

I 韓国における経営教育の現況と今後の課題

金 昌 大

1. はじめに

(1) 研究の背景

近年、情報社会への急激な変化により、産業社会の経営パラダイムが崩れ、情報社会に適していた新しいフレームが形成されつつある。新しい経営環境が情報化社会へとますます進展するにつれ、既存の経営方法や考え方に満足していた日常的な活動で企業営むことはもはやこれ以上できず、あらゆる分野にわたって全く創造的のものとして対処していかなければならなくなったのである。すなわち、情報化社会への変化が企業を受動的な態度から能動的な態度をとるものにかえ、経営教育の方法も大きな転換期を向かえるようになった。

韓国で経営に関する教育が本格的に行われたのは約50年前である。その間、学界を中心に新しい経営環境に対応するために経営教育を変えるべきだという主張が絶えず提示されてきた。一部学者の個人的な自省の声を超え、経営学会レベルでのセミナーと特別シンポジウムが開催された。そして、経営教育の変化を求める声が企業現場からも出てきている。全国経済人連合会、商工会議所および韓国経営者総協会が現在の大学で行われている経営教育を批判し、その教育過程に関する改善案を具体的に提示している。さらに、2006年には「韓国経営教育認証院」が設立され、企業の変革に備えた効果的な教育過程を求め、各大学が現在自律的に行っている経営教育の内容と方法を改善することができるように方策を打ち足しているところである。

(2) 研究の目的

本研究は、韓国における経営教育の現況と今後の課題を検討し、その解決しなければならない問題を提示することに目的がある。研究のために、次のような分析をおこなった。

第一に、経営環境の変化内容を検討し、経営教育が目指していく方向を明確にする。

第二に、韓国の経営教育の現況と経営教育に求められる要求事項を分析する。

第三に、経営教育の現況と要求事項の結果をまとめ、韓国の経営教育が抱えている問題点を改善するための案を提示する。

(3) 調査方法

韓国における経営教育の現況とそれについて求められている要求事項を調査するために、次の2つの資料を用いて再検討を行った。

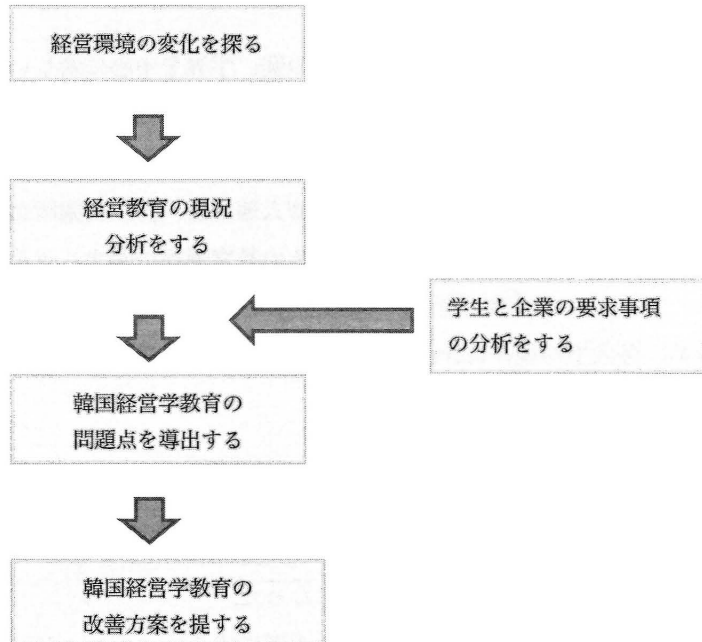
第一に、経営学教育を受ける学生の満足度とそれに学生が求める経営教育の内容を調べるために、二つの地域(嶺南圏、首都圏)を基盤とした従来の調査結果を集めて検討した。第二に、企業実務界が経営教育について感じる満足度とそれに求める要求事項を調べるために、産業界の3つの団体(韓国経営者総連合会、全国経済人連合会、大韓商工会議所)の資料を使用した。

(4) 研究の内容

本研究では、〈図1〉のように、研究の調査と分析を行った。

第一に、企業が直面している経営環境の変化を分析し、今後展開される経営活動の方向を明確に予測する。第二に、いま韓国で行われている経営教育の一般的な現況、経営教育に関する満足度および関連事項を分析し、現在の経営学教育が持つ問題点を提示する。また学生と企業が現在の経営教育に求める要求事項を調査分析し、経営教育の問題点がよりの確に提示する。第三に、経営教育の現況と現に求められている要求事項に関する調査結果を基礎にし、経営教育の問題点を提示する。第四に、現在の経営教育環境を考慮して提示された経営教育の問題点を解決できる方案を考察する。

〈図1〉 研究の構成



2. 経営環境の変化

World Wide Webの登場により、本格的な情報化社会がきている。そして、これまでの産業社会を維持してきたすべての領域が急速に崩れ、新しい思考や論理で作られたデジタル社会のパラダイムが早い速度で定着されつつある。このようなデジタル社会への変化は、企業にも例外なく影響を及ぼし、経営環境に急激な変化をもたらすとともに、またこの変化へ応ずるための企業経営活動全般にわたる新しい価値観と経営論理を再確立しなければならないという認識が増えている。〈表1〉は、経営の環境が産業社会からデジタル社会へ変化するにつれ、経営の活動と内容、パラダイムがどのように変わっているかをまとめたのである。

〈表1〉 経営環境の変化

区 分	産業社会の経営	デジタル経営
企業行動原理	模倣と踏襲	創造的な核心力量の開発
経営中心の軸	物的資産量中心の経営	価値中心のソフト経営
管理ポイント	問題発見	問題創出
経営者類型	管理型経営者	企業家型経営者
業務特性	固定、画一	流動、多様
業務間関係	明確な区分	境界破壊（融合）
市場予測	未来予測	未来創造
顧客管理	顧客満足	顧客価値創出

経営環境がデジタル社会へと転換されるにつれ、産業社会の専有物であった模倣と踏襲の論理でそれ以上企業の発展が保障できないことはもちろん、受身の姿勢では新しい問題を提起して持続的な変化と革新を通じた企業競争力を促すことができない。すでに発生した問題を事後に発見し、その解決方法を求めることは、企業競争力のレベルでタイミングをのがしたことと同じである。デジタル社会への変化は、経営者の経営マインドにも変化をもたらし、現在の状態を大きい問題なしに維持しようとする管理者型の経営者としては企業の発展はもちろん、社会発展も期待できない。すなわち、デジタル社会の企業経営は、外部環境の変化に受動的に対処するのではなく、積極的かつ能動的な姿勢で現状について絶えず問題を提起し、企業固有の創造的な核心力量を培養しなければならない。また固定的かつ画一的な産業社会では与えられた枠組みの中で未来を予測したが、すべての領域が絶えず変わる状況では未来はこれ以上予測の対象でなく、創造のものであるのがたしかである。

このような経営活動の全般にわたる大変化は、既存の経営論理ではこれ以上企業を存続、維持、発展させることができないことを表すのである。したがって、企業が前向きの生命力を維持するためには、急変する経営環境に能動的に対処するとともに価値創出のために有用な新しい知識を蓄積し、

また新しい知識を絶えず創造していかなければならない。

3. 経営教育の現況および要求事項の分析

(1) 一般現況

(1)-1. 経営(経済)系列規模

〈表2〉は、現に経営および経済関連の学科及び学部が設置されている韓国の大学を調べた調査結果である。まず経営学関連の専攻が設置されている大学数が2001年には141個であったが、2007年には年度154個となり、毎年少しずつ増加した。そのなかには、4年制の一般大学と特殊大学である放送通信大学、産業大学が含まれている。経営関連の学を専攻している学生の数は、2001年の24万人から2007年には23万人となり、1万人が減少した。

すなわち、2004年以後、学生の数が増えず、同じかまたはむしろ減少する傾向にある。これは、学齢人口の減少し、経営(経済)系列大学に入学した学生数が減少したことにその原因がある。教員の数は、2001年の4,100人から少しずつ増加し、2007年には約4,900人となった。これは、経営(経済)系列が設置された各大学が教育の便利性を高めるために教員を大幅増加させた結果である。これに伴い、教員1人当りの学生比率は、2001年の58人から2007年には46人と相当数減少し、教員の講義負担がやや解消している。

〈表2〉 年度別経営(経済)系列規模

年度	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
大学数	141	143	146	150	151	153	154
学生数	24万	25万	24万	23万	23万	23万	23万
教員数	4,100	4,200	4,400	4,600	4,700	4,800	4,900

資料: 国家教育センター、教育統計情報システム

〈表3〉 経営学科卒業生の就職分析

(単位:%)

年度	区分	事務職比率 *	専門家比率 **	純粋事務従事者比率 ***
2004		74.6	13.9	51.7
2005		75.6	10.8	50.0
2006		78.6	8.2	57.2

資料:韓国教育開発院 教育統計サービス システム、詳細な内訳は〈付録2〉経営学専攻卒業生の職業分類別就職現況を参照。

* : 事務職は事務従事者、技術工および準専門家、販売従事者を含む

** : 専門家は会計関連の専門家、人事および労使関係専門家、金融・保険専門家、事業サービス関連の専門家を含む

*** : 純粋な事務従事者は一般事務関連の従事者、顧客サービス事務従事者を含む

(1)-2. 経営系列卒業生の就職進路動向

経営学専攻の出身学生の卒業後の就職先および進路を「韓国教育開発院」の教育統計資料をもって調べた〈表3〉。2004年から2006年までの3年間、平均76.3%が卒業後、事務職に務めており、しかも毎年増加する傾向にあることをわかった。そして、専門家比率は毎年減少し、2006年の場合に8.2%に過ぎない結果となった。

なお、経営学専攻出身卒業生が希望する就職先では、民間企業が46.7%で最も高く、その次に公共機関15.5%、公務員6%の順序となっている〈表4〉。これは、公務員に比べて民間企業が新入社員をより多く採用し、学生の選好度に影響を及ぼした結果と見られる。

〈表4〉 今後の進路(就職先)に関する意見

(単位:%)

進路	民間企業	公企業/政府投資機関	公務員	税務/会計専門職	創業および自営業	その他	合計
回答	157 (46.7)	52 (15.5)	20 (6.0)	35 (10.4)	42 (12.5)	30 (8.9)	336 (100.0)

資料:キム・ギテ、顧客指向的観点での経営学教育方向, 2007

(2) 経営教育に対する認識

(2)-1. 経営教育の全般に関する満足度

1) 学生向きの調査

経営学専攻学生が現の教育過程についてどのように考えているか全般的な満足度を調べた〈表5〉。調査対象346人の学生のうち、42.5%となる147人が普通であるとし、満足するという意見は39%に当たる135人であった。大変不満であるに「1」、大変満足するに「5」で加重値を与えた全般的

な満足度水準は3.21となり、現在にお行われている経営学の教育過程に必ずしも満足していないことがわかった。

〈表5〉 経営学教育過程に対する全般的な満足度:学生アンケート調査結果 (単位:名、%)

満足度	極めて満足しない	満足しない	普通である	満足する	極めて満足する	合計
回答	5	59	147	126	9	346
	(1.4)	(17.1)	(42.5)	(36.4)	(2.6)	(100.0)

※ ‘非常に不満’を‘1’, ‘非常に満足’を‘5’点からある平均点数は3.21 (S.D.=.80)

2) 企業向きの調査

4年制大学の経営学専攻出身新入社員の業務達成度を調べるために、「韓国経営者総協会」の2005年と2006年の調査資料を検討した〈表6〉。2005年に比べて、2006年度に不満足的水準が急激に高まった。特に、2005年に25.5%であった「満足する」水準が2006年には5.4%に著しく減少した。大学の経営教育に対する企業の実務界の不満足水準は極めて高いことを表すものであろう。「満足しない」水準では、2005年に25.7%であったものが2006年には61.8%と急激に増加し、その不満のあることを裏付けている。つまり、これは現在の大学で行われている経営教育について、企業実務界は大きい不満を持っているといえよう。

〈表6〉 大卒新入社員業務達成度に対する満足度 (単位:%)

満足度	2005	2006	増減
極めて満足する	0.4	2.7	2.3
満足する	25.5	5.4	(20.1)
普通である	48.4	30.1	(18.3)
満足しない	25.3	57.2	31.9
極めて満足しない	0.4	4.6	4.2

資料:韓国経営者総協会(2005),『大卒新入社員再教育の現況調査』

韓国経営者総協会(2006)『大卒新入社員採用の実態調査』

(2)-2. 経営教育に対する不満足の原因

1) 学生向きの調査

〈表7〉は、経営教育に「満足しない」理由を調査した結果である。「開設科目および教育方式の立ち遅れ(36.1%)、理論中心の講義(27.9%)、就職に役立たない(19.7%)、企業業務との関連性が低い(16.4%)の順序で、その不満の理由があげられた。

〈表7〉 経営学教育過程に対する不満足理由

(単位:人,%)

不満理由	開設科目と教育方式の立ち遅れ	理論中心の講義	就職に役立たない	企業業務との関連性が低い	合計
回答	22 (36.1)	17 (27.9)	12 (19.7)	10 (16.4)	61 (100.0)

2) 企業向きの調査

全国経済人連合会の2006年報告書によれば、現在の大学で行われる経営教育についての企業実務界が考える最も大きい不満の要因は、産業現場と大学教育の乖離(43.3%)であった。これは、大学教育が企業の要求や変化をうまく反映できないことに起因するものである。

(2)-3. 企業の新入社員評価

企業が新入社員に求める知識と技術について、経営学専攻出身卒業生が持っている水準は平均26%に終わり、極めて低い結果となった。2002年の全国経済人連合会の調査資料によれば、専門知識および技術水準は18%、人性および態度は27%、基礎能力および知識は35%水準にとどまった。このような新入社員の低い知識および技術水準のために多くの企業は、その実務能力を高める別途の教育プログラムを運営している。この場合、新入社員を実務の現場に投入するまで費やす教育時間は平均20.3ヶ月であり、その金額は1人当たり6,218万ウォンとなっている。

(3) 経営教育に求められる要求事項

(3)-1. 学生向きの調査

1) 専攻トラック制度の運営

韓国では、一部の大学でトラック制度が運営されており、それについて学生のもっている選好度を調査した〈表8〉。調査対象346人の学生のうち、67.4%に当たる233人の学生がトラック制度の運営に賛成をした。

〈表8〉トラック制に対する学生の選好度

(単位：人、%)

同意程度	全く同意しない	同意しない	普通である	同意する	全く同意する	合計
回答	13(3.8)	33 (9.5)	67 (19.4)	166 (48.0)	67 (19.4)	346 (100.0)

さらに、47個の大学を対象にトラック制度を実施しているかどうかを調査した結果、10大学がそのシステムを導入していた。たとえば、成均館大学校ではトラック制を「ロードマップ教育過程」と名づけ、「学問指向型」、「専門職業型」、「複数専攻型」、「CPA型」の4つのトラックで区分した

形で運営されている。

韓国大学教育協議会(1989)の「経営学科教育プログラムの開発研究報告書」では、経営学出身卒業生の進路を「学者または研究員グループ(大学教授、研究員)」、「一般管理者グループ(企業の管理者、経営者)」、「経営専門家グループ(公認会計士、税理士、市場調査専門家、広告専門家、経営科学専門家)」と3つのグループで区分し、各グループ別に教科過程の運営を差別化する必要があるとした(キム・ギテ,2007)。

2) 人格の教育

全国経済人連合会(2002)の調査によれば、新入社員の採用時に最も重く考慮する部門は‘基本的な人性および態度(32%)’、二番目で考慮される部門は‘意思表示およびコミュニケーションの能力(26%)’であり、‘専攻関連の知識’は4%に過ぎないことが明らかになった。新入社員採用時に企業が考慮する要因について調べたその他の大部分の報告書でも、人性を最も重要な要因として取り上げた。

さらに、2年後に実施した調査報告書(全国経済人連合会,2004)「企業がみた韓国教育の問題点と課題」では、企業が人性や態度(29.1%)、業務関連の知識と技術(24.7%)、実務能力(17.1%)と人性を重要なものと扱っているのに対し、新入職員の人性、態度、価値観に対するその満足度は100点満点のうち、47.5%に過ぎない結果となり、企業の要求と新入職員の間には差があることを表した。また最近の企業の採用過程をみても専攻分野に対する専門知識だけでなく、組織の構成人としての基本的人性を強調しており、その重要性が確認された。

〈表9〉は、42社を対象に企業の望む人材を分析した結果である。人格側面である正しい価値観(61.9%)、積極性(26.2%)、協同性(26.2%)を強調していることが明らかになった(キム・ギテ,2007)。

〈表9〉 企業が求める人材

内容	正しい価値観	創意性	挑戦精神	専門性	積極性	協同性	主体性
頻度数	26	20	17	16	11	11	10
適用比率*	61.9	47.6	40.5	38.1	26.2	26.2	23.8
内容	グローバル 力量	革新	未来 指向的	柔軟性	顧客 指向性	自己開発	-
頻度数	10	10	9	8	7	5	-
適用比率*	23.8	23.8	21.4	19.0	16.7	11.9	-

* 調査対象42企業の比率

人性要因が最も重要であると認識している企業実務界とは違い、学生は自ら人性要因をどれほど重要であると思うかを調べた。〈表10〉がその結果である。人性要因の重要性に対する調査は、やはり企業実務界と共に高いことが明らかになった。調査対象347人の学生のうち、68.6%に該当する238人の学生が人格教育を重要な要因として評価した。このような事実は、学生も大学で人格教育を強化することを希望しているといえるものである。

〈表10〉 人格教育の重要性に対する学生達の認識 (単位:人,%)

重要性	極めて重要でない	重要ではない	普通である	重要である	極めて重要である。	合計
回答	2 (0.6)	15 (4.3)	92 (26.5)	159 (45.8)	79 (22.8)	347 (100.0)

3) コミュニケーションの能力

韓国企業の新入社員教育過程を分析してみれば、コミュニケーションに関連した技法の教育が重要な項目となっている。コミュニケーションの能力を高めるために企業が実施している教育内容を整理すれば、企画および文書作成、プレゼンテーション、コミュニケーションなどで区分することができる。コミュニケーションと関連した詳細な教育内容が調べられた。その結果は、〈表11〉でとおりである。

〈表11〉 コミュニケーション技法関連の教育内容の例

区 分	具体的ま内容
企画および文書作成	企画力および企画実務、文書作成、ソフトウェア活用、起案および報告書の作成法
プレゼンテーション	資料要約およびプレゼンテーション、表現力と発表力の向上、プロジェクト提案書の作成法
コミュニケーション	対人関係コミュニケーション、インタビュー技法、交渉能力および技術

〈表12〉 文書作成教育の重要性 (単位:人,%)

重要性	極めて重要でない	重要でない	普通である	重要である	極めて重要である	合計
回答	2 (0.6)	9 (2.6)	60 (17.3)	198 (57.1)	78 (22.5)	347 (100.0)

※ 5点満点平均: 3.98(S.D.=.74)

(3)-2. 企業向きの調査

1) 経営教育の目標

企業実務界では、大学で行われている経営学教育の目標を実務人材の育成に置かなければならないと主張する。大学で経営教育を受けた学生は、企業現場、公共機関および公務員、専門職、学界および研究所などに勤められ、これらのうちに企業現場で要求する人は企業現場の実務を処理できる項目を最も重要なものであると思っている。したがって、経営教育を受ける学生を企業実務トラック、専門家トラック、研究トラックなどで区分し、差別化された教育を実施することが望ましいものと見られる。〈表13〉は、企業人事担当者が望む経営教育の目標に対する調査結果である。

〈表13〉 経営学教育の目標

経営教育の目標	回答者数 (人)	応答比率 (%)
最高経営者の育成	35	5.3
中間管理者の育成	164	25.0
実務人材の育成	420	64.1
専門家の育成	22	3.4
自営業者および創業者の育成	14	2.1

資料:チェ・マンガ外, 学部経営学教育の現況, 問題点および改善, 2004

2) インターンシップの単位認定制

経営学は、理論中心の学問というより企業現場で行われる業務の円滑な処理と未来指向的な思考を必要とする実務的な側面が強い。したがって、大学内で一方的な講義中心の教育をするのでは能力のある経営実務者と専門家を養成するのが難しい。このような点を反映し、最近韓国の各大学で実施されているインターンシップの単位認定制度は、経営理論と企業現場の実務を同時に実らせられる良い方法である。特に、企業実務界では、理論中心の教育方法に反省が必要であると提言し、インターンシップ制度の拡大を主張している。

〈表14〉は、企業がインターンシップを行う大学生とその結果が効果的に行われよう to 実施方案をまとめたのである。企業の人事担当者を対象にインターンシップ制度の必要性について調査を行った。その結果は、78.2%の企業が必要であるとし、また57.9%がこれからインターンシップ制度を導入する意向があるとした。

〈表14〉 大学生のインターンシップ実施について求める企業の要求

区 分	内 容
分 野	技術職、企画・管理職、営業職
対象学生	3年生の2学期 / 4年生の1学期
研修期間	6ヶ月(毎年2月末- 8月下旬、8月末- 2月下旬)
勤務時間	5日/週、8時間/日
単位認定	8 - 15の単位
特 典	採用時の優待

資料:全国経済人連合会(2003),『企業が望む大学の教科課程-調査結果およびその活用方案』

3) 新入社員教育過程の情報

規模の大きい企業が新入社員に行っている教育内容が調べられた〈表15〉。これは、企業実務界が大学の経営学教育について何を求めているかその要求事項をわかる点で意味深い。調査対象企業12社のうち、10社が意思決定とビジネス・ゲーム過程が最も重要であるととりあげた。意思決定とビジネス・ゲームは純粋な経営理論よりも、多様な状況で生ずる問題を合理的な方法でいかに適時に解決できるか、その問題解決能力を求めるものである。

〈表15〉 主要企業の新入社員教育の過程

内 容	意思決定 /ビジネス	コミュニケ ーション	文書の 作成	プレゼンテ ーション	ビジネス マナー	問題解決	人格教育
頻度*	10	9	7	7	6	6	5
内 容	創造力	リーダー シップ	企画力	変化革新	ビジスキル	協同	-
頻度*	5	2	2	1	1	1	-

資料:各社新入社員教育プログラム

*: 調査対象12社のうち、該当過程を運営している企業数

4. 経営教育の問題点および改善方向

(1) 韓国経営教育の問題点

今まで各種の資料を総合的に分析し、韓国の経営教育の現況について検討をしてきた。現在、韓国の大学で行われている経営学教育に対する評価とそれに求められる要求事項を、教育対象者であ

る学生と卒業生を新入社員として採用する企業実務界にわけ、それぞれ比較・分析を行なった。調査の結果を全体的に整理すると、現在の韓国の経営学教育が抱えている問題点は次のようにまとめられるであろう。

第一に、経営教育の内容と方法についての問題点が指摘できる。経営教育に関する現況分析でも述べたように、教育の内容が過度に理論中心に行われ、その理論自体が現在の韓国企業が抱えている問題を解決するには時代的に立ち遅れている点である。たとえば、経営学教育過程の基礎となる「経営学原論」の場合、10年前の理論等がそのまま残っており、現在の企業状況に適用するのが難しい。もちろん、100年前の理論であっても、その理論が現代企業の経営活動にそのまま適用される場合もあるが、企業環境の急激な変化により効用価値が落ちる理論も大勢あるのは否定できない事実である。教育方法の場合も、現場性が強い経営学を過度に理論伝達中心の教育として行っている点が絶えず批判の対象になっている。

第二に、現場実務の解決能力が不十分である。現場実務の解決能力が不十分であるという指摘は、これまで企業実務界で絶えず提起された問題である。新入社員に対する満足度調査でもこの点は明らかにされ、企業実務界としてはこの問題を最も深刻に受け入れている。企業は、新入社員の現場実務解決能力を向上させるために入社後相当期間の間、莫大な費用を投じて別途の教育を行っている。特に、コミュニケーションの基本的な方法に該当する企画力、文書作成能力、プレゼンテーションのような場合は、大学でも十分に教育できる部分であり、経営学教育を受ける学生もコミュニケーション能力の向上が望んでいる。

第三に、未来指向的な教科課程の編成問題が上げられる。情報化社会の時代が本格的に渡来したことにしたがって、企業の経営環境も急激に変わりつつある。そして、産業社会を維持してきた既存のパラダイムが早い速度が壊れ、情報化社会へ適合した新しい経済構造と秩序を定着している、現代企業の生命は、創造の能力にある。既存の経営方法から脱皮し、創造的な思考を通じた企業競争力の向上が切実に要求される。産業社会を動かしてきた既存の経営理論から脱皮し、新しい企業家精神が発揮される営理論等が現の経営学教科のなかに忠実に反映されなければならない。経営学の教科科目なども過去の枠組みから抜け出し、理論熟知型の教科科目よりは問題解決型の教科科目に転換される必要があるが、まだ多くの教育過程が産業社会の枠組みから抜け出されていないのが現実のように思われる。

第四に、進路分野別に差別化された教育が必要である。大学で経営学教育を受けた学生は、企業現場で勤める経営実務者や公認会計士のような専門家分野に進出し、また学界や研究所のような研究分野などに進出していく。もちろん、韓国経営教育の現況を把握する調査では相当数の学生が企業現場や公共機関の経営実務者に進出するが、専門分野や研究分野に出て行く場合も無視することはできない。したがって、互いに進出分野が異なる学生を他の学生と同じ方法で教育する現在のシステムでは、効果的な結果を導き出すことが非常に難しくなる。このような問題を解決するためには、互いに異なる進出分野に適合したトラックを設定し、トラック別に差別化された教育が進行さ

れることが合理的である。しかし、ごく一部少数の大学を除いた大部分の大学は、体系的なトラック制度の教育システムを活用していないのが現実である。

第五に、人格教育の重要性についての対応策が不十分である。企業の人事担当者を対象に、新入社員の採用時に選抜基準として何が重要であるかを調査した結果、人性が非常に重要なものとしてあげられた。もちろん、経営について基礎知識や実務能力の重要性を無視することではないが、組織構成員として備えなければならない最小限の人格と誠実さ、意志力が企業活動をしていくうえで、非常に重要な要素として役割をしていることが認められているわけである。したがって、企業現場に投入する前に、人格教育により力をいれて行う必要があると思われるが、現在の教育過程では、大部分が経営学に関する専門知識の習得に関心が傾いている。

第六に、インターンシップ単位認定制の具体的な施行が要請される。経営学は他の学問分野に比べ、現場性が強く要求される学問である。企業活動を合理的に遂行するためには、基本的な理論の後押しも必要であるが、現場実務に対する正しい理解力が必ず要求される。もちろん、企業現場で随時発生する業務上の問題は、過去すでに発生した問題と同じ経営問題であることもない。したがって、企業現場の実務問題を処理するために発生する多様な問題の属性を企業現場で直接経験することが重要である。このような点を解決するのに適した方法の一つが、インターンシップの単位認定制であると思われる。インターンシップ単位認定制は、基礎的な経営理論を習得した後、該当理論が企業現場でどのように適用されているか、またその結果はどのように進行していくかを直接経験する良い方法である。現在、韓国の大学でインターンシップ単位認定制を用いて数は多くあるが、その運営方法を具体的にみると、だいたい形式的に行っている場合も少なくないようである。インターンシップ単位認定制が正しく運営されるためには、経営教育の教科課程の内容と類似の企業活動が形成される企業と緊密な協調体制の構築がまず必要である。大学と企業の相互協調を通して、より実質的なインターンシップ制度の運営が可能になることができる。

(2) 問題点の改善方案

以上、経営教育の現況とそれに求められる学生と企業実務界の要求事項について総合的に検討、また問題点を提示してきた。そうすると、このような問題点を解決できる改善方案は、なにか。次のように、その方案を提示したい。

第一に、経営環境の急激な変化に備えるため、今後の経営学の教科課程に知識創造能力を培養できる科目が取り入れる。情報社会が高度化すればするほど、夢の社会が到来する展望である。夢の社会は、産業社会とは確かに異なる様相で展開されるであろう。産業間の境界が画一的に明確であった産業社会とは異なり、夢の社会では産業間の境界が崩れ、複合産業が定着していく。互いに違う多様な分野の異質な産業形態が互いに融合しかつ衝突し、新しい領域の産業が創出し、またその知識を基盤とした高付加価値産業が経済活動の先導的な役割をするようになる。この場合、経営実務者に最も必要な能力は、既存の価値体系を破壊して新しい価値を創出できる創造的な能力である。

企業活動の最も核心的な要因は、新しい高付加価値を創り出すところにあるというドラッグの指摘もこのようなものとして解釈されなければならない。

第二に、理論と実務がより調和のとれた教育過程の開発が必要である。経営学は、企業現場の生き生きとした声と問題を取り扱う実践科学的の学問である。しかし、現在、韓国の大学で行われている大部分の経営学の教科課程は、理論中心に編成されている。企業の人事担当者を対象に実施したアンケート調査でも現れたように、新入社員の最も大きい問題点は基本的な実務能力の欠如にある。学生を対象に調べた各種アンケート調査でも、同じ問題が同時に指摘されている。したがって、今後、経営学の教科課程を改善する場合、経営理論と実務能力を同時に培養できる科目になるようバランスを取ることが最も肝要であると思われる。教育過程を運営する場合にも、前述したように、インターンシップの単位運営制と企業現場の実務を直接体験できるメリットを生かす必要が大変重要である。

第三に、経営学教育方法の画期的な改善が必要である。これまで韓国の大学の経営学教育方法は、講義を通した経営学理論の一方的な伝達が主をなした。しかし、経営学その自体が企業現場の実務性が強い実践科学であることを考えると、理論中心の単純な伝達だけでは効果的な教育目標を達成できない。つまり、理論熟知型の学問から大胆に脱皮して変化を求め、問題解決型学問としての性格が強くなるよう教育方法を開発する必要がある。多様な企業環境を考慮した事例別問題解決原理を理解させた後、仮想的な事例を提示してこれを学生自ら解決していく教育方法の開発を一つの例としてあげることができる。

第四に、人性教育を強化する必要がある。企業は、組織の力で運営される。組織が決められた目的を効果的に達成するためには、組織の構成員間の協調と一体感が最も必要である。このためには、組織の構成員一人一人が組織の目標と理念を共有して該当目標と理念が具体的に具現できるよう相互努力をしなければならない。このとき、組織の構成員に最も必要なのが基本的な人性のかん養である。経営教育の現況把握のために調べた各種報告書でも指摘されたように、企業実務界では新入社員採用時に優先的に人性要因を考慮している。人性要因は、組織構成員として与えられた業務を遂行するのに必要な基本的な人格資質をいう。もちろん、業務を効果的に推進するためには該当業務と関連した専門的な知識が必須であるが、基本的な人性要因の水準が離れているならば望ましい結果を得るのが難しい。したがって、経営学の教育過程に専門知識を培養できる教科目と合せて基本的な人格教育が強化される関連学科目も編成することが望ましい。

第五に、企業現場の常規的な業務を処理できる基礎実務能力を強化しなければならない。経営学の教育を受けた新入社員を直ちに実務現場に投入できず、長時間の人材教育をさせた後、業務配置するのが現在の企業実情である。これにともない、その時間と費用の支出が二重浪費であると指摘する企業実務界の不満がすでに提起されている。学生を対象に実施したアンケート調査にも、基礎的な企業実務能力の培養が重要であるという意見が大多数を占めている。経営学の基礎的な理論も重要ではなるが、企業現場に投入される学生の立場では自身が遂行しなければならない実務問題の

処理能力が重要な課題になるということを認識している。したがって、企業で必要なコミュニケーションの実務能力を高める具体的な教育内容と方法が開発され、教育過程に含まれることが必要であろう。

第六に、学生の進路を分類し、該当進路分野に適合した教育の内容と方法を開発する必要がある。前述したように、経営学の教育を受けた学生の進路分野は、大きく3つに分類される。すなわち、経営実務者分野、専門家分野、研究分野で分けられる。経営実務者の分野は、一般企業体や公共機関の現場業務を遂行する場合である。専門家分野は、経営診断士、税理士、公認会計士のような専門職種に務める分野である。研究分野は、学界および研究所などに進出する場合を意味する。このような3つの分野に進出される学生の場合、その教育の内容と方法は互いに差別化し、実施する必要がある。韓国の一部の大学ですで行っているトラック制の概念は進出分野別ごとに、差別化した教科課程を運営するために作られた方法である。現在、実施されているトラック制をより深化させて体系的に運営される方法を開発することが教育資源をより効果的に活用できるであろう。

5. おわりに

韓国の経営学教育は、約50年の歴史を持っている。これまで韓国の経済が目覚ましい発展を成し遂げてきたところに、大学で経営学教育を受けた優秀な人材がその下敷きとなった点を否認する人はだれもない。経営学の教育が行われたこの50年のうちに、韓国の大学は、去る10年前から経営学の教育内容と方法が変わらなければならないという要求を絶えず問われてきた。そして、このような要求の背景には、企業を取り巻く環境が急速に変化しているにもかかわらず、経営教育が満足できるほどその実態を受容できなかったからである。すでに産業社会が成熟される時期に形成された経営学の教育過程が、情報化社会に入って大きく経営環境が変わった今現在にもそのまま過去のフレームとして維持されているからである。

情報社会が成熟すればするほど、夢の社会になるというのが未来学者の主張である。夢の社会では、知識がすぐ資産になる社会を越えて既存の知識を互いに相反・融合させ、再構成した新しい知識を作り出すのが重要である。情報社会は知識の所有が富の源泉であるが、夢の社会では想像力が資産になる。したがって、経営学の教育過程は、このような点を考慮し、未来志向的な教育が進行できるよう大胆に変化を行う必要がある。

本研究は、このような時代の変化を念頭にし、経営学教育の現況を把握したうえで、より望ましい経営教育の内容と方法に関する改善案を提示することに目的がある。本研究で分析した「韓国の経営学教育の問題点についての改善方案」は、次のようにまとめることができる。

第一に、既存の経営学の教育過程に知識創造能力を高める学科目が導入されるべきである。

第二に、実践科学の性格が強い経営学教育が効果的に進められるためには、理論と実務がうまく調和・並行できるような教育過程の編成が必要である。

第三に、講義を基礎に行われる理論伝達中心の教育方法が改善され、学生自ら問題を解決できるようしなければならない。

第四に、組織の構成員として与えられた業務を遂行できる基本的な人性を作ることが可能になるよう教育内容を構成しなければならない。

第五に、企業現場の基礎的な実務を学生自ら解決できる能力を高めるべきである。

第六に、学生の進路分野に適切な差別化された教育内容と方法の開発が必要である

本研究に続く追加研究では、上のような改善方法を基礎により具体的なものとして、実質的な経営学教育のフレームが開発されるべきである。

参考文献

- 강호상(1998), “경영교육의 혁신방안”, 『서강하바드비즈니스리뷰』,82,pp.79-83.
- 강호상(2000), “경영학 교육의 혁신적 발전 방향에 관한 연구,”『서강경영논총』,11(1), pp.1-15.
- 김상조(2004), “회계학 교육과정의 개선방향에 관한 연구”, 『각산 김상조교수화갑기념 논문집』. pp.15-42
- 김인구·이광노·배일현(2003), “경영교육의 발전방안에 관한 탐색적 연구”,『인문사회과학 연구』, 12, 장안대학 인문사회과학연구소, pp.22-38.
- 대한상공회의소(2006a), 『수요자 지향형 대학교육 개혁방안』, 대한상공회의소, 2006.4
- 대한상공회의소(2006b), 『대졸 근로자의 대학교육 만족도 조사』,대한상공회의소, 2006.7.5
- 박종렬(2004), 『대학교육에 대한 산업체 만족도 조사 및 조사결과 Feedback 체제화 방안 연구』, 교육인적자원부.
- 엄기준(2006), “신세대 특성을 고려한 교육훈련 방법과 조직에 대한 소속감을 심어줄 수 있는 방법 활용”, 『월간인사관리』, 한국인사관리협회,2006.11, pp.21-23.
- 이규상(1996), “경영학 교육의 변화와 대응: 기업에 대한 이해”, 『산경연구』, 12,목원대학교 산업경영연구소, pp.5-21.
- 이대선, 강호상, 민재형, 임채운(1998), “고객지향적 대학 운영방안 : 학생중심 접근”, 『경영교육연구』,2(2),한국경영학회 경영사례연구원, pp.119-145.
- 이원석(2006),“유연성과 인성을 갖춘 인재로 집중 육성한다”, 『월간인사관리』, 한국인사관리협회, 2006.11, pp.35-37.
- 전국경제인연합회(2002), 『기업에서 본 한국 교육의 문제점과 과제』, 전경련교육발전위원회, 2002.12.
- 전국경제인연합회(2003a), 『기업이 바라는 인재상 및 이의 실현방안』,전국경제인연합회 세미나 자료, 2003.6.17.
- 전국경제인연합회(2003b), 『기업이 바라는 대학 교과과정 - 조사결과 및 이의 활용방안』, 전국경제인연합회, 2006.12.17.
- 전국경제인연합회(2004), 『기업에서 본 한국 교육의 문제점과 과제-조사결과』, 전국경제인연합회, 2004.8.

- 지용희·강호상(1996), “경영학 교육과정에 관한 연구 : 미국 주요 경영대학 교과과정을 중심으로,” 한국경영학회 창립 40 주년 기념 심포지움, pp.71-95.
- 최만기·김주엽(2004), “학부 경영학 교육의 현황, 문제점 및 개선 방향”, 『한국경영학 교육의 혁신』, 2004 한국경영학회, 삼성경제연구소 공동 심포지움.
- 한국경영교육인증원(2006),『경영학 교육의 인증 기준과 절차』, 한국경영교육인증원.
- 한국경영자총협회(2005), 『대졸 신입사원 재교육 현황조사 - 결과 주요내용』, 한국경영자총협회.
- 한국경영자총협회(2006), 『대졸신입사원 채용 실태 조사』, 한국경영자총협회.
- 한국대학교육협의회(1989), 『경영학과 교육프로그램 개발 연구』,한국대학교육협의회.
- 황일청(1982), “우리나라 경영학 교육의 목표와 교과과정에 관한 연구”, 『경영학연구』, 12(1), 한국경영학회, pp.1-23.
- 황일청(1987), “경영학교육의 과제: 문제의 재규정과 그 대책”, 『학술연구발표 논문집』, 한국경영학회, pp.55-80.
- 황일청(1999a), “경영학 교육 개혁의 우선순위 : 대학이 지닌 문제의 올바른 인식부터“, 『경영교육연구』, 3(1), 한국경영학회 경영사례연구원, pp.11-31.
- 황일청(1999b), “경영학 교육의 반성과 과제”, 『경제위기와 한국 경영학:반성과 과제』, 한국경영연구원, 심포지움 보고서.
- 황호찬(2000), “경영학 연구의 방향 설정을 위한 방법론 및 패러다임의탐구”, 『경영학연구』, 한국경영학회, 29(2), pp.153-169.
- AACSB(1992), “Responsiveness to customer driven curriculum changes”, Newline, 22(4), pp.1-3.
- AACSB(1999), Achieving quality and continuous improvement through self-evaluation and peer review: Standards for accreditation: Business administration and accounting.
- Bailey, J. J. & Dangerfield, B.(2000), “Applying the Distinction between Market-oriented and Customer-led Strategic Perspectives to Business School Strategy”, Journal of Education for Business, 76(1), pp.183-187.

Ettinger, B.(1989), "Basic skills and core competencies", In B. S. Kaliski(Ed.), Asserting and reasserting the role of business education, Reston, VA: National Business Education Association.

Holter, N. C., & Kopka, D. J.(2001), "Developing a Workplace Skills Course: Lesson learned", Journal of Education for Business, 77(1), pp.138-143.

Pharr, S. W.(2000), "Foundational Considerations for Establishing an Integrated Business Common Core Curriculum", Journal of Education for Business, 76(1), pp.20-23.

Slater, J., & Narver, J.,(1998), "Customer-led and market-oriented : Let's not confuse the two", Strategic Management Journal, 19, pp.1001-1006.