

조직구성원의 윤리적 행동의 영향요인 및 조직유효성에 미치는 영향

이 재 연 *

The Study of the Influences factors on ethical behavior in Organizational Member and Organizational Effectiveness

Jae-Yeon Lee

Abstract

This study analyzes influence factors on ethical behavior in organizational member and organizational effectiveness. in business ethics contexts. To achieve this research objective reviewed the academic literatures and institutional polices related to business ethics. Especially, this study focused on the relationship between influence factors and effectiveness in business ethics.

keyword 기업윤리, 사회적 책임, 윤리강령

I. 서론

최근 기업의 사회적 책임과 윤리 경영이 학계와 실무계의 주요 이슈로 부각되고 있다. 1998년 한국기업윤리학회가 출범한 이래 기업윤리와 윤리적 행동에 대한 다양한 이슈를 중심으로 학문적 논의가 진행되고 있다. 또한 우리나라 기업들도 경영투명성 제고와 경쟁우위의 원천으로서 기업윤리에 많은 관심을 갖고 기업윤리헌장을 제정, 선포하고 있다. 전국경제인연합회의 350개 회원사를 대상으로 한 조사결과를 보면 기업윤리헌장을 보유한 기업이 93.5%, 윤리경영담당부서를 설치한 기업이 97.5%로 나타나고 있다. 기업이 윤리적 딜레마에 빠졌을 때 기업이 보인 대응에 따라 그 조직의 성쇠가 달라졌음을 확인할 수 있다. 예를 들면, 타이어 제조사 파이어 스톤은 1978년 자사 제품의 대규모 리콜을 실행하였다. 그러나 이러한 결성은 제품의 심각한 결함에도 불구하고 이를 은폐하고 축소하는 과정에서 수많은 소비자 고발과 미 연방 고속도로 안전관리국의 조사가

* 숭의여자대학 경영과 교수

시작된 이후에 결정된 것이었다. 결과적으로 당시 미국 타이어 시장의 25%를 점유하고 있던 피어스톤은 비윤리적 행동으로 인해 애널리스트 추산 전체 매출액의 3%에 해당하는 비용손실과 신뢰하락을 경험하였다. 반면에 1990년 생수회사인 페리에는 자사 생산 생수통에서 미량의 벤젠 성분이 검출되자 즉시 전 세계에서 유통되고 있는 자사 생수통을 회수하였다. 이러한 결정이 회사에 단기적으로 막대한 비용 손실을 가져왔지만 장기적으로는 소비자로부터 신뢰받는 기업이 되는 계기가 되었다(Newell, 2002). 이러한 사례는 왜 기업이 사회적 윤리적 책임을 다해야 하는지를 알 수 있게 해준다. 그러나 조직에서 비윤리적이고 사회적으로 무책임한 행동이 계속 발생하고 있고 따라서 이를 어떻게 예방할 수 있을 것인가 하는 것이 중요한 문제라 하겠다.

따라서 본 연구에서는 조직구성원의 윤리행동에 영향을 미치는 요인을 신행연구를 중심으로 살펴보고자 한다. 또한 기업윤리와 구성원의 윤리적 행동이 조직유효성에 미치는 영향에 대하여 조사하고, 윤리적 행동을 증가시키기 위한 전략을 살펴본다. 우리나라 기업에 있어서 바람직한 윤리풍토 조성을 위한 현실적인 시사점을 제시하는데 목적이 있다.

II. 이론적 배경

제1절 기업윤리와 윤리적 행동

기업윤리의 개념을 명확히 하기 위해서는 ‘기업’과 ‘윤리’를 먼저 정의할 필요가 있다. 기업이란 인간과 자본을 구성요소로 재화와 서비스를 생산하여 수익을 창출한다. 또한 창출된 수익을 다양한 이해관계자들에게 분배하며 이를 통해 인간생활의 질을 향상시키는 조직체라 할 수 있다. 한편, 윤리는 행위의 옳고 그름이나 선과 악 또는 도덕적인 것과 비도덕적인 것에 대한 판단기준의 체계(Goodpaster, K.E., 1983)를 일컫는다. 어원상 윤리는 그리스어로 ethos에서 파생되었으며, 성격 또는 관습의 의미를 갖고 있다(Shaw, 1996). 따라서 기업윤리는 일반적인 윤리의 기본원칙을 기업이라는 특수한 사회적 상황에 적용한 것을 말한다 할 수 있다. 이와 같이 윤리의 개념에 비추어 ‘기업윤리’를 정의하면 “기업윤리는 기업경영이라는 상황에서 나타나는 행동이나 태도의 옳고 그름이나 선악을 구분해 주는 규범적 판단기준과 도덕적 가치와 관련된 기업행동과 의사결정의 기준” 또는 “기업경영이라는 상황에서 이루어지는 경영자나 종업원들의 행동이나 태도에 관해서 형성된 도덕적 가치로서, 그의 행동과 태도의 옳고 그름을 가늠하여 기업과 사회에 다 같이 바람직한 방향으로 나아가게 하는 규범”이라고 볼 수 있다(신유근, 2004).

조직구성원의 윤리적 행동은 기업윤리를 업무 수행과정에서의 의사결정과 행동에 반영하는 것을 의미하며, 적극적으로 기업윤리의 준수를 행동원칙으로 삼는 것을 말한다.

기업윤리가 기업경영에서 지니는 중요성을 살펴보면 다음과 같다(신유근, 1994). 첫째, 기업윤리 준수는 기업의 사회적인 정당성을 획득하는 기반이 된다. 즉 기업의 역할이나 활동이 사회로부터 수용되어야 기업은 생존 및 성장할 수 있는 기반이 마련된다. 둘째, 기업윤리는 기업의 경쟁력을 강화시킨다. 기업이 조직체로서 높은 윤리수준을 유지하기 위해서는 최고경영자가 윤리적 마인드에 기초하여 모범을 보여야 하며, 이러한 기업의 분위기는 종업원들에게 회사에 대한 자부심과 충성도를 고취시켜 기업경쟁력을 제고시키게 된다. 셋째, 기업윤리는 조직구성원의 행동규범을 제시해 줄 뿐만 아니라 건전한 시민으로서 구성원의 윤리적 성취감을 충족시켜 준다. 즉, 기업윤리는 기업이라는 조직이 사회 속에서 해야 할 일과 하지 말아야 할 일을 구분시켜 줌으로써 전체 사회에 이로운 행위기준을 제시하여 구성원 간에 생길 수 있는 마찰이나 갈등을 해소시켜 준다. 넷째, 기업윤리는 건전한 사회발전에 기여한다. 오늘날 산업의 고도화와 정보화에 따라 기업이 사회에 미치는 영향력은 지속적으로 증대되고 있다. 이처럼 기업이 사회에 미치는 영향력을 고려할 때, 기업의 윤리적 혹은 비윤리적 행위는 사회의 분위기 조성에 있어서 매우 중요한 역할을 하게 된다.

제2절 기업윤리와 윤리적 행동의 영향요인

기업윤리와 구성원의 윤리적 행동에 영향을 미치는 요인은 다양하다. 예를 들면 조직 규모, 최고경영자의 철학, 조직관행 및 운영방식 그리고 사회일반의 가치의식, 정부규제 사회적 기대, 문화적 특성, 환경의 불확실성 또는 개인 특성 즉, 연령, 학력, 지위, 소유관계, 금전적 필요성, 역할갈등, 정치성향, 조직몰입 등 다양한 측면에서 기업윤리와 구성원의 윤리적 행동에 영향을 미친다.

Baumhart(1961)는 기업윤리의 영향요인으로 상사의 행동, 회사의 정책, 사회의 윤리 풍토, 동료의 행동, 개인의 금전적 욕구 등을 주장하였다. 이후연구에서는 기업분위기, 정부규제, 과당경쟁, 이익추구 압력, 사회적 관심 등이 추가로 제시되었다(Brenner & Molander, 1977). 또한 Schermerhorn(1989)는 기업윤리에 영향을 미치는 요인을 개인적 요인, 조직적 요인과 사회적 요인으로 구분하여 연구하였다. 먼저 개인적 요인은 가족의 영향, 종교적 가치, 개인적 신념, 개인적 욕구 등이 포함된다. 사회적 요인으로는 경쟁자, 정부의 규제, 사회적 규범과 가치관, 사회의 윤리풍토 등이 <표 2-1>과 같이 제시되었다.

〈표 2-1〉 기업윤리 영향요인

수준	영향요인
개인수준	금전적 욕구, 가족의 영향, 종교적 신념, 자아의 강도, 조직에 대한 내면화, 조직에 대한 영향, 직무종속성, 조직목표와의 갈등, 직위, 연령, 학력
조직수준	상사의 행동, 성과에 대한 압력, 규모 및 업종, 기업문화, 직무특성, 공식적 정책, 도덕적 갈등, 경영자 태도, 동료의 행동
사회수준	정치윤리 풍토, 사회의 기대, 정부의 규제, 사회적 규범, 사회적 풍토, 전반적 경쟁, 사회윤리 풍토

자료: Schermerhorn(1989), Management for Productivity, NY: Wiley & Sons, p. 56.

신유근(1994)의 연구에서는 개인차원의 요인으로 연령, 학력, 직위, 소유관계, 해당분야, 금전적 욕구, 조직에 대한 내면화 정도, 조직이나 사회에 대한 영향력, 조직목표와의 갈등 등을 들고 있다. 또한 조직차원의 요인으로서는 규범, 업종, 성과에 대한 압력, 상사나 동료의 행위, 최고경영자의 태도, 기업정책 등을 제시하고 있다. 사회적 차원의 요인으로서는 사회의 가치관, 사회적 기대, 정책의 규제, 사회의 문화적 풍토 등이 포함된다.

선행 기업윤리에 관한 연구들은 주로 경영자 윤리에 초점을 맞추어 연구되었으나 조직구성원 차원에서도 적용이 될 수 있다. 또한 기업 윤리에 영향을 미치는 요인을 기업 윤리의 수준을 높이는 요인과 낮추는 요인으로 구분하여 분석한 연구를 보면, 이들 경영자와 구성원 사이에 중복되어 나타나고 있다. 이와 같이 기업윤리에 영향을 미치는 요인에 대해서는 연구자의 관점이나 대상에 따라서 다양하게 제시되고 있다.

Nelson & Quick(2001)은 윤리적 행동과 의사결정에 초점을 두어 영향요인을 연구하였다. 이들은 개인의 가치관이 조직이나 사회가 가지고 있는 가치관과 일치하게 행동하는 것으로 보았다. 이러한 윤리적 행동은 개인적 행동은 개인적 요인과 조직적 요인의 영향을 받는다고 주장한다. 개인적 요인은 개인의 윤리적 행동 또는 의사결정에 영향을 미칠 수 있는 내재적 및 정신적 발달과 관계되는 가치시스템, 통제의 위치, 마키아벨리즘, 도덕적 발달 단계로 구성되며, 조직적 요인은 조직이 개인의 의사결정에 영향을 미칠 수 있는 강제적이고 보상적 요인으로 윤리현장, 규범, 모델링, 보상과 처벌로 구분하였다.

또한 Singhapakdi & Vitell(1992)은 윤리적 의사결정 영향요인을 개인, 조직, 외부환경 요인으로 구분하여 연구하였다. 개인 요인으로서는 가족의 영향, 개인 신념, 개인 욕구, 조직 요인으로서는 공식적인 정책과 규칙, 상사 및 동료의 행동을 제시하였다. 한편 외부환경

경요인으로는 경쟁자, 정부의 규제, 사회적 규범과 가치관, 그리고 사회의 윤리적 풍토 등을 제시하고 있다. 이러한 관점에 기초하여 양기류(1993)는 기업윤리행동의 영향요인을 <표 2-2>로 정리하였다.

<표 2-2> 윤리적 행동의 영향요인에 관한 분류

요인		영향요인
내부 요인	개인요인	개인적 욕구, 자아의 강도, 조직 내면화 가족영향, 직무독립성, 직위 종교적 가치, 통제위치, 담당분야 개인 신념, 연령 및 학력, 소유관계
	조직요인	상사행동, 결과 책임, 도덕적 갈등결과, 규모 공식적 정책, 규칙, 권위에 대한 복종, 경영자 태도, 업종 동료 행동, 직무특성, 성과압력, 조직문화
외부요인 (사회적 요인)		사회 윤리적 풍토, 정부 규제 및 간섭, 사회적 규범/가치관, 경 쟁정도, 사회적 압력/간섭, 기업역할에 대한 사회 기대, 문화적 풍토, 정치 윤리 풍토

자료: 양기류(1993), 한국의 기업윤리에 관한 연구, 동아대학교 대학원, p.43.

다음으로 Newell(2002)은 윤리적 행동에 영향을 미치는 요인을 개인요인, 집단요인과 조직요인으로 구분하여 연구하였다. 이를 살펴보면 다음과 같다. 먼저 개인요인으로는 도덕적 성숙(moral maturity), 공정성 인식, 통제위치가 해당된다. 집단요인으로는 학습, 순응, 집단사고, 역할기대가 있다. 마지막으로 조직요인으로는 기업의 윤리문화를 들고 있다.

제3절 기업윤리의 유형과 발전단계

(1) 기업윤리의 유형

기업윤리는 대내적 윤리와 대외적 윤리로 구분된다. 대내적 윤리는 조직 구성원으로서 기업에 대하여 기지고 있는 윤리이며, 대외적 윤리는 조직 구성원이 사회에 대하여 가지는 윤리를 말한다. 대내적 기업윤리는 소극적 기업윤리와 적극적 기업윤리로 분류할 수 있으며, 소극적 기업윤리에는 부실경영, 부당인사, 임금체불, 부당노동행위, 공급 유

용, 무단결근 등이 해당된다. 또한 적극적 기업윤리로는 인간중심적이고 참여적인 경영, 작업윤리의 준수, 생산성과 품질의 향상 노력, 산업재해의 예방, 연구 활동을 통한 품질 개선, 혁신적인 경영 등을 해당한다. 한편, 대외적 기업윤리도 소극적 기업윤리와 적극적 기업윤리로 분류될 수 있는데, 소극적 기업윤리에는 공해유발, 매점매석, 유해식품 제조, 정경유착, 가격조작, 불성실한 회계정보의 공시 등이 있다. 반면에 적극적 기업윤리로는 공해방지, 자연과 환경보호, 교육 학술 지원, 문화 및 체육지원, 기업이익의 사회 환원, 생활의 질 향상을 위한 노력 등이 있다(류선권, 2008).

(2) 기업윤리의 발전단계

기업윤리의 발전단계는 기업이 이윤추구와 기업윤리를 어떻게 적절하게 상호균형을 유지하면서 기업 수준에 맞는 윤리 경영을 도입하여 실천 할 것인가에 대한 방향을 제시하고 있다. 이와 관련한 연구를 살펴보면 다음과 같다. Reidenbach & Robin(1991)은 기업윤리의 발전단계를 다섯 단계로 구분하였다.

1단계는 무도덕 단계(amoral stage)로 기업이 소유주와 경영자를 가장 중요한 이해관계자로 보고 이익극대화를 주로 행동 목적으로 하는 단계이다. 이 단계의 기업은 이익을 내기 위해 비윤리적인 행위를 감수한다.

2단계는 준법 단계(legalistic stage)로 기업이 적극적으로 윤리적 행동을 하려고 노력하지는 않지만 최소한의 법규는 준수하려고 하는 단계이다. 즉, 위법만 안하면 비윤리적이 아니라고 인식하고 더 이상의 노력을 하지 않는 단계이다.

3단계는 대응 단계(responsive stage)로 이 단계부터 기업은 윤리문제에 관심을 갖기 시작한다. 기업의 사회적 책임을 인식하기 시작하고, 회사의 공장이나 사업장이 있는 지역 주민들의 이해관계를 고려하고, 대외적 이미지를 고려하려고 한다. 그러나 기업은 이익의 극대화를 전제로 윤리적인 경영을 한다.

4단계는 윤리관의 태동단계(emerging ethical stage)로 기업윤리와 이익의 균형을 강조한다. 이 단계에서 기업윤리현장이나 윤리강령이 제정되고 윤리위원회 조직이 운영되기 시작된다.

5단계는 윤리의 선진단계(developed ethical stage)로 명확한 윤리관과 윤리원칙을 천명하고 조직의 모든 구성원들이 기업의 이익이나 개인의 이익보다 윤리원칙을 우선 고려하여 조직행동을 하게 된다.

또한 Sethi(1998)는 기업윤리의 발전과정을 사회적 의무, 사회적 책임과 사회적 반응의 세 단계로 구분하여 설명하고 있다. 사회적 의무(social obligation)단계는 기업이 다만 이미 부과된 경제적, 법적 제약에만 소극적으로 반응하는 단계이다. 이 단계에서는 법적, 경제적 기준에서의 기업의 정당성을 찾으려고 하며, 따라서 법규의 준수를 중요시한다. 또한 기업의 사회적 참여를 외부압력에 따라서 기업이 수동으로 수행하는 것으로 여긴다. 그러므로 이 단계에서는 오직 이유를 극대화하는 것이 사회의 기대에 부응하는 일이

며 기업의 윤리적 의무라고 본다. 사회적 책임(social responsibility)단계는 기업이 법적, 경제적 제약에만 반응하는 단계를 넘어서, 변화하는 사회규범과 가치관에 적응하면서 사회적 요구와 기대에 부응하는 단계이다. 그러므로 이 단계는 기업에 대한 사회의 요구와 기대가 법적으로 규정되기 전에 미리 그에 부응하는 것이 바로 기업의 사회적 책임이며 윤리적 의무라고 보는 단계이다. 또한 사회적 반응(social responsiveness)의 단계는 기업이 사회적 압력과 요구에 수동적으로 반응하는 단계를 넘어서, 사회에서 기업이 해야 할 바람직한 역할이 무엇인지를 스스로 찾아서 능동적으로 수행하며, 사회문제 해결에 적극적으로 참여하는 단계이다. 그러므로 이 단계는 기업 활동과 직접 관련하여 제기되는 사회문제뿐만 아니라 기업이 효율적으로 해결할 수 있는 사회문제라면 앞장서서 창조적으로 리더십을 발휘하는 것이 기업의 책임이고 윤리적 의무라고 보는 단계라고 할 수 있다.

Ⅲ. 윤리적 행동이 조직유효성에 미치는 영향 및 윤리적 행동을 증가시키기 위한 전략

제1절 윤리적 행동이 조직유효성에 미치는 영향

윤리적 행동과 조직유효성간의 관계를 설명하기 위해서는 두 가지 관점에서 연구되었다. 즉 재무요인을 중심으로 경제적 성과에 초점을 두는 연구와 비재무적 차원에서 조직성과에 초점을 두는 연구로 구분 할 수 있다.

먼저 재무적 성과에 초점을 둔 연구를 살펴보면 기업의 윤리적 의사결정과 행동이 재무성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다(Cummings, 2000). 이러한 관점의 연구들은 높은 사회적 책임을 수행하는데 따르는 비용이 종업원들의 사기와 생산성 향상으로 얻어지는 이익에 의해서 상쇄된다고 주장한다(Primeaux & Stieber, 1994). 이와 관련하여 Stanwick & Stanwick(1988)은 기업의 명성지수를 통해 측정된 기업윤리 및 사회적 책임이 기업의 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 증명하였다. 이들은 기업이 높은 윤리경영을 실천함으로써 조직구성원들의 사기 및 생산성이 높아지고, 결국 이를 통해 실현되는 이익이 비용의 발생을 초과하기 때문이라고 주장하였다. 또한 Lowry(1993)의 연구에서는 윤리적 기업에 투자하는 것이 더 높은 투자수익률을 달성하게 된다고 주장하였다. 이를 증명하기 위해서 그는 사회적 책임성 투자이론을 제시하고 뉴욕증권거래소의 30개 회사의 주가 평균변동의 분석을 실시하여 그 결과를 제시하고 있다.

Lee & Yoshiara(1997)는 기업 윤리수준이 높으면 기업 외부뿐만 아니라 내부 측면에서도 이익이 창출된다고 주장하였다. 이들은 기업 경영자의 윤리적 행동이 기업 이미지 향상을 가져오고, 이를 통해 고객 충성도가 제고되어 매출이 증대되어 장기적으로 이익이 창출된다고 주장하였다. 또한 내부적으로는 경영자의 윤리적 행동이 회사에 대한 자부심을 제고시켜 작업능률 및 품질향상을 가져와 장기적으로 이익이 증가한다고 하였다. 이를 위해서 이들은 한일기업의 600개사 경영자를 대상으로 실증조사를 통해서 그 타당성을 제시하고 있다. 한편 Mark(1986)는 윤리수준이 높으면서 이익수준이 높은 미국의 27개사의 3년간 자료를 분석하여 다음과 같은 결과를 제시하였다. 고윤리 고수익의 기업은 기업내부 및 외부의 이해관계자 집단과의 커뮤니케이션이 강하며, 공정성을 지키며, 개개인이 자신의 행동을 책임지며, 활동의 기준을 사명에서 출발한다고 하였다. 이외에도 McGuire(1988)은 상장기업을 대상으로 기업의 사회적 책임에 대해 재무적 성과가 영향을 받는다는 결과를 보여주고 있다. 또한 Cochran & Wood(1984)는 기업의 사회적 책임과 재무적 성과는 정(+)의 관계가 있음을 제시하였다.

다음으로 비재무적 요소인 조직성공에 초점을 둔 연구를 살펴보면 다음과 같다. 이러한 연구들은 조직성과 변수로 조직시민행동과 조직몰입을 다루고 있다(Babakus et al., 2003). 조직시민행동과 윤리경영과 관련하여 조직의 구성원들이 윤리경영을 위반하려는 의향은 개인적인 이유보다 조직의 과도한 업적기준을 달성하거나 잘못된 규범 때문에 초래되기 때문에 비윤리적 행동을 정당화하려는 경향을 불러일으킨다고 하였다(Anand et al., 2004). 김정수(1995)는 연구에서 윤리적 조직풍토는 기업의 윤리적 경영에 중요한 영향을 미치며, 이러한 윤리풍토가 구성원의 태도와 행위를 형성하는 것에 영향을 주어 윤리적 행위 의향에 긍정적 영향을 미치게 된다고 하였다. 또한 Low & Kalafut(2002)는 윤리경영의 성과로 인식자원의 측면에서 조직몰입을 주장하였다. 한편 Victor & Cullen(1988)은 실증연구를 통해 개인윤리를 추구하는 독립형 풍토와 사회이익을 중시하는 배려형 풍토, 그리고 법과 규정을 중시하는 윤리풍토에서 구성원들의 조직몰입도가 높아진다는 것을 증명하였다.

국가청렴위는 2007년도 기업윤리경영모델을 수립하고 기업의 윤리경영을 통해 달성되는 조직성공과를 다음과 같이 제시하고 있다.

윤리경영은 기업 경쟁력 향상에 핵심적인 역할을 수행하는데, 대표적으로 우수인력 확보 및 보유가 용이하다는 점을 들 수 있다. 즉 직무지원자들은 윤리경영 실천기업을 건전하고 믿을 수 있는 비전이 있는 기업으로 평가하기 때문에 윤리경영은 우수한 인재를 유인하는데 도움이 된다. 따라서 우수한 재능을 가진 인재를 회사에 오랫동안 머물게 하여 재고용 및 재교육에 대한 교체비용을 절감시키는 효과도 있다. 그 외에도 윤리경영은 임직원의 평등, 작업환경 개선, 고객만족, 협력업체와의 투명성, 지배구조 선진성, 지역사회 공헌, 환경경영 등을 통해 지속가능한 미래를 준비하는 경영활동을 펼치며, 브랜드 가치 향상은 물론 임직원 만족에 따른 생산성 향상 효과도 가져온다. 특히 임직원과

의 관계에 있어 윤리경영은 국내 기업들이 해외에 진출하며 직면하게 되는 차별문제나 사생활 보호등과 같은 법적 이슈에 대해서도 개선, 예방하는 역할을 한다.

이와 같이 윤리경영은 운영비용 감소, 브랜드 이미지 향상, 고객 충성도 향상, 생산성 및 품질향상, 상품 및 서비스 매출 증가, 우수인력 유인 등을 통하여 기업의 재무적 성과에 긍정적인 효과를 미치며, 가시적 성과를 내게 한다. 윤리경영의 글로벌 스탠디드로 손꼽히고 있는 GE의 잭 웰치 전 회장은 ‘변화하지 않았고, 결코 변화하지 않은 것은 GE의 핵심적 가치인 정직과 신뢰성이다’ 라고 언급하였다. 이처럼 정직과 신뢰성으로 인하여 얻은 기업 명성은 기업의 지속 가능한 성장의 원천이 되고 있다. 또한 기업의 투명성과 윤리성을 바탕으로 한 윤리경영은 현대 사회에서 기업의 생존과 번영을 위한 필수요건으로 떠오르고 있으며, 더 이상 성공한 기업의 사치라고만 치부할 수 없게 되었다(국가청렴위원회, 2007).

제2절 조직구성원의 윤리적 행동을 증가시키기 위한 전략

선행연구를 살펴보면 다양한 요인들이 조직구성원의 윤리적 행동에 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 윤리적 행동과 성과와의 관계에서도 나타났듯이 조직유효성을 높이고 지속적인 성장이 가능하기 위해서는 기업의 윤리문화와 윤리적 행동이 중요하다. 따라서 구성원의 윤리적 행동을 증가시키기 위한 전략을 살펴보면 다음과 같다.

첫 번째는 정부의 규제를 강화하고, 경영자들이 조직에서의 비윤리적 행동에 책임을 지도록 하는 것이다. 두 번째는 기업 스스로 자체 윤리 규정을 강화하는 것이다. 이것은 조직을 대표해서 범죄를 저지르거나 비윤리적으로 행동하는 것은 ‘있을 수 없는’ 일이라는 기업문화를 조성하는 것이 중요하다.

조직이 구성원을 위해서 수립한 윤리적 문화로 변화하는 방법은 매우 분명하다. 중요한 것은 최고 경영자가 무엇을 하는가와 그들이 수립하고 강화하는 문화이다. 이것은 윤리적 딜레마에 직면했을 때 하위계층의 구성원의 행동 방식과 조직 전체의 행동 방식에 영향을 미칠 것이다. 비용을 고려하지 않고, 윤리적 분위기가 옳은 일을 하는 것에 대한 생각과 행동을 강조하는 조직의 사례가 있다. 예를 들어 존슨앤존슨 사는 타이레놀이 오염됐을 것이라는 작은 문제제기가 있었을 때 자신의 약품을 시장에서 즉시 회수하였다. 그들은 사회적 책임에 근거하여 행동했다. 그러한 윤리적 분위기가 확실하고 긍정적인 회사들인 경우, 조직구성원들은 윤리적 딜레마가 주어졌을 때 최고 경영자로부터 지원을 받을 수 있다는 것을 알고 확신 있게 행동할 수 있다. 윤리적 분위기가 정착되지 않은 다른 조직들에서는 이와 비슷한 어려운 의사결정에 직면했을 때 사회 및 환경적 고려보다 효율적인 운영에 관심의 비중을 더 둘 것이다.

책임을 중요시 하는 조직들에서는 종종 종업원들이 그들의 업무에 있어서 윤리적 측

면에 민감하게 반응 할 수 있는 윤리 강령을 수립하고 있다. 그러나 그러한 가이드라인에 호소하는 것으로는 해결되지 않는 윤리적 딜레마가 늘 존재한다. 더욱이 Donaldson(1989)의 연구에서처럼 윤리강령은 가끔 제도상의 방어수단으로 사용되어 개인적 판단을 어렵게 한다. 따라서 조직은 개인들을 더 높은 단계의 윤리적 사고가 가능하도록 하는 교육 및 개발 프로그램에 자원을 투입할 필요가 있다(Maclagan, 1990). 이것은 조직구성원들이 순응으로부터 벗어나 조직적 목표 및 가치(즉, 관습을 뛰어넘는 윤리성)에 대한 독립적인 사고를 하도록 도와준다. 그러나 이것은 과거에 다른 사항들보다 수익을 중요시하는 경향이 있었던 조직에게는 확실히 위협적인 것이다.

따라서, 기업 스스로가 그들의 행동을 개선할 수 있을지에 대한 의구심이 생기는 이유는 이것이 조직의 중요한 변화에 관련되어 있기 때문이다. 조직 내에서의 비윤리적, 또는 윤리적 성향, 태도는 그 조직의 문화와 깊은 관련을 갖고 있다. 이것은 모두에게 받아들여지고 새로운 구성원이 빨리 습득하게 되는 조직 가치 시스템의 일부분이다. 따라서 조직의 전체적인 문화가 윤리를 강조하는 윤리문화로 변화될 필요가 있다.

또한 윤리적 행동을 증가시키기 위한 전략으로 '내부고발(whistle-blowing)'의 사례를 생각해 볼 수 있다(예를 들면, Jensen, 1987; Matthews, 1987). 내부고발은 한 개인이 자신이 일하고 있는 조직 내에서 본 부패하고, 불법적이고, 부정적이고 또는 해가 되는 행동에 관하여 '밀고하는' 것을 말한다(Nader 외, 1972). 사회적 관점에서 내부 고발자는 윤리적 영웅으로 여겨지겠지만, 조직 내에서 그는 전형적으로 배반자로 여겨진다. 이것은 그 개인이 집단의 규범을 거부했고, 집단에 배신적인 행동을 하였기 때문이다. 따라서 그는 일탈적으로 행동한 것으로 보인다. 예를 들어, 만약 한 집단의 프로젝트를 시간 내에 완수하기 위해 야곱검사 실험의 결과에 '경미한' 수정을 가하는 것은 '괜찮다'라는 규범이 생겼을 때, 이 불법적인 행동에 반대하는 개인은 이상한 사람으로 보일 것이다. 그래서 만약 그가 내부적으로든 외부적으로든 그 사실을 '밀고하게' 된다면, 그는 그의 작업 집단에 배신적인 행동을 한 것으로 여겨질 것이다. 내부 고발자에 대한 결론은 그가 속한 그룹으로부터 따돌림 당하고 문제를 일으키는 사람으로 간주되는 변절자로서 취급된다는 것이다. 그렇지만 사회적 관점에서 본다면, 내부 고발자는 안전하지 않은 약물의 위험 가능성에 사회적 관심을 갖는데 긍정적으로 행동한 것이다.

이러한 사실에도 불구하고, 이와 관련한 연구는 내부 고발자들은 조직 내에서 칭찬받는 대신 전형적으로 '악역'으로 취급되고, 처벌된다는 것을 보여주고 있다. 예를 들어, Soeken(1987)은 233명의 내부 고발자들에 대한 연구에서 84%가 내부 고발 행동의 결과로 해고되었다는 것을 발견하였다. 그러나 회사가 만약 조직 구성원들 사이에서의 사회적 책임과 윤리적 행동의 증가를 원한다면, 내부적으로 내부 고발자를 격려하여야 한다. 이것은 조직의 최고 경영자에 의해 지지받는 것처럼 보이는 명확한 윤리강령(ethical code of practice)을 수립하고 조직 구성원 모두에게 전달됨으로써 달성될 수 있다. 그리고 구성원들에게 관심사(concern)에 대해 열려있는 확실한 대화채널을 제공하는 것이 중

요하다. 구성원들이 윤리적 분제와 관련하여 자신들의 상사에게 가노릇 하는 것은 좋지 않다. 즉 비윤리적인 행동을 강요하는 당사자가 주로 상사이기 때문이다. 따라서 구성원들이 불법적이거나 비윤리적인 행동에 관한 사항을 제기할 수 있는 윤리위원회를 구성하는 것이 중요하다. 이 위원회는 개인에 대한 보복을 방지할 필요가 있을 경우 정보 출처에 대해 기밀을 유지한 채 수집된 정보에 대해 행동할 수 있는 권한을 가져야 할 것이다.

이러한 윤리강령과 위원회의 수립이 구성원의 윤리적 행동을 증가시키는 방법이다. 더 중요한 것은 비윤리적이거나 불법적인 행동이 처벌되고 윤리적이고 합법적인 행동이 보상을 받는 경영관리 관행을 만드는 것이다.

IV. 결론

국내외의 많은 기업들이 기업윤리를 강조하는 윤리경영과 조직 구성원의 윤리적 행동에 많은 관심을 갖고 이를 도입, 실천하기 위해 노력하고 있다.

본 연구에서는 기업윤리와 조직구성원의 윤리적 행동에 영향을 미치는 요인과 조직유효성간의 관계를 선행연구를 통해 분석하였다.

기업윤리와 조직 구성원의 윤리적 행동에 영향을 미치는 요인은 연구자의 관점에 따라 다양하게 주장되어 왔다. 그러나 윤리 자체의 보편성과 포괄성 때문에 거시적 차원은 물론이고 미시적 차원인 개별 기업 차원에서도 그 영향요인의 정확한 설명은 어렵다. 그러나 선행연구를 살펴보면 많은 연구자들의 다양한 접근과 영향요인의 분석에서 공통적으로 지적되고 있는 사실을 확인할 수 있다. 즉 기업윤리와 조직구성원의 윤리적 행동이 재무적 성과와 비재무적 성과에 모두 긍정적인 영향을 미치고 있다는 것이다. 이는 기업윤리와 윤리적 행동이 기업경영에 있어 선택 사항이 아니라 필수 요소가 되어 가고 있음을 보여준다. 즉, 기업의 경쟁력을 실질적으로 강화시키는 필수요소이며, 기업 가치를 극대화하기 위해서 갖추어야 할 본질적인 소선이라 할 수 있다(이호, 2006). 앞서 살펴본 바와 같이 기업윤리와 윤리적 행동은 법적 책임의 준수뿐만 아니라 사회가 요구하는 윤리적 기대를 기업의 의사결정 및 행동에 적극적으로 반영하는 것을 의미한다.

기업윤리와 조직구성원의 윤리적 행동을 강화하기 위해서는 첫째, 기업의 비윤리적 행위에 대해 경영자와 구성원들이 책임을 지도록 하는 정부의 강한 규제가 요구된다. 둘째, 기업 스스로 비윤리적으로 행동하는 것은 '있을 수 없는' 일이라는 기업문화를 조성하는 것이 중요하다. 셋째, 내부 고발자를 격려하여야 한다. 명확한 윤리강령(ethical code of practice)을 수립하고 조직 구성원 모두가 윤리적 문제에 대해 열려있는 확실한 대화체널을 제공하는 것이 중요하다. 또한, 구성원들이 불법적이거나 비윤리적인 행동에

관한 사항을 제기할 수 있는 윤리위원회를 구성하는 것이 중요하다.

본 연구에서는 기업윤리와 조직구성원의 윤리적 행동에 영향을 미치는 요인과 조직유효성간의 관계를 선행연구를 통해 분석하였다. 그러나 본 연구는 다음과 같은 한계점을 지닌다. 선행연구의 내용분석에만 치중하여 영향요인과 조직유효성간의 인과적 관계에 대한 실증적 연구를 통해 타당성을 검증하지 못하였다. 이후 연구에서는 실증적 연구를 통한 과학적인 설명이 요구된다. 또한 분석 수준에 따라 영향요인을 세분화하고 개념을 명확하게 정의할 필요가 있다. 그렇지만 본 연구는 선행 연구의 분석을 통해 기업윤리와 윤리적 행동의 영향요인을 종합적으로 정리하고, 조직유효성에 미치는 영향을 연구하였다. 또한 윤리적 행동을 증가시키기 위한 전략을 제안함으로써 기업의 윤리문화 형성과 실천 프로그램의 개발에 유용한 아이디어를 제시하고 있다.

참고문헌

[1] 국내문헌

- 1) 국가청렴위원회(2007). 기업윤리경영모델.
- 2) 김정수(1995). “기업의 윤리풍토조성에 따른 구성원의 조직몰입, 직무만족 비윤리적 행위의 차이에 관한 연구”, 경희대 대학원 박사학위 논문.
- 3) 류선권(2008). “기업윤리와 윤리풍토와 조직유효성과 조직시민행동에 미치는 영향에 관한 연구”, 용인대 대학원 박사학위 논문.
- 4) 박헌준, 권인수(2004). “기업윤리 연구의 최근 동향과 실증연구 과제”, 통합학술대회.
- 5) 박헌준 외.(2001). “왜 기업은 윤리적이어야 하는가?: 기업윤리와 기업성과”, 기업윤리연구 제3권.
- 6) 삼성경제연구소(2002). “윤리경영의 선진사례와 도입방안”, CEO Information, 제377호.
- 7) 신유근(1994). 현대의 기업과 사회, 경문사.
- 8) _____(1994). “기업윤리와 경영교육”, 한국의 기업윤리, 한국경영학회, 38-39.
- 9) _____(2004). 사회중시경영, 경문사
- 10) 양기류(1993). “한국의 기업윤리에 관한 연구”, 동아대학교 대학원, 박사학위논문.
- 11) 이창덕(2007). “윤리적 판단력 및 의사결정이 조직성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 원광대학교 경영학 박사학위논문.
- 12) 전국경제인연합회(2006). 기업의 윤리경영 매뉴얼과 사례.

13) 전국경제인연합회(2002). 국내기업의 윤리경영 실태조사 결과.

[2] 외국문헌

- 1) Anand, V., Ashforth, B.E., and Joshi, M.(2004), "Business as Usual: The Acceptance and Perpetuation of Corruption in Organizations, *Academy of Management Executive*, pp.39-55.
- 2) Baumhart, R. C.(1961). "How Ethical are Business Men?" *Harvard Business Review*, Jul-Agu. 36-50.
- 3) Cochran, P., & Wood. R.(1984). Corporate social responsibility and financial performance. *Academy of Management Journal*, 27. 42-56.
- 4) Cummings, L.S.(2000). The financial performance of ethical investment trusts: An Australian perspectives. *Journal of Business Ethics*, 25. 979-987.
- 5) Donaldson, J.(1989). *Key Issues in Business Ethics*, London: Academic Press.
- 6) Goodpaster, K.E.(1983). "The Concept of Corporate Responsibility", *Journal of Business Ethics*, (2)1.
- 7) Schermerhorn, J. R.(1989). *Management for Productivity*, New York: John Wiley.
- 8) Shaw, W. H.(1996). "Business Ethics Today: A Survey", *Journal of Business Ethics*, 15, 489-500.
- 9) Singhapakdi, A., & Vitell, S. J.(1990). "Marketing Ethics: Factors influencing Perception of Ethical Problems and Alternatives", *Journal of macromarketing*, 10. 4-18.
- 10) Snell, R.(1996). 'Complementing Kohlberg: mapping the ethical reasoning used by managers for their own dilemma cases', *Human Relations*, 49, 1, 23-25.
- 11) Soeken, D. R. (1987). 'Whistle-blowers face retaliation, dismissal, study shows', *Ethikos*, Sept.-Oct., 4-9.
- 12) Lee, C. Y., & Yoshiara, H.(1997). "Business ethics of Korean and Japanese managers", *Journal of Business Ethics*, 16, 727-735.
- 13) Maclagan, P.(190). 'Moral behaviour in organisations: the contribution of management education and development', *British Journal of Management*, 1, 1, 17-26.
- 14) Matthews, M.C.(1987). 'Whistle-blowing: acts of courage are often discouraged', *Business and Society Review*, 63, Fall, 40-44.
- 15) Nader, R., Petksa, P. & Blackwell, K.(1972). *Whistle-blowing: The Report on the Conference on Professional Responsibility*, New York: Grossman.

- 16) Newell, S.(2002). *Creating the healthy organization: Well-being, diversity and ethics at work*, Thomson learning.
- 17) Primeaux, p., & Stieber. J.(1994). Profit maximization: The ethical mandate of business, *Journal of Business Ethics*, 13. 287-294.
- 18) Reidenbach, R.E., & Robin, D. P.(1991). "A conceptional model of corporate moral development", *Journal of Business Ethics*, April. 165-183.
- 19) Victor, B., & Cullen, J.B.(1988). The organizational bases of ethical work climate, *Administrative Science Quarterly*, 33. 117-118.