

## 1과목 : 유통상식

1. 소비자가 관심이 있거나 자기의 욕구와 관련되는 자극에는 주의를 더 기울이고, 그렇지 않은 자극에는 주의를 기울이지 않는 지각의 유형으로 가장 옳은 것은?

- ① 지각적 조직화(perceptual organization)
- ② 지각적 방어(perceptual defense)
- ③ 지각적 균형(perceptual equilibrium)
- ④ 지각적 경계(perceptual vigilance)
- ⑤ 지각적 유추(perceptual inference)

2. 유통의 기능 중 유통조성활동으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 잠재고객의 발견, 구매유발을 위한 판매상담 및 판매촉진 활동
- ② 거래 과정에서 거래단위, 가격, 지불조건 등을 표준화시키는 활동
- ③ 운전 자본 및 신용을 조달하고 관리하는 금융활동
- ④ 유통과정에서 발생하는 물리적, 경제적 위험을 유통기관이 부담하는 위험부담활동
- ⑤ 기업이 필요로 하는 합법적인 소비자 정보 및 상품정보를 수집 제공하는 활동

3. 청소년보호법(법률 제18550호, 2021.12.7., 일부개정)에서 정한 인터넷게임 제공자가 16세 미만의 청소년 회원가입자의 친권자등에게 고지해야 하는 사항에 해당하지 않는 것은?

- ① 제공되는 게임의 특성
- ② 게임의 유료화정책 등에 관한 기본적인 사항
- ③ 제공되는 게임의 등급
- ④ 인터넷게임의 판매·대여·유통 경로
- ⑤ 인터넷게임 이용 등에 따른 결정정보

4. 전문점의 상품구색에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 상품계열별로 거의 대부분의 품목들을 구비하고 있는 깊고 좁은 상품구색이다.
- ② 여러 종류의 상품계열을 취급하지 않기 때문에 비용이 적게 드는 이점이 있다.
- ③ 제한된 상품계열의 전문성 확보를 통해서 고객만족을 실현하고자 한다.
- ④ 상품에 대한 폭넓은 지식과 정보를 갖춘 전문판매원의 확보와 배치가 필요하다.
- ⑤ 특정 상품계열에 대해 다양한 상품비교가 가능하기 때문에 소비자를 점포로 흡인할 수 있는 능력이 높다.

5. 서비스품질격차모형(Gap 모형)에서 고객이 기대했던 서비스와 실제 제공받은 서비스에 대한 격차에 해당하는 것은?

- ① Gap 1
- ② Gap 2
- ③ Gap 3
- ④ Gap 4
- ⑤ Gap 5

6. 바코드 마킹 기법 중 소스마킹(source marking)에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 제조 및 수출업자가 상품을 생산, 포장하면서 인쇄한다.
- ② POS시스템 도입으로 생산, 정육 등에 주로 사용한다.
- ③ 유통업체의 매출등록 간편화, 표시비용이 절감된다.
- ④ 광고 및 판매촉진의 효과를 측정할 수 있다.
- ⑤ 재고관리의 효율성을 도모할 수 있다.

7. 양성평등기본법(법률 제18099호, 2021.4.20., 일부개정)에서 규정하고 있는 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 양성평등정책 기본계획 및 추진체제
- ② 양성평등정책의 기본시책
- ③ 여성발전기금
- ④ 자녀 양육에 관한 모성 및 부성의 권리 보장
- ⑤ 양성평등정책 관련 기관 및 시설과 단체 등의 지원

8. 도매상의 혁신전략과 주요 내용에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

	전략	주요 내용
㉠	자산의 재배치 전략	핵심사업 강화 목적의 조직 재설계
㉡	다각화 전략	다각화를 통한 유통라인 개선
㉢	수직적 통합전략	미운과 시장에서의 지위강화를 위한 통합
㉣	자산가치가 높은 브랜드 보유전략	종합적인 구매 관리 프로그램
㉤	틈새전략	특정 범위에 특화함으로써 중요한 경쟁적 우위를 얻기 위한

- ① ㉠
- ② ㉡
- ③ ㉢
- ④ ㉣
- ⑤ ㉤

9. 의류나 장난감처럼 한 가지 또는 한정된 상품에 전문화된 할인업체로 비용 절감과 저마진 정책을 통해 할인정보나 훨씬 저렴한 가격으로 판매하는 소매업체로 가장 옳은 것은?

- ① 백화점
- ② 전문점
- ③ 카테고리킬러
- ④ 회원제도매클럽
- ⑤ 기업형 슈퍼마켓

10. 고가격 고마진의 백화점에 대해 저가격 저마진의 할인점이 등장하여 경쟁한 결과로 백화점과 할인점의 질충형인 새로운 형태의 소매점으로 진화한다는 소매상 발전이론은?

- ① 소매수명주기이론
- ② 소매업 수레바퀴이론
- ③ 소매점 아코디언이론
- ④ 진공지대이론
- ⑤ 변증법적이론

11. 아래 글상자의 괄호 안에 들어갈 유통경쟁의 형태로 가장 옳은 것은?

( )은 경로상 같은 단계지만 다른 유형의 경로구성원과의 경쟁을 말하는 것으로 백화점과 할인점 간의 경쟁이 그 예가 될 수 있다. 제조업자가 판매를 극대화하기 위하여 다양한 유형의 소매상을 통하여 유통을 하게 되는 경우가 많은데, 예를 들어 ○○전자의 LCD TV를 백화점을 통해서 판매할 수도 있고, 할인점을 통해서 판매할 수도 있다.

- ① 수직적 마케팅 시스템 경쟁(vertical marketing system competition)
- ② 업태 간 경쟁(intertype competition)
- ③ 수직적 경쟁(vertical competition)
- ④ 경로시스템 간의 경쟁
- ⑤ 전방통합 경쟁(forward integration competition)

12. 아래 글상자에서 설명하는 도매상으로 가장 옳은 것은?

유통경로상에서 물적 소유, 촉진, 협상, 위험부담, 주문, 지불 등 거의 모든 유통활동을 수행하며, 소매상 고객들을 위해 재고유지, 판매원 지원, 신용제공, 배달, 경영지도와 같은 종합적인 서비스를 제공하기도 한다.

- ① 진열 도매상                      ② 현금거래 도매상
  - ③ 트럭 도매상                      ④ 직송 도매상
  - ⑤ 완전 서비스 도매상
13. 생산자와 소비자가 중간상을 거치지 않고 직접 거래할 경우에 발생할 수 있는 불편함으로 가장 옳지 않은 것은?
- ① 생산자와 소비자 상호 간의 정보불일치
  - ② 생산량과 수요량의 불일치
  - ③ 생산지역과 소비지역의 불일치
  - ④ 생산자와 소비자 간의 시간적 불일치
  - ⑤ 생산지 가격과 소비자 가격 사이의 가격 불일치
14. 매장 내에서 판매원이 수행하는 역할에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?
- ① 고객의 요구사항을 회사에 제대로 전달하는 상담자의 역할을 한다.
  - ② 고객의 잠재욕구를 파악하여 판매를 성사시키는 서비스 제공자의 역할을 한다.
  - ③ 고객에게 제품 정보나 각종 제품 활용기법을 제공하는 정보 전달자의 역할을 한다.
  - ④ 고객이 느끼는 문제를 고객의 입장에서 해결해주는 수요 창출자의 역할을 한다.
  - ⑤ 경쟁력 높은 제품을 개발하는 서비스제공자의 역할을 한다.
15. 판매예측을 위한 계량적 기법으로 가장 옳지 않은 것은?
- ① 상관관계법                      ② 이동평균법
  - ③ 지수평활법                      ④ 회귀분석법
  - ⑤ 델파이기법
16. 점포 내 구매환경을 구성하는 요소로 가장 옳지 않은 것은?
- ① 매장면적                      ② 점포의 색채
  - ③ 매대배치                      ④ 비품과 설비
  - ⑤ 상품의 품질
17. 판매원이 고객을 응대할 때 사용하는 용어에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?
- ① '~하지 마십시오'라는 부정정보보다는 '~해주시지요' 라는 긍정형으로 이야기한다.
  - ② '잠시만 기다려주시겠습니까?'의 경우 '잠깐만요'로 줄여서 간략하게 표현한다.

- ③ 대기 시간이 발생한 경우 기다려주신 것에 대해 감사한 마음으로 '기다려주셔서 감사합니다'라고 표현한다.
- ④ 감사의 인사는 의례적이지 않게 진심을 담아 표현한다.
- ⑤ '네, 잘 알겠습니다'의 경우 고객의 시선을 바라보며 하는 것이 효과적이다.

18. 자신이 하고 있는 일이 사회나 기업을 위해 중요한 역할을 하고 있다고 믿고 수행하는 태도와 관련된 직업윤리를 의미하는 것으로 가장 옳은 것은?

- ① 소명의식                      ② 천명의식
- ③ 직분의식                      ④ 책임의식
- ⑤ 봉사의식

19. 유통의 필요성 중 변동비우위의 원리에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?

- ① 중간상이 개입함으로써 전체 거래빈도의 수가 감소하여 거래를 위한 총비용을 낮출 수 있다.
- ② 제조업체가 수행할 보관, 위험부담, 정보수집 등에 대한 업무를 유통업체가 대신함으로써 변동비를 낮출 수 있다.
- ③ 고정비 비중이 큰 제조업체와 변동비 비중이 높은 유통기관이 적절한 역할분담을 통해 비용 면에서 경쟁우위를 차지할 수 있다.
- ④ 생산자와 소비자 사이에 중간상이 개입함으로써 사회 전체 보관의 총비용을 감소시킬 수 있다.
- ⑤ 도매상이 상품을 집중적으로 대량보관함으로써 제조업체가 지불해야하는 재고비용의 절감효과를 갖는다.

20. 유통경로의 본질적인 기능으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 거래의 촉진 및 효율성 증대
- ② 제품구색의 불일치 완화 및 쇼핑편의성 제고
- ③ 거래의 단순화 및 거래비용 절감
- ④ 소비자 욕구 및 구매관련 정보탐색의 용이성
- ⑤ 경로 간 경쟁으로 혁신적 발전 촉진

## 2과목 : 판매 및 고객관리

21. 소비자의 구매의사결정과정의 순서로 가장 옳은 것은?

- ① 정보 탐색 - 문제 인식 - 이해 - 대안 평가 - 구매 - 구매 후 평가
- ② 노출 - 주의 - 이해 - 기억 - 구매 - 구매 후 평가
- ③ 정보 탐색 - 기억 - 문제 인식 - 대안 평가 - 구매 - 구매 후 평가
- ④ 문제 인식 - 정보 탐색 - 대안 평가 - 구매 - 구매 후 평가
- ⑤ 문제 인식 - 정보 탐색 - 대안 평가 - 기억 - 구매 - 구매 후 평가

22. 아래 글상자의 소비자 판매촉진에 대한 설명과 그 종류의 연결이 가장 옳은 것은?

- ㉠ 고객의 눈앞에서 상품의 사용법과 차별화된 무위성을 납득시켜 구입과 직접적으로 연결시키기 위한 방법이다.
- ㉡ 상품을 효과적으로 전시하여 고객의 구매를 유발하고자 하는 방법이다.
- ㉢ 소비자가 상품을 타기 위해 자신의 능력을 활용하며 경쟁하도록 하는 방법이다.
- ㉣ 호의적인 관계구축 뿐만 아니라 소비자의 정보를 수집하여 데이터베이스를 구축할 수 있다는 장점이 있다.
- ㉤ 실제 제품에 대한 객관적인 평가가 어렵고 품질이 중요한 경우에 효과적이다.

- ① ㉠ 디스플레이(display)                      ② ㉡ 프리미엄(premium)
- ③ ㉢ 추첨(sweepstakes)                      ④ ㉣ 콘테스트(contest)
- ⑤ ㉤ 샘플(sample)

23. 상품의 포장(packing)에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 포장은 물품을 수송, 보관함에 있어서 가치 또는 상태를 보존하기 위해서 적절한 재료, 용기 등을 물품에 가하는 기술 또는 상태를 의미한다.
- ② 포장은 종종 판매증진뿐만 아니라 다른 중요한 운영활동의 수행을 용이하게 한다.
- ③ 포장은 선적과 보관, 진열할 때의 용이성, 그리고 다른 환경적인 요구사항들을 충족시켜야 하며, 상품의 확인을 돕고, 그렇게 함으로써 지각상의 장애를 제거한다.
- ④ 공업포장은 구매자 또는 소비자나 직접 접촉한다는 것을 염두에 두어야 하는 반면, 상업포장은 상품보호가 가장 중요하므로 최우선으로 하여야 한다.
- ⑤ 소비자가 상품을 편리하게 운반하고 사용하게 하는 기능이 있으며, 상품포장의 기능은 크게 상품기능, 의사 전달 기능, 가격기능 등으로 분류된다.

24. 고객에게 접근하기 위한 기회를 포착하는 판매원의 대기 자세로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 부드럽고 밝은 표정을 담은 채 고객의 태도나 동작을 관찰한다.
- ② 고객의 요구에 신속히 응대할 수 있는 가장 편리한 장소에 위치한다.
- ③ 고객이 부담을 느끼지 않도록 고객을 응시하지 말고 다른 업무를 이행하면서 조심스럽게 고객을 관찰한다.
- ④ 고객이 직원의 전문성을 파악할 수 있도록 직원 간의 업무에 대한 대화에 집중한다.
- ⑤ 친절한 인사로 고객에게 호의적인 감정을 전달하고 부드러운 분위기를 연출한다.

25. 고객에게 칭찬을 할 경우 바람직한 방법으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 비교하거나, 대조하여 확실하게 칭찬하는 것이 효과적이다.
- ② 구체적인 근거를 들어 칭찬을 한다.
- ③ 고객의 선택을 지지하여 칭찬을 한다.
- ④ 고객이 생각지도 못한 부분을 발견하여 칭찬하는 것은 고객에게 불쾌감을 줄 수 있다.
- ⑤ 마음속에서 우려나지 않는 무성의한 칭찬은 지양해야 한다.

26. 불만 고객 응대 시 주의사항으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 감정적 표현을 피하고 객관적으로 불만사항을 검토한다.
- ② 고객의 화가 풀릴 때까지 불만을 느낀 이유에 대해 구체적으로 토론한다.
- ③ 고객의 불만 사항을 정확하게 파악하여 문제의 개선방안을 모색한다.
- ④ 정중한 언행으로 대하여 책임 의식을 가진다.
- ⑤ 고객의 불만을 해소하기 위한 적극적인 자세로 임한다.

27. 상품에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 소비자가 받게 될 혜택의 묶음이다.
- ② 소비자는 상품의 사용을 통해 효용을 얻는다.
- ③ 시장에서 경제적 교환의 대상이 된다.
- ④ 유형재는 물론 무형재도 포함한다.
- ⑤ 상표는 상품에 포함되지 않는다.

28. 고객충성도 관리과정은 기반 구축, 유대 강화, 이탈 방지 등으로 구성된다. 판매원을 활용한 유대 강화의 방법으로 가장 옳은 것은?

- ① 고객서비스의 등급화                      ② 연관판매의 확대
- ③ 맞춤형 유대의 강화                      ④ 사회적 유대의 강화
- ⑤ 구조적 유대의 강화

29. 식품의약품안전처는 안전과 품질 확보를 위한 공통사항을 정하고 제품에 대한 정보 제공을 용이하게 하기 위해 식품유형을 분류하는 기준을 마련하고 있다. 식품의약품안전처에서 가공식품의 유형을 분류할 때 고려하는 사항으로 옳지 않은 것은?

- ① 식품의 섭취대상
- ② 식품의 원료 또는 성분
- ③ 식품의 물리·화학적 변화를 유발하는 가공방법
- ④ 식품의 소매판매용 혹은 산업중간재 여부
- ⑤ 식품의 형태

30. 효과적인 판매를 위해 판매원이 관리해야 할 요소들에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 고객이 원하는 상품이 매장에 준비되어 있도록 상품관리를 한다.
- ② 고객의 입장을 헤아리며 고객응대관리를 한다.
- ③ 고객이 부담 없이 즐기며 돌아볼 수 있게 매장관리를 한다.
- ④ 고객을 잘 파악하여 재구매가 일어날 수 있게 고객관리를 한다.
- ⑤ 고객이 확신을 가질 수 있게 재무관리를 한다.

31. 아래 글상자에서 설명하고 있는 마케팅전략 요소로 가장 옳은 것은?

기업이 소비자의 마음속에 자사 제품을 경쟁 제품과 비교했을 때 분명한 개성을 느끼게 하고, 긍정적인 위치를 차지할 수 있도록 하는 마케팅 전략 결정을 말한다.

- ① 포스팅(posting)                      ② 포지셔닝(positioning)
- ③ 표적시장(targeting)                      ④ 교차 판매(cross selling)
- ⑤ 촉진 판매(promotion)

32. 매장 내 구매시점(POP) 광고의 기능으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 분위기연출 기능      ② 상품설명 기능  
③ 행사안내 기능      ④ 상품주문 기능  
⑤ 인건비 절감 기능

33. 아래 글상자의 괄호 안에 들어갈 서비스의 특징으로 가장 옳은 것은?

A 매장에서는 서비스의 ( )을 극복하기 위해 표준서비스 운영절차를 만들어 고객응대부터 사소한 것까지 정해진 순서로 일을 처리해 나감으로써 서비스를 표준화 시켰다. 이를 통해, 고객에게 효율적인 시스템과 일관성 있는 서비스를 제공할 수 있게 되었다.

- ① 무형성      ② 비분리성  
③ 이질성      ④ 소멸성  
⑤ 통합성

34. 깊고 넓은 상품구색을 갖춘 매장이 가지는 장점으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 다양한 상품을 접할 수 있어 일괄구매가 가능하다.  
② 상품선택의 폭이 넓어 구매 만족수준이 높다.  
③ 소비자를 점포로 흡인할 수 있는 능력이 높다.  
④ 재고 유지·관리에 대한 비용 부담이 적다.  
⑤ 매장면적을 크게 형성하는 데 유리하다.

35. 아래 글상자에서 설명하는 레이아웃의 종류로 가장 옳은 것은?

- 통로 낭비가 작아 면적을 유용하게 사용할 수 있고, 많은 상품 진열이 가능하다.  
- 곤돌라 등 각종 설비 표준화가 가능하며 비용이 경제적이다.  
- 동선계획으로 고객 흐름을 컨트롤 할 수 있다.  
- 매장 진열 구조파악이 용이하다.  
- 매장 구조가 커질수록 레이아웃이 단조로워지는 것이 단점이다.

- ① 상하수직형 레이아웃      ② 자유통행형 레이아웃  
③ 귀갑형 레이아웃      ④ 그리드형 레이아웃  
⑤ 수평형 레이아웃

36. 판매를 위한 디스플레이 및 상품연출 기법에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 상황에 적합한 이미지를 연출하기 위해 상품의 성격을 파악한다.  
② 상품의 특징을 명확히 보여주도록 연출한다.  
③ 상품연출은 판매를 위한 견본 전시이므로 무리한 연출로 상품에 손상이 가서는 안 된다.  
④ 춘하추동 계절감을 비롯하여 설날, 추석 등 판매적기를 파악하여 연출방법을 세분화시킨다.  
⑤ 상품주기를 기본으로 품목에 따라 쇠퇴기와 소멸기의 상품을 부각시킨다.

37. 고객응대의 기본원칙에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 균일성의 원칙: 고객을 동일하게 응대하는 것이 바람직하다.  
② 공정성의 원칙: 모든 고객은 차별 없이 공정하게 응대해야 한다.  
③ 신속성의 원칙: 고객을 오래 기다리게 해서는 안 된다.  
④ 마케팅믹스의 원칙: 고객에게 제품에 대한 정보를 충분히 제공해야 한다.  
⑤ 고객중심의 원칙: 고객이 무엇을 원하는지 파악해야 한다.

38. 아래 글상자의 거래지향적 판매와 관계지향적 판매에 관한 상대적인 비교 설명 중에서 옳지 않은 것만을 바르게 나열한 것은?

구분	거래지향적 판매	관계지향적 판매
㉠	고객 욕구를 이해하기보다는 판매에 초점을 맞춤	고객의 욕구를 이해하며 관계를 형성하는 데 초점을 맞춤
㉡	듣기보다는 말하는 데 치중함	말하기보다는 듣는 데 치중함
㉢	설득, 화술, 가격조건 등을 앞세워서 신규고객을 확보하고 매출을 늘리고자 함	상호 신뢰와 신속한 반응을 통하여 고객과 장기적인 관계를 형성하고자 함
㉣	단기적인 매출은 낮을 수 있으나 장기적인 매출은 높아질 수 있음	단기적인 매출은 높아질 수 있으나 장기적인 매출은 낮아질 수 있음

- ① ㉠      ② ㉠, ㉡  
③ ㉡, ㉢      ④ ㉢, ㉣  
⑤ ㉣

39. 적용 대상이 기존 제품 카테고리인지 아니면 신규 제품 카테고리인지를 기준으로 브랜드전략을 분류하기도 한다. 기존 제품 카테고리의 자사 브랜드가 차지하는 소매점포 매대의 할당면적을 확대하고 싶은 제조업체의 상표전략으로 가장 옳은 것은?

- ① 브랜드확장전략      ② 공동브랜드전략  
③ 신규브랜드전략      ④ 복수브랜드전략  
⑤ 노(no)브랜드전략

40. 아래 글상자에서 설명하는 가격할인의 유형으로 가장 옳은 것은?

제조업자가 일반적으로 수행해야 할 유통업무의 일부를 중간상인이 대신 수행할 경우, 이에 대한 보상으로 경비의 일부를 제조업자가 부담하는 것으로 기능할인(function discount)이라고도 한다.

- ① 수량할인      ② 현금할인  
③ 거래 할인      ④ 상품 지원금  
⑤ 판매촉진 지원금

41. 점포 레이아웃의 단계를 바르게 나열한 것으로 가장 옳은 것은?

- ① 점포레이아웃 → 부문레이아웃 → 매장레이아웃 → 곤돌라레이아웃 → 페이스레이아웃
- ② 매장레이아웃 → 부문레이아웃 → 곤돌라레이아웃 → 페이스레이아웃 → 점포레이아웃
- ③ 부문레이아웃 → 매장레이아웃 → 점포레이아웃 → 페이스레이아웃 → 곤돌라레이아웃
- ④ 점포레이아웃 → 매장레이아웃 → 곤돌라레이아웃 → 부문레이아웃 → 페이스레이아웃
- ⑤ 점포레이아웃 → 매장레이아웃 → 부문레이아웃 → 곤돌라레이아웃 → 페이스레이아웃

42. 상품라인의 하향확장이 적합한 상황으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 저가격 시장에서 강력한 성장기회를 발견한 경우
- ② 기존시장으로 진출하려는 강력한 저가격 경쟁사를 방어하려는 경우
- ③ 고가격대 시장에서 판매가 부진하거나 쇠퇴하고 있다고 판단한 경우
- ④ 더 높은 마진과 함께 이미지를 제고하려는 경우
- ⑤ 기존상품보다 대중적인 상품을 출시하여 최대한 시장점유율을 높이려는 경우

43. 매장의 공간 구성에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 매장이 어느 지역에 위치해야 하는가의 결정에서부터 매장의 공간 구성이 시작된다.
- ② 건물외관과 매장기능 및 편의시설의 기능이 적절하게 조합되도록 구성한다.
- ③ 동일기능을 집중하여 배치하고 고객출입구와 서비스 기능을 분리하여 운영한다.
- ④ 통로는 고객이 원활히 목적지로 이동하는 동시에 상품운반이 용이하도록 설계한다.
- ⑤ 재해대책 및 비상대피계획을 사전에 수립하여 공간 구성에 반영해야 한다.

44. 소비자가 구매하는 제품이 주는 특정한 편익(benefit)에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?

- ① 모든 편익은 계량적으로 손쉽게 측정할 수 있다.
- ② 상징적 편익은 소비자가 보관가능한 제품을 구매할 때 얻는 것을 말한다.
- ③ 기능적 편익은 소비자의 needs(필요)를 충족시켜줄 수 있는 제품의 속성에서 발생한다.
- ④ 경험적 편익은 기존에 구매한 제품보다 가격이나 품질이 우수하다고 생각할 때 발생한다.
- ⑤ 쾌락적 편익은 다른 사람보다 저렴한 가격으로 구매했을 때 발생한다.

45. 아래 글상자의 괄호 안에 들어갈 용어로 가장 옳은 것은?

( )은/는 자신이 생각하는 것과 행동하는 방식 사이에서 불일치가 나타날 때 생기는 심리적 상태로, 고객은 상품구매 후 본인의 판단에 실수나 오류가 있다고 생각하며 구매한 것을 후회하거나 제품을 교환하는 등의 행동을 취함으로써 미를 극복한다.

- ① 포괄적 문제해결행동
- ③ 귀인적 사고
- ⑤ 소비자편익의 불일치

- ② 탐색적 문제해결행동
- ④ 인지부조화

전자문제집 CBT PC 버전 : [www.comcbt.com](http://www.comcbt.com)  
 전자문제집 CBT 모바일 버전 : [m.comcbt.com](http://m.comcbt.com)  
 기출문제 및 해설집 다운로드 : [www.comcbt.com/x](http://www.comcbt.com/x)

전자문제집 CBT란?

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

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

오답 및 오탈자가 수정된 최신 자료와 해설은 전자문제집 CBT에서 확인하세요.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
④	①	④	⑤	⑤	②	③	④	③	⑤
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
②	⑤	⑤	③	⑤	⑤	②	③	③	⑤
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
④	⑤	④	④	④	②	⑤	④	④	⑤
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
②	④	③	④	④	⑤	④	⑤	④	③
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
⑤	④	①	③	④					