

윤리부조화와 신뢰간의 관계 : 유통업체 실무자 및 학생대상 실험연구*

박양규(Park, Yang-kyu)**

백유진(Back, Yu-Jin)***

오세형(Oh, Se-Hyung)****

최항석(Choi, Hang-Sok)*****

본 연구는 기업의 윤리가치를 현대 기업 환경에서 기업 간 신뢰를 형성하는데 주요한 요인으로 고려하였다. 기업 간 협력관계의 형성과 유지 과정을 통해 거래 쌍방은 상대방 기업이 거래관계를 통해 보여준 행동의 윤리적 가치에 대해 지각하게 되고, 긍정적 윤리가치의 지각은 거래 혹은 관계에 대한 불확실성을 낮춰줄 수 있다. 거래관계에서 거래당사자는 조직이 '표방'하는 윤리가치와 '실제 지각'된 윤리 가치 수준의 차이가 없을 경우, 즉 윤리부조화가 낮은 수준일 경우에는 거래 쌍방이 관계에서 발생하는 불확실성을 낮출 수 있게 된다. 그러나 반대로 표방하는 가치와 실제 지각된 가치 수준에 차이가 클 경우, 즉 윤리부조화가 높은 수준일 경우에는 거래 쌍방은 높은 불확실성의 상황에 놓이게 되고, 이는 다양한 형태의 기회주의적 행동, 불신 등으로 연결될 수 있다. 윤리부조화-신뢰 간의 관계에서 문제가 되는 경우는 힘이 있는 구매자가 윤리부조화를 느낄 경우 이는 공급자에 의해 지각되고 공급자는 이에 반응하여 행동불확실성이 커질 것이므로 구매자가 지각하는 상대방에 대한 신뢰에 부정적인 영향을 줄 수 있다. 즉, 이런 인과성이 성립되기 위해서는 구매자가 느끼는 윤리부조화가 상대방에 의해 인지된다는 가정이 성립되어야 한다. 따라서 본 연구는 윤리부조화-신뢰 간의 관계를 검증하기 위해 실험을 설계하고 실행하였다. 교차 문화적 측면에서 이런 관계가 연구대상에 상관없이 보편적인 현상인지를 검증하기 위해 한국의 기업 실무자, 한국 학생 그리고 미국 학생 집단을 대상으로 실험을 실시하였다. 분석결과 미국 학생들을 대상으로 한 실험의 경우에서만 윤리부조화가 높은 경우와 낮은 경우 지각되는 정서적 신뢰와 역량에 기반한 신뢰 모두 높은 수준을 나타냈고 그 결과는 유의적인 차이를 보였다. 반면 한국의 기업 실무자 집단과 한국 학생을 대상으로 한 연구결과에서는 유의미한 결과가 나타나지 않았다.

|주제어| 윤리적 가치, 윤리부조화, 정서적 신뢰, 역량기반 신뢰

I. 문제제기

최근 기업들은 비용절감을 목적으로 혹은 불확실한 환경에서 경쟁력을 확보하기 위해 기업 간에 비교우위가 있는 보유역량을 연계하여 제품이나 서비스의 생산을 시도한다. 이런 기업 간 거래는 기업으로 하여금 급변하는 환경 속에서 지속가능한 성장을 가능하게 하는 요인으로 고려된다. 특히, 지속가능한 성장을 위한 기업 간 협력관계의 형성이라는 맥락에서 기업 윤리는 많은 주목을 받고 있다 (Haanaes et al., 2011; Krause et al. 2009). 어떤 경우에는 기업들이 자

신들과 협력관계에 있는 기업들의 잘못된 관행으로 인해 발생하는 윤리적 문제까지도 책임을 지도록 압력을 받기도 한다(Amaeshi et al., 2008). 그러나 국내 기업에서 이런 기업 간 거래는 갑을 관계로 표현될 정도로 파워를 소유한 기업의 횡포가 자주 언론을 통해 보고되고 있고 최근에는 대기업-중소기업 간 상생이 큰 주목을 받고 있다 (서영복 등, 2012).

기존 문헌에서 윤리적 가치는 기업 간 협력네트워크의 지속가능한 성장을 위해 거래 당사자들에게 중요한 요인으로 다루어진다. 파워를 가진 거래당사자나 그렇지 않은 거래상대방이나 모두 윤리적 가

* 이 논문은 2013년 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2013S1A5A2A03044176).

** 건국대학교 경영학과 교수(drykpark@konkuk.ac.kr), 제1저자

*** 대한상공회의소 연구위원(applejin04@korea.ac.kr), 공동저자

**** 한양대학교 경영학과 부교수(ohsh1@hanyang.ac.kr), 공동저자

***** 동덕여자대학교 경영학과 부교수(hschoi918@dongduk.ac.kr), 교신저자

치를 추구 한다. 윤리적 가치는 도덕적 판단, 규범이나 규칙에 기반한다(Johnson et al., 2011; Wisner et al., 2012). 기업에서 윤리적 가치는 윤리적이고 도덕적으로 옳은 것에 대한 공유된 지각으로 정의된다(Victor and Cullen, 1987). 이런 윤리적 가치의 개념은 도덕적 판단이나 지각에 기초하기 때문에 거래관계에서 거래 당사자는 스스로 혹은 상대방에 대해 부조화를 지각할 수 있다(Lowell, 2012; 박진용 외, 2015). 기업 간 거래 관계에서 윤리부조화는 거래 당사자가 자신이 속한 기업이 표방하는 윤리적 가치와 실제 가치 사이에서 지각하게 되는 겹으로 정의된다(Barkan et al., 2012; 박진용 외, 2013). 특히, 거래관계에서 파위를 가진 거래 당사자가 거래 상대방에 대해 윤리적 부조화를 지각하게 될 경우 그 둘 간의 거래를 지속할 동기를 찾기 어렵게 되고 거래관계를 종료하게 된다(정준호, 김상덕, 오세조, 2014). 그러나 파위를 가진 거래 당사자가 스스로 윤리부조화를 지각할 경우 그 지각정도가 거래관계에 어떤 영향을 줄 것인지는 탐색이 필요하다.

최근 국내외의 많은 기업들은 자신들이 추구하는 높은 수준의 윤리적 가치를 윤리강령의 형태로 널리 공표하고 선전하고 있다. 이렇게 대외적으로 표방되는 윤리적 가치가 기업 조직 내부의 각 부문에서도 실제적인 종업원의 행동지침으로서 작동하고 있는 지에 대해서는 의문이 있다. 따라서 만일 종업원이 지각하는 부조화의 겹이 존재한다면 그 윤리부조화의 정도가 기업 간의 거래에 어떤 영향을 줄 것인지에 대한 실증적 연구의 필요성이 대두된다. 더욱이 기업 간 협력 메커니즘이 큰 생태계를 이루고 기업 성공의 주요한 요인으로 고려되는 상황에서 관련 연구의 중요성이 더욱 크게 부각될 수 있다. 이런 맥락에서 윤리부조화와 기업 간 거래의 성공 사이의 관계에 대한 실증적 연구는 중요한 연구주제로서 고려된다.

그러나 관련 연구를 실행하는데 있어 연구자는 윤리부조화의 측정이라는 어려운 문제에 직면하게 된다. 일반적으로 각 기업을 대표하는 두 거래 당사자가 그들의 거래관계에서 동일한 지각을 공유하는 지에 대해서는 의문이 있다(Oosterhuis et al., 2013). 따라서 최근에 이런 관계를 탐색하는데 쌍방의 입장에서 각각의 지각을 측정하는 접근이 시도되고 있다(Oosterhuis et al., 2013; Tanskanen and Aminoff, 2015; Touboulic et al., 2014). 그러나 이런 쌍방적 접근은 데이터를 확보할 수 있는 연구 대상의 제한이나 한계 등으로 충분한 데이터 확보가 쉽지 않고 민감한 사안에 대해서는 신뢰적이고 타당한 데이터 확보가 어렵다. 예를 들어, 거래관계에서 파위를 가진 구매자와 약자인 공급자 간의 윤리부조화에 대한 상호지각을 측정하려 할 경우 당사자들은 거래관계에 대한 부정적인 영향을 고려하여 실제적 데이터를 제공하려고 하지 않을 것이다. 윤리부조화가 거래관계에서 문제로 인식되는 경우는 파위를 가진 거래당사자가 윤리부조화를 지각할 때이다. 이 경우 윤리부조화의 지각수준은 당사자만이 제대로 인지할 수 있으므로 당사자에게 측정이 이루어져야 하고 그 부조화가 거래관계에 어떤 영향을 주는 지를 검증해야 한다. 여기서 문제는 당사자의 윤리부조화 지각 수준이 거래 상대방에게 인식되어 거래관계가 어떤 영향을 받을 수 있는지와 관련된다. 따라서 본 연구는 파위를 가진 거래당사자가 윤리부조화를 지각할 경우 이것이 거래관계에 영향을 줄 수 있는지를 실증적으로 탐색하기 위해 실험을 설계하였다. 특

히, 본 연구에서 거래 관계의 지속가능성과 성과에 영향을 주는 요인으로서 기존 연구에서 많이 다루어지는 신뢰를 거래관계의 성과를 결정하는 요인으로 고려하여 윤리부조화-신뢰 간 관계를 검증하였다.

II. 이론적 배경 및 연구과제 도출

기존의 관련 문헌에서 거래비용이론은 기업 간 관계를 설명하는데 활용되는 주요한 이론으로서 다루어지고 있다. 거래 대상이 되는 기술, 노하우, 장비나 인력이 거래의 한 당사자에 대한 특화성이 높을 경우 거래를 체결하고 유지하는데 높은 수준의 거래비용이 발생할 수 있다. 특히 특화적 거래의 경우 해당 거래 당사자는 보유하고 있는 기술이나 노하우가 시장에서 발견하기 어렵고 따라서 기회주의적으로 행동할 가능성이 높아지게 된다. 이 경우 거래 상대방은 높은 불확실성을 지각할 수 있고 이는 거래비용의 발생으로 이어져 거래당사자들은 거래비용을 최소화하는 방향으로 의사결정을 하게 된다(Williamson, 1985).

또한, 거래 쌍방 간 비대칭적 의존구조가 형성되어 있는 경우, 파위의 불균형이 초래되어 상대방에 대한 의존도가 낮고 파위를 소유한 거래당사자의 기회적 행동도 상대방에게 거래비용을 유발하게 한다. 거래관계에서 파위를 가진 거래당사자가 윤리부조화를 지각할 경우 그는 자신의 행동을 정당화하기 위한 행동을 실행하여 결국 비윤리적인 행동을 하게 된다. 이런 경우 거래 상대방이 파위를 가진 거래당사자의 비윤리성을 지각하게 되고 상대방이 기회주의적으로 행동할 가능성이 높다고 판단할 수 있다. 이 경우 거래 상대방은 거래관계에서 높은 불확실성을 지각하고 되고 장기적인 거래관계가 지속될 수 있을 지에 대한 우려를 갖게 된다. 이런 맥락에서 상대방에 대한 윤리적 판단에 입각한 기회주의적 행동 가능성, 그에 따른 불확실성의 증가는 거래관계에서 거래비용의 발생을 유발할 수 있다(Williamson, 1981; 1985).

거래비용이론과 더불어 기업 간 거래를 설명하는데 사회교환이론이 적용될 수 있다. 이 이론에서는 사회관계를 맺고 있는 두 당사자가 기대하는 보상이 관계에서 발생하는 비용보다 큰 경우 상대방에 대해 매력력을 느끼게 되고 이는 상호 간의 관계를 유지하는 힘이 된다고 주장한다(Blau, 1964). 여기서 사회교환이라는 개념은 거래에 참여하는 당사자들 간의 사회적, 심리적 자원의 교환을 관리하는 프로세스를 의미한다(Turner, 1985). 개인 간 모든 상호작용은 자원의 교환을 목적으로 하고 있으므로(Homans, 1958) 거래관계에서 당사자 간의 충성과 자발적인 행동도 이런 맥락에서 설명될 수 있다(Eisenberger et al., 1986; Organ, 1988).

사회교환이론은 사회적 관계를 통한 편익과 상호간의 신뢰 및 호혜성, 관계규범 등을 통해 거래 당사자 간 기회주의적 행동이 억제될 수 있다고 주장한다(Thibaut and Kelley, 1959). 특히, 기업들은 외부 환경의 빠른 변화 속에서 기업 간 협력네트워크를 형성하여 유기적으로 대응하고 있다(김기찬, 2009). 이런 상황에서 사회교환이론은

기업 간 거래관계를 설명하는데 유효한 이론적 틀로서 고려될 수 있다. 예를 들어, 대기업과 중소기업간 협력관계의 형성을 고려해 볼 수 있다. 대기업은 규모와 범위의 경제를 토대로 경쟁력을 확보할 수 있고, 기업명성, 브랜드 파워를 보유하고 있으며 마케팅과 연구개발 분야에서 높은 역량을 보인다. 반면 중소기업은 독특한 기술, 인력에 체화된 기술, 스피드 및 유연성을 특징으로 한다(김경목, 2012; Dyer and Hatch, 2006). 따라서 이들 간의 상생은 기업 간 관계를 다루는 연구에서 주요한 연구대상이 되고 있으며 사회교환이론에 의해 설명될 수 있다.

그러나 실제 대기업과 중소기업의 협력관계의 이면에는 파워의 불균형이 존재한다. 대기업은 중소기업에 의존적이지 않고 중소기업은 대기업에 매우 의존적인 경우가 많다. 이 경우 대기업은 중소기업에 대해 기회주의적으로 행동하기 쉽고 유리한 방향으로 영향력을 행사할 가능성도 있다. 반면에 중소기업의 경우 이에 대한 적절한 대응이 쉽지 않다(한상린 등, 2013; 김경목, 2012). 이런 파워 관계에서의 불균형은 거래 당사자 간 윤리적 행동에도 영향을 미칠 수 있다. 대기업의 경우 이상적인 윤리강령, 윤리지침 등을 설정하고 중소기업과의 동반협력을 추구하지만, 실제로 대기업들은 중소기업에 비용을 전가하여 부담을 떠넘기는 등의 행위로 많은 지탄을 받고 있다. 이 경우 대기업의 구매 담당자는 해당기업이 표방하는 윤리적 가치와 거래관계에서 요구되는 실제적인 윤리적 가치 사이에서 차이를 지각하게 된다. 이는 두 기업 간 거래관계에서 거래 당사자에 의해 지각되는 윤리부조화로 개념화될 수 있다.

부조화의 개념은 조직행동관련 영역에서 심리적 불편감(psychological discomfort)의 표현으로 개인의 심리, 직무태도 등에 부정적 영향을 줄 수 있기 때문에 많은 학자들이 주목해왔다(Abraham, 1998; Festinger, 1957). 어떤 대상, 사물, 사람에 대해 두 개 이상의 태도, 행동, 인지 사이의 상충이 지각될 경우 인지부조화가 나타나게 되며 이는 심리적 긴장을 유발하게 한다(Festinger, 1957). 최근에는 서비스업의 폭발적인 증가와 함께 콜센터 등 고객과의 접점에서 일하는 조직구성원들의 감정부조화 문제가 대두되고 있다(Bakker & Heuven, 2006). 감정부조화도 부정적 심리상태(Ashforth & Humphrey, 1993), 예를 들어, 낮은 자존감, 우울감, 냉소감과 소외감, 스트레스(조원섭, 2014) 및 정서적 소진을 유발하는 주요한 요인으로 언급되고 있으며(Bakker & Heuven, 2006; Morris & Feldman, 1996), 직무만족이나 조직몰입과 같은 직무태도에 부정적인 영향을 준다(민영희, 2005; 박상언, 2009; Lewig & Dollard, 2003).

이런 부조화는 윤리적 가치라는 측면에서도 나타날 수 있다(Hauser, 2007; Lowell, 2012; Wright, 1996). 최근에 기업 경영에서도 윤리나 사회적 책임이 강조되고 있다(박헌준·권인수, 2004; Schwartz & Carroll, 2003; Carroll, 1999). 그럼에도 불구하고 많은 기업들이 이윤추구에 골몰한 나머지 비윤리적인 행태를 보이고 있다(Darley, 1992). 윤리에 대한 의무론(Deontology)적 접근에 따르면 윤리적인지 그렇지 않은지에 대한 판단은 내재된 도덕규범에 따라 이성적인 판단에 근거한다(Bayles & Henley, 1983; Rawls, 1971). 결과론적인 측면에서 윤리적인지에 대한 판단여부는 관련 행동이나 결정이 효용, 즉, 행복감 혹은 바람직한 상태를 유발하는지에 있다(Darwall,

2002). 어떤 경우든 이런 조직에서 관리자들은 윤리부조화를 지각할 수 있다. 비윤리적인 결정상황에서 관리자들은 자기 정당화의 메카니즘, 예를 들어 태도나 행동의 동기에 대한 재평가를 통해 불편함을 해소하는 방향으로 행동하게 한다(Lowell, 2012). 그리고 이런 방어 메카니즘의 작동은 당사자로 하여금 비윤리적인 의사결정 행동을 하도록 유발할 수 있다(Holland et al., 2002). 실제로 윤리부조화 상황에서의 비윤리적 행동의 실행은 윤리부조화를 더욱 높게 지각하게 한다(Tavris & Aronson, 2008).

기업 간 거래관계에서 윤리부조화는 거래의 성과에 영향을 줄 수 있다(하병천 등, 2014). 거래관계에서 구매자가 윤리부조화를 지각하게 될 경우 그로 인해 발생하는 긴장이나 스트레스를 감소시키기 위해 스스로 합리화를 시도하고 결국 비윤리적 행동을 하게 되어 자기이익 추구적 혹은 기회주의적, 위험중립적인 행동을 거래 상대방에 대해 보이게 된다. 거래비용이론에 따르면 이는 거래상대방으로 하여금 거래관계로부터 보다 높은 수준의 불확실성을 지각하게 하여 공급자의 입장에서 구매자에 대한 신뢰를 지각하는데 부정적으로 작동할 수 있다. 물론 사회교환이론의 틀 속에서 이들 거래쌍방이 보편적인 거래를 오래 지속한 경우 파워를 소유한 구매자의 윤리부조화 정도는 감소될 수도 있다.

윤리부조화는 기업 간 신뢰, 협력관계의 결과 - 예를 들어 의사소통, 협력적 의사결정, 정보 공유, 위험 공유 노력 등(Bagchi et al., 2005) - 에 직접적인 영향을 줄 수 있는 선행요인이기 때문에 이에 대한 실증적 연구가 요구된다. 신뢰는 타인으로부터 기인할 위험을 인식함에도 불구하고 타인의 행동에 대항하는 자기보호적인 행동을 취하지 않을 믿음으로 정의된다(Blois, 1998). 즉, 신뢰는 타인에 대한 개인의 믿음, 긍정적 감정을 의미하기 때문에 거래 관련 기업 간 혹은 거래당사자 간 협력이 있어서 매우 중요하다. 협력행동을 이끄는 데 있어 신뢰가 그 중간단계 역할을 할 수 있기 때문이다. 최근 기업들은 다양해진 경영환경 구성요소, 각 요소들의 높은 불확실성이라는 어려움에 직면하여, 이를 극복하기 위해 기업 간 협력의 네트워크를 구축한다(Eriksson & Sharma, 2003). 그러나 기업 간의 거래는 제한된 합리성과, 기회주의, 위험 중립적 행동 등에 의해 각종 비용(transaction costs)을 발생시킨다(Williamson, 1981). 따라서 거래 쌍방은 상대의 기회주의적, 위험 회피적 행동으로 인해 발생할 수 있는 불확실성을 회피하고자 노력하는데, 이 때 거래당사자에게 고려될 수 있는 중요한 요인은 거래 상대방의 윤리가치이다.

기업의 윤리가치는 기업이 추구하는 도덕적 이데올로기나 윤리적 코드에 입각하여 구성원이 공유하는 실행차원의 철학으로 정의될 수 있다. 기업간 협력관계의 형성과 유지 과정을 통해 거래 쌍방은 상대방 기업이 거래관계를 통해 보여준 행동의 윤리적 가치에 대해 지각하게 되고, 긍정적 윤리가치의 지각은 거래 혹은 관계에 대한 불확실성을 낮춰줄 수 있다. 이런 맥락에서 조직이 '표방'하는 윤리가치와 '실제 지각'된 가치 수준의 차이가 크지 않을 경우, 즉 윤리부조화가 낮은 수준일 경우에는 거래 쌍방이 관계에서 발생하는 불확실성을 낮게 지각하게 된다. 그러나 반대로 표방하는 가치와 실제 지각된 가치 수준에 차이가 클 경우, 즉 윤리부조화가 높은 수준일 경우에는 거래 쌍방은 높은 불확실성의 상황에 놓이게 되고, 이는 다양한 형태의

기회주의적 행동, 불신 등으로 연결될 수 있다.

따라서 본 연구는 윤리부조화가 낳는 여러 가지 형태의 부정적 결과 가운데 신뢰(trust)에 주목한다. 기존 문헌에서 신뢰는 상대방의 취약함을 수용하려는 의지(Moorman et al., 1992), 상대방이 윤리적이고 공정하며 우호적으로 행동할 것이라는 확신(Carnevale & Wechsler, 1992; Staples & Ratnasingham, 1998) 등으로 정의된다. 따라서 거래 관계에서 높은 수준의 윤리부조화는 정직하며, 일관성 있는 행동의 결여를 나타내고, 이는 신뢰 수준을 낮추는 요인이 될 수 있다. 기존 연구에 따르면 기업들의 협력관계에서 살펴볼 수 있는 신뢰는 정서적 신뢰(affective trust)와 역량에 기반한 신뢰(competency-based trust)로 나뉜다. 먼저 정서적 신뢰는 거래 상대방에 대해 지각하는 정직성, 개방성, 일관성, 관용, 선호, 공감, 이해, 존경 같은 정서적 요인으로부터 형성되는 신뢰이다(Levering, 2000; Mishra & Morrissey, 1990; Schaubroeck et al., 2011). 역량에 기반한 신뢰는 거래 상대방의 보유 기술이나 노하우, 능력과 같은 역량에 대한 평판이나 전문성 등을 포함하므로 인지적 신뢰라고도 정의된다(Ergeneli et al., 2007; Ha et al., 2011; Lewis & Weigert, 1985; Scott, 2000).

사회적 교환이론에 따르면 거래관계의 초기에는 불확실성이 높기 때문에 거래대상이 되는 기술이나 서비스의 고도화는 거래가 진행되어 그 불확실성이 감소되면서 진행되는 경향이 있다(Blau, 1964). 마찬가지로 두 가지 형태의 신뢰는 상대방이 자신의 이익만을 위해 기회주의적으로 행동하지 않을 것이라는 경험적 인지 후에 뒤따르게 된다. 따라서 사회적 관계의 진전과 상당수준의 신뢰 확보를 위해서는 상대방이 의지하기에 충분히 신뢰적이라는 판단이 뒷받침되어야 한다(Blau, 1964; Coleman, 1988). 예를 들어 구매-공급거래관계에 있어 구매담당자/구매기업의 윤리부조화 수준이 낮을수록 공급담당자/공급기업은 상대 기업을 정직하고, 일관적이며, 우호적인 대상으로 지각하게 되어 상대방에 대한 정서적 신뢰를 지각하게 되고, 이는 보다 진전된 협력관계형성을 위한 태도나 행동으로 이어질 수 있다. 또한 낮은 수준의 윤리부조화는 역량에 기반한 신뢰에도 긍정적인 영향을 미친다. 거래의 대상이 되는 보유 기술이나 노하우, 능력, 전문성, 평판은 해당 기업들 간의 긴밀한 의사소통을 통해 정보를 공유하고, 발생가능한 문제점에 대해 지속적인 논의를 통해 형성된다(Das & Teng, 1998). 이 때 거래 상대방에 대한 큰 불확실성이 존재한다면 - 높은 윤리부조화 상황 - 장기적으로는 성공적 계약관계를 저해하고, 높은 단계로의 협력관계를 진전시키는 데도 장애가 된다. 반대로 상대방에 대한 확신, 상대방의 윤리가치에 대한 일관성·공정성 - 낮은 윤리부조화 상황 - 에 대한 지각은 개발하기 어려운 기술을 획득하고 기회적으로 행동하거나 다른 기업과의 협력을 피하는 등의 문제적 행동의 가능성을 낮출 수 있어 역량에 입각한 신뢰를 형성하게 된다. 이런 맥락에서 다음과 같은 가설이 도출될 수 있다.

연구가설1: 높은 수준의 윤리부조화를 지각한 집단은 낮은 수준의 윤리부조화를 지각한 집단에 비해 정서적 신뢰 수준이 낮을 것이다.

연구가설2: 높은 수준의 윤리부조화를 지각한 집단은 낮은 수준 윤리부조화를 지각한 집단에 비해 역량에 입각한 신뢰 수준이 낮을 것

이다.

III. 연구방법

1. 실험의 필요성

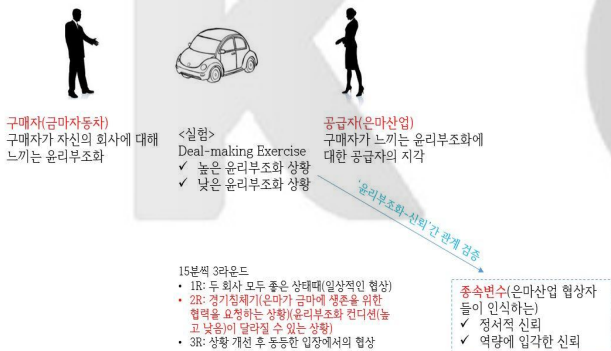
본 연구는 기업 간의 거래에서 발생하는 윤리부조화가 기업 간 거래의 성과에 어떤 영향을 주는지를 탐색한다. 여기서 해결해야 할 주요한 부분이 윤리부조화의 측정과 관련된다. 윤리부조화는 거래당사자의 지각에 의존한다. 지각은 사물, 대상, 사람이나 사건에 대한 스스로의 감각과 지식 체계에 입각한 선택, 조직화와 해석을 의미한다(Bunderson and Sutcliffe, 1995; Waller et al., 1995). 자신이 속한 기업이 표방하는 윤리적 가치의 내용 및 수준에 대한 지각과 자신의 직무수행에서 기업이 요구하는 혹은 거래 관행에서 적용되는 윤리적 가치의 내용 및 수준에 대한 지각 간의 차이를 통해 윤리부조화의 정도가 파악될 수 있다. 즉, 거래 당사자 스스로의 지각을 통해서만 윤리부조화의 수준이 제대로 측정될 수 있고 거래 상대방은 거래관계를 지속하는 과정에서 추정이나 판단을 할 수 있는 가능성이 있으나 거래 당사자 만큼 그 정도를 정확히 알기는 어렵다. 기업 간 거래는 사회 교환이론의 맥락에서 거래 당사자 간의 사회적, 심리적 자원의 교환과정으로 정의될 수 있는데 거래 쌍방 간 윤리부조화에 대한 지각은 거래관계에 긴장이나 불편함을 유발할 수 있다. 이런 개념을 거래관계에 있는 쌍방으로부터 측정하는 문제는 우호적인 평가 등 측정의 왜곡을 유발할 수 있다. 이런 이유로 최근에 기업 간 거래관계 관련 연구에서 대안으로서 다루어지고 있는 쌍방향적 데이터 확보를 통한 방법론(Oosterhuis et al, 2012; Tanskanen & Aminoff, 2015; Touboullic et al., 2014)을 윤리부조화의 측정을 위해 적용하기는 쉽지 않다고 판단된다. 특히, 거래관계에서 거래당사자들의 파워는 비대칭적이고 항상 문제적 거래는 파워를 가진 거래당사자로부터 연유되기 때문에, 그리고 거래비용이론에서 주요하게 다루어지고 있는 특화적 거래의 경우 구매 기업은 거래 대상이 되는 자원의 의존성으로 인한 취약성을 극복하기 위해 공급이나 유통시장에 대한 통합을 시도하여 오히려 공급자는 해당 거래의 종료에 직면할 수도 있다. 즉, 기업 간 거래관계에서 대부분의 문제는 파워를 가진 거래당사자에 의존적이게 된다. 윤리부조화와 관련해서도 마찬가지로, 파워를 가진 거래당사자가 윤리부조화를 지각하고 이에 대해 합리화하는 행동으로 인해 비윤리적인 행동이 나타날 경우 거래상대방은 관련 거래에서 거래비용이 증가하게 되고 다른 거래처를 탐색하는 등 대안적 행동을 시도하게 되어 거래관계에 부정적인 영향을 주게 된다. 반면에 공급 기업이 관련 기술, 인력, 혹은 자원의 특화성으로 인해 파워를 갖는 경우 구매 기업은 상대방과의 의존성으로 인한 취약성을 극복하기 위해 새로운 파트너의 모색이나 공급시장의 통합을 시도하게 되어 윤리부조화는 크게 문제로 대두되지 않는다. 따라서 본 연구는 파워를 가진 구매 기업 담당자의 윤리부조화에 대한 지각이 기업 간 거래의 성과에 어떤 영향을 주는지를 탐색하기 위해 실험을 설계

하였다.

2. 실험설계

Deal-making exercise는 낮은 윤리부조화와 높은 윤리부조화의 두 컨디션으로 구성되어 있다. 시나리오를 통해 낮은 윤리부조화 상황과 높은 윤리부조화 상황을 피험자에게 제공하게 된다. 종속변수는 정서적 신뢰와 역량에 입각한 신뢰이고 이 변수들은 deal-making exercise가 끝난 후에 측정한다.

Deal-making exercise 시나리오(<그림 1> 요약 참고)는 금마자동차라는 가상의 자동차회사(甲, 구매자)와 은마산업이라는 가상의 자동차 부품회사(乙, 공급자)간의 수년에 걸친 deal-making에 대한 내용이다. 구매자는 컴퓨터가, 공급자는 피험자가 그 역할을 행한다. 협상은 세 번의 라운드(2007년, 2008년, 2009년)에 걸쳐서 진행된다. 피험자는 각 라운드를 시작하기 전에 회사와 협상 상황에 대한 시나리오를 읽고, 이를 제대로 이해했는지에 대한 질문에 답을 한다. 이후, 피험자는 컴퓨터와 부품에 대한 가격 협상을 진행한다. 컴퓨터는 세 번의 라운드에서 이미 정해진 패턴으로 가격을 제시하게끔 프로그램되어 있으나, 피험자에게는 협상의 상대방이 컴퓨터가 아닌, 인터넷으로 연결된 다른 사람이라고 설명을 했다.



<그림 1> 실험 요약

시나리오에서 2007년에는 양 회사가 호황을 경험하고, 2008년에는 금마자동차(甲, 구매자)는 호황을 누리는 반면, 은마산업(乙, 공급자)은 경제적 어려움을 겪으며, 2009년에는 두 회사가 다시 호황을 누리는 것으로 되어있다. 그리고 금마자동차는 자신의 부품 공급 회사들을 존중하고 그들과 경제적 동반 성장을 추구하는 윤리적 기업이라는 정보가 있다. 두 컨디션(낮은/높은 윤리부조화)의 유일한 다른 점은 2008년 금마자동차 구매자(컴퓨터)의 협상 행동이다. 낮은 윤리부조화 컨디션에서는 2008년, 은마산업이 경제적 어려움에 처해 있을 때, 금마자동차가 은마산업이 요구하는 데로 부품의 가격을 최대한 맞춰주는, 협조적인 협상 행동을 보인다. 즉, 동반성장을 추구하는 회사라는 금마자동차의 윤리적 이미지와 실질적 협상 행동에 큰 차이가 없는, 낮은 윤리부조화 컨디션인 것이다. 하지만, 높은 윤리부조화 컨디션에서는 2008년에 금마자동차가 은마산업이 감당하기 힘들 정도로 부품 가격을 깎으려고 하는 기회주의적 협상 행동을 보이게 된

다. 즉, 동반성장을 추구하는 회사라는 금마자동차의 윤리적 이미지와 실질적 협상 행동이 상이한, 낮은 윤리부조화 컨디션인 것이다. 협상행동의 차이는 컴퓨터가 제시한 가격수준으로 구현하였다. 협조적인 협상 행동은, 공급자에게 유리한 가격 수준(높은 가격)을 받아들이고, 협상 시간도 오래 끌지 않도록 구현하였고, 기회주의적인 협상 행동은, 공급자에게 불리한 가격 수준(낮은 가격)을 계속해서 제시하고, 협상 시간을 오래 끌도록 구현하였다. 이렇게 세 번의 라운드에 걸친 협상을 경험한 이후에, 피험자는 manipulation check 질문에 대한 응답을 하고 마지막으로 협상 상대방에 대한 정서적 신뢰와 윤리에 기반을 둔 신뢰를 평가하였다. 정서적 신뢰는 다음의 4가지 문항으로 측정되었고, 4가지 문항은 각각 7점 척도로 측정되었다: '나의 협상 상대방은 협력사와 일을 할 때 협력사의 입장을 존중하고 수용할 것 같다.', '나의 협상 상대방은 협력사와 일을 할 때 숨은 의도를 갖지 않을 것 같다.', '나의 협상 상대방은 정직할 것 같다.', '나의 협상 상대방에 대한 전체적으로 평가는 긍정적이다.' 다음으로 역량에 기반을 둔 신뢰는 다음의 3가지 문항으로 측정되었고 3가지 문항은 각각 7점 척도로 측정되었다: '나의 협상 상대방은 협력사와 합작투자시, 자신들의 기술에 대해서 협력사에게 투명하게 공개할 것 같다.', '나의 협상 상대방은 협력사와 합작투자시, 자신들의 기술을 협력사에 순순히 이전할 것 같다.', '나의 협상 상대방은 협력사와 합작투자시, 기술의 소유권을 협력사와 공정하게 나눌 것 같다.'

본 연구는 상기의 세팅으로부터 데이터를 수집한 후 독립표본 t-test를 통해 윤리부조화의 조작(높음/낮음)이 신뢰에 있어 차이를 가져오는지 분석하였다. 집단변수는 윤리부조화 높음/낮음의 두 집단이고, 종속변수는 정서적 신뢰와 역량에 입각한 신뢰 두 가지이다. 자료의 분석은 SPSS 18.0 통계프로그램을 사용하였다.

IV. 분석결과

1. 실험 I: 기업 실무자 대상

본 실험은 기업에서 기업 간 거래경험이 있는 실무자들을 대상으로 하였다. 먼저 실험사이트를 구축하고 한국의 대형유통업체에서 기업 간 제품 거래경험이 있는 피험자들의 이메일 주소를 확보하고 이메일을 통해 무작위로 피험자들로 하여금 높은 윤리 부조화 상황과 낮은 윤리부조화상황에 해당하는 실험사이트에 접속토록 실험을 진행하여 관련 데이터를 확보하였다. 피험자 56명이 높은 윤리부조화상황에 53명이 낮은 윤리부조화 상황에 노출되었고 관련 데이터를 확보하여 윤리부조화의 높고 낮음이 정서적 신뢰, 역량에 기반한 신뢰에 어떤 영향을 미치는 지를 분석하였다.

1.1 표본의 인구통계학적 특성

피험자의 인구통계학적 특성은 <표 1>과 같다. 피험자들의 성별은 남성이 94명(86.2%), 여성 15명(13.8%), 40대가 49명(45.0%), 30대 30명(27.5%), 20대 21명(19.3%), 50대 8명(7.3%)이고, 최종학력은 4년제

대학졸업 109명 중 68명(62.4%), 대학원 졸업 30명(27.5%), 전문대 졸업 10명(9.2%)이다.

<표 1> 표본의 인구통계학적 특성

변수	구분	빈도	비율
성별	남자	94명	86.2%
	여자	15명	13.8%
연령	10대	1명	.9%
	20대	21명	19.3%
	30대	30명	27.5%
	40대	49명	45.0%
	50대	8명	7.3%
최종학력	고졸	1명	.9%
	전문대졸	10명	9.2%
	대졸	68명	62.4%
	대학원졸	30명	27.5%
총계		109명	

1.2 윤리부조화 정도에 따른 신뢰의 평균비교

<표 2>는 독립표본 T-검정에 사용된 검증변수 2개(정서적 신뢰, 역량에 입각한 신뢰)와 윤리부조화간의 상관관계를 알아본 표이다. 그 결과 윤리부조화와 정서적 신뢰, 윤리부조화와 역량에 입각한 신뢰는 상관관계가 존재하지 않는 것으로 나타났다. 정서적 신뢰는 윤리부조화와 부(-)의 상관관계를 가지는 것으로 나타났으나 통계적으로 유의미하지 않았고, 역량에 입각한 신뢰는 윤리부조화와 정(+)의 방향으로 상관관계를 가지는 것으로 나타났으나 이 역시 통계적으로 유의미한 수준은 아니었다. 한편 정서적 신뢰와 역량에 입각한 신뢰는 상관계수 값 .701(p<.01)로 정(+)의 상관관계를 나타냈다.

<표 2> 상관관계표

변수	1	2
윤리부조화		
정서적 신뢰	-.076	
3. 역량입각 신뢰	.015	.701**

**p<.01; *p<.05

다음으로 '윤리부조화의 수준'을 집단변수로 하고, 정서적 신뢰와 역량에 기반한 신뢰를 종속변수로 하여 독립표본 T-검정을 실시한 결과를 <표 3>와 같이 정리하였다. 먼저 높은 윤리부조화, 낮은 윤리부조화의 각 집단의 관측치 수는 각각 56개, 53개로 총 관측치는 109개이다. 먼저 정서적 신뢰를 살펴보면, 윤리부조화 수준이 낮은 집단의 정서적 신뢰 평균은 4.892이고, 윤리부조화 수준이 높은 집단의 평균은 5.058로 윤리부조화 수준이 높은 집단에서 정서적 신뢰의 수준이 높은 결과를 확인할 수 있었다. 두 집단의 평균 차이는 .166으로, 통계적으로 유의미적이지 않았다. 역량에 기반한 신뢰를 두 집단으로 나누어 평균비교를 검증한 결과, 윤리부조화 수준이 낮은 집단의 경우, 역량에 기반한 신뢰의 평균은 4.427이고, 윤리부조화 수준

이 높은 집단의 평균은 4.387로 역량에 기반한 신뢰의 경우 윤리부조화 수준이 높은 집단에서 역량에 기반한 신뢰의 수준이 낮음을 확인할 수 있었다. 두 집단의 평균 차이는 -.040으로 매우 미미한 수준이었다.

<표 3> 윤리부조화 컨디션에 따른 신뢰의 평균 비교(t-test)

변수	변수구분	N	평균	S.Dev	평균차이	t값
정서적 신뢰	윤리부조화 높음	56	5.058	.982	.167	.783
	윤리부조화 낮음	53	4.892	1.230		
역량에 기반한 신뢰	윤리부조화 높음	56	4.387	1.294	-.040	-.159
	윤리부조화 낮음	53	4.427	1.350		
신뢰 (total)	윤리부조화 높음	56	4.770	1.015	.078	.715
	윤리부조화 낮음	53	4.692	1.200		

**p<.001; *p<.01; *p<.05; +p<.1

<표 4> 윤리부조화 x 신뢰의 종류 매트릭스

		신뢰의 종류	
		정서적 신뢰	역량에 입각한 신뢰
윤리부조화 수준	윤리부조화 낮음	5.058	4.427
	윤리부조화 높음	4.892	4.387

* 4개의 점수는 각 신뢰 항목 점수임

또한 추가적으로 윤리부조화의 高低가 정서적 신뢰/역량에 입각한 신뢰에 미치는 영향을 인구통계학적 변수들(성별, 나이, 최종학력)을 통제하여 회귀분석을 실시한 결과 여전히 윤리부조화는 정서적 신뢰, 역량에 입각한 신뢰에 직접적인 영향을 미치는 요소는 아닌 것으로 나타났다. 그 결과는 아래 <표 5>와 같다.

<표 5> 윤리부조화가 신뢰에 미치는 영향(회귀분석)

		회귀분석(N=109)	
		정서적 신뢰	역량에 입각한 신뢰
통제변수	성별	-.092 (.330)	.188 (.408)
	나이	.001 (.014)	.005 (.017)
	학력	.498 (.178)	.157 (.220)
독립변수	윤리부조화	-.199 (.213)	.061 (.263)
F-value		.053+	248
F2		.085	.009

**p<.001; *p<.01; *p<.05; +p<.1, 괄호안은 표준 오차를 나타내며 보고된 값은 비표준화 계수임

2. 실험 II: 한국 학생 대상

실험 II에서는 한국 학생들을 피험자로 연구를 진행하였다. 먼저 실험사이트를 구축하고 서울 소재 K대에 다니는 피험자들의 이메일 주소를 확보하고 이메일을 통해 무작위로 피험자들로 하여금 높은

윤리 부조화 상황과 낮은 윤리부조화상황에 해당하는 실험사이트에 접속토록 실험을 진행하여 관련 데이터를 확보하였다. 11명이 높은 윤리부조화 상황에 15명이 낮은 윤리부조화상황에 노출되었고 윤리 부조화의 높고 낮음이 정서적 신뢰, 역량에 기반한 신뢰에 차이를 가져다주는 지를 분석한 결과는 아래와 같다.

2.1 표본의 인구통계학적 특성

실험 II의 피험자로 참여한 한국 학생들은 총 26명이었다. 이 중 성별을 살펴보면 23명이 남학생, 3명이 여학생으로 남성 참가자의 비율이 매우 높은 것으로 나왔다. 나이의 분포는 22세에서부터 34세까지 다양하였고, 평균 나이는 25세로 나타났다.

2.2 윤리부조화 정도에 따른 신뢰의 평균비교

다음으로 독립표본 T-검정에 사용된 검증변수 2개(정서적 신뢰, 역량에 입각한 신뢰)와 윤리부조화간의 상관관계를 알아보았다. 그 결과 윤리부조화와 정서적 신뢰, 역량에 입각한 신뢰는 상관계수가 마이너스 값을 가졌으나, 그 수준은 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 반면 신뢰의 하위영역 두 개인 정서적 신뢰와 역량에 입각한 신뢰 간에는 .667, 유의수준 .01의 유의한 정의 상관관계를 나타냈다.

<표 6> 상관관계표

변수	1	2
1. 윤리부조화		
2. 정서적 신뢰	-.082	
3. 역량입각 신뢰	-.276	.667**

**p<.01; *p<.05

‘윤리부조화의 수준’이 높을 때와 낮을 때를 집단변수로 하고, 정서적 신뢰와 역량에 기반한 신뢰를 종속변수로 하여 독립표본 T-검정을 실시한 결과, 정서적 신뢰에 대해 윤리부조화 수준이 높은 집단의 정서적 신뢰 평균은 4.977이고, 윤리부조화 수준이 낮은 집단의 평균은 5.150로 윤리부조화 수준이 높을 경우 정서적 신뢰의 수준이 낮게 나타났으나, 이는 평균차이가 -.173에 불과해 통계적으로 유의미한 결과를 나타내지는 못했다. 역량에 입각한 신뢰의 경우, 윤리부조화가 높은 경우 평균 3.606, 윤리부조화가 낮은 경우 평균 4.200으로 이 역시도 윤리부조화가 낮은 경우 신뢰의 수준이 높게 나타났고 평균차이는 -.594로 통계적으로 유의적이지 않았다. 추가적으로 신뢰의 총점을 종속변수로 분석을 실시했을 때에도 윤리부조화가 높은 경우가 신뢰의 수준이 낮았으나 통계적으로 유의적이지 않았다. 본 실험결과는 실험 I 과 달리 윤리부조화수준에 따라 신뢰수준이 달라진다는 경향이 있음을 보여주고 있어 긍정적이나 샘플의 수가 제한적이어서 통계적으로 유의한 결과를 보여주지는 못하고 있다.

<표 7> 윤리부조화 컨디션에 따른 신뢰의 평균 비교(t-test)

변수	변수구분	N	평균	S.Dev	평균차이	t값
정서적 신뢰	윤리부조화 높음	11	4.977	1.292	-.173	-.404
	윤리부조화 낮음	15	5.150	.896		
역량에 기반한 신뢰	윤리부조화 높음	11	3.606	1.031	-.594	-1.404
	윤리부조화 낮음	15	4.200	1.090		
신뢰 (total)	윤리부조화 높음	11	4.390	1.107	-.353	-.905
	윤리부조화 낮음	15	4.743	.884		

***p<.001; **p<.01; *p<.05; +p<.1

2.3 윤리부조화가 신뢰에 미치는 영향

추가적으로 윤리부조화의 높고 낮음을 측정된 더미변수를 독립변수로 하고, 정서적 신뢰와 역량에 입각한 신뢰를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과 여전히 윤리부조화는 정서적 신뢰, 역량에 입각한 신뢰에 직접적인 영향을 미치는 요소는 아닌 것으로 나타났다.

<표 8> 윤리부조화가 신뢰에 미치는 영향(회귀분석)

		회귀분석(N=26)	
		정서적 신뢰	역량에 입각한 신뢰
통제변수	성별	.400 (.725)	.247 (.698)
	나이	.066 (.094)	.122 (.090)
독립변수	윤리부조화	-.116 (.465)	-.430 (.447)
F-value		259	1.267
R2		.034	.147

***p<.001; **p<.01; *p<.05; +p<.1, 괄호 안은 표준 오차를 나타내며 보고된 값은 비표준화 계수임

3. 실험 III: 미국 학생 대상

본 실험은 실험 II와 비교가 가능하도록 미국의 대학생들을 피험자로 하여 분석을 실시하였다. 먼저 실험사이트를 구축하고 미국 위스컨신 오클레어 캠퍼스에 다니는 피험자들의 이메일 주소를 확보하고 이메일을 통해 무작위로 피험자들로 하여금 높은 윤리 부조화 상황과 낮은 윤리부조화상황에 해당하는 실험사이트에 접속토록 실험을 진행하여 관련 데이터를 확보하였다. 윤리부조화가 높은 집단과 낮은 집단간 정서적 신뢰, 역량에 기반한 신뢰의 평균 차이가 존재하는 지를 분석한 결과는 아래와 같다.

3.1 표본의 인구통계학적 특성

해당 대학의 68명을 피험자로 선정하여 실험 III을 실시하였다. 피험자 중 남학생은 44명(64.7%), 여학생은 24명(35.3%)이었다.

3.2 윤리부조화 정도에 따른 신뢰의 평균비교

정서적 신뢰, 역량에 입각한 신뢰와 윤리부조화간의 상관관계를 분석한 결과, 윤리부조화와 정서적 신뢰, 역량에 입각한 신뢰 각각은

부(-)의 상관관계를 가졌고, 이 관계는 통계적으로 유의미한 수준이었다($p<.01$). 즉 높은 윤리부조화는 낮은 정서적 신뢰, 낮은 역량에 입각한 신뢰와 관계가 있음을 알 수 있다. 반면 신뢰의 하위 두 영역인 정서적 신뢰와 역량에 입각한 신뢰 간에는 .600, 유의수준 .01의 유의한 정의 상관관계를 나타냈다.

<표 9> 상관관계표

변수	1	2
1. 윤리부조화		
2. 정서적 신뢰	-.329**	
3. 역량입각 신뢰	-.387**	.600**

** $p<.01$; * $p<.05$

높은 윤리부조화 집단에 미국 학생 37명, 낮은 윤리부조화 집단에 미국 학생 31명이 관찰되었다. 총 68명을 대상으로 평균차이 검증을 실시한 결과, 정서적 신뢰에 대해 윤리부조화 수준이 높은 집단의 정서적 신뢰 평균은 5.054이고, 윤리부조화 수준이 낮은 집단의 평균은 5.807로 윤리부조화 수준이 높을 경우 정서적 신뢰의 수준이 낮은 것으로 나타났고, -.752의 통계적으로 유의적인 평균차이를 보여주고 있다. 역량에 입각한 신뢰의 경우, 윤리부조화가 높은 경우 평균 4.820의 신뢰 수준을, 윤리부조화가 낮은 경우 평균 5.699의 신뢰 수준을 나타냈다. 윤리부조화가 낮은 경우 역량에 기반한 신뢰의 수준이 높게 나타났고 평균차이는 -.879로 통계적으로 유의적이었다.

<표 10> 윤리부조화 컨디션에 따른 신뢰의 평균 비교(t-test)

변수	변수구분	N	평균	S.Dev	평균차이	t값
정서적 신뢰	윤리부조화 높음	37	5.054	1.239	-.752	-2.956**
	윤리부조화 낮음	31	5.807	.771		
역량에 기반한 신뢰	윤리부조화 높음	37	4.820	1.276	-.879	-3.566**
	윤리부조화 낮음	31	5.699	.722		
신뢰 (total)	윤리부조화 높음	37	4.954	1.154	-.807	-3.662**
	윤리부조화 낮음	31	5.760	.623		

** $p<.001$; ** $p<.01$; * $p<.05$; + $p<.1$, 괄호안은 표준 오차를 나타내며 보고된 값은 비표준화 계수임

3.3 윤리부조화가 신뢰에 미치는 영향

윤리부조화의 높고 낮음을 측정하는 더미변수를 독립변수로 하고, 정서적 신뢰와 역량에 입각한 신뢰를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 그 결과 윤리부조화는 정서적 신뢰, 역량에 입각한 신뢰에 각각 -.752, -.879의 통계적으로 유의적인 부의 영향을 주는 것으로 나타났다. 즉, 미국 학생들은 거래관계에서 공급자의 입장에서 구매자의 윤리부조화를 지각할 경우 낮은 정서적 및 역량에 입각한 신뢰를 보임을 알 수 있다.

<표 11> 윤리부조화가 신뢰에 미치는 영향(회귀분석)

		회귀분석(N=68)	
		정서적 신뢰	역량에 입각한 신뢰
독립변수	윤리부조화	-.752** (.266)	-.879** (.258)
F-value		8.018**	11.593**
R2		.108	.149

** $p<.001$; ** $p<.01$; * $p<.05$; + $p<.1$

V. 결론 및 시사점

윤리부조화는 거래 당사자 스스로의 지각을 통해서만 그 수준이 제대로 측정될 수 있고 거래 상대방은 거래관계를 지속하는 과정에서 추정이나 판단을 할 수 있는 가능성이 있으나 거래 당사자만큼 그 정도를 정확히 파악하기는 어렵다. 특히, 거래관계에서 거래당사자들의 파악은 비대칭적이고 거래의 비윤리성으로 인한 문제는 파워를 가진 거래당사자로부터 유발되기가 쉽기 때문에 공급자보다는 구매자의 입장에서 윤리부조화를 다루는 것이 타당하다고 판단된다. 그러나 구매자가 조직 내에서 윤리부조화를 지각할 경우 거래관계에서 그런 부분들이 공급자에 의해 지각될 수 있는지 그리고 그런 요인이 상대방에 대한 신뢰에 영향을 줄 수 있는지에 대해서는 실증적인 검증이 필요하다. 최근에 이런 관련 문제를 해결하기 위한 대안으로 거래쌍방으로부터 데이터를 확보하는 시도가 이루어지고 있다 (Oosterhuis et al, 2012; Tanskanen & Aminoff, 2015; Touboulie et al., 2014). 그러나 사회적 교환이론의 맥락에서 거래 당사자 간의 사회적, 심리적 자원의 교환과정에서 발생하는 윤리적 문제는 상호 간에 심리적 불편함을 유발할 수 있고 이런 요인에 의해 거래관계가 영향을 받을 수 있을 뿐만 아니라, 윤리부조화 정도를 쌍방으로부터 측정하는 문제는 우호적인 평가 등 측정의 왜곡을 유발할 수도 있다. 이런 이유로 쌍방향적 데이터 확보를 위한 방법론은 윤리부조화관련 연구에 적용하기는 쉽지 않다고 판단된다. 따라서 본 연구는 파워를 가진 구매당사자의 역할을 컴퓨터로 하여금 수행토록 하고 공급자의 역할을 실험에 참가한 피험자가 수행하게 하여 구매자가 보이는 윤리부조화의 수준에 따라 공급자가 지각하는 신뢰수준을 측정하는 실험을 설계하였다.

실험 I의 분석 결과, 윤리부조화 수준이 낮은 집단의 정서적 신뢰 평균은 4.892, 윤리부조화 수준이 높은 집단의 평균은 5.058로 윤리부조화 수준이 높은 집단에서 정서적 신뢰의 수준이 높은 결과를 보였다. 역량에 기반한 신뢰에 대해서는 윤리부조화 수준이 낮은 집단의 경우 4.427이고, 윤리부조화 수준이 높은 집단의 평균은 4.387로 윤리부조화 수준이 높을 경우 통계적으로 유의적이지 않으나 역량에 기반한 신뢰의 수준이 낮은 경향을 보였다.

실험 II의 분석 결과, 윤리부조화 수준이 높은 집단의 정서적 신뢰 평균은 4.977, 윤리부조화 수준이 낮은 집단의 평균은 5.150으로 윤리부조화 수준이 높을 경우 정서적 신뢰의 수준이 낮은 경향을 나타내고 있으나 통계적으로 유의적이지 않았다. 역량에 입각한 신뢰의 경

우, 윤리부조화가 높은 경우 평균 3.606, 윤리부조화가 낮은 경우 평균 4.200로 윤리부조화가 낮은 경우 신뢰의 수준이 높게 나타났으나 통계적으로 유의적이지 않았다. 실험 II의 경우 실험 I 과 달리 윤리부조화수준에 따라 신뢰수준이 달라짐을 보여주고 있어 긍정적이나 샘플의 수가 제한적이어서 통계적으로 유의한 결과를 보여주지는 못한 것으로 판단된다.

실험 III의 분석결과, 정서적 신뢰에 대해 윤리부조화 수준이 높은 집단이 5.054, 윤리부조화 수준이 낮은 집단은 5.807, 역량에 입각한 신뢰에 대해서는 윤리부조화가 높은 경우 4.820, 윤리부조화가 낮은 경우 5.699로 모두 통계적으로 유의적인 차이를 보였다. 즉, 미국 학생들을 상대로 한 실험결과는 윤리부조화의 정도가 공급자에 의해 지각될 수 있고 이는 상대방에 대한 정서적 신뢰와 역량에 입각한 신뢰에 부정적인 영향을 준다는 것을 의미한다.

세 번의 실험 결과 중 실험결과가 일치하지 않는 부분이 실험 I의 결과 중 윤리부조화 정도가 높은 경우 통계적으로 유의적인 차이를 나타내지는 않았지만 정서적 신뢰를 보다 높게 지각하는 경향이 있다는 것이다. 이는 사회적 교환이론이라는 맥락에서 실무자들로 구성된 피험자들이 실험 셋팅에서 두 회사 간 협력관계가 오랜 시간 동안(지난 5년) 잘 이루어져왔다는 사실을 적극적으로 인지하고, 상황이 좋은 상태의 일상적 협상을 첫 번째 라운드에서 잘 마치고 신뢰 수준이 이미 형성되었다고 적극적으로 인지했기 때문으로 판단된다.

본 연구는 학문적, 방법론적 및 실무적으로 다음과 같은 시사점을 가진다. 먼저 학문적으로 본 연구는 부조화의 개념을 바탕으로 윤리부조화라는 개념을 제시하고 측정을 시도하였다. 관련 연구가 미미한 상황에서 그동안 많은 논의가 이루어졌던 인지부조화, 감정부조화라는 개념을 바탕으로, 최근 기업들의 화두가 되고 있는 기업윤리, 윤리경영의 개념을 조합하여 윤리부조화라는 개념을 도출하였다. 또한 인지부조화나 감정부조화가 개인차원에서 고려됐던 변수라면 윤리부조화는 기업차원에서 기업 간 거래의 성공을 설명하는 요인이라는 데 그 의미가 있다. 또한 거래비용이론과 사회적 교환이론을 토대로 기업 간 관계에서 윤리부조화와 신뢰간의 관계를 설명하였다는 점도 학문적인 기여로서 제시될 수 있다.

본 연구는 기업 간 거래에서 파워를 소유한 구매자가 조직 내에서 윤리부조화를 지각할 경우 그 정도가 구매자-공급자 간의 관계에 어떤 영향을 주는지를 검증하는데 요구되는 대안적 방법론을 제시하고 있다는 데 그 의미가 크다고 판단된다. 윤리부조화의 개념적 특성으로 인해 해당개념의 측정은 구매자가 지각하는 조직 내 비윤리성 수준에 의존해야 하나 거래관계에서 이런 한 당사자 측면에서의 측정이 신뢰적이고 타당한가에 대한 의문이 있다. 따라서 쌍방향 측정이 그 대안으로 제시되나 이런 방법은 비윤리성에 대한 지각을 공급자가 제대로 파악하기 어렵다는 문제뿐만 아니라 확대된 평가 혹은 심리적 불편함으로 인해 거래관계에 영향을 줄 수 있다는 문제가 있다. 그러나 본 연구에서 제시된 실험을 통해 구매자가 지각하는 윤리부조화는 공급자에 의해서 지각될 수 있고 이는 거래관계의 성공에 영향을 줄 수 있다는 사실을 검증함으로써 윤리부조화라는 개념을 파워를 가진 거래의 한 당사자에 의해 측정하는 것도 신뢰적이고 타당한 접근임을 제시하였다.

실무적으로도 본 연구는 다양한 협력을 피하고 있는 기업들이, 특히 갑을 관계를 맺거나 맺으려고 하는 기업들에게 윤리부조화의 부정적 영향의 가능성을 보여주었다는데 그 기여가 크다고 판단된다. 낮은 신뢰수준은 장기적으로 협력관계의 성과에 있어 부정적 효과를 가져올 수 있기 때문에 기업 간 거래의 성공을 위해 윤리부조화가 높은 상황에 있는 기업들은 '지향'하는 바와 '실제'의 간극을 줄이는, 즉 구성원들이 윤리적으로 부조화를 느끼지 않도록 보다 윤리적인 기업 문화의 형성 혹은 개발이 필요하다는 것이다. 이러한 기여 점에도 불구하고 본 연구는 피험자의 수가 제한적이고 거래 경험을 가진 피험자 집단에서 일부 기대했던 결과를 얻지 못하고 그런 경험이 없는 피험자집단에서는 유의적 결과를 확보하여 향후 보다 통제된 그리고 확장된 실험이 요구된다고 판단된다.

<투 고 일: 2017.02.17>

<심 사 일: 2017.03.18>

<게재확정일: 2017.05.26>

참고문헌

- 김경목 (2012), “대·중소기업 간 협력 성과의 공유: 성과공유제도와 협력이익배분제도 비교,” *Korean Business Review*, 16(1), 51-79.
- 김기찬 (2009), “기업생태계관점에서의 연구개발 전략과 플랫폼 리더십: 대중소기업 상생협력과 R&D에의 시사,” *중소기업연구*, 31(2), 157-175.
- 민영희 (2005), “항공사 승무원의 감정노동 및 심리적 강인성이 직무 만족에 미치는 영향,” 『연세대학교 교육대학원 석사학위 논문』.
- 박상연 (2009), “감정부조화의 영향과 그 조절요인에 관한 실증 연구: 직무자율성과 사회적 지원의 조절효과를 중심으로,” *경영학연구*, 38(2), 1226-1874.
- 박진용 · 성민 · 조현진 · 박성은 (2013), “윤리경영 평가가 서비스 공정성 지각에 미치는 영향, 지역산업연구,” 36(1), 97-116
- 박진용 · 오정정 · 송치훈 · 박경도 (2015), “모바일 속성과 모바일 쇼핑 서비스 품질이 소비자 반응에 미치는 영향,” *지역산업연구*, 38(3), 209-244
- 박헌준·권인수 (2004), “기업윤리 연구의 최근동향과 실증연구 과제, *기업윤리연구*,” 8, 1-31.
- 백유진·김나미·김연수·김봉선 (2011), “거대 바이어 의존적인 1차 공급자의 성장전략: 세종공업 사례,” *전략경영연구*, 14(2), 29-55.
- 서영복·김봉기·박찬관·윤재희 (2012), “대기업과 중소기업의 상생협력을 통한 SCM 혁신사례 연구: S사와의 협업을 통한 I사의 혁신사례,” *경영컨설팅연구*, 12(4), 495-517.

- 조원섭 (2014), “커피전문점 파트타임어의 감정부조화가 직무스트레스에 미치는 영향, 관광연구저널,” 28(80), 163-173.
- 정준호, 김상덕, 오세조 (2014), “프랜차이즈 본부의 통제 시스템이 본부와 가맹점 간 신뢰에 미치는 영향: 목표불일치의 조절효과,” 지역산업연구, 37(2), 113-138
- 최수정 (2014), “콜센터에서 상담사의 조직동일시 형성과 결과에 관한 연구: 사회교환이론을 중심으로,” 대한경영학회지, 27(7), 1091-1113.
- 하병천, 박양규, 조성빈 (2014), “공급망관리에서의 윤리적 의사결정: 공급자와의 신뢰 형성과 협력 활동에 미치는 영향,” 한국생산관리학회지, 25(2), 127-146.
- 한상린·이명성·안명아·이승원 (2013), “사회교환 이론을 중심으로 한 대기업과 중소기업 간의 장기적 동반성장 구축요인 연구,” Korean Business Review, 17(4), 1-21.
- Abraham, R. (1998), “Emotional dissonance in organizations: A conceptualization of consequences, mediators and moderators,” *Leadership & Organization Development Journal*, 19(3), 137-146.
- Amaeshi, K. M., Osuji, O. K., and Nnodim, P. (2008), “Corporate social responsibility in supply chains of global brands: A boundaryless responsibility? Clarifications, exceptions and implications,” *Journal of Business Ethics*, 81(1), 223-234.
- Asanuma, B. (1989), “Manufacturer-supplier relationships in Japan and the concept of relation-specific skill,” *Journal of the Japanese and International Economies*, 3(1), 1-30.
- Ashforth, B. E. and Humphrey, R. H. (1993), “Emotional labor in service roles: The influence of identity,” *Academy of Management Review*, 18(1), 88-115.
- Bagchi, P. K., Ha, B., Skjøtt-Larsen, T., and Lars, B. S. (2005), “Supply chain integration: a European survey,” *International Journal of Logistics Management*, 16(2), 275-294.
- Bakker, A. B. and Heuven, E. (2006), “Emotional dissonance, burnout, and in-role performance among nurses and police officers,” *International Journal of Stress Management*, 13, 423-440.
- Barkan, R., Ayal, S., Gino, F., and Ariely, D. (2012), “The pot calling the kettle black: distancing response to ethical dissonance,” *Journal of Experimental Psychology: General*, 141(4), 757-773.
- Bayles, M. D. and Henley, K. (1983), “Right Conduct: Theory and Applications, (New York), Random House.
- Blois, K. (1998), “A trust interpretation of business to business relationships: a case-based discussion,” *Management Decisions*, 36(5), 302-308.
- Blau, P. M. (1964), *Exchange and Power in Social Life*. New York: Wiley.
- Bunderson, J.S. and Sutcliffe, K.M (1995), “Work history and selective perception: Fine-tuning what we know,” *Academy of Management Journal*, 459-463.
- Carnevale, D.G. and Wechsler, B. (1992), “Trust in the public sector: individual and organizational determinants,” *Administration & Society*, 23(4), 471-494.
- Carroll, A. B. (1999), “Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct,” *Business and Society*, 38(3), 268-295.
- Coleman, J.S. (1988), “Social capital in the creation of human capital,” *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
- Das, T. K. and Teng, B.S. (1998), “Between trust and control: developing confidence in partner cooperation in alliances,” *Academy of Management Review*, 23(2), 491-512.
- Darwall, S. (2002), *Consequentialism*(Oxford), Blackwell.
- Dyer, J. H. and Hatch, N. W. (2006), “Relation-specific capabilities and barriers to knowledge transfers: creating advantage through network relationships,” *Strategic Management Journal*, 27, 701-719.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., and Sowa, D. (1986), “Perceived organizational support,” *Journal of Applied Psychology*, 71, 500-507.
- Ergeneli, A., Ari, G. S., and Metin, S. (2007), “Psychological empowerment and its relationship to trust in immediate managers,” *Journal of Business Research*, 60(1), 41-49.
- Eriksson, K. and Sharma, D. D. (2003), “Modeling uncertainty in buyer-seller cooperation,” *Journal of Business Research*, 56, 961-970.
- Festinger, L. (1957), *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Ha, B.C., Park, Y. and Cho, S. (2011), “Suppliers’ affective trust and trust in competency in buyers: its effect on collaboration and logistics efficiency,” *International Journal of Operations and Production Management*, 31(1), 56-77.
- Haanaes, K., Balagopal, B., Arthur, D., Kong, M. T., Velden, I., Kruschwitz, N., et al. (2011), “First look: The second annual sustainability and innovation survey,” *MIT Sloan Management Review*, 52(2), 77-83.
- Hauser, M. D. (2007), *Moral minds: How nature designed our universal sense of right and wrong*. London: Little Brown.
- Holland, R.W., Meertens, R.M., and Van Vugt, M. (2002), “Dissonance on the road: Self-esteem as a moderator of internal and external self-justification strategies,” *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(2), 1713-1724.
- Homans, G. C. (1958), “Social behavior as exchange,” *American Journal of Sociology*, 63(6), 597-606.
- Johnson, P. F., M. R. Leenders and A. E. Flynn (2011), *Purchasing and Supply Management*, 4th. ed., 447, Singapore, McGraw Hill.
- Krause, D. R., Vachon, S., and Klassen, R. D. (2009), “Special topic forum

- on sustainable supply chain management: Introduction and reflections on the role of purchasing management," *Journal of Supply Chain Management*, 45(4), 18-25.
- Levering, R. (2000), *A Great Place to Work: What makes some employers so good(and most so bad)*, San Francisco, CA: A Great Place to Work Institute.
- Lewig, K. A. and Dollard, M. F. (2003), "Emotional dissonance, emotional exhaustion, and job satisfaction in call centre workers," *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 12(4), 366-392.
- Lewis, J. D. and Weigert, A. (1985), "Trust as a social reality," *Social Forces*, 63(4), 967-985.
- Lowell, J. (2012), "Managers and Moral Dissonance: Self Justification as a Big Threat to Ethical Management?," *Journal of Business Ethics*, 105, 17-25.
- Mishra, J. and Morrissey, M. A. (1990), "Trust in employee/employer relationships: a survey of West Michigan managers," *Public Personnel Management*, 19(4), 443-486.
- Moorman, C., Zaltman, G. and Deshpande, R. (1992), "Relationships between providers and users or market research: the dynamics of trust within and between organizations," *Journal of Marketing Research*, 29, 314-328.
- Morris, J. A. and Feldman, D. C. (1996), "The dimension antecedents, and consequences of emotional labor," *Academy of Management Review*, 21, 986-1010.
- Oosterhuis, M., Molleman, E. and Van der Vaart, T. (2013), "Differences in buyers' and suppliers' perceptions of supply chain attributes," *International Journal of Production Economics*, 142, 158-171.
- Organ, D. W. (1988), *Organizational citizenship behavior: the good soldier syndrome*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Rawls, J. (1971), *A theory of Justice*, (Cambridge, MA), Harvard University Press.
- Schaubroeck, J., Lam, S. S. K., and Peng, A. C. (2011), "Cognition-based and affect-based trust as mediators of leader behavior influences on team performance," *Journal of Applied Psychology*, 96(4), 863-871.
- Schwartz, M. S. and Carroll, A. B. (2003), "Corporate social responsibility: a three-domain approach," *Business Ethics Quarterly*, 13(4), 503-530.
- Scott, J. E. (2000), "Facilitating inter-organizational learning with information technology," *Journal of Management Information Systems*, 17(2), 81-113.
- Staples, D. S. and Ratnasingham, P. (1998), "Trust: the panacea of virtual management," *Proceedings of the international conference on Information systems*, 128-144.
- Tanskanen, K. and Aminoff, A. (2015), "Buyer and supplier attractiveness in a strategic relationship - A dyadic multiple-case study," *Industrial Marketing Management*, 50, 128-142.
- Tavris, C. and Aronson, E. (2008), *Mistakes were made (but not by me)*, London: Pinter & Martin.
- Thibaut, J. W. and Kelley, H. H. (1959), *The social psychology of groups*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Touboulic, A., Chicksand, D., and Walker, H. (2014), "Managing imbalanced supply chain relationships for sustainability: A power perspective," *Decision Sciences*, 45(4), 577-619.
- Turner, J. C. (1985), Social categorization and the self-concept. In Lawler, E. J. (Ed.) *Advances in Group Processes*, Greenwich, Connecticut: JAI Press.
- Victor, B., Cullen, J.B. (1987), A theory and measure of ethical climate in organizations. in W. C. Frederick(ed.), *Research in Corporate Social Performance and Policy*, JAI Press, Greenwich CT, 51 - 71.
- Waller, M.J., Huber, G.P. and Glick, W.H. (1995), Functional background as a determinant of executives' selective perception," *Academy of Management Journal*, 38(4), 943-974.
- Williamson, O. E. (1981), "The economics of organization: the transaction cost approach," *American Journal of Sociology*, 87(3), 233-261.
- Williamson, O. E. (1985), *The economic institutions of capitalism*, New York: The Free Press.
- Wisner, J. D. Tan, K. C. and Leong, G. K. (2012), *Supply Chain Management: A Balanced Approach*, 3rd Edition(Mason, OH), South Western Cengage Learning.

The Relationship between Ethical Dissonance and Trust : Experiment Study*

Park, Yang-Kyu**

Back, Yu-Jin***

Oh, Se-Hyung****

Choi, Hang-Sok*****

Abstract

This study has the purpose that We highlighted the possibility of ethical values, a major issue in the modern corporate environment, as an important factor in building trust in the relationships. Ethical values are incorporated in the proposed research model in the form of ethical dissonance, and it is assumed that trust emerges based on ethical value evaluation. Trust is a relatively subjective concept that can be understood from the viewpoint of individual managers in firms. Likewise, so are ethical values. Since individual managers in supplier firms and buyer firms are at the frontline in the inter-firm relationships, their perception of ethical values and trust is crucial for the successful operation of Supply Chains. When managers in a buyer firm feel that the firm's code of ethics is supported by decisions and business actions, they perceive low levels of ethical dissonance. In turn, managers in a supplier firm might feel consistency from face-to-face contact with buyers and their activities, and thus perceive less uncertainties. Mutual trust can be naturally developed in this process. Efforts to diminish ethical dissonance and to strengthen trust would help improve Supply Chain collaboration. Buyer firms are typically larger in size and more influential than supplier firms. If managers in buyer firms perceive discrepancies in ethical values, they try to reduce tensions that stem from the conflict experienced. Consequently, their ethical beliefs might be shaken. In most cases, they have to give up their own ethically preferred behaviors to conform to their organizational direction. Such dilemmas give rise to inconsistent behaviors, which can be perceived by managers in supplier firms. They may doubt the counterpart's sincerity and, as a result, mutual trust cannot be easily developed. To obtain valid and reliable research findings, it needs to be assumed that the ethical dissonance perceived by managers in a buyer firm causes a sense of suspicion to managers in a supplier firm, ultimately resulting in inconsistent inter-firm transactions and the erosion of mutual trust. Hence an experimental setting is designed to test such relationships. Particularly, cross-cultural approaches in regard to the relationships as well as the sequential structural model can contribute to generalize the theory. The research findings of the american student group indicate negative relationships between ethical dissonance and the two trust factors. And these relationships did show statistical significance, but the findings of the other two groups didn't.

Key words: ethical values, ethical dissonance, affective trust, competency-based trust

* This work was supported by the National Research Foundation of Korea Grant funded by the Korean Government(NRF-2013S1A5A2A03044176).

** Professor, School of Business, Konkuk University(drykpark@konkuk.ac.kr), first author

*** Research Fellow, Korea Chamber of Commerce & Industry(applejin04@korea.ac.kr), co-author

**** Associate Professor, School of Business, Hanyang University(ohsh1@hanyang.ac.kr), co-author

***** Associate Professor, Department of Business Administration, Dongduk Women's University(hschoi918@dongduk.ac.kr), corresponding author