소비자행동론

【문제 1】 소비자의 구매의사결정에 영향을 미치는 중요한 가격의 심리적 특성으로 최고수용가능 가격, 최저수용가능 가격, 가격탄력성, 준거가격이 있다. 이와 관련된 다음 물음에 답하시오. (30점)

(1) 소비자가 특정 제품에 대해 지불하고자 하는 최대 금액인 최고수용가능 가격(upper price threshold)에 영향을 미치는 요인을 3가지 설명하시오. (10점)

(2) 소비자의 구매의사결정은 최저수용가능 가격(lower price threshold)에도 영향을 받는다. 최저수용가능 가격이 구매에 미치는 영향을 설명하고, 최저수용가능 가격과 최고수용가능 가격의 범위가 가격탄력성에 미치는 영향을 설명하시오. (10점)

(3) 준거가격은 소비자의 가격지각에 영향을 미친다. 준거가격은 크게 내적 준거가격과 외적 준거가격으로 구분된다. 내적 준거가격과 외적 준거가격에 영향을 미치는 변수를 각각 3가지씩 기술하시오. (10점)

【문제 2】 개인의 인지시스템은 유입정보를 끊임없이 감시하고 계속적으로 정보처리를 위하여 이 중의 일부를 선택하게 되는데 이러한 메커니즘이 주의(attention)이다. 주의는 특정 정보에 대한 정보처리 능력의 집중이라고 할 수 있다. 다음 물음에 답하시오. (30점)

(1) 소비자의 관여 수준에 따른 주의 정도를 설명하시오. (10점)

(2) 관여도를 제외하고 주의에 영향을 미치는 개인적 요인을 4가지만 설명하시오. (10점)

(3) 주의에 영향을 미치는 자극적 요인을 4가지만 설명하시오. (10점)

【문제 3】 제품이 소비자에게 제공하는 편익(benefit)은 크게 기능적(functional), 상징적(symbolic), 쾌락적(hedonic) 편익의 세 가지 유형이 있다. SNS (소셜네트워크서비스)가 널리 사용되는 이유는 이것이 제공하는 편익으로 설명될 수 있다. 다음 물음에 답하시오. (10점)

(1) 기능적 편익, 상징적 편익, 쾌락적 편익의 정의를 설명하시오. (3점)

(2) SNS가 제공하는 3가지 유형의 편익에 대해 예를 들어 설명하시오. (7점)

【문제 4】 혁신(innovation)이란 관련된 사람이나 집단이 새로운 것으로 지각하는 아이디어, 관행 혹은 제품이다. 혁신제품의 확산에 영향을 미치는 제품의 특성 5가지를 설명하시오. (10점)

【문제 5】 소비자의 구매는 상황과 제품의 영향을 받는다. 구매행동에 대한 상황 변수의 영향력이 낮아지는 조건을 2가지만 설명하시오. (10점)

【문제 6】 소비자의 외적 정보탐색의 정도는 외적 정보탐색의 혜택(benefit)과 정보 탐색의 비용(cost)으로 설명될 수 있다. 소득이 외적 정보탐색의 정도에 미치는 영향을 제시하고, 이를 정보탐색의 혜택과 정보탐색의 비용으로 설명하시오. (10점)