

2017년 서울시 7급 공무원 경영학(A형) 문제풀이

경영학박사 박도준

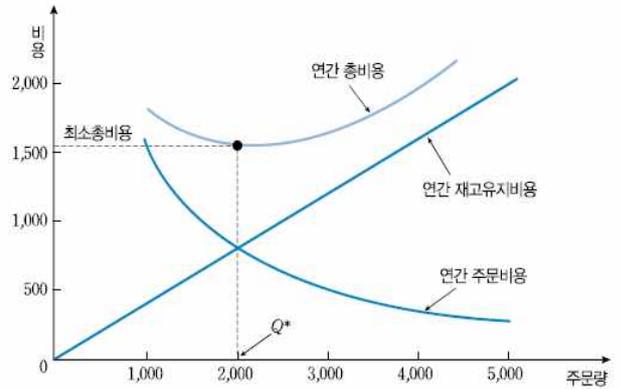
1. 기본 경제적 주문량(EOQ) 모형에 관한 설명으로 옳지 않은 것은? (2017. 서울시)

- ① 기본 경제적 주문량 모형에서는 주문은 한 번에 배달되고, 주문량에 따른 수량 할인은 없다고 가정한다.
- ② 기본 경제적 주문량 모형에서 재주문점(reorder point)은 리드타임에 일일 수요를 곱하여 구할 수 있다.
- ③ 기본 경제적 주문량 모형에서 발주비용은 발주량과 선형의 역비례 관계를 갖는다.
- ④ 기본 경제적 주문량 모형에서 주문사이클은 주문량을 연간 수요량으로 나눈 후 연간 조업일수를 곱하여 구할 수 있다.

→ 정답: ③

→ 해설: 기본 경제적 주문량 모형에서 발주비용은 발주량과 관계는 역비례(반비례)이나 선형(직선)의 관계를 가지지는 않습니다. 선형의 비례관계를 가지는 것은 재고 유지비용과 주문량의 관계입니다.

우측 EOQ 모형의 그림 상에서 보시면 알 수 있듯이 선형(직선)의 형태를 보이지 않으며 비선형의 우하향하는 곡선(직각 쌍곡선)의 형태를 가집니다.



(박도준의 핵심경영학 p.234)

2. 사무용 의자를 생산하는 기업의 총고정비가 1,000만원, 단위당 변동비가 10만원이며, 500개의 의자를 판매하여 1,000만원의 이익을 목표로 한다면, 비용가산법(Cost-Plus Pricing)에 의한 의자 1개의 가격은? (2017. 서울시)

- ① 100,000원 ② 120,000원 ③ 140,000원 ④ 160,000원

→ 정답: ③

→ 해설: 비용가산 가격결정 방법은 사전에 결정된 목표이익을 총비용에 가산하여 가격을 결정하는 방법으로서, 다음의 공식과 같이 계산할 수 있다.

$$\text{가격} = \frac{\text{총고정비용} + \text{총변동비용} + \text{목표이익}}{\text{총생산량}}$$

$$\frac{1000\text{만원} + (500\text{개} \times 10\text{만원}) + 1000\text{만원}}{500\text{개}} = \frac{2000\text{만원} + 5000\text{만원}}{500\text{개}} = \frac{7000\text{만원}}{500\text{개}} = 14\text{만원}$$

또는

원가가산 가격결정법으로 구한 예를 보면 다음과 같다.

$$\text{단위당 원가} : \frac{1000\text{만원} + (500\text{개} \times 10\text{만원})}{500\text{개}} = \frac{6000\text{만원}}{500\text{개}} = 12\text{만원}$$

$$\text{단위당 희망판매 이익} : \frac{1000\text{만원}}{500\text{개}} = 2\text{만원}$$

$$12\text{만원} + 2\text{만원} = 14\text{만원}$$

(박도준의 핵심경영학 p.168)

3. 대한이는 오늘부터 매년 1백만 원씩 5년 간 지급받는 연금복권에 당첨되었고 민국이는 1년 후부터 매년 1백만 원씩 5년 간 지급받는 연금복권에 당첨되었다. 대한이가 당첨된 연금복권의 현재가치와 민국이가 당첨된 연금복권의 현재가치의 차이는 얼마인가? (단, 연간 이자율은 10%이고, $(1.1)^{-5}$ 은 0.620921이다.) (2017. 서울시)

- ① 0원 ② 379,079원 ③ 620,921원 ④ 1,000,000원

→ 정답: ②

→ 해설: 1년부터 4년까지는 공통이기 때문에 상쇄하면 됨.

$$1 - 0.620921 = 0.379079 \times 100,000 = 379,079$$

<참고>

5년간 매년 10%이자로 100만원 수령하는 연금의 현재가치를 구해보면 다음과 같다.

$$\begin{aligned} \text{연금의 현재가치}(PVA) &= \frac{A}{(1+r)} + \frac{A}{(1+r)^2} + \frac{A}{(1+r)^3} + \frac{A}{(1+r)^4} + \frac{A}{(1+r)^5} \\ &= \frac{100}{(1+0.1)} + \frac{100}{(1+0.1)^2} + \frac{100}{(1+0.1)^3} + \frac{100}{(1+0.1)^4} + \frac{100}{(1+0.1)^5} \\ &= 100 \times \left[\frac{1}{0.1} - \frac{1}{0.1 \times (1+0.1)^5} \right] = 100 \times 3.7908 = 379.08\text{만원} \end{aligned}$$

또는 $PVA = 100 \times PVIFA_{0.1,5} = 100 \times 3.7908 = 379.08\text{만원}$

(주) $\left[\frac{1}{0.1} - \frac{1}{0.1 \times (1+0.1)^n} \right] = \text{연금의 현재가치요소}(PVIFA)$

$PVIFA = 1$ 기간 말부터 시작하여 n 기간 동안 매기간 말에 1원씩 발생하는 연금의 현재가치

4. 다음 표는 소비재의 제품특성에 대한 설명이다. ㉠~㉣에 들어갈 제품의 유형으로 바르게 나열된 것은?(2017. 서울시)

소비재의 특성	제품의 유형		
	㉠	㉡	㉢
구매 전 지식	적다	많다	많다
구매노력	보통	적다	많다
대체제품 수용도	보통	높다	없다
구매빈도	보통	많다	다양하다

- ㉠ ㉡ ㉢
- ① 편의품 선매품 전문품
 ② 편의품 전문품 선매품
 ③ 선매품 편의품 전문품
 ④ 선매품 전문품 편의품

→ 정답: ③

→ 해설: 소비재의 유형을 분류하여 보면 우측 표와 같다. (박도준의 핵심경영학 p.155)

마케팅 고려요인	소비용품의 유형		
	편의품	선매품	전문품
고객구매행동	빈번한 구매, 구매계획을 하지 않음, 대안비교노력 혹은 쇼핑 노력을 기울이지 않음, 고객의 관여수준이 낮음	덜 자주 구매됨. 상당한 구매 계획 및 쇼핑 노력을 기울임. 가격, 품질, 스타일 등에 근거하여 브랜드 대안들을 비교함	강한 브랜드 선호도와 충성도, 특별한 구매노력, 브랜드 대안 간 비교가 이루어지지 않음. 가격민감도가 낮음
가격	저가격	고가격	고가격
유통	광범위한 유통, 편리한 점포 위치	비교적 소수의 소매점들을 통한 선별적 유통	판매지역별로 하나 혹은 몇 개의 점포들에 의한 전속적 유통
촉진	제조업체에 의한 대량촉진	제조업체와 유통업체에 의한 광고와 인적판매	제조업체와 유통업체에 의해 특정 고객층을 겨냥해 신중하게 수행되는 촉진활동
예	치약, 잡지, 세탁세제	주요 내구재, TV, 가구, 의류	Rolex 시계, 고급 크리스탈 제품 등의 사치품

5. (㉠)서울의 보통주에 대한 콜옵션과 풋옵션의 행사가격이 모두 22,000원으로 동일하며, 두 옵션은 유퍼피언옵션으로 만기일 이전에 행사할 수 없다고 가정한다. 만기일은 1년 후, 현재의 주가는 16,000원이며 주식에 대한 배당은 없다. 1년 간의 무위험 이자율이 10%이고 풋-콜등가(Put-Call parity)가 성립할 때 콜옵션의 현재가치가 4,000원이면 풋옵션의 현재가치는 얼마인가? (2017. 서울시)

- ① 5,000원 ② 6,000원 ③ 7,000원 ④ 8,000원

→ 정답: ④

→ 해설: $S + P - C = \frac{X}{1 + r_T}$ 주) S : 주식의 현재가치, P : 풋옵션의 현재가치, C : 콜옵션의 현재가치
 r_T : 현재부터 만기일인 T 시점까지 기간의 무위험이자율
 X : 행사가격

위의 풋-콜 패리티 기본 공식을 응용하면

$$P = C - S + \frac{X}{1 + r_T} = 4000 - 16000 + \frac{22000}{(1 + 0.1)} = 8000$$

6. 어떤 기업이 지난 달 8천만 원의 매출을 달성하였는데, 직원10명이 지난 달에 각각 160시간씩 근무했고, 장비 5대가 지난 달에 각각 300시간씩 운용되었다. 이 기업의 지난 달 노동생산성으로 올바른 것은? (단, 소수점 첫째 자리에 서 반올림한다.) (2017. 서울시)

- ① 10,000원/시간 ② 22,222원/시간 ③ 40,000원/시간 ④ 50,000원/시간

→ 정답: ④

→ 해설: 노동생산성은 총생산량을 총노동시간으로 나누어 산출한다.

$$\text{노동 생산성} = \frac{\text{총생산량}}{\text{총노동시간}} = \frac{8000\text{만원}}{160\text{시간} \times 10\text{명}}$$

총생산량을 총생산해서 판매해서 올린 매출액으로 계산하여도 무방함.

(박도준의 핵심경영학 p.224)

7. 다음 표에는 어떤 프로젝트를 구성하고 있는 작업(activity)들과 관련 정보가 정리되어 있다. 이 프로젝트의 주공정 경로(critical path)의 길이는 얼마인가? (2017. 서울시)

작업(activity)	선행 작업	수행시간
A	-	13
B	A	8
C	A	7
D	B, C	7
E	B, C	8
F	D, E	3
G	D	5

- ① 31시간
 ② 32시간
 ③ 33시간
 ④ 34시간

→ 정답: ③

→ 해설: 주공정 경로는 제일 긴 작업시간을 찾으면 된다.

- A(13)→B(8)→D(7)→G(5) : 33
- A(13)→B(8)→E(8)→F(3) : 32
- A(13)→C(7)→D(7)→G(5) : 32
- A(13)→C(7)→E(8)→F(3) : 32

(박도준의 핵심경영학 p.265 프로젝트 분석 참조)

8. 다음 중 시계열 수요예측 기법에 대한 설명으로 가장 옳은 것은? (2017. 서울시)

- ① 과거에 발생하지 않았던 요소를 고려하여 미래의 수요를 예측한다.
- ② 시계열 수요예측 기법에는 델파이 방법과 회귀분석 방법 등이 있다.
- ③ 일반적으로 시계열은 추세, 계절적 요소, 주기 등과 같은 패턴을 갖는다.
- ④ 전략적 계획을 수립하는 데 필요한 장기적인 시장 수요를 파악하기 위하여 주로 사용된다.

→ 정답: ③

→ 해설: 시계열 분석의 구성요소를 설명하면 우측 표와 같다.

아울러 각 지문들의 잘못된 부분을 살펴보면

- ① 과거에 발생한 것을 토대로 미래 수요를 예측하는 것이 시계열 기법임.
- ② 시계열 수요예측 기법에는 추세분석, 이동평균법, 지수평활법 등이 있다. 델파이 방법은 대표적인 질적(정성적) 분석방법이며, 회귀분석 방법은 인과관계분석 방법이다.
- ④ 전략적 계획을 수립하는 데 필요한 장기적인 시장 수요뿐만 아니라, 계절적 변동 요인과 같은 단기적인 수요 변동 및 우연변동과 같은 돌발적인 원인이나 불분명한 원인으로 일어나는 변동까지도 나타난다.
(박도준의 핵심경영학 p.217 - p.219)

구 분	내 용
추세변동 (trend variation, T)	장기변동의 전반적인 경향(증가추세, 감소추세) 수요량 자료의 장기적, 점진적 변동
계절변동 (seasonal variation, S)	1년을 주기로 계절에 따라 되풀이 되는 변동 수요량의 분기/계절/월/일별 변동
순환변동 (cyclical variation, C)	장기에 걸친 사이클링 현상 수요량의 2~10년마다 물결같은 변동
우연변동 (random variation, R)	돌발적 원인이나 불분명한 원인으로 일어나는 변동 기타 복잡한 요인에 의한 수요 변동

• 시계열 분석 모형
 - 가법모형 : $Y = T + C + S + R$
 실제수요를 시계열 변동요소의 합으로 보는 모형
 - 승법모형 : $Y = T \cdot C \cdot S \cdot R$
 실제수요를 시계열 변동요소의 상승적으로 보는 모형

9. 기업전략에서 고려하는 지속가능성(sustainability)에 대한 설명으로 가장 옳은 것은? (2017. 서울시)

- ① 지속가능 기업전략에서는 이해관계자와 관계없이 주주의 이익을 우선시한다.
- ② 지속가능성 평가 기준의 일종인 삼중선(triple bottom lines)은 기업의 경제, 사회, 정부 차원의 책무를 강조한다.
- ③ 사회적 책임이 포함된 기업전략을 수립하는 것에 대해 모든 기업이 동의한다.
- ④ 기업의 이익을 넘어 사회의 이익을 제공할 수 있는 전략을 수립한다.

→ 정답: ④

→ 해설:

- ① 지속가능 기업전략에서는 주주의 이익이 중요하지만 모든 이해관계자를 다 고려하며 사회적 이익을 창출할 수 있어야 한다.
- ② 지속가능성 평가 기준의 일종인 삼중선(triple bottom lines)은 기업의 경제, 사회, 정부 차원의 책무가 아니라 기업 이익, 환경 지속성, 사회적 책임이라는 세 가지 기준으로 기업 실적을 측정하는 비즈니스 원칙을 강조한다.
- ③ 사회적 책임이 포함된 기업전략을 수립하는 것에 대해 모든 기업이 동의한다고 단정 지을 수는 없다.
(박도준의 핵심경영학 p.14 - p.15 경영자의 사회적 책임과 CSR 부분 참조)

10. 옵션포지션의 위험을 측정하는 그리스문자(Greeks)에 관한 설명으로 가장 옳지 않은 것은? (2017. 서울시)

- ① 델타는 기초자산의 가격변화에 대한 옵션가격의 변화로 정의된다.
- ② 옵션포트폴리오의 세타는 거래비용의 변화에 대한 옵션 가격의 변화로 정의된다.
- ③ 옵션포트폴리오의 감마는 기초자산의 가격변화에 대한 포트폴리오 델타의 변화로 정의된다.
- ④ 파생상품으로 구성된 포트폴리오의 베가는 기초자산의 변동성 변화에 대한 포트폴리오의 가치 변화로 정의된다.

→ 정답: ②

→ 해설: 세타는 거래비용의 변화에 대한 옵션 가격의 변화로 정의가 아니라 시간이 1단위 감소할 때 옵션의 가치의 변화를 나타냄. 거래비용의 변화에 대한 옵션 가격의 변화로 정의되는 것은 델타(Delta: Δ , δ)라고 할 수 있다.

추가로 보충 설명을 하면 옵션포지션의 위험을 측정하는 그리스문자(Greeks)들은 각각의 옵션 민감도 지표를 보여줌. 옵션민감도지표란 옵션가격결정 모형에 의하면 옵션의 가격을 결정하는 변수에는 기초자산의 가격, 기초자산의 가격 변동성, 만기일까지의 잔존기간, 이자율과 배당률이 있다. 이 각각의 변수들이 옵션가격에 미치는 영향을 계량화한 것이 옵션의 민감도 지표 라고 한다. 금융회사는 장외시장에 고객들에게 옵션을 매도한 후, 옵션에 대한 위험을 관리(헤지)해야한다. 옵션리스크를 나타내는 각 그리스문자는 옵션포지션의 위험을 측정, 관리하는 수단으로 이용된다. 옵션리스크는 선형적 가격리스크인 델타, 비선형적 가격리스크인 감마, 기초자산의 변동성의 변화로 야기되는 베가로 구분한다.

• 델타(Delta: Δ , δ): 옵션가격의 변화 / 기초자산의 가격변화

기초자산의 가격이 1단위 변화할 때 옵션가격이 얼마나 변하는가를 나타내는 값으로 현재의 방향위험을 나타냄 기초자산의 가격변동에 대한 옵션의 민감도를 말하며, 기초자산 가격이 1단위 변동할 때 옵션가격의 변동으로 측정된다. 예를들어, 삼성전자를 기초자산으로 하는 콜 옵션의 델타가 0.7이라고 할 경우, 삼성전자 가격이 1만큼 상승할 때, 콜 옵션의 가격은 0.7만큼 상승하는 것을 의미한다. 추가적으로 델타헤지는 자신이 보유한 포지션의 델타를 영(0)으로 만듬으로써, 기초자산 가격변동에 따른 보유포지션 가격변동위험을 제거하는 자산관리 기법 중 하나이다. 예를 들어 삼성전자를 기초자산으로 하는 콜옵션 1계약을 매도한 경우, 델타가 0.7이라면 옵션매도자는 0.7 단위의 삼성전자 주식을 보유함으로써 옵션매도에 따른 가격 변동위험을 상쇄할 수 있게 된다.

• 감마(Gamma: Γ , γ): 델타의 변화 / 기초자산의 가격변화

기초자산 가격이 1단위 변화할 때 옵션델타가 얼마나 변하는가를 나타내는 값으로 방향위험의 변화위험을 나타냄. 기초자산 가격이 1단위 변할 때의 델타 변동폭을 말하고 기초자산 가격에 대한 옵션 가격모형의 이차 편미분을 통해 결정된다.

• 세타(Theta: Θ , θ): 옵션가격의 변화 / 기초자산의 변동성 변화

시간이 1단위 감소할 때 옵션의 가치의 변화를 나타냄. 옵션만료시까지 시간이 1일 경과함에 따른 옵션가격의 변화. 예를 들어 미국형 콜 통화선물옵션의 경우 세타가 -0.008일면 다른 요건이 일정하다고 가정할 때 만기가 93일에서 92일로 하루가 지남에 따라 옵션단위당 옵션가치가 0.008퍼센트 하락함을 의미한다. 옵션의 시간가치는 만기가 가까워짐에 따라 급속도로 감소하므로 세타의 절대치는 만기가 가까울수록 급속히 커진다.

• 베가(Veag: ν): 옵션가격의 변화 / 기초자산의 변동성 변화

변동성이 1% 변할 때 옵션가격이 변하는 정도를 나타냄. 기초자산의 변동성에 대한 옵션가격의 민감도를 나타내는 분석지표로, 기초자산의 변동성의 변화에 따른 위험을 관리하는 데 사용한다. 내재 변동성이 1% 변화시 옵션의 가격이 얼마나 변하는 가로 지표를 나타내며, 베가 0.01은 내재 변동성이 1% 증가했을 때 가격이 0.01 상승함을 의미한다.

• 로(Rho: ρ , ρ): 옵션가격의 변화 / 금리의 변화

금리의 변화에 대한 옵션가격의 변화를 나타냄. 일반적으로 금리가 옵션가격에 미치는 영향은 미미하다. 이자율 변화에 대한 포트폴리오 가치의 변화 비율을 의미하는데 이자율 변동에 따른 포트폴리오 가치의 민감도 측정시 사용.

그리스 알파벳

A α alpha 알파	H η eta 이타	N ν nu 뉴우	T τ tau 타우
B β beta 베타	Θ θ theta 씨타	Ξ ξ xi 크사이	Y υ upsilon 입실론
Γ γ gamma 감마	I ι iota 요타	O \omicron omicron 오미크론	Φ ϕ phi 화이
Δ δ delta 델타	K κ kappa 카파	Π π pi 파이	X χ chi 카이
E ϵ epsilon 엡실론	Λ λ lambda 람다	P ρ rho 로	Ψ ψ psi 프사이
Z ζ zeta 지타	M μ mu 뮤우	Σ σ sigma 씨그마	Ω ω omega 오메가

11. 다음 중 영업현금흐름(OCF)의 정의로 옳은 것은? (2017. 서울시)

- ① EBIT+감가상각비-세금 ② EBIT+감가상각비+유동자산
- ③ EBIT-감가상각비+세금 ④ 세금-감가상각비-EBIT

→ 정답: ①

→ 해설: 영업이익이나 순이익처럼 회사의 이익을 나타내는 지표 중 하나로 기업이 영업활동을 통해 벌어들이는 현금 창출능력을 나타낸다. 이자·세금·감가상각비를 지급하기 전의 순이익, 즉 영업이익(EBIT)에다 감가상각비를 합한 것으로 '세전영업 현금흐름' 혹은 예비타라고 한다.

예비타는 실제로 현금이 나가지 않은 감가상각비는 비용으로 간주하지 않으므로 설비 투자가 많은 대기업체들이 선호하는 경향이 있다.

예를 들어 어느 회사가 대형 설비 투자를 하면서 투자비를 비용으로 처리하면 영업이익이 적자가 되지만 예비타를 쓰면 흑자가 될 수도 있다

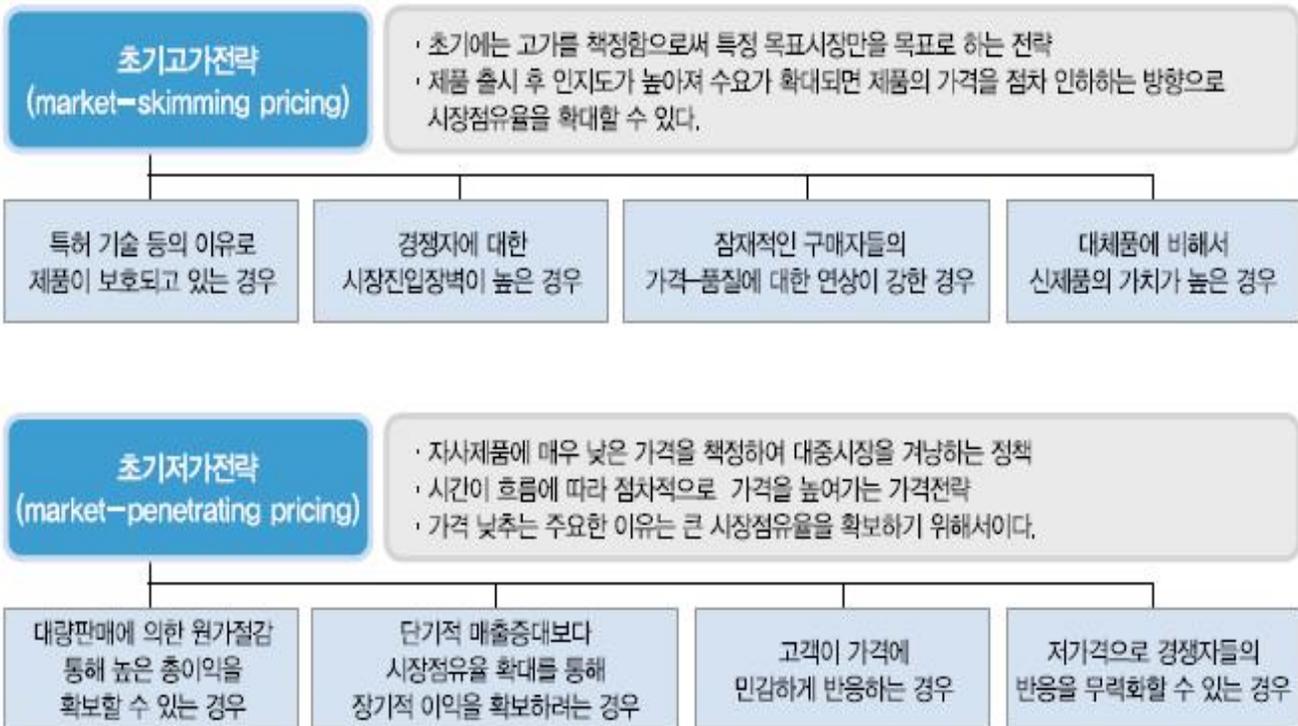
- 영업현금흐름(operating cash flow : OCF)
 - = (매출액-영업비용) - 법인세율 × (매출액 - 영업비용 - 감가상각비)
 - = (매출액-영업비용)(1 - 법인세율) + 법인세율 × 감가상각비
 - = 영업이익 × (1 - 법인세율) + 감가상각비
- 잉여현금흐름(free cash flow : FCF)
 - = 영업현금흐름 - 순운전자본의 변동 - 자본적 지출

12. 다음 중 시장침투가격(penetration pricing) 전략이 적합한 상황과 가장 거리가 먼 것은? (2017. 서울시)

- ① 소비자들이 가격에 민감하지 않을 때 ② 시장 성장률이 높을 때
- ③ 경쟁자의 진입을 사전에 방지하고자 할 때 ④ 규모의 경제가 존재할 때

→ 정답: ①

→ 해설: 소비자들이 가격에 민감하지 않을 때 굳이 선저가로 시장에 들어갈 필요는 없을 것임. 이러한 경우는 선고가 전략인 Skimming Pricing 전략이 합당할 것임.



13. 인사평가 시 발생할 수 있는 대인지각 오류에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은? (2017. 서울시)

- ① 후광오류(halo errors)는 피평가자의 일부 특성으로 그 사람에 대한 전체적인 평가를 긍정적으로 내리는 경향이다.
- ② 나와 유사성 오류(similar-to-me errors)는 자신의 특성과 유사한 피평가자에 대해 관대히 평가하는 경향이다.
- ③ 상동적 태도(stereotyping)는 피평가자가 속한 집단의 특성으로 피평가자 개인을 평가하려는 경향이다.
- ④ 대비오류(contrast errors)는 평가자가 본인의 특성과 피평가자의 특성을 비교하려는 경향이다.

→ 정답: ④

→ 해설: 평가자가 본인의 특성과 피평가자의 특성을 비교하려는 경향은 투사의 오류 또는 투영 및 주관의 객관화적 성향을 의미한다. 대비오류(Contrast Error)란 고과자가 자신과 반대되는 특성을 지닌 피고과자를 과대 또는 과소평가하는 경향을 말하기도 하며, 다른 피고과자와의 비교에 따라 피고과자를 과대 또는 과소평가하는 경향을 말한다. 인사 고과자와 피고과자간의 지적 수준의 차이나 세대 차이, 견해 차이 등에서 잘못 평가하게 되는 경우와 피고과자 상호간 비교 평가시에 발생할 수 있다. 아울러 한 피평가자에 대한 평가가 다른 피평가자에 대한 평가에 영향을 주는 것을 대비효과(contrast effect)라고도 한다.

(박도준의 핵심경영학 p.57-58)

14. 기업의 경영성과를 평가하는 데 사용되는 균형성과표(Balanced Scorecard : BSC)의 평가관점과 성과지표 측정 지표 간의 연결로 가장 옳지 않은 것은? (2017. 서울시)

- ① 재무 관점 - EVA(Economic Value Added) ② 고객 관점 - 시장점유율
- ③ 내부 프로세스 관점 - 자발적 이직률 ④ 학습 및 성장 관점 - 직원 만족도

→ 정답: ③

→ 해설: 내부 프로세스 관점이란 자발적 이직을 파악하기보다는 주주와 고객을 만족시키기 위하여 기업 내부에 가치를 창출할 수 있는 프로세스를 가지고 있어야 하는데 이를 평가하는 관점이라고 할 수 있다.

- ① 재무 관점이란 기업가치 향상을 위해 중요한 재무성과에 대한 질문으로 재무적으로 성공하기 위하여 주주에게 어떻게 보일 것인가를 중히 여기는 관점으로 이러한 측면에서 경제적 부가가치 창출인 EVA(Economic Value Added)는 중요하다고 할 수 있다.
- ② 고객 관점이란 평가대상이 되는 고객을 명확하게 한 후 고객이 중히 여기는 가치는 무엇인가를 파악하는 과정에서 이를 통해 시장점유율을 파악하고 넓혀나가는 것을 중히 여긴다고 할 수 있다.
- ④ 학습 및 성장 관점이란 기업이 새로운 프로세스를 개발하고 장기적으로 성장하려면 고객을 만족시키는 능력을 지속적으로 향상시켜 나아갈 수 있는 조직기반이 있어야 하며 이 부분의 성과를 평가하는 관점으로 이를위해서는 직원 만족도 역시 중요한 항목으로 고려되어야 한다.

(박도준의 핵심경영학 p.29)

15. 교육 훈련의 효과성을 평가하기 위해 커크 패트릭(Kirkpatrick)은 4단계 평가 기준을 제안하였다. 평가의 기초를 기준으로 쉬운 것부터 차례대로 나열한 것으로 옳은 것은? (2017. 서울시)

- ① 학습기준, 반응기준, 결과기준, 행동기준 ② 반응기준, 학습기준, 행동기준, 결과기준
- ③ 행동기준, 결과기준, 반응기준, 학습기준 ④ 결과기준, 행동기준, 학습기준, 반응기준

→ 정답: ②

→ 해설: 커크패트릭(Kirkpatrick)은 4단계 평가 기준을 정리하면 다음과 같다.

단계	초점	내용	
제1단계	반응	참가자가 그의 훈련 및 개발을 어떻게 생각하는가?	교육장
제2단계	학습	어떠한 원칙·사실·기술을 배웠는가?	
제3단계	행동	훈련 및 개발을 통하여 직무수행상 어떠한 행동의 변화를 가져왔는가?	업무복귀후
제4단계	결과	훈련 및 개발을 통하여 비용절감, 품질개선, 생산성증대 등에 어떠한 결과를 가져왔는가?	

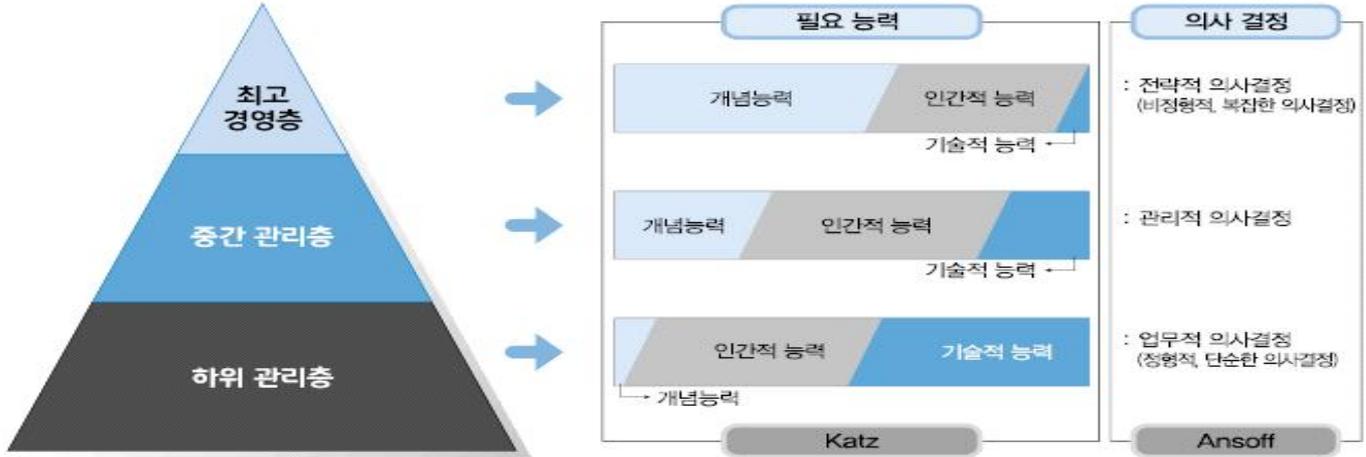
(박도준의 핵심경영학 p.129)

16. 카츠(R. L. Katz)가 제안한 경영자 또는 관리자로서 갖춰야 할 관리기술 중 최고경영자 계층에서 특히 중요시되는 것은? (2017. 서울시)

- ① 운영적 기술(operational skill) ② 개념적 기술(conceptual skill)
- ③ 인간관계적 기술(human skill) ④ 전문적 기술(technical skill)

→ 정답: ②

→ 해설: 위계수준과 경영기술을 정리하면 다음과 같다.



(박도준의 핵심경영학 p.13)

17. 다음 중 촉진믹스 선정에 대한 설명으로 가장 옳은 것은? (2017. 서울시)

- ① 소비재를 판매하는 기업은 대부분의 촉진비용을 PR에 주로 사용하며 그 다음으로 광고, 판매촉진, 그리고 인적판매의 순으로 촉진비용을 지출하게 된다.
- ② 푸쉬(Push) 전략을 사용하는 생산자는 유통경로 구성원들을 상대로 인적판매나 중간상 판촉 등과 같은 촉진활동을 수행한다.
- ③ 구매자의 의사결정단계 중 인지과 지식의 단계에서는 인적판매보다 효과적이다.
- ④ 제품수명주기 단계 중 성숙기에서는 광고가 판매촉진에 비하여 중요한 역할을 수행하게 된다.

→ 정답: ②

→ 해설: 푸쉬전략(push strategy)이란 제조업자가 판매촉진이나 인적판매를 이용하여 중간상으로 하여금 제품을 구비하고 소비자에게 적극적으로 판매하도록 유도하는 전략이며, 풀전략(pull strategy)이란 조업자가 광고나 소비자판촉을 이용하여 최종 소비자에게 브랜드나 제품을 알려 스스로 적극적으로 구매하도록 하는 전략을 의미한다.

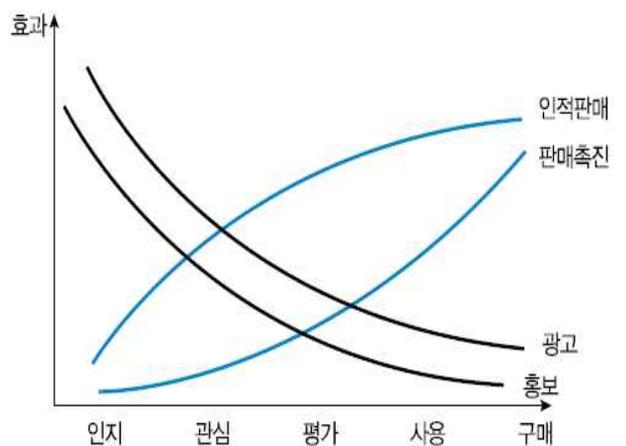
- ① 소비재를 판매하는 기업은 대부분의 촉진비용을 PR 보다는 광고에 주로 사용하며 그 다음으로 판매촉진, 그리고 인적판매의 순으로 촉진비용을 지출하게 된다.

③ 구매자의 의사결정단계 중 인지과 지식의 단계에서는 인적판매 보다는 광고와 홍보가 보다 효과적이다.

이를 정리하면 우측 그림과 같다.

- ④ 제품수명주기 단계 중 성숙기에서는 광고보다는 판매촉진 활동을 통해 상표전환자를 유도하는 것이 중요한 역할을 수행하게 된다. 아울러 광고의 경우는 상표차이와 효익을 강조하는 광고가 활용된다.

(박도준의 핵심경영학 p.163 & p.181)



18. 다음 중 기업의 배당전략에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은? (2017. 서울시)

- ① 수동적 잔고정책(passive residual policy)에 따르면, 수행할 만한 투자기회의 존재와 상관없이 배당금이 일정하다.
- ② 배당률은 이익의 증가를 따라가는 경향을 보이지만, 기업들은 대체로 안정적인 배당정책을 선호한다.
- ③ 미래의 전망이 밝은 기업의 경영자들은 자신들의 미래 전망에 대한 정보를 투자자들에게 알리는 수단으로서 배당정책을 사용하며, 투자자들은 배당정책의 변화를 기업내용 변화의 신호로 인식함으로써 주가에 변화를 가져온다.
- ④ 분기마다 배당을 지급하는 경우에 매 사분기마다 지급하는 배당금은 작게 하고 회계연도 말이 되어서 추가배당을 하는 정책은 연도별 이익규모와 현금수요가 각각 변동이 심한 기업들에게 적합하다.

→ 정답: ①

→ 해설: 수동적 잔고정책(passive residual policy)에 따르면, 수행할 만한 투자기회의 존재 등을 다 고려 한 후 배당의사결정을 하는 배당정책으로서, 기업의 배당정책을 투자결정과 자금조달결정의 부산물로 보는 이론을 배당의 잔여이론에 해당한다고 할 수 있다.

<보충 설명>

배당정책(dividend policy)이란 이익 중에서 어느 정도를 어느 시기에 어떤 형태로 배당하느냐에 대해 기업이 취하는 방법을 의미한다. 전통적으로는 주주가 주주총회에서 스스로 배당에 관한 결정을 하였으나, 현재의 주식회사에서는 배당에 관한 실질적 결정은 경영자가 기업유지라고 하는 장기적 관점에서 행한다. 따라서, 이를 위해 정책이 필요하게 되었다. '어느 정도'란 당기처분가능이익금을 배당금과 내부유보로 분할하는 것을 말하는 것으로, 배당성향 또는 내부유보율을 결정하는 일이다.

소유와 경영이 분리된 현대 주식회사에서는 주주의 투자가화(投資家化)가 되어 있으므로, 장기 안정적 배당이 환영을 받는다. 이를 위해서는 각 기별 배당금 총액을 안정시킬 필요가 있는데, 이익 쪽은 변동되므로, '어느 시기'의 배려가 필요하며, 구체적으로는 배당평균적립금의 이용이 문제가 된다. 이것은 이익이 많은 연도에 적립을 하고, 이익이 적은 연도에 이를 조정하여 배당을 평균적으로 안정시키는 것이다.

안정배당정책과 대조되는 것은 이익형 배당정책인데, 각 기별의 이익에 연동시켜서 배당을 변화시키는 것이다. 이 경우에는 배당성향의 안정이 중요시된다. '어떤 형태'란 배당지불의 형태를 말한다. 여기에는 현금배당과 비현금배당이 있는데, 비현금배당에는 현물배당 ·채권배당 ·사채배당 ·주식배당이 있다. 주식배당의 경우 자사(自社)의 신주(新株)를 주주에게 교부함으로써 배당금을 대신하는 방법도 있다.

아울러 기업의 배당정책에 대한 의사결정 즉 순이익을 주주에게 배당을 하느냐, 아니면 기업내부에 유보하여 재투자를 하느냐에 대한 의사결정은 기업의 투자기회의 수익성에 따라 달라질 수 있는데, 기업의 배당정책을 투자결정과 자금조달결정의 부산물로 보는 이론을 배당의 잔여이론이라고한다.

즉 외부금융이 허락되지 않은 상황에서 해당기업과 동일한 위험을 갖는 투자안의 수익률(즉 주주들의 요구수익률을 또는 자기자본비용)보다 기업의 재투자수익률이 높다면 주주들은 배당보다는 기업내에 유보시키는 것을 선호하게 된다.

따라서 주주들의 요구수익률을 상회하는 재투자수익률을 가져오는 투자사업이 존재한다면 순이익을 먼저 그러한 투자 사업에 충당하고 (그래도 남는 사업이 존재한다면 순이익을 먼저 그러한 투자사업에 충당하고) 또 남는 자금이 있을 경우 배당을 하는 것이 유리하며 그래야 기업의 가치를 극대화시킬 수 있다. 이 이론에 따르면 기업의 배당정책은 그 기업이 가지는 투자안의 수익률곡선과 주주들의 기회 비용(요구수익률)에 의해 좌우되므로 기간별 배당금의 변화가 매우 심할 것이라는 것을 암시한다.

