

고 볼 수 있으며, 본 研究結果도 이러한 측면에서 해석될 수 있다고 본다.

상기 研究結果에 따르면, 海運企業에서 수행하는 備船意思決定은 危險이 대단히 높은 意思決定임에도 불구하고, 備船意思決定을 수행하는 것은 단기적으로 企業의 현금흐름과 收益性を 개선하고자 하는 의도가 강하게 작용한다고 볼 수가 있으며, 또한 비교적 船舶을 효율적으로 이용하는 적극적인 企業일수록 危險追求의인 意思決定行態를 띠어 危險이 높은 備船市場에 뛰어드는 경우가 많은 것으로 나타나고 있다. 이러한 結果는 열악한 經營環境條件하에서 海運企業이 企業存續과 성장을 위한 자구책의 일환의 산물이라는 것을 반영한 것이라고 볼 수 있다.

海運企業이 보다 장기적인 안목에서 합리적인 意思決定을 수행하여 競爭力을 強化하기 위해서는 現金흐름과 收益性を 근본적으로 제고시킬 수 있는 政府의 政策的 支援과 産業界의 노력이 절실하다. 이를 위해서는 첫째로, 老朽화된 船舶代替를 위한 投資 및 政府의 각종 支援政策이 필요하다. 政府에서는 外航海運이 老朽화된 船舶을 대체하고 適正船腹量을 갖출때까지 BBC 資金의 혜택폭을 확대하고 中古船導入基準의 緩和, 船舶購入資金에 대한 金利引下와 規制條件의 완화 등의 政策的인 支援對策이 계속 확대 유지되어야 할 것이다.

둘째로, 취약한 財務構造로부터 연유한 이자부담은 海運企業의 현금흐름과 收益性を 저조하게 만들 뿐만 아니라, 危險이 높은 備船市場에 뛰어들어가게 하는 要因이 되고 있다. 따라서, 海運企業의 財務構造를 근본적으로 개선할 수 있는 政府의 金融 및 稅財上 政策이 필요하며 이와 더불어 企業도 企業公開 등을 통하여 自己資本比重을 높여야 할 것으로 사료된다.

셋째로, 海運産業이 직면하고 있는 불확실한 環境的 요인과 열악한 항만사정은 海運企業으로 하여금 장기적인 안목에서 합리적인 經營意思決定을 하지 못하게 하는 중대한 요인으로 지적되고 있다. 따라서, 보다 근본적으로 체선체화현상을 방지할 수 있는 港灣施設投資가 시급히 이루어져야만 근본적으로 海運企業의 生産성과 收益性を 제고할 수가 있으며 이로 말미암아 經營意思決定도 합리적으로 수행할 수 있을 것으로 사료된다.

## 7. 企業競爭力 強化를 위한 知識經營의 活用に 관한 實證研究

해운경영학과 조 정 제  
지도교수 안 기 명

글로벌 경쟁체제하에서 국가의 경쟁력과 기업의 경쟁력을 갖추기 위해서 지식경영의 중요성에 대해서는 두 말할 여지가 없다 할 수 있다. 즉, 오늘날과 같이 치열한 경쟁적인 시장상황에서는 기업 내부 환경을 개선시키는 지식경영을 통하여 원가 절감, 품질 제고 및 고객서비스를 강화하고 치열한 생존 전쟁에서 경쟁적인 우위를 확보할 수 있다.

우리나라 기업들이 치열한 외부시장 여건 하에서 지속적으로 기업의 경쟁력을 유지하고 경영 전략 및 외부환경여건을 개선시키기 위해서는 지식경영시스템을 구축하고, 적절히 활용하여야 하겠다.

본 연구에서는 우리나라 전자·첨단 기업들이 지식 경쟁력요인에 대한 중요성 인식과 실제 활용수준간의 격차분석을 수행하고, 지식경쟁력을 제고하는 요인을 탐색하여 우리나라 기업의 지식경쟁력을 제고하는데 연구목적은 두로 있으며, 본 연구 결과 나타난 시사점은 다음과 같다.

첫째, 이제 지식 경영이라는 용어에 관심을 가지고 있다. 비록 크게 중요성을 인식하고 있지 않지만, 그 경쟁 우위는 상당 수준인 것으로 나타나고 있다. 반면 고객 욕구의 변화에는 많은 관심을 갖고 있으나, 그 관심만큼은 경쟁우위를 확보하고 있지 못한 것으로 나타나고 있다. 앞으로 지적 자산이나, 지식 경영에 더 많은 관심과 노력이 요구된다 할 수 있다.

둘째, 내부 프로세서의 개선이라는 중요한 점을 발견할 수 있다. 우리나라는 인적 자원에 대해서 많은 관심과 노력을 기울인다고 하지만 우수한 직원에 대해서만 관심이 있을 뿐 지식공유 시스템과 같은 지식 경영에 더 많은 관심을 가져야 하겠다.

셋째, 고객의 가치에서는 고객의 욕구 파악만이 경쟁우위 영역에 있고 다른 요인들은 높은 중요도 인식에도 불구하고 경쟁력은 없는 것으로 나타났다.

넷째, 환경요인을 고려한 후 그 결과를 보면, 지식경영과 실제 경쟁력간에는 여전히 차이가 있는 것으로 나타나고 있다. 경영혁신과 지식능력 요인 지표는 대체적으로 고객의 다양성이 복잡할수록, 수요예측이 곤란할수록, 내부프로세서 요인 지표들 중 동기 부여와 성과평가 능력을 제외하고는 대부분 신제품·신기술 변화 속도가 빠를수록, 재무적 요인 지표에서는 고객층이 다양할수록, 수요예측이 어려울수록, 고객 가치 요인 지표는 고객층이 다양할수록, 수요예측이 어려울수록 그렇지 않은 경우에 비해 지식경쟁력을 더 중요하게 고려하는데 통계적으로 유의적인 차이가 있다고 할 수 있다.

## 8. 우리 나라 국채선물 수익률과 현물 수익률간의 선도-지연관계 분석

해운경영학과 황 두 건  
지도교수 이 기 환

국채선물은 1999년 9월 28일 한국 선물 거래소가 중장기 금리 채권 상품으로 상장한지 1년만에 달러선물과 함께 최고의 거래량을 자랑하며 한국 선물 거래소의 주요 상품이 되었다.

국채 선물의 가장 큰 경제적 기능은 국내 금융 시장에도 중장기 금리에 대한 위험 관리수단이 제공된다는 점과 가격 발견 기능을 들 수 있다. 여기서 선물의 가격은 선물 시장에 참여하는 금융기관이나 기업 등의 전문가들이 예상하는 미래 어느 시점의 금리 수준 추이를 반영한다고 볼 수 있기에 현물 시장에서의 선도성 기능을 가진다고 볼 수 있고, 이는 선물의 가격 발견 기능이라 할 수 있다.

본 연구는 최근 1년 동안의 일일 간격의 국채 선물 수익률과 현물 수익률 사이의 시간적 상호 연관 관계를 통해 선물 시장의 선도성을 실증 분석하였다.

가격 발견 기능에 대한 연구는 새로운 시장 정보가 현물 시장에 앞서 선물 시장에 유입됨