

1과목 : 유통물류일반

1. 물류 아웃소싱에 대한 내용 중 가장 옳지 않은 것은?

- ① 기업이 직접 고객 서비스 향상이나 물류비 절감 등을 추구하지 못할 경우, 물류기능의 전체 혹은 일부를 위탁, 대행하는 것을 말한다.
- ② 기업이 물류를 전담하는 자회사를 설립하여, 이자회사를 물류기능에 집중시킴으로써 물류활동의 생산성을 향상시키는 기법이다.
- ③ 제조업체가 할 경우 전문화의 이점을 살려 고객욕구의 변화에 맞는 주력사업에 집중할 수 있으며, 물류투자비로 인한 기업 활동의 제약을 어느 정도 벗어나 조직의 유연성을 확보할 수 있다.
- ④ 초기에는 단순한 운송, 창고, 자재관리에 국한되었으나, 최근에는 EDI 정보교환, 주문접수, 운송업체 선정, 포장, 상품조립 등 직접적인 고객업무로 범위가 확대되고 있다.
- ⑤ 확대되면 물류공동화와 물류표준화의 가능성이 있으며, 이 밖에 물류시설 및 장비를 이중으로 투자하는데 따르는 투자위험을 피할 수 있다.

2. 소매점조직 구성원에 대한 설명 중 가장 바르지 않은 것은?

- ① 구매담당자 - 현재의 재고나 수요를 토대로 구매 주문을 하고 나아가 수요량을 감안한 가격을 결정하기도 한다.
- ② 기획자 - 계절성, 판촉, 가격변동 등을 고려한 미래상황을 예측한다.
- ③ 카테고리 관리자 - 소비자보다는 벤더와의 유기적 관계를 토대로 상품을 관리, 판매한다.
- ④ 판매원 - 상품 전시와 정리 정돈, 상품 판매, 고객서비스 등 일선에서 중요한 역할을 한다.
- ⑤ 점포관리자 - 점포의 시설관리 및 판매 운영관리를 담당한다.

3. 유통업자의 일반적인 경제행위와 가장 거리가 먼 것은?

- ① 유통업자는 소비자가 필요로 하는 재화를 구매하여 소비자
자에게 여러 가지 상품과 서비스를 공급한다.
- ② 유통업자는 소비자가 필요로 하는 재화를 소비자의 구매
시점까지 잘 보관해준다.
- ③ 유통업자의 상품구색기능은 소비자보다는 제조업자를 위
한 기능이기 때문에 제조회업에게 보다 많은 생산의 기회
를 제공한다.
- ④ 제조업자는 자신이 제조한 상품을 직접 판매할 경우 비용
부담이 많이 되기 때문에 유통업자가 제조업자를 대신하
여 거래장소를 제공해준다.
- ⑤ 소비자에게 상품의 품질이나 가격 등의 정보를, 공급자에
게 소비자의 구매성향 등의 정보를 제공해준다.

4. 유통경로에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 유통경로에서 제공되는 서비스나 아이디어는 소비자나 중간상뿐만 아니라 상품 생산자들에게도 중요하며, 구성원들은 재화를 수송, 운반, 저장하고 정보수집 및 쌍방향으로 정보를 교환한다.
- ② 제품이나 서비스자체의 흐름을 중심으로 이해하는 것은 물류라 하고, 유통경로에 참여하여 일정한 역할을 하는 기관을 중심으로 고찰하는 것을 일반적인 유통이라 한다.
- ③ 유통경로는 다양한 유형이 존재하고, 사회적·문화적 특성을 반영하므로 각 나라의 상황에 따라 특수한 형태들이 존재하고 있다.
- ④ 유통경로의 기능은 교환촉진기능, 제품구색의 불일치 완화기능, 거래의 표준화 기능, 소비자와 메이커 간의 연결

기능, 고객에 대한 서비스 기능 등이 있다.

- ⑤ 서비스는 유형적 상품과 달리 서비스 생산자와 공급자가 동일성을 갖는 특징이 있다. 따라서 일반적으로 서비스는 유형적 상품과 달리 유통경로의 길이가 길고 복잡하다.

5. 조직구조의 형태에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 제품별 조직은 제품을 시장특성에 따라 대응함으로써 소비자의 만족을 증대시킬 수 있다.
- ② 기능별 조직은 환경이 비교적 안정적인 때 조직 관리의 효율성을 높일 수 있으며, 각 기능별로 규모의 경제를 얻을 수 있다.
- ③ 사업별 조직은 제품, 고객, 지역, 프로젝트 등을 기준으로 종업원들의 직무를 집단화하여 조직을 몇 개의 부서로 구분하는 것을 말한다.
- ④ 매트릭스 조직은 담당자가 기능부서에 소속되고 동시에 제품 또는 시장별로 배치되어 다른 조직구조에 비하여 개인의 업무범위가 좁아져 역할갈등이 최소화된다.
- ⑤ 특정한 계획이나 긴급을 요구하는 문제 처리에 있어 프로젝트팀이나 태스크 포스라 불리는 일시적 조직이 있다.

6. 포터(M.E. Porter)는 산업구조분석모형(5 forces model)을 제시하였는데, 이를 근거로 해당 산업에서 수익률이 가장 높은 경우는?

	진입 장벽	공급자의 교섭력	구매자의 교섭력	대체재의 위협
①	낮음	낮음	높음	낮음
②	낮음	높음	높음	높음
③	높음	낮음	높음	낮음
④	높음	높음	높음	높음
⑤	높음	낮음	낮음	낮음

- (1) (1)
- (3) (3)
- (5) (5)
- (2) (2)
- (4) (4)

7. 기업이 비관련 사업의 다각화를 추진하는 이유에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 기업이 보유하고 있는 능력과 자원을 새로운 업체 혹은 다른 업종의 사업에 투자함으로써 기존의 자원과 능력을 확장 또는 발전시킬 수 있기 때문이다.
- ② 동일 기업 내의 여러 사업체가 공동으로 활용하거나 축적된 경영노하우 및 관리시스템 등의 기능을 서로 보완·활용하는 경우 상승효과가 발생하기 때문이다.
- ③ 개별 사업부문의 경기순환에서 오는 위험을 분산시킬 수 있는 수단이 되며, 기존사업의 성장이 둔화되거나 점차 쇠퇴해 감에 따라 새로운 사업 분야로 진출할 필요성이 대두되기 때문이다.
- ④ 기술 또는 브랜드와 같은 많은 무형의 경영자원을 확보하고 있는 경우, 이런 자원과 거리가 먼 비관련사업으로 다각화를 하는 것이 범위의 경제성을 활용하여 수익률을 증대시킬 수 있기 때문이다.
- ⑤ 복합기업의 출현을 촉진시켜 시장지배력 증가에 도움이 되며, 기업이 다양한 사업 분야에 진출함으로써 기업 경영상의 유연성 제고와 사업의 포트폴리오를 추구할 수 있기 때문이다.

8. 고객충성도를 관리하기 위한 방법에 대한 설명으로 옳바르지 않은 것은?

- ① 가치중심세분화는 특정고객이 형성할 수 있는 일반적인 충성도보다 더 높은 충성도를 형성할 수 있게 되어 기업의 투자효율성을 증가시킬 수 있다.
- ② 욕구중심세분화를 이용한 맞춤형 충성도 프로그램은 적은 비용으로 충성도를 확보할 수 있다.
- ③ 기존 고객들에 대한 자료를 이용하여 이탈예상모델을 구성할 수 있는데, 감소되는 고객의 비율을 예측할 수 있다.
- ④ 가치중심세분화와 욕구중심세분화를 통해 고객을 분류하게 되면 부가가치가 높은 고객들에게 집중할 수 있게 된다.
- ⑤ 충성도가 낮은 고객을 대상으로 충성도관리프로그램을 활용하면, 관계를 강화 또는 개선시킬 수 있는 기회를 얻을 수 있다.

9. 서비스 기대수준과 유통경로의 특성에 대한 설명 중 가장 옳지 않은 것은?

- ① 고객이 다양한 구색을 원할수록 유통경로의 길이는 짧아진다.
- ② 고객이 원하는 1회 구매량이 적을 수록 경로의 길이가 길어진다.
- ③ 고객이 주문 후 대기시간을 짧게 하기를 원할수록 개별 경로기관의 규모는 영세화된다.
- ④ 고객이 부수적 서비스를 많이 원할수록 유통경로의 길이는 길어진다.
- ⑤ 고객이 공간적 편리를 적게 추구할수록 유통기관이 대형화된다.

10. 전통적 대중매체 마케팅과 비교한 CRM의 장점을 가장 옳바르게 설명한 것은?

- ① 다양한 광고매체를 활용함으로써 고객에 대한 접촉을 늘릴 수 있게 된다.
- ② 특정 고객의 요구에 초점을 맞춤으로써 표적화가 더 용이하게 된다.
- ③ 다수의 고객들에게 자사의 이미지를 각인시킬 수 있는 기회가 많아진다.
- ④ 불특정 다수의 고객이 창출하는 부가가치를 예측하여 마케팅비용을 할당한다.
- ⑤ 우리 상품을 이용하지 않은 고객들의 의견도 상품개발에 반영할 수 있게 된다.

11. 제품 또는 서비스 등을 거래하는 데 수반되는 거래비용에 대한 설명으로 가장 적절하지 않은 것은?

- ① 코즈(Coase)의 견해에 의하면, 기업이 존재하는 이유는 시장을 통한 거래비용이 내부조직 구축비용에 비해 낮기 때문이다.
- ② 거래비용은 다른 기업과 거래하기 전에 정보수집 비용, 협상비용, 계약이행비용 등을 비롯하여 최초계약의 불완전으로 인한 비용을 모두 포함한다.
- ③ 거래비용이론은 유통경로시스템 구성원들 간의 기회주의적 행동경향을 기본적인 가정으로 하고 있으며, 거래비용으로 인하여 시장실패의 가능성을 초래할 수 있음을 주장하고 있다.
- ④ 거래비용이론에서는 유통시장에 소수의 거래자만이 참가하거나 자산의 특수성이 존재하는 경우 경로구성원들 간에 거래비용이 커지게 될 수 있기 때문에 수직적 계열화가 발생하게 된다.
- ⑤ 거래비용이론에 의하면 거래 특유적 자산이 이전될 경우

교환파트너의 기회주의적 행동에 의한 피해 가능성이 높아져, 철저한 감시체계나 타율적 제재 등 권위통제메커니즘을 통한 보호 장치의 필요성을 증가시킴으로써 수직적 통합의 가능성을 높인다.

12. 자본예산에 관한 설명으로 가장 적절하지 않은 것은?

- ① 상호배타적인 투자안의 경우, 투자규모 또는 현금 흐름의 형태가 크게 다를 때 순현재가치법과 내부 수익률법이 서로 다른 결론을 제시할 수 있다.
- ② 투자규모, 투자수명, 현금흐름 등이 서로 배타적인 투자안을 내부수익률법으로 평가하는 경우, 반드시 두 투자안의 NPV 곡선이 상호 교차하는지의 여부를 검토해야 한다.
- ③ 투자자금의 조달에 제약이 있는 경우, 이 제약조건 하에서 최적의 투자조합을 선택하는 의사결정을 하는 경우, 수익성지수법을 사용하면 항상 최적의 투자안 조합을 결정할 수 있다.
- ④ 두 개의 NPV 곡선이 교차하는 지점의 할인율을 피셔(Fisher) 수익률이라고 한다.
- ⑤ 투자안의 경제성을 분석할 때, 감가상각의 방법에 따라 투자안의 현금흐름이 달라짐으로써 투자안 평가에 영향을 미칠 수 있다.

13. 직무분석 및 직무명세에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 직무분석은 직무에 관련된 정보들과 아울러 직무를 수행할 사람들이 갖추어야 할 요건을 체계적으로 수집하고 정리하는 과정이다.
- ② 직무분석은 직무에 관련된 정보를 체계적으로 수집하고, 분석 및 정리하는 과정이므로 인적자원관리의 기초 또는 인프라스트럭처라고 한다.
- ③ 직무의 성격, 내용, 이행 방법 등과 직무의 능률적인 수행을 위하여 직무에서 기대되는 결과 등을 간략하게 정리해 놓은 문서를 직무명세서라 한다.
- ④ 조직시민행동 (organizational citizenship behavior)은 직무기술서에 공식적으로 부과되어 있지는 않지만 조직의 효과에 기여하는 활동이다.
- ⑤ 직무명세서는 직무를 만족스럽게 수행하는 데 필요한 종업원의 행동, 기능, 능력, 지식, 자격증 등을 일정한 형식에 맞게 기술한 문서를 말한다.

14. 유통경로의 설계 및 관리에 관한 설명 중 옳은 것만으로 구성된 것은?

- a. 중간상이 제조 기업에 대해 일체감을 갖고 있거나 갖게 되기를 기대함으로써 발생하는 파워를 준거적 파워라 한다.
- b. 유통경로 갈등의 원인 중 동일한 사실을 놓고도 경로구성원들이 인식을 달리하여 발생하는 갈등의 원인을 지각 불일치라 한다.
- c. 경로 커버리지 전략 중 전속적 유통은 소비자의 풀(pull)보다는 중간상의 푸시(push)에 의해서 팔리는 상품에 적합하다.
- d. 유통은 바톤 패스와 유사하기 때문에 제조기업이 유통기업에게 바톤을 넘기듯이 모든 유통기능을 맡기는 것이 적절하다.

- ① a, b
- ② b, c
- ③ c, d
- ④ a, c

⑤ b, d

15. 유통기업의 윤리에 대한 설명 중 가장 적합하지 않은 것은?

- ① 선정적인 광고는 소비자의 성적 본능과 감각을 자극함으로써 주의와 시선을 집중시키는 효과는 있지만 상품의 개념에 상당한 혼란을 가져올 수 있다.
- ② 비교광고는 확인가능한 객관적 자료를 근거로 해야 하고, 근거가 확실한 경우에도 일부 자료로 전체를 비교하는 표현을 하거나 경쟁 상품을 비방하는 표현을 하는 것은 비윤리적인 행위이다.
- ③ 침투전략은 특별한 원가차이도 없이 같은 제품을 상이한 가격으로 판매하거나 저가로 유인한 뒤 고가품목을 구매하게 하려는 행위로 소비자나 소비자에 실질적 이익을 주므로 비윤리적 행위라 할 수 없다.
- ④ 경쟁업체와의 수평적 가격담합, 제조업자와 중간상 간의 수직적 가격담합, 그리고 경쟁업체를 시장에서 몰아내기 위해 가격을 내리는 약탈적 가격전략은 비윤리적이다.
- ⑤ 기업의 가격결정과 가격경쟁은 윤리적 평가가 가장 어려운 문제이며, 가격은 기업의 수익과 직결되는 마케팅믹스요소이므로 비교적 어려운 문제이며 다른 요소에 비해 법적 규제의 강도가 세다.

16. 제조업체와 유통업체가 상생을 위한 물류측면의 전략적 제휴에 있어서 요구되는 인프라 장치로 가장 거리가 먼 것은?

- ① POS(point of sales)
- ② QR(quick response)
- ③ SKU(stock keeping unit)
- ④ POP(point of purchase)
- ⑤ EDI(electronic data interchange)

17. 핸드폰 케이스를 판매하고 있는 A는 최근 공급업체로부터 제안을 받았다. 연간 총수요량 3,000개, 단위당주문 비용 60원, 단위당유지비용 4원이고 다른 조건은 동일하다는 전제하에 경제적 주문량(EOQ)은 얼마인가?

- ① 250 ② 270
- ③ 300 ④ 330
- ⑤ 350

18. 포터(M.E. Porter)의 가치사슬모형에서 본원적 활동(primary activity)에 속하지 않는 것은?

- ① 기술개발(technology development)
- ② 운영(operation)
- ③ 입고물류(inbound logistics)
- ④ 출고물류(outbound logistics)
- ⑤ 마케팅 및 판매(marketing & sales)

19. 유통 또는 물류기업의 성과측정도구에 대한 올바른 설명으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① SCOR는 비즈니스 프로세스 관점에서 해당 기업의 공급업체로부터 고객에 이르기까지 계획, 공급, 생산, 인도, 회수가 이루어지는 공급망을 통합적으로 분석한다는 데 그 기초를 두고 있다.
- ② SCOR에서는 공급망 성과측정을 위해 공급망의 신뢰성, 유연성, 대응성, 비용, 자산 등 크게 5가지 분야의 성과 측정 분야를 제시하고 있다.
- ③ EVA는 기업이 영업활동을 통해 얻어 들인 세후 영업이익으로부터 자본비용을 제외한 금액으로, 투자자본과 비용으로 실제 얼마의 이익을 얻었는가를 나타낸다.

④ BSC는 비재무적 성과까지 고려하고 성과를 만들어낸 동인을 찾아내 관리하는 것이 특징이며, 이런 점에서 재무적 성과에 치우친 EVA(경제적 부가가치), ROI(투자수익률) 등의 한계를 극복할 수 있다.

⑤ BSC의 주요 성과지표로는 공급망관리, EVA(경제적 부가가치), 포괄손익계산서, 재무상태표, 성장과학습 등이 있으며 기존의 비재무성과 중심의 측정도구의 한계를 극복하기 위해 개발되었다.

20. 반품된 제품의 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 반환되지 않아야 할 제품의 최소화 방안을 찾는 것이 게이트키퍼링(Gatekeeping)이다.
- ② 반품되는 제품을 운송하는 프로세스도 역물류라고한다.
- ③ 반품되는 제품의 종류로는 불량품, 리콜된 제품, 리사이클링 제품, 진부화된 제품 등이다.
- ④ 반품되는 제품의 증가 원인으로는 짧아진 제품수명주기, 전자상거래 확대 등에 기인하기도 한다.
- ⑤ 반품을 통해 고객의 불만족 원인과 개선사항 등과 같은 가치 있는 정보를 수집하기도 한다.

21. 창고운영 전문업자의 영업 창고를 임차하여 보관 및 하역 업무를 수행할 때의 장점이 아닌 것은?

- ① 운영의 전문성 제고 가능
- ② 창고이용과 생산과 판매를 연결시키는 데 시간적 결손이 적음
- ③ 고정비 투자 축소 가능
- ④ 직접 소유보다 창고 활용의 유연성 제고 가능
- ⑤ 상품의 수요변동에 유연하게 대처 가능

22. 물류관리에 대한 설명으로 가장 적절하지 않은 것은?

- ① 물류는 원초지점부터 소비지점까지 원자재, 중간재, 완성재 및 각종 관련 정보를 소비자의 욕구를 충족시키기 위하여 이동시키는 것과 관련된 흐름을 효율적·효과적으로 계획, 수행, 통제하는 과정이다.
- ② 물류는 구체적으로는 수송, 포장, 보관, 하역 및 통신의 여러 활동을 포함하며, 상거래과정에서 유형적인 물자를 운송하므로 재화의 공간적·시간적인 한계를 극복하게 해준다.
- ③ 비용의 최소화를 위해서는 운송비, 재고비 및 주문처리비 등과 같은 눈에 띄는 비용뿐만 아니라, 배달 지연과 재고부족에 따른 매출감소 등과 같이 눈에 띄지 않는 비용도 포함시켜야 한다.
- ④ 물류관리는 목표수준의 고객서비스를 최소의 비용으로 달성하고자 하는 비용접근적 측면도 포함된다.
- ⑤ 물류는 생산자, 중간상, 소비자 사이에 상거래 계약이 성립된 후 상품대금을 지불하고 상품의 소유권을 이전하는 단계만을 지칭한다.

23. 상류(상적 유통)와 물류(물적 유통)를 구분하여 설명한 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 물류는 일반적으로 상거래가 성립된 후 그 물품인도의 이행 기간 중에 생산자로부터 소비자에게 물품을 인도함으로써 인격적·시간적·공간적 효용을 창출하는 경제활동이다.
- ② 상류는 생산자를 포함하여 중간상과 소비자 사이에서 발생하는 교환과정을 총칭한다.
- ③ 물류는 물류활동이 생산 장소와 소비 장소의 거리를 조정하는 기능을 지니고 있어 그 거리를 좁혀주는 기능을 수행하므로, 생산자와 소비자 모두에게 효용을 가져다준다.

- ④ 상류란 재화가 공급자로부터 조달·생산되어 수요자에게 전달되거나 소비자로부터 회수되어 폐기될 때 까지 이루어지는 운송·보관·하역 등과 이에 부가되어 가치를 창출하는 가공·조립·분류·수리·포장·상표부착·판매·정보통신 등을 말한다.
- ⑤ 물류와 상류의 분리로 얻을 수 있는 경제적 효과로 배송 차량의 적재율 향상, 유통경로 전체의 물류효율화 실현, 지정과 영업소의 수주 통합으로 효율적 물류관리 가능, 운송경로의 단축과 대형차량의 이용으로 수송비 절감 등을 들 수 있다.

24. 전형적인 유통경로인 '제조업체 - 도매상 - 소매상 - 소비자'에서 도매상의 역할로 가장 바르지 않은 것은?

- ① 도매상은 제조업체를 대신하여 광범위한 시장에 산재해 있는 소매상들을 포괄한다.
- ② 도매상들은 생산자보다 더 고객과 밀착되어 있으므로 고객의 욕구를 파악하여 전달하는 기능을 담당한다.
- ③ 도매상은 소매상 지원기능을 통해 제품구매와 관련한 제품교환, 반환, 설치, 보수 등의 다양한 서비스를 제조업체 대신 소매상에게 제공한다.
- ④ 도매상은 소비자와 가까운 장소에서 다양한 상품 구색에 대한 재고부담을 함으로써 공급선의 비용 감소와 소비자의 구매편의를 돕는다.
- ⑤ 도매상은 제품사용에 대한 기술적 지원과 제품판매에 대한 조언 등 다양한 서비스를 소매상에게 제공한다.

25. 인사 고과상의 오류에 대한 설명으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 현혹효과는 한 분야에 있어서의 어떤 사람에 대한 호의적인 또는 비호의적인 인상을 말하는데, 이는 다른 분야에 있어서의 그 사람에 대한 평가에 영향을 주는 경향을 말한다.
- ② 상동적 태도는 그 사람이 속한 집단을 지각하고 이를 바탕으로 그 사람을 판단하는 지각과정으로, 한 가지 범주에 따라 판단하는 오류이다.
- ③ 관대화 경향오류는 특정의 피평가자의 인상이나 요소를 감안하여 실제 능력이나 실적보다도 더 높게 평가하고 그 피평가자에게 후한 점수를 주는 평가자의 오류를 의미한다.
- ④ 후광효과란 예로 미국인은 개인주의적이고 물질적이며, 한국인은 매우 부지런하고, 흑인은 운동에 소질이 있으며, 이탈리아인은 정열적이라는 선입견에서 발생하는 오류이다.
- ⑤ 사람들은 자신의 성공은 능력이나 노력과 같은 내재적 요인이 원인이고 실패에 대해서는 운이나 다른 동요 탓이라고 여기는 경향을 귀인의 이기적 편견이라고 한다.

2과목 : 상권분석

26. 식당이 많이 몰려있는 곳에 술집이나 커피숍이 모여 있다면, 극장가 주변에 식당들이 많이 밀집해 있는 것은 어느 입지원칙이 적용된 것이라 할 수 있는가?

- ① 고객차단원칙 ② 동반유인원칙
- ③ 보충가능성의 원칙 ④ 점포밀집원칙
- ⑤ 경제성의 원칙

27. 상권을 1차 상권, 2차 상권, 한계상권 등으로 분류하는 것은 어떤 관점에 근거한 것인가?

- ① 고객 관점 ② 판매자 관점
- ③ 행정구역 관점 ④ 지형적 관점
- ⑤ 특정 관점과 관계없음.

28. 도시의 상권경계범위를 계산하기 위해 사용가능한 정보가 A, B, C 세 도시 각각의 소매점 매장면적과 각 도시 사이의 교통수단별 이동시간이라면 어떠한 모형을 활용 할 수 있는가?

- ① 레일리(Reilly)의 소매인력모형
- ② 허프(Huff)의 확률모형
- ③ 컨버스(Converse)의 제 1, 2모형
- ④ 애플바움(Applebaum)의 모형
- ⑤ 루체(Luce)의 모형

29. 상권분석에 대한 설명 중 가장 옳바르지 않은 것은?

- ① 선매점의 경우에는 위계별 경쟁구조 분석이 필요하며, 다른 위계의 점포들도 경쟁상대로 보고 분석하는 것이 필요하다.
- ② 편의점의 수요를 올바르게 예측하기 위해서는 업태별 경쟁구조 분석과 업태 내 경쟁구조 분석이 필요하다.
- ③ 전문점의 경우 구매 고객이 많지 않아 여러 점포를 포괄하는 광범위한 상권에서 수요를 예측한 후 수요정보를 공유하여 사용한다.
- ④ 경쟁/보완관계분석은 동반유인의 법칙과 양립성의 법칙을 활용하여 상권을 분석하는 방법으로 모든 유형의 제품에서 사용될 수 있다.
- ⑤ 잠재경쟁구조분석을 위해서는 업태내 경쟁분석과 업태별 경쟁분석, 위계별 경쟁구조 분석, 경쟁/보완관계 분석이 모두 시행되어야 한다.

30. 주거, 업무, 여가생활 등의 활동을 동시에 수용하는 건물을 의미하는 복합용도개발이 필요한 이유라고 보기 어려운 것은?

- ① 도시 내 상업기능간의 급격한 증가현상을 피하고 도시의 균형적 발전을 위하여
- ② 신시가지와의 균형발전과 신시가지의 행정수요를 경감하기 위해서
- ③ 도심지의 활력을 키우고 다양한 삶의 장소로 바꾸기 위해서
- ④ 도심의 공동화를 막기 위해서
- ⑤ 수요자의 다양한 요구를 충족시키기 위해

31. 상권변화 분석에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 기존의 상가 및 점포 사이에 새로운 상가 및 점포의 신설, 소비자들의 위치 변화, 고정 인구 및 유동 인구의 변화, 지역 주민들의 직업 형태 등에 의해서도 상권이 변화된다.
- ② 상권의 변화는 소비패턴, 생활패턴, 계층의 변화, 세대간의 인식차이, 사회구조 등과 같은 생활환경의 변화에 의해서도 촉진된다.
- ③ 대형할인점, 백화점과 같은 경쟁업체의 진입과 이전에 의해 상권이 주로 변화하며 관공서, 대규모 회사의 이전 등의 요소는 상권변화에 영향을 미치지 않는다.
- ④ 상권변화의 정확한 예측을 위해 상권내 특정점포의 매출액과 변화추이를 유추법이나 실지조사 등과 같은 방법들을 이용하여 조사한다.
- ⑤ 유동인구가 입지 내로 진입하는 주요 동선 등의 고객 접근성이 변화하면 상권규모도 변화하게 된다.

32. 각 업태나 업종의 입지에 대한 설명 중 가장 옳지 않은 것은?

- ① 백화점은 규모면에서 대형화를 추구하기 때문에 상권 내 소비자의 경제력, 소비형태의 예측, 주요산업, 유동인구,

대중교통의 연계성 등을 근거로 적절한 입지를 선정해야 한다.

- ② 의류패션전문점의 입지는 고객에게 쇼핑의 즐거움을 제공하여 많은 사람을 유인하고 여러 점포에서 비교·구매할 수 있어야 하므로, 노면독립지역이 중심 상업지역(CBD)이나 중심 상업지역 인근 쇼핑센터보다 더 유리하다.
- ③ 식료품점의 입지는 취급품의 종류와 품질에 대한 소비자의 구매만족도, 잠재 고객의 시간대별 통행량, 통행인들의 속성 및 분포 상황, 경쟁점포 등을 고려해야 하므로, 아파트 또는 주거 밀집지역에 있는 상가나 쇼핑센터가 적당하다.
- ④ 생활용품 중 주방기구나 생활용품, 인테리어 소품 등은 대단위 아파트 및 주택이 밀집지역 등 주거지 인접지역으로 출점하여야 하며 도로변이나 재래시장 근처, 통행량이 많은 곳이나 슈퍼마켓 근처에 입지를 선택하는 것이 유리하다.
- ⑤ 패션잡화점의 최적 입지는 상호보완적인 상품을 제공하는 다양한 점포들이 모여 있는 곳으로 다양한 상품을 판매하고 유동인구가 많으며, 주로 젊은 세대들이 자주 찾는 지역이 적합하다.

33. 신규점포의 상권분석에 대한 내용으로 가장 적합하지 않은 것은?

- ① 체크리스트방법은 단일점포의 입지를 결정하는데 활용하는 방법으로 상권 내 제반 입지의 특성, 상권 고객 특성, 상권 경쟁구조 등 상권 범위에 미치는 요인을 활용하여 평가한다.
- ② 마일리지고객주소활용법은 마일리지 적립 정보로 고객의 주소를 확인하고 상권범위를 결정하는 방법이다. 또한 고객의 특성 및 니즈도 파악할 수 있어 마케팅전략수립에도 효과적으로 사용된다.
- ③ 유추법은 전체 상권을 단위거리에 따라 소규모지역으로 나누고, 각 지역에서의 1인당 매출액을 구하며, 예상 상권내의 인구에 유사점포의 1인당 매출액을 곱하여 신규점포의 예상매출액을 구한다.
- ④ 중심지 이론에 의하면 중심지는 배후 거주 지역에 대해 다양한 상품과 서비스를 제공하고 교환의 편의를 도모하기 위해 상업 또는 행정 기능이 밀집된 장소를 말한다.
- ⑤ 레일리(Reilly)의 소매중력의 법칙은 다양한 점포들 간의 밀집이 소매입지의 매력도를 증가시키는경향이 있음을 고려하고 있으며, 이웃 도시들 간의 상권 경계를 결정하는 데 이용된다.

34. 도매상권을 구성하는 요소 중 중요성이 상대적으로 가장 떨어지는 것은?

- ① 소매상의 입지, 점포수 및 판매액
- ② 경쟁도매상의 입지, 분포 및 집적도
- ③ 취급상품 및 상품군
- ④ 도매상의 도시 내 위치
- ⑤ 로지스틱스(Logistics) 비용

35. 소매점이 집적하게 되면 경쟁과 양립의 이중성을 가지게 되므로 가능하면 양립을 통해 상호이익을 추구하는 것이 좋다. 양립성을 증대시키기 위한 접근순서가 가장 올바르게 나열된 것은?

- ① 취급품목 - 적정가격 - 적정가격 대비 품질 - 가격범위
- ② 가격범위 - 취급품목 - 적정가격 - 적정가격 대비품질
- ③ 적정가격 - 취급품목 - 가격범위 - 적정가격 대비품질
- ④ 가격범위 - 적정가격 - 적정가격 대비 품질 - 취급품목
- ⑤ 취급품목 - 가격범위 - 적정가격 - 적정가격 대비품질

36. 넬슨(Nelson)의 입지선정 평가방법에 대한 내용으로 가장 적절하게 연결된 것은?

- ① 중간 저지성 : 경영자가 속한 상권지역 내의 기존 점포나 상권 지역이 고객과 중간에 위치하여 경쟁 점포나 기존의 상권으로 접근하려는 고객을 중간에서 저지할 수 있는 가능성을 평가하는 방법
- ② 성장 가능성 : 장래 경쟁점이 신규 입점함으로써 고려대상 점포나 유통단지에 미칠 영향 정도, 경쟁점의 입지, 규모, 형태 등을 감안하여 고려대상점포나 유통단지가 기존점포와의 경쟁에서 우위를 확보할 수 있는 가능성의 정도를 평가하는 방법
- ③ 경쟁 회피성 : 동일한 상권 내의 고객들을 자신의 점포로 유인하는 데 있어서 어떠한 장애요소가 고객들이 접근할 수 있는 가능성을 방해하는지를 살펴보는 것
- ④ 양립성 : 주변 인구 및 일반 고객들의 소득 증가로 인하여 시장 규모, 선택 사업장, 유통상권 등이 어느 정도 성장할 수 있는지를 평가하는 방법
- ⑤ 접근 가능성 : 경영자가 진입할 상권에 상호 보완관계에 있는 점포가 서로 인접해 있어서 고객의 흡인력을 얼마나 높아지게 할 수 있는가의 가능성을 검토하는 방법

37. 크리스탈러(Christaller)의 중심지이론에서 중심지기능의 최대도달거리란 무엇을 말하는가?

- ① 소비자가 중심지까지 도로로 접근 가능한 최대 허용거리
- ② 전문품 상권과 편의품 상권의 지리적 관점에서의 최대 차이
- ③ 상위 중심지와 하위 중심지 사이의 거리
- ④ 중심지에서 거주지까지의 평균 거리
- ⑤ 소비자가 상품구매를 위해 중심지까지 기꺼이 이동하려는 최대 거리

38. 다음 내용은 어떠한 점포의 입지요건에 대한 내용인가?

새로운 제품을 판매하거나 정구 점포를 개장하기
전시험적인 판매정보를 얻기 위해 쉽게 고객을
확보할 수 있는 통행인들이 많은 대형점포의 공
용장소에 위치하는 경우가 많다.

- ① 백화점
- ② 할인점
- ③ 키오스크
- ④ CBD
- ⑤ 스트립 쇼핑센터

39. 상권의 정의에 대한 설명으로 가장 올바른 것은?

- ① 상권의 실제적인 경계선은 점포의 접근성에 의해 결정된다. 점포의 접근성은 쇼핑구역 및 점포의 유형, 경쟁상황 등의 요소에 비해 상권 형성에 더 중요한 영향을 미치게 된다.
- ② 다수 상권이 물려있는 경우 각 상권의 형태는 일반적으로 타원의 형태를 지니게 된다. 이는 일직선의 형태를 지닌 도로가 상권에 영향을 주기 때문에 발생하는 현상으로 볼 수 있다.
- ③ 상권의 크기는 상품의 성격에 의해 결정된다. 그 중 편의품은 누구나 사용할 수 있으며 구매의 편의성을 제공하는 상품이기 때문에 상대적으로 광범위한 지역적 범위의 상권을 형성하게 된다.
- ④ 쇼핑몰에 목적점포가 입점해 있는 경우에는 기생점포보다 더 큰 상권범위를 형성하게 된다. 목적점포 없이 기생점포만으로 쇼핑몰을 구성하게 되면 많은 고객을 유인하는 데 한계가 있다.

- ⑤ 동일한 편의품을 판매하는 다수의 점포들이 모여있을 때 보다 많은 고객을 유인할 수 있어 상대적으로 넓은 상권을 형성할 수 있다. 따라서 편의품 판매 점포는 집단화하는 것이 좋다.

40. 컨버스(Converse)법칙의 내용으로 가장 잘못된 것은?

- ① A도시의 인구(8만명), B도시의 인구(2만명), 두 도시간 거리(30km) 등 정보가 주어진다면 두 도시에 대한 소비자 선택의 무차별점을 구할 수 있다.
- ② ①번 답항의 내용을 토대로 계산을 하면, A도시의 무차별점은 A에서 부터 10km 되는 지점이고 B도시의 무차별점은 B에서 부터 20km가 되는 지점이다.
- ③ 두 도시 A와 B를 연결하는 직선상의 경로를 가정할 때, 이 직선에서 A와 B 각 도시의 주 세력권인 A와 B 도시의 상권의 분기점을 구하는 모델이다.
- ④ 고객의 위치에서 A와 B 두 도시 중 어느 도시로 상품을 구매하러 갈 것인가를 알아볼 수 있는 방법으로 구매대상이 선매품과 전문품인 경우에 가능하다.
- ⑤ 레일리(Reilly)법칙과 같은 요인을 활용하여 상권을 구분하였기 때문에 세분화된 명확한 상권을 정확하게 구분하기에는 어려운 점이 있다.

41. 소매포화지수와 함께 시장성장잠재력지수(MEP : Market Expansion Potential)의 특성을 가장 잘 설명한 것은?

- ① 두 지수가 모두 높은 경우에는 신규출점 후보지로 유력하다고 볼 수 있다.
- ② 소매포화지수에 시장잠재력이 어느 정도는 반영되어 있다고 볼 수 있다.
- ③ MEP는 지역시장 거주자들이 지역시장 이외의 타지역에서 구매하는 지출액을 추정하여 계산한다.
- ④ 지역시장의 매력도를 측정하는 소매포화지수는 한지역시장에서의 수요와 공급의 미래의 수준을 반영하는 척도이다.
- ⑤ 소매포화지수가 높아질수록 점포가 초과 공급되었다는 의미이므로 신규점포에 대한 시장잠재력이 상대적으로 낮아진다.

42. 상권분석의 접근방법에 대한 설명으로 잘못된 것은?

- ① 공간적 독점형 접근법은 주택지역이나 특정 지역 전체를 상대로 하는 점포가 주요 적용대상이 된다.
- ② 시장침투형 접근법은 특정점포가 흡인하는 세대비율이 지역적으로 변화하며 중복되는 경우가 많은 상황에서 사용할 수 있는 방법이다.
- ③ 분산시장형 분석에서는 고급가구나 고가의 카메라와 같은 상품을 취급하며 특정 소득계층을 대상으로 판매가 이루어지는 점포를 주요 적용대상으로 한다.
- ④ 공간적 독점형 분석은 편의품, 시장침투형은 선매품, 분산시장형은 전문품인 경우에 상관분석 접근법으로 주로 사용될 수 있다.
- ⑤ 시장침투형 분석은 고객분포와 시장침투율을 중심으로, 분산시장형 방법은 지역단위 표적시장의 고객특성을 중심으로 분석한다.

43. 허프(Huff)의 확률적 모형을 사용하기 위해 필요한 활동을 모두 포함한 것은?

- ㄱ. 전체 상권 내에서 동일한 제품을 판매하는 각 점포의 매장 면적을 조사한다.
- ㄴ. 잠재고객의 점포 방문 성향을 조사하여 거리에 대한 민감도를 계산한다.
- ㄷ. 상권 내 인구조사는 여러 지구로 나눌 수 있으면 지구별 인구로 계산한다.
- ㄹ. 잠재고객 평균을 대상으로 점포까지의 이동 방법과 평균 소요시간을 조사한다.
- ㅁ. 대상 제품의 성격을 조사하여 선매품, 전문품, 편의품으로 구분한다.
- ㅂ. 주변에 존재하고 있는 상권들까지 이동거리를 측정하여야 한다.

- ① \neg, \perp ② \perp, \subset
 ③ \subset, \supseteq ④ \supseteq, \square
 ⑤ \square, \vdash

44. 선희의 점포별 효용과 루체(Luce)의 선택공리의 개념을 이용하여 선희가 점포를 선택한다고 할 때 가장 옳바르지 않은 설명은?

	점포 1	점포 2	점포 3	점포 4	점포 5	점포 6	점포 7
점포면적	100	75	65	45	20	15	5
점포까지의 거리(km)	5	8	3	5	0	12	10
효용의 크기	30	10	20	15	25	0	0

- ① 선희는 5개의 점포만을 대상으로 판단해도 된다.
- ② 선희의 점포 선택은 점포의 효용에 의해서 결정된다.
- ③ 선희가 점포 1을 선택할 가능성은 30%이다.
- ④ 점포 4의 선택가능성이 점포 3의 선택가능성보다 낮다.
- ⑤ 점포선택을 위해서는 면적, 거리, 효용 정보가 모두 필요하다.

45. 편의점의 입지와 다른 특성에 대한 설명 중 옳바른 것만 선택한 것은? (문제 오류로 실제 시험에서는 모두 정답처리되었습니다. 여기서는 1번을 누르면 정답 처리 됩니다.)

- ㄱ. 주택이나 상가에 근접해 있어 쉽게 접근할 수 있는 장소의 편의성
- ㄴ. 24시간 동안 영업하는 곳이 많아 어느 때라도 쉽게 이용가능한 시간의 편의성
- ㄷ. 대량포장의 상품을 판매하고 있어 저렴하게 구매 가능한 할인 가격으로 제공
- ㄹ. 한 카테고리에 해당되는 상품을 다양하게 갖추어 놓아 구색의 깊이가 깊음
- ㅁ. 대량으로 선반에 진열하며 손쉬운 선택가능성

- ① \neg, \perp ② \perp, \sqsubset
③ \perp, \geq ④ \sqsubset, \sqsupset

⑤ ㄹ, ㅁ

3과목 : 유통마케팅**46. 촉진믹스의 구성요소 중 인적판매의 단점으로 가장 적절한 것은?**

- ① 촉진의 속도가 느리며 비용이 과다하게 소요된다.
- ② 전달할 수 있는 정보의 양이 제한적이다.
- ③ 고객별 전달정보의 차별화가 곤란하다.
- ④ 경쟁사의 모방이 용이하여 촉진 효과가 짧다.
- ⑤ 통제가 곤란하며 촉진의 효과를 측정하기 어렵다.

47. 재고관리에 대한 설명으로 가장 옳바르지 않은 것은?

- ① EOQ모형에서의 경제적 주문량은 주문비용과 재고 유지비용을 합한 연간 총비용이 최소가 되도록 하는 주문량을 말한다.
- ② 판매분 매입방식의 경제적 주문량은 재고품의 단위원가가 최소가 되는 1회의 주문량을 계산하여 정한다.
- ③ ROP모형에서는 수요가 불확실한 경우 주문기간 동안의 평균수요량에 안전재고를 더하여 재주문점을 결정한다.
- ④ ROP모형에서는 수요가 확실한 경우 조달기간에 1일 수요량을 곱하여 재주문점을 결정한다.
- ⑤ ABC관리방식에서는 재고 품목수와 매출액 비율에 의해서 아이템을 그룹핑하여 집중 관리하는 방법을 사용한다.

48. 서비스의 특성에 대한 내용 중 가장 옳지 않은 것은?

- ① 무형성 때문에 인간의 감각만으로는 서비스 구매 의사결정을 하기는 쉽지 않다.
- ② 분리성은 서비스의 경우 생산과 소비가 각각 분리되기 때문에 서비스를 판매하거나 서비스를 수행하는 과정이 다르게 이루어지는 것을 의미한다.
- ③ 비분리성은 서비스를 판매하거나 서비스를 수행하는 이들로부터 분리하기 어렵다는 것을 의미한다.
- ④ 품질 가변성이란 서비스 공급이 노동집약적이기때문에 구매할 때마다 품질이 다르며, 심지어 동일한 공급자에게 구매하는 경우에도 품질이 상이한 것을 말한다.
- ⑤ 서비스는 서비스의 생산이 시간요소에 기초하고 저장하기 어렵기 때문에 소멸 가능성이 매우 높다.

49. 유통마케팅 전략 수립을 위한 기본 개념과 용어에 대한 설명으로 가장 옳바르지 않은 것은?

- ① 상권은 소매업체가 상품이나 서비스에 대한 판매의 대상으로 하고 있는 지역을 말하는 것으로 어느 지정 상업집단의 상업권력이 미치는 범위를 말한다.
- ② 로지스틱스는 원재료의 조달에서 제품판매, 재활용에 이르는 전과정을 물류라는 관점에서 총괄적으로 경영하는 것을 말한다.
- ③ 상품계획이란 고객의 수요를 잘 연구하여 고객에게 팔릴 수 있는 상품의 선정 및 구매를 말한다.
- ④ 판매촉진이란 소비자의 관심 및 흥미, 사고 싶은 욕구를 우리 매장이 취급하고 있는 상품에 쏠리도록 하는 활동을 말한다.
- ⑤ 총마진수익율(GMROI)은 이익과 회전율을 동시에 감안하여, 평균회전율을 총이익률로 나누어 구한다.

50. 유통마케팅 조사에 대한 내용 중 가장 옳지 않은 것은?

- ① 유통과정에서 정보의 흐름은 생산물의 구매자인 소비자

와 시장의 동향을 해명하기 위한 정보의 수집을 포함하며, 이는 마케팅조사에 의해 이루어진다.

- ② 조사의 범위는 수요자에 관한 시장조사와 생산물, 가격, 경로, 프로모션에 의한 마케팅믹스 요소 그리고 환경요소로서의 경제상황, 경쟁, 기술, 정치, 유행 등 유통활동에 대한 조사를 포함한다.
- ③ 수요자 보다 공급자를 대상으로, 상품 및 서비스를 제조하여 판매할 때까지 모든 과정을 조사하는것으로, 그 질적인 측면과 양적인 측면에 관해 조사하고 나아가 그 변화를 연구하는 것이다.
- ④ 주요대상은 매출액 예측, 시장점유율의 측정, 시장동향의 명확화, 조직 이미지의 측정, 브랜드 이미지의 측정, 표적고객 특징의 명확화, 제품과 패키지의 설계, 창고와 점포의 입지, 주문처리, 재고관리 등이다.
- ⑤ 조사해야 할 문제를 보다 구체화 하고, 조사의 전망을 세우는 것부터 시작하며, 이를 바탕으로 목적의 명확화, 대상의 선정, 방법의 결정, 시기 및 예산의 결정, 그리고 결과의 보고와 평가라는 과정이 이루어진다.

51. 유통경로에 대한 설명으로 가장 옳바르지 않은 것은?

- ① 유통경로를 설계하기 위해서는 우선 유통경로의 목표를 세우는 것이 필요하며 기업의 전반적인 목표와 마케팅목표가 일치하여야 한다.
- ② 유통경로의 목표를 설정하고 난 후에는 유통경로 전략을 결정해야 하는데 유통커버리지와 통제수준을 결정하게 된다.
- ③ 유통경로설계에 있어 중요한 문제는 자사의 제품이나 서비스가 경로시스템의 최종단계에까지 도달하도록 보장하는 일이다.
- ④ 유통경로의 무시전략에서는 주로 인적판매의 방식을 집중적으로 활용하게 되며 중간상인과의 적극적인 협력을 유도하게 된다.
- ⑤ 유통경로를 통해 생산자로부터 도매상이나 소매상과 같은 중간상을 거쳐 소비자에게로 이동되는 후방 흐름이 촉진된다.

52. 머천다이징(merchandising)에 대한 설명 중 가장 옳지 않은 것을 고르시오.

- ① 어떠한 상품을 매입하고 이것을 어떻게 관리하며 어떻게 판매하는 것이 최적의 이익을 얻을 수 있는 것인가에 대한 계획을 세우는 마케팅 활동을 의미한다.
- ② 고객, 의뢰인, 협력자, 사회가 필요로 하는 가치를 창조, 커뮤니케이션, 배달, 교환하는 일련의 활동, 기관 그리고 과정이다.
- ③ 매입과 판매를 연결하는 시장성 있는 상품을 창출하기 위한 기법으로 특정한 상품이나 서비스를 기업의 마케팅 목적에 따라 가장 잘 실현할 수 있는 장소, 시기, 가격 및 수량으로 제공(마케팅)하는 것에 관한 계획과 관리이다.
- ④ 소매업 상품정책의 중심적인 활동이며 상품의 적절한 매입, 진열을 위한 계획 및 활동이라고 할 수 있다.
- ⑤ 일반적으로 도매업자나 소매업자 등 판매업자의 활동을 의미하는 상품선정과 관리를 말하며 제조업자의 경우에는 제품계획 그 자체라고 할 수 있다.

53. 디스플레이 유형에 대한 내용 중 가장 옳지 않은 것은?

- ① 방사형 배열은 디자인 요인들이 중심으로 빔처럼 모아지는 것이다.
- ② 단계형 배열은 상품 및 상품의 구성품들을 상향 또는 하향 방향의 연속적인 단계로 배열하는 것이다.
- ③ 피라미드형 배열은 밑은 넓고 위로 갈수록 점점 좁아지

는 삼각형과 같은 형태로 상품을 배열하는것이다.

- ④ 지그재그형 배열은 상품을 연단의 꼭대기에 쌓아 올리지 않는 것을 제외하고 피라미드 배열과 유사하다.
- ⑤ 반복형 배열은 일반적인 특성이 유사한 품목에 이용되며, 무게, 공간, 혹은 각도 등을 정확하게 똑같이 배열한다.

54. 포지셔닝(Positioning)에 대한 내용 중 가장 옳지 않은 것을 고르시오.

- ① 기업이 선택한 포지셔닝 전략을 시장에 적용하기 위해서는 경쟁사 대비 경쟁적 강점 파악, 적절한 경쟁우위의 선택, 선택한 포지션의 전달 과정을 거쳐야 한다.
- ② 시장은 서로 다른 특성을 지닌 소비자들로 구성되어 있기 때문에 소비자들을 일정한 기준에 따라 군집화하여 차별적인 마케팅전략을 구사하고자 하는 것이 포지셔닝 전략이다.
- ③ 제품포지션은 소비자들의 인식 속에 자사의 제품이 경쟁 제품에 대비하여 차지하고 있는 상대적 위치를 말한다.
- ④ 기업은 선택한 표적시장의 소비자들 마음속에서 경쟁사에 대비하여 최대한의 경쟁적 우위를 누리기 위하여 포지셔닝 전략을 기획하고 마케팅믹스를 개발한다.
- ⑤ 기업은 다양한 방법으로 상품을 포지셔닝 시킬 수 있는데 상품의 속성·상품 편익·사용 상황·사용자 집단을 위한 상품으로 포지셔닝하는 방법이 있다.

55. 선매품을 유통하기 위해 선택할 수 있는 전략으로 부적절한 것은?

- ① 품질 대비 가격특성을 강조할 경우 선택적 경로를 채택
- ② 가격지향 선매품은 개방적 유통전략을 채택
- ③ 유행을 주도할 수 있는 경로를 선택
- ④ 차별성 제고를 위한 독점적 경로를 선택
- ⑤ 유통경로의 수직적 통합을 모색

56. 유통경로의 성과 측정 중 재무적인 측면과 관련된 설명으로 가장 바르지 않은 것은?

- ① 당기순이익을 순매출로 나눈 비율은 영업활동의 원가대비 가격의 효과성을 의미한다.
- ② 상품 회전율이 증가하거나 순매출이익률이 증가하면 총자산이익률도 함께 증가한다.
- ③ 기업이 장단기차입금에 의존하고 있는 정도는 레버리지비율로 나타난다.
- ④ 투자에 따른 배당이 얼마나 이루어질 것인가를 판단하는 지표는 투자수익률이다.
- ⑤ 자금의 효과적 활용도를 나타내는 총자산회전율은 영업활동의 효율성을 파악할 수 있다.

57. 고객관계관리(CRM)와 관련된 설명 중 가장 바르지 않은 것은?

- ① 고객생애주기는 크게 고객획득단계, 고객유지단계, 충성고객단계로 구분된다.
- ② 고객획득단계에서는 무차별적 고객들에게 유인수단을 제공하여 고객으로 유치한다.
- ③ 기존의 유치 고객이 반복적·지속적으로 자사제품을 구매하도록 관계를 유지한다.
- ④ 고객관계 강화를 위해 격상판매(up-selling)를 통해 거래액과 횟수를 증가시킨다.
- ⑤ 고객관계 강화를 위해 교차판매(cross-selling)를 통해 거래제품의 수를 늘리도록 한다.

58. 불만족 고객의 응대 방법으로 가장 바람직하지 않은 것은?

- ① 불만 고객들이 거리낌 없이 그들의 불만을 털어놓도록 잘 경청하는 태도를 유지한다.
- ② 고객들은 대체로 무형의 해결책보다 유형의 해결책을 선호하는 것을 인지하고 응대한다.
- ③ 가이드라인을 지키는 것도 중요하나 지나친 집착보다는 융통성을 발휘하여야 한다.
- ④ 서비스 회복에 있어서 이행상의 공정성을 강조한다.
- ⑤ 신속한 문제해결을 위해 불만고객에 응대하는 종업원을 자주 교체하지 않는 것이 좋다.

59. 상품관리의 핵심인 성과를 평가하기 위한 재고총이익률에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 바이어의 재고이익률 실적을 평가하는 재무비율
- ② $\text{재고총이익률} = (\text{총이익} / \text{총매출}) \times (\text{총매출} / \text{평균재고})$
- ③ $\text{재고총이익률} = \text{총이익률} \times \text{재고대비 매출비율}$
- ④ $\text{재고총이익률} = \text{총이익} / \text{평균재고}$
- ⑤ 수익과 함께 상품자산의 회전율도 평가

60. 고객 서비스품질(SERVQUAL)과 관련된 설명 중 가장 거리가 먼 것은?

- ① 고객의 요구에 대하여 신속하게 서비스를 제공하려는 의지는 반응성과 관련이 있다.
- ② 직원의 지식과 예의 그리고 신뢰와 자신감을 전달할 수 있는 능력은 신뢰성과 관련이 있다.
- ③ 고객에 대한 서비스 제공자의 배려와 관심의 정도는 공감성으로 나타낸다.
- ④ 직원의 외모, 각종 장비 및 도구는 유형성으로 나타낸다.
- ⑤ 고객서비스의 품질은 소비자에 따라 상대적 중요성이 다르게 나타날 수 있다.

61. 매장 레이아웃에서 특선품 구역(feature areas)에 대한 설명 중 가장 바르지 않은 것은?

- ① 크게 판촉구역, 엔드매대, 계산구역, 재고보관구역, 벽등으로 나눌 수 있다.
- ② 공간이 좁을 경우 벽공간을 이용해 재고품을 보관하거나 상품을 진열하기도 한다.
- ③ 자유진열대의 경우 주로 맨 안쪽에 배치되어 최신 상품을 배치하게 된다.
- ④ 재고보관구역의 경우 상품의 모든 구색이 갖추어져 있다.
- ⑤ 쇼윈도우를 적절히 사용하면 고객을 매장 안으로 유인할 수 있다.

62. 포터(M.E. Porter)의 경쟁전략 유형에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 전문화 - 정상인보다 훨씬 큰 옷만 전문적으로 파는 의류업체
- ② 원가집중 - 유기농 사과만을 시세보다 항상 저렴하게 파는 과일가게
- ③ 차별화 - 프리미엄 가격으로 다양한 명품을 파는 백화점
- ④ 원가우위 - 상시염가로 파는 대형마트
- ⑤ 차별화 - 디자이너 브랜드의 다양한 상품을 취급하는 양판점

63. 격자형 배치에 대한 다음 내용 중 틀린 것은?

- ① 이 배치의 문제점은 고객들이 상점의 모든 상품에 노출되지 않는다는 것이다.
- ② 백화점에서 이 배치는 고객이 점포를 둘러보면서 흥미로운 신상품을 둘러보기에 적합하다.
- ③ 규격화된 내부 비용을 사용하므로 비용을 절감할 수 있다.
- ④ 많은 슈퍼마켓에서 이러한 배치를 활용한다.
- ⑤ 고객은 쇼핑에 많은 시간을 소비하지 않고 원하는 상품의 위치 파악이 용이하다.

64. 유통의 도매기능 중 상적 유통기능이 아닌 것은?

- ① 신상품 개발 기능 ② 장기 보관의 기능
- ③ 신유통 경로 개발 기능 ④ 거래처 발굴 및 육성 기능
- ⑤ 판매 촉진의 기능

65. 물류시스템의 구체적인 목적에 해당하지 않는 것은?

- ① 신뢰성 높은 운송기능 ② 정보기능과 피드백기능
- ③ 포장과 하역기능 ④ 재고 서비스기능
- ⑤ 제품가공과 가격절감기능

66. 고객접점(MOT : Moment of Truth)에 대한 설명 중 가장 옳지 않은 것을 고르시오.

- ① 고객이 매장에 들어서서 구매를 결정하기까지 수초 동안의 짧은 순간을 '진실의 순간' 또는 '결정적 순간'이라고 한다.
- ② '결정적 순간'이란 고객이 기업조직의 어떠한 측면과 접촉하는 순간이며, 그 서비스의 품질에 관하여 무언가 인상을 얻을 수 있는 순간이다.
- ③ 서비스 상품을 구매하는 동안의 모든 고객접점 순간을 관리하고 고객을 만족시켜 줌으로써 지속적으로 고객을 유지하고자 하는 방법이 고객접점마케팅이다.
- ④ 고객접점에 있는 서비스요원은 책임과 권한을 가지고 고객의 선택이 가장 좋은 선택이었다는 사실을 고객에게 입증시켜야 한다.
- ⑤ 고객접점에 있는 서비스요원들에게 권한을 부여하고 강화된 교육이 필요하며, 고객과 상호작용에 의하여 서비스가 순발력 있게 제공될 수 있는 서비스 전달시스템을 갖추어야 한다.

67. 다음에서 설명하는 소매상의 가격전략을 차례대로 나열한 것은?

- A. 경쟁 점포가 더 싼 가격으로 판매하면 그 차이 혹은 그 이상을 보상해준다는 가격전략
- B. 촉진용 상품을 대량 구매하며 일부는 세일용으로 판매하며 저가격 이미지를 구축하고, 일부는 정가가격으로 판매하며 높은 이유를 달성하고자 하는 가격전략

- ① 경쟁가격 - 상시저가 ② 경합가격 - 미끼상품가격
- ③ 보상가격 - 로스리더 ④ 경합가격 - 고저가격
- ⑤ 보상가격 - 특별할인

68. 중간상 촉진에 대한 설명으로 가장 옳바르지 않은 것은?

- ① 대형 소매상들의 구매력이 증가함으로써, 소비자 촉진과 광고를 희생하면서까지 중간상 촉진을 요구하는 소매상들의 힘이 증가하고 있다.
- ② 중간상 촉진관리에 있어 제조업자들은 소매상들이 약속

한 촉진을 수행하고 있는지를 확인하기 위해 소매상을 일일이 감시하기 어렵다.

- ③ 소매상이나 도매상으로 하여금 정상적인 것보다 특정 상품을 더 많이 취급하도록 권장하거나 소매상이 특정 상품을 촉진하여 밀어내도록 조장하기 위해 시행된다.
- ④ 중간상 촉진수단 중 공제란 제조업자의 제품을 어떤 방법으로 특성화하도록 합의한 소매상들에게 답례로 제공되는 경비를 말한다.
- ⑤ 중간상 촉진수단 중 제품보증이란 제품이 특별하게 성능을 발휘할 것을 제조업자가 분명하고도 명료하게 제시함으로써 소매상들의 환불이나 A/S에 대한 부담을 낮추는 것을 말한다.

69. 다음에서 설명하는 소매업체의 고객세분화 조건을 차례대로 나열한 것은?

- A. 독신남이 매력적인 시장으로 발견되었다. 그러나 그들의 거주지를 알기 어렵다.
- B. 미혼여성과 기혼여성은 향수에 대하여 다르게 반응한다.

- ① 측정가능성 - 활동가능성
- ② 규모적정성 - 활동가능성
- ③ 접근가능성 - 차별화가능성
- ④ 접근가능성 - 활동가능성
- ⑤ 측정가능성 - 차별화가능성

70. CRM의 등장배경으로 가장 적합하지 않은 것은?

- ① 소비자의 구매방식이 다양화 되었다.
- ② 소비자의 라이프스타일도 정형화된 생활 방식에서 상당히 복잡하고 다양하게 변화하였다.
- ③ 마케팅 패러다임도 불특정 다수의 고객이 아니라 기존의 수익성 있는 거래 고객들에게 마케팅을 전개하기 시작하였다.
- ④ 기업경영의 패러다임도 수익 중심의 가치경영에서 매출 중심의 규모경영으로 변화하였다.
- ⑤ 컴퓨터와 정보기술의 발전으로 고객정보를 과학적인 분석 기법을 활용하여 영업활동에 이용할 수 있게 되었다.

4과목 : 유통정보

71. QR 시스템에 대한 설명으로 가장 적절하지 않은 것은?

- ① 상품수령 비용을 줄이고, 즉각적인 고객서비스를 할 수 있어 서비스의 질을 향상시킬 수 있고 업무의 효율성과 소비자의 만족을 극대화시킬 수 있다.
- ② 생산에서 판매에 이르기까지 시장정보를 즉각적으로 수집하여 대응하고 회전율이 높은 상품에 적합 한 시스템으로, 구성요소로 EDI, 인터넷 등 통신시스템, POS시스템, EAN 코드 등이 있다.
- ③ 상품개발의 짧은 사이클화를 이룩하여 소비자의 욕구에 신속대응하고, 원자재 조달과 생산 그리고 배송에서의 누적 리드타임을 단축시킴으로써, 미국의 패션의류업체가 수입의류의 급속한 시장장식을 방어하기 위해 개발하였다.
- ④ 기본적으로 소비되는 상품에도 필요하지만, 최신 유행의 의류업체에서도 필요하다. 유행성이 강한 상품은 새로운 색상과 스타일이 중요하므로 즉각적으로 대응할 수 있어야 하고, 계절적으로도 민감하므로 빠르게 적응할 수 있어야 한다.

- ㉡ 효과로 상품의 품질 증가와 재고회전율의 감소, 고객정보의 효율적 활용에 의한 소비자 기호에 부응, 완전한 물류서비스 실현 등을 들 수 있다.

72. 인터넷 마케팅의 효과를 측정하는데 기준이 되는 요소로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 히트의 수 ㉡ 페이지 뷰의 수
③ 북마크의 수 ④ 세션의 수
⑤ 방문자의 수

73. 다음 중 공급체인전략(Supply Chain Strategy)으로 구성된 것은?

가. 운영전략	나. 고객서비스전략
다. 소싱전략	라. 유통전략

- ① 가, 나, 라 ② 나, 라
③ 가, 나, 다 ④ 가, 다, 라
㉡ 가, 나, 다, 라

74. 제품 표준화 정도가 낮은 업종의 제조업체가 사업수행을 위하여 여러 협력업체들과 긴밀한 관계를 유지해야 하며, 가격보다는 서비스 품질을 강조해야 하는 경우에 가장 효과적인 e-Marketplace 모델은 무엇인가?

- ① 직접거래형 ㉡ 커뮤니티형
③ 연합거래형 ④ 중개거래형
⑤ 공동구매형

75. 전자카탈로그에 대한 내용 중 가장 옳지 않은 것은?

- ① 소비자 측면에서 상품의 효율적인 비교와 검색이 가능하다.
② 인쇄물 형태 보다 저렴한 비용으로 제작할 수 있으며 판매자가 직접 수정 및 편집이 가능하다.
③ 제조업자는 상품 홍보 및 마케팅에 관련된 비용을 절감할 수 있다.
㉡ 전자상거래를 위한 전자카탈로그 상품분류코드로서의 UNSPSC는 4단계로 구분되어 있으며, 총 12자리로 구성되어 있다.
⑤ 전자카탈로그 표준에는 전송표준, 포맷표준, 표현표준, 게시표준, 디렉토리 서비스 등이 있다.

76. 전자상거래 모델의 성공요인으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 독특한 모델의 제시와 기회를 선점해야 한다.
② 차별화된 콘텐츠를 제공해야 한다.
③ 지속적으로 수익을 창출해야 한다.
㉡ 전통적 기업과 달리 제품 중심의 사고에서 출발해야 한다.
⑤ 비즈니스 모델의 지적재산권을 확보해야 한다.

77. 인터넷 환경을 위한 주요 인증기법의 하나로, 1980년대 말경 개발된 인증 서비스로서 제3의 인증서버를 이용해 자동으로 클라이언트와 서버 간에 서로의 신원을 확인하는 기법을 무엇이라 하는가?

- ① PKI 인증 ㉡ Kerberos 인증
③ RSA 인증 ④ DES 인증
⑤ Hash 인증

78. 데이터베이스 정규화(normalization)에 대한 내용으로 가장

적합하지 않은 것은?

- ① 데이터 저장을 위한 메모리의 공간을 최대화한다.
② 테이블 내에 데이터의 중복저장으로 인해 발생할 수 있는 문제를 해결하기 위한 방법이다.
③ 새로운 속성을 추가할 때 관계성이 명확한 테이블로 배치시키도록 한다.
④ 데이터 무결성을 유지할 수 있도록 하여 정보품질을 높이는 효과가 있다.
⑤ 테이블 내 속성들 간에 존재하는 관계를 밝힌다.

79. POS시스템과 관련된 설명 중 가장 옳바르지 않은 것은?

- ① POS시스템의 3요소는 스캐너, 포스터미널, 스토어컨트롤러이다.
② POS시스템을 이용하면 거래정보 및 영업정보를 즉시 파악할 수 있다.
③ 레지스터에 의해 단품별로 수집된 판매정보는 스토어컨트롤러에 전달되어 유효한 정보로 가공된다.
㉡ 스토어컨트롤러는 영수증을 발행하고 인쇄한다.
⑤ 광학판독기(스캐너)로 바코드를 판독한다.

80. 바코드에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 제조업자 또는 유통업체(중간상)가 부착할 수 있다.
② 실제로 유용하게 사용되기 위해서는 POS시스템이 구축되어야 한다.
㉡ 인스토어마킹은 코드 표준화로 소스마킹에 비해 상대적인 비용 및 시간적인 면에서 효율적이다.
④ 소스마킹은 동일상품에 동일코드가 지정된다.
⑤ 유통 외에도 병원, 도서관, 공장 등 대량의 데이터를 신속·정확하게 처리하는 분야에 활용되고 있다.

81. GS1(Global Standard No.1)에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 상품의 식별과 상품정보의 교류를 위한 국제표준 바코드 시스템의 개발 및 보급을 전담하는 세계100여개 국가가 가입한 최고의 민간기구이다.
② 대한민국은 항상 880으로 시작되며, 세계 어느 나라에 수출되더라도 우리나라 상품으로 식별된다. 그러나 국가 식별코드가 원산지를 나타내는 것은 아니다.
③ GS1코드는 백화점, 슈퍼마켓, 편의점 등 유통업체에서 최종 소비자에게 판매되는 상품에 사용되는 코드로서 상품의 제조단계에서 제조업체가 상품 포장에 직접 인쇄하게 된다.
④ 제조업체코드는 대한상공회의소의 유통물류진흥원에서 제품을 제조하거나 판매하는 업체에 부여하며, 업체별로 고유코드가 부여되기 때문에 같은 코드가 중복되어 부여되지 않는다.
㉡ GS1-8 단축형의 경우 인쇄하기에 충분하지 않은 소포장의 작은 상품인 경우에 적용되며, 체크 디지털은 1자리, 제조업체 코드는 6자리로 구성된다.

82. 지식경영에 대한 설명으로 가장 적절하지 않은 것은?

- ① 보유한 지식의 활용이나 새로운 지식의 창출을 통해 수익을 올리거나 미래에 수익을 올릴 수 있는 역량을 구축하는 모든 활동들을 말한다.
② 지식사회라는 새로운 패러다임의 출현으로 기업의 관점에서 지식경영은 부가요소가 아닌 생존요소로 간주되고 있다.
③ 창조적 지식은 기업이 지속적으로 성장·발전하고 차별적인 경쟁우위를 확보하는 원천이 되고 있다.

- ④ 학습조직이 구체적인 방법론을 제시하지 못하고, 학습조직에 대한 이해부족과 가시적인 결과만을 기대했던 점이 오히려 부정적인 원인이 되었다.
- ⑤ 노나카의 SECI 모델은 암묵지를 제외한 직접적인 형식지의 축적 및 생산에 관련된 내용으로 사회화, 외부화, 종합화, 내면화로 구성되어 있다.

83. 지식경영의 방법론으로서의 학습 조직에서 추구하는 학습 목표의 속성 중에서 가장 옳지 않은 것은?

- ① 미래의 기회를 창출할 수 있어야 한다.
- ② 기업목표와 연계되어야 한다.
- ③ 직무와 연계되어야 한다.
- ④ 업무의 전체 흐름을 파악하는데 기여해야 한다.
- ⑤ 미래지향적으로 매우 추상적이어야 한다.

84. 가빈(Garvin, 1993)이 주장한 실행 가능성과 적용 가능성을 고려한 학습조직의 특성과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 학습을 바탕으로 조직의 성취도 개선을 이룩해야 한다.
- ② 창의와 적응을 위한 의도적인 조직이다.
- ③ 외부 환경을 도외시킨 조직의 내적 성장능력을 극대화하기 위해 끊임없이 학습을 추구하는 내부지향적인 조직이다.
- ④ 모든 조직 구성원의 학습 활동을 촉진시킴으로써 조직 전체에 대한 근본적인 변화를 지속적으로 촉진시키는 조직이다.
- ⑤ 학습을 통하여 창출된 지식과 통찰력을 반영할 수 있도록 행동을 변화 시키는데 능숙한 조직이다.

85. 지식관리시스템의 각 단계별 사이클에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 지식 생성: 사람들이 일하는 방식을 새롭게 바꾸고 노후를 개발하는 과정에서 창조된다.
- ② 지식 포착: 새로운 지식은 현실적으로 기여할 수 있도록 필요한 상황과 잘 연계되어야 한다.
- ③ 지식 저장: 유용한 지식은 사람들이 접근할 수 있도록 합리적인 형태로 저장되어야 한다.
- ④ 지식 관리: 잘 보관되어야 하고 적절성과 정확성을 입증하기 위한 검토가 수행되어야 한다.
- ⑤ 지식 유포: 필요로 하는 사람이 언제 어디서든지 유용한 형태로 사용할 수 있도록 제공되어야 한다.

86. 정보 및 정보화 사회에 대한 설명으로 가장 적합하지 않은 것은?

- ① 정보는 미래의 불확실성을 감소시키고, 개인이나조직의 의사결정을 하는데 사용되도록 의미 있고 유용한 형태로 처리된 것이다.
- ② 정보 적시성은 필요 시점에 정보가 제공될 때 가치를 발휘하게 되고, 정보 관련성은 의사결정자와 관련성이 있는 정보를 제공해야 한다는 것이다.
- ③ 협의의 정보는 수집된 자료를 문제해결의 수단으로 해석·정리한 지식을 말하며, 광의의 정보는 수집 가능한 모든 자료들 중에서 목적 달성을 위한 의사결정의 수단으로 사용되는 지식을 말한다.
- ④ 경영자들에게 '필요한 정보를 제공하는 것' 못지 않게 '필요 없는 정보를 제공하지 않는 것'이 중요한 것은 인간의 정보처리능력을 초과하는 경우 정보과부하가 일어나 반응률이 오히려 증가하기 때문이다.
- ⑤ 정보의 접근성은 저장방법에 의해 영향을 받으며, 정보는 공간적으로 쉽게 접근 가능할수록 가치가 증대되고,

인터넷상의 정보는 VAN에 존재하는 정보보다 접근성이 높다.

87. m-비즈니스의 속성으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 편재성(Ubiquity)
- ② 접근성(Reachability)
- ③ 즉시성(Instant Connectivity)
- ④ 개인성(Personalization)
- ⑤ 배치성(Batch)

88. e-비즈니스 도입으로 인한 판매자 측면에서의 장점으로 가장 거리가 먼 것을 고르시오.

- ① 광고비용이 상대적으로 저렴하다.
- ② 시간과 장소에 대한 제약이 상대적으로 적다.
- ③ 고객의 구매정보를 배치(batch)식으로 모아 구매 형태에 대해 즉각적인 실시간 분석을 가능하게 해 준다.
- ④ 개별 고객에 맞는 적절한 판매 전략을 수립할 수 있다.
- ⑤ 판매관리비가 상대적으로 적게 든다.

89. 대칭형 또는 비밀키 암호화(Symmetric or Secret key cryptography)방식의 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 대칭키 암호방식으로 DES(Data Encryption Standard)는 블록 암호의 일종으로, 미국 NBS(National Bureau of Standards, 현재 NIST)에서 국가 표준으로 정한 암호이다.
- ② 리베스트(Rivest), 샤미르(Shamir), 아델먼(Adelman) 등이 공동 개발한 RSA법이라는 암호화 알고리즘과 그것을 사용하는 RSA 대칭형 암호방식으로 잘 알려져 있다.
- ③ 대칭키 암호방식은 암호화하는 키로부터 복호화하는 키값을 계산해 낼 수 있거나, 반대로 복호화하는 키로부터 암호화하는 키값을 계산해 낼 수 있다.
- ④ 비밀키 암호화 기법은 동일한 키로 암호화와 복호화를 수행하는 방법으로 보안 유지와 관리에 어려움이 있으나 알고리즘이 간단해 암호화 속도가 빠르고 용량이 작아 경제적이다.
- ⑤ 대칭키 암호방식은 암호화 속도가 빠르고, 안전성을 위해 키를 자주 바꿔야 한다. 따라서 네트워크 사용자가 증가함에 따라 관리해야 하는 키의 개수가 증가하며, 상대적으로 키 분배가 어렵다.

90. 데이터마이닝 기법 중의 하나인 신경망 모형에 대한 다음의 내용 중에서 가장 옳지 않은 것은?

- ① 예측보다는 명쾌하고 쉽게 이해할 수 있는 결과물을 제공함으로써 정확한 설명력을 더욱 중요하게 고려하는 경우에 이용된다.
- ② 인간이 경험으로부터 학습해 가는 두뇌의 신경망 활동을 모방한 것이다.
- ③ 자신이 소유한 데이터로부터의 반복적인 학습과정을 거쳐 패턴을 찾아내고 이를 일반화한다.
- ④ 고객의 신용평가, 불량거래의 색출, 우량고객의 선정 등 다양한 분야에 적용된다.
- ⑤ 다계층 인공신경망의 신경망은 입력계층, 출력계층 그리고 은닉계층으로 구성된다.

전자문제집 CBT PC 버전 : www.comcbt.com
 전자문제집 CBT 모바일 버전 : m.comcbt.com
 기출문제 및 해설집 다운로드 : www.comcbt.com/xs

전자문제집 CBT란?

종이 문제집이 아닌 인터넷으로 문제를 풀고 자동으로 채점하며
 모의고사, 오답 노트, 해설까지 제공하는 무료 기출문제 학습 프
 로그램으로 실제 시험에서 사용하는 OMR 형식의 CBT를 제공합
 니다.

PC 버전 및 모바일 버전 완벽 연동
 교사용/학생용 관리기능도 제공합니다.

**오답 및 오탈자가 수정된 최신 자료와 해설은 전자문제집 CBT
 에서 확인하세요.**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
②	③	③	⑤	④	⑤	④	①	①	②
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
①	③	③	①	③	④	③	①	⑤	①
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
②	⑤	④	④	④	③	②	④	③	②
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
③	②	②	④	⑤	①	⑤	③	④	②
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
①	④	①	⑤	①	①	②	②	⑤	③
51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
⑤	②	①	②	①	⑤	②	②	②	②
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
⑤	①	②	②	⑤	①	④	⑤	③	④
71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
⑤	②	⑤	②	④	④	②	①	④	③
81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
⑤	⑤	⑤	③	②	④	⑤	③	②	①