 조직몰입은 이타적 행동과는 상관관계가 있지만, 시민 정신과는 유의하지 않는 것으로 나타났다.

끝으로, [가설(H)4]에서는 독립변인들과 조직시민행동과의 관계에 있어,

조직몰입의 매개효과를 검증하였다. 그 결과 조직몰입이 대내적 윤리활동과 조직원들의 이타적 행동관계에 있어 정(+)의 매개효과가 있는 것으로 나타났다.

이러한 결과를 통해 본 연구는 우리나라의 기업체나 조직구성원들에게 다음과 같은 시사점을 제시해 준다.

기업의 윤리경영은 조직 구성원들의 윤리의식 및 조직에 대한 신뢰를 갖게 함으로써 조직몰입 수준을 높이고, 이렇게 높아진 개인의 조직몰입은 이타적 행동의 강화로 이어지는 것을 알 수 있다. 이를 통하여 기존의 기업의 재무적 성과로만 설명할 수 없었던 기업의 경쟁력을 정성적인 측면에서 조직시민행동이 설명할 수 있음을 확인하였다.

공식적으로 주어진 업무에만 충실하는 직원들로 구성된 조직은 다른 조직보다 경쟁력이 떨어질 수 있다. 그러므로 각 구성원들이 자신이 맡은 고유업무 영역 외에 주인의식과 사명감을 바탕으로 조직발전을 위해 부차적인 업무를 수행할 수 있고, 조직차원에서 즉각적이고 적절한 보상은 없지만 자신이 소속된 조직의 발전을 위해 자발적으로 수행하는 구성원들의 지원행동인 조직시민행동이 중요한 것이다.

구성원들은 윤리적인 가치를 경영에 적용하고 있는 기업에게 강한 집착을 나타낼 수 있다. 왜냐하면 투명하고 공정한 과정을 거쳐 조직의 의사결정 및 구

성원 개개인에게 보상이 주어진다면 현재 본인의 기대에 미치지 못한 다소 부당한 대우를 받고 있다고 생각하는 사람도 조직과 상사에 대해 긍정적으로 보려고 하기 때문에 조직에 대한 믿음을 바탕으로 몰두하게 된다. 또한 조직이 윤리적으로 명확한 목표를 제시하고 이에 따라 구성원들이 조직체의 의사 결정 과정에 공감하게 되면 이것은 구성원들의 조직몰입으로 이어진다. 이러한 조직몰입은 조직의 목표와 가치에 대한 강한 신뢰와 애착, 조직을 위해 상당한 노력을 기꺼이 투자하는 헌신과 희생의사, 조직의 구성원으로 남고자 하는 강한 욕망으로 이어지며, 구성원들은 조직에 보탬이 되는 자발적 노력이나 협조를 아끼지 않을 것이다. 이것은 곧 조직시민행동의 증가를 뜻하며, 기업체에서는 조직체의 효율성을 증가시키기 위해서 구성원의 조직시민행동을 향상시키는 방안을 모색하는 것이 중요하다.

사실 기업체들이 윤리경영을 실천함에 있어 가장 애로가 되는 것은 구성원들이 윤리경영에 대한 인식도가 낮고 실천도 또한 낮다는 점이다. 이에 따라 사회적 차원에서 윤리경영에 대한 공감대 형성과 기업 차원에서 필요성을 느끼지 못하는 구성원에 대한 윤리경영에 대한 지속적인 교육도 있어야 할 것으로 생각된다.

본 연구는 기업체의 윤리경영실천과

조직시민행동과의 관계를 실증적으로 분석하고 있으며, 그러한 관계에 있어서 조직몰입의 매개효과를 검증하고 있다. 그러나 본 연구는 몇 가지 한계점을 지니고 있으며 이를 바탕으로 향후 전개될 수 있는 연구방향을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 윤리경영활동과 조직시민행동을 측정하는 척도로 사용된 항목들은 현재의 급변하는 조직 환경에서 복잡한 조직 구성원의 윤리경영활동에 따른 조직시민행동의 영향력을 정확히 측정하기에는 무리가 있다고 본다. 그리고 윤리경영에 대한 국내 연구들에서 특히, 윤리경영실천을 측정하는 검증된 설문 문항들을 발견할 수 없었는데, 이에 대한 좀 더 정교한 연구가 필요하다. 우리나라 기업의 윤리경영은 내용면에서 아직 시작 단계로 볼 수 있는 바, 다양한 각도에서 시행과 성과가 해석 가능하도록 한국 실정에 맞는 세분화된 윤리경영에 관한 새로운 척도 개발이 요구된다.

둘째, 선행연구가 거의 없는 상태에서 이루어진 본 연구에서 관계를 밝히고자 했던 윤리경영 실천과 조직시민행동간의 관계에서는 대내적 윤리활동과 이타적 행동만이 서로 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이에 대하여 세분화된 추가적인 가설과 더불어 조직시민행동의 하위요소인 이타주의, 양심, 스포츠맨십, 호의성 그리고 시민정신과의 모든 관계를 규명할 필요가 있다.

참고문헌

- [1] 김세원, 한국적 경제유리의 정립, 서울: 상공회의소 한국경제연구센터, 1998.
- [2] 박현수, 권인수, 기업윤리 연구의 최근 동향과 실증연구 과제, 한국기업윤리학회 춘계학술대회 발표논문, 2004.
- [3] 전경련, 기업·기업재단 사회공헌백서, FKI미디어, 2003.
- [4] 최창명, 김성수, 윤리경영 실천과 리더에 대한 신뢰가 조직몰입에 미치는 영향, 한국기업 경영학회, 2005.
- [5] 최인철, 윤리경영의 선진사례와 도입방안, 삼성경제연구소, 2002.
- [6] Chen, Z.X. and A.M. Francesco, "The Relationship Between The Three Components of Commitment and Employee Performance in China," *Journal of Vocational Behavior*, Vol.62, No.4(2003), pp.490-510.
- [7] Huselid and Day, "Organizational commitment, Job involvement, and turnover: a substantive and methodological analysis," *Journal of Applied Psychology*, Vol.76(1991), pp. 380-391.
- [8] Mathieu, J.E. and D.M. Zajac, "A review and meta-analysis of the antecedents, correlates, and consequences of organizational commitment," *Psychological Bulletin*, Vol.108(1990), pp.171-194.
- [9] Meyer, J.P. and N.J. Allen, "A three-component conceptualization of organizational commitment," *Human Resource Management Review*, Vol.1 (1991), pp.61-98.
- [10] O'Reilly, C. III, and J. Chatman, "Organization commitment and Psychological attachment: The effects of compliance, identification, and internalization on prosocial behavior," *Journal of Applied Psychology*, Vol.71(1996), pp.492-498.
- [11] Organ, D.W., *Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome*, Lexington, MA: Lexington Books, 1988.
- [12] Podsakoff, P.M. and S.B. "Mackenzie, Organizational citizenship behaviors and sales unit effectiveness," *Journal of Marketing Research*, Vol.3, No.1(1994), pp.351-363.
- [13] Weiner, T., "Commitment in Organizations; A Normative view," *Academy of Management Review*, Vol.7 (1982), pp.418-428.