

가족기업의 개념과 연구현황

차성란(대전대학교 아동벤처산업학과 교수)

정영금(가톨릭대학교 소비자주거학과 교수)

목 차

- I. 서론
- II. 가족기업의 개념 및 현황
- III. 가족기업연구의 현황
- IV. 가족기업연구를 위한 제안
- <참고문헌>

I. 서론

가족기업의 역사는 오래되었으나 이에 관한 관심은 최근에 일어나기 시작하였기 때문에 우리나라는 물론이고 미국의 경우에도 가족기업에 대한 연구가 많이 축적되어 있다고는 할 수 없다. 그러나 1980년대 후반부터 가족기업에 관한 관심이 급증하기 시작하여, 이와 관련된 프로그램이나 과목을 개설한 대학이 1987년에 15곳에 불과하였으나 90년대 후반에는 100개 대학을 넘어서고 있을 정도이며(Aronoff,1998을 남영호,1999에서 재인용), 대학 연구소만도 40여개에 달하고 있다.

우리 나라의 경우에 가족기업에 관한 연구는 1980년대 경에 중소기업에 대한 연구나 재벌기업의 혈연중심적 경영 측면에서 다소 이루어졌을 뿐인데, 최근의 경제위기 이후에 소규모 창업을 중심으로 가족기업에 대한 관심이 되살아나고 있다. 특히 생활과학대학에서는 가족자원관리분야에서 가족기업 중 가정 및 여성과 관련된 영역을 중심으로 연구를 시도하고 있다.

따라서 본 연구에서는 가족기업의 개념과 현황, 가족기업에 관한 이제까지의 연구경향을 소개하고 앞으로의 연구방향과 유용성에 대해 논의하고자 한다.

II. 가족기업의 개념 및 현황

1. 가족기업의 개념

가족기업에 관한 연구가 많지 않은 관계로 가족기업의 개념에 관한 이론도 통일되어 있지 않으나, 우선 경영학에서의 연구를 중심으로 개념들을 정리해 보면 다음과 같다. 가족기업이란 가족들에 의해 기업이 지배, 경영, 분배되는 폐쇄적이고 비공개적인 기업을 말하며(박기동, 1982; 박용득, 1987), 2세대가 기업에 참여할 뿐만 아니라 가족과 기업의 관계가 회사정책이나 가족이익 및 가족 목적에 상호영향을 미칠 때 가족기업이라고 정의한다(Donnelly, 1964).

이러한 가족기업은 다음과 같은 여러 가지 조건 중 하나 이상을 가졌을 때 가능하다. 즉, 첫째, 가족관계가 경영계승을 결정하는 하나의 요소가 된다. 둘째, 현재 또는 과거 최고경영자의 아내나 아들이 이사가 된다. 셋째, 회사의 제도적 가치가 기업의 공식적 간행물에서나 혹은 비공식적 사회전통에서도 가족의 위치와 동일한 경우이다. 넷째, 가족구성원의 활동이 공식적으로 관계가 있든지 없든지 간에 기업의 평판에 영향을 미치거나 미친다고 생각할 경우이다. 다섯째, 기업의 손실이 발생할 때 친척들이 단순한 재정적인 면 이상을 기업의 주식을 가지겠다는 의무감을 느낄 경우이다. 여섯째, 기업에 있어서 구성원의 위치가 가족위치에 영향을 미칠 경우이다. 일곱째, 가족구성원들이 자기의 진로를 결정할 때 무엇보다도 기업과의 관계를 고려하면서 결정해야 한다고 느낄 경우이다. 여덟째, 친척을 등용하는 경우이다(손계수, 1983).

또한 가족기업이 갖는 속성을 4가지로 구분하여- 소유권의 정도, 가족구성원에 의한 경영, 가족구성원의 참여정도, 권력의 세대간 계승 잠재성-적어도 기업의 51%이상을 단일 가족이 소유하고 최소한 한사람 이상의 가족구성원이 사업의 경영 및 관리활동에 참여하고, 다음세대의 가족구성원에게 기업의 소유권과 리더십이 계승될 것으로 예견되는 기업 및 조직체라고 가족기업의 개념을 정의하기도 한다(Ibrahim & Ellis, 1994; 김지희, 1999).

이상에서 제시한 가족기업의 속성들을 정리하면 다음과 같은데, 이러한 속성을 지닐 때 가족기업이라고 정의할 수 있다:

- 가족구성원의 가족기업소유
- 가족구성원의 경영에의 참여와 영향력
- 가족구성원의 경영권의 계승
- 가족서열이나 문화와 기업문화간의 상호작용
- 가족기업의 사회적 이미지 및 사활에 대한 가족구성원의 책임감

반면, 가족기업을 단순히 기업의 중요한 의사결정에 가족이나 친지가 영향력을 끼치는 기업이

라고 정의하기도 하고, 미국에서는 기업가 본인의 뜻에 따라 가족기업인지 아닌지 결정되기도 한다(남영호,1999)

한편, 가족기업에 관한 연구보다 앞서 이루어진 재택근로에 관한 연구에서는 재택기업을 가족기업과 유사한 용어로 보아, 재택근무 및 가내노동과 함께 가족기업을 재택근로의 한 유형으로 보기도 하였다(김외숙,1998). 또 재택사업이라는 용어를 택한 연구(문숙재 외, 1997)에서는 재택사업을 가족소유기업의 한 형태로 보고 있어 유사개념들과 영역간에 이견이 있다.

그러나 이 분야에 관한 미국의 연구들도 재택근무로부터 가족기업으로 범위를 넓혀가고 있어, 가족과 기업의 두 기능을 포괄하여 표현할 수 있는 용어로서 가족기업이 적절하다고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 가족기업을, 가족구성원 중 한사람 이상이 기업을 소유하고 경영할 뿐 아니라 다음 세대의 가족구성원에게 소유권과 경영권이 계승될 것으로 여겨지며, 가족기능과 기업기능간의 연관성이 높은 기업체라고 정의한다. 이렇게 본다면 가족기업은 자영업자, 독립재택근무자, SOHO 등을 포괄하는 넓은 개념이라고 할 수 있으며, 앞으로의 연구목적에 따라 범위를 제한할 수 있다.

2. 가족기업의 현황

가족기업은 경제적, 사회적으로 중요한 역할을 수행한다. 먼저 가족기업이 경제에 끼치는 영향을 보면, 미국의 경우에 가족기업이 전체 기업의 92%를 차지하며 노동력의 59%를, 신규 직업 창출의 78%를, GDP의 49%를 제공하고 있다. 또한 독일의 가족기업은 노동력의 75%를, GDP의 66%를 차지하며, 호주의 경우에는 모든 호주기업의 75%가 가족기업이며 노동력의 50%를 차지하고 있다. 뿐만 아니라 영국의 경우에는 상위 8000대 기업의 76%가 가족기업이며, 스페인에서는 전체 기업의 71%가 가족기업이다(남영호, 1999에서 재인용).

우리 나라의 경우에는 가족기업의 수를 자영업자의 수로 파악해볼 수 있는데, <표 1>에서와 같이 1998년 현재 우리 나라의 자영업자수는 약 435만 명으로 전체 취업자의 21.8%를 차지한다. 이 중 남성 자영업자는 302만 명으로 전체 남성 취업자의 25.3%를 차지하며, 여성 자영업자는 132만 명으로 전체 여성취업자의 16.4%를 차지한다.

<표 1> 종사상 지위 및 성별 취업자 분포(1998년도)

단위: %(천명)

	남	여	계
비임금 근로자	37.0 (4412)	42.0 (3392)	39.0 (7804)
고용주	9.9 (1180)	3.0 (246)	7.1 (1426)
자영업자	25.3 (3023)	16.4 (1327)	21.8 (4350)
무급가족종사자	1.8 (209)	22.5 (1819)	10.1 (2028)
임금 근로자	63.0 (7498)	58.0 (4693)	61.0 (12191)
상용	55.5 (6611)	47.5 (3845)	52.3 (10456)
일용	7.5 (887)	10.5 (848)	8.7 (1735)
전 체	100.0 (11910)	100.0 (8084)	100.0 (19994)

출처; 1999 여성통계연보

가족기업의 수를 추정해볼 수 있는 또 다른 자료로서 사업체에 관한 기초조사가 있다. 시, 군, 구청에 사업자 등록을 한 사업체를 중심으로 본다면, <표 2>에서와 같이 전체 사업체의 약 94%가 종사자 9인 이하의 사업체이며, 약 70%는 종사자 2인 이하의 소규모 사업체이다. 특히 여성이 경영하는 사업체의 경우에는 평균 종사자수가 2.07명으로서, 혼자 사업체를 운영하는 비율이 55%에 달한다(통계청, 1997 사업체 기초통계조사). 게다가 자영업자나 고용주를 도와주는 무급 가족종사자도 약 202만 명에 달하므로, 이렇게 본다면 가족기업과 관련된 가정이나 가족원들의 수가 상당히 많음을 알 수 있다.

사업체의 산업별 분포를 보면, <표 3>에서와 같이 소매 및 소비자용품 수리업 26.8%, 숙박 및 음식점업 20.5%, 기타 공공, 사회 및 개인 서비스업이 11.2%를 차지하여 이 세분야가 차지하는 비율이 약 60%에 달한다. 특히 여성사업체의 경우에는 산업별 집중현상이 더욱 심하여 위의 세분야가 차지하는 비율이 80%를 넘는다.

<표 2> 사업주 성, 종사자 규모별 사업체수 단위; %(개)

종사자수	계	남성사업주	여성사업주
1명	40.6 (1,158,648)	33.9 (654,124)	54.6 (504,524)
2명	29.7 (848,569)	30.5 (588,607)	28.1 (259,962)
3-4명	15.9 (454,534)	17.6 (338,660)	12.5 (115,874)
5-9명	7.6 (217,736)	9.6 (185,701)	3.5 (32,035)
10-29명	4.3 (122,116)	5.8 (112,654)	1.0 (9,462)
30-49명	0.8 (24,246)	1.2 (22,734)	0.2 (1,512)
50-99명	0.6 (16,367)	0.8 (15,629)	0.1 (738)
100-299명	0.3 (8,603)	0.4 (8,366)	0.0 (237)
300명 이상	0.1 (2,854)	0.1 (2,818)	0.0 (36)
계	100.0 (2,853,673)	100.0 (1,929,293)	100.0 (924,380)
평 균	4.72명	5.99명	2.07명

출처: 통계청, 1997년 사업체 기초통계조사

<표 3> 산업, 대표자 성별 사업체수

단위; %(개)

산업	계	남성사업주	여성사업주
농업, 어업, 광업	0.2 (5,390)	0.3 (5,247)	0.0 (143)
음식, 담배제조업	1.9 (53,422)	2.2 (41,650)	1.3 (11,772)
섬유, 의복, 가죽제조업	2.2 (63,585)	2.5 (48,304)	1.7 (15,281)
목재, 종이, 출판업	1.3 (36,354)	1.8 (34,313)	0.2 (2,041)
석유, 화학, 고무, 비금속제조업	0.9 (24,715)	1.2 (23,518)	0.1 (1,197)
1차 금속, 조립금속제조업	1.5 (41,631)	2.1 (40,366)	0.1 (1,265)
기계, 장비, 의료기기제조업	1.8 (51,151)	2.6 (49,397)	0.2 (1,754)
자동차, 운송장비제조업	0.3 (7,874)	0.4 (7,599)	0.0 (275)
가구, 재생재료업	0.9 (27,115)	1.3 (25,583)	0.2 (1,732)
전기, 가스 및 수도사업	0.0 (1,352)	0.1 (1,339)	0.0 (13)
건설업	2.4 (69,290)	3.5 (66,930)	0.3 (2,360)
도매 및 수리업	8.2 (234,540)	10.9 (210,286)	2.6 (24,254)
소매 및 소비자용품 수리업	26.8 (763,686)	24.9 (480,698)	30.6 (282,988)
숙박 및 음식점업	20.5 (583,892)	11.5 (222,047)	39.1 (361,845)
운수, 창고 및 통신업	7.6 (215,625)	10.9 (210,849)	0.5 (4,776)
금융 및 보험업	1.4 (38,732)	1.8 (35,198)	0.4 (3,534)
부동산, 임대 및 사업서비스업	5.2 (148,159)	6.3 (121,701)	2.9 (26,758)
공공행정, 국방 및 사회보장행정	0.6 (17,068)	0.8 (15,240)	0.2 (1,828)
교육 서비스업	3.6 (101,928)	2.4 (46,792)	6.0 (55,136)
보건 및 사회복지사업	1.7 (49,232)	1.9 (36,990)	1.3 (12,242)
기타공공, 사회 및 개인서비스업	11.2 (318,632)	10.6 (205,446)	12.2 (113,186)
계	100.0 (2,853,673)	100.0 (1,929,293)	100.0 (924,380)

출처: 통계청, 1997년 사업체 기초통계조사

III. 가족기업연구의 현황

미국의 가족기업에 관한 연구는 짧은 역사에 비해 방대한 연구가 이루어져 왔다. 가족기업에 관한 연구들을 주제별로 분석한 연구(남영호, 1999)에 따르면, 창업과 가족관계, 승계계획, 갈등관리, 전략경영과 기업가정신, 문화 및 윤리, 여성기업가, 기능별 영역으로서의 재무 및 마케팅 등에 대해 광범위하게 연구되었다.

창업과 가족관계영역에서는 가족배경과 가족의 지원, 가족의 중요성에 대한 연구가 있다. 예를 들면, 아버지의 양육방식이 기업가의 개성에 영향을 미친다거나(Levinson, 1971) 사업가 집안의

자녀들이 사업을 할 확률이 높다는 연구, 건강한 가족이 성공적인 가족기업이 될 수 있다는 등의 연구들이다.

승계계획영역에서는 후계자 승계의 어려움과 이에 영향을 미치는 요소에 대한 연구들이 있는데, 이 과정에서 갈등이 생기므로 창업자의 역할이나 가족관계의 중요성을 강조하고 있다. 더 넓은 범위에서의 갈등관리영역에서는 구성원간의 갈등의 유형과 가족과 기업의 조화를 꾀하는 문제(Holland, P. G. and W. R. Boulton, 1984), 가족구성원의 고용여부문제를 해결하는데 관련된 연구로서, 커뮤니케이션의 어려움과 중요성을 강조한 연구들이 있다.

전략경영영역에서의 연구들은 기업의 비전과 목표의 수립, 전략적인 계획과 통제 및 평가, 기업가의 특성들에 대해 다루고 있다. 기업의 비전과 목표는 모든 경영과정에 영향을 미치므로 구성원의 의견이 반영되어야 하며 수립된 목표가 효율적으로 전달되어야 함을 강조하고 있다(Ward J. L. and L. S. Sorenson, 1987). 여기에는 최고경영자의 리더십이 요구되며, 이것은 기업가정신으로 까지 연결되어 기업가의 특성이 강조된다.

문화 및 윤리영역에서는 가족과 기업문화사이의 관계를 중요시하고 이 문화를 구축하는 방안, 창업자의 가치관과 기업윤리에 대한 관심을 구성원들에게 주지시키는 방안들을 소개하고 있다. 또 여성기업가에 관한 연구들로는 여성기업가의 역할과 어려움, 창업교육에 관한 연구들이 있다. 가족기업을 창업하거나 경영하는 여성들의 수가 증가하고는 있으나 남성중심의 기업풍토에서 여성들이 어려움을 겪으므로, 이들의 어려움을 해결하고 경영에 대한 자신감을 불어넣기 위하여 관계망의 형성과 직업계획의 필요성 등을 강조하고 있다(Lyman, A., M. Salganicoff, and B. Hollander, 1985).

기능별 영역은 재무, 마케팅, 인적자원관리 등을 포괄한다. 즉, 소유권의 이전과 상속세, 기업의 라이프사이클과 마케팅 전략, 종업원의 인사관리와 교육 등에 대한 연구가 있으나, 다른 영역에 비해 상대적으로 많은 연구가 이루어지지 않았다.

이외에도, 가족기업의 성장에 따라 전문적인 경영을 시도하고 외부 위원회를 구성하는 문제, 2세대의 가족기업에의 참여여부와 교육, 가족기업에 대한 평가와 컨설팅, 이에 따른 교육, 사회에서의 가족기업의 위치, 가족기업의 역사, 공동체와 가족기업간의 관계 등에 관한 연구들이 있다(Aronoff 외, 1996).

한편, 미국에서 가족기업에 대해 가족자원관리학적 접근을 시도한 연구들은 1987년에 시작된 NE-167 프로젝트를 기반으로 한 연구가 거의 전부이기 때문에, At-Home Income Generation에 대한 연구가 주로 이루어졌다. 재택근로자 가정에 대한 연구는 재택근로자와 이들의 활동 특징, 일과 가족의 관리, 가족의 기능, 재택근로활동을 위한 지역사회 의견 등을 주요주제로 삼았다. 이러한 연구는 1997년 National Family Business Survey를 시작하면서 가족기업에 대한 연구로 확대되어, 극히 최근에는 비로소 가족기업의 일과 가족영역간의 상호작용, 가족재무와 기업재무간의 혼합문제 등에 관한 연구가 발표되고 있다.

우리 나라의 경우에는 90년대 후반부터 가족기업에 관한 연구에 관심을 기울이기 시작하여, 재택근로, 재택사업, 가족기업 등에 관한 연구가 약 10편 정도 발표되었을 뿐이다. 게다가 아직은 초보적인 단계이므로 개별적이고 이론적인 연구가 많고 실증적이고 종합적인 연구는 부족하다.

IV. 가족기업연구를 위한 제안

1. 연구 및 교육의 측면

가. 가족자원관리학을 가족기업연구에 적용

가족기업가정은 가정운영과 기업의 운영을 동시에 수행하고 있어 인력활용면이나 자산운용의 측면에서 혹은 공간적인 면에서 서로 중복될 수밖에 없으므로, 가족기업을 운영하기 위해서는 가정적 측면과 기업적 측면을 같이 고려하여야 한다. 그런데 가족자원관리분야에서 주로 논의되는 관리체계와 과정, 자원의 배분과 사용, 제한된 가족자원의 활용, 의사소통과 갈등해결 등에 관한 원리는 가족기업의 운영에 그대로 적용될 수 있으며, 특히 가정기능과 기업기능간의 균형을 이루는데 필수적이다.

이것은 연구현황에서 제시된 바와 같이, 가족기업에 관한 주제로서 가족관계적인 측면이나 가족자원의 활용과 가족의 지원, 가족의 문화와 가치관, 여성과 관련된 문제 등이 선택된 것을 통해서도 알 수 있다. 따라서 가족기업연구를 가정경영의 확대영역으로 보아 앞으로 이 분야에 대한 활발한 연구가 요망된다. 또한 기존의 내용을 가족기업경영에 적용하여 가족기업경영론, 가족기업의 인사관리 및 재무관리, 고객관리 및 시장조사 등의 과목으로 확대할 수 있을 것이다(<표 4>참고).

나. 가족기업경영자에 대한 연구

연구의 범위를 줄여 본다면, 가족기업 경영자에 대한 연구가 요망된다. 최근은 여성의 취업율이 증가함에 따라 취업여성이 취업노동과 가정노동을 병행하는데서 오는 어려움이나 그 갈등을 해결하기 위한 연구가 많이 진행되고 있다. 그러나 많은 연구가 사무직 여성, 생산직 여성, 전문직 여성 등 여성 임금근로자를 대상으로 할 뿐 자영업에 종사하는 여성이나 무급 가족종사자와 같은 비임금근로자에 대한 연구는 없는 실정이다. 단지 취업여성 전체에 대한 연구에서 임금근로자와 같이 다루어지기는 하나 자영업에 종사하는 여성들은 근무환경이나 근로형태가 임금근로자와 상당히 다르다. 따라서 가족기업 경영자들의 특성, 가족기업가정에서의 일과 가족의 조화, 가족기능과 기업기능에 대한 평가 등에 관한 실증적인 연구가 필요하다.

다. 생활과학측면에서의 가족기업연구

과학기술의 발전에 따라 인간의 생활환경이 변화하면서 가정생활에 필요한 일들이 산업화되었는데, 이 과정에서 가정생활과 관련된 문제를 해결하고 삶의 질을 향상시키기 위해 생활과학이라는 학문영역이 생겨났다. 즉, 가정생활영역이 산업화된 영역에서 필요로 하는 전문인을 양성하기 위하여 교육과 연구를 담당하는 학문영역으로 생활과학이 등장하게 되었다.(이은영 외,1998). 그러나 아직까지 생활과학전공자들은 대기업의 기능인으로서의 역할을 선호하고, 또 그 부분에 집중되어 있다.

생활과학대학의 각 학과들은 생활과 가장 직접적으로 관련된 산업, 즉 소비재 산업을 다루고 있다. 의류, 식품, 주택, 아동과 관련된 상품, 가정생활정보 등이 그 대표적인 예이다. 이러한 산업은 소비자의 욕구변화에 신속히 대응해야 하므로, 생활에 관한 정보가 신속히 산업으로 연결되는 것이 중요하다. 이렇게 본다면 의사결정과정은 단순한 소규모의 가족기업을 통해 소비재상품의 생산과 유통을 담당하는 것도 생활과학 전공자의 역할이라고 볼 수 있다(<표 3>참고).

뿐만 아니라 오늘날과 같이 창조성과 다양성이 존중되는 시대에서는 시장에 대한 신속한 대응이나 유연함이 경쟁력의 원천이므로, 대기업 중심의 산업구조를 벗어나 다양한 기업과 다양한 방법을 통한 생활산업의 육성이 요구된다. 따라서 생활과학대학은 의류학이나 식품학, 주거학, 아동학 등에 관련된 지식이나 정보를 보다 혁신적인 기업을 통해 전달할 필요가 있다. 행동주의적 접근방식에서 말하듯이, 기업가를 새로운 조직을 창조하고 그 안에서 새로운 기능을 수행하는 사람으로 본다면, 생활과학분야에 가족기업분야를 접목시켜 전공지식을 생활산업화하는 가족기업을 경영하도록 하며, 더 나아가 여성취업의 대안으로 삼을 수 있다.

<표 4> 활용가능학과와 분야 및 학과목

관련학과	활용가능분야	→	학과목
아동학분야	유치원, 어린이집 등의 경영		가족기업경영론
의류학분야	의류 및 소품 소매점의 경영	인사관리/재무관리	
주거학분야	인테리어업체 경영	고객관리	
식품학분야	식품관련업체 경영	소비자 및 시장조사	
소비자학분야	기타 각종 SOHO직, 정보제공업	창업계획	

2. 사회적 실천의 측면

가족기업에 대한 연구는 전공자들에 대한 교육 외에 일반인들에 대한 교육으로 이어질 때 더욱 가치가 있다. 자영업자들의 경우에는 대체로 경영학에 대한 지식이 없이 사업을 시작하기 때문에

자본력이나 경영기법 등 여러 가지 면에서 불리한 위치에 있다. 게다가 제품관리나 판매 등에 대해서도 재교육의 기회가 없으므로 가족기업 운영에 관한 전반적인 교육이 이루어져야 한다.

특히 가족기업에 관련된 여성의 노동부담과 노동력 활용, 노동시간의 배분 등의 문제를 가정의 입장에서 교육시켜야 한다. 또한 사업에 대한 경험이 없이 새로이 창업하는 여성들이나 저학력자들의 경우에는 더욱 문제가 크므로, 가족기업에 관한 사회교육은 여성인력의 활용과 여성취업인구의 증대라는 측면에서도 의의를 찾을 수 있다.

그러나 자영업자들의 경우에는 장시간 노동으로 인해 교육에 시간을 할애하기 어려우므로, 이들의 고충은 가족기업운영에 관한 정보를 손쉽게 제공해 줌으로써 해결할 수 있다. 예를 들면, 가족기업정보센타나 생활산업지원센타를 설치하여 가족기업운영자를 지원해야 한다. 즉, 가족기업정보센타는 대학의 사회봉사기관으로서 가족기업의 운영, 평가, 고충처리, 상담 등의 내용을 소책자나 인터넷을 통해 제공하는 역할을 할 수 있다. 또한 생활산업지원센타는 가족생활과 관련된 산업분야에서 소비자와 시장에 대한 조사를 통해 새로운 상품을 개발하고 소비자와 가족기업을 연결해주는 역할을 하며, 소규모 가족기업경영자들의 활동을 돕는 역할을 해야 할 것이다.

<참고문헌>

- 김의숙, 1998, 재택근로와 가족자원경영학의 과제, 『한국가족자원경영학회지』, 2권 2호, 83-92
- 김지희, 1999, 가족기업가정에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 박사학위논문
- 남영호, 1999, 기업가정신과 가족기업, 『벤처경영연구』, 2권 1호.
- 문숙재, 김지희, 1997, 가족자원활용을 위한 재택사업에 관한 연구, 『한국가족자원경영학회지』, 창간호, 43-56
- _____ 외 8인, 1999, 『공공가정경영-이론과 실제』, 학지사.
- 박기동, 1981, 한국가족기업에 관한 연구, 동아대학교 대학원 박사학위논문
- 박미혜, 박명희, 1999, 기혼여성재택근무자의 관리행동과 생활만족에 관한 연구, 『대한가정학회지』, 37권 4호, 1-16.
- 박용득, 1987, 한국가족기업의 조직유효성에 관한 연구, 영남대학교 석사학위 청구논문.
- 손계수, 1983, 우리나라 가족기업에 관한 연구, 영남대학교 대학원 석사학위논문.
- 이은영 외 9인, 생활과학대학의 교육이념과 발전방안, 『생활과학연구』, 23권.
- 통계청, 『1997 사업체 기초통계조사』
- 한국여성개발원, 『1999 여성통계연보』
- Aronoff, C. E., J. H. Astrachan and J. L. Ward(ed), 1996, *Family Business Sourcebook II*, Business Owner Resources.
- Donnelly, R. G., 1964, *The Family Business*, ed. by Aronoff, C. E., J. H. Astrachan and J. L. Ward, 1996, *Family Business Sourcebook II*, 4-18.

- Hall, P. D., 1988, A Historical Overview of Family Firms in the United States, ed. by Aronoff, C. E., J. H. Astrachan and J. L. Ward, 1996, *Family Business Sourcebook II*, 585-596.
- Holland, P. G. and W. R. Boulton, 1984, Balancing the "Family" and the "Business" in Family Business, ed. by Aronoff, C. E., J. H. Astrachan and J. L. Ward, 1996, *Family Business Sourcebook II*, 407-412.
- Ibrahim A. B. and W. H. Ellis, 1994, *Family Business Management*, Kendall/Hunt Publishing Company
- Levinson, H., 1971, Conflict That Plague Family Business, ed. by Aronoff, C. E., J. Asrachan and J. L. Ward, 1996, *Family Business Sourcebook II*, 378-387.
- Lyman, A., M. Salganicoff, and B. Hollander, 1985, Women in Family Business: An Untapped Resource, ed. by Aronoff, C. E., J. H. Astrachan and J. L. Ward, 1996, *Family Business Sourcebook II*, 460-463.
- Ward J. L. and L. S. Sorenson, 1987, A Family Needs a Mission Statement, ed. by Aronoff, C. E., J. H. Astrachan and J. L. Ward, 1996, *Family Business Sourcebook II*, 416-417.