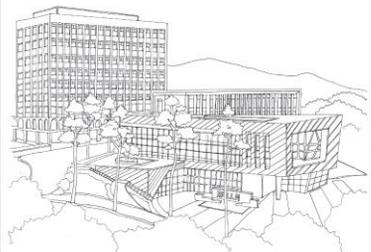




한라대학교  
HALLA UNIVERSITY

# SPSS를 활용한 마케팅조사



경영학과  
유동호 교수

# 마케팅 조사

## 마케팅 조사의 정의

### 미국 마케팅 학회(American Marketing Association)의 정의

정보의 수집과 분석을 통하여 소비자, 고객, 및 일반대중을 기업의 관리자들과 연계시켜 주는 기능을 수행하는 것

### 마케팅조사를 통해 수집되는 마케팅 정보

- 마케팅 기회와 문제를 파악할 수 있는 정보
- 마케팅활동을 기획, 수행, 평가 하는데 이용될 수 있는 정보
- 마케팅활동의 성과를 파악할 수 있는 정보
- 마케팅 관리과정에 대한 이해를 증진시켜 줄 수 있는 정보



3

## 마케팅 조사의 영역

광고조사	동기조사(47%) 광고문안조사(61%) 매체조사(68%) 광고효과조사(76%)
기업과 경제전반에 대한 조사	단기예측(89%) 장기예측(87%) 업계추세조사(91%) 가격조사(83%) 공장과 창고입지에 관한 조사(68%) 기업인수에 관한 조사(73%) 수출 및 국제시장조사(49%) 경영정보시스템(80%) OR(65%) 종업원에 관한 연구(76%)



4

## 마케팅 조사의 영역

기업의 책임에 관한 연구	소비자권리 연구(18%) 생태계에 미치는 영향연구(23%) 광고와 촉진에 관한 법적규제조사(46%) 사회적 가치와 정책조사(39%)
제품조사	신제품채택과 잠재력(76%) 경쟁제품조사(87%) 패키지조사(65%)
판매와 시장조사	시장잠재력의 측정(97%) 시장점유율분석(97%) 시장특성의 결정(97%) 판매분석(92%) 판매할당량, 지역의 설정(78%) 유통경로조사(71%) 시험시장, 점포감사(59%) 소비자패널운영(63%) 판매보상조사(60%) 프리미엄, 쿠폰, 무료샘플 등 촉진활동조사(58%)



## 마케팅 조사의 영역

### 기업의 대표적인 마케팅 조사 활동

#### 시장 및 고객 분석

- 시장 잠재력 측정
- 신제품 관련 조사
- 소비자의 제품 구매 및 사용과정을 파악

#### 경쟁사 및 경쟁 분석

- 시장점유율 및 추세 분석
- 경쟁제품조사
- 상권분석

#### 마케팅 성과 분석

- 광고 및 판촉 효과 분석
- 고객서비스에 대한 만족도 평가
- 고객충성도 평가



## 국내 마케팅 조사 산업

업체명	주요조사영역
닐슨 컴퍼니	소매점패널, 시청률패널, 마케팅조사
TNS Korea	소비자패널, 시청률패널, 마케팅조사
RI	마케팅조사, 여론조사
입소스(주)	마케팅조사, 여론조사
한국갤럽	마케팅조사, 여론조사
밀워드브라운 미디어리서치	마케팅조사, 여론조사
리서치 앤 리서치	마케팅조사, 여론조사
코리아리서치 센터	마케팅조사, 여론조사
한국리서치	마케팅조사, 여론조사
마크로밀 엠브레인	온라인조사
포커스리서치	여론조사, 마케팅조사

## 조사의 유형

### 학문적 조사와 상업적 조사의 차이

#### 학문적 마케팅 조사의 목적

마케팅의 이론적 발전을 위해서 엄격한 조사방법론의 적용을 필요로 함

#### 상업적 마케팅 조사의 목적

기업의 의사결정문제를 해결하기 위해 실시

## 조사의 유형

### 학문적 조사와 상업적 조사의 차이

	학문분야	실무분야
조사자의 목표 조사목표	·진리탐구 ·마케팅의 이론적 발전에 공헌	·마케팅관리의 효율성 제고 ·마케팅문제 해결과 의사결정에 공헌
조사의 성격	·새롭고 창조적인 연구조사	·보수적이며 수용가능한 범위에서 조사
사실의 증명	·과학적인 절차에 의거	·관리자와의 협의에 의해 이루어짐
위험에 대한 태도	·적극적	·소극적
결과의 발표	·학술지나 학회에 발표	·의사결정자에게 제시
강 점	·신뢰성, 타당성 있는 조사방법과 분석기법의 적용	·다량의 양질의 자료 확보

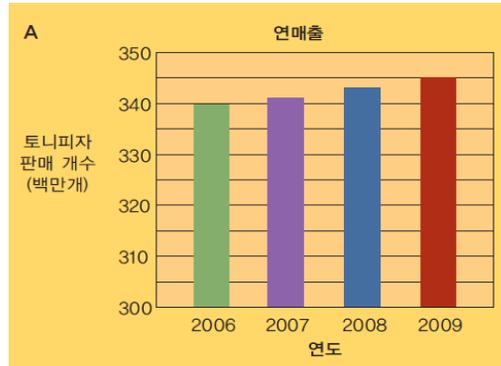
## 마케팅 조사 사례 (기업)

### 토니피자의 마케팅 전략 도출



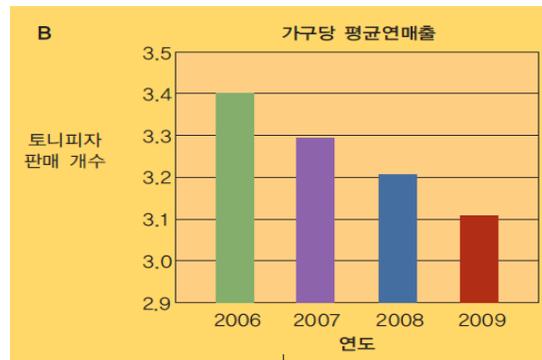
## 마케팅 조사 사례 (기업)

### 토니피자의 마케팅 전략 도출



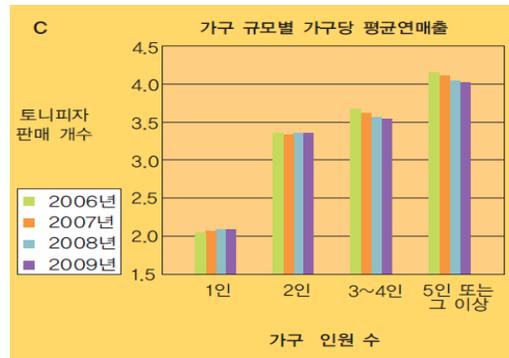
## 마케팅 조사 사례 (기업)

### 토니피자의 마케팅 전략 도출



## 마케팅 조사 사례 (기업)

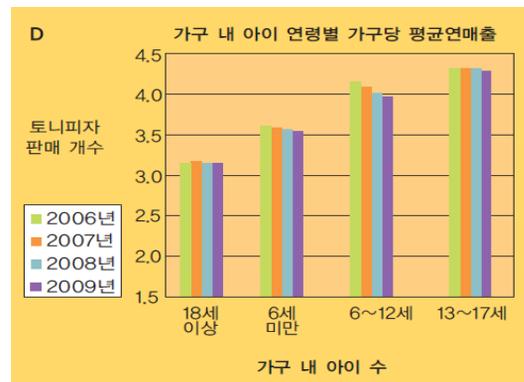
### 토니피자의 마케팅 전략 도출



13

## 마케팅 조사 사례 (기업)

### 토니피자의 마케팅 전략 도출



14

## 마케팅 조사 사례 (기업)

### 토니피자의 마케팅 전략 도출

#### 마케팅 활동 권고 사항 만들기

- 6~12세 아이들을 목표로 하는 광고 캠페인.
- 이 연령대 목표집단을 고려한 월별 홍보 달력.
- 이들에게 접근하기 위한 특별한 이벤트 프로그램.



## 마케팅 조사 사례 (기업)

### 토니피자의 마케팅 전략 도출

#### 마케팅 활동 권고 사항 만들기

- 6~12세 아이들을 목표로 하는 광고 캠페인.



## 마케팅 조사 사례 (학문)

### Happy But Uncivil?

Examining When and Why Positive Affect Leads Incivility, *Journal of Business Ethics*, 2019.

Journal of Business Ethics  
<https://doi.org/10.1007/s10551-018-04097-1>

ORIGINAL PAPER



#### Happy But Uncivil? Examining When and Why Positive Affect Leads to Incivility

Remus Ilies<sup>1</sup> · Cathy Yang Guo<sup>1</sup> · Sandy Lim<sup>1</sup> · Kai Chi Yam<sup>1</sup> · Xinxin Li<sup>2</sup>

Received: 28 February 2018 / Accepted: 24 December 2018  
 © Springer Nature B.V. 2019

#### Abstract

In this paper, we examine the interactive effects of positive affect and perspective-taking on workplace incivility and family incivility, through moral disengagement. We draw from broaden-and-build and moral disengagement theories to suggest a potential negative consequence of positive affect. Specifically, we argue that positive affect increases incivility toward coworkers and spouses through moral disengagement among employees with low, but not high perspective-taking. Data from two time-lagged field studies and one online experiment provide support for our hypotheses. These findings suggest that the beneficial effects of positive feelings are not universal, and the fostering of positive feelings at work might have unintended negative consequences, namely moral disengagement, and increased incivility at work and at home. Implications for theory and research are discussed.

**Keywords** Positive affect · Moral disengagement · Workplace incivility · Family incivility · Perspective-taking

The past two decades has witnessed a burgeoning interest (Ilies et al., 2013). Moreover, incivility in the family is also harmful by



## 마케팅 조사 사례 (학문)

### Happy But Uncivil?

Examining When and Why Positive Affect Leads Incivility, *Journal of Business Ethics*, 2019.

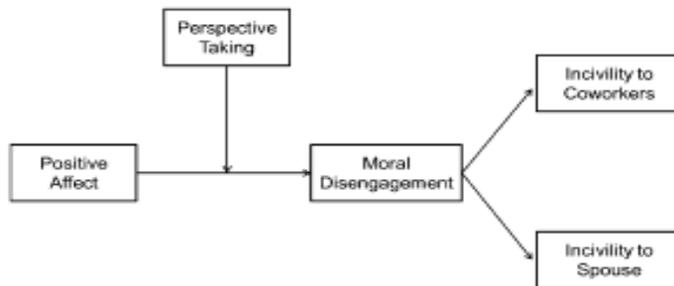


Fig. 1 Conceptual model



## 마케팅 조사 사례 (학문)

### Happy But Uncivil?

Examining When and Why Positive Affect Leads Incivility, *Journal of Business Ethics*, 2019.

Predictors	Moral disengagement (H1)		Incivility to coworkers (H2a)		Incivility to the spouse (H2b)	
	$\gamma$	S.E.	$\gamma$	S.E.	$\gamma$	S.E.
Gender <sup>a</sup>	0.196**	0.064	-0.006	0.058	-0.036	0.080
Age	-0.012	0.005	-0.003	0.005	0.008	0.007
Education <sup>b</sup>	-0.089	0.024	-0.003	0.028	-0.046	0.037
Tenure	0.006	0.005	0.011	0.005	0.003	0.006
Positive affect	0.047	0.052	0.035	0.056	0.010	0.072
Perspective-taking	-0.149*	0.065	-0.297**	0.061	-0.148	0.084
Positive affect $\times$ perspective-taking	-0.221**	0.067	-	-	-	-
Moral disengagement	-	-	0.295**	0.091	0.290**	0.094

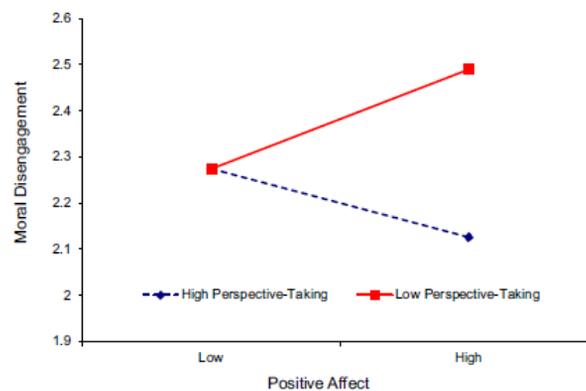


19

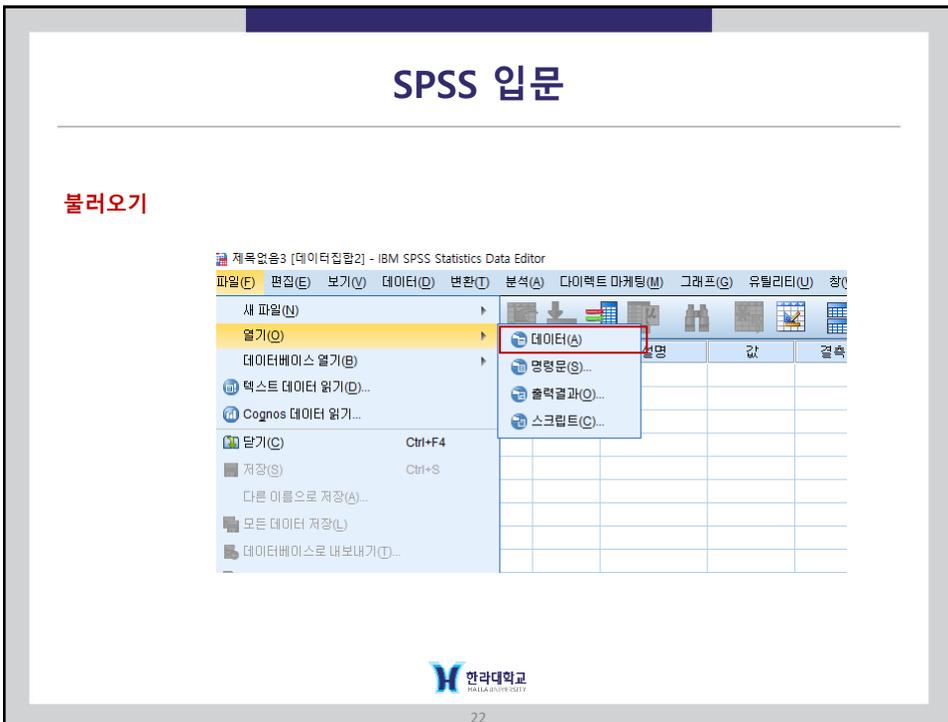
## 마케팅 조사 사례 (학문)

### Happy But Uncivil?

Examining When and Why Positive Affect Leads Incivility, *Journal of Business Ethics*, 2019.



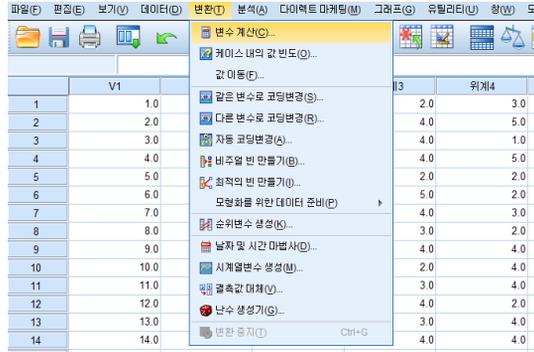
20





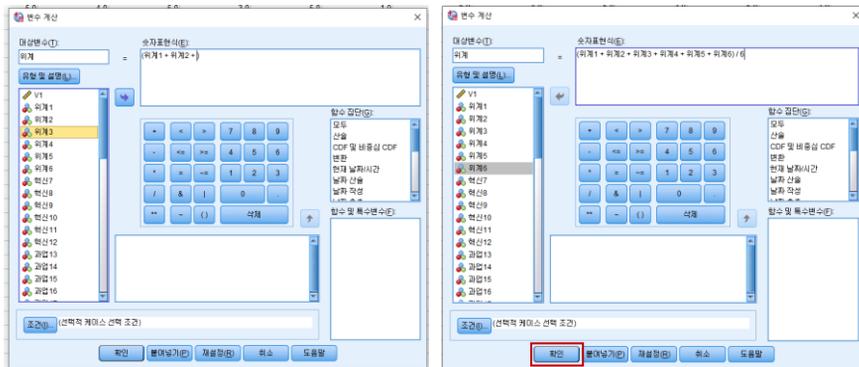
# SPSS 입문

## 변수 변환 (변수 계산)



# SPSS 입문

## 변수 변환 (변수 계산)



# SPSS 입문

## 기술통계

The image shows the SPSS software interface. The 'Analyze' menu is open, and the path 'Analyze > Descriptive Statistics > Descriptives' is highlighted. In the background, a data table is visible with columns 'V1' and '위계1'. The data rows are numbered 1 to 9, with values ranging from 1.0 to 9.0.

	V1	위계1
1	1.0	
2	2.0	
3	3.0	
4	4.0	
5	5.0	
6	6.0	
7	7.0	
8	8.0	
9	9.0	



# SPSS 입문

## 기술통계

The image shows the '기술통계' (Descriptives) dialog box in SPSS. The variable '나이' (Age) is selected in the '변수(들):' (Variable(s)) list. The '표준화 값을 변수로 저장(하)' (Save standardized values as variable(s)) checkbox is unchecked. Buttons for '확인' (OK), '취소' (Cancel), and '도움말' (Help) are visible.

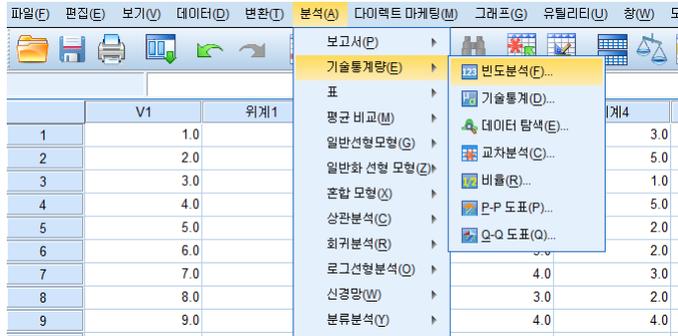
기술통계량

	N	최소값	최대값	평균	표준편차
나이	200	20.00	70.00	46.6100	14.62489
유호수 (목록별)	200				



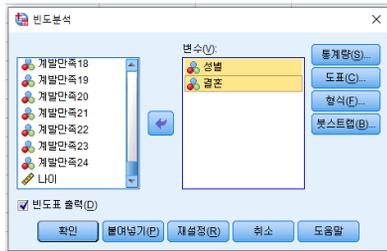
# SPSS 입문

## 빈도분석



# SPSS 입문

## 빈도분석



빈도표

성별

유효	빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
남자	125	62.5	62.5	62.5
여자	75	37.5	37.5	100.0
합계	200	100.0	100.0	

결혼

유효	빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
미혼	111	55.5	55.5	55.5
기혼	89	44.5	44.5	100.0
합계	200	100.0	100.0	



## SPSS를 활용한 분석

### 신뢰도 분석 (Reliability Analysis)

특정 측정 도구나 척도의 신뢰성을 평가하는 통계적 분석 방법.

신뢰도는 동일한 조건에서 측정된 항목들이 얼마나 일관되게 측정하는지를 나타내며, 신뢰할 수 있는 척도인지를 평가하는 데 사용됨.

신뢰도 분석은 일반적으로 내적 일관성(Internal Consistency)을 평가하는 데에 가장 많이 사용됨.

내적 일관성: 동일한 척도에 속하는 항목들이 얼마나 잘 일관되게 측정하는가.

내적 일관성이 높을수록 측정 도구의 신뢰도가 높다고 판단할 수 있음.

가장 일반적인 신뢰도 분석 방법은 Cronbach's alpha(크론바흐 알파) 계수를 계산하는 것.



31

## SPSS를 활용한 분석

### 신뢰도 분석 (Reliability Analysis)

파일(F)	편집(E)	보기(V)	데이터(D)	변환(T)	분석(S)	다이렉트 마케팅(M)	그래프(G)	유틸리티(U)	창(W)	도움말(H)
8: 계발만족21					5.0					
		계발만족19	계발만족20							
1		5.0	4.0							
2		3.0	4.0							
3		4.0	4.0							
4		4.0	3.0							
5		5.0	4.0							
6		4.0	2.0							
7		5.0	3.0							
8		5.0	5.0							
9		4.0	3.0							
10		4.0	4.0							
11		3.0	3.0							
12		4.0	3.0							
13		2.0	1.0							
14		3.0	2.0							
15		3.0	2.0							
16		5.0	5.0							
17		4.0	2.0							

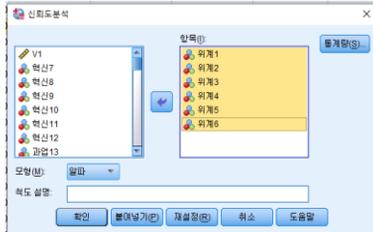
계발만족22	계발만족23	계발만족24
4.0	4.0	3.0
4.0	2.0	3.0
4.0	2.0	5.0
2.0	2.0	2.0
5.0	4.0	4.0
2.0	2.0	3.0
5.0	4.0	3.0
5.0	5.0	5.0
3.0	4.0	3.0
4.0	4.0	4.0
신뢰도분석(R)...	4.0	2.0
다차원 확장(PREFSCAL)...	2.0	3.0
다차원척도법(MPROXSCAL)...	4.0	2.0
다차원척도법(ALSCAL)...	2.0	4.0



32

## SPSS를 활용한 분석

### 신뢰도 분석 (Reliability Analysis)



#### → 신뢰도분석

[데이터집합1]

**Scale:** 모든 변수

케이스 처리 요약

케이스	유형	N	%
	유효	200	100.0
	제외됨 <sup>a</sup>	0	.0
	합계	200	100.0

a. 목록별 삭제는 프로시저의 모든 변수를 기준으로 합니다.

신뢰도 통계량

Cronbach의 알파	항목 수
.747	6



33

## SPSS를 활용한 분석

### 요인 분석 (Factor Analysis)

다변량 데이터에서 잠재적인 요인들을 도출하고, 데이터의 차원을 축소하는 통계적 분석 방법. 다양한 변수들의 공통된 요인을 찾고, 각 변수들이 어느 정도 영향을 받고 있는지 산출.

요인분석은 주로 데이터의 구조를 이해하고 변수 간의 상관성을 파악하는 데에 사용됨. 이를 통해 데이터를 더 쉽게 해석하고, 변수들 사이의 관계를 파악할 수 있음.

요인분석은 주로 주성분분석(Principal Component Analysis, PCA)으로 수행됨.

주성분분석: 데이터의 변동성을 최대한 설명하는 주성분을 도출하여 변수들을 재조합하는 방식으로 요인분석을 수행



34

# SPSS를 활용한 분석

## 요인 분석 (Factor Analysis)

번호	가격	친절	음식
1	7	3	
2	1	3	
3	6	2	
4	4	5	
5	1	2	
6	6	3	
7	5	3	
8	6	4	
9	3	4	
10	2	6	
11	6	4	
12	2	3	
13	7	2	
14	4	6	
15	1	3	
16	6	4	
17	5	3	
18	7	3	



# SPSS를 활용한 분석

## 요인 분석 (Factor Analysis)

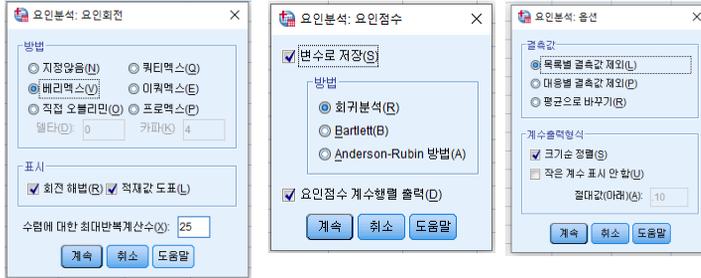
The image shows three overlapping dialog boxes for Factor Analysis in SPSS:

- 요인분석: 기술통계**: Shows options for '통계량' (Statistics) with '일반항 기술통계' and '표기방법' checked.
- 요인분석: 요인추출**: Shows '방법' set to '주성분' and '추출' criteria with '고유값 기준' selected and '다중 값보다 큰 고유값' set to 1.
- 요인분석: 요인회전**: Shows '회전' options with '최대값' selected.



## SPSS를 활용한 분석

### 요인 분석 (Factor Analysis)



## SPSS를 활용한 분석

### 요인 분석 (Factor Analysis)

→ 요인분석

[G:\이더집합기 C:\Users\user\Downloads\SPSS종급통계분석\_실습자료\ssss 종급 통계분석\_11-12차,

기술통계량

	평균	표준편차	분석수
가격	3.93	1.982	30
친절	3.90	1.373	30
음식다양성	4.10	2.057	30
실내분위기	4.10	1.373	30
맛있음/오아지않음	3.50	1.907	30
위생상태	4.17	1.392	30

상관행렬

	가격	친절	음식다양성	실내분위기	맛있음/오아지 않음	위생상태
상관계수	1.000	-.053	.873	-.086	-.858	.004
가격		1.000	-.155	.572	.020	.640
친절	-.053		1.000	-.248	-.778	-.018
음식다양성	.873	-.155		1.000	-.248	-.018
실내분위기	-.086	.572	-.248		1.000	-.007
맛있음/오아지않음	-.858	.020	-.778	-.007		1.000
위생상태	.004	.640	-.018	.640	-.136	



## SPSS를 활용한 분석

### 요인 분석 (Factor Analysis)

설정된 총분산

성분	초기 고유값			추출 계급합 적재값			회전 계급합 적재값		
	합계	% 분산	% 누적	합계	% 분산	% 누적	합계	% 분산	% 누적
1	2.731	45.520	45.520	2.731	45.520	45.520	2.688	44.802	44.802
2	2.218	36.969	82.488	2.218	36.969	82.488	2.261	37.687	82.488
3	.442	7.360	89.848						
4	.341	5.688	95.536						
5	.183	3.044	98.580						
6	.085	1.420	100.000						

추출 방법: 주성분 분석.

성분 설명<sup>a</sup>

	성분	
	1	2
품의 다양성	.936	.131
가격	.928	.253
맛을 중요하지 않음	-.869	-.351
위생상태	-.177	.871
친교	-.301	.795
식내분위기	-.342	.789

요인추출 방법: 주성분 분석.  
a. 추출된 2 성분

회전된 성분 설명<sup>a</sup>

	성분	
	1	2
가격	.962	-.027
품의 다양성	.934	-.146
맛을 중요하지 않음	-.933	-.094
위생상태	.063	.895
식내분위기	-.098	.854
친교	-.057	.848

요인추출 방법: 주성분 분석.  
회전 방법: Kaiser-Meyer-Olkin이 있는 바리맥스.



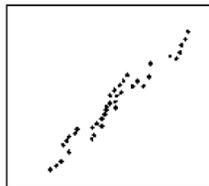
## SPSS를 활용한 분석

### 상관관계 분석 (Correlation Analysis)

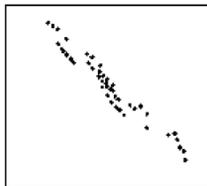
두 변수 간의 관련성 또는 상관성을 평가하는 통계 방법.

이 분석은 두 변수 간에 어떠한 관계가 있는지, 그 관계의 강도와 방향을 파악하는 데 사용됨.

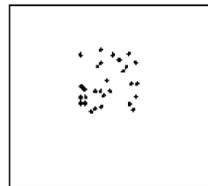
상관관계는 두 가지 주요 개념인 상관계수와 산점도를 기반으로 평가.



(a) 양의 상관관계



(b) 음의 상관관계



(c) 관련성 없음



## SPSS를 활용한 분석

### 상관관계 분석 (Correlation Analysis)

#### 상관계수

두 변수 간의 관련성의 강도와 방향을 나타내는 지표.

가장 널리 사용되는 상관계수는 피어슨 상관계수(Pearson correlation coefficient).

피어슨 상관계수는 -1부터 1까지의 범위를 가짐.

- : 1에 가까울수록 양의 상관관계가 강하다고 판단됨.
- : -1에 가까울수록 음의 상관관계가 강하다고 판단됨.
- : 0에 가까울수록 두 변수 간에 상관관계가 없다고 판단됨.



41

## SPSS를 활용한 분석

### 상관관계 분석 (Correlation Analysis)

The screenshot displays the SPSS interface. On the left, a data view shows a table with columns for '성별', '성명', '나이', and '위계1' through '위계7'. The '관객도' column is highlighted. On the right, the '이변량 상관계수' dialog box is open, showing the '변수(V)' list with '관객도1' selected. The '상관계수' section has 'Pearson' checked. The '관객도' column is highlighted in the data view.



42

## SPSS를 활용한 분석

### 상관관계 분석 (Correlation Analysis)

상관계수

	성별	성공	나이	취계	학산	공급	공계	이익외도	가족만족	취미만족	개발만족
성별	Pearson 상관계수	1	-.132	.042	-.037	-.023	-.217	-.036	.152	-.037	.140
	유의확률 (양측)		.061	.555	.606	.748	.002	.611	.032	.602	.037
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
성공	Pearson 상관계수	-.132	1	-.024	.124	.009	-.170	.003	-.350*	.084	-.118
	유의확률 (양측)	.061		.732	.080	.899	.016	.968	.000	.236	.096
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
나이	Pearson 상관계수	.042	-.024	1	-.096	.025	-.017	.070	-.103	.090	.171
	유의확률 (양측)	.555	.732		.178	.720	.812	.326	.146	.205	.015
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
취계	Pearson 상관계수	-.037	.124	-.096	1	-.391**	.463**	-.319**	-.041	.018	-.233**
	유의확률 (양측)	.606	.080	.178		.000	.000	.000	.563	.987	.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
학산	Pearson 상관계수	-.023	.009	.025	-.391**	1	.665	.698**	-.259*	.075	.211**
	유의확률 (양측)	.748	.899	.720		.000	.000	.000	.294	.003	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
공급	Pearson 상관계수	-.217	-.170	-.017	.463**	.665	1	.007	.054	.057	.017
	유의확률 (양측)	.002	.016	.812	.000	.358		.918	.450	.426	.808
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
공계	Pearson 상관계수	-.036	.003	.070	-.319**	.598*	-.007	1	-.310**	.263*	.232**
	유의확률 (양측)	.611	.968	.326	.000	.000	.916		.000	.000	.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
이익외도	Pearson 상관계수	.152	-.350*	-.103	-.041	-.259*	.054	-.310**	1	-.263*	-.087
	유의확률 (양측)	.032	.000	.146	.563	.000	.450	.000		.000	.219
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
가족만족	Pearson 상관계수	-.037	.084	.090	.018	.075	.057	.263*	-.263*	1	.692**
	유의확률 (양측)	.602	.236	.205	.787	.294	.426	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
취미만족	Pearson 상관계수	.140	-.118	.171	-.233**	.211**	.017	-.232**	-.087	.692**	1
	유의확률 (양측)	.037	.096	.015	.001	.003	.806	.001	.219	.000	
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
개발만족	Pearson 상관계수	.188	.244*	.056	-.145*	.318*	-.046	.198**	-.386**	.319*	.534**
	유의확률 (양측)	.008	.000	.433	.036	.000	.816	.005	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200

\*\* 상관계수는 0.01 수준(양측)에서 유의합니다.  
\* 상관계수는 0.05 수준(양측)에서 유의합니다.



## SPSS를 활용한 분석

### 회귀분석 (Regression Analysis)

회귀분석은 통계학에서 가장 기본적이고 널리 사용되는 분석 방법 중 하나.

종속 변수와 한 개 이상의 독립 변수 간의 관계를 파악하는데 사용됨.

즉, 회귀분석은 독립 변수들이 종속 변수에 미치는 영향을 추정하고 예측하는 데에 활용됨.

#### 회귀분석의 주요 목적

변수 간 관계 이해: 독립 변수들과 종속 변수 간의 관계 이해. 어떤 독립 변수들이 종속 변수에 영향을 미치는지 파악.

인과 관계 추론: 인과 관계를 파악하고, 특정 변수가 종속 변수에 미치는 영향을 평가할 수 있음.

변수 중요도 파악: 독립 변수들의 상대적인 중요도를 평가

예측: 독립 변수들을 기반으로 종속 변수의 값을 예측 가능.



## SPSS를 활용한 분석

### 회귀분석 (Regression Analysis)

회귀분석은 단순 선형회귀분석과 다중 선형회귀분석으로 구분됨.

#### 단순 선형회귀분석

종속 변수와 한 개의 독립 변수 간의 선형 관계를 모델링하는 분석 방법

예를 들어, 주택 가격을 예측하기 위해 주택 크기라는 독립 변수와 주택 가격이라는 종속 변수

$$Y = \beta_0 + \beta_1X + \epsilon$$

Y: 종속 변수, X: 독립 변수,  $\beta_0$ 와  $\beta_1$ 은 회귀계수,  $\epsilon$ 는 오차항



## SPSS를 활용한 분석

### 회귀분석 (Regression Analysis)

#### 단순 선형회귀분석

방면적	가격
1	3.0
2	3.0
3	5.0
4	2.0
5	4.0
6	3.0
7	3.0
8	5.0
9	3.0
10	4.0
11	2.0
12	2.0
13	1.0
14	3.0
15	4.0
16	1.0
17	4.0
18	4.0
19	3.0
20	4.0
21	2.0
22	2.0
23	3.0



## SPSS를 활용한 분석

### 회귀분석 (Regression Analysis)

#### 단순 선형회귀분석

진입/계약 변수<sup>a</sup>

모형	진입원 변수	계약원 변수	방법
1	혁신 <sup>b</sup>		입력

- a. 종속변수: 이직의도
- b. 모형된 모뎀 변수가 입력되었습니다.

모형 요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	조정된 R 제곱	추정량의 표준오차
1	.259 <sup>a</sup>	.067		.062	1.13435

- a. 예측값: (상수), 혁신

분산분석<sup>a</sup>

모형	제곱합	자유도	평균 제곱	F	유의확률	
1	회귀 모형	18.282	1	18.282	14.208	.000 <sup>b</sup>
	잔차	254.776	198	1.287		
	합계	273.058	199			

- a. 종속변수: 이직의도
- b. 예측값: (상수), 혁신

계수<sup>a</sup>

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	4.142	.329		12.596	.000
	혁신	-.428	.114	-.259	-3.769	.000

- a. 종속변수: 이직의도



## SPSS를 활용한 분석

### 회귀분석 (Regression Analysis)

#### 다중 선형회귀분석

종속 변수와 두 개 이상의 독립 변수 간의 선형 관계를 모델링하는 분석 방법.

다중 선형회귀분석은 단순 선형회귀분석의 확장.

여러 개의 독립 변수들이 종속 변수에 동시에 영향을 미치는 경우에 사용됨.

예를 들어, 주택 크기, 방의 개수, 위치 등 다양한 독립 변수들과 주택 가격 사이의 관계를 분석.

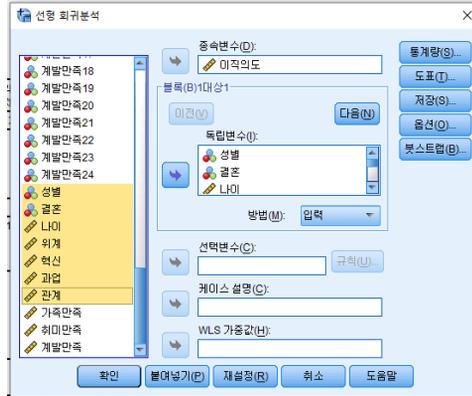
$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \dots + \beta_nX_n + \epsilon$$



## SPSS를 활용한 분석

### 회귀분석 (Regression Analysis)

#### 다중 선형회귀분석



## SPSS를 활용한 분석

### 회귀분석 (Regression Analysis)

#### 다중 선형회귀분석

진입/퇴거된 변수<sup>a</sup>

모형	진입된 변수	퇴거된 변수	방법
1	종교, 결혼, 나이, 성별, 과업, 혁신, 위계 <sup>b</sup>		입력

- a. 종속변수: 이직의도
- b. 요정렬 모를 변수가 입력되었습니다.

모형 요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차
1	.528 <sup>a</sup>	.278	.252	1.01297

- a. 예측값: (상수), 관계, 결혼, 나이, 성별, 과업, 혁신, 위계

분산분석<sup>a</sup>

모형	회귀 모형	평균한	자유도	평균 제곱	F	유의확률 <sup>b</sup>
1	회귀 모형	76.043	7	10.863	10.587	.000 <sup>b</sup>
	잔차	197.015	192	1.026		
	합계	273.058	199			

- a. 종속변수: 이직의도
- b. 예측값: (상수), 관계, 결혼, 나이, 성별, 과업, 혁신, 위계

계수<sup>a</sup>

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	6.330	.723		8.752	.000
	성별	.319	.156	.132	2.048	.042
	결혼	-.646	.155	-.275	-4.152	.000
	나이	-.009	.005	-.114	-1.839	.067
	위계	-.391	.131	-.249	-2.990	.003
	혁신	-.345	.137	-.208	-2.511	.013
	과업	.265	.130	.161	2.037	.043
	관계	-.382	.118	-.251	-3.247	.001

- a. 종속변수: 이직의도

## SPSS를 활용한 분석

### t-검정 (t-test)

두 집단 간 평균 차이의 유의성을 검증하는 통계 방법.

두 집단 간 평균 비교: 다른 두 집단의 평균을 비교

Ex. 시험 공부를 한 집단과 하지 않은 집단의 비교.

단일 집단 내 평균 차이: 단일 집단 내에서 특정 조건의 전후 평균을 비교

Ex. 시험 공부를 하기 전과 한 후의 비교.



51

## SPSS를 활용한 분석

### t-검정 (t-test)

#### 독립 표본 t-검정

집단	성적	인구
1	1.00	73.00
2	1.00	72.00
3	1.00	55.00
4	1.00	60.00
5	1.00	45.00
6	1.00	34.00
7	1.00	89.00
8	1.00	90.00
9	1.00	16.00
10	1.00	85.00

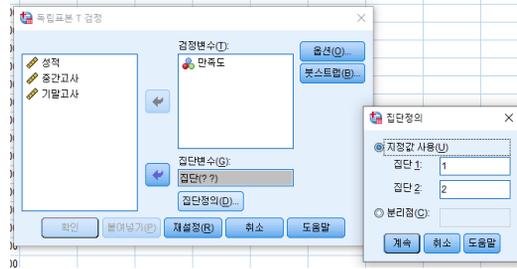


52

## SPSS를 활용한 분석

### t-검정 (t-test)

#### 독립 표본 t-검정



## SPSS를 활용한 분석

### t-검정 (t-test)

#### 독립 표본 t-검정

##### T-검정

[데이터집합2] C:\Users\user\Desktop\T검정.sav

집단통계량

집단	N	평균	표준편차	평균의 표준오차
만족도 학습권	15	3.2667	1.27988	.33046
학습추	15	4.4667	1.40746	.36341

독립표본 검정

	Levene의 등분산 검정		평균의 동일성에 대한 t-검정						
	F	유의확률	t	자유도	유의확률 (양측)	평균차	차이의 표준오차	차이의 95% 신뢰구간 하한	상한
만족도 등분산이 가정됨	.001	.976	-2.443	28	.021	-1.20000	.49119	-2.20616	-.19384
등분산이 가정되지 않음			-2.443	27.751	.021	-1.20000	.49119	-2.20657	-.19343

## SPSS를 활용한 분석

### t-검정 (t-test)

#### 대응 표본 t-검정

The screenshot shows the SPSS '대응 표본 T-검정' (Independent-Samples T-Test) dialog box. The '대상 변수(N)' (Dependent Variable) list contains '성적' and '만족도'. The '판별 변수(M)' (Grouping Variable) list contains '기말고사' and '기말고사'. The '확인' (OK) button is highlighted.



## SPSS를 활용한 분석

### t-검정 (t-test)

#### 대응 표본 t-검정

##### T-검정

[데이터집합2] C:\Users\User\Desktop\학검정.sav

대응표본 통계량

	평균	N	표준편차	평균의 표준오차
대응 1 기말고사	50.1667	30	18.79303	3.43112
기말고사	61.9667	30	17.36720	3.17090

대응표본 상관계수

	N	상관계수	유의확률
대응 1 기말고사 & 기말고사	30	.692	.000

대응표본 검정

	대응자		평균의 95% 신뢰구간		t	자유도	유의확률 (양측)	
	평균	표준편차	하한	상한				
대응 1 기말고사 - 기말고사	-11.80000	14.24514	2.60090	-17.11922	-6.48078	-4.537	29	.000



## SPSS를 활용한 분석

### 분산분석 (일변량 분산분석)

세 개 이상의 집단 간 평균 차이의 유의성을 검증하는 통계 방법.

일변량 분산분석은 그룹 간의 평균 차이를 확인하기 위한 간단하면서도 강력한 분석 방법.

연령	아이디	성별	연령
1	1.00	1.00	
2	2.00	1.00	
3	3.00	1.00	
4	4.00	1.00	
5	5.00	2.00	
6	6.00	1.00	



## SPSS를 활용한 분석

### 분산분석 (일변량 분산분석)

**일변량 분산**

종속변수(S):  모형(M)

인dependent list(S):  대비(D)

모수요인(F):  도표(T)

연령

변량요인(A):  사후분석(S)

공변량(C):  저장(S)

WLS 가중치(W):  취소(C)

부스트랩(B)

확인 | 붙여넣기(N) | 재설정(R) | 취소 | 도움말

---

**일변량: 옵션**

주변평균 추정

요인 및 요인 상호작용(F):  평균 출력 기준(B)

(OVERALL)

연령

표시

기술통계량(T)  동질성 검증(H)

효과크기 추정값(E)  평균-신표도표(D)

관측 검증력(B)  간차도표(D)

모수 추정값(T)  적합여 검증(L)

대비 계수 출력(C)  일반 추정가능 함수(U)

유의수준(S): 0.05 신뢰구간: 95.0%의 케이스 수를

계속 | 취소 | 도움말



## SPSS를 활용한 분석

### 분산분석 (일변량 분산분석)

#### 일변량 분산분석

[데이터집합명] C:\Users\User\Downloads\F

#### 개체-간 요인

	변수값 설명	N
연령	1.00 20대	7
	2.00 30대	7
	3.00 40대	7
	4.00 50대이상	9

#### 기호등계량

종속 변수: 업무만족도

연령	평균	표준편차	N
20대	53.4286	3.30944	7
30대	37.0000	4.39697	7
40대	69.0000	3.82971	7
50대이상	86.0000	7.26292	9
합계	63.0000	19.54482	30

#### 개체-간 효과 검정

종속 변수: 업무만족도

소스	제 III 유형 제곱합	자유도	평균 제곱	F	유의확률
수정 모형	10386.286 <sup>a</sup>	3	3462.095	130.132	.000
절편	111612.252	1	111612.252	4195.256	.000
연령	10386.286	3	3462.095	130.132	.000
오차	691.714	26	26.604		
합계	130148.000	30			
수정 합계	11078.000	29			

a. R 제곱 = .938 (수정된 R 제곱 = .930)



59



# 감사합니다