

### 33. 항만물류업체간 전략적 제휴 요인에 관한 연구

물류시스템공학과 연 정 흠  
지도교수 곽 규 석

기업의 경영전략은 물류관리방식을 자사물류에 의한 관리방식에서 물류자회사에 의한 관리방식, 마지막으로 3PL이나 4PL 등의 물류전문업자에 의한 관리방식으로 변화시켰다. 특히 물류전문업자들의 등장으로 기존의 화주와 물류업체간 거래관계는 전략적인 제휴의 관계로 전환되었으며, 물류계획의 제안, 물류전략수립, 통합물류서비스 등 제공하는 서비스 또한 화주기업의 경쟁력 향상을 위한 전략의 형태로 바뀌게 되었다. 특히 물류경로 상에서 모든 물류서비스제공자를 통합하고, 고객기업의 자산, 조직, 인원 등을 제공받아 물류활동을 전담하고 있다.

물류부문의 물류전문업자의 등장은 항만물류에도 그 영향을 미치고 있다.

컨테이너정기선사, 항만운영회사, 포워더, 육상운송업체들은 타 업체와의 전략적 제휴관계나 전문물류자회사의 설립 또는 3PL, 4PL 등과의 제휴를 통하여 국제적인 네트워크 구축 및 물량을 확보하고 있으며, 현재 수행 중인 기본적인 물류활동뿐만 아니라 포워딩 업무, 해상 및 항공수송, 내륙운송, 계약물류, 보관, NVO 서비스 등 종합 SCM 물류서비스를 제공하고 있다.

항만물류에서의 이러한 변화는 전략적 제휴를 통한 국제네트워크 구축과 통합 물류서비스를 제공할 수 있는 제휴대상업체로 항만물류업체의 중요성이 더욱 증가하기 때문에 일어난다.

따라서 본 연구는 국내 항만물류업체의 전략적 제휴와 그 요인에 대한 실증적이고 현실적인 분석을 수행하였으며, 그 분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 전략적 제휴에 대한 일반적인 분석에서 물류전문업체에 대한 인지도의 항목에서 80% 이상의 업체가 답하여 대다수의 업체에서 물류전문업체의 존재에 대해서 아는 것으로 나타났다.

둘째, 제휴시 전략의 목적에 대해서 조사한 결과 서비스 우위, 경쟁우위, 비용우위의 순서로 조사되었으며, 이는 Sink가 주장하는 물류업체의 아웃소싱 목적이 비용우위전략에서 서비스우위전략과 경쟁우위전략으로의 변화하고 있다는 것과 일치함을 알 수 있었다.

셋째, 제휴시 선택하는 업종에 대해서는 동종 및 이종, 이종, 동종의 순으로 파악되었으며, 제휴의 형태에 대해서는 동종과 이종에 있어서 대규모 업체와의 기능간 제휴의 형태를 선호하는 것으로 나타나, 인수·합병보다는 전략적 제휴를 선호하는 것으로 나타났다.

넷째, 제휴시 구체적인 업체의 우선순위에 대해서는 1순위 업체에는 선박회사를 선택되었고, 2순위 업체는 컨테이너터미널 운영사, 3순위 업체는 육상운송업체가 선택되었다. 이러한 결과

는 선박회사의 경우는 국제적인 제휴를 통한 많은 물량과 국제네트워크를 보유하고 있으며, 타 항만물류업체보다 규모가 크며, 항만물류가 전적으로 의존하는 해상수송을 담당하기 때문에 전략적 제휴시 비용절감 및 서비스수준의 향상, 경쟁우위의 획득 등의 효과를 기대할 수 있기 때문이며, 컨테이너터미널 운영사를 선택하려는 것은 항만물류의 특성이 항만을 중심으로 하는 물류활동이므로, 이를 중요한 제휴대상으로 고려하기 때문인 것으로 보인다.

다섯째, 항만물류업체는 타 업체를 전략적 제휴의 대상으로 선정할 때, 업체의 규모, 정비 및 시설, 제휴시 연계성, 시장지배력, 서비스 수준, 물류전문성, 정보화 수준, 요금 수준 등 8가지 항목을 주요 고려요인으로 보고 있는 것으로 파악되었다.

여섯째, 전략적 제휴 후 기대되는 효과를 요금수준에 의한 시장경쟁력 향상, 전략적 제휴를 통한 물류서비스 품질의 향상, 제휴에 의한 업무의 효율성 향상 등 3가지를 제시하고 고려요인과의 인과관계를 분석한 결과, 요금수준에 의한 시장경쟁력 향상의 성과에 있어서는 8가지 변수 중에 시장지배력과 요금수준이 가장 중요한 요인으로 선택되었다. 다음으로 물류서비스품질 향상의 성과에서는 장비 및 시설과 물류전문성이 중요한 요인으로 평가되었다. 끝으로 제휴에 의한 업무의 효율성 향상에 대한 성과에서는 장비 및 시설과 물류정보시스템의 수준으로 나타났다.

향후, 국내 항만물류업체에도 미국 및 유럽 등의 선진국에서와 같이 물류업체간 전략적인 제휴에 의해 업체가 보유하고 있는 기능 및 자원의 공유를 통하여 물류효율성을 높일 것으로 예상된다. 그러므로 본 연구의 결과인 전략적 제휴시 8가지의 고려요인과 효과를 통해, 보다 합리적인 전략적 제휴를 체결할 수 있을 것이다.

## 34. 인터넷 검색포탈의 시장구조분석에 관한 연구

### Hierarchical Market Structures on Internet Search Portal

물류시스템공학과 이 지 훈

지도교수 신 창 훈

검색포탈이란 인터넷 이용자들의 현관(Portal)역할을 하고 있는 포탈 중에서도 가장 많은 이용자를 보유하고 있는 인터넷 비즈니스이다.

본 연구에서는 국내 대형 검색포탈 8군대를 선정하여 검색포탈의 시장구조를 분석 하였다. 자료수집을 위해서 검색포탈에서 제공하는 '이용자 인기 검색어' 중에서 적합한 키워드(Keyword) 15개를 선택하였다.

분석방법은 Urban, Johnson and Hauser(1984)의 상표전환(Brand switching) 자료를 이용