

시장조사론

【문제 1】 A사는 자사의 광고비와 대리점 수가 매출액에 미치는 영향을 파악하기 위하여 통계분석 프로그램을 이용하여 회귀분석을 실시하였다. 다음은 회귀분석 결과의 일부를 나타낸 것이다. 물음에 답하시오. (단, 가설 검증은 양측검증을 유의수준 0.05 기준으로 실시한다.) (30점)

<표 1> 모형 요약

모형	R 제곱	조정된 R 제곱	추정값의 표준오차
1	()	.967	7.0450

<표 2> 분산분석

	모형	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀분석	13376.674	2	6688.337	134.758	.000
	잔차	347.426	7	49.632		
	총계	13724.100	9			

<표 3> 회귀계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	1.132	8.711		.130	.900
	광고비	1.142	.159	.564	7.171	.000
	대리점 수	14.938	2.242	.524	6.662	.000

- (1) R 제곱값, 조정된(adjusted) R 제곱값의 의미를 각각 설명하고, <표 1>의 ()에 들어갈 값을 구하시오. (단, ()의 값은 계산과정을 포함시키고, 값은 소수점 넷째자리에서 반올림하여 소수점 셋째자리까지 구한다.) (12점)
- (2) 전체 회귀식의 유의성 검증을 위한 귀무가설과 대립가설을 설정하고, 귀무가설의 기각 여부를 설명하시오. (단, 판단 근거는 어떤 표의 어떤 값을 사용했는지 명시할 것) (8점)
- (3) 광고비의 회귀계수에 대한 유의성 검증을 위한 귀무가설과 대립가설을 설정하고, 귀무가설의 기각 여부를 설명하시오. (단, 판단 근거는 어떤 표의 어떤 값을 사용했는지 명시할 것) (5점)
- (4) 광고비와 대리점 수 중 어느 변수가 매출액에 더 높은 영향력을 가지는지를 설명하시오. (단, 판단 근거는 어떤 표의 어떤 값을 사용했는지 명시할 것) (5점)

【문제 2】 A건설팅은 P전자의 신제품 사용에 대한 소비자 평가를 의뢰받아 설문조사를 실시하였다. <표 1>은 평가항목에 대한 소비자 응답 자료를 바탕으로 요인분석을 실시한 결과의 일부를 나타낸 것이다. 요인 회전은 직각회전 방식을 사용하였고, 추출 요인의 수는 고유값(eigenvalue) 1을 기준으로 지정하였다. 다음 물음에 답하시오. (30점)

<표 1> 회전된 요인행렬(factor matrix)

	요인(factor)			
	1	2	3	4
매우 유용할 것(X1)	.192	-.106	.823	-.070
생활을 여유롭게 해줄 것	.307	-.027	.858	.041
색다른 즐거움을 줄 것	.858	.074	.260	-.023
새로운 경험이 가능할 것	.897	.004	.190	.028
즐거울 것	.856	-.075	.263	.076
유지비용이 많이 들 것	-.058	.113	-.119	.706
비용지출이 커질 것	.030	-.052	.172	.862
경제적으로 부담될 것	.137	.147	-.002	.813
지인들 시선이 좋지 않을 것	.070	.777	.047	.064
사회규범에 맞지 않을 것	.103	.805	.001	.055
이미지가 좋지 않을 것	-.080	.856	-.104	.014
남들에게 부정적으로 보여질 것	-.022	.797	-.221	.118
생활이 편리해질 것	.323	-.113	.836	.074
진귀한 경험이 가능해질 것	.880	.098	.170	.047

- (1) 요인분석의 개념과 목적을 설명하고, 투입되는 변수는 어떤 척도로 측정되어야 하는지 제시하시오. (12점)
- (2) X1(매우 유용할 것)의 공통성(communality)을 구하고, 구해진 값의 의미를 설명하시오. (단, 계산과정을 포함시키고 소수점 넷째자리에서 반올림하여 소수점 셋째자리까지 구한다.) (4점)
- (3) 추출 요인의 수 기준으로 지정한 고유값(eigenvalue)의 개념과 1이상으로 지정한 의미를 설명하시오. (4점)
- (4) 추출된 4개 요인의 명칭을 부여하시오. (4점)
- (5) 요인분석결과를 회귀분석에 활용할 수 있는 방법을 설명하시오. (6점)

【문제 3】 B여행사는 기존의 여행상품과는 개념이 다른 비대면 형태의 가상공간 여행상품의 시장성을 조사하기 위해 표본설계를 실시하고자 한다. 표본 프레임의 입수하기 어렵고, 모집단에 대한 사전지식이 전혀 없는 상황이다. 이와 같은 경우 채택할 수 있는 표본추출방법이 무엇인지 설명하고, 이 방법의 장점과 단점을 기술하시오. (10점)

【문제 4】 다음은 C음료에서 최근 새롭게 촬영한 TV광고가 자사의 신제품 태도에 미치는 영향을 조사하기 위해 피실험자 100명을 대상으로 2개 집단으로 구분하여 실시한 실험설계이다. 다음 물음에 답하시오. (10점)

(EG): [R] O ₁ X O ₂
(CG): [R] O ₃ O ₄

- (1) 시험효과의 2가지 유형을 기술하고, 문제에 제시된 실험상황을 적용하여 각각 설명하시오. (6점)
- (2) 위 실험설계에서 통제가 어려운 외생변수 2가지를 제시하시오. (4점)

【문제 5】 측정에 관하여 다음 물음에 답하시오. (10점)

- (1) 측정의 타당성과 신뢰성의 개념을 각각 설명하시오. (4점)
- (2) 측정의 신뢰성을 평가하는 방법 3가지를 설명하시오. (6점)

【문제 6】 컨조인트(conjoint) 분석의 의미를 설명하고, 컨조인트 분석 결과가 신제품 개발에 어떻게 활용될 수 있는지 설명하시오. (10점)