

논문접수: 2008. 05. 16
 수정보완: 2008. 06. 04
 게재확정: 2008. 06. 24

증권회사 CEO의 윤리경영이 조직몰입에 미치는 영향 연구

A Study for how a CEO's moral management influences on his employees' absorbing into their business in a Stock company

강 창 원(Kang, Chang-Won)*

〈차 례〉

- I. 서론
- II. 이론적 고찰
- III. 연구방법
- IV. 분석결과
- V. 결론

【국문초록】

기업 경쟁력의 원천은 사람이며, 성공 핵심은 사람들의 능력과 협력에 달려있다. 따라서 종업원들의 직무만족과 업무몰입을 위해 CEO는 윤리경영을 실천하고자 다각적인 노력을 해야 한다. 경쟁은 물론이고, 고객의 자산을 관리해야 하는 증권회사의 경영자도 수없이 많은 윤리적 이슈와 문제에 직면해 있다. 금융환경은 더 복잡해지고 증권사에 대한 요구도 증가하고 있다. 이러한 현실을 고려할 때, 어떻게 윤리 차원의 사회적 요구를 받아들이고 의식 수준을 변화시킬 것인가, 어떻게 기관 내부의 풍토로 정착시켜야 할 것인가 하는 문제는 중요한 관리대상이 되고 있다. 또한 이러한 윤리경영이 조직 구성원의 업무몰입에 어떤 영향을 미칠 것인가를 파악해 볼 필요가 있다. 본 연구는 이러한 연구목적에 바탕으로 증권회사 CEO의 윤리경영 의지가 종업원의 심리적 성과변수인 조직몰입에 영향을 미치는 정도를 확인하고자 하였다. 연구를 통해 금융기관장들은 기업윤리 위반의향이 유발되지 않도록 경영제도를 개선하고, 기업 윤리 준수의향을 향상시키는 방안을 모색할 필요성이 제기되었다. 또한, 증권회사 CEO는 구성원들의 협력을 유도할 수 있는 참여적 방식에 바탕을 둔 민주적 경영관리와 윤리의 정당성에 초점을 두고 경영방침을 세워야 할 것이다.

아울러 민주적 리더십과 윤리경영을 발휘하기 위한 새로운 도구를 개발하는데 지속적인 노력을 기울여야 할 것이다

주제어 : 윤리경영, 윤리경영의지, 조직몰입

* 장안대학 겸임교수(자산관리사, kangfn@hanmail.net)

I. 서론

기업은 다양한 이해관계자 집단(주주, 종업원, 채권자, 정부, 소비자, 공급자, 지역사회 등)의 이해관계가 걸린 복잡한 현대조직으로, 21세기 다원화사회(pluralistic society)가 도래하면서 사회의 많은 이해관계자들은 기업의 경영활동이나 의사결정에 있어서 다양한 사회적, 윤리적 정당성을 요구하고 있다(이재규, 1998). 최근 글로벌 기업들은 종업원들의 비윤리적 행동을 직접 통제하고 세계시장에서 바람직하지 않은 비윤리 관행을 규제하기 위해 기업윤리강령을 제정, 또는 수정함으로써 세계화 시대에 적용할 수 있는 윤리적 경영을 지향하고 있다. 이는 세계화에 한걸음 다가선 우리나라 증권회사도 적용되는 바로, 금융환경이 점점 복잡해짐에 따라 증권기관에 대한 요구도 지속적으로 증대하고 있다.

증권회사가 사회로부터 책임과 의무를 성실하게 이행할 것을 적극 요구받고 있는 이러한 현실을 고려할 때, '어떻게 기관 내부의 풍토로 정착시켜야 할 것인가' 하는 과제는 중요한 대상이 되고 있으며, 증권회사 CEO의 윤리경영이 종업원의 업무몰입에 어떤 영향을 미칠 것인가를 파악할 필요가 있다. 본 연구는 이러한 연구목적에 바탕으로 증권회사 CEO의 윤리경영의지가 종업원의 심리적 성과변수인 업무몰입에 영향을 미치는 정도를 파악하고자 하였다.

II. 이론적 고찰

1. 기업의 윤리경영 개념

윤리경영을 파악하는 개념은 다양하며,

그 개념 자체가 함축하는 의미도 시대의 변화와 함께 많은 변천을 겪어왔다(Carroll, 1999). 기업의 사회적 성과, 이해관계자 이론, 기업윤리, 기업시민, 기업의 사회적 반응 등 개념들이 최근 들어 윤리경영분야에서 활발히 논의 되고 있는 주제다. 하지만 윤리경영을 이해하는 이들 주요 개념들 대부분은 공통적으로 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility)개념을 밑바탕에 깔고 있다 (Carroll, 1991; Carroll, 2000; Schwartz & Carroll 2003).

국내외 많은 기업들이 윤리경영을 도입하거나 그 실천에 박차를 가하고 있으며, 이는 윤리경영이 이제 기업경영에 있어 선택적 요소가 아니라 필수적 요소가 되어가고 있음을 보여준다. 윤리경영은 기업의 경쟁력을 실질적으로 강화시키는 필수요소이며, 기업 가치를 극대화하기 위해 갖추어야 할 본질적 조건이라 할 수 있다(이호, 2006).

2. 윤리기업의 경영성과

윤리기업과 기업성과의 관계를 설명한 이론은 크게 두 가지다. 윤리적 수준이 높고 빠르고 정의로운 기업은 기업성과가 좋다는 선의기업이론(good management theory)과 기업성과가 좋아야 수행할 수 있다는 여유자원이론(slack resource theory)(박헌준, 2002; Waddock & Grave, 1997)으로 나뉜다. 이 두 이론 중 어느 것이 더 한국기업의 현실에 적합한지 검증하기 위해서는 윤리적 기업의 경영성과가 좋은가에 대한 좀 더 많은 연구가 필요하다. 많은 연구에서 사회적 윤리적 책임을 더 잘 수행하는 기업들이 더 우수한 경제적 성과를 거둔다는 사실을 제시하고 있다(박헌준 · 이종건 · 김범성, 2001; Hammond &

Slocum, 1996; Waddock & Smith, 2000). 그리고 기업의 윤리적 의사결정과 기업의 재무적 성과 간에 정(正)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다(박헌준·이종건·김범성, 2001; Cummings, 2000; Mayer-sommer & Roshwalb, 1996; Schwepker & Ingram, 1996; Waddock & Graves, 1997; Westphal, 1999). 2003년 전국경제인연합회 「기업윤리와 기업가치 및 성과간의 분석」 보고서에 의하면 우리나라에서도 적극적으로 윤리경영을 하는 기업이 그렇지 않은 기업에 비해 시장가치가 훨씬 높은 것으로 나타났다(전국경제인연합회, 2003).

3. 조직 구성원의 조직몰입

조직 구성원들은 많은 시간을 조직 내에서 생활하고 보내기 때문에 조직의 영향을 받으며, 보람과 긍지를 갖고 조직에 몰입할 수 있게 된다는 것은 큰 의미가 있다. 특히 개인에게는 조직이 경제적인 원천이며 자신의 능력개발 및 성장을 통해 자아실현을 달성하고 물질적, 정신적 욕구를 충족할 수 있는 장이다.

4. 조직몰입의 구성변인

조직몰입은 여러 가지 특성으로 구성되는 다차원의 포괄적 개념이라고 할 수 있다(장은미, 1997). 즉, 조직몰입은 가치관이나 목표의 일치와 같은 도덕적 측면, 노력에 대한 외재적 보상을 기대하는 거래적 측면, 조직을 위하여 보다 많은 노력을 투입하거나 이직 의도가 낮은 행동적 측면 등이 조직몰입을 구성하는 특성들로 연구되어 왔다(Allen & Meyer, 1990; Jaros. et al, 1993).

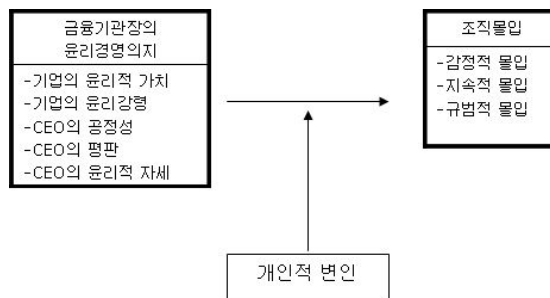
조직몰입의 구성변인으로 Allen & Meyer(1990)는 감정적 몰입, 지속적 몰입, 규범적 몰입을 선정하였으며, 본 연구에서도 이를 연구에 적용하고자 한다.

Ⅲ. 연구 방법

1. 연구의 모형 및 가설

본 연구는 증권회사 CEO의 윤리경영 의지가 조직몰입에 어떠한 영향을 미치며, 그 영향 관계가 종업원의 개인적 변인에 따라 어떻게 다르게 나타날 것인가를 파악하고자 하였다. 이 관계를 모형화하면 <그림 1>과 같다.

<그림 1> 연구의 모형



구체적인 연구가설은 다음과 같다.

가설 1 : 증권사 CEO의 윤리경영 의지는 종업원의 조직몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2 : 증권사 CEO의 윤리경영 의지가 종업원의 조직몰입에 미치는 영향은 종업원의 개인적 변인에 따라 다르게 나타날 것이다.

2. 변수의 정의 및 구성

본 연구에서는 증권회사 CEO의 윤리경영 의지는 기업의 윤리적 가치, 기업의 윤리강령, CEO의 공정성, CEO의 평판, CEO의 윤리적 자세의 다섯 개 개념이 독립변수이며 종속변수는 조직몰입으로 설정하였다. 각 변수의 정의 및 참고 문헌은 아래 <표 1>에 정리되어 있다.

<표 1> 변수의 조작적 정의

변인	구성개념	정 의	참고 문헌
CEO의 윤리경영 의지	회사의 윤리적 가치	조직구성원들이 공유하는 올바른 일과 할만한 가치가 있는 일에 대한 가정과 믿음	Hunt, Wood & Chonko (1989)
	회사의 윤리 강령	기업윤리의 세부방침과 기본 지침으로서 거래와 업무 수행에서의 구체적인 윤리 가치	Douglas (1987)
	CEO의 공정성	거래관계에 있어 금융기관장의 수단 및 절차과정에서 공평하다는 인식	Kim & Mauborgne(1991)
	CEO의 평판	금융기관장의 특성에 대한 전반적 인식	Ganesan(1994)
	CEO의 윤리적 자세	금융기관장이 거래업체와의 거래에 있어 이권과 편리성을 매개로 비윤리적 행위를 지양하는 수준	원경록(2005)
조직 몰입	감정적 몰입	조직구성원이 조직에 대한 만족감, 소속감, 자부심 긍지, 일체감, 충성심, 호의 등과 같은 감정을 통하여 조직에 대해 개인적으로 느끼는 심리적 애착의 정도를 말하는 자발적 몰입	Meyer & Allen(1990)
	지속적 몰입	조직구성원이 조직을 떠남으로써 잃게 될지도 모르는 손실을 우려하여 조직에 남으려고 하는 계산에 의한 비자발적인 몰입	
	규범적 몰입	조직구성원이 조직의 목표, 가치 및 사명의 내면화를 통해 조직에 대해 개인적으로 느끼는 심리적 상태로 도덕적 의무감, 책임감, 죄책감, 조직을 위한 희생정신 때문에 조직이 부여한 책임을 충실히 수행해야 한다는 가치관에 의한 몰입	

3. 분석 방법

본 조사에서 수집된 자료의 통계처리는 SPSS 12.0 for Windows 통계 패키지 프로그램을 활용하여 95%신뢰수준에서 검

정하였다. 구체적인 분석방법은 다음과 같다. 첫째, 표본의 일반적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다. 둘째, 측정도구의 세부항목들을 영역별로 분류하기 위하여 요인분석

(Factor Analysis)을 실시하였으며, 측정 도구의 신뢰도를 파악하기 위해 Cronbach's α 계수를 산출한다. 셋째, 가설 검증을 위하여 다중 회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 이용하여 영향력을 검증하였다.

IV. 분석 결과

1. 연구의 표본

본 연구의 조사대상은 2008년 1/4분기 현재, 금융회사에 근무하고 있는 종업원을 대

상으로 하였으며, 213명이 최종 분석에 사용되었다.

성별은 남자가 54.9%, 여자는 45.1%였다. 연령은 20대가 30.0%, 30대가 42.7%, 40대 이상이 27.2%로 나타났다. 직급은 사원급이 46.0%, 대리/계장급이 14.4%, 과장급이 14.1%, 차장/부장급이 22.5%였다. 근속 년수는 5년 미만이 31.5%, 5-10년 미만이 31.5%, 10년 이상이 29.6%였다. 소득은 250만원 미만이 28.6%, 250-350만원 미만이 23.0%, 250-500만원 미만이 24.4%, 500만원 이상이 23.9%였다.

〈표 2〉 연구의 표본

구 분		빈도(명)	백분율(%)
성별	남자	117	54.9
	여자	96	45.1
연령	20대	64	30.0
	30대	91	42.7
	40대이상	58	27.2
직급	사원급	98	46.0
	대리/계장급	37	17.4
	과장급	30	14.1
	차장/부장급	48	22.5
근속년수	5년 미만	67	31.5
	5-10년 미만	83	39.0
	10년 이상	63	29.6
소득	250만원 미만	61	28.6
	250-350만원 미만	49	23.0
	350-500만원 미만	52	24.4
	500만원 이상	51	23.9
합계		213	100.0

2. 타당성 및 신뢰도 분석

증권회사 CEO 윤리경영 의지의 요인분석 결과 5개 요인이 도출되었고 요인군으로 설명될 수 있는 총 변량은 74.78%로 나타났다.

각 요인군의 설명변량을 살펴보면 요인 1

은 18.97%, 요인 2는 17.97%, 3요인은 16.32%, 4요인은 11.22%, 5요인은 10.30%이다. 신뢰도인 Cronbach's α 를 살펴보면, 요인 1인 '기업의 윤리강령'은 .909, 요인 2인 'CEO의 윤리적 자세'는 .928, 요인 3인 'CEO의 공정성'은 .906, 요인 4인 'CEO의 평판'은

.835, 요인 5인 '기업의 윤리적 가치'는 .694로 신뢰도는 충족되었다. 조직몰입의 요인분석 결과 세 개 요인이 도출되었고 세 개 요인군으로 설명될 수 있는 총 변량은 59.38%로 나타났다. 각 요인군 설명변량을 살펴보

면, 요인 1은 20.96%, 요인 2는 20.54%, 요인3은 17.88%이다. 신뢰도인 Cronbach's α 를 살펴보면, 요인 1, '지속적 몰입'은 .819, 요인 2, '규범적 몰입'은 .749, 요인 3, '감정적 몰입'은 .758로 신뢰도는 충족되었다.

〈표 3〉 증권사 CEO 타당성 및 신뢰도 분석

영역	문항 내용	적재값	고유치 (설명변량)	신뢰도
기업의 윤리 강령	9 회사에서 진행하는 일들은 협동적이고 건설적이다	.762	3.793 (18.97%)	.909
	8 우리 회사와 거래 업체와 진행한 말이나 글로 논의한 부분은 믿을 수 있다	.742		
	7 회사와 진행하는 일은 임무와 책임감을 갖고 수행하는데 있어서 믿음만 하다	.725		
	10 회사와 거래 업체를 대하는 데 있어서 공정하고 사려 깊다	.712		
	6 회사와 진행하는 일은 정직하고 믿을 수 있다	.704		
CEO의 윤리적 자세	21 우리 회사 CEO는 거래 업체로부터 업무와 관련 있는 일체의 향응을 주고 받지 않는다.	.848	3.594 (17.97%)	.928
	22 우리 회사 CEO는 거래 업체와 어떤 종류의 금전거래를 하지 않는다.	.839		
	23 우리 회사 CEO는 타 업체로부터 이익을 제공받는다든 조건으로 부당한 혜택을 제공하지 않는다.	.793		
	20 우리 회사의 CEO는 거래 업체로부터 금전을 받지 않는다.	.776		
CEO의 공정성	14 우리 회사의 CEO는 정책변경이 있을 경우 정책변경의 배경을 직원들이 충분히 알 수 있도록 설명해 준다.	.808	3.264 (16.32%)	.906
	15 CEO는 정책수립과정에 대한 직원의 의견을 진지하게 고려한다.	.750		
	13 CEO는 공정한 의사결정 절차를 적용한다.	.740		
	12 CEO는 모든 거래업체에게 혼란스럽지 않은 일관된 정책을 준수한다.	.672		
	11 CEO는 모든 거래를 차별하지 않고 공정하게 취급한다.	.499		
CEO의 평판	19 대부분의 업체가 우리 회사 CEO와 거래하고 싶어 한다.	.738	2.245 (11.22%)	.835
	17 우리 회사 CEO는 거래업체를 중요하게 여긴다고 알려져 있다.	.721		
	16 우리 회사CEO는 정직하다고 평판이 나있다.	.702		
기업의 윤리적 가치	4 내가 직무를 위하여 사적인 영리추구에 의한 비윤리적인 행위가 발각될 경우 회사에서 즉각적인 비난이나 징계를 받게 된다.	.815	2.059 (10.30%)	.694
	5 내가 직무를 위하여 공적인 영리 추구에 의한 비윤리적인 행위가 발각될 경우 회사에서 즉각적인 비난이나 징계를 받게 된다.	.733		
	3 CEO는 비윤리적인 행동이 분명히 처벌받는 다는 것을 알린다.	.720		

3. 연구가설의 검증

1) 가설 1의 검증

가설 1은 '증권회사 CEO의 윤리경영 의지는 종업원의 조직몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다'로 설정하였으며, 이를 위하여 CEO 윤리경영의지 5개 변수를 독립변수로, 조직몰입의 3개 변수를 종속변수로 하는 다중회귀 분석을 실시하였다.

분석결과, CEO의 윤리경영 의지는 종업원 조직몰입에 유의한 영향을 미치며, 감정적 몰입은 23.8%, 지속적 몰입은 5.3%, 규범적 몰입은 20.0%의 설명력을 보였다. 감정적 몰입에 유의한 영향을 미치는 변수는 기업의 윤리적 가치(B=.156, p<.05), 기업의 윤리강령(B=.277, p<.01), CEO의 윤리적

자세(B=.243, p<.01)였으며 지속적 몰입과 규범적 몰입에 영향을 미치는 변수는 기업의 윤리적 가치였다. 이를 통해, CEO 윤리경영 의지는 종업원의 조직몰입인 감정적 몰입, 지속적 몰입, 규범적 몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1은 채택되었다.

2) 가설 2의 검증

가설 2는 '증권회사 CEO의 윤리경영 의지가 종업원 조직몰입에 미치는 영향은 종업원 개인적 변인에 따라 다르게 나타날 것이다'로 설정하였으며 이를 위하여 각 독립변수와 종속변수의 관계를 종업원의 개인적 변인별로 분석하였다.

〈표 4〉 조직몰입의 타당성 및 신뢰도 분석

영역	문항 내용	적재값	고유치 (설명변량)	신뢰도
지속적 몰입	8 나는 수입 때문에 이 직장을 계속 다닐 생각이다.	.855	2.934 (20.96%)	.819
	6 내가 이 직장을 계속 다니는 것은 경제적 이유 때문이다.	.835		
	10 나는 이 직장이 경제적으로 도움을 준다.	.711		
	7 만약 내가 이 직장을 그만둔다면, 나의 인생에 있어서 많은 부분의 손해가 발생할 것이다.	.646		
	9 이 직장에서 얻는 수익이 다른 곳보다 많다고 생각한다.	.559		
규범적 몰입	13 만약 이직 제의를 받더라도 지금의 직장을 떠나는 것은 적당하지 못하다고 생각한다.	.703	2.875 (20.54%)	.749
	14 나는 이 직장이 나에게 잘해주므로 나도 직장을 위해 노력해야 한다고 생각한다.	.692		
	15 나는 이 직장에서 오랫동안 근무할 생각이다.	.654		
	11 한 직장에서 오랫동안 근무 시 많은 이점이 있다고 생각한다.	.651		
	12 내가 이직을 하지 않는 이유는 직장에 대한 의무감 때문이다.	.626		
감정적 몰입	2 나의 현 직장이 인생에서 중요한 의미를 가진다.	.850	2.504 (17.88%)	.758
	1 나는 직장생활이 삶의 일부분으로 생각된다.	.791		
	3 나는 진정으로 직장문제가 나의 문제로 생각된다.	.738		
	4 나는 직장에서 가족 같은 따뜻한 느낌을 가진다.	.543		

〈표 5〉 CEO의 윤리경영 의지가 종업원 조직몰입에 미치는 영향

독립변수	종속변수	감정적 몰입			지속적 몰입			규범적 몰입		
		Beta	t	p	Beta	t	p	Beta	t	p
	기업의 윤리적 가치	.156	2.296	.023*	.170	2.241	.026*	.213	3.065	.002**
	기업의 윤리강령	.277	2.747	.007**	.056	.500	.618	.078	.759	.449
	최고경영자 공정성	-.098	-.959	.339	-.083	-.725	.469	.182	1.736	.084
	최고경영자 평판	.005	.055	.956	.094	.942	.347	.023	.256	.798
	최고경영자 윤리적 자세	.243	2.851	.005**	.034	.359	.720	.074	.844	.399
	R2	.238			.053			.200		
	F	12.898			2.311			10.379		
	p	.000***			.045*			.000***		

*p<.05, **p<.01, ***p<.001, Beta는 표준화 계수임.

성별에 따른 CEO의 윤리경영 의지가 종업원의 조직몰입에 미치는 영향에 대한 분석 결과, 남자는 CEO의 윤리적 자세(B=.390, p<.01)를 높게 평가하였을 때 감

정적 몰입이 높아졌으나, 여자는 회사의 윤리적 가치(B=.224, p<.05)와 회사의 윤리강령(B=.357, p<.05)을 높게 평가하였을 때 감정적 몰입이 높았다.

〈표 6〉 성별에 따른 CEO의 윤리경영 의지가 종업원 조직몰입에 미치는 영향

독립변수	종속변수	감정적 몰입			지속적 몰입			규범적 몰입		
		Beta	t	p	Beta	t	p	Beta	t	p
남자	회사 윤리적 가치	.122	1.330	.186	.266	2.686	.008**	.066	.676	.500
	회사 윤리강령	.218	1.523	.131	.069	.446	.657	.095	.617	.538
	CEO의 공정성	-.182	-1.234	.220	.089	.559	.577	.245	1.546	.125
	CEO의 평판	.043	.352	.726	-.017	-.129	.897	.083	.630	.530
	CEO의 윤리적 자세	.390	3.190	.002**	.031	.236	.814	-.050	-.378	.706
	R2	.259			.132			.146		
	F	7.765			3.373			3.797		
	p	.000***			.007**			.003**		
여자	회사 윤리적 가치	.224	2.125	.036*	.048	.413	.680	.312	3.058	.003**
	회사 윤리강령	.357	2.456	.016*	-.030	-.189	.851	.076	.539	.5981
	CEO의 공정성	-.011	-.073	.942	-.271	-1.677	.097	.187	1.323	.189
	CEO의 평판	-.074	-.542	.589	.263	1.727	.088	-.012	-.093	.926
	CEO의 윤리적 자세	.072	.579	.564	.034	.246	.806	.109	.907	.367
	R2	.227			.048			.274		
	F	5.275			.902			6.782		
	p	.000***			.484			.000***		

*p<.05, **p<.01, ***p<.001, Beta는 표준화 계수임.

또한, 남자는 회사의 윤리적 가치(B=.266, p<.01)를 높게 평가했을 때 지속적 몰입이 높아졌으나, 여자는 유의한 영향을 미치는 변수가 없었으며 남자는 규범적 몰입에 유의한 영향을 미치는 변수가 없었으나 여자는 회사의 윤리적 가치(B=.312, p<.01)를 높게 평가했을 때 규범적 몰입이 높아졌다.

연령에 따른 CEO의 윤리경영 의지가 종업원의 조직몰입에 미치는 영향에 대한 분석 결과, 20대는 회사 윤리강령(B=.519, p<.01), 30대는 CEO의 윤리적 자세(B=.409, p<.01), 40대 이상은 회사의 윤리

적 가치(B=.360, p<.01)를 높게 평가하였을 때 감정적 몰입이 높아졌다. 지속적 몰입에 미치는 영향력을 살펴보면, 20대는 CEO의 평판(B=.462, p<.05), 30대는 회사의 윤리적 가치(B=.212, p<.05)를 높게 평가하였을 때 지속적 몰입이 높아졌으며, 40대 이상은 유의한 영향을 미치는 변수는 없었다.

규범적 몰입에 미치는 영향을 살펴보면, 20대는 회사의 윤리적 가치(B=.327, p<.05)를 높게 평가하였을 때 규범적 몰입이 높아졌으나 30대와 40대 이상은 유의한 영향을 미치는 변수가 없었다.

<표 7> 연령에 따른 CEO의 윤리경영 의지가 종업원 조직몰입에 미치는 영향

독립변수	종속변수	감정적 몰입			지속적 몰입			규범적 몰입		
		Beta	t	p	Beta	t	p	Beta	t	p
20대	회사의 윤리적 가치	-.070	-.562	.577	.042	.270	.788	.327	2.577	.013*
	회사의 윤리강령	.519	3.304	.002**	-.075	-.385	.701	.050	.316	.753
	CEO의 공정성	.286	1.722	.090	-.310	-1.514	.135	.242	1.436	.156
	CEO의 평판	-.058	-.366	.716	.462	2.365	.021*	.079	.487	.628
	CEO의 윤리적 자세	-.056	-.370	.712	-.154	-.823	.414	.063	.406	.687
	R2	.410			.103			.390		
	F	8.061			1.332			7.403		
p	.000***			.263**			.000***			
30대	회사의 윤리적 가치	.174	1.719	.089	.212	2.017	.047*	.121	1.148	.254
	회사의 윤리강령	.186	1.276	.206	.140	.929	.356	.206	1.362	.177
	CEO의 공정성	-.226	-1.497	.138	.126	.804	.423	.087	.553	.581
	CEO의 평판	.060	.465	.643	.062	.463	.645	.086	.643	.522
	CEO의 윤리적 자세	.409	3.361	.001**	.083	.658	.513	.102	.809	.421
	R2	.279			.222			.220		
	F	6.572			4.848			4.781		
p	.000***			.001**			.001**			
40대 이상	회사의 윤리적 가치	.360	2.714	.009**	.256	1.715	.092	.221	1.512	.137
	회사의 윤리강령	.231	1.000	.322	.156	.602	.550	-.025	-.097	.923
	CEO의 공정성	-.238	-1.056	.296	-.088	-.349	.729	.330	1.334	.188
	CEO의 평판	-.057	-.287	.775	-.113	-.504	.616	-.289	-1.313	.195
	CEO의 윤리적 자세	.303	1.601	.115	.103	.483	.631	.103	.496	.622
	R2	.285			.097			.136		
	F	4.143			1.116			1.639		
p	.003**			.363			.166			

*p<.05, **p<.01, ***p<.001, Beta는 표준화 계수임.

직급에 따른 CEO의 윤리경영 의지가 종업원의 조직몰입에 미치는 영향에 대한 분석 결과, 감정적 몰입에 미치는 영향은 사원급은 회사의 윤리강령(B=.450, p<.01)을 높게 평가하였을 때, 차장/부장급은 CEO의 윤리적

자세(B=.458, p<.05)를 높게 평가하였을 때 감정적 몰입이 높아졌다. 그러나 대리/계장급과 과장급은 감정적 몰입에 유의한 영향을 미치는 변수가 없었다. 사원급은 CEO의 공정성(B=-.359, p<.05)은 낮게, CEO의 평판

〈표 8〉 직급에 따른 'CEO의 윤리경영 의지가 종업원의 조직몰입에 미치는 영향

독립변수	종속변수	감정적 몰입			지속적 몰입			규범적 몰입		
		Beta	t	p	Beta	t	p	Beta	t	p
사원급	회사의 윤리적 가치	.033	.323	.748	.055	.462	.645	.226	2.281	.025*
	회사의 윤리강령	.450	3.206	.002**	.013	.079	.938	.203	1.503	.136
	CEO의 공정성	.011	.076	.940	-.359	-2.199	.030*	.152	1.127	.263
	CEO의 평판	.010	.082	.935	.372	2.496	.014*	.062	.503	.616
	CEO의 윤리적 자세	.136	1.128	.262	.017	.122	.903	.127	1.101	.274
	R2	.330			.085			.380		
	F	9.070			1.699			11.273		
	p	.000***			.143			.000***		
대리/계장급	회사의 윤리적 가치	.298	1.792	.083	.176	1.144	.261	.302	1.847	.074
	회사의 윤리강령	-.019	-.073	.942	.067	.276	.784	-.020	-.079	.938
	CEO의 공정성	-.318	-1.096	.282	-.145	-.539	.593	-.117	-.408	.686
	CEO의 평판	.265	1.217	.233	.052	.256	.799	.185	.862	.395
	CEO의 윤리적 자세	.345	1.379	.178	.560	2.422	.021*	.333	1.351	.187
	R2	.247			.357			.270		
	F	2.034			3.442			2.291		
	p	.101			.014*			.070		
과장급	회사의 윤리적 가치	.113	.549	.588	.267	1.373	.182	-.311	-1.609	.121
	회사의 윤리강령	.092	.366	.717	-.168	-.704	.488	-.034	-.145	.886
	CEO의 공정성	-.033	-.112	.912	.583	2.064	.050	.311	1.111	.278
	CEO의 평판	-.486	-1.708	.100	-.565	-2.096	.047*	-.819	-3.059	.005**
	CEO의 윤리적 자세	.620	2.048	.052	-.071	-.249	.806	.519	1.822	.081
	R2	.244			.322			.331		
	F	1.547			2.278			2.377		
	p	.213			.079			.069		
차장/부장급	회사의 윤리적 가치	.225	1.416	.164	.208	1.167	.250	.078	.430	.669
	회사의 윤리강령	.392	1.525	.135	.235	.816	.419	.218	.744	.461
	CEO의 공정성	-.155	-.571	.571	.010	.034	.973	.245	.788	.435
	CEO의 평판	-.320	-1.503	.140	.006	.026	.980	.007	.029	.977
	CEO의 윤리적 자세	.458	2.662	.011*	.030	.155	.878	-.224	-1.139	.261
	R2	.351			.183			.153		
	F	4.538			1.878			1.515		
	p	.002**			.119			.206		

*p<.05, **p<.01, ***p<.001, Beta는 표준화 계수임.

($B=.372, p<.05$)은 높게 평가할수록 지속적 몰입이 높아졌으며 대리/계장급은 CEO의 윤리적 자세($B=.560, p<.05$)를 높게 평가하였을 때, 과장급은 CEO의 평판($B=-.565, p<.05$)을 낮게 평가하였을 때 지속적 몰입이 높아졌다. 사원급은 회사의 윤리적 가치($B=.226, p<.05$)를 높게 평가하였을 때, 과장급은 CEO의 평판($B=-.819, p<.01$)을 낮게 평가하였을 때, 규범적 몰입이 높아졌으며 대리/계장급, 차장/부장급은 규범적 몰입에 유의한 영향을 미치는 변수가 없었다. 근속년수에 따른 CEO의 윤리경영 의지가 종업원의

조직몰입에 미치는 영향에 대한 분석 결과, 5년 미만은 기업의 윤리강령($B=.541, p<.01$), CEO의 공정성($B=.289, p<.05$)을 높게 평가하였을 때 감정적 몰입이 높았다. 반면, 근속년수가 5-10년 미만인 종업원은 회사의 윤리적 가치($B=.257, p<.05$)는 높게 평가하였을 때, CEO의 공정성($B=-.482, p<.05$)은 낮게 평가하였을 때 감정적 몰입이 높아졌다. 10년이상인 종업원은 CEO의 윤리적 자세($B=.306, p<.05$)를 높게 평가하였을 때 감정적몰입이 높았다.

지속적 몰입에 미치는 영향을 살펴보면,

〈표 9〉 근속 년수에 따른 CEO의 윤리경영 의지가 종업원의 조직몰입에 미치는 영향

독립변수	종속변수	감정적 몰입			지속적 몰입			규범적 몰입		
		Beta	t	p	Beta	t	p	Beta	t	p
5년 미만	회사의 윤리적 가치	-.147	-1.134	.261	-.159	-.965	.338	.142	1.133	.262
	회사의 윤리강령	.541	3.464	.001**	.112	.567	.573	.218	1.441	.155
	CEO의 공정성	.289	2.018	.048*	-.085	-.469	.641	.343	2.482	.016*
	CEO의 평판	-.018	-.127	.899	.207	1.168	.247	-.058	-.431	.668
	CEO의 윤리적 자세	-.057	-.411	.683	.060	.339	.736	.141	1.046	.300
	R2	.413			.058			.451		
	F	8.582			.747			10.019		
p	.000***			.591			.000***			
5~10년 미만	회사의 윤리적 가치	.257	2.583	.012*	.298	2.678	.009**	.308	3.011	.004**
	회사의 윤리강령	.236	1.394	.167	.062	.328	.744	.270	1.551	.125
	CEO의 공정성	-.482	-2.657	.010*	.021	.106	.916	-.199	-1.069	.289
	CEO의 평판	.192	1.255	.213	.149	.872	.386	.365	2.319	.023
	CEO의 윤리적 자세	.421	3.184	.002	-.023	-.158	.875	-.085	-.629	.531
	R2	.320			.152			.283		
	F	7.250			2.764			6.065		
p	.000***			.024*			.000***			
10년 이상	회사의 윤리적 가치	.158	1.207	.232	.097	.669	.506	.045	.319	.751
	회사의 윤리강령	.201	1.121	.267	.111	.556	.580	-.086	-.445	.658
	CEO의 공정성	.015	.085	.933	-.018	-.088	.930	.406	2.076	.042*
	CEO의 평판	-.025	-.167	.868	.014	.083	.934	-.247	-1.514	.136
	CEO의 윤리적 자세	.306	2.013	.049*	.224	1.327	.190	.244	1.492	.141
	R2	.293			.125			.185		
	F	4.715			1.635			2.587		
p	.001**			.166			.035*			

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$, Beta는 표준화 계수임.

5-10년 미만 종업원만이 회사의 윤리적 가치(B=.298, p<.01)를 높게 평가하였을 때 지속적 몰입이 높아졌다. 규범적 몰입에 미치는 영향을 살펴보면 5년 미만 종업원은 CEO의 공정성(B=.343, p<.05), 5-10년 미만 종업원은 회사의 윤리적 가치(B=.308,

〈표 10〉 소득에 따른 CEO의 윤리경영 의지가 종업원의 조직몰입에 미치는 영향

독립변수		종속변수			감정적 몰입			지속적 몰입			규범적 몰입		
		Beta	t	p	Beta	t	p	Beta	t	p			
250 만원 미만	회사의 윤리적 가치	.055	.381	.705	-.020	-.129	.898	.308	2.462	.017*			
	회사의 윤리강령	.451	2.261	.028*	-.267	-1.230	.224	-.077	-.443	.659			
	CEO의 공정성	.070	.352	.726	-.084	-.385	.702	.469	2.700	.009*			
	CEO의 평판	-.071	-.383	.703	.319	1.588	.118	.160	1.000	.322			
	CEO의 윤리적 자세	-.049	-.291	.772	.015	.084	.934	-.103	-.699	.487			
	R2	.210			.061			.405					
	F	2.932			.713			7.503					
	p	.020*			.616			.000***					
250 ~ 350 만원 미만	회사의 윤리적 가치	.120	.897	.375	.068	.453	.653	.280	2.192	.034*			
	회사의 윤리강령	.051	.220	.827	.109	.417	.678	.009	.041	.968			
	CEO의 공정성	-.249	-1.223	.228	-.229	-1.001	.322	-.197	-1.015	.316			
	CEO의 평판	.311	1.733	.090	.324	1.609	.115	.108	.630	.532			
	CEO의 윤리적 자세	.369	1.783	.082	.022	.093	.926	.497	2.522	.015*			
	R2	.287			.100			.352					
	F	3.462			.956			4.673					
	p	.010*			.455			.002**					
350 ~ 500 만원 미만	회사의 윤리적 가치	.151	1.142	.259	.352	2.427	.019*	.050	.323	.748			
	회사의 윤리강령	.169	.913	.366	.135	.663	.511	.085	.395	.695			
	CEO의 공정성	-.197	-.921	.362	.122	.520	.606	.034	.137	.892			
	CEO의 평판	.071	.408	.685	.111	.585	.561	.227	1.127	.265			
	CEO의 윤리적 자세	.556	3.645	.001**	-.051	-.302	.764	.176	.989	.328			
	R2	.427			.309			.222					
	F	6.864			4.108			2.628					
	p	.000***			.004**			.036*					
500 만원 이상	회사의 윤리적 가치	.362	2.745	.009**	.081	.526	.602	.050	.352	.727			
	회사의 윤리강령	.506	2.521	.015*	.311	1.322	.193	.324	1.491	.143			
	CEO의 공정성	-.241	-1.297	.201	.035	.161	.873	.480	2.383	.021*			
	CEO의 평판	-.493	-2.858	.006**	-.660	-3.267	.002**	-.671	-3.596	.001**			
	CEO의 윤리적 자세	.386	2.247	.030*	.389	1.932	.060	.005	.028	.977			
	R2	.446			.238			.349					
	F	7.239			2.804			4.830					
	p	.000***			.027*			.001**					

*p<.05, **p<.01, ***p<.001, Beta는 표준계수임.

$p<.01$), 10년 이상 종업원은 CEO의 공정성 ($B=.406, p<.05$)을 높게 평가하였을 때 규범적 몰입이 높아졌다. 소득에 따른 CEO의 윤리경영 의지가 종업원의 조직몰입에 미치는 영향에 대한 분석 결과<표10>, 250만원 미만 소득자는 회사의 윤리강령($B=.451, p<.05$), 350-500만원 미만 소득자는 CEO의 윤리적 자세($B=.556, p<.01$)를 높게 평가할 때 감정적 몰입이 높아졌다. 소득이 500만원 이상인 경우는 회사의 윤리적 가치($B=.362, p<.01$), 회사의 윤리강령($B=.506, p<.05$), CEO의 윤리적 자세($B=.386, p<.05$)는 높게 평가할수록, CEO의 평판($B=-.493, p<.01$)은 낮게 평가할수록 감정적 몰입이 높아졌다. 지속적 몰입에 미치는 영향을 살펴보면, 250만원 미만과 250-350만원 미만의 소득자는 유의한 영향을 미치는 변수가 없었으며, 350-500만원 미만 소득자는 유의한 영향을 미치는 변수가 없었으며, 500만원 이상 소득자는 CEO의 공정성($B=.480, p<.05$)은 높게, CEO의 평판($B=-.671, p<.01$)은 낮게 평가할수록 규범적 몰입이 높아졌다.

이를 통해, CEO의 윤리경영 의지가 종업원의 조직몰입인 감정적 몰입, 지속적 몰입, 규범적 몰입에 미치는 영향은 종업원의 개인적 변인인 성별, 연령, 직급, 근속년수, 소득에 따라 다르게 나타나 가설 2는 채택되었다.

V. 결론

근래 세계적으로 환경경영과 더불어 윤리경영으로의 전환이 활발하게 진행되고 있다. 우리나라도 1997년 외환위기 이전까지 외형

위주 경영에서 90년대 말 이윤추구 경영을 지나, 최근 몇 년 사이 윤리경영 개념이 자리 잡고 있다.

산업사회로부터 지식정보사회로의 변화 속에 지속가능경영 등이 기업 경영활동에 있어서 중요한 이슈다.

사회적 변화에 따라 현대 경영자들은 조직 구성원들의 의식수준과 가치관 변화에 적절히 대응하고 조직목표를 효율적으로 달성하기 위해 우수인재를 확보 및 그들을 동기부여 시키고 있다. 협력을 유도할 수 있는 참여방식에 바탕을 둔 경영관리와 윤리의 정당성에 초점을 둔 민주적 리더십과 윤리경영을 발휘하기 위한 새로운 도구를 개발하는데 집중하고 있다.

앞으로 증권회사 CEO는 세계화와 금융환경의 변화에서 도태되지 않기 위해 구성원들의 자율적 협력을 유도할 수 있는 참여방식에 바탕을 둔 민주적 경영관리와 윤리의 정당성에 초점을 두어 경영전략을 세워야 할 것이다. 이를 위해 열린 리더십과 윤리경영을 발휘하기 위한 새로운 도구를 개발하는데 지속적 노력을 기울여야 할 것이다. 아울러 최고경영자는 회사의 영업실적 달성 강요 내지 규범의 오류인식으로 인한 기업 윤리 위반의향이 유발되지 않도록 경영제도를 개선하고, 기업윤리 준수의향을 향상시키는 방안을 모색해야 한다고 사료된다.

참고문헌

- 박현준·권인수(2004), “기업윤리 연구의 최근 동향과 실증연구 과제,” 한국기업윤리학회 춘계학술대회 발표논문.
- 원경록(2005), “할인점의 경영윤리가 협력업체와

- 의 신뢰와 결속에 미치는 영향에 관한 연구: 할인점의 평판에 따른 차이를 중심으로,” 연세대학교 석사학위논문.
- 이 호(2006), “윤리경영 도입을 통한 한국기업의 국제 경쟁력 제고”, 강원대학교 석사학위논문.
- 전국경제인연합회(2002), 국내기업의 윤리경영 실태조사 결과, 기업윤리 지원센터.
- _____ (2003), 기업윤리와 기업가치 및 성과간의 관계분석, 기업경영팀.
- Alderfer Claton(1992), *Existence, Relatedness and Growth*, New York: The Free Press.
- Allen, N. J & Meyer, J. P(1990), “The Management and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization”, *Journal of Occupational Psychology*.
- Brown, Tom J. and Peter A. Dacin(1997), “*The Company and the Product: Corporate Association and Consumer Product Response*,” *Journal of Marketing* 61.
- Byars, L. L. & Rue, L. W(1991), *Human Resource Management*, Homewood, II: Richard D. Irwin, Inc.
- Ganesan, S(1994), “Determinants of Long-Term Orientation in Buyer-Seller Relationship”, *Journal of Marketing*, 58(April).
- Gary Dessler(1989), *Management Fundamentals*, 4th ed., Reston Publishing Co.
- Carroll, A. B(1991), *The Pyramid of Corporate Social Responsibility :Toward the Moral Management of Organizational Stakeholder Business*, Horizons.
- Hunt, S.D., Van R. Wood and L.B.Chonko(1989), “Corporate Ethical Values and Organizational Commitment in Marketing,” *Journal of Marketing*, 53(July), 79-90.
- Jurgenson, C. E(1978), “*Job Performance: What make a Job Good or Bad?*” *Journal of Applied Psychology*, Vol. 63 (3), pp.267-276.
- Kim, W. and R. Mauborgne(1991), “Implementing Global Strategies The Role of Procedural Justice, Strategic Management” *Journal*, 12, 124-143.
- Locke, E. A(1975), “Satisfactory and Dissatisfactory Among White Collar and Blue Collar Employee” *Journal of Applied Psychology*, Vol 58, pp.67-76.
- Newstrom, J. W. & Davis, K(1993), *Organizational Behavior: Human Behavior at work*, New York: McGraw-Hill Book Company.
- Osborn, R. N. & J. R. Schermerhorn Jr & J. G. Hunt(2000), *Organizational Behavior*, 7th ed, New York: John Willey and Sons, Inc.
- Porter, L. W. & Steers, R. M(1979), “*Organizational Work and personal Factor In Employee Turnover and Absenteeism*”: *Psychological Bulletin*, Vol 80, pp.151-176.
- Schwartz, M. S. & Carroll, A. B(2003) “*Corporate social responsibility: A three-domain approach*” *Business Ethics Quarterly*, 13, 4.
- Vecchio, R. P.(2002), *Organizational Behavior: Core Concept*, South-Western.
- 국제투명성기구(www.transparency.org)
대한상공회의소(www.Korcham.net)

Abstract

A Study for how a CEO's moral management influences on his employees' absorbing into their business in a Stock company

Kang, Chang-Won*

The source of a business competition is man and the core of a business success depends on people's ability, efforts and cooperation. Therefore, modern managers are making varied efforts to perform the ethical management for the organization immersion and job satisfaction of the employees. The managers of the financial agencies including the enterprises competing in the global market, face numerous ethical issues and problems. Considering the reality that financial institutions are actively asked to perform the responsibility and duties sincerely, the tasks how the head of financial agency will accept the social study of the level of ethics and change the level of recognition, and how he will settle it as the natural feature in the institution, become an important management target. In addition, it is necessary to figure out how the ethical management of the head of the financial agency will affect the organizational immersion of the employees. Based on the objective of this study, we attempted to confirm how the ethical management will of the head of the financial institution would affect the organizational immersion, the employees' mental result variables.

Through this study, it became necessary for the directors of the financial institutions to search for the methods to improve the system of management and enhance the observance will of the business ethics so that they may not cause the disposition of the violation of the business ethics owing to the enforcement to achieve the target of the results of the business or the error recognition of the norm. Further, the heads of banks will have to set a management policy focused on the democratic management and the ethical justice based on the participating methods to induce the cooperative commitment of the stock company employees not to be shifted from the globalization and the competitive society.

Keywords : Organization Immersion of the Employers, The Influence of the Ethical Management Will, Ethical Management.

* Adjunct professor, JangAn College