

## 공동체로서의 회사: 일본기업의 인류학적 연구

김 용 열\*

### 초 록

본서에서 필자는 東京印書館 주식회사(Tokyo Inshokan Co. )라고 하는 잘 알려지지 않은 중소기업을 대상으로 1988년부터 약 2년간에 걸쳐 철저한 현지조사를 실시하였다. 연구결과 일본의 회사가 공동체로 간주되기 쉬운 것은 일본의 독특한 문화적 전통에 기인하는 것이 아니라 회사조직의 발전과정에서 필연적으로 조우하게 되는 당시의 어쩔 수 없는 시대적 상황에 의존하는 경우가 많으며 회사내의 일상적인 활동들에서는 반드시 공동체적인 현상으로 볼 수 없는 관행들도 다수 존재한다는 사실이 발견되었다. 그럼에도 불구하고 일본의 회사들이 '공동체스러운' 것처럼 보이는 데는 의도적인 혹은 의도되지 않은 여러가지 측면이 작용하고 있다고 필자는 주장하고 있다. 따라서 우리가 일본기업 또는 일본적 경영의 본질을 이해함에 있어서는 문화적 특수론에 빠지지 말고 어떠한 제도나 이념이 탄생하게 된 프로세스를 구체적으로 따져보아야 한다는 것이 필자가 이 책에서 전달하려고 하는 주요한 메시지라고 할 수 있다.

\* 산업연구원 부연구위원 경영학박사

## I. 책을 대하고 나서

정말 오랜만에 좋은 책에 접하게 된 것 같다. 한경구(현 강원대학교 인류학과) 著 『공동체로서의 회사: 일본기업의 인류학적 연구』(서울대학교 출판부 刊, 1994)를 대하고 나서 서평자가 가진 첫번째 느낌이다.

본서는 필자가 하버드대 인류학과에서 수학한 뒤 박사학위논문 작성을 위해 일본에서 현지 조사를 하면서 집필한 내용을 나중에 우리말로 옮긴 것이다. 본서에서는 일반적으로 일본의 회사조직이 운명공동체로 인식되고 있고 또 이에 근거하여 다양한 경영관행이 이루어지고 있는 것에 대해 실제로 그러한 인식과 관행이 현실의 기업경영에서 어떻게 전개되고 있고 어떠한 배경에 의해 성립되었는가를 심도있게 분석하고 있다.

이를 위해 필자는 東京印書館 주식회사(Tokyo Inshokan Co. )라고 하는 잘 알려지지 않은 중소기업을 대상으로 1988년부터 약 2년간에 걸쳐 철저한 현지조사를 실시하였다. 현지조사에서의 관찰과 대화를 통해 필자가 규명하려고 했던 것은 일본의 회사를 ‘공동체적’으로 만들고 있는 요인은 무엇인가라는 점이며 필자는 이를 東京印書館이라는 특정조직을 중심으로 회사의 일상적인 노무·인사 관행, 노동조합의 성립배경과 진행상황, 춘투의 교섭과 타협과정 등 세가지로 나누어 자세히 설명하고 있다.

이러한 구체적인 사례에 대한 분석을 통하여 필자는 일본의 회사가 공동체로 간주되기 쉬운 것은 일본의 독특한 문화적 전통에 기인하는 것이 아니라 회사조직의 발전과정에서 필연적으로 조우하게 되는 당시의 어쩔 수 없는 시대적 상황에 의존하는 경우가 많으며 회사내의 일상적인 활동들에서는 반드시 공동체적인 현상으로 볼 수 없는 관행들도 다수 존재한다는 사실을 발견하였다. 그럼에도 불구하고 일본의 회사들이 ‘공동체스러운’ 것처럼 보이는 데는 의도적인 혹은 의도되지 않은 여러가지 측면이 작용하고 있다고 필자는 주장하고 있다. 따라서 우리가 일본기업 또는 일본적 경영의 본질을 이해함에 있어서는 문화적 특수론에 빠지지 말고 어떠한 제도나 이념이 탄생하게 된 프로세스를 구체적으로 따져보아야 한다는 것이 필자가 이 책에서 전달하려고 하는 주요한 메시지라고 할 수 있다.

## II. 본서의 구성과 주요내용

본서는 총 6장으로 구성되어 있다.

서론에 이은 제 2장에서는 인류학 연구서답게 필자가 東京印書館이라고 하는 관찰대상을 고르게 된 배경과 경위 그리고 회사의 현재 및 과거상황이 자세히 묘사되어 있다. 東京印書館은 전형적인 3D 업종의 하나인 인쇄업에 속한 중소기업으로서, 1947년 설립되어 현재 315명의 종업원이 일을 하고 있으나 그 중 40대 이상이 절대다수를 차지하는 노후화된 기업이다. 이 회사에는 舊勞와 新勞라고 하는 2개의 노동조합이 존재하며 대부분의 근로자는 新勞의 조합원이다.

제 3장에서 필자는 흔히 일본의 회사를 공동체로 인식하는 경향이 있으나 실제로는 이러한 인식이 작위적인 관행에 의해 조작되었을 수 있다는 증거를 東京印書館의 사례를 사용하여 다양하게 제시하고 있다. 필자에 의하면 복지제도, 사내행사, 인간관계 등 일본기업들을 공동체스럽게 보이게 하는 여러가지 관행들은 공동체의 존재증거로서가 아니라 공동체를 구성하려는 의도가 존재한다는 증거로 보아야 한다는 것이다.

이렇게 일본의 회사가 공동체로서 인식되도록 한 역사적 경로가 어떠했는가를 살펴보는 것이 제 4장의 목적이다. 필자는 東京印書館의 노동조합을 중심으로 일본에서 기업별 노조가 어떻게 형성되고 시대의 변천과 함께 어떻게 발전하여 왔는가를 생생하게 추적하고 있다. 특히 東京印書館의 경우 노조의 결성과 제 2노조의 탄생을 통해 舊勞와 新勞가 대립되는 과정에서 의도적으로 공동체로서의 회사라는 이념을 형성하려는 노력이 있었음을 발견하고 있다.

제 5장은 일본식 노동운동의 특성을 집약적으로 보여주는 春闘(매년 봄에 이루어지는 투쟁 형식의 노사교섭)에 초점을 맞추고 있다. 필자는 東京印書館에서 벌어지는 춘투의 진행과정을 관찰함으로써 춘투가 회사측과 新勞측간에 공히 세속의례 또는 사회드라마로서 중요한 역할을 하고 있음을 밝혀낸다. 또한 춘투에서는 공동체로서의 회사라는 이념을 부각하기 위해 문화론적 속성을 넘어 다분히 전략적인 계산이 개입되고 있으며 노사 쌍방이 의식하는 기본 틀을 깨지 않도록 교묘한 메카니즘이 작용하고 있다는 것도 특기할만하다.

이상의 분석을 바탕으로 필자는 마지막 장에서 공동체적인 이념을 기본으로 한 일본식 경영

은 문화결정론으로서가 아니라 프로세스<sup>1)</sup>로서 이해해야 한다고 결론짓고 있다. 전술한 바와 같이 일본기업을 공동체스럽게 보이게 하는 관행들은 원래부터 존재하는 일본의 독특한 문화적 전통이라고 하기 보다 일정기간의 발전과정을 거쳐 일본기업에 의문화화(culturalization)한 특성으로 보는 것이 타당하다는 것이다. 결국 공동체로서의 회사라고 하는 이념과 필자가 관찰한 현실간에는 상당한 괴리가 있기 때문에 일본의 회사를 공동체로 보기는 어렵다는 것이 필자의 최종 결론이라고 할 수 있을 것이다.

### Ⅲ. ethnographic, ethnography, ethnographer

본서는 위에서 살펴본 것처럼 흥미있는 연구테마를 다루고 있다는 것 외에도 방법론상으로도 상당히 괄목할만한 가치를 지니고 있다. 즉 본서에서는 최근 경영학(조직론, 비교경영론 등) 분야에서 새로운 연구방법의 하나로 주목받고 있는—인류학 등에 있어서는 이미 오래 전부터 정착된 연구방법이긴 하지만—民族誌的(ethnographic) 방법론을 채용하고 있다는 점이다.

민족지적 연구방법이란 외부의 전문가가 미지의 문명(또는 사회, 조직)을 탐구하기 위해 사전에 아무런 가정이나 선입관없이 현지에 들어가서 현지인들 나름대로의 관점(native's point of view)에 입각한 해석이나 의견을 수집하고 이를 학문적으로 재정리, 재구성하는 것을 말한다<sup>2)</sup>. 이와 같은 현장연구(field work)를 수행하기 위해 민족지적 연구방법에서는 참여관찰(participative observation)이라는 구체적인 수단이 동원되게 된다. 민족지적 연구방법에 입각하여 작성된 결과물을 民族誌(ethnography)라고 하며 그러한 방법론을 사용하는 연구자를 民族誌學者(ethnographer)라고 부르게 된다.

1) 여기서 말하는 '프로세스'는 역사적 전개과정이라는 관점을 중시하고 있는 듯하며 최근 경영학의 조직이론이나 전략경영에서 논의되고 있는, 진화적 과정과 상호작용을 특징으로 하는 프로세스 어프로치와도 일맥상통한다고 할 수 있음.

2) 民族誌의 연구방법에 대한 개괄적인 해설은 Agar, M. H., *Speaking of Ethnography*, Qualitative Research Methods Series, Vol. 2, Sage Publication, 1985. 를 참고할 수 있음.

그런데 기업 내지 회사의 연구에 있어서 설문지조사에 의한 다변량해석 등 이미 보편화된 엄밀한 분석 틀이 있음에도 불구하고 굳이 생소한 민족지적 연구방법을 채택하는 이유는 어디에 있을까? 그것은 외부의 일반화된 이론이나 내부자의 눈에는 당연하게 보이는 관념들이 실제로는 그렇지 않을 수도 있다는 가능성을 내포하고 있기 때문이다. 이러한 탐색적 연구자세는 특정 현장에서만 통용되는 局地的 지식(local knowledge) 내지 아직 공식적인 이론으로 정착되지는 않았지만 현지인들 사이에 분명히 존재하는 日常知(theory-in-use)를 현장상황에 대한 농밀한 記述(thick description)을 통해 명시적으로 밝혀내려는 노력에 의하여 결실을 맺게 되는 것이다.

최근 시장과 기술의 조건이 가속적으로 다양해지고 복잡해지는 가운데 하나의 경영현상을 제대로 이해한다는 것이 점점 어려운 일이 되고 있다. 더욱이 異文化에 속한 외국기업의 특징을 정확히 알아낸다는 것은 거의 불가능에 가까워지고 있다. 이런 상황에서 특정한 조직에서 벌어지는 경영관행 또는 제도를 민족지적 어프로치를 통해 연구하는 것의 가치는 매우 크다고 할 수 있으며 그러한 착실한 연구결과들의 축적에 의해 우리가 규명하려고 하는 현상의 본질이 조금씩 밝혀지게 된다고 볼 수 있다.

#### IV. 일본연구(지역연구)의 새로운 지평

본서는 인류학적 견지에서 기업, 특히 일본의 기업에 대한 새로운 접근을 시도함으로써 신선한 충격을 주고 있다. 그간 우리나라에 있어서의 일본연구는 에즈라 보겔(*Japan as Number One*), 루스 베네딕트(*The Chrysanthemum and the Sword*) 類의 사회·문화론적 어프로치와 제임스 아베글렌(*The Japanese Factory*), 마크 푸루인(*The Japanese Company Controversy*) 類의 경영·경제학적 어프로치에 의해 대별되어 왔다. 또한 최근에는 일본의 급속한 경제성장을 배경으로 한 성공스토리들이 무분별하게 번역 소개되고 있으나 이러한 것들은 대개 학술적인 연구에 근거하기보다는 단순한 전달 내지 개인의 감상차원에 그치는 것이 많아 일본연구에 그다지 도움을 주지 못하는 것으로 판단되고 있다<sup>3)</sup>.

본서는 여태까지 우리나라의 일본연구들이 안이한 문제의식과 피상적인 분석수준에 머물러 왔던 것을 반성하고 보다 독창적이고 심층적인 연구를 지향하도록 자극을 주고 있다는 점에서 커다란 의의를 찾을 수 있다. 사실 일본연구는 비슷한 문화권에 속한, 그러면서도 미묘한 차이를 식별할 수 있는 우리나라 사람에 의해 가장 잘 수행될 수 있다는 것이 정설이다<sup>4)</sup>. 그럼에도 불구하고 그간의 연구에서는 일본을 본격적인 연구대상으로 삼는다는 것이 국민정서에도 안맞고 자존심 상한다는 편견이 작용하거나, 부지불식간에 일본에서 건너온 지식·정보를 적당히 각색하고 있다는 콤플렉스로 인하여 많은 진전을 보지 못한 것이 사실이다.

그런가 하면 극히 최근에 들어서는 일본의 경제가 침체되기 시작하면서 또 일본에 대한 서구의 시각이 점점 자신감을 갖고 비판적인 의견을 제시하게 된 시점과 거의 때를 같이하여 북물처럼 쏟아져 나오는 수많은 反일본론이 판을 치고 있다. 이런 점에서 본서는 일본연구에 대한 우리의 자세를 새롭게 하고 보다 학술적인 차원에서, 객관적인 시각으로, 본격적인 분석이 이루어져야 한다는 시대적 요청을 확인시켜 주고 있다고 할 것이며 스스로 그 새로운 지평을 열어가는 첨병의 역할을 하고 있다고 하겠다.

## V. 추후의 연구를 위하여

물론 본서에도 몇가지 아쉬운 점은 남아 있다. 이상에서 열거한 뛰어난 가치에도 불구하고 소위 탐색적 학문연구의 건전한 출발점인 기존의 상식 내지 선입관에 대한 소박한 의문(naive question)까지는 좋았으나 그 의문에 대한 해답이 별로 매끄럽게 다듬어지지 않았다는 점이 한계로 지적될 수 있다.

또한 필자의 많은 독서량 탓인지 모르겠으나 하나의 발견사항 내지 해석을 서술함에 있어서 지나치게 우회적이고 추상적인 용어들이 사용된 감이 있다. 또 원저의 우리말 번역작업에서

3) 이종훈, “한국에 있어서의 일본경제·경영학 연구”(한국일본학회 창립 20주년 기념논문: 한국의 일본연구 中), 『일본학보』 제 30집, 1993. 5.

4) 대표적인 예로 이어령, 『축소지향의 일본인』(그 속편 『축소지향의 일본인 그 이후』도 포함), 고려원, 1981년(속편 기린원, 1994년)을 들 수 있음.

필자도 자인하고 있는 것처럼 어렵고 생경한 표현들이 아직 여기저기 보이고 있다.

그러나 보다 중요한 것은 이와 같은 기술상·표현상의 문제가 아니라 본서에서의 연구를 기반으로 필자가 앞으로 어떠한 후속연구를 보여줄 것인지라고 하는 점이라고 할 수 있으며 우리나라 기업과 일본기업 또는 일본기업과 서구의 기업을 포함한 비교연구의 차원에서 이 책에 버금가는 훌륭한 저서를 내주기를 손꼽아 기대하는 바이다.



附 錄

# 韓國經營學會

編輯方針 ..... 497

「經營學研究」投稿要領 ..... 499



## 「경영학연구」 편집방침

「경영학연구」는 한국 경영학 분야의 학술적 지식의 축적에 기여하고자 경영학 전 분야에 걸친 경험적, 개념적 연구논문 등을 게재하고 또한 한국경영학회 회원들에게 학문토론의 기회를 제공하고 그들의 교육활동에 도움이 될 학술자료를 제공하고자 경영학교육에 관한 연구, 서평, 및 경영학 연구에 실린 논문에 관한 의견 등을 게재하는 한국경영학회의 학술지이다.

이에 “경영학연구” 편집위원회(이하 편집위원회라 칭함)는 한국경영학회의 학문적 발전을 위하여 수준높은 경영학관련 논문들을 공정하고 신속하게 심사, 편집, 발간함을 그 목적으로 한다.

### ※ 편집방침

- (1) 경영학 분야에 관심이 있는 사람은 누구나 본 학회지에 투고할 수 있다.
- (2) 연구논문은 다른 간행물에 발표되지 아니한 것이어야 한다.
- (3) 논문의 내용에 대한 책임은 집필자가 진다.
- (4) 논문의 판권은 달리 명시되지 않는 한 한국경영학회가 갖는다.
- (5) 투고된 논문은 반환하지 아니 한다.
- (6) 논문의 심사과정

- ① “경영학연구” 투고요령에 맞게 제출된 원고만 심사의 대상이 된다. 따라서 편집위원장은 투고요령에 맞지 않는 원고에 대해서는 투고자에게 보완을 요청할 수 있다.
- ② 논문이 접수되면 편집위원장은 즉시 논문접수일자를 저자에게 서면으로 통지하며 이와 동시에 분야별 편집위원에게 2인의 심사위원 선정을 의뢰한다.
- ③ 편집위원이 자신의 논문을 투고할 경우 편집위원장이 임시편집위원을 선정하여 심사위원을 위촉하도록 한다.
- ④ 투고된 논문은 2인의 심사위원에 의해 비밀심사(심사위원에게는 논문저자의 이름을 비밀로 하고 논문저자에게는 심사위원의 이름을 비밀로 하는 심사방법)를 받는다. 심사의 결과가 게재가와 게재불가로 양분되는 경우 제3심사는 편집위원이 행한다. 단 논문의 내용상 제3자의 심사가 필요하다고 판단될 경우 편집위원장이 제3의 심사위원을 선정할 수 있다.
- ⑤ 편집위원장으로 부터 논문심사를 의뢰받은 심사위원은 의뢰 받은 날로부터 15일 이내에 심사를 끝내고 그 결과를 편집위원회의 소정양식에 의거하여 서면으로 편집위원장에게 통지하여야 한다. 선정된 심사위원이 불가피한 사정으로 논문심사를 할 수 없을 때에는 즉시 편집위원장에게 통보하여야 한다.

- ⑥ 편집위원장은 제3심사까지를 포함한 1차심사가 완료된 후 집필자에게 그 결과를 통지하며 심사의 결과에 따라 논문의 수정을 요구할 수 있다.
- ⑦ 편집위원장으로부터 논문의 수정을 요청받은 집필자는 수정을 요청받은 날 다음에 오는 첫 방학 마지막 날까지 논문을 수정하여 편집위원회에 다시 제출하여야 한다. 집필자는 수정논문과 함께 수정요지를 제출하여야 한다. 집필자가 사유를 통보하지 않고 그때까지 수정된 논문을 제출하지 않을 경우 자신의 논문을 논문심사과정으로부터 철회한 것으로 간주한다.
- ⑧ 논문집필자가 수정하여 다시 제출한 논문은 1차 심사자가 다시 심사하도록 한다.
- ⑨ 편집위원회는 위의 과정을 통과한 논문만을 게재한다.
- ⑩ 특별기고로 초청받은 논문의 경우도 위와 같은 심사과정을 경유하여 필요한 수정을 필한 후 게재한다.
- (7) 논문 게재결정의 기준은 다음과 같다.
1. 연구주제의 중요도(이론적 실무적 및 교육적 기여도)
  2. 연구방법의 타당성
  3. 내용의 창의성
  4. 논문 내용의 효과적인 의사전달
  5. 기타 편집기술상의 요건에 부합되는 정도
- (8) 논문의 게재순서는 편집위원회가 논문을 접수한 날이 빠른 순서를 원칙으로 하고 편집위원장이 논문의 중요성과 독창성을 감안하여 이를 조정할 수 있다.
- (9) 논문게재예정증명은 게재가 확정된 후에야 발행할 수 있다.
- (10) “경영학연구”는 매년 4회(2월, 5월, 8월, 11월) 발간한다.

## 경영학연구 투고요령

1. 투고자는 원고 3부를 본 학회 편집위원회로 제출하여야 한다.
2. 원고의 접수일은 원고가 본 편집위원회에 도착한 날로 한다.
3. 원고는 국문 혹은 국한문 혼용으로 쓰여져야 한다.
4. 원고는 한글로 작성하는 것을 원칙으로 하며 그 길이는 도표를 포함하여 21×28cm(A4용지)에 한줄 건너 타자하여 20매 내외로 한다. 게재가 확정되면 집필자는 최종본 2부와 논문을 담은 3.5" Diskette을 편집위원회에 제출하여야 한다.
5. 원고 제1면에는 국문으로 원고제목, 투고자의 성명 및 소속기관, 연락주소 및 전화번호 등을 명기하고 원고 매수를 표시한다.
6. 원고 제2면부터 본문에 들어 가기 앞서 국문 및 영문초록과 목차를 표시한다. 국문초록과 영문초록의 길이는 1매 이내로 한다.
7. 학술용어는 될 수 있는 한 국문으로 쓰되 번역이 곤란한 경우에 한해 영문으로 쓸 수 있으며 번역된 용어의 이해를 돕기 위하여 영문을 괄호안에 넣어 덧붙일 수 있다.
8. 모든 표 및 그림은 선명하게 그리며 해당번호(예 <표 1>, <그림 3>)와 제목 또는 설명을 붙여야 한다.
9. 각주(Footnote)는 최소화하되 꼭 필요한 경우에만 작성한다.
10. 각주(Footnote)는 어구의 오른쪽 상단에 일련번호를 붙여 표시하고 그 내용은 각면 아래 부분에 작성한다.
11. 참고문헌은 본문의 마지막에 장을 달리하여 기재한다. 참고문헌의 기재순서는 국문문헌, 외국어문헌의 순서로 하며, 국문문헌의 경우 가나다순으로, 영문문헌은 알파벳순으로 기재한다.
12. 본문 중 문헌인용의 경우 이름과 발표년도를 표기한다. 또한 특정 부분을 인용한 경우에는 페이지도 함께 기재한다.

(보기)

(김수곤, 1978) (Trice & Beyer, 1991 : p.150)

13. 참고문헌의 표시방법은 아래와 같다. 정기간행물의 경우 저자명, 연도, 논문제목, 간행물이름(국내문헌의 경우 고딕체로, 외국문헌의 경우 이탤릭체로 표시), 권(Vol), 페이지 순으로 한다. 정기간행물이 아닌 경우는 저자이름, 연도, 도서이름(국내문헌의 경우 고딕체로, 외국문헌의 경우 이탤릭체로 표시), 출판회수(2판 이상), 권(2권 이상), 출판지, 출판사 이름의 순으로 기재한다.

(보기)

김수곤(1978), 임금과 노사관계, 서울 : 한국개발연구원.

- 이필상(1994), "통화신용정책이 증권시장에 미치는 영향에 관한 연구", *경영학연구*, 23, 189-215.
- 손태원(1992), "공정보상에 대한 인식과 태도", 황일청(편), *한국사회의 불평등과 형평*, 서울 : 나남(209-250)
- O'Reilly, C. A., Chatman, J., and Caldwell, D. F. (1991), "People and Organizational Culture : A Profile Comparison Approach to Assessing Person-Organization Fit", *Academy of Management Journal*, 34, 487-516.
- Organ, D. W. (1988), *Organizational Citizenship Behavior : The "Good Soldier" Syndrome*. Lexington, MA : Lexington Books.
- Rousseau, D. M., and Parks, J. M. (1993), "The contracts of Individuals and Organizations", in L. L. Cummings & B. M. Staw(Eds.), *Research in Organizational Behavior*, Vol 15, Greenwich, CT : JAI Press(1-43).

### 「經營學研究」投稿要領

「經營學研究」에의 논문제출은 별도의 原稿마감일이 없습니다. 따라서 경영학분야에 관심을 가지고 계신분이라면 언제든지 논문을 제출하실 수 있습니다. 심사과정을 거쳐 게재확정된 논문은 게재결정 이후 가장 가까운 시기에 발간되는 「경영학연구」에 게재됩니다.

논문을 제출하실 때는 총 3부를 등기우편으로 아래의 주소로 제출하여 주시기 바라며, 제출되는 논문의 해당분야(국제경영, 인사조직, 재무론, 마케팅, 생산관리, 경영정보, 회계학, 전략경영) 및 연락가능한 주소와 전화번호를 명시하여 주시기 바랍니다.

「경영학연구」에 실리는 논문은 가설검증적인 것 뿐만 아니라 개념적이며 가설도출적인 것도 게재합니다. 한국적 경영학 이론의 발전수준을 감안한다면 가설도출적 논문이 더 큰 학문적 기여를 한다고 생각되기 때문입니다. 따라서 가설검증적 논문이든 가설도출적 논문이든 상관없이 심사에 통과된 논문은 그 논문이 접수된 순서에 따라 그 다음에 발행되는 학회지에 게재합니다. 또한 좋은 책의 서평 역시 계속해서 게재합니다. 이러한 분야에 대한 많은 투고를 기다립니다.

보내실 곳 : 136-701 서울특별시 성북구 안암동 5가 1번지      고려대학교 경영학과  
김인수 교수연구실

※ 우편 이용시 반드시 등기로 보내주십시오.

---

편집위원회

편집위원장 : 김인수(고려대)

간사편집위원 : 문형구(고려대)

편집위원 :

김대식(한양대)

이종천(숭실대)

성태경(경기대)

전용욱(중앙대)

송계충(충남대)

추휘석(연세대)

이상범(서울시립대)

한민희(한국과학기술원)

---

經營學研究

(通卷 40號)

1995年 5月 20日 印刷

1995年 5月 27日 發行

발행인 이 정 호

편집인 김 인 수

고려대학교 경영학과

Tel) 920-1165 Fax) 921-7246

발행처 한국경영학회

서울특별시 종로구 사직동 304-28

한국사회과학도서관 5층

Tel) 734-0582 Fax) 734-0583

---

영신인쇄사