

시장조사론

【문제 1】 ABC 커피점은 방문빈도가 높은 소비자와 방문빈도가 낮은 소비자간 특성차이를 파악하여 각각의 유형에 맞는 차별적 마케팅을 실행할 목적으로 시장조사를 실시하였다. 아래 자료는 설문조사를 바탕으로 분석된 판별분석 결과의 일부를 나타낸 것이다. 다음 물음에 답하시오. (30점)

- 가격, 맛, 분위기, 주차시설은 리커트 7점 척도로 측정
- 방문빈도가 낮은 소비자는 집단 1, 방문빈도가 높은 소비자는 집단 2로 구분
- $\alpha = 0.05$

<표 1> 집단평균의 동질성에 대한 검정

	Wilks의 람다	F	자유도1	자유도2	유의확률
가격	.611	12.716	1	20	.002
맛	.814	4.579	1	20	.045
분위기	.798	5.057	1	20	.036
주차시설	.998	.046	1	20	.833

<표 2> 정준판별함수

고유값				
함수	고유값	분산의 %	누적 %	정준상관
1	1.200	100.0	100.0	.739

Wilks의 람다				
함수의 검정	Wilks의 람다	카이제곱	자유도	유의확률
1	.455	14.195	4	.007

<표 3> 비표준화된 정준 판별함수 계수

	함수
	1
가격	.693
맛	.536
분위기	.004
주차시설	.002
(상수)	-5.226

<표 4> 집단 중심점

	함수
집단 1	-1.044
집단 2	1.044

<표 5> 분류결과표

		집단	예측 소속집단		전체
			1	2	
원래값	빈도	1	10	1	11
		2	2	9	11
	%	1	90.9	9.1	100.0
		2	18.2	81.8	100.0

- (1) 판별분석의 개념과 분석목적을 각각 설명하시오. (6점)
- (2) <표 3>을 이용하여 판별식을 구하고, 판별함수의 통계적 유의성을 평가하는데 활용되는 근거를 <표 2>를 이용하여 모두 제시하시오. (6점)
- (3) 응답자가 어느 집단에 속하는지 가르는 경계점(cutting score)을 구하고, 그 의미를 설명하시오. (단, 집단 1과 집단 2의 표본크기는 각각 11이고,

$$\text{경계점} = \frac{n_2 \times D_1 + n_1 \times D_2}{n_1 + n_2} \text{이다.}) \text{ (6점)}$$
- (4) 첫번째 응답자의 가격, 맛, 분위기, 주차시설에 대한 응답이 각각 3, 4, 3, 4일 때, 판별점수를 구하고, 이 응답자가 어느 집단으로 분류될 수 있는지를 설명하시오. (단, 판별식과 계산과정을 제시하고, 위 (3)의 결과와 연계하여 판단 근거를 명기한다.) ($\alpha=0.05$) (6점)
- (5) <표 5> 분류결과표에서 적중률(hit ratio)을 구하시오. (단, 계산과정을 쓰고, 백분율로 제시하되 값은 소수점 셋째자리에서 반올림하여 소수점 둘째자리까지 구한다.) (6점)

【문제 2】 (주)A 투어는 해외여행 상품 3가지를 기획하고, 소비자들의 반응을 조사하였다. 남녀 각각 9명의 참가자에게 3가지 상품을 보여주고 선호도를 5점 리커트 척도로 응답하도록 하였다. 다음은 조사결과를 통계분석한 표와 F분포표이다. 다음 물음에 답하시오. (단, 유의수준 $\alpha=0.05$) (30점)

<표 1> 통계분석표

원천	제III유형 제곱합	자유도
상품	2.181	(ㄱ)
성별	5.014	(ㄴ)
상호작용	0.134	(ㄷ)
오차	0.600	12

<표 2> F분포표($\alpha=0.05$)

$v_1 \backslash v_2$	1	2	3	...	10	12
1	161.4	199.5	215.7		241.9	243.9
2	18.51	19.00	19.16		19.40	19.41
3	10.13	9.55	9.28		8.79	8.74
...						
10	4.96	4.10	3.71		2.98	2.91
11	4.84	3.98	3.59		2.85	2.79
12	4.75	3.89	3.49		2.75	2.69

- (1) (ㄱ), (ㄴ), (ㄷ)에 들어갈 값을 각각 계산하시오. (6점)
- (2) 상품별 선호도 차이를 검증하기 위한 귀무가설과 대립가설을 설정하고, 귀무가설의 기각 여부를 검증하시오. (7점)
- (3) 성별 선호도 차이를 검증하기 위한 귀무가설과 대립가설을 설정하고, 귀무가설의 기각 여부를 검증하시오. (7점)
- (4) 상품과 성별의 상호작용 효과를 검증하기 위한 귀무가설과 대립가설을 설정하고, 귀무가설의 기각 여부와 시사점을 각각 기술하시오. (10점)

【문제 3】 실험법에 관하여 다음 물음에 답하시오. (10점)

- (1) 인과관계가 성립하기 위한 전제조건 3가지를 설명하시오. (6점)
- (2) 감식초음료를 판매하고 있는 A사는 가격인하가 판매량에 미치는 영향을 알아보기 위해 실험조사를 실행하였다. 감식초 음료를 판매하고 있는 100개 편의점을 선정하여 통제집단과 실험집단으로 50개씩 무작위로 나누고 두 집단 모두에서 실험전의 판매량(Q_1 , Q_3)을 측정하였다. 이후 실험집단에만 가격을 20% 인하하고 나서 5주 후, 두 집단의 판매량(Q_2 , Q_4)을 측정하였다. 아래 자료를 기초로 순수한 가격인하효과로 나타난 판매량을 구하시오. (단, 계산과정을 포함하여 쓰시오.) (4점)

EG(R) : 50개 편의점 $Q_1 = 3,500$ 개	$\rightarrow$ X(20% 가격인하)	$\rightarrow Q_2 = 5,350$ 개
(무작위 할당)		
CG(R) : 50개 편의점 $Q_3 = 3,250$ 개	$\rightarrow$	$Q_4 = 3,900$ 개
(무작위 할당)		

【문제 4】 K대형마트는 셀프서비스 계산대 확대여부를 조사하기 위해 지역별 점포에 따른 고객들의 의견이 차이가 없다고 판단하고, 전국 점포 중 무작위로 5개를 선정하여 해당점포에 방문하는 모든 고객들을 표본으로 추출하려고 한다. 다음 물음에 답하시오. (10점)

- (1) 이 조사에 가장 적합한 표본추출방법을 제시하시오. (3점)
- (2) 이 표본추출방법의 개념을 설명하고, 장점과 단점을 각각 기술하시오. (7점)

【문제 5】 관찰법에 관하여 다음 물음에 답하십시오. (10점)

- (1) 관찰법의 개념을 설명하십시오. (2점)
- (2) 체계적(structured) 관찰과 비체계적(unstructured) 관찰의 개념을 각각 설명하십시오. (4점)
- (3) 관찰법의 장점과 단점을 각각 설명하십시오. (4점)

【문제 6】 다차원척도법을 이용하여 골프웨어 7개 브랜드의 포지셔닝맵(positioning map)을 작성하려고 한다. 다음 물음에 답하십시오.

- (1) 브랜드간 유사성 측정을 위해 필요한 자료의 수와 측정방법을 각각 기술하십시오. (5점)
- (2) 포지셔닝맵의 적합도 평가방법을 설명하십시오. (5점)