

시장조사론

【문제 1】 (주) K-뷰티는 광고전략과 성별에 따라 브랜드 태도에 차이가 있는지를 검증하기 위하여 광고전략을 정보형, 유머형, 감성형으로 구분하고, 각 조건 집단별로 5명씩 총 30명의 참가자에게 광고를 보여주고 브랜드 태도를 리커트 7점 척도(점수가 높을 수록 긍정적임)로 응답하도록 하였다. 분석결과는 <표 1>과 <표 2>와 같다. 다음 물음에 답하시오. [단, $\alpha = 0.05$, 임계치: $F_{0.05}(2,24) = 3.40$, $F_{0.05}(1,24) = 4.26$] (30점)

<표 1> 분석결과표

소스	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
수정된 모형	38.751	5	7.750	41.855	.000
절편	704.705	1	704.705	3805.789	.000
성별	1.121	1	1.121	(ㄱ)	.021
광고전략	37.419	2	18.710	(ㄴ)	.000
성별*광고전략	.211	2	.106	(ㄷ)	.574
오차	4.444	24	.185		
합계	747.900	30			
수정된 합계	43.195	29			

<표 2> 사후 검증

광고전략	N	부분집합 1	부분집합 2
정보형	10	3.94	
유머형	10	4.18	
감성형	10		6.42
유의확률		.224	1.000

- (1) <표 1>의 (ㄱ) ~ (ㄷ)에 들어갈 값을 구하시오. (단, 계산과정을 포함시키고, 소수점 셋째자리에서 반올림하여 소수점 둘째자리까지 구한다.) (6점)
- (2) 광고전략과 성별의 주효과와 상호작용 효과를 검증하기 위한 귀무가설과 대립가설을 설정하시오. (6점)
- (3) (1)의 계산결과와 (2)의 가설을 기초로 광고전략과 성별의 주효과와 상호작용 효과에 대한 귀무가설의 기각여부를 검증하고, 시사점을 각각 기술하시오. (단, 임계치와 유의확률 비교 모두 제시) (12점)
- (4) 광고전략에 대한 사후검증을 실시하는 이유를 설명하고, <표 2> 분석표의 의미와 시사점을 각각 기술하시오. (6점)

【문제 2】 (주) 한국패션은 자사대리점의 월매출(만원)에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위하여 30개 대리점의 월광고비(만원)와 입지 유형(상가, 대학가, 주택가)을 독립변수로 하는 회귀분석을 실시하였다. 입지 유형은 상가를 기준집단으로 하는 더미(dummy)변수로 전환하여 사용하였다. 분석 결과가 <표 1>, <표 2>, <표 3>과 같을 때 다음 물음에 답하십시오. (단, $\alpha=0.05$, 양측검증, 계산값은 계산과정을 포함시키고, 소수점 셋째자리에서 반올림하여 소수점 둘째자리까지 구한다.) (30점)

<표 1> 모형 요약

모형	R 제곱	조정된 R 제곱	추정값의 표준오차
1	()	.577	10.311

<표 2> 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	4517.830	()	()	()	.000
	잔차	2764.190	()	()		
	총계	7282.020	()			

<표 3> 회귀계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	11.482	4.363		2.632	.014
	월광고비	3.417	.628	.490	()	.000
	대학가	43.196	11.734	.370	()	.001
	주택가	-28.605	13.402	-.240	()	.042

- (1) 전체 회귀모형의 유의성 검증을 위한 귀무가설과 대립가설을 설정하고, 귀무가설의 기각 여부를 설명하시오. (단, 표에 제시된 값을 활용하여 판단 근거를 명시할 것)
(4점)
- (2) 개별 회귀계수의 유의성 검증을 위한 귀무가설과 대립가설을 설정하고, 귀무가설의 기각 여부를 설명하시오. (단, 표에 제시된 값을 활용하여 판단 근거를 명시할 것)
(4점)
- (3) <표 1>의 (ㄱ), <표 2>의 (ㄴ), (ㄷ), <표 3>의 (ㄹ)에 들어갈 값을 구하시오. (8점)
- (4) 추정 회귀식을 제시하고, 월광고비가 50만 원일 때, 세 입지 유형별 예상 월매출액을 각각 구하시오. (단, 표시단위는 만원) (8점)
- (5) 터미변수(대학가, 주택가)의 계수가 주는 의미를 기준집단(상가)과 관련지어 해석하시오. (6점)

【문제 3】 K-카페는 서비스품질에 대한 평가가 고객만족에 미치는 영향을 알아보기 위해 소비자 조사를 실시하였다. <표 1>과 <표 2>는 서비스품질에 대한 Cronbach의 알파 분석결과이다. 다음 물음에 답하시오. (10점)

<표 1> 항목 총계 통계량

	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관계수	항목이 삭제된 경우 Cronbach의 알파
커피 맛	14.29	5.742	.628	.727
메뉴 가격	14.42	5.435	.672	.710
메뉴 다양성	14.14	5.854	.680	.712
가격 대비 품질	13.98	6.410	.507	.766
재료 신뢰성	13.92	6.805	.360	.811

<표 2> 신뢰도 통계량

Cronbach의 알파	항목 수
0.788	5

- (1) 신뢰성을 평가하는 방법 3가지를 설명하시오. (6점)
- (2) <표 1>과 <표 2>의 분석결과를 토대로 신뢰성을 향상시키려면 어떤 처리를 해야 하는지를 기술하고, 그 근거를 제시하시오. (4점)

【문제 4】 순수실험 디자인 중 피실험자 내 디자인(within-subjects design)에 관한 다음 물음에 답하십시오. (10점)

- (1) 피실험자 내 디자인의 개념을 설명하십시오. (4점)
- (2) 피실험자 내 디자인의 단점을 제시하고, 이를 방지하기 위한 방법을 제시하십시오. (6점)

【문제 5】 패널조사에 관한 다음 물음에 답하십시오. (10점)

- (1) 패널조사의 개념을 설명하십시오. (2점)
- (2) 순수패널(true panel)조사와 옴니버스패널(omnibus panel)조사에 대해 각각 설명하십시오. (4점)
- (3) 패널조사의 장점과 단점 각각 2가지를 기술하십시오. (4점)

【문제 6】 정성조사(qualitative research) 방법 중 투사법(projective techniques)에 관한 다음 물음에 답하십시오. (10점)

- (1) 투사법의 개념과 적용할 수 있는 상황 2가지를 제시하십시오. (4점)
- (2) 투사법의 구체적인 적용 기법 3가지를 제시하고 설명하십시오. (6점)