

國內세멘트需要豫測의 方法試論

· 民間潛在需要에 對한 實查技法을 中心으로 ·

大韓洋灰工業株式會社 企劃室

朴 祥 俊

< 內 容 >

序 言	5. 調査票의 設計
本 論	6. 才二段階標本抽出과 事前訓練
1. 定 義	7. 本調査着手
2. 實查의 豫備段階	8. 集計와 製表
3. 對象選定과 標本抽出	9. 分析과 判斷
4. 實查計劃의 樹立	結 論

< 序 言 >

세멘트 需要의 增加趨勢는 그나라 經濟發展의 尺度와 比例할 것이며, 政府에서 第一次經濟開發五個年計劃을 樹立함에 있어, 세멘트 生産工場建設을 計劃事業에 包含시켰음은 極히 妥當한 일이라 하겠다.

既存 大韓洋灰工業株式會社 閩慶工場 및 東洋세멘트工業株式會社 三陟工場은 正當的으로 稼動하고 있으며 新設의 雙龍, 韓一 및 現代等 三個工場이 모두 中央線에 沿하여 建設途中에 있고,

時期的 早晚은 있을 것이지만 明 1964年度에는 舉皆가 竣工을 보아 本格的인 生産을 始作할 段階에 이르렀음은 周知의 事實이다.

韓國의 水泥工業界는 6.25 動亂以後 戰災復興의 順調로 需要增大의 上昇曲線에 便乘하여 比較的 順坦한 軌道 위에 서 發展하였고, 1962年度에는 國內消費 總 970,129M/T 中 180,385M/T를 輸入하여, 海外市場에의 依存度는 18.6% 라는 結果를 呈示하였다.

그러나 現年度(FY 1963)에는 鼓舞的인 施設投資로 因하여 昨年度需要量의 11.3% 를 超過하는 110萬屯을 絶對需要量으로 關係当局이 策定함에 이르러, 國內生産만으로 需要에 未及하는 數量을 海外市場에서 輸入充當하는 政策을 遂行하고 있다.

1964年度の 需給政策을 樹立함에 있어, 政府의 立場이나 生産業者의 立場이나를 莫論하고 需要豫測이란 不可避한 것이므로 이를 遂行하기에는 매우 어려운 問題들이 介在되어 있다. 다시 말해서 過去의 各種資料의 缺乏은 말 할것도 없으며, 特히 戰後의 資料 일지라도 利用될수 있는것은 오직 最近의 數年分에 不過한 것이다.

또한 韓國經濟는 海外 依存度가 強하고 自律性이 缺乏되어 있다는點, 모든 問題가 政治的으로 決定되는 傾向이 強하다는것 國家豫算이 一般經濟에 影響하는바가 顯著하다는點, 經濟自體가 弱體로서 人부레化의 潛在性을 不斷히 內包하고 있다는것, 企業自體가 彈力性이 없다는點, 그리고 失業者와 家族制度와의 特殊한 關係等은 列擧하여 보면, 純粹한 形態로서는 豫測을 하기에 困難한 理由가 너무나도 많다는 事實에 逢着할 것이다. 雪上加

霜으로 將次에 있어서의 消費構造의 變化가 豫測을 不許하는 點等 豫測의 科學的인 可能性에 있어서 極히 不利한 要因이 重疊되어 있다.

需要豫測이 어렵다고 해서 個々の 企業에 있어, 特히 売者市場 (Seller's Market) 에서 買者市場 (Buyer's Market) 으로 옮겨 가는 過程에 있어 이를 回避할수는 없는 宿命에 處해 있다. 生産計劃을 樹立하는데 있어서나 供給計劃을 세우는데 있어도, 아니 輸入計劃을 樹立하는데 있어도 豫測이란 絶對的으로 緊要한 것이다. 來年度의 供給計劃은 好, 不好間에 이를 回避할수 없는 現實에 놓여 있다.

政府로서는 政策樹立을 爲한 純客觀的 豫言으로서 「豫測을 爲한 豫測」 (Forecasting for forecasting) 이 必要한 것이며, 企業으로서는 보다 낯은 「計劃을 爲한 豫測」 (Forecasting for Projection) 이 強調된다. 따라서 生産計劃과 販賣計劃을 樹立하기 爲한 豫測으로 登場된다.

国内五個세멘트工場이 完全히 稼動될때 年産170萬屯의 生産 高가 이루어 질것이며 1963年度의 需要量을 110萬屯으로 假定할때 아무리 需要曲線이 急上昇한다고 하여도 初年度나 翌年度에는 生産超過 現狀이 惹起되리라는 點에 거의 意見이 一致되고 있다.

그러나 그 反面에 人口의 增加, 國民所得의 向上, 意慾的인 施設投資, 救護와 雇傭増大의 目的을 兼한 道路鋪裝, 橋梁等 土木事業 및 農家의 生産과 生活樣式의 變動向上等으로, 生産이 오히려 需要를 充足치 못하는 結果를 招來할런지 그 누가 速斷할수 있겠는가? 參考的으로 個人別 消費量을 國家別로 보면

他國과 比較하여 韓國의 急上昇可能的 餘地와 徵候를 充分히 窺볼수 있다. (參照 表- 1)

政府나 管理企業體를 爲始하여 公共機關, 團體, 法人들은 豫算 制度에 依한 計劃的建設, 建築을 하고 있으므로, 政府機關自體가 需要調査에 臨하던가 或은 政府의 積極的協助를 얻을수한 있다면 官公需에 關한 限 比較的 容易하게 把握할수 있다. 그러나 가장 深度를 測定하기 어려운것은 民間의 潛在需要라 하겠다.

<表1> 세계 주요국의 "세멘트" 생산량과 1인당 소비량
(1962年)

국명	인구(천명)	생산량(천M/T)	1인당소비량 ¹⁾ (Kg)
미국	186,591	56,712	304
일본	94,930	28,788	303
서독	54,766	28,596	502
이태리	49,821	20,160	405
프랑스	46,710	16,848	361
영국	53,301	14,256	267
베루기	9,184	4,800	523
스웨덴	7,562	3,048	403
대만	11,327	1,836	162
비올빈	29,698	936	32
한국	26,278	790	30

자료: 국제연합 통계 협보(1963年 5월호)

주: 1) 수출, 수입량은 고려치 않음

"양회공업" 제1집

即 問題點은 여기에 있는 것이다.

그러므로 本稿에 있어서는 이 問題點을 解決하는 方法만을 들어서 論及키로 한다.

方法에 있어서 첫째 實績統計資料(年度別 消費量)나, 個人別 年度別消費量에 依據 長期傾向豫測法(Long time trends forecasting method)으로서 移動平均法(moving average), 半平均法(Semi average), 最少自乘法(Method of least squares) 등을 利用하여 需要趨勢變動線을 把握하는 方途가 있겠으나 이는 事實上 諸與件의 拘碍가 적지 않으므로 不得已 母集團(Universe)을 定하여 標本抽出(Sampling)을 하고 質問票에 依한 應答資料를 蒐集하여 集計 分析하는 方法이 오히려 賢明할 것이다.

여기에서는 上述한 見地에 立脚하여 1964年度 潛在需要量 實査만을 後者의 方法으로서 施行하는 前提下에서 略述키로 하고 拙稿가 經營者(廣義)를 爲하여 多少라도 도움이 된다면 私幸으로 여길 것이며 叱正을 期待하여 마지 않는다.

< 本 論 >

韓國에서도 數年來 急作스러히 企業合理化 問題가 擡頭되자 市場調査란 말이 流行語처럼 되어 가고 있으나 이를 正確히 認識하기에는 아직도 遼遠하다. 順序가 뒤박키는 感이 없지 않으나 이에 對한 定義를 내릴 必要性을 느낀다,

§ 1. 定 義

Marketing Research (市場調查)란 무엇인가 부터 定義하기로 하자. 그러나 이에는 學者마다 學說이 區區하여 이를 端的으로 表現하기 困難함으로 代表的인 것으로서

1948年10月에 美國「마케팅」學會(The American Marketing Association)의 定義委員會(The definition Committee)의 定義와 東京大學 林周二教授의 解釈 둘 만을 紹介하기로 한다.

前者는 「市場調查란 生産者로 부터 消費者에게 財實와 用役을 移轉하고 販賣하는데 關한 問題에 對하여 모든 事實을 蒐集하고 記錄하고 分析하는 것이다」라고 하였다.

「Marketing Research- The gathering recording, and analyzing of all facts about problems relating to the transfer and sale of goods and services from producer to consumer.」

林周二教授는 平凡社世界大百科辭典에서 「個別企業이 그의 業務上 諸決定을 適確히 遂行할 目的을 가지고 Marketing 上の 局面에서 實施하는 各種의 調查活動을 總稱적으로 表現하는 經營用語」라고 定義 하였다.

§ 2 . 實查의 豫備段階

「마케팅」의 實查를 하려면 于先 調查의 範圍, 即 調查의 對象, 調查의 方法을 決定 하여야 한다.

調查의 範圍(規模)를 決定 짓는 與件으로서는 費用要素(Cost factor), 時間的要素(Time factor) 및 使用可能施設要素(人員, 訓練等 包含)(Facilities factor) 등이 參酌되어야

한다.

그러므로 Marketing 全般에 관한 事項을 調査할수 없는 各답에 範圍를 確定함에 있어, 序言에서 既히 叙述한바와 같이 需要豫測에란 重點을 두었으며, 問題點 解決에 있어서는 産業的要素에 立脚한 市場要素만을 範圍로 擇하였고 會社間의 競争的要素는 이를 省略하고, 洋灰工業協會의 主觀的客觀性에서 觀察키로 하되, 實查主體에 있어서는 外注로 하지않고 自營으로 함을 前提로 한다.

本欄에서 取扱키로한 民間潛在需要의 調査對象은 아래와같이 定하기로 하였다.

§ 3. 對象選定과 標本抽出

韓國全域에 居住하는 全家口가 調査對象으로 母集團(Universe)이 될것이나 이미 말한바와같이 全數調査(Census)를 함에 있어서는 三個要件(3 Dimensions), 即 時間, 費用 및 人力의 充當을 考慮하여 標本抽出(Sampling)에 依한 標本實查方法이 登場한다. 或者는 이를 가르켜 全部調査가 不可함으로 部分實查를 한다고도 한다. 그러나 여기에도 環境과 條件이 相違(集中, 撒在, 所得의 高低)하나 偏見에 依한 誤差를 最少限度로 줄이기 爲하여, 單純無作爲標本抽出(Simple Random Sampling)을 하되 標本數를 可及的 選擇함이 要求된다. 다시 말해서 無作爲標本抽出은 各個標本の 基本單位가 充分하고도 平等한 機會로 標本에 選擇되는 方法으로 미리 豫定한 母集團에서 標本單位를 選擇하는 것이나 때로는 이것을 無制限任意標本抽出이라고 부를때도 있다.

標本抽出은 第一次抽出單位(Primary Sampling Units)로 洞里를 選擇키 爲하여 政府의 1959年12月1日 國勢調査를 利用한다고 假定한다.

表 2 에 依하면 洞里數가 都合 20,273 임을 알수가 있다. 이 洞里에 一連番號를 附하여 亂數表(Tables of Random Sampling Numbers)를 利用하여 第一次作業으로 500 洞里를 全國各地域에서 抽出한後 各地域에 散在해 있는 그 標本各洞里에 訓練된 豫備調査員을 派遣하여 面 또는 洞에 備置된 住民登錄票 또는 選舉人名簿를 閱覽하여 世帶主의 一連名簿를 作成하고 第二次標本抽出(Secondary Sample Units)의 原資料를 提出케 한다.

作成된 一連名簿에 連番號를 附하고 亦是 無作爲標本抽出方法을 利用하여 每洞里當 5 個世帶를 抽出함과 同時, 無應答 又は 不在世帶를 爲하여 1 個標本을 豫備的으로 抽出, 選定함이 有利하다.

이로서 正調査標本 2,500 家口와 豫備標本 500 個가 完全히 選定된다. 但 所得의 高低層分類는 困難할 것이므로 區分치 않기로 한다. 그러나 正確한 資料만 入手될수 있다면 高所得層과 低所得層을 分離해서 標本을 抽出하고 또한 豫備的으로 各 1 個의 標本을 抽出하면 더욱 可하다. 이에 隨伴하여 調査人員의 雇傭數도 決定되어야 한다. (要 全國地圖參照)

또한 標本數를 定함에 있어 留意하여야 할것은 即 標本에 依해서 母集團을 推測할 境遇에 생기는 誤差에 關한 問題이다. 이 標本誤差는 普通 2 種類로 區分되며 集中(bias)과 撒在(Variability)를 들수가 있다. 그러므로 여기에서는 無作爲

<表2>

지방행정구역총괄표

구분 시도	면	면적	구수	시수	군수	읍수	면수	동리수	부락수	방수	가구수	인구
서울	268.35	9	1	1	1	1	251	-	21,194	447,089	2,444,883	
경기도	11,189.40	-	2	19	9	194	2,251	5,552	12,590	492,889	2,758,027	
충청북도	7,418.38	-	2	10	5	100	1,511	5,923	9,473	231,973	1,369,313	
충청남도	8,098.87	-	1	14	12	160	2,280	5,027	17,575	415,921	2,525,646	
전라북도	8,629.03	-	3	14	8	164	1,778	5,662	8,005	410,045	2,395,023	
전라남도	12,025.51	-	4	21	13	218	4,885	9,352	25,983	606,029	3,553,475	
경기도	18,988.83	-	4	23	13	227	3,384	6,446	31,406	668,596	3,850,102	
경기도	12,304.60	-	6	20	13	220	2,526	3,807	34,164	737,856	4,179,202	
강원도	17,716.00	-	3	17	9	114	1,384	1,768	11,278	308,051	1,636,720	
제주도	1,792.06	-	1	2	3	10	(203) 180	42	1,794	64,352	281,720	
계	98,431.03	15	26	140	85	1,407	20,273	43,979	173,426	4,382,801	24,994,117	

완충지대
면적 1,261.80
120,538.00

행정구역수는 1961년 현재, 가구와 인구는 1959년 12월 1일 국세조사결과임.

標本抽出에 依한 相當히 많은 標本을 抽出하였으므로 이에 介意치 않고 誤差에 關한 問題는 省略하기로 한다.

또한 豫備調査員은 第二次抽出資料를 얻기 爲하여 地方出張時에 豫備質問票에 依하여 質問票의 設計 不備點을 發見하기 爲한 目的으로 一個標本程度의 面接作業을 하고 本部에 報告하고 再設計의 資料를 提供함이 順序일 것이다.

標本抽出이 完了되었으면 報告에 依하여 標本臺帳을 作成하여야 할 것이다. (表 3 標本臺帳의 一例 參照)

< 表 3 >

標 本 臺 帳 韓國洋灰工業協會				
第 地點	區	洞(里)	番地一帶	抽出員
		出張所名		調査員
標本 No.	住 所	世帯主名	MEMO 欄	CHECK 欄
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
豫1				

備考：豫備標本은 正標本을 1. 再三訪問하였을때 世帯主不在일때
2. 回答拒否일때

§ 4. 實查 計劃의 樹立

이미 調查對象 範圍는 決定되었고 남은 問題는 調查時期에 關한 것으로서 實查時期는 主로 政府會計年度의 四四半期中에 施行함이 어떨가한다. 可及의 農繁期를 避하고 또한 明年度에 對한 個別的 生活設計와 展望이 이루어질때로 보아 適切한것이 며 期間은 通算約 40日間으로 策定함이 可할 것이다.

(參照 表 4 實查日程表의 一例)

月 日	內 容
10. 21	調查上의 問題點을 協議, 實查實施의 基本方針決定
22	實查計劃의 具體的인 檢討, 豫算案의 檢討, 必要資料의 蒐集
23	豫備調查票作成, 集計樣式決定, 調查員募集의 手續,
24	豫備調查票 原稿完成, 本調查標本設計의 具體案檢討
25	調查員 選考決定, 調查地域決定, 本調查標本設計의 卓上作業
26	豫備調查票 印刷接受, 第一次調查標本抽出作業, 豫備 調查準備完了
27	調查員 打合, 調查員 現地出發
28	住民登錄票에 依據 世帶單位連名簿作成 및 豫備調查 併行
29	〃 〃
30	〃 〃
31	〃 〃
11. 1	〃 〃
2	〃 〃

- 1 1 . 3 住民登錄票에 依據 世帯單位連名簿作成 및 豫備調査
併行
- 4 " "
- 5 " "
- 6 " "
- 7 豫備調査 및 連名簿 報告接受
- 8 本調査標本抽出, 標本臺帳作成
- 9 豫備調査結果 集計分析檢討
- 1 0 本調査票의 原稿完成 附屬書類
- 1 1 本調査票 印刷接受 調査員打合 現地向發
- 1 2 本調査面接作業開始
- 1 3 "
- 1 4 "
- 1 5 "
- 1 6 "
- 1 7 "
- 1 8 "
- 1 9 "
- 2 0 "
- 2 1 本調査面接作業完了
- 2 2 調査結果의 集計開始
- 2 3 調査結果의 集計繼續
- 2 4
- 2 5 調査結果의 集計繼續, 分析開始
- 2 6 " "

- 1 1 . 2 7 調查結果의 集計繼續, 分析開始
- 2 8 集計, 分析完了, 調查結果의 部內檢討會議
- 2 9 調查報告書의 作成開始
- 3 0 調查報告書의 作成繼續
- 1 2 . 1 調查報告書의 假原稿完成, 部內檢討會議 (以下略)

實查方式에는 面接法 (Door to door interview), 質問書郵送法 (Mail questionnaire), 電話質問法 (Telephone questionnaire) 등이 있으나 正確을 期하기 爲하여 面接質問法을 採擇키로 한다. 그러나 이 모든 問題가 實查費用과 關聯하여 考慮되어야 할것은 勿論이다. 또한 費用에 있어서도 機械集計 (Machine tabulation)이나, 手集計 (manual or hand tabulation)이냐에따라 差異가 생긴다.

實查費用을 分類하여 例舉한다면 다음과 같다.

1. 運營費

- a. 實查의 設計, 監督費
- b. 設計를 爲한 資料蒐集費
- c. 會合, 交通, 通信費, (事務所費)
- d. 下記의 (3) 以下에 包含되지 않는 謝禮金의 類

2. 印刷費

- a. 豫備調查票
- b. 本調查票 (標本抽出數의 約3割增刷)
- c. 指示書 (調查員에對한 指示)
- d. 標本臺帳用紙 (參照 列表)
- e. 集計用紙

- f. 調查報告書
- g. 其他印刷物(會議用書類, 人事狀, 連絡狀, 調查員用身分證明書, 會計關係書類)
- 3. 豫備調查費
- 4. 本調查費
 - a. 標本抽出作業費
 - b. 面接作業費
 - c. 其他(殘業手当等)
- 5. 集計, 製表, 分析費
 - a. 穿孔 카-드
 - b. 穿孔作業費
 - c. 集計, 製表, 分析作業費
 - d. 調查作業費
- 6. 其他費用
 - a. 被調查者에對한 謝禮費(선물)
 - b. 宿泊費
 - c. 豫備費

§ 5. 調查票의 設計

順次에 따라 調查票의 設計가 이루어져야 할것이며 莫大한 經費를 消耗하여서 調查하는 機會에 問題點以外的 附隨的事項(特히 顧客의 欲求等) 에도 言及되어야 할것이지만 너무 慾心을 부리면 않된다.

質問項目的 選擇과 配列順序를 爲한 說明은 省略하고 具體的인 質問票의 一例를 添附함으로서 認識이 따를 것으로 안다.
例 質問票의 一例

質 問 表

(1964年度)

韓國洋灰工業協會

이 調査結果는 集計하여 發表하는 것으로서, 個票만의公表나, 其他目的에는 使用되지않습니다.

抽出地點番號

標本番號

調査員 番號

檢

住 所	職 業
姓 名	家 族 數
年 令	
性 別	
フ. 所 得 (月 額)	シ. 教 育
□ 5,000 원以下	□ 無 學
□ 10,000 원以下	□ 小 卒 (中)
□ 10,000 원以上	□ 高 卒 以上
	カ. 家 屋
	□ 自 家
	□ 專 賃
	□ 月 賃

設 問 (答該當 □欄에 √표를 하여주세요)

- 1964年(1月~12月)에 세멘트를 쓰실일이 있으십니까?
 있다 없다 아직 모르겠다
- 쓰신다면 어떤 용도에 쓰게될런지요? (a) 수량은? (b) 언제? (c)
 부엌(주방)을 수리하는데 (대) 1월~ 3월
 온돌을 수리하는데 (대) 4월~ 6월
 벽을 고치는데 (대) 7월~ 9월
 담정을 쌓거나, 수리하는데 (대) 10월~12월
 지붕을 갈거나, 수리하는데 (대) 확실치 않다.
 우물(샘)을 파거나, 수리하는데 (대)
 축대를 쌓거나 고치는데 (대)
 농로, 보(洑), 배수로 등에 (대)
 목욕탕에 (대)
 점포, 창고 (대)
 가옥신축 (대)
 기타(축사, 짚이로등) (대)
- 국산 세멘트의 포장은?
 좋다 4. 난대(러진것)가 있었다면?
 그만하면 좋다 a. 1% 이하 b. 이미 굳어버린 것이 있었다.
 나쁘다 3% 이하 다.
 모르겠다. 7% 이하 그런것은 없었다.
 8% 이하
- 금년이나, 작년도에 세멘트를 사신일이 있으십니까? 어느곳에서?
 생산회사 공장에서
 특약점, 대리점
 직매소
 들여가게
 기타
- 1963年度에 세멘트를 사셨다면 價格은?
 샀다 143원~173원 251원~300원
 안샀다 175원~200원 301원~350원
 201원~250원 351원以上
- 1963年度에 세멘트를 사셨다면 어떤표를 택하셨습니까? 선력하십 이유는?
 제비표 품질이 좋아서 점포사람 권유로
 별표 포장이 좋아서 선전광고를 보고
 외국산 색깔이 좋아서 값이 알 맞아
 모르겠다 배달해줌으로 물건이 그것밖에 없어서
 신용이 있어서 기타
- 특수 세멘트가 必要하십니까? 수량은
 백색 5대 미만
 스타구 10대 미만
 씨리카 30대 미만
 후라이 옛슈 50대 미만
 기타 51대 이상
- 생콩크리트에 관하여 말씀을 들은 적이 있으십니까?
 있다 없다

§ 6 . 第二段階 標本抽出과 事前訓練

이에 對해서는 이미 § 3 對象選定과 標本抽出에서 言及한바 있으며, 本件調査에 있어서는 豫備實查를 하게되어 있는데 第二次標本抽出 即 調査對象 標本世帶抽出時 豫備調査까지를 兼하여 質問書의 良否, 交通關係까지도 알고 을 必要가 있다. 따라서 調査員의 事前訓練이 必要하다. 豫備調査가 完了되면 이를 綜合하여 調査票의 再調整과 標本臺帳의 記入을 完了하고 本調査에 着手하게 된다.

調査員의 事前訓練에는 다음의 指示注意가 必要하다.

- 1 . 調査의 概要와 日程
 - a . 調査의 目的
 - b . 調査의 主體
 - c . 調査의 內容
 - d . 調査의 日程
 - e . 調査中 連絡場所
- 2 . 調査員의 一般的留意事項
- 3 . 調査員의 必携品
- 4 . 面接訪問의 留意事項
- 5 . 其他

§ 7 . 本調査着手

이러한 過程을 밝아서 本調査에 着手한다. 參考的으로 調査日程表를 例示한다. (參照 表 4)

§ 8 . 集計 와 製表

集計는 作表過程의 最終段階로서 各項目에 따라 分類한 正當하고도 有效한 回答數를 計算하는 것인데 集計作業에 있어서는 模型表(dummy table)라 하여 모든 分類된 項目을 網羅한 大項目(Heading 과 小項目(Stub)을 設定하여 集計의 結果를 記入하기도 한다.

그리고 集計의 方法에는 사람의 손에 依한 手集計와 機械集計(I B M 計算機)의 두가지 方法이 있어 兩者가 따로 또는 다 같이 利用되는수도 있다. 集計作業에 關한 原則으로 Brown은 다음과 같은 10 原則을 提示하고 있다.

- ㉔ 資料는 大分類마다 各各 다른 사람에 依해서 集計되어 야 한다.
- ㉕ 基本總數는 計算作業이 始初에 計算하도록 한다.
- ㉖ 基本總計와 集計數와를 몇번이고 照會하도록 한다.
- ㉗ 計算表는 標準化한다.
- ㉘ 모든 表式에는 明白한 標題를 붙인다.
- ㉙ 表나 表式에는 序列番號를 붙인다.
- ㉚ 表式에는 分類項目을 網羅하여 들것이다.
- ㉛ 모든表는 完全히 記入되지 않으면 않된다.
- ㉜ 計算表나 統計表의 分類는 仔細하게 할것이다.
- ㉝ 資料는 저마다 그特異性을 잘 알수 있도록 表에 記入 하여야 한다.

§ 9 . 分析과 判斷

마케팅의 立場에서 分析과 判斷이 必要하다.

1 . 統計的推測을 行한다.

- a. 推 定
- b. 檢 定
- c. 實 驗 計 劃 法 又 是 因 子 分 析 法
- d. 信 賴 性 및 妥 當 性 的 檢 定

符 合 統 計 學 的 諸 般 考 慮 가 行 하 여 져 야 할 것 이 며 , 平 均 價 的 標 準 誤 差 , 階 差 標 準 誤 差 및 相 關 係 數 에 依 한 相 當 價 值 (Corresponding Value) 의 推 算 等 이 이 루 어 져 야 함 은 勿 論 이 다 .

2. 마 아 케 랑 의 語 彙 로 고 친 다 .

§ 10. 調 查 報 告 書 의 作 成

- 1. 實 查 의 名 稱
- 2. 實 查 의 主 體
- 3. 實 查 의 目 的
- 4. 實 查 의 時 期
- 5. 實 查 의 對 象
- 6. 實 查 의 主 項 目
- 7. 實 查 의 方 法
- 8. 實 查 의 實 施
- 9. 其 他 必 要 한 事 項
- 10. 集 計 狀 況
- 11. 實 查 對 象 의 屬 性
- 12. 實 查 의 主 內 容
- 13. 實 查 의 附 錄 的 諸 項 目
 - a. 質 問 票 의 寫 本 , 指 示 書 의 寫 本 ,
 - b. 必 要 하 다 면 專 門 用 語 의 解 說

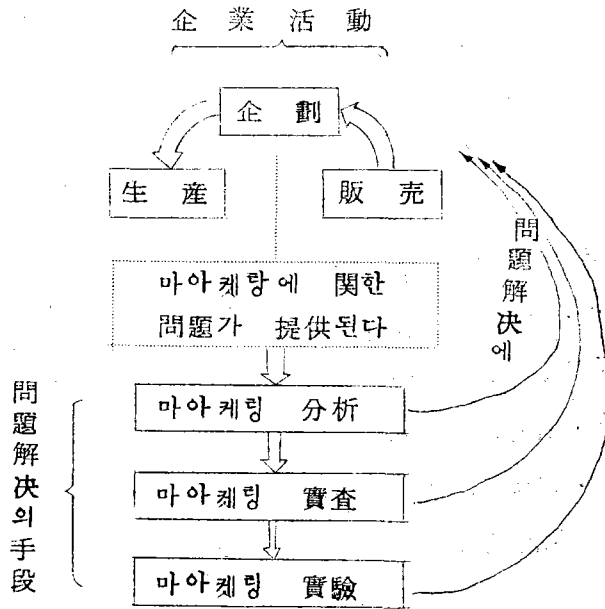
c. 實查關係者の名單

d. 實查經費決算書

14. 其他(次後 實查를 하는 境遇 參考가 될만한 事項)

< 結 言 >

上述한바와 如히 許多한 時間 勞力 및 經費를 消耗하여 얻어진 結果가 如何히 企業에 導入되어 運用되어야 할것인가 하는 重大한 問題가 남아 있으나 仔細한것은 다음機會로 미루고 다만 企業에 있어서의 聯関性을 圖表로서 說明하면 다음과 같다.



끝으로 마케팅 調查의 將次的 課題 或은 그方向이라할 諸點을 列記코져 한다.

첫째로 마케팅 調查가 販賣活動의 指針으로서 뿐만 아니라,

商品化計劃活動이나 需要의 創造 및 廣告活動의 指針으로서 活用되어야 할 것이다.

둘째로 마아케팅 調査의 手法에 있어서 先進國家群에서는 漸次로 高度의 手法을 쓰고, 細心한 調査員 訓練을 함에 이르렀다. 特히 商品化計劃上의 具體的인 問題를 解明하기 爲하여 試製品이나 市場의 競争品에 關한 統計的인 實驗計劃이 必須視되게 되었으며 이에 隨伴하여 官能 檢査의 手法도 要望되고 있다.

셋째로 마아케팅 調査에 있어서의 情報整備의 姿勢 및 方法의 改善 向上이다. 一般的으로 事務作業 一般의 機械化에 對한 關心은 우리나라 企業에 있어서도 커가고 있으며 導入되고 있는 中이나 마아케팅 調査의 面에서도 統計的인 資料를 機械集計할 뿐만 아니라 情報體系를 綜合的으로 處理하는 方向을 取하여야 할 것으로 생각된다. 이점은 長期豫測을 包含하는 龐大한 Data 計算體制를 整理하는데도 不可缺의 礎石이라 하겠다.

< 參考文獻 >

1. 高大企研發行 經營學全集第4卷 俞鵬老著 市場調查
2. 日ダイアモンド社發行 マーケティング・リサーチ
林周二著 昭和38年版
3. 韓國生産性本部發行 市場調查 講義教材
4. Brown, Lyndon, O.; Marketing and Distribution Research, 3ed., 1955.