

# 經營學的 商品學의 發達에 관하여(I)

## —文獻史的 商品學史의 立場에서—

韓 義 泳

目 次	
<b>第1章 現代商品學 以前의 發達(商品學前史)</b>	〈以下 次號 掲載分〉
1. 商品學의 前史의 意義	2) 經營經濟學으로서의 商品學時代
2. 商品學의 文獻史의 前史	2. 其他潮流로서의 發達
1) 아라비아의 萌芽的 古典時代	1) 自然科學의 商品學으로서의 發達
2) 이탈리아의 先驅的 文獻時代	2) 綜合科學의 商品學으로서의 發達
<b>第2章 現代商品學의 發達과 展望(現代商品學史)</b>	3. 現代商品學의 現況과 展望
1. 經營學의 商品學으로서의 發達	1) 獨・塊商品學研究의 動向과 課題
1) 商業經營學으로서의 商品學時代	2) 商品學研究에 있어서의 國際協力 과 그 向方

### 第1章 現代商品學 以前의 發達(商品學前史)

#### 1. 商品學의 前史의 意義

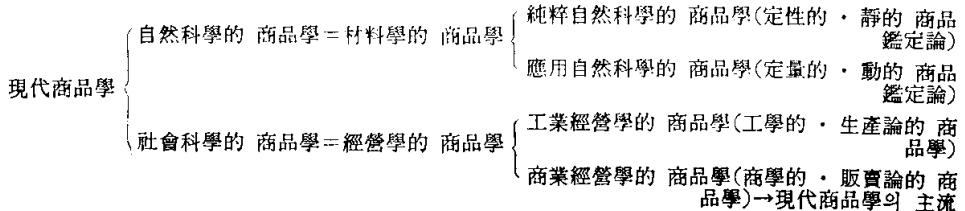
商品學<sup>(1)</sup>의 歷史, 따라서 商品學史의 起源을 어디서부터 찾아야 할 것인가는 商品學 자체의 成立문제와도 관련을 갖는 難題로서 論者와 觀點에 따라 제각기 다르며, 그 어떤 통일된 見解라는 것은 없다. 다만 오늘날의 商品學이 이른바 自然科學의 商品學과 社會科學의 商品學의 兩大潮流로 크게 나누어질 수 있다고 볼 때<sup>(2)</sup>, 그리고 現代商品學의 主流를 어디까지나 社會科學的, 더 나아가서는 經營學의 商品學에 두게 된 경우 그것은 당연히 17世紀

筆者：서울大學校 經營大學 經營研究所 研究員，서울大學校 經營大學 教授

(1) 商品學의 範疇와 本質에 관해서는 韓義汎，“商品學의 範疇와 本質”，「經商論叢」，第2號，韓獨經商學會，1983，pp. 1~19 參照。

(2) 이 兩大潮流를 다시 細分化하여 보면 대략 다음과 같아진다.

〈圖 1〉 現代商品學의 兩大潮流



에서 그 실마리도 찾아져야 할 것이다. 왜냐하면 經營學의 商品學으로서의 現代商品學이 分明히 經營學의 一分科學이라면 그 經營學 자체의 歷史, 따라서 經營學史는 누가 뭐래도 1675年에 출판된 사바리(J. Savary)의 『完全한 商人』에서 비롯된다고 看做되는 것이 일반적이기 때문이다.<sup>(3)</sup>

따라서 文獻史的 商品學史의 입장에서도 당연히 經營學史의 始發點이 곧 商品學史의 그 것이어야 할 것이다. 다시 말해서 文獻史的 經營學史의 始發點이 17世紀의 商業經營學에서라면 직접적으로는 그러한 商業經營學의 一分科學이기도 한 商品學의 역사도 당연히 그 時點에서 論議되어야 지당할 것이다. 특히 商業經營의 客體는 바로 商品인 이상 商業經營學이자 곧 經營學史는 그대로 商品學史와 직결되어야 옳다.

결국 經營學의 商品學史, 따라서 現代商品學史의 입장에서는 그 이전의 역사는 어디까지나 先史的인 성격의 것이어서 이를 각별히 「商品學前史」라 일컫게 된다. 이 경우 비록 商品學前史라 하더라도 그 가운데에는 文獻史的으로도 그런대로 평가될 만한 商品學史의 業績이 많이 포함되고 있는 것은 물론이다. 다만 이들 業績은 이론바 經營學前史에 있어서도 그렇듯이 대체로 『素材의 取扱이 소홀하며, 어느局面에만 치중한 非體系의인 것이기 때문에 學術的 取扱(wissenschaftliche Behandlung)이라고 하기가 매우 困難』<sup>(4)</sup>한 對象들이 다. 더구나 『商業經營의 모든局面(따라서 商業의 客體로서의 商品의局面)이 秩序整然하게 體系의으로 論述되었을 때 비로소 學術的 取扱이라 看做할 수 있다』<sup>(5)</sup>는 見解에 따르다면 商品學前史는 다만 商品學前史로서의 意義만 지닐 뿐, 결코 그것이 「學問的 取扱」으로 看做될 만한 文獻을 토대로 한 商品學史일 수는 없을 것이다.

그러나 學問的 取扱이건 아니건, 혹은 그 자체가 文獻史的이건 問題史의이건 간에 商品學史를 올바르게 파악하기 위해서는 商品學前史의 理解도 어느 정도는 必須不可缺한 것이기도 하다. 그것은 무엇보다도 現代商品學(文獻史의 商品學으로서의 經營學의 商品學)이 成立하기 까지의 前史의 發展段階, 背景, 論爭(學說의 對立) 등의 動向을 理解한다는 것이 바로 商品學史의 첫 研究課題이기도 하기 때문이다. 또 그래야 前史와 後史의 比較에 의해서 現代商品學 자체의 性格을 뚜렷이 이해할 수 있는 基盤이 생겨나기 때문이다.

그런데 거의 모든 학문분야의 研究가 그렇듯이 商品學의 경우도 애당초 實際的인 요구에서 그 학문적인 연구의 發端을 보게 되었다고 할 수 있다. 특히 商業의 客體로서의 實際的인 商品을 그 研究對象으로 하는 商品學과 같은 학문일수록 더욱 그러하다. 이는 마치 商品學이 속하는 經營學 자체의 研究對象인 經營이 역시 역사적으로도 日常의 實踐과 깊이 관련을 갖는 것과 마찬가지이다.

(3) 적어도 文獻史의 經營學史의 觀點에 따르는限에 있어서는 그것이 一般論이다.

(4), (5) R. Seyffert, *Über Begriff, Aufgaben und Entwicklung der BWL*, C. E. Poeschel Verlag, Stuttgart, 1963, S. 36.

더 나아가서 工業經營學과 함께 現代經營學의兩大核을 形成하는 商業經營學의 경우는 더 말할 나위도 없다. 즉 商業經營에 관한 研究는 實際의 商業의 發生과 同時に 그 시작을 보게 되었다고 볼 수 있고, 결국 그러한 商業經營의 對象(客體)인 商品에 관한 연구도 商業의 發生과 同時に看做할 수 밖에 없다. 그렇다면 『商業經營은 人間과 더불어 오래다』<sup>(6)</sup>거나 『經濟活動이 舊爲되는 곳에는 반드시 商業經營이 있게 마련』<sup>(7)</sup>일 것기기에 商業經營의 歷史, 따라서 그 客體로서의 商業의 歷史는 人類와 더불어 오래며, 商品에 관한 연구는 商品의 역사와 더불어 그렇게 오래다고 할만하다.

그러나 이러한 無限定의 의미에서의 商業의 起源, 따라서 商品의 起源을 問題視하는 것은 一般文化史의 관점이나 商品史의 관점에서는 타당할지 모르나, 商品學의 始祖로서의 商品學史의 관점에서는 전혀 아무런 의미도 지니지 못한다. 그것은 商品學史는 어디까지나 商品에 관한 理論(學問)의 歷史지 商品 자체에 관한 商品史는 아니기 때문이다. 다시 말해서 商品에 관한 研究란 商品史의 意味이며, 商品學에 관한 歷史的研究 즉, 商品學史를 뜻하는 것은 아니기 때문이다.

그러한 의미에서 비록 實제적인 요구에서 그 發端을 보게 된 商品에 관한 研究가 人類와 더불어 그렇게 오래다 할지라도, 그것은 어디까지나 商品 자체에 관한 연구일 뿐商品에 관한 학문, 즉 商品學에 관한 연구는 앞에서의敘述처럼 17世紀에야 비로소 그 시작을 보게 되었다고 할 수 있다. 다만 이는 무엇보다도 文獻史的 觀點에 서게 된 經營學의 商品學의立場에서 임은 물론이다. 즉 그 시작이란 「사마리」의 『完全한 商人』(1675年)에 의해서 商品學을 그 部分領域으로 포괄하는 商業學(商業經營學)이 처음으로 학문적으로 體系化될 수 있었던 무렵을 가리킨다.

설사 그렇다고 하더라도 商品學의 理論이나 學說에 관한 歷史的研究(商品學史의 연구)에 있어서는 그에 앞서 商品 자체에 관한 歷史的研究(商品史의 연구)도 어느 정도의範圍內에서는 절대적일 수밖에 없다. 왜냐하면 商品學이 成立하기 위해서는 그 어떤 일정한 商業經營의 發展段階에 관한 연구도 필요하며, 이에 따라 그 客體로서의 商品의 일정한 發展段階에 관한 商品史의 研究도 필요했기 때문이다. 다시 말해서 그러한 일정한 商品의 發展段階(내지 變遷段階)에 관한 商品史의 이해를 통해 비로소 商品學史를 올바르게 파악할 수 있는 기반이 마련될 수 있기 때문이다.

따라서 商品學은 어느 면에서는 商品史와 商品學史 각각의 發展段階와 對應하고 있다고 할 수 있는 것이다. 때문에 商品學史의 연구에 있어서는 商品學史 이전에 되도록 商品 자체에 관한 역사적 연구도 게을리하지 않는 일이 보다 바람직한 물론이다. 더구나 商品史의 연구에 있어서는 研究者 자신이 어떤 뚜렷한 商品史觀에 바탕을 두어야 하는 것이 原則인 이상, 그러한 『商品研究者가 스스로의商品史觀을 論證하기 위한 理論과 實證에 따른 記述』<sup>(8)</sup>이기도 한 商品史를 도시 소홀히 할 수도 없을 것이다. 결국 그러한 意味에서는 『商品史와 商品學史와의 關係는 어디까지나 商品研究者를媒介로 해서 成立되는 歷史의 二面』<sup>(9)</sup>이라 할 수 있으며, 이는 마치 經濟學者를 媒介로 한 經濟史와

〈圖 2〉 商品學史와 商品史의 關係



資料：吉田富義，商品學，前掲書，p. 20。

(6) D.A. Wren, *The Evolution of Management Thought*, Ronald Press, 1972, p.3.

(7) R. Seyffert, a. a. O., S. 7.

(8), (9) 吉田富義，商品學——歷史와 本質——，國元書店，東京，昭和53年，p.20.

經濟學史와의 關係와도 같다고 할 수 있다. 이 때 商品史觀이란 그 자체가 별색 商品研究者와 不可分의 관계에 있다고 볼 수 있으며, 또 史觀의 確立이란 해당조 어떤 學派나 潮流의 영향을 받게 마련이기 때문에 이러한 關係를 그림으로 나타내면 가령 앞의 〈圖 2〉와 같아진다고도 할 만하다.

## 2. 商品學의 文獻史的 前史

### 1) 아라비아의 萌芽的 古典時代

文獻史的 視角에서 볼 때 商品學前史로서의 세계 最初이자 세계 最古의 文獻은 멀리 中世(9~12 世紀間)에 아라비아의 商人(貿易商)인 디매쉬키(Ali al-Dimashqi)에 의해 쓰여진 手記인 『商業의 美』<sup>(10)</sup>라는 것이 그 一般論이다. 이 手記는 원래 그 原題가 『商業의 美—— 좋은 商品과 나쁜 商品에 관한 知識과 計謀의 商品偽計에 관한 指針書』<sup>(11)</sup>로 되어 있지만, 보통 『商業의 美』라는 略稱으로 불리워진다. 이 古典을 최초로 學界에 紹介한 功勞者는 아라비아語의 原典을 獨語로 全譯까지 한 뷔데만(E. Wiedemann)<sup>(12)</sup>이다. 그 후 리터(H. Ritter)<sup>(13)</sup>, 펜돌프(B. Penndorf)<sup>(14)</sup>, 라이테러(E. Leitherer)<sup>(15)</sup>, 벨링거(B. Bellinger)<sup>(16)</sup> 등 여러 商學者들에 의해 계속 紹介·研究됨으로써, 『商業의 美』는 결국 세계 최초이자 세계 最古의 文獻인 것이 確認되기에 이른 것이다.<sup>(17)</sup>

그런데 「펜돌프」에 의할 때 「디매쉬키」의 『商業의 美』는 대략 1. 商品學部分, 2. 經濟理論部分, 3. 商業學部分, 4. 教訓的 部分 등 全章 75페이지 4部作으로 構成되고 있으나, 商品學史의 觀點에서의 關心對象은 오직 그 첫째 部分인 『明瞭하게 配列된 商品學(Warenkunde)部分』<sup>(18)</sup>이라는 것이다. 그러나 그 첫 深層研究者인 「뷔데만」은 다른 角度에서 그 내용을 대략 다음과 같은 것으로 集約하고 있다.<sup>(19)</sup> 그 가운데서 ①과 ③, ④의 각기 內容

(10), (11) Ali al-Dimashqi, *Kitab al-ishāra ilā mahāsin al-tijāra wa ma'rifa jayyid al-a'rad wa radi'-ha wagħuš al-mudalisin-fihā.*

(12) E. Wiedemann, *Mineralogisches aus einer arabischen Handels- und Warenlehre, „Beitäge zur Geschichte der Naturwissenschaften XXX.“* 1912, SS. 229~35.

(13) H. Ritter, *Ein arabisches Handbuch der Handelswissenschaft, „Der Islam“*, Bd. VII. Straßburg 1917, SS. 1~91.

(14) B. Penndorf, „Die geschichtliche Entwicklung der Handelswissenschaften bis zum Ende des 19. Jahrhunderts“, *Zur Entwicklung der Betriebswirtschaftslehre, Festgabe für R. Stern*, Berlin-Leipzig-Wien, 1925, S. 8.

(15) E. Leitherer, *Geschichte der handels- und absatzwirtschaftlichen Literatur*, Köln-Opladen, 1961, SS. 44~46.

(16) B. Bellinger, *Geschichte der Betriebswirtschaftslehre*, Stuttgart, 1967, S. 20.

(17) 『商業의 美』에 관한 紹介와 그 研究는 이제까지는 주로 獨逸學者를 中心으로 한 것이었으나, 最近에 日本人 商品學者에 의한 뛰어난 紹介와 研究가 繢出하기 시작하고 있다. 이를테면 다음과 같은 文獻은 바로 그 代表作의 하나로 舉論되어질 만하다. 『風卷義孝, 商品學の誕生, 東洋經濟新報社, 東京, 昭和51年, pp.3~67』.

(18) B. Penndorf, a. a. O., S. 8.

(19) E. Wiedemann, *Aus der arabischen Handels- und Warenlehre von Abu'l Fadl Ga 'far Ibn 'All al Dimashqi, ibid. XXXII. 1913, SS. 35~54.*; Nachdruck, *Aufsätze zur arabischen Wissenschaftsgeschichte*. 2. Bde. Hildesheim/New York 1970, Bd. I. SS. 853~59, Bd. II. SS. 5~24.

이 곳 商品學에 관한 대목이라 할 수 있다.

- ① 財貨의 實體와 富의 稱贊
- ② 貨幣의 成立과 그 識別
- ③ 商品總論——價格·品質·保管과 包裝 등
- ④ 商品各論——寶石·香料·纖維·金屬·食品 등
- ⑤ 財貨取得의 方式
- ⑥ 商人에 대한 一般的 忠告
- ⑦ 商業의 類型 및 그 각각에 대한 助言
- ⑧ 詐欺에 대한 警告
- ⑨ 資產의 保全에 관한 教訓

「디메쉬키」는 ①의 「財貨의 實體와 富의 稱贊」이라는 첫 부분에서 「財貨」(māi)와 「財貨의 實體」(haqiqat al-māi)에 言及하면서, 財貨(財, 財產)를 다음처럼 4가지 類型으로 區分하고 있다.

1. 貨幣(māl al-sāmit): 이는 이른바 「말하지 않는 財貨」(der "stumme" Besitz)로서, 金·銀을 비롯한 그 당시의 모든 鑄貨를 뜻한다.
2. 動產('ard): 이는 狹義의 商品을 意味하며, 그 자체가 使用對象이나 販賣對象이 되는 것으로서 이를테면 寶石·鐵·銅·鉛·木材 등 그 자체나 또는 그것으로서 만들어진 製品을 包含한다.
3. 不動產('aqār): 家屋이나 土地와 같은 일체의 不動產을 뜻하며, 이에는 一般住宅·商店·工場 등의 家屋類(musaqqaf)와, 田畠·果樹園·牧場·山林·河川·水科權 등과 같은 農場類(muzdara')가 있다.
4. 生存物(hayawān): 이른바 「말하지 않는 財貨」라는 表現에 대한 對應語로서 「말하는 財貨」("redenden" Besitz)라 일컬어지는 財貨이다. 이에는 男女의 奴隸와, 牛馬를 筆頭로 한 役用家畜(kurā')과 牧用家畜(māshiya)이 있게 된다.

이상과 같은 區分은 곧 財貨라는 廣義의 商品에 관한 카테고리(Kategorie)를 뜻하게 됨으로써, 이는 곧 商品學史上 최초로 이루어진 商品範疇라 할만하다. 또 여기서 注目할만한 것은 『富라는 것이 곧 바람직한 資質과 高貴한 天性의 表露』<sup>(20)</sup>이기 때문에 이들 財貨를 되도록 豐富하게 所有하게 될 것을 칭찬하는 대목이다. 이 대목을 통해 그 당시 經濟的 實

(20) H. Ritter, a. a. O., S. 66(Ali al-Dimashqi, op. cit., p.48.)

力으로 보아서 世界第一이었던 그 무렵의 아라비아商人들의 氣概가 가히 어떤 것이었는가를 짐작해 볼 수 있다. 즉 이는 희랍·로마時代에만 있어서도 곧잘 精神的·肉體的인 것의 맨 下位에 놓여졌던 財貨, 따라서 商品이자 「富」라는 것을 그 당시의 倫理的인 束縛에서 解放시켜, 제대로의 地位를 附與한 아라비아 經濟思潮의 根本을 엿볼 수 있게 해주는 대목이기도 하다.

「디매쉬키」는 더 나아가서 그 세째部分인 「商品總論」에서는 주로 商品의 價格과 品質, 그리고 그 保管과 包裝에 관해 言及하고 있다. 그는 이 대목에서 여러가지 商品의 取扱, 또는 去來에 있어서의 留意事項으로서 무엇보다도 商品의 價格과 品質을 알아야 한다고 強調한다. 그 前提條件으로서는 첫째, 個別商品의 標準價格의 認識과 商品品質의 識別 및 詐欺漢들의 偽造手法의 判別 등의 必要性을 力說하며, 둘째로 해당분야의 專門家들의 忠告나 助力を 받아들일 것을 勸告하고, 세째로 商品의 損傷이나 變質, 나아가서 商品盜難 防止에 대한 注意도 喚起시키고 있다.

특히 그는 商品의 損傷 내지 變質(또는 盜難)의 防止를 위해서는 무엇보다도 먼저 그 原因을 究明할 것을 권고하고, 그 結果의 處置에 대해 상세한 說明을 하고 있다. 따라서 그 以前의 時點에서 考慮되어야 할 商品의 包裝과 그 保管에 대해 폭넓은 教示를 하고 있는 것은 물론이다. 결국 「商品總論」에 관한 대목은 現代商品學의 觀點에서 본다면 바로 오늘날의 「商品學總論」이나 「一般商品學」에 해당하는 部分이라 할만하다.

그런데 『商業의 美』 가운데서 특히 리터(H. Ritter)가 『이 手記의 가장 큰 部分이며, 또 가장 重要한 대목』<sup>(21)</sup>이라고 까지 評價하는 部分이 곧 네째 대목인 「商品各論」이다. 이 部分은 역시 現代商品學의 觀點에서 볼 때 「商品學 各論」이나 「特殊商品學」에 해당된다고 할 수 있다. 그 內容도 다음의 〈表-1〉에서와 같이 그 당시의 重要商品의 特性이 個別의 으로 叙述되고 있어, 말하자면 商品의 各論의 記述이라 할만하다. 그 記述上의 叙述에 있어서도 전체의 거의 태반을 차지할 정도로 이 手記의 壓卷이 되고 있다.

〈表-1〉에서의 排列順에서도 類推될 수 있듯이 그 各論의 記述에 있어서는 寶石이나 香料와 같은, 당시의 高貴한 貿易商品에 관해서는 상세한 반면, 纖維나 食品 또는 金屬과 같은 其他商品의 경우 매우 간단하다는 사실, 즉 그 당시 아라비아商人들이 取扱한 商品의 量의 關係나 關心度가 주로 어디에 있었는가를 알 수가 있게 되어 있다. 다만 어느 경우든 그 各論의 記述은 주로 商品의 種類, 品質의 良否나 優劣, 그 鑑定方法 등에 焦點이 두어지고 있다는 점이 그 나름대로의 특징이라 할 수 있다. 물론 食品의 경우에는 그 以外에도

(21) H. Ritter, a. a. O., S. 70.

輸送이나 保管上의 留意事項에도 각별한 重點이 놓여져 있기도 하다.

〈表 1〉 「디매쉬키」의 商品各論

〈寶石〉

眞珠・鋼玉・에메랄드・다이아몬드・土耳其石・산호・루비 등

〈香料〉

(芳香) : 膜香・龍腦・丁字・甘松・白檀・사포랑 등

(小藥香) : 大黃 등

(大藥香) : 藍・蘇方・胡椒・乳香・매스틱고무・肉桂・香水 등

〈纖維〉

紙・繩・木綿・羊毛・絹・毛製品・용단・雨衣 등

〈金屬〉

鐵・銅・銅・眞鍮・鉛・錫・水銀 등

〈食品〉

小麥・大麥・穀粉・올리브油・醋・비누・蜜・乾燥果實 등

결국 이 『商業의 美』는 자이펠트(R. Seyffert)의 말마따나 결코 『學問的 取扱(wissenschaftliche Behandlung)』에 속하는 「商品學書」는 아니지만, 商品學前史上 最初이자 最古의 欲진 文獻임엔 틀림없다. 특히 商品學의 對象으로서의 商品을 總論과 各論으로 區分해서 記述한 대목이라든지, 各論의 叙述에 있어서도 그 內容이 恰似 오늘날의 商品辭典이나 商品 핸드북의 基盤을 닮고 있다고 할 정도로 매우 팔목할 만하다. 더구나 重要商品에 관한一般的的 叙述에 이어, 各商品에 관한 教訓的인 啓示나 助言을 덧붙임으로써 이 手記는 바로 그 當時의 아라비아商人을 위한 商品과 商業에 관한 「座右銘의 書」였음과 同時に 現代商品學의 基礎的인 骨格을 形成하고 있다고 까지 할 만하다.

## 2) 이탈리아의 先驅的 文獻時代

中世의 初期(9世紀~12世紀)에 이처럼 『商業의 美』라는, 商品學前史로서 세계最初이자 最古의 手記가 아라비아商人인 「디매쉬키」(Ali al-Dimashqi)에 의해 쓰여졌던 以外에는 그 무렵의 商品學關係의 文獻으로서 오늘날에 이르기까지 각별히 舉論될 만한 것은 아무것도 없다. 다만 그 이후 中世의 後期(12世紀~16世紀)에 들어서면서부터 여러가지 文獻들이 차차 出現하기에 이른다. 그러나 그 모든 것이例外없이 이탈리아에서 나타나며, 또 이탈리아人の 손에 의해서만 쓰여졌다는데에 中世後期의 商品學前史로서의 特色이 있게 된다.

이는 두말할 나위도 없이 中世初期까지의 아라비아가 世界交易의 中心地이자 바로 아라비아商人이 世界經濟를 주름잡던 것처럼, 中世後期의 이탈리아는 아라비아 다음에 이어지는 世界商業의 中心地가 되었으며, 따라서 이탈리아商人이 그 당시의 세계貿易을 주름잡게

되었기 때문이다. 사실 世界史에 있어서의 中世史의 特徵으로서 르네상스(Renaissance)는 이탈리아에서 開花하게 되며, 十字軍에 의한 東西交通이나 科學의 발달을 계기로 하는 그러한 르네상스가 비단 文藝面에서의 復興뿐만 아니라 自然科學의 발전, 基督教的 世界觀의 봉파, 인간의 自己發見, 人間的 世界의 성립 등과 함께 經濟地理的으로 交通을 열며, 國際的인 商品의 實買를 통해 文化를 교환하며, 전파하고, 精神的 革命을 통해서 世界를 변화시키는 중요한 役割도 바로 中世後期의 이탈리아가 도맡았다고 할 수 있다. 그 가운데에서도 그러한 이탈리아商人에 의해 영위된 이탈리아 諸都市, 특히 제노아(Genua), 피렌체(Firenze), 베네치아(Venezia) 등지에서의 商業이야말로 商品學前史에 있어서의 劃期的인 특징이 되고 있기도 하다. 왜냐하면 그러한 都市에서 고유의 商業이나 貿易의 발전과 함께 비로소 外換業이나 銀行業 등이 성립, 크게 번영하였으며, 따라서 商業의 對象인 商品에 관한 文獻이 쓰여지지 않을 수 없었기 때문이다.

그러지 않아도 이탈리아에서 銀行業이나 貿易業의 발달과 함께 세계 최초의 手票나 어음, 또는 複式簿記 등 商去來에 필요한 일체의 商業手段이 발명되기에 이르렀다는 사실은 이미 一般商業史가 가리키는 대로이다. 이처럼 이탈리아가 적어도 17세기 말엽까지도 世界商業의 요람지였었다는 엄연한 사실은 곧 당시의 商業經營과 商品에 관한 여러 가지 知識이나 經驗에 대한 文獻이 반드시 出現해야 한다는 背景을 말해주는 것이기도 하다. 다만 中世에 있어서의 世界商業의 요람지가 이탈리아였으며, 또 商去來 내지 商業經營에 관한 일체의 폭넓은 知識이나 經驗이 이탈리아人 자신에 의해 傳承되어 왔음에도, 그 무렵에 公開된 각종 文獻의 수효는 의외로 미약하였다는 사실을 잊어서는 아니 된다.

各種文獻이 極少하였을 뿐만 아니라 세계商業의 中核地였으면서도 정작 이탈리아에서 商業學이나 商品學이라는 學問 자체가 제대로 發達되지 못하였다는 아이러니컬한 이유는 무엇보다도 이탈리아人们的排他的이며 他人警戒的인 國民性에서 연유한다. 즉 商業과 商品에 관한 일체의 知識이나 經驗은 다만 『父에서 子로, 子에서 孫으로만 繼承되어 나가는 家族의 秘傳』으로서 가족 이외의 그 어떤 他人에게도(설사 同鄉人이라 하더라도) 일체의 口傳이나 傳授가 금지되어 온 無形財의 家寶의 일종이었기 때문이다. 따라서 後述하게 될 몇 가지 手記나 文獻은 『어쩌다가 새어 나간 그 중의 一部』일 뿐, 그 대부분의 경우 『널리 알려지며 가꾸어질 바탕이 전혀 없었던 秘傳』이었다는 것이 그 이유의 하나라 할 수 있다. 하긴 그 어떤 분야의 知識이 萬人에 의해 平等하게 취급되지 못하고 어느 限定된 世界에서만 간직될 때 전혀 學問으로서 發達할 餘裕가 없어지는 것은 너무도 당연한 일일 수 밖에 없다.

어쨌든 이탈리아인의 손에 의한 최초의 文獻은 레펠홀츠(J. Löffelholz)에 따를 때<sup>(22)</sup> 1202년에 쓰여진 피사노(L.F. Pisano)의 手記『Liber abaci』<sup>(23)</sup>라는 것이다. 이 手記는 이탈리아에서의 최초의 商品學關係의 文獻임과 동시에 세계에 있어서의 商業經營學, 따라서 오늘날의 經營經濟學의 最初·最古의 文獻이기도 하다. 오히려 염밀한 意味에서는 商品學關係라기 보다 純全한 商業經營學關係의 文獻이라는 表現이 지당할 만큼, 그 內容은 商業經營에 있어서의 計算政策에 焦點이 놓여진 종류의 것이기도 하다.<sup>(24)</sup> 그도 그럴 것이 「피사노」 자신이 그 당시 中世에 있어서의 著名한 數學者였으며, 또 그가 여기서 처음으로 아라비아數學에 의한 計算方法을 導入함으로써 더욱 유명해졌기 때문이다.

그러나 이 手記의 商品學前史的인 觀點에서의 意義는 그다지 크지는 못하다. 다만 輸入商品 對 輸出商品의 對替計算時나 商品別 重量의 換算時에 있어서의 個別商品에 관한 說明部分이 商品學史上 그런대로의 關心을 불러 일으키는 對象이라 할만하다. 왜냐하면 이 때만 하더라도 이탈리아는 주로 木材나 武器, 農產物 등을 輸出하고, 그 「바터」貿易商品으로서 高級織物이나 香料, 教會用品 등을 輸入하고 있었으므로 그때 마다의 商品別 特性의 說明없이는 제대로의 對替計算이나 換算이 순조롭지 못했기 때문이다.

이탈리아에 있어서의 商品學前史를 장식하는 두번째 文獻은 1494年에 出版된 파치올리(L. Pacioli)의 『算術, 幾何, 比例 및 比率要論』<sup>(25)</sup>이다. 이제까지의 古典들이 한결 같이 純粹 손으로 쓰여진 手記였으나, 이 文獻은 최초의 活字本이란는데 그 첫째의 意義가 있게 된다. 두번째 意義는 이 文獻이 세계에서 처음으로 複式簿記에 관한 내용을 담았다는 데서 비롯된다.

원래 카톨릭의 修道士였던 「파치올리」도 「피사노」의 경우처럼 처음에는 數學者였다. 그러나가 후에 페르기아(Perugia) 大學과 로마(Roma)大學에서 教壇에 서는 商學者가 되기도 하였다. 그 뿐만 아니라 哲學과 美術에도 造詣가 깊은 多才多能한 사람이기도 하였다. —

(22) J. Löffelholz, *Geschichte der Betriebswirtschaft und der Betriebswirtschaftslehre*, Stuttgart 1935, S. 121f.

(23) Leonardo Fibonacci Pisano (d. h. Leonardo, filio Bonaci, di Pisano), *Liber abaci, Der Große Brockhaus*, Wiesbaden 1955, 7. Band, S. 184.

(24) 좀발트(W. Sombart)는 피사노(L.F. Pisano)의 『Liber abaci』를 높이 評價, 『이 手記가 쓰여진 1202年은 곧 現代資本主義(moderner Kapitalismus) 탄생의 해로 간주하고 싶다』고 까지 찬양하고 있을 정도이다. (W. Sombart, *Kapitalismus*, 1. Auflage, 1. Band, Leipzig, 1902, S. 392. (Die Genesis des Kapitalismus))

(25) Luch Pacioli, *Summa de Arithmetica Geometria Proportioni et Proportionalita*, 1494: Übersetzt von Balduin PENNDORF im II. Band der „Quellen und Studien zur Geschichte der Betriebswirtschaftslehre“, Stuttgart 1933; mit einer Einleitung: Die italienische Buchhaltung im 14. und 15. Jahrhundert und PACIOLIS Leben und Werk.

例如 當代의 藝術家 다빈치(Leonardo da Vinci)와는 親交를 맺는 사이이기조차 하였다.<sup>(26)</sup>

그러한 관계로 그의 책은 역시 「피사노」의 경우와 같이 大部分 商業經營에 관한 것이었으나, 그 說明에 있어서는 到處에서 藝術的이며 哲學的인 見地에서의 描寫도 잊지 않고 있다. 全章 36節部分으로 構成된 이 文獻은 대체로 商業經營에 있어서의 商品去來上 記帳이나 簿記·會計 등에 관한 내용이 압도적이다. 그러나 그 外에도 銀行(19節), 交換(20節), 어음(24節) 등 銀行과 貿易에 관한 대목도 幅넓게 실려 있어, 말하자면 이 文獻이 야말로 세계最初의 綜合的인 商業經營에 관한 入門書라고 할만하다. 다만 商品學의 觀點에서의 關心部分은 그 16節을 장식하는 「商品」欄이며, 여기서 주로 商人으로서의 「보다 나은 利潤」의 追求對象商品과 그 去來에 관한 대목을 說明하고 있어 印象的이다.<sup>(27)</sup>

그렇지 않아도 그 당시 이탈리아商人들의 「보다 나은 利潤」의 追求對象은 주로 東洋에서의 輸入商品이었으며, 그 가운데에서도 비단이나 級織物, 香料 등 사치품이 압도적이었다. 이는 같은 구라파商人이면서도 北歐商人들의 경우 주로 그 地方에서 產出·製造되는 日常必須品의 取扱이 압도적이었던 것과는 매우 對照的이다. 이것은 바로 南歐에서는 價格體系가 되도록 不分明한 商品의 交易에서 보다 나은 利潤이追求될 수 있었고(反面 北歐에서는 거의 單一價格體系가 바탕이 된 商品取扱에 의한 正常利潤의追求), 따라서 이탈리아에서는 그러한 방법에 대해서 주로 당시의 商品知識에 관한 教訓書나 入門書가 示唆하는 바 커 었다는 證據나 마찬가지이다.

피사노(L.F. Pisano)와 파치올리(L. Pacioli)에 이어 세번째로 舉論될만한 文獻은 1638年에 출판된 페리(G.D. Peri)의 『商人學』<sup>(28)</sup>이다. 이는 그 題目에서도 알 수 있듯이 商業經營에 있어서 『商人이 갖추어야 하며, 또 반드시 알아 두어야 할 온갖 것』<sup>(29)</sup>을 包括한, 그 당시로서는 商人必須의 教本이었다는 것이다. 「페리」는 『원래부터 商業經營에 관한 道德的·倫理的이며 法律的인 專門知識을 갖고 있는 데다가, 오랜 歲月에 걸친 實際的인 商業經營의 經驗을 통해서 이 文獻을 著述』<sup>(30)</sup>하였기 때문에 이 文獻이 야말로 『이탈리아商業의 全盛期를 장식하는, 이탈리아人 자신에 의해 쓰여진 商業經營學의 代表作의 하나』<sup>(31)</sup>임에 틀림 없다.

(26) E. Sundhoff, 300 Jahre Handelswissenschaft, Schriften zur Handelsforschung, No. 60, Otto Schwartz & Co., Göttiugen, 1979, S. 21.

(27) B. Penndorf, a. a. O., S.61(「파치올리」와 그의 著書에 관한 比較的 상세한 說明은 J. Löffelholz, a. a. O., S. 121 f. 參照.)

(28) Giovanni Domenico Peni, *Il Negotiante*, Genua, 1638.

(29) B. Bellinger, a. a. O., S. 31.

(30) E. Weber, *Literaturgeschichte der Handelsbetriebslehre*, Tübingen, 1914.

(31) E. Sundhoff, a. a. O., SS. 23~24.

따라서 「페리」의 『商人學』은 「파사노」나 「파치올리」와 같은 先驅者들이 주로 商業經營에 있어서의 商業計算이나 商業簿記에 그 比重을 두었던 것과는 달리, 商業經營에 관한一般的事項뿐만 아니라 經濟地理와 度量衡制度, 더 나아가서는 各種商法上의 問題에까지도 幅넓은 言及이 미치고 있다는 사실이 括目할만하다. 따라서 이 文獻은 이탈리아에 있어서의當時의 「商人教本」의 典型이나 다름이 없다. 다만 商品學史的인 觀點에서는 國際商品去來에 있어서의 몇가지 重要商品에 관한 描寫와 商品의 度量衡問題에 관한 言及部分만이 그런대로 돋보일 따름이다.

이를테면 國際貿易에 있어서 北歐로부터의 輸入商品과 北歐으로의 輸出商品(주로 東洋에서 輸入되어 다시 北歐 내지 西歐로 再輸出되는商品) 등에 관한 知識과 去來要領 등이 그一例라 할 수 있다. 사실 구라파에 있어서의 中世後期의 國際商業의 中心地는 南歐에 있어서는 이탈리아를 中心으로 한 地中海商業圈이었으나, 北歐에 있어서는 독일의 한자(Hansa)商業圈이었었기 때문에, 이 兩商圈間의 國際交易이 빈번하였다. 따라서 이탈리아商人으로서는 「한자」商圈에서 轉賣되어 오는 輸入商品들, 이를테면 毛皮, 蠟類, 蜂蜜, 鹽, 羊毛, 木材, 穀物 등의 中世의in 各種商品과, 東洋에서 地中海商圈으로 들어 오는 再輸出商品, 이를테면 香料, 胡椒, 貴金屬, 寶石, 象牙, 雪糖, 絹織物, 綿花, 藥品 등의 오리엔트의in 諸商品에 관한 여러가지 知識은 반드시 갖추어야 할 「商人學」의 하나이기도 했었다.

어쨌든 商品學前史에 있어 적어도 이탈리아에서는 商品學關係의 文獻이라면 이상 3가지文獻들이 舉論되기가 一般的이다. 물론 그 외에도 페글로티(F.B. Pegolotti), 만조니(D. Manzoni), 코트루글리(B. Cotrugli) 등에 의한 文獻들이 더 없는 것은 아니다. 그러나 그 가운데에서도 商業經營學史的(따라서 商品學史的)인 觀點에서 取扱되며 舉論될 만한 것은 아무래도 이상 3者와 그들의 文獻이라는 것이 오늘날의 一般論이다. <sup>(32)</sup>

## 第 2 章 現代商品學의 發達과 展望(現代商品學史)

### 1. 經營學의 商品學으로서의 發達

#### 1) 商業經營學으로서의 商品學時代

##### (1) 사바리(J. Savary)와 『完全한 商人』

오늘날 대부분의 經營學家들에 있어서는 現代經營學의 文獻史의 始發點이라면 한결같이 16世紀後半에서 찾고자 하는 傾向만은 共通의이다. 즉 프랑스人 사바리(J. Savary)에 의

(32) E. Sundhoff, a. a. O., S. 24.

해 著述된 『完全한 商人』<sup>(33)</sup>이 처음으로 出版되었던 무렵(1675年)이라는 것이 대략 文獻史的 經營學史에 있어서의 一般論이다. 그것은 이 著述이 약말로 오늘날의 經營學(經營經濟學)의 前身인 商業學(商業經營學)에 관한 최초의 학술적인 文獻이었기 때문이다.

따라서 엄밀한 意味에 있어서의 商品學의 文獻史의 始發點은 이 文獻에서 緣由되어야 할 것은 물론이다. 더구나 그것은 현대의 商品學 자체가 거듭 強調되어 온 것처럼 그 學問的 體系에 있어 商業學(商業經營學)의 部分領域(따라서 經營學의 構成領域)으로서 간주되는 까닭에서이다. 다만 現代商品學의 範疇가 어디까지나 이론바 經營學의 商品學에서 찾아져야 한다는前提임은 두말할 나위도 없다.

그런데 원래 商業學의 歷史(엄밀하게는 經營學의 역사)를 어디서부터 찾아야 할 것인가는 商業學(따라서 經營學) 자체의 成立問題와 관련을 갖는 難題로서 論者와 觀點에 따라 제각기 相異하며 그 어떤 통일된 견해는 없다. 그러나 거의 모든 部門의 研究가 그렇듯이 經營에 관한 研究도 해당초 實際의 要求에서 그 發端을 보게 되었다고 할 수 있다. 더구나 經營처럼 역사적으로도 日常의 實踐과 깊이 관련을 갖는 部門의 研究일수록 더욱 그러하다. 따라서 經營의 가장 오래된 형태의 商業經營에 관한 研究 역시 商業의 發生과 同時에 그始作을 보게 되었다고 봄이 옳다.

그렇다면 『經營은 人間과 더불어 오래다』<sup>(34)</sup>거나 『經濟活動이 營爲되는 곳에는 반드시 經營이 있게 마련』<sup>(35)</sup>일 것이기에 商業經營의 歷史는 人類와 더불어 오래며, 商業經營에 관한 연구도 商業經營의 歷史와 더불어 그렇게 오래다고 할 수 밖에 없어진다. 그러나 이러한 無限定의 의미에서의 經營의 起源, 따라서 商業의 起源을 問題視하는 것은 一般文化史의 관점이나 經營史의(내지 商業經營史의) 관점에서는 타당할지 모르나, 經營學의 기초로서의 經營學史의 관점에서는 전혀 아무런 의미도 지니지 못한다. 왜냐하면, 經營學史는 차이펠트(R. Seyffert)의 말마따나 어디까지나 『經濟經濟에 관한 理論(學問)의 歷史지 經營 자체에 관한 經濟史(經營史)는 아니기 때문』<sup>(36)</sup>이다. 다시 말해서 商業(經營)에 관한 研究란 商業史(또는 商業經營史, 따라서 一般經營史)의 의미이며 商業(經營)學에 관한 歷史的研究, 따라서 商業(經營)學史를 뜻하는 것은 아니기 때문이다.

그러한 의미에서 비록 實제적인 요구에서 그 發端을 보게 된 經營에 관한 研究가 人類와 더불어 오래며, 또 經營의 가장 오래된 형태가 商業經營이라 하더라도(때문에 그러한 商業에 관한 연구가 商業의 發生과 동시에 그 시작을 보게 되었다고 하더라도) 그것은 어디까지나 商業 자체에 관한 연구일 뿐 商業에 관한 學問, 즉 商業學에 관한 研究는 앞에서의 叙述에서처럼 17世紀에야 비로소 그 發端을 보게 되었다고 할 수 있다. 왜냐하면 적어도 文獻史的 觀點에서는 사바리(J. Savary)의 『完全한 商人』(1675年)에 의해서 經營學의 前身인 商業學이 처음으로 이론적인 바탕 위에서 학문적으로 體系化될 수 있게 되었다고 믿어지기 때문이다. 바로 여기에 이론바 文獻史的 經營學史, 따라서 文獻史의 商業學史(더 나아가서 文獻史의 商品學史)가 그始發點을 16世紀 後半에서 찾고자 하는 理由가 있게 된다.<sup>(37)</sup>

(33) J. Savary, *Le Parfait negociant*, Paris, 1675.

(34) D. A. Wren, *The Evolution of Management Thought*, Ronald Press, 1972, p. 3.

(35) R. Seyffert, *Über Begriff, Aufgaben und Entwicklung der BWL*, a. a. O., S. 7.

(36) R. Seyffert, a. a. O., S. 31.

(37) 물론 經營의 가장 오랜 형태는 아마도 農業經營일 것이므로 經營學의 起源이 農業經營學에서 찾을 수도 있겠으나, 經營學의 고유의 基盤은 아무래도 對自然關係를 주로 하는 農業經營보

이처럼 現代의 經營史學家들이 『完全한 商人』이 처음으로 출판되었을 때 (1675年)부터를 文獻史的 始發點으로 보게 되는 것은 經營學前史(따라서 商業學前史이자 商品學前史)를 形成하는 이제까지의 그 많은 文獻들, 이를테면 아라비아의 萌芽的 古典時代를 代表하는 디 매쉬키 (Ali al-Dimashqi)의 『商業의 美』를 비롯해서 이탈리아의 先驅的 文獻時代를 장식하는 피사노 (L.F. Pisano), 파치올리 (L. Pacioli), 페리 (G.D. Peri) 등 一連의 著述들은 무엇보다도 자이펠트 (R. Seyffert)의 말마따나 한결같이 『素材의 취급이 소홀하여 어느局面에 만 치중한 非體系的인 것이기 때문에 學術的 取扱(wissenschaftliche Behandlung)이라고 일컬기가 곤란』<sup>(38)</sup> 하기 때문이다. 따라서, 『商業經營의 모든局面이 秩序整然하게 論述되었을 때 비로소 學術的 取扱이라 일컬어질 수 있다』<sup>(39)</sup>는 뜻에서는 곧 사바리 (1622~1690)의 業績이 이에 해당된다고 간주되는 것이다. 바로 여기에서 자이펠트와 사바리의 『完全한 商人』이 출판된 해 (1675년)를 일부러 그의 文獻史的 經營學史의 始發點으로 보고, 이때부터 그가 時代區分하는 소위 「體系的인 商業學時代(Die Zeit der systematischen Handlungswissenschaft)」<sup>(40)</sup>가 시작된다고 보게 되는 理由도 있게 되는 것이다.

그렇지 않아도 商業學이 「자이펠트」가 前史時代로 못박는 단순한 『去來技術的이거나 計算技術的인 指導書時代』의 성격의 것이 아니라, 적어도 「學術的인 取扱」의 의미에서의 學問이기 위해서는 비록 유치한 初期의 형태의 것이라 할지라도 무엇보다도 먼저 商業經營에 필요한 知識이나 經驗의 集大成으로서의 自然發生的인 商人學, 다시 말해서 商業經營의 主體論으로서의 형태를 갖추어야 하며, 또 商業經營의 對象論 내지 客體論으로서의 商品學의 형태도 갖추어야 할 뿐만 아니라, 商去來學(Handlungswissenschaft)으로서의 去來方法論이나 行動論 내지 計劃論의 형태를 갖추어야 함이 원칙이다. 더 나아가서 商業經營이 行해지는 「內外의場」, 즉 市場學으로서의 市場構造論의 형태도 갖추어야 할 것은 물론 기타 交通論 · 通信論 · 記帳計算論 · 貨幣論 · 度量衡論 등으로서의 갖가지 형태도 이울려 갖추어야 學問으로서의 商業學이 비로소 云云되어지는 바탕이 생겨난다고 할 수 있다. 요컨대 오늘날 商業經營의 主體論 · 方法論 · 行動論 · 對象論 등을 중심으로 한 마이크로的인 관점에서 우선 商業經營學(Handelsbetriebslehre)이 성립하며, 그 후에 商業經營의 對象論이나 「商業의 場」을 문제로 하는 市場論이나 交通論 등을 중심으로 한 매크로의인 관점에서 商業經濟學(Handelswirtschaftslehre)이 성립하게 되었다고 보는 견해가 압도적이지만, 어

나도 對人的 · 對社會的 關係를 기초로 하는 商業經營에 있다고 봄이 옳을 것이기 때문에 經營學의 歷史는 商業經營學(내지 商業學)이 처음으로 학문으로서 集大成된 中世(17세기)를 그 기원으로 한다고 보아야 지당할 것이다.

(38), (39) R. Seyffert, a. a. O., S. 36.

(40) R. Seyffert, a. a. O., S. 34.

했든 비록 이러한 商業經營學과 商業經濟學의 初期的 混合形態의 典型이라 하더라도 사바리의『完全한 商人』이야말로 「하나의 學問」(eine Wissenschaft)으로서 최초로 체계화된 商業學의 嘴矢라고 간주됨이 일반적이다.

이토록 사바리(J. Savary)의『完全한 商人』(*Le parfait négociant*)이 經營學史上 최초의 經營學關係文獻으로서 그 비중이 막중한 것은 이 문헌으로 인해 商業學 자체가 처음으로 學問의으로 體系化될 계기가 되었을 뿐만 아니라 애씨 차이펠트가 그의 經營學史的 時代區分에 있어 經營學前史(早期) 시대와 그 이후의 體系化時代와의 境界的 基準으로 삼을 정도로 그렇게 劃期的이며, 또 방대한 업적의 集大成이었다는 이유에서이다. 즉 全2卷으로 구성된 이 文獻은 그 第1卷만 하더라도 大版 2段組 561페이지(獨譯本 848페이지)에 이르는 大著로서 지금으로부터 거의 300餘年前에 출판되었다는 사실조차 믿어지지 않을 정도의 巨作이기 때문이다. 그러기에 그 初版이 1675年에 출판되어 마지막으로 11版이 1757年에 계속되기까지 獨語·네덜란드語·英語·이탈리아語 등 각국어로 무려 數百萬部가 번역·출판되었다는 사실에서도 그 經營學史에 있어서의 文獻史的 研究上의 비중을 짐작하고도 남음이 있게 하고 있다.

어쨌든 사바리의『完全한 商人』은 한마디로 표현해서 經營主體를 취급하는 商人論이자 企業形態論이며, 經營客體를 취급하는 商品論이자 經營環境을 문제로 삼는 市場論이며, 또 顧客이나 商人間 및 메이커와의 商去來論이자 販賣나 購買의 經營政策을 가리키는 商業經營論이기도 하며, 더 나아가서는 中近東·아프리카·아메리카·北海·西海에 이르기까지의 商品事情이나 기타 필요한 일체의 商業事情을 설명하는 貿易論이며, 外換論이자 貨幣, 度量衡, 商慣習, 交通·輸送·保管의 關係, 關稅問題까지도 해명하는 商業百科辭典이라 할 수 있다. 그 뿐만 아니라 어느 면에서는 大量生產을 취급하는 최초의 工業經營書이기도 하다. 다만 사바리 자신이 博識家이긴 하되 學者가 아니라 官吏이기 때문에<sup>(41)</sup> 그 방법론이나 체계에 있어서는 어느 정도의 유치함을 면치 못하며, 특히 『本書의 모든 문제의 출발점은 商人 그 자체와 그 활동이며, 일체의 것의 運營의 중심은 客觀化된 經營이 아니라 人

(41) 원래 사바리는 「파리」의 어느 辯護士 밑에서 수업하던 法律助手가 그 시작이며, 그 후 織物都賣商을 自營함으로써 일약 巨富가 되어, 그 過程에서 商業學 및 商人學에 관한 폭넓은 지식을 얻게 되었다. 그 당시의 벼락부자가 된 商人們이 그렇듯이 그도 官界로 전향하여 루이 14세의 王室直通의 高位官吏가 되었으며, 그 후 重商主義者인 콜베르(Colbert)의 協力者가 됨으로써 프랑스 최초의 商法典의 草案作成者로 유명하다. 그의 影響下에서 작성된 1673年の『商業條例』(*Ordinance de Commerce*), 즉 이른바『사바리 法典』(*Code Savary*)과 그의 建議書, 講演, 論說 등을 모아 통일된 체계로 公刊된 책이 바로『完全한 商人』이라 할 수 있다. 따라서 그 책의 대부분이 商人과 商業經營에 관한 대목인데도 그 외에 약 35%의 該當部分이 유독 商法에 관한 대목으로 차지되고 있다는 점이 그가 주로 法律을 담당하던 官吏라는 사실의 端的인 표현이라 할 수 있다.

格』<sup>(42)</sup>인 점에 그 시대에 있어서의 歷史的 限界를 느끼게 한다. 왜냐하면 重商主義라는 이름으로 특징지워지던 그 당시만 하더라도 科學思想이 유치하여 아직도 社會科學이 그 萌芽 조차 착트지 못한 時代 탓으로 商業學이나 商業經營學이라는 학문적 명칭이 정식으로 성립되지 못한 때였으므로 당시의 經濟는 商業, 특히 外國貿易에 집중적으로 표현되며, 바로 商人이 經濟人の 대표였었기 때문이다. 따라서 사바리의著書는 문자 그대로「商人論」이 그 核心이 되고 있다고 할 수 있다.

비록 그렇다고 하더라도 사바리의『完全한 商人』으로 말미암아 비로소 商業學이 처음으로 體系化될 바탕이 생겨났었다는 의미에서는 經營學史上 획기적인 업적으로 평가되어야 마땅한 것이다. 따라서 商業學이자 곧 經營學의 部分領域을 形成하는 商品學의 立場에서도 이 文獻이 商品學史의 始發點으로 간주되어야 할 것도 물론이다. 다만 크게 2部作으로 나누어진 이 大著는 대충 그 큰 目次만 간추려 봐도 다음처럼 그 取扱內容의 廣範함을 짐작할 수가 있되, 진작 商業의 客體로서의 商品 자체의 說明이나 商品學 자체에 관한 叙述이 다른 部分에 比해 매우 極少하다는 것이 商品學의 觀點에서의 아쉬움이라 할만하다.

「사바리」의『完全한 商人』가운데서 商品學史의 興味의 對象이 되는 것은 주로 第2部의 第2編(外國貿易論)이다. 여기서 그는 地中海沿岸國을 중심으로 한 歐州諸國과 그들의 海外植民地에 관한 商業事情·貿易事情 등을 記述하고, 프랑스와의 輸出入商品, 貿易의 主要經路, 主要貿易港의 商業地理, 輸出入關稅, 度量衡과 通貨 등에 관해 자세하게 言及하고 있다. 이처럼 여러 나라의 商業地理的 條件이나 商業事情을 記述하면서, 該當國과의 輸出入商品事情에 言及하고 있다는 것은 무엇보다도 商品學의 學問的前提가 되는 바로「商品知識」을 위한 하나의 傳達形式이 되기도 하는 것이다.

그 외에도 「사바리」는 第1部 第2編과 第3編에서 商業使用人の 守則에 관해 言及하면

〈表 2〉『完全한 商人』의 主要目次

- |     |                                       |
|-----|---------------------------------------|
| 第1部 | 第1編：序論(商業·商業學의 必要性, 問題의 提起, 本書의 構成 등) |
|     | 第2編：商業經營·制度論(商業使用人, 度量衡·商品規格 등)       |
|     | 第3編：手數料商人論과 어음論(商業使用人守則, 어음 取扱 등)     |
|     | 第4編：獨立商人論(小賣商人과 小賣業經營, 小賣商人守則 등)      |
| 第2部 | 第1編：都賣商人論(都賣商人과 都賣業經營, 製造業經營 등)       |
|     | 第2編：外國貿易論(外國商業事情, 貿易事情 등)             |
|     | 第3編：仲介商人論(仲介商·代理商과 그 業務 등)            |
|     | 第4編：破產法論(財產分割, 破產時의 商法的 事項 등)         |
|     | 第5編：補償論(第2編의 补充)                      |

(42) J. Löffelholz, a.a.O., S. 228.

서 내·外國의 중요한 度量衡과 商品規格, 특히 纖維商品을 實例로 한 規格이나 色彩의 說明, 더 나아가서 商業使用人이 다해야 할 일 가운데서 商品의 包裝法과 貯藏法 등을 叙述하고 있다. 즉 商品을 어떻게 하면 效率的으로 包裝할 수 있으며, 또 保管할 수 있는가를 가리키고 있으나, 이는 말하자면 최초의 商品包裝論이라 할 수 있다. 다만 이러한 一連의 商品學의 叙述은 現代的인 意味에서의 「商品學」이라는 獨立科學的 觀點에서 行해진 것이 아니라, 어디까지나 당시의 「商業學」이라는 包括的인 範疇속에서 行해져 왔다는 데에 그 特色이 있게 된다. 바로 여기에 現代商品學의 主流가 구태여 商業學의(따라서 經營學의) 商品學이라 일컬어져야 할 緣由도 있게 되는 것이다.

「사바리」의 이러한 商品學의 業績은 그 후 그의 두 아들에 의해 더욱 빛을 보게 되었다고 할만하다. 왜냐하면 그의 業績은 그의 아들들에 의해 承繼되어, 보다 세로운 형태의 著述物로 再編輯되었기 때문이다. 즉 辭典式으로 그 記述形式을 바꾸어 『商業百科辭典』<sup>(43)</sup>이라는 이름으로 再編著된 「사바리」의 後續打는 商品學史의 式으로 볼 때 차라리 商品學의 文獻에 가깝다고 할 수 있다.

全2卷으로 小項目主義를 택한 約 2,000페이지의 이 辭典은 商業關係의 術語나 商業地理의 内容과 함께 상당한 部分을 商品의 解說項으로 割當하고 있어, 당시로서는 商品知識의 普及에 상당한 貢獻을 했으리라 믿어지고 있다. 더구나增版을 거듭할수록 商品項目과 그 内容이 더 한층增補되어 갔다. 특히 그 壓卷은 約70페이지에 걸친, 프랑스의 마르세이유(Marseille)에 있어서의 重要輸入商品에 관한, 約 360品目의 解說表와 함께 諸般商業狀況을 記述하고 있는 部分이다.<sup>(44)</sup>

이 部分에서는 각商品마다 ① 品質의 說明, ② 用途, ③ 積港地, ④ 海送·陸送의 區別, ⑤ 原材料·加工品의 區別, ⑥ 年間去來量, ⑦ 單價, ⑧ 消費地 등 8個項目에 걸쳐 상세히 說明되고 있다. 특히 木材나 皮革, 그리고 綿·絹·麻 등의 纖維商品의 경우에는 그 각기의 重要產地別 特色까지 곁들여지고 있다. 後日 이 辭典을 모방해서 루더비치(C.G. Ludovici)가 독일에서 보다 格調높은 『商人辭典』<sup>(45)</sup>으로 탈바꿈시킨 사실만 보아도 「사바리」의 『完全한 商人』과 그 아들들의 後續打가 지니는 文獻史的 意義는 감히 짐작되고도 남음이 있을 것이다.

(43) Jacques Savary des Bruslons & Philemon-Louis Savary, *Dictionnaire Universel de Commerce*, Paris, 1723~1730. (2. Aufl, in 5 Bd., Kopenhagen, 1759~65)

(44) Jacques Savary des Bruslons & Philemon-Louis Savary, op. cit., "etat general de toutes les merchant dises", pp. 140~210.

(45) C.G. Ludovici, *Kaufmannslexikon*, Leipzig, 1752~1756.

그런데 中世에 있어서의 世界商業의 優良지가 이탈리아였으며, 또 商去來 내지 商業經營에 관한 일체의 폭넓은 知識이나 經驗이 이탈리아인에 의해 傳承되어 왔음에도, 전자 學問으로서는 하필 사바리라는 프랑스人에 의해 체계화되기에 이르렀다는 아이디어니컬한 이유는 첫째로, 이탈리아인들의 排他的이며 他人警戒的인 國民性에서 연유한다. 즉, 商業과 그 經營에 관한 일체의 知識이나 經驗은 다만『父에서 子로, 子에서 孫으로만 繼承되어 나가는 家族의 秘傳』으로서 가족 이외의 그 어떤 他人에게도(설사 同鄉人이라 하더라도) 일체의 口傳이나 傳授가 금지되어 온 無形財의 家寶의 일종이어서, 앞서 例舉된 피사노(L.F. Pisano)의 手記나 파치올리(Luca Pacioli)의 活字本 등은 『어찌다가 새어 나간 그 종의 一部』일 뿐, 그 대부분의 경우 『널리 알려지며 가꾸어질 바탕이 전혀 없었던 秘傳』이 있었다는 것이 그 이유의 하나라 할 수 있다.

또 그 외의 이유로는 中世의 이탈리아를 중심으로 한 地中海商圈이 콜베르(Colbert) 등의 重商主義派의 대두와 더불어 점차 프랑스·스페인·포르투갈·네덜란드 등을 중심으로 한 大西洋商圈으로 移延하게 된 사실을 지적할 수도 있다. 즉 世界商業의 中核地 자체가 이탈리아를 중심으로 한 地中海地域에서 점차 프랑스를 중심으로 한 大西洋地域으로 옮겨진 것이 그 두번째 理由라고도 할 수 있다. 그렇지 않아도 준트호프(E. Sundhoff)가 『르네상스는 이탈리아人으로 하여금 유럽의 商業學教師格으로 浮上시켰지만, 重商主義와 더불어 大西洋諸國歷史의 前面에 浮刻됨으로써 그 任務는 長期을 보게 되었으며, 특히 프랑스에게는 世界의 商業強國일 수 있는 기회가 주어졌다』<sup>(46)</sup>고 지적하는 대로, 이탈리아에서의 傳統的 商業經營이 時代의 變遷에 따라 그대로 프랑스로 옮겨졌을 뿐만 아니라 프랑스에서의 集約的인 去來方法의 증대와 殖民地所得의 증가와 함께 商業經營의 규모 자체가 產業的大規模經營으로 變貌하기까지에 이른 것이다.

따라서 이탈리아인과는 달리 開放的이며 進取的인 프랑스人에 의해 그러한 大規模商業經營을 바탕으로 한 商業學이 學問으로서 처음으로 체계화되었다는 사실은 그 자체가 별씨 事必歸正의 인 사실일 수밖에 없다. 그러한 의미에서도 한마디로 표현해서 사바리야말로 세로운 時代의 先覺者로서 이탈리아의 商業學을 계승한 것 뿐만 아니라, 그 集大成者이자 商業經營學(따라서 商品學)에의 展開者이며, 또 自己의 풍부한 經驗에 따른 획기적인 大著의 著者로서 商業經營學의 발달의 頂點에 서게 된 貢獻者라 할 수 있다. 다만 사바리의 『完全한 商人』 이후 겨우 그의 아들에 의해 再編輯·公刊된 앞서의 『商業百科辭典』 이외에는 오래도록 프랑스人에 의한 단 한권의 後續打도 이어짐이 없었다는 神奇한 사실을 제외하고는<sup>(47)</sup> 사바리 자신이 어떠한 의미에서도 文獻史의 商品學史上 친밀히 빛나는 劃期의 인 存在인 것만은 확실하다.

비록 프랑스에서만은 사바리 이후 프랑스人에 의한 後續打도의 업적이 今世紀初에 이르기까지 全無했다고는 하더라도 그의 『完全한 商人』이 그대로 계승되어 오래도록 『모든 著述의 源泉(Quelle)이며 模範(Vorbild)』<sup>(48)</sup>이 된 나라가 바로 오늘의 經營學이자 商品學의 총본산인 獨逸이다. 다시 말해서 사바리에 의해 '비로소 獨逸經營學이 開花되기 시작하며, 또 그의 著書에 의해 비로소 獨逸經營學의 獨자적인 체계를 갖출 바탕이 마련되기에 이르는 것이다. 따라서 사바리의 『完全한 商人』이 獨일經營學(결국 商品學)에 미친 영향은 실로 절대적이라는 표현을 빌어야 할 만큼 그렇게 막중하며, 그러기에 자이펠트조차 『사바리의 著書는 오래도록 獨일에 있어서의 最高位에 속하는, 그나마 유일한 專門書籍이 있었다』<sup>(49)</sup>고 喝破하지 않을 수 없을 정도이다.

(46) E. Sundhoff, "Jacques Savary und seine Bedeutung für die BWI," Betriebswirtschaftlichen Forschung und Praxis, Jg. 8. 1956, S. 203.

(47) 다만 사바리 以後 거의 250年後에 프랑스人 鐵山技師 페이욜(H. Fayol)에 의해 經營管理論에 관한 最初의 文獻인 『產業 및 一般의 管理』(Administration Industrielle et Generale, 1916)가 出版되기까지.

(48), (49) R. Seyffert, a.a.O., S. 37.

이처럼 사바리에 의한 업적이 당시의 商業學(따라서 오늘의 商品學)의 先進國이었던 프랑스에서가 아니라 당시의 商業學(따라서 오늘의 商品學)의 後進國이었던 독일에서 繼承된 이유는 이탈리아인의 國民性이 排他的이며 他人警戒의였던 것과는 달리 프랑스인의 氣質이 너무도 進取的・開放的인 탓으로 『새로운 것에는 넘죽 달려들기를 좋아하지만 오래 가지 않는 習性』과 맞먹었기 때문이다. 그러기에 프랑스가 오늘날 온갖 의미에서의 世界의 「流行」의 中心地가 되어야 했던 까닭이 바로 여기에 있게 되는 것이지만, 그러한 프랑스인의 氣質과는 달리 독일人们的 그것은 『새로운 것에 넘죽 달려드는 習性은 아니되 일단 달려들었다면 자기 것으로 만들어 버려야 속시원해 하는 習性』로 사바리의 業績이 독일에서 그토록 오래 독일人 자신의 「源泉」이자 「模範」으로 군림하게 된 것이라 할 수 있다.

물론 그 이외에도 독일에서는 商業學에서 점차 經營學으로의 轉化가 시도되어 마침내 商業經營學이 工業經營學의 대두와 함께 經營經濟學으로 비약적인 발달을 이루게 된 데에 반해, 프랑스에서는 英國의 경우와 마찬가지로 商業學이 經營學으로 발전하지 않고 도리어 經濟學으로의 轉身이 시도되어 마침내 經營學이 經濟學으로 흡수된 채 오래도록 未分化의 상태가 계속되었다는 사실도 그 이유의 일단이라 볼 수 있다. 어찌되었건 결과적으로는 독일이 오늘날 經營學의 先進國으로서 군림하게 되며, 사바리에 의해 처음으로 經營學에의 기틀이 마련된 프랑스가 오늘날 오히려 經營學의 後進國으로 전락해야 했다는 결과는 文獻史의 經營學史上 또 하나의 아이러니컬한 史實이 되고 있다.

## (2) 루더비치 (K.G. Ludovici)와 『商人辭典』

사바리의 『完全한 商人』을 처음으로 독일에 소개함에 至大한 貢獻을 남긴 독일 최초의 商學者는 바로 마르페르거 (P.J. Marperger)이다. 그는 독일에 있어서의 최초의 商業學建設者라고 일컬어질 정도로 著作活動도 활발해서 도합 59卷의 文獻的 業績을 자랑하나, 그 거의가 『完全한 商人』을 模倣하거나 補完한 것이 대부분이다.<sup>(50)</sup> 때문에 마르페르거라면 그의 著作活動보다도 독일에서의 商業教育을 위한 講習所나 高等教育機關의 설립과 商業教育用辭典의 編纂을 위해 力한 업적이 더 높이 평가되는 학자이기도 하다.

특히 그가 機會있을 때마다 高等教育機關에서의 商品學教育의 필요성을 강조한 대목은 유명하다. 즉 『大學教授들이 商業學을 가르침에 있어 그 一環으로써 이제부터는 體系的인 商品學教育 (systematische Warenkundeunterrichts)도 併行시킴이 마땅하지 않겠는가?』<sup>(51)</sup>라고 反問하는 대목이 바로 그것이다. 그러나 마르페르거는 反問만 했을 뿐, 과연 그 「體系的인 商品學」이라는 것이 구체적으로는 어떤 것인지에 관해서는 자세한 言及은 없었다.

또 商業教育用辭典의 編纂에 있어서도 그는 많은 부분에서 여러가지 商品知識에 관한 「사바리」流의 記述를 하고 있으나, 기껏 『完全한 商人』의 模倣에 지나지 않을 뿐이었다. 하긴

(50) 마르페르거 (P.J. Marperger)는 도합 59권의 單行本 이외에도 出版年度가 분명치 않는 26編의 文獻의 業績을 자랑하는 多著家이기도 하다. (E. Sundhoff, 300 Hundert Jahre Handelswissenschaft, a.a.O., SS. 59~61)

(51) J. Hözl, Einführung in die Warenlehre, Schriftenreihe, Bd. 2, Wien, 1980, S. 1.

그의 뒤를 이어 이를테면 휘브너(J. Hübner), 바이어(R. Beier), 또는 보온(G.C. Bohn) 등 의 諸學者에 의해서도 商業教育用 辭典의 編纂이나 기타 著述活動이 계속되었으나, 그것은 대부분 단편적인 것의 集大成이자, 또 그 모두가 『完全한 商人』을 模倣 내지 補完한 것이었다. 특히 「보온」은 『製品學 및 商品學辭典』(Wörterbuch der Produkten und Warenkunde)이라는 이름의, 말하자면 商品學으로서는 그이름만이라도 최초의 專門辭典까지 出版하고 있으나<sup>(52)</sup>, 따지고 보면 그 내용 역시 「사바리」의 業績에 상당한 補完만을 했을 따름이었다.

이렇듯 「마르케르거」가 「體系的 商品學」에 대한 問題提起에서만 끝났고, 또 「보온」의 商品學辭典이 「사바리」의 『完全한 商人』의 補完에서만 맴돌았던 것과는 달리, 그 후 商品學史上 斯學을 최초로 하나의 學問으로서 體系化시킴에 크게 이바지하였으며, 또 올바른 意味에서의 최초의 체계적인 商業辭典을 出刊한 것은 바로 商業學者이자 大學教授였던 루더비치(K.G. Ludovici)이다. 다시 말해서 루더비치에 의해 商品學이자 商業學, 따라서 오늘날의 經營學 자체가 비로소 그 體系化過程을 밟게 되는 것이다. 이는 곧 루더비치의 業績이 사바리(完全한 商人)의 實踐的 體系의 模倣時代에서 독자적인 理論化에의 轉換時代로의 계기가 되는 것을 意味하기도 한다.

그렇지 않아도 일찍이 차이펠트(R. Seyffert)가 적절히 지적한 것처럼 루더비치(K.G. Ludovici)야말로(그가 대학교수였으므로)『商業學 최초의 學問的 代表者』(der erste akademische Vertreter)<sup>(53)</sup>였기 때문에 그가 또한 商品學 최초의 학문적 代表者인 것은 물론이다. 또 사실 루더비치는 누가 뭐래도 商品學을 商業學의 一領域으로 把握, 名實共허 「商業學的 商品學」으로서 이를 體系化시킨 최초의 독일學者임에도 틀림없다. 이토록 그를 유명하게 만든 文獻的 業績은 다름아닌, 1752年부터 56년까지 每年 1卷씩 出版되어 合 5 卷으로 完結된 『公開商人大學 또는 完全한 商人辭典』<sup>(54)</sup>이다.

단순히 『商人辭典』(또는 『商人大學』)이라고 略稱되기도 하는 이 著述은 約 半卷分에 해당하는 附錄(Anhang)<sup>(55)</sup>으로 添加되고 있으며, 「차이펠트」의 計算에 따를 때<sup>(56)</sup> 全體의

(52) 이 辭典은 원래 보온(G.C. Bohn)이 1727年에 『經驗 많은 商人』(Wohlerfahrener Kaufmann)이라는 題目으로 出刊한 책을 그 후 1805年에 놀만(G.P.H. Normann)이 그 이름과 약간의 内容만을 改訂, 出版한 것에 불과하다.

(53) R. Seyffert, Über Begriff, Aufgaben und Entwicklung der BWL, a.a.O., S. 38.

(54) K. G. Ludovici, Eröffnete Akademie der Kaufleute oder vollständiges Kaufmannslexikon, 5 Bd., Leipzig, 1752~1756.

(55) 이 附錄(Anfang)은 그 題目이 혼히 『商學體系』(Grundriß eines vollständigen Kaufmanns-Systems, nebst den Anfangsgründen der Handlungswissenschaft, und angehängter kurzer Geschichte der Handlung zu Wasser und zu Lande.)라고 略稱되듯이 바로 『商人辭典』의 總論編이라고도 할 수 있다.

(56) R. Seyffert, a.a.O., S. 38.

約 50% 정도가 商業學 全般, 約 40%가 商品學關係 그리고 나머지 約 10% 정도가 商業地理關係의 대목으로 되어 있다. 또 그 體系는 알파벳順으로 구분된 辭典式으로 꾸며지고 있어 商業學의 習得이 용이해 지도록 배려되고 있다. 따라서 그는 그 著書에서 결론적으로 商業教育의 重要性을 강조하며, 商業學과 그 重要領域으로서의 商品學에 관한 高等教育機關의 설치를 力說하고 있는 것은 물론이다.

그런데 루더비치는 그의 『商人辭典』에서 商業에 관한 일체의 학문을 총괄해서 이른바 『商人學』(Kaufmannschaft: Kaufmannswissenschaft)이라고 呼稱하고 있다. 이는 현대적인 表現을 빌릴 때 물론 오늘날의 商業學에 해당한다고 할 수 있다. 그러나 일찌기 사바리(J. Savary)도 그랬듯이 이 때만 하더라도 『商業에 관한 일체는 商人이 반드시 알아야 할 知識의 總括』이어야 하며, 따라서 『그러한 知識은 商人을 중심으로 한 것이어야 한다』고 해서 商業學이라는 名稱보다는 商人學이라는 呼稱이 일반적이었다.

그 외에도 당시의 商人學이란 그 內容面에서 보아 결코 오늘날의 商業學에 局限되는 성질의 것이 아니라, 보다 廣義의 것이기도 하였다. 이를테면 루더비치는 商人學의 學問的體系를 크게 主要商人學(kaufmännische Hauptwissenschaft)과 補助商人學(kaufmännische Beiwissenschaft)으로 兩分하고 있으며, 또 主要商人學으로서의 包括領域만 하더라도

- 1) 商品에 관한 知識 : 商品學(Warenkunde)
- 2) 商品去來에 관한 知識 : 商去來學(Handlungswissenschaft)
- 3) 商去來의 記載에 관한 知識 : 簿記學(Buchhalten)

등 세 가지로 大分하고 있다. 이러한 사실로 미루어 보아 루더비치流의 商人學이 그 당시만 하더라도 오늘날의 商業學보다 얼마나 더 廣範한 개념의 것이었는가를 알 수가 있다.

결국 그의 商人學은 크게 商品學, 商去來學, 簿記學의 3大領域으로 構成되고 있다고 하겠으나, 商品學史的인 觀點에서 特記되어야 할 것은 루더비치가 重要商人學의 必須領域으로서 무엇보다도 『商品에 관한 知識』으로서의 商品學(Warenkunde)을 그 첫손에 끊고 있다는 사실이다. 이는 바로 루더비치가 그의 商人學 가운데서 商品學을 얼마나 重要視하고 있는가에 관한 證據나 다름이 없다. 이는 또 오늘날의 商業學에 해당하는 商去來學(Handlungswissenschaft)<sup>(57)</sup>에 앞서(그러한 知識의 習得에 앞서) 商品學의in 知識의 涵養을 그前提

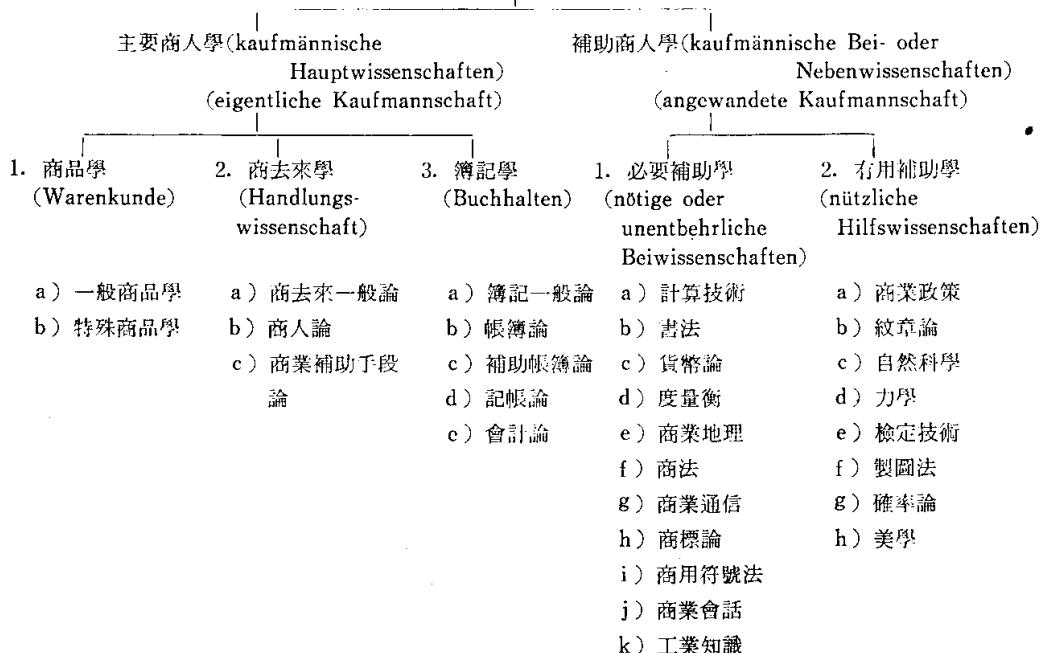
(57) 여기서 “Handlungswissenschaft”로서의 「商去來學」이란 엄밀한 뜻에서는 오늘날의 “Handels-wissenschaft”로서의 「商業學」이나 「商學」의 意味와는 약간 다르게 해석되어야 한다. 즉 사바리(J. Savary) 이후 마르페르거(P.J. Marperger)를 거쳐 루더비치에 이르기까지의 그것은 주로 商人을 中心으로 한, 오직 實學의in 意味에서의 商去來에 관한 部分이 암도적이었다. 따라서 이때만 하더라도 “Handlungswissenschaft”라면 주로 實際의 商去來이나 商去來의in 技術面이 重視되는 일이 일반적이었다. 때문에 오늘날의 經營史學家들은 後述하게 될 로이크스(J.M. Leuchs)의 『商業體系』가 出版되기 以前까지의 것을 일부러 商去來學(Handlungswissenschaft)이라 指稱,

條件으로 삼고 있다는 證左와도 같은 것이다.

그런데 여기서 루더비치의 이론바 商人學의 전체적인 體系를 살펴 보면 다음과 같다고 할 수 있다.

〈圖 3〉 루더비치(K.G. Ludovici)의 商人學體系

商人學(Kaufmannschaft oder Kaufmannswissenschaft)



資料 : E. Sundhoff, *Dreihundert Jahre Handelswissenschaft*, a.a.O., S. 113.

〈圖 3〉에서 이론바 「原初的인 商人學」(eigentliche Kaufmannschaft)으로서의 「主要商人學」(kaufmännische Hauptwissenschaft)을構成하는 3大領域 가운데서 무엇보다도 商品學(Warenkunde)이 그 첫 손에 꼽히고 있다는 사실은 그만큼 商人學에 있어서의 商品學의重要性을 強調하는 證左인 것은 틀림없으나, 그외에도 商品學史의in 觀點에서括目되어야 할 것은 루더비치가 商品學 자체의 學問的體系를 처음으로 總論的인 一般商品學(allgemeine Warenkunde)과 各論的인 特殊商品學(besondere Warenkunde)으로兩大別했었다는 사실이다. 그렇지 않아도 루더비치는 『商品에 관한 知識은 商人에 반드시 필요한 것이되, 그것은

그 이후 오늘날까지의 理論과 實際로서의 兩生的 學問으로서의 商業學(Handelswissenschaft)과는 區別하게 되는 것이 보편적이다. 말하자면 로이크스 以前까지의 「商去來學」에는 오늘날의 「商業學」에 있어서와 같은 「學問的動機」(wissenschaftliche Behandlung)이 전혀 缺如되어서 그렇다는 것이 또한 現代商業學史의in 觀點에서의 一般論이기도 하다. (E. Sundhoff, *300 Jahre Handelswissenschaft*, a.a.O., S. 112.)

또 매우廣範한 것이므로 商品學은 商人學 가운데서 그 첫領域부문이 되어야 한다』<sup>(58)</sup>고 강조하고 있다.

이러한 廣範한 商品學의 兩大別體系化를 위해 루더비치는 이렇게 덧붙이기도 한다. 『商品學이란 個個의 商品에 관한 個別的인 考察과, 그러한 個別商品들을 總括한 概括的인 考察이라는 兩側面이 專門的으로 行해짐이 필요하다. 따라서 商品學은 諸商品의 概括的인 知識으로서의 總論部分과, 個個의 商品에 관한 個別的인 知識으로서의 各論部分으로 區別되어야 마땅하다』<sup>(59)</sup>. 이렇게해서 루더비치는 다음처럼 總論部分으로서의 一般商品學으로 主要한 12項目을, 그리고 各論部分으로서의 特殊商品學(個別商品學)으로 2個部分을 提示하고 있다.

〈表 3〉 루더비치(K.G. Ludovici)의 商品學體系

商品學(Warenkunde)

a) 一般商品學 (allgemeine Warenkunde)	b) 特殊商品學 (besondere Warenkunde)
1. 分類 (Einteilung und Gattungen)	1. 自然生產物 (Produkte der Natur)
2. 生產 (Zeugung und Fabricierung)	2. 技術生產品 (Produkte der Kunst)
3. 性質 (Beschaffenheit)	
4. 鑑定 (Prüfung)	
5. 選定 (Sortierung)	
6. 價格 (Preis)	
7. 損傷 (Verderben)	
8. 貯藏 (Verwahrung)	
9. 改良 (Verbesserung)	
10. 裝飾 (Aufputz)	
11. 偽造 (Verfälschung)	
12. 用途 (Nutzten und Gebrauch)	

이처럼 루더비치는 商品學을 처음으로 總論部分과 各論部分으로 體系화시키면서도, 그러나 『商品學의 對象으로서의 商品은一般的으로 狹義의 商品으로서, 말하자면 實際의 商品 (eigentliche, wirkliche Waren)이 그 對象이어야 한다』<sup>(60)</sup>고前提함을 잊지 않는다. 이를테면 단순한 交換手段으로서의 貨幣나, 實質價值가 過大評價된 有價證券 등 이른바 形式的財貨는 除外된다고 덧붙이는 것이다. 이는 바로 現代商品學이 아직도 그 商品範疇(商品對象)에서 一般交換手段(貨幣)과 有價證券이나 權利一切와 같은 觀念的財貨를 除外하고 있

(58) K.G. Ludovici, *a.a.O.*, S. 3.

(59) K.G. Ludovici, *a.a.O.*, S. 5.

(60) K.G. Ludovici, *a.a.O.*, S. 4.

는 사실과相通한다. 말하자면 現代商品學에 있어서의 研究對象問題야말로 이미 루더비치時代부터 綿綿히 이어지는 오랜 傳統의 것이었다는 表現과도 같은 것이다.

이처럼 루더비치가 당시의 商人學, 즉 오늘날의 商業學의立場에 서서 비록 原初的인 形態의 것이긴 하되 商品學 자체를 처음으로 一般商品學과 特殊商品學으로 體系化시켰다는 貢獻은 적어도 商品學史의觀點에서는 높이 評價되어야 마땅하다. 다만 루더비치의 말대로 당시의 商品學이란 아직도 『商人이 商人으로서 알아야 할商品의 知識』<sup>(61)</sup>일 따름이었으며, 또 그것은 이를테면 『어떠한 좋은商品을 어떻게 하면 가장 값싸게入手할 수 있는가에 관한知識』<sup>(62)</sup>일 경우가 고작이었기 때문에, 現代商品學의 感覺에서는 學問으로서의 「商品學」이라기 보다는 차라리商品에 관한百科辭典의 「商品知識」格이었다는 表現이 지극히 지당하다는 느낌이다. 그러기에 오늘날의 商品學은 이미 “Warenkunde”가 아니라 “Waren-lehre”라고 일컬어지는 까닭도 바로 여기에 있게 되는 것이다.

그런데 여기서 한가지 附言되어야 할 것은 現代商品學이 그 文獻史의 商品學史의始發點을 비록 프랑스人 사바리(J. Savary)의 『完全한 商人』에서 찾는 일이 일반적이라 하더라도, 적어도 現代商品學(經營學的 商品學)의 源流로서의 독일商品學에 관한限 그것은 어디까지나 독일人인 루더비치(K.G. Ludovici)의 『商人辭典』에서 찾아져야 할 것이라는 사실이다. 더구나 루더비치전의 독일人先驅者들은 한결같이 사바리의 業績만을 주로 模倣내지 踏承하던 傾向과는 달리, 그래도 루더비치 때부터는 되도록 자기 자신의 獨自性이 앞세워져서 독일商業學(따라서 독일商品學)을 위한 轉換期가 비로소 마련될 수 있었다는 점에서 더욱 그러하다. 이렇게 볼 때 루더비치의 商品學의 文獻과, 특히 그 속에서 처음으로 試圖된 商品學 자체의 兩論의 體系化는 누가 뭐래도 찬란히 빛나는 商品學史上의 一大業績일 수밖에 없다.

### (3) 로이크스(J.M. Leuchs)와 『商業體系』

루더비치(K.G. Ludovici)라는 독일人學者에 의해 그의 「商人學」이라는 學問構成上의 一領域에서나마 그런대로 體系化되기에 이른商品學은 그 후 수많은 學者에 의해 계승되어, 차차 商業學의 一分科學으로서의 位置를 굳혀가기 시작한다. 즉 루더비치 이후 약 40年間은 마치 商業學의 全盛時代이자, 그 一領域으로서의商品學의 全盛時代라 일컬어질 만큼商品學을 包括한 많은 商業學關係의 文獻이 洪水처럼 쏟아져 나온다. 이를테면 1763年에 출판된 마이(J. K. May)의 『商業學入門』(*Versuch einer allgemeiner Einleitung in die Handlungswissenschaft*)을 비롯하여 용(Jung, 1785), 오일러(Euler, 1790), 쥐만(Schumann,

(61), (62) K.G. Ludovici, a.a.O., SS. 4~5.

1795), 베르크하우스(Berghaus, 1796), 부제(Buse, 1798) 등의 수많은 文獻的 業績으로 인해 18세기 후반이 마치 독일商業學(따라서 독일商品學)의 全盛時代인 양 빛나기에 이른 것이다. 그러나 이 모든 業績들의 대부분이 앞서의 루더비치의 『商人辭典』에 있어서의例에 서처럼 비록 사바리의 『完全한 商人』의 模倣時代에서 독자적인 理論化에의 轉換時代의 特色을 지녔다고 하더라도, 아직도 도처에서 사바리의 깊은 영향이 발견될 뿐만 아니라, 商業學의 核心이 역시 商業主體로서의 商人이라는 人格에 두어졌었다는 점에서 舊態依然하다고 할 수 있다. 따라서 이제까지의 商業學을 ‘오늘날처럼 “Handelswissenschaft”로서가 아니라 例外없이 “Handlungswissenschaft”(商去來學)라고 일컬을 정도로 商人을 중심으로 한 商去來的인 면에서만의 설명이 為主가 되어 왔다고 할 수 있다. 때문에 商品學 자체도 『商人이 반드시 알아야 할 商品에 관한 知識』으로서의, 주로 實際面을 重視한 “Warenkunde”的인 성격의 「商品知識」으로서만 맴돌았을 뿐 오늘날과 같은 理論과 實際의 兩生的 學問으로서의 “Warenlehre”적인 성격의 것은 아니었던 것은 물론이다. 바로 이때에 즈음하여 루더비치 이후 거의 40년뒤의 1804年에 이러한 “Handlungswissenschaft”的인 「商去來學」을 商業學이라는 오늘날의 正式名稱인 “Handlungswissenschaft”로 발전적으로 체계화시켰으며, 또 이러한 “Warenkunde”的인 「商品知識」을 처음으로 오늘의 正式名稱인 “Warenlehre”로 昇化시킨 학자가 다름아닌 로이크스(J.M. Leuchs)이자 그의 『商業體系』<sup>(63)</sup>이다.

이 文獻은 비록 『루더비치나, 멀리는 사바리의 業績들에서 그 많은 部分이 引用되는 경 우가 많았다』<sup>(64)</sup>고 하더라도 『그들과는 달리 그 긴밀한 相互關聯性과 理論的 進化面에 있어서는 獨創적이며, 많은 現象에서 기본적인 것이나 合法則性을 인식하고자 한 노력이 높이 평가』<sup>(65)</sup>되어야 마땅하다. 이를테면 루더비치의 業績은 商人을 중심으로 한 實學的인 性格의 商去來學(Handlungswissenschaft)의 集大成(一例로, 그의 『商人辭典』 자체가 實學的인 점에 비해 로이크스의 그것은 商業 전반에 걸친 綜合的인 理論과 實際에 관한 商業學(Handelswissenschaft)의 集大成이라 할 수 있다. 그렇지 않아도 1800年代란 바로 工業社會의 대두와 함께 商業社會에서 產業社會로의 전환기를 뜻하며, 이러한 產業社會의 초기에 있어서는 商人이라는 人格的 主體보다도 產業이라는 制度化된 組織體가 중심이 되게 마련이기 때문에, 이렇듯 로이크스에 의해 商業學 자체가 舊態依然한 “Handlungswissenschaft”에서 새로운 형태의 “Handelswissenschaft”로 體系化되기에 이른 것도 時代의 要請의 탓일 수밖에 없다.

(63) J.M. Leuchs, *System des Handels*, 1. Aufl., Nürnberg, 1804.

(64), (65) E. Sundhoff, 300 Jahre Handelswissenschaft, a.a.O., SS. 122~127.

또 한편으로는 루더비치 이후의, 다만 實際를 重視한 商品知識으로서의 “Warenkunde” 대신에, 명실공히 理論과 實際를 겸비한 새로운 성격의 商品學으로서 (그리면서도 商業學의 一重要領域으로서) 처음으로 “Warenlehre”라는 學問的 名稱을 導入한 로이크스의 業績은 商品學史上 높이 評價될 만하다. 물론 로이크스가 말하는 “Warenlehre”로서의 商品學은 적어도 그의 『商業體系』의 構成上에 있어서는 어디까지나 “Warenlehre”로서의 商品知識을 包括하는 廣義의 것으로 描寫되고 있기는 하다. 그러나 從來의 “Warenkunde”的 内容이 多分히 百科辭典的이미, 다만 「商人의 商品에 관한 知識」을 위한 記述이 그 주된 것이라는 데서, 商業學의 理論的인 體系化 내지 科學化와 함께, 응당히 그 領域科學으로서의 商品學 자체도 그러한 轉換點을 模索함이 지당하다는 觀點에서 分明 “Warenlehre”라는 概念은 1804年에 로이크스에 의해 導入된 것<sup>(66)</sup>만은 틀림없다.

그런데 로이크스의 『商業體系』는 도합 4版이나 개편·중판된 大作으로서 (이미 1804年の 初版分만도 총 592페이지) 우선 經濟에 있어서의 分業의 문제로부터 출발, 商業學 자체를 이른바 私的 商業學(*Privathandelswissenschaft*)과 國家商業學(*Staatshandelswissenschaft*)으로 大別하는 체계화부터 이루어 놓은 것이다. 私的 商業學이란 個別企業의 입장에서의 商業이라는 組織體에 관한 일체의 理論과 實際를 가리키며, 國家商業學이란 市場·輸送手段·金融機關 등을 비롯해서 오늘의 商業政策의in 부분의 설명이 그 대부분이 되고 있다. 결국 로이크스는 단순한 商業知識으로서의 商去來學(*Handlungswissenschaft*)과 科學으로서의 商業學(*Handelswissenschaft*)과를 구별해서, 종래의 商業知識을 중심으로 한 商去來學을 商業理論을 중심으로 한 商業學으로 승격시킨 것이다.

이제 그의 『商業體系』를 간추려 보면 대략 다음과 같은 目次(表 4 參照)로 이루어진 것을 알 수가 있다. 로이크스의 이러한 『商業體系』 가운데서 商品學史的으로 興味의 對象이 되는 것은 물론 第1章 商業學, 第1節 交換手段論의 (1) 『商品學』(*Warenlehre*)과, 第2章 商業論의 第1節 「商品知識 또는 商品記述」(*Warenkunde oder Warenbeschreibung*) 부분이다. 이 두 부분의 學術的 表現에서도 알 수 있듯이 前者は 商品學에 관한 새로운 意味에서의 理論的인 部分이며, 後자는 從來의 叙述的인 部分이라 할 만하다. 하긴 로이크스의 先驅者로서의 루더비치도 비록 “Warenkunde”라는 學名 밑에서나마 이미 그 자체를 總論과 各論으로 兩分하는 體系化를 試圖해서, 總論部分 가운데서 이른바 理論的인 問題를 별씨 以前의 時點에서 提示했었다고 할 수는 있다. 그러나 이처럼 “Warenlehre”라는 概念을 새로 導入해서 從

(66) A. Kutzelnigg, *Die Zigarette als Modellfall der wirtschaftlichen Warenlehre*, Franz Nowack Verlag, Frankfurt, 1962, S.7.

〈表 4〉 로이크스(J.M. Leuchs)의 『商業體系』

I. 商業學(Handelswissenschaft)	
1. 交換手段論(Tauschmittellehre)	
(1) 商品學(Warenlehre)	—
(2) 貨幣論(Geldlehre)	
2. 價值決定論(Wertbestimmungslehre)	
3. 商去來論(Handelslehre)	—私的商業學
4. 簿記論(Kontorwissenschaft)	(Privathandelswissenschaft)
5. 雖率論, 投機論, 豐測論(Lehre des Wahrscheinlichen im Handel, Spekulationslehre, Mutmaßungslehre)	—
6. 國家商業學(Staatshandelswissenschaft)	
II. 商業論(Handelskunde)	
1. 商品知識 또는 商品記述(Warenkunde oder Warenbeschreibung)	
2. 商業地理(Handelsgeographie)	
3. 商業史(Handelsgeschichte)	

資料 : J.M. Leuchs, *System des Handels*, Nürnberg, 1804(第1版과 第3版에서 適宜再編成)

來의 “Warenkunde”와 區別하는 것과 같은 手法의 駅使는 어디까지나 로이크스가 처음이다.

우선 로이크스는 第1章, 第1節, (1) 商品學(Warenlehre)의 이론바 「商品學定義」라고規定될 수 있는 部分에서 『商品學이란 商品에 관한 여러가지 關聯條項을 提示하며, 또 特定한 目的에 使用될 경우에 갖추어야 할 여러가지 特性도 記述해야 한다』<sup>(67)</sup>고 못박는다. 이 때 『제각기의 商品은 다만 그 用途에 의해서만 評價되며, 그 結果로써 目的에 合致된 商品如何나 商品 자체의 價值를 規定하게 된다』<sup>(68)</sup>고도 덧붙인다. 그리고 나서 商品學이란 『商品이 갖추어야 할 特性과 그 價值의 程度 등을, 商品의 使用目的에 대한 有用性으로부터 規定하는 것을 가리키는 학문』<sup>(69)</sup>이라고 주장한다.

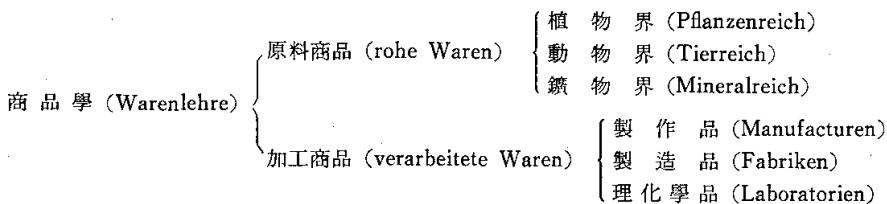
그러면서 로이크스는 商品學의 對象으로서의 商品을 대충 食料品・衣料商品・住料商品과 같은 오늘날의 商品分類體系로서의 基本型에 따라 설명하고 있다. 특히 食料商品의 範疇로서 各種飲食物뿐만 아니라 疾病을 고치는 醫藥品까지 널리 包括하는 分類體系를 앞세우기도 한다. 바로 이는 오늘의 特殊商品學(個別商品學・商品學各論)이 그 食料商品의 카테고리에 醫藥品을 포함하는一般的의 思考方式의 源流를 意味한다고도 할 수 있다.

물론 로이코스는 1804年에 처음으로 出版된 『商業體系』이전에 이미 1791年에 그 草稿로 삽은 「概略表」<sup>(70)</sup>에서 商品學(Warenlehre)에 있어서의 商品分類를 다음과처럼 記載하고 있다.

(67) J.M. Leuchs, *System des Handels*, a.a.O., & Aaf., S. 14.

(68), (69) J.M. Leuchs, a.a.O., SS. 15~21.

(70) J.M. Leuchs, "Übersicht aller Theile der Handlungswissenschaft und ihrer Verbindung", (1791); E. Sundhoff, 300 Jahre Handelswissenschaft, a.a.O., S. 129.



그 외에도 이를테면 植物界的 原料商品으로서는 다시 根, 樹皮, 葉, 花, 種子 등으로 나누고, 動物界나 矿物界的 原料商品도 제각기 細分化의 事例를 곁들이고 있다. 또 加工商品일 경우에는 제각기에 해당되는 代表的인 商品을 例示하고 있다. 그러나 여기서 로이크스는 이러한 分類(區分)에 있어서의 境界란 엄밀한 意味에서 定할 수는 없다고 덧붙인다. 그리고나서 앞으로의 새로운 "Warenlehre"의 基礎를 마련하기 위해서는 이러한 類의 區分보다 좀 더 색다른 分類가 찾아지야 한다고 強調하는 것이다.

로이크스는 또 第2章의, 從來의 "Warenkunde"에 해당하는 1. 「商品知識 또는 商品記述」(Warenkunde oder Warenbeschreibung)에서는 주로 商品記述上의 指標에 관해 言及하고 있다. 즉 商品知識으로서 記述되어야 할 指標로서는 뚜렷하게 그 자체가 認識되어야 하며, 또 다른 것과 충분히 識別될 수 있는 성질의 것이 記述되어야 한다고 주장한다. 이를테면 지금까지의 商品記述上의 指標로는(따라서 從來의 "Warenkunde"에서는) 대략 形態나 色彩, 香·臭·味와 같은 外部的인 特徵에 의해서만 記述됨이 일반적이었으나, 이제부터는 用途에 따른 區分이나 特性에 따른 區分에 立脚한 記述이 앞세워져야 한다고 강조하는 것이다.

이때 「用途나 特性에 따른 區分」이란 말하자면 『그 商品이 購買者(消費者)의 願望에 알맞는 것인가, 또는 購買者(消費者)가 그 商品으로 자기의 目的을 達成할 수 있는가』 등에 관한 指標를 뜻한다. 이점이 바로 로이크스의, 루더비치의 경우에 비해 상당한 面에서 進步한, 새로운 境地의 "Warenlehre"의 面貌라 할만하다. 이것은 現代的인 感覺에서 表現한다면 두말할 나위도 없이 商品學에 있어서의 「消費者志向的 接近」(consumer oriented approach)이라 할 수 있으며, 그러기에 로이크스의 商品學은 『基本的으로는 商學의 立場에 서서 商品을 그 消費의 座標에서 分析하는 方向을 뜻하고 있다』<sup>(71)</sup>고 하는 論調까지 생겨나도 하나도 이상할 것이 없을 정도이다.

결국 종체적으로 볼 때 商品學史上 로이크스가 남긴 文獻史的 業績은 적어도 다음과 같은 세 가지 觀點으로 集約되며, 또 높이 評價되어야 為을 것 같다.

첫째 : 商品學이 루더비치 이후 로이크스에 의해서도 역시 商品學의 一分科領域으로 看做 되어 왔다는 점. 다만 商品學의 包括學問으로서의 商業學을 從來의 "Handlungs-

(71) 風巻義孝, 商品學の誕生, 東洋經濟新報社, 東京, 1976, p. 133.

wissenschaft”(商去來學)에서 오늘날의 “Handelswissenschaft”로 跳躍시켜, 現代商品學의 確立的인 基盤을 마련하기에 이르렀다는 점, 그러기에 차이펠트(R. Seyffert)는 經營學史의 時代區分에 있어 로이크스의 『商業體系』가 出版되던 1804年을 新·舊商業學의 境界로 삼고 있기도 하다.

둘째 : 實際를 重視한 從來의 記述의인 商品學에서 理論과 實際의 兩生的 學問으로서의 基盤을 確立시켰다는 점. 이 때 무엇보다도 로이크스는 從來의 “Warenkunde”에 대신 하여 처음으로 “Warenlehre”라는 學問의 名稱을 새로 導入하였다는 점이 特記할만하다. 다만 “Warenkunde”를 記述의인 性格의 것으로, 그리고 “Warenlehre”를 보다 理論의인 性格의 것으로 淨刻시켰을 뿐, 不幸히도 兩者의 差異에 대한 보다 具體의인 言及이 없었다는 점도 添加될 만하다.

세째 : 從來의 商業의 主體로서의 商人爲主의 思考方式에서 한걸음 더 나아가, 商品의 用途나 特性에 따른 消費者的인 觀點에서의 商品知識의 必要性을 強調하였다는 점. 이 때부터 生產·流通·消費라는 3大局面에서 商品 자체를 認識하게 되는 商品學潮流의 뿌리가 내리기 시작한다.

로이크스의 『商業體系』(*System des Handels*)가 출판된 해로부터 그 후 약 100년간, 정확하게 표현해서 1804년에서부터 1898년까지(94년간), 즉 19世紀의 全般을 가리켜 經營學史家들은 한걸같이 입을 모아 「商業學의 갑작스러운 消滅時代」(Weber), 「商業學의 退步時代」(Penndorf), 「商業學의 蔑視時代」(Hellauer) 등 비록 그 표현에 있어서는 약간씩의 차이가 있다 하더라도 「商業學의 衰退時代」<sup>(72)</sup>임을 絶叫하고 있다. 왜냐하면 로이크스 이후 갑작스레 商業學關係의 文獻(따라서 商品學關係의 文獻) 다운 文獻이나 學者다운 學者的 그림자조차 찾을 수 없는 시대가 도래했기 때문이다. 물론 그러한 시기에 이를테면 린트부름(A. Lindwurm)에 의해 『商業經營學 및 世界貿易의 發展』(*Die Handelsbetriebslehre und die Entwicklung des Welthandels*)이 1869年에, 그리고 에밍하우스(A. Emminghaus)에 의해 『一般工業經營論』(*Allgemeine Gewerkslehre*)이 1868年에 출판되었다고는 하더라도, 前者の 경우는 商業이라는 制度化된 組織體에 관한 叙述이 전혀 缺如된 非體系의 著述이며, 또 後者の 경우 商業經營보다는 주로 工業經營에 관한 叙述이 전개됨으로써 商業學關係의 文獻이라고는 할 수 없어, 今日의 觀點에서는 이 시기가 마치 「商業學(따라서 商品學)의 暗黑時代」와도 같다고 할 수 있다.

19세기 全般에 걸쳐 로이크스를 끝으로 이처럼 商去來學을 비롯한 일체의 商業學關係의 文獻이 그 자취를 감추어야 했던 이유를 차이펠트(R. Seyffert)는 다음처럼 지적하고 있다.<sup>(73)</sup>

① 商業學에 대한 實業界의 관심의 後退 : 왜냐하면 점차 大規模生產方式의 출현으로 商業技術보다 生產技術의 習得에 더 많은 관심이 쓰였기 때문이다.

② 經濟學(官房學)의 部分領域으로서의 商業學의 취급 : 官房學이 점차 國民經濟學으로 흡수되는

(72) R. Seyffert, a.a.O., S. 42(차이펠트는 그의 文獻史的 經營學史上 이 시기를 第3期로 時代區分하고 있다).

(73) R. Seyffert, a.a.O., S. 42.

渦中에서 그 일부로서의 商業學部分에 관한 學術的인 講義나 專門的인 文獻이 去勢될 수밖에 없었다.

③ 商業學校制度의 결합： 理論보다도 實제적인 技術에, 個別經濟的 觀點에서 보다는 國民經濟의 인 관점에 그 중점을 置換시킨 당시의 商業教育制度 자체가 자연 商業學의 쇠퇴를 가져올 수 밖에 없었다.

그러나 자이펠트는 오히려 이 시대야말로 商業學을 母體로 한 經營經濟學 擡頭에의 新紀元이 된다고 결규하고 『이렇듯 一世紀間의 공백은 생겼지만 오늘날의 經營經濟學을 초래하는 동기를 제공해 준 것은 틀림없이 이 시대의 덕분이다』<sup>(74)</sup>라고 덧붙이는 것이다. 왜냐하면 장기간에 걸친, 商品學을 包含한 商業學의 침체에 견디다 못한 人士들이 각처에 모여 商業學의 再建을 위한 能動의이며 超黨派의 活動을 전개하기 시작했기 때문이다. 工業技術一邊倒의 이거나, 官房學 내지 國民經濟學一邊倒의인 학문적 분위기에서 忽然히 일어나서, 그 脫出口를 商業專門教育機關의 설치에서 찾아보려는 움직임이 독일을 중심으로 해서 특히 오스트리아·스위스 등지에서도 왕성해진 것이다. 그리하여 1898年에 Leipzig와 Wien를 기점으로 해서 1901年에 Köln과 Frankfurt에, 1903年에는 Aachen, 1906年 Berlin, 1908年 St. Gallen, 1901年 München 등지에 수많은 商科大學들이 속속 설치됨으로써 명실공히 商業教育이 大學의 폐별에서 활발히 연구·교육되어 오늘의 經營經濟學의 체계화를 이루하는 모체가 되자, 자이펠트는 서슴치 않고 이 時期를 그의 經營學史上 第4期라 보고, 商科大學이 최초로 설치된 1898年을 그 時期의 始作이라 보는 것이다.

〈以下 次號에 摭載〉

(74) R. Seyffert, *a.a.O.*, S. 44.