

# 기업윤리의 윤리적 의사결정에 관한 연구

장익선\*

## 〈목 차〉

I. 서론	1. 카바나, 모버그, 벨라스퀘즈의 모델
1. 연구의 목적	2. 프리즈체의 모델
2. 연구의 방법 및 연구의 범위	IV 결론
II. 기업윤리 의사결정요소 모델	1. 요약
1. 스타센의 모델	2. 활용방안
2. 브레디의 모델	참고문헌
III. 기업윤리의 의사결정과정 모델	Abstract

## I. 서 론

### 1. 연구의 목적

국제투명성기구에서 우리 나라의 부패지수가 2000년도 기준하여 세계 50위라고 발표한 바 있어 부패공화국이라는 오명을 쓰고 있는 현실이다.

금년에 IMF를 졸업해 다행스러운 일이라는 하나, 1997년 IMF관리체제에 들어간 원인을 돌아켜보면 경영의 투명성 결여, 관치금융, 탈세, 뇌물수수, 비자금조성, 가격조작, 부동산 투기, 부정한 금융관행, 외화도피, 환경오염, 불법노동행위, 부당노동행위 등의 비윤리적 기업행위에 기인한 바 없지 않다고 하겠다.

1995년 미국이 윤리적 기업의 활동계획(Best Global Practice)를 발표함으로써 사실상의 기업윤리 라운드(Ethics Round)가 시작된 이래 21C는 윤리의 시대가 될

\* 원광보건대학 경영정보과 교수

것으로 예상되고 있다.

기업윤리란 사회생활을 하는 인간이 근본적으로 부딪칠 수밖에 없는 윤리문제를 기업경영이라는 특수한 사회적 상황에 적용한 것<sup>1)</sup>이며, 실천적 의미에서 정의하면 개인의 도덕적 가치관을 윤리에 관련된 기업활동과 목표에 적용시키는 원리 또는 기술<sup>2)</sup>이라 할 수 있다.

기업윤리는 모든 상황에 보편적으로 적용되는 규범적·일반적 윤리라기보다는 기업경영이라는 특수한 상황에 적용되는 응용적 윤리의 성격<sup>3)</sup>을 갖고 있기 때문에 실용적 접근을 도외시 할 수 없다. 이러한 실용적 접근에 기초할 때 기업윤리란 도덕적 가치보다 구체적으로 다양한 이해관계자나 광범위한 사회에 이익을 주거나 해를 줄 수 있는 행동을 하는 것과 관련된 의사결정을 연구하는 것<sup>4)</sup>을 의미한다.

이와 같이 기업윤리란 일반적인 윤리의 기본원칙을 기업이라는 특수한 사회적 상황에 적용한 것<sup>5)</sup>으로, 기업윤리를 지켜야 하는가 또는 기업윤리를 지키지 않으면 무엇이 문제인가 등의 문제는 기업경영의 본질 내지는 기업의 목적과 관련하여 제기되는 가장 근본적인 문제<sup>6)</sup>라고 지적하고 있다.

이렇게 응용적이고, 실용적이고, 실천적인 기업윤리를 준수하여 21세기 세계시장 경제 무대에서 높은 경쟁력을 갖추기 위한 노력이 절실하다 하겠다. 이에 본 연구는 기업경영에 있어서 윤리적 의사결정을 하기 위한 기반을 제공하는 데 목적을 두고 있다.

## 2. 연구의 방법 및 연구의 범위

과학의 연구방법에 관한 문제는 철학에 있어서 인식론에 속하는 과제이다. 근세 이후에 있어 사회과학의 연구방법은 경험적 과학의 진술로 객관적 방법에 의해서만이 그 진위를 규명할 수 있으며, 모든 명제는 직접적이든 간접적이든 검증가능성

- 1) K. E. Goodpaster, Business Ethics, The Field and the Course, in W. M. Hoffman, J. M. Moore, & D. A. Fedo, *Corporate Governance and Institutionalizing Ethics*, Toronto, Lexington Book, 1983, p. 289.
- 2) L. L. Nash, *Good Intentions Aside*, Boston, HBS Press, 1993. p. 5.
- 3) F. K. Fuman, Teaching Business Ethics: Questioning the Assumption, Seeking New Directions *Journal of Business Ethics*, Vol. 6, 1987, pp. 31~34.
- 4) T. Gands. & N. Hayes, *Teaching Business Ethics*, Vol. 17, 1988, pp. 657~658.
- 5) 신유근, "기업윤리와 경영윤리," 한국경영학회(편), 한국의 기업윤리-실상과 과제, 세경사, 1992 pp. 25~26.
- 6) W. M. Hoffman, Ethics in Business Education: Working Toward a Meaningful Reciprocity *Journal of Business Ethics*, Vol. 3, 1988, pp. 260~263.

이 있어야 과학성을 인정받을 수 있다는 논리실증주의에 의하여 주도되고 있다.

본 연구는 논제의 성격상 선행연구들에 기반을 둔 탐색적 연구방법을 택하였다. 본 연구는 기업경영에 있어서 윤리적 의사결정을 하기 위한 기반을 제공하기 위하여 의사결정요소 모델인 스타센의 모델과 브래디의 모델 및 의사결정과정 모델인 카바나, 모버그, 벨라스케즈의 모델과 프리츠체의 모델을 연구하는 것을 범위로 하였다.

## Ⅱ. 기업윤리 의사결정요소 모델

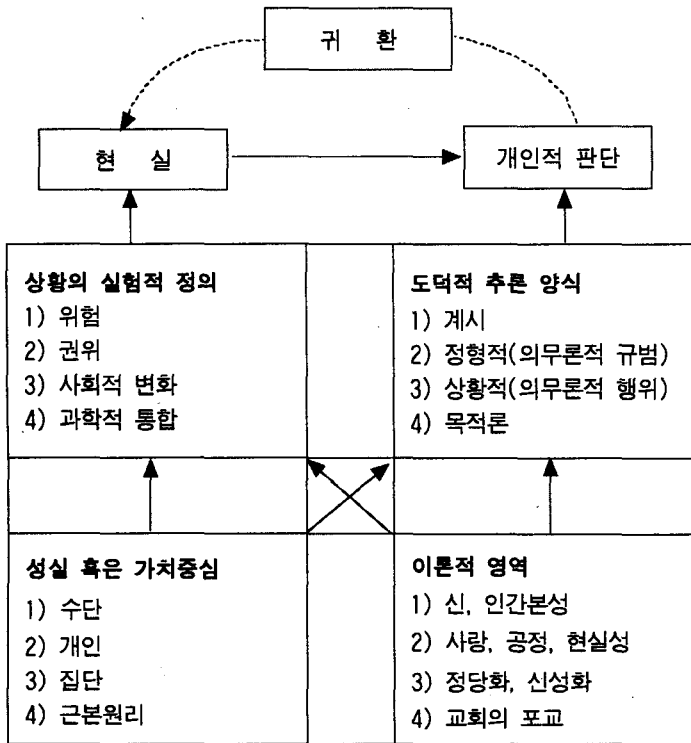
### 1. 스타센(G. Stassen)의 모델

스타센(G. Stassen)은 윤리적 의사결정을 정당화할 때 필요한 요소들을 설명하기 위하여 다음의 모델을 제시하였다.

<그림 1>에 의하면 개인의 윤리적 판단은 다음의 4가지 차원에 따라 영향을 받는다.

- ① 狀況의 實驗的 定議 : 이 차원은 인지할 수 있는 위험이나, 행위의 여러 대체안의 합법성 등과 같은 다양한 변수들이 특정상황에 대한 개인의 인지에 영향을 미칠 수 있다.
- ② 道德的 推論 樣式 : 이 차원에는 공리주의, 정의론, 공정의 이론 등의 3가지 중요한 규범적 윤리이론들이 포함된다.
- ③ 理論的 領域 : 이 영역에서는 윤리적 사고는 존재론적 질문, 즉 “왜 나는 도덕적이어야 하는가?”에 대한 본질적인 답을 요구한다.
- ④ 誠實 혹은 價值中心 : 이 차원은 개인의 윤리적 인지에 영향을 미치는 집단에 초점을 맞춘다.

7) Glen Stassen, "A Social Theory Model for Religious Social Ethics," *Journal of Religious Ethics*, 5 #1, 1977, p. 15.



〈그림 1〉 윤리적 의사결정의 요소

위의 모델은 비록 검증이 되어지지 않았지만, 倫理的 意思決定에 관한 추론을 하는데 있어 중요한 요소들을 파악할 수 있게 해 준다.

데이튼(E. Dayton)<sup>8)</sup>은 비록 윤리적 상황일지라도 사람들은 자신들의 이익을 최대화시키기 위하여 노력한다고 하였다. 더욱이 利益을 最大化시키려는 사람들은 서로 관련된 문제들을 해결하기 위하여 相互補完的인 方式을 취한다고 주장하였다.

페인(S. L. Payne)<sup>9)</sup>은 近代組織의 윤리적 문제에 관한 연구가 다른 行動科學의 업적에 미치지 못하였다고 주장하였다. 윤리와 가치를 다루는 사회과학 문헌은 哲學·人類學·社會學·社會心理學·心理學 등의 학문에 걸쳐 그 양과 범위에 있어 광범위하며, 각각은 나름대로의 접근방법들을 제시하고 있다. 그러나 기업윤리의 이러한 理論的 準據들을 적용시키는 데에는 저항이 있어 왔다. 페인(S. L. Payne)은

8) Eric Dayton, "Utility Maximizers and Cooperative Undertakings," *Ethics*, 90, October 1979, pp. 130~141.

9) Steven L. Payne, "Organizational Ethics and Antecedents to Social Control Processes," *Academy of Management Review* 5, 1980, pp. 409~414.

기업윤리를 연구하는데 적용될 수 있는 이론으로 社會的 比較, 衡平, 社會的 交換, 社會的 格差, 關聯集團, 그리고 強化 등의 行動理論을 제시하고 있다.

바텔(R. Bartels)<sup>10)</sup>은 과거의 윤리에 관한 문헌은 客觀的 要素, 相互作用, 그리고 개인들간의 관계보다 主觀的 要素, 行爲 그리고 行爲者의 見解를 중시하고 있다고 하였다. 즉 意思決定者의 行爲들에 관한 항목들을 중시하기보다 윤리적 혹은 비윤리적으로 간주되는 行爲들에 관한 항목들을 중시하여 왔다는 것이다.

또한 과거의 문헌은 상대주의 윤리의 성격보다 절대성을 강조하였다고 주장하였다.

## 2. 브레디(N. F. Brady)의 모델

브레디(N.F. Brady)<sup>11)</sup>는 倫理學을 義務論的 理論과 功利主義的 理論으로 분류하였을 경우에는 전통적으로 윤리적 결정을 내릴 때 서로 상반되는 과정을 거칠 수 밖에 없다고 하였다. 따라서 이 방법은 形式主義(브레디(N. F. Brady)는 의무론적(deontological)이란 용어를 형식주의(formalism)로 씀)와 功利主義 사이의 근본적인 대립을 구성하고 있는 分析的인 틀을 제시하는 것이 혼란을 야기시키고, 그 결과들 중 어느 하나를 마음대로 선택하도록 유도하는 결과를 낳는다고 주장하였다. 그는 형식주의와 공리주의를 서로 상반되는 윤리적 이론이 아니라 상호보완적인 이론이라는 시각에 기초를 둔 모형을 개발하였다. 그에 의하면 형식주의와 공리주의의 관계는 零和의(Zero-Sum)의 관계가 아니라 役割의 分擔(division labor)이라는 관점에서 설명될 수 있다는 것이다. 그는 로마의 신 야누스의 얼굴을 원용하여 공리주의는 미래를 바라보고 형식주의는 과거를 바라보게 하여 동시에 윤리적 문제를 해결하는 과정으로 묘사하였다.

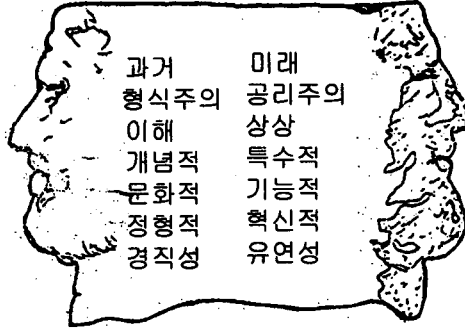
이 윤리적 의사결정모델은 두 가지 일을 동시에 하는 것으로 제시되었다.

- ① 形式主義者들은 法律·言語·傳統에 의하여 형성된 文化的 遺産에 관심을 가지고 있으며, 그 문제에 대한 知識 蓄積의 適合성과 適當성을 평가하고 있다.
- ② 功利主義者들은 어떻게 하는 것이 성숙한 인간인가를 의미하는가에 대한 몇 가지 견해에 따라 가장 예상가능한 결과를 창출하는 방법을 도출하고자 한다.

10) Robert Bartels, "A Model for Ethics in Marketing," *Journal of Marketing* 31, January 1967, pp. 20~26.

11) Source : Neil. F. Brady, "A Janus-headed Model of Ethical Theory : Looking Tow Ways at Business/Society Issues," *Academy of Management Review* 7, 1985, p. 571.

1. 시간
2. 윤리이론
3. 인간기능
4. 문제유형
5. 정보원천
6. 강도
7. 결점



〈그림 2〉 아누스 모델

요약해 보면 사람의 가치기준은 개인의 성향(차원)에 따라 판단기준이 달라질 수 있다는 것이다. 또한 사람은 양면성(형식주의와 공리주의)을 가지고 주어진 상황을 판단한다는 것이다.

### Ⅲ. 기업윤리 의사결정과정 모델

#### 1. 카바나(G. F. Cavanagh), 모버그(D. J. Moberg), 벨라스퀘즈(M. Velasquez)의 모델

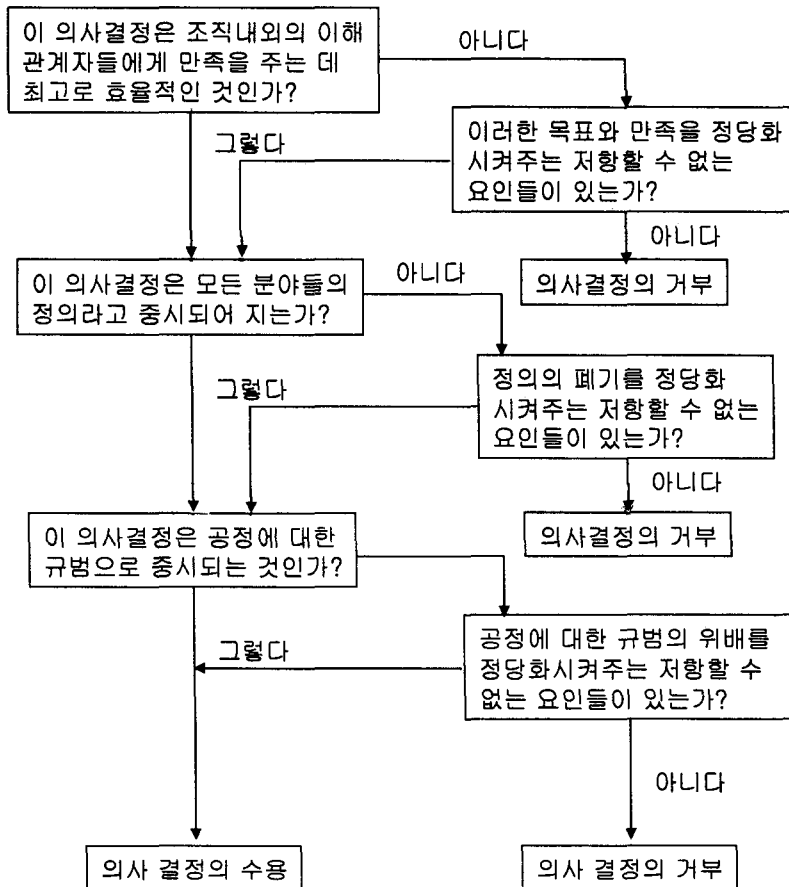
카바나(G. F. Cavanagh), 모버그(D. J. Moberg), 그리고 벨라스퀘즈(M. Velasquez)<sup>12)</sup> 등은 윤리를 포괄하는 의사결정을 하는데 사용할 수 있는 意思決定 나무를 개발하였다.

이 規範的 모델은 功利主義, 正義論, 公正의 理論 등의 3가지 윤리이론들을 통합한 것이다. 이 모델은 3가지 이론을 적용하는 데 방해가 되는 “저항할 수 없는 요인(overwhelming factor)”이 있더라도 3가지 윤리이론들을 모두 통과하는 시험을 거쳐 의사결정을 할 것을 요구한다. 저항할 수 없는 요인이란 공리주의, 개인적 정의, 공정한 분배 등의 3가지 윤리적 표준 중의 어느 하나를 최우선하는 것을 정당화 할 수 있는 상황의 요인들이다. 이러한 상황들은 標準들 사이에서의 葛藤, 標

12) Gerald F. Cavanagh, Dennis J. Moberg and Manuel Velasquez, “The Ethics of Organizational Politics,” *Academy of Management Review*, 6 #3, 1981, pp. 363~374.

準내에서의 葛藤 그리고 標準을 選擇하는 能力의 부정 등을 의미한다.

레즈니악(G. R. Laczniac)<sup>13)</sup>은 문헌에 제시된 倫理的 意思決定規範은 단순한 論理的 金言 이상의 범주를 벗어나지 못한다고 주장하고 있다. 전통적으로 이러한 金言들은 다음의 것들이다.



〈그림 3〉 윤리의사결정나무

- 黄金律 : 타인들이 당신에게 행위를 주기를 바라는 방식의 행위
- 功利主義的 原理 : 가장 많은 사람들에게 가장 좋은 결과를 가져오는 방식의 행위

13) Gene R. Laczniak, "Framework for Analysing Marketing Ethics," *Journal of Macromarketing*, 1, Spring 1983, pp. 7~18.

- 칸트의 定言命法 : 그 상황아래서의 행위는 보편적 규범일 수 있다는 방식의 행위
- 職業倫理 : 직장동료들의 이익과 무관한 위원회에 의하여 정당하다고 판명받는 행위만을 행하는 것
- TV조사 : 경영자는 항상 다음과 같이 질문하여야만 한다. “내가 취한 행위에 대해서 TV시청자들에게 설명하는 것을 편안하게 느끼는가?”

레즈니악(G. G. Laczniac)은 위와 같은 제한적인 倫理的 준거틀이 단순하고, 이론적 정밀성이 부족하고, 경영자들의 윤리적 분석을 방해하여 왔다고 주장하였다. 카바나(G. F. Cavanagh) 등의 의사결정나무와 유사하게 레즈니악(G. G. Laczniac)은 부정의 답을 할 수 있다면 그 행위가 윤리적이라 할 수 있는 다음의 몇 가지 질문을 제시하였다

- A라는 행위라 法律을 위반하는가?
- A라는 행위가 어떤 일반적인 道德的 義務를 위반하는가?
  - : 誠實性의 義務?
  - : 感謝의 義務?
  - : 寬容의 義務?
  - : 自己改善의 義務?
  - : 非惡의 義務?
- A라는 행위는 문제가 되고 있는 企業組織에서 발생하는 어떤 義務들을 위반하는가?
- A라는 행위의 의도는 나쁜 것인가?
- A라는 행위의 原因이나 結果가 나쁜 것일 가능성이 있는가?
- A보다 덜 나쁘면서 동등하거나 좋은 것을 생산하면서도 고의로 폐기되는 대한 B가 있는가?
- A라는 행위는 消費者의 양도할 수 없는 權利를 침해하는가?
- A라는 행위는 다른 사람이나 集團을 相對的으로 不幸하게 만드는가?

레즈니악(G. G. Laczniac)은 경영자들의 윤리적 문제들을 파악할 때 그들의 敏感度를 教育的 道具로 활용해야 한다고 주장하였다.

딕슨(D. F. Dixon)<sup>14)</sup>은 전통적으로 기업활동은 自動調節되는 市場經濟體制下에



서 발생하게 된다고 하였다. 즉 市場메커니즘은 個人的 利益을 公的 利益으로 전환시킨다. 이것은 아담 스미스의 “보이지 않는 손”이라는 가설의 중심개념이다. 그는 아담 스미스의 概念的 모델이 완전 自由競爭體制에서 전적으로 個人的 利益만 추구하는 것이 아니라 倫理的 체계의 공존을 強調하고 있다는 것을 발견하였다. 그는 윤리와 정의의 의미를 경제체제의 존립을 위한 중대한 것으로 인식하였다. 만약 어떠한 윤리체계가 현존한다면 정부에 의한 간섭의 필요성이 없게 될 것이다. 덕슨(D. F. Dixon)의 주장은 사회내의 기업윤리에 관한 비전과, 이러한 비전에 입각하여 기업에 윤리적 요소의 필요성을 정착시키는 데 유용하다.

클라센(E. A. Clasen)<sup>15)</sup>은 기업윤리에 관한 분석을 통하여 전통적인 원천(Well-spring)인 個人的 良心·法, 經營政策·技術에 관한 知識 그리고 專門管理技法 등이 최종적인 의사결정에 적용되고 있지만, 복잡한 기업상황의 윤리적인 문제를 근본적으로 해결하지는 못하고 있다고 하였다. 나아가 그는 분석을 통하여 職業的 專門技術과 消費者 受用이라는 윤리적 표준이 될 수 있는 두 원천을 찾아내었다. 전자는 인간으로 하여금, 후자는 경영자의 의사결정은 실제로 (1) 消費者가 技術教育을 받았다거나, (2) 消費者가 屢단의 試驗·評價道具를 가지고 있다면 그 소비자가 선택하고 행위하는 방향성을 고려해야 한다고 의제되어 있는 것이다.

유르겐(R. J. Jurgen)<sup>16)</sup>은 “만일 바람직한 변화가 일어나야 한다면 (1) 價値에 대한 강조가 最大의 善이 될 수 있도록 타인들의 관심사에 대한 이해와 (2) 개인과 사회에 윤리적인 행위라고 수용되는 價値에 관한 認識과 獻身의 두 요소가 전제되어야 한다”고 하여, 윤리적 행위는 전체로서의 사회의 가치체계를 반드시 고려해야 한다고 주장하였다.

## 2. 프리프체(D. J. Fritzche)의 모델

기업은 國際貿易이 시작된 이후 국제간의 거래에서 비윤리적인 실재로 비난받아 왔다. 유나이티드 브랜드사의 온두라스 정부관리에 대한 뇌물공여,<sup>17)</sup> 노드럽사의 사우디 아라비아와 브라질 정부관리에 대한 뇌물공여,<sup>18)</sup> 록히드 항공사의 네덜란드

14) D. F. Dixon, “The Ethical Component of Marketing : An Eighteenth-Century View,” *Journal of Macromarketing* 2, Spring, 1982, pp. 38~46.

15) Earl A. Clasen, “Marketing Ethics and the Consumer,” *Harvard Business Review*, January-February 1967, pp. 79~86.

16) Robert J. Jurgen, “The Business of Business Ethics,” *Intellect*, December, 1976, pp. 177~178.

17) Y. Kugel and G. Grunberg, *International Payoffs : Dilemma for Business*, Lexington, Mass., D. C. Health, 1977. 존 E. 스피토·신정현 역, 국제정치경제론, 대학문화사, 1984, pp. 358~359.

일본 정부관리에 대한 뇌물공여<sup>19)</sup> 등을 통하여 상품의 판매를 신장시키는 데 대한 비판을 받고 있다. 1977년의 外國賂物施行領 등을 비롯하여 그와 같은 실제들을 法制化하고자 하는 노력들이 있었으나 효과를 거두지 못하였다. 그것은 윤리를 법 제화하는 것이 어렵기 때문이었다. 카이카티(J. Kaikati)와 라벨(W. A. Label)<sup>20)</sup>은 외국 뇌물시행령을 효율적으로 시행하기 위해서는 윤리강령에 대하여 최고경영층의 강력한 後援이 필수적이며, 윤리강령의 위반자들에 대하여 강도 높은 教育訓練을 실시하여야 한다고 주장하였다.

프리쯔체와 베커(D. J. Fritzsche and H. Becker)는 기업에 관한 윤리적 실체는 국가에 따라서 다양하다고 주장하였다. 그들은 경영자들에게 여러 국가들의 윤리적 표준을 평가해 달라는 질문을 하였다. 그 결과 獨逸이 가장 윤리성이 높은 국가로 평가받았으며, 英國, 美國, 프랑스 순이었다. 그리고 멕시코가 가장 낮은 평가를 받았다. 이에 그들은 윤리적 행위의 수준이 그 나라의 經濟的 發展의 수준과 더불어 높아지는 경향이 있다고 결론지었다.

프리쯔체(D. J. Fritzsche)<sup>21)</sup>는 國際經營者들에게 활용될 수 있는 윤리적 의사 결정모델을 제시하였다.

이 모델은 카바나, 모버그, 그리고 벨라스케즈(G. F. Cavanagh, D. J. Moberg and M. Velasquez)의 모델을 수정한 것이다. 이 모델의 巨視部分은 사회에 대한 공리주의적 이론을 다루고 있으며, 微視部分을 위한 審査裝置로 기여하고 있다.

미시부분의 2단계는 개인들의 自由에 관한 決定의 효과와 관련되어 있다. 만약 3단계에 도달하면 개인의 正義에 관한 문제가 신중하게 고려되어진다.

솔하머(H. Schollhamer)<sup>22)</sup>는 多國籍企業이 지속적이고 신속하게 확장되고 막대한 經濟的 힘을 가지게 됨으로써 다국적기업의 활동에 대한 세심한 조사가 확대되어지고 비판을 받게 되었다고 주장하였다. 이러한 비판은 부당한 政治的 影響力, 賂物, 그리고 多國籍企業에 의해 저질러지는 買收와 같은 비윤리적인 행위의 폭로에 의해 더욱 더 거세어졌다. 그러나 이러한 비판은 세계의 여러 開發途上國들에게

18) T. N. Gladwin and Ingo Walter, *Multinationals under Fire: Lessons in the Management of Conflict*, New York : John Wiley & Sons, 1980, pp. 300~301.

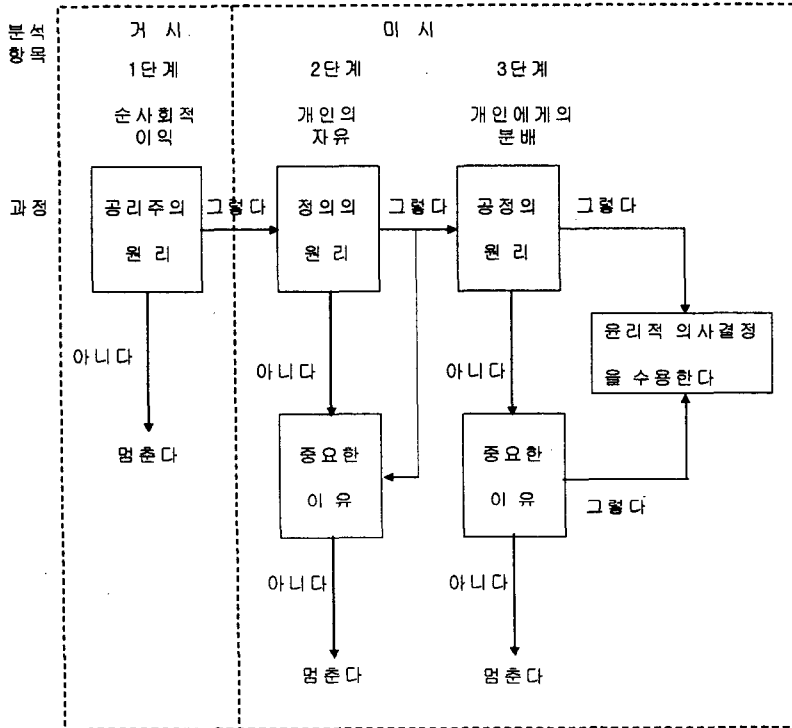
19) N. Hood and S. Young, *The Economics of Multinationals Enterprise*, Longman, 1979, p. 352.

20) Jack Kaikati and Wayne A. Label, "American Bribery Legislation : An Obstacle to International Marketing," *Journal of Marketing* 44, Fall, 1980, pp. 38~40.

21) David J. Fritzsche, "Ethical Issues in Multinational Marketing" in *Marketing Ethics : Guidelines for Manager*, G. R. Laczniak and P. E. Murphy eds., Lexington Books, 1985, p. 87.

22) Hans Schollhammer, "Ethics in International Business Context," *International Business 1979 : MSU International and Economic Studies*, East Lansing : Michigan State University, 1978, pp. 299~308.

일반화되어 있는 뇌물의 요구를 고려해 볼 때 적절하지 않을 수도 있다. 오히려 다국적기업들은 희생자가 될 수도 있을 것이다.



〈그림 4〉 윤리적 의사결정 모델

나아가 그는 상대적으로 소수의 다국적기업들이 비윤리적 행위를 하고 있다 할 지라도 그들의 행위는 전체의 倫理意識에 영향을 미치고 있다고 주장하였다.

배리(R. Barry)<sup>23)</sup>는 65개의 다국적기업을 대상으로 연구한 결과, 오직 소수만이 진실을 표현하였고, 기업의 윤리정책을 잘 수행하기 위하여 포기해야 할 사업과 회사에 이익을 가져오지 않을지라도 수용해야 하는 指針을 소유하고 있는 것을 발견하였다. 또는 이들 기업의 25%만이 외국에서의 비윤리적 행위를 방지하기 위한 조치를 취해 왔었다.

23) Richmon Barry, "Can we Prevent Questionable Foreign Payments?" *Business Horizons*, June 1979, pp. 14~19.

## IV. 결 론

### 1. 요약

윤리의 세기인 21세기에 기업의 경쟁력을 강화시키기 위해서는 기업윤리의 실천이 필수불가결하다.

이에 기업경영에 있어서 윤리적 의사결정을 하기 위한 기반을 제공하기 위한 본 연구의 내용을 요약하면 다음과 같다.

- 1) 스타센(G. Stassen)의 모델에 의하면 윤리적 의사결정요소는 개인의 성향에 따라 달라질 수 있다.
- 2) 브레디(N. F. Brady)의 모델에 의하면 윤리적 의사결정요소는 개인이 가진 양면성(형식주의와 공리주의)에 따라 달라질 수 있다.
- 3) 카바나(G. F. Cavanagh)등의 모델에 의하면 기업경영의 윤리적 의사결정과정은 공리주의, 개인적 정의, 공정한 분배의 3단계를 거쳐서 이루어진다.
- 4) 프리쯔체(D. J. Fritzche)의 모델에 의하면 다국적기업의 윤리적 의사결정과정은 공리주의, 개인적 정의, 공정한 분배의 3단계를 거쳐서 이루어진다.

### 2. 활용방안

상기한 의사결정요소와 의사결정과정은 기업경영에 있어 다음과 같이 활용되어질 수 있다.

- 1) 기업윤리의 수준을 제고시키기 위하여 제정하는 기업윤리강령에 반영되어질 수 있다.
- 2) 기업윤리의 수준을 제고시키기 위하여 실시하는 기업윤리교육에 활용되어질 수 있다.
- 3) 기업의 이해자집단의 윤리수준을 제고시키기 위한 도구로 활용되어질 수 있다.

## 참 고 문 헌

1. 신유근, “기업윤리와 경영윤리,” 한국경영학회(편), 한국의 기업윤리-실상과 과제, 세경사, 1992.
2. Barry Richmon, “Can we Prevent Questionable Foreign Payments?” *Business Horizons*, June, 1979, pp. 14~19.
3. Bartels Robert, “A Model for Ethics in Marketing,” *Journal of Marketing*, 31, January 1967.
4. Brady Neil F., “A Janus-headed Model of Ethical Theory : Looking Tow Ways at Business/Society Issues,” *Academy of Management Review*, 7, 1985.
5. Cavanagh Gerald F. Dennis J. Moberg and Manuel Velasquez, “The Ethics of Organizational Politics,” *Academy of Management Review*, 6 # 3, 1981.
6. Clasen Earl A. “Marketing Ethics and the Consumer,” *Harvard Business Review*, January-February, 1967.
7. Dayton Eric, “Utility Maximizers and Cooperative Undertakings,” *Ethics*, 90, October 1979.
8. Dixon D. F., “The Ethical Component of Marketing : An Eighteenth-Century View,” *Journal of Macromarketing*, 2, Spring, 1982.
9. Fritzsche David J., “Ethical Issues in Multinational Marketing” in *Marketing Ethics : Guidelines for Manager*, G. R. Laczniak and P. E. Murphy eds., Lexington Books, 1985.
10. Fuman, F. K., Teaching Business Ethics : Questioning the Assumption, Seeking New Directions, *Journal of Business Ethics*, Vol. 6, 1987.
11. Gands T. & N. Hayes, *Teaching Business Ethics*, Vol. 17, 1988.
12. Gladwin T. N. and Ingo Walter, *Multinationals under Fire : Lessons in the Management of Conflict*, New York : John Wiley & Sons, 1980.
13. Goodpaster K. E. Business Ethics, The Field and the Course, in W. M. Hoffman, J. M. Moore, & D. A. Fedo, *Corporate Governance and institutionalizing Ethics*, Toronto, Lexington Book, 1983.

14. Hoffman W. M, Ethics in Business Education : Working Toward a Meaningful Reciprocity, *Journal of Business Ethics*, Vol. 3, 1988.
15. Hood N. and S. Young, *The Economics of Multinationals Enterprise*, Longman, 1979.
16. Jurgen Robert J., "The Business of Business Ethics," *Intellect*, December 1976.
17. Kaikati Jack and Wayne A. Label, "American Bribery Legislation : An Obstacle to International Marketing," *Journal of Marketing*, 44, Fall 1980.
18. Kugel Y. and G. Grunberg, *International Payoffs : Dilemma for Business*, Lexington, Mass., D.C. Health, 1977. 존 E. 스피토·신정현 역, 국제정치경제론, 대학문화사, 1984.
19. Laczniak. Gene R. "Framework for Analysing Marketing Ethics," *Journal of Macromarketing*, 1, Spring 1983.
20. Nash L. L., *Good Intentions Aside*, Boston, HBS Press, 1993.
21. Payne Steven L., "Organizational Ethics and Antecedents to Social Control Processes," *Academy of Management Review*, 5, 1980.
22. Schollhammer Hans, "Ethics in International Business Context," *International Business, 1979 : MSU International and Economic Studies*, East Lansing : Michigan State University, 1978.
23. Stassen Glen, "A Social Theory Model for Religious Social Ethics," *Journal of Religious Ethics*, 5, #1, 1977.

## Abstract

### A Study of the Ethical Decision-making of the Business Ethics

Jang, Ik-seon

The contents of summarizing this study are as follows.

1. The elements of ethical decision making depend upon the individual characteristics.
2. The elements of ethical decision making depend upon the two aspects of the individual characteristics.
3. The ethical decision making processes of business managements consist of the three steps of utilitarianism, individual righteousness, fair distributions.
4. The ethical decision making processes of multinational corporations consist of the three steps of utilitarianism, individual righteousness, and fair distributions.

The utilization methods of this study are as follows.

1. They can be reflected in the formulations of business ethics codes.
2. They can be utilized in the executions of business ethics educations.
3. They can be utilized as means to heighten the ethics standards of business interests groups.