

금빛작업실 금빛템플릿16

(울산지역대학생을 중심으로)

금빛작업실 금빛



금빛작업실 금빛템플릿 16

1. 연구 목적

- 서론 및 이론적 배경

2. 연구 가설

3. 연구 방법

4. 분석 결과

5. 결론 및 시사점

6. 기타

- 참고문헌 및 설문지 사본 첨부
-



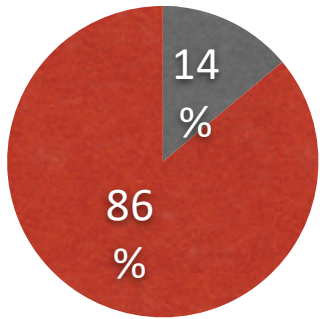
01 연구목적

외식상품탐색 주요채널인 블로그의 외식상품구매 영향력 및 구체적 블로그 요인 분석

01 재화 및 서비스 사용 전 블로그 활용도 증가 및 외식상품탐색 채널로의 블로그 활용률 증가

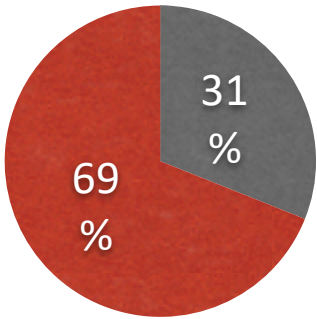
출처 : 옐로디지털마케팅그룹
(2015, n=1662)

상품을 구입하거나 서비스를 이용할 때
블로그 리뷰를 검색하시나요?



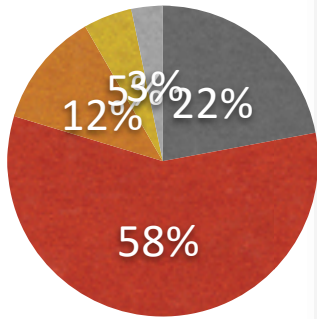
■ 아니다 ■ 그렇다

블로그 리뷰가 구매결정에
직접적인 영향을 준 적이 있나요?



■ 아니다 ■ 그렇다

블로그 리뷰를 검색하게 되는
상품 및 서비스는?



■ 제품 ■ 맛집
■ 여행 ■ 서비스

소비자의 구매결정에 직접적인 영향을 미치는 블로그 리뷰 콘텐츠 속 경험 정보

외식상품탐색으로의 블로그 활용이 외식상품구매에 어떻게 영향을 미치며
구체적으로 어떤 요인이 외식상품구매에 유의미한가에 대해 연구

01 연구목적

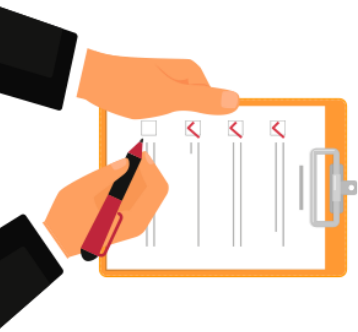
이론적배경:연구를 위해 사용된 설문 주제 및 문항

01 블로그 특성

- 외식상품탐색을 위해 블로그를 이용하게 되는 동기 요인
- 크게 편리성 / 소통성 / 신뢰성 / 정보성으로 분류

02 블로그 이용 유형

- 외식상품탐색을 위해 이용하는 유입 블로그 유형
- 크게 기존에 이용하던 블로그를 이용하는 기존 블로그와 검색을 통해 새로운 블로그를 이용하는 검색블로그로 분류



02 연구가설

블로그 활용이 외식상품구매에 미치는 영향 (울산대학생을 중심으로)

01 표본의 일반적 특성은 어떠한가?

02 블로그 특성간의 상관관계는 어떠한가?

H0: 블로그 이용특성(편리성, 소통성, 신뢰성, 정보성)간에는 상관관계가 없다. ($p=0$)

H1: 블로그 이용특성(편리성, 소통성, 신뢰성, 정보성)간에는 상관관계가 있다. ($p \neq 0$)

03 성별에 따라 블로그를 통한 외식상품구매에 차이가 있을것인가?

H0: 성별에 따른 외식상품구매에는 차이가 없다. ($\mu_1=\mu_2$)

H1: 성별에 따른 외식상품구매에는 차이가 있다. ($\mu_1 \neq \mu_2$)

✕ 외식상품구매에 영향을 주는 블로그 유형과 블로그 태도는 기존에 이용하던 블로그와 검색을 통해 이용하는 블로그에 따라 차이를 보일 것이므로, 본 연구에서는 나누어 살펴보고자 한다.

03 연구방법

01 조사대상 및 기간



- 블로그를 방문한 경험이 있는 외식소비자
- 울산대학교 학생을 주요 대상으로 조사
- 2015. 10. 20 ~ 11. 17 (4주간 조사 진행)
- 설문지 40부 배포 및 100% 응답

02 조사내용 및 분석방법

01 표본의 일반적 특성은 어떠한가?

빈도분석

02 블로그 특성간의 상관관계는 어떠한가?

상관관계분석

03 성별에 따라 블로그를 통한 외식상품구매에 차이가 있을것인가?

T-Test 검정

04 블로그이용유형이 외식상품구매에 미치는 영향은 어떠한가?

다중회귀분석

05 블로그 태도가 외식상품구매에 미치는 영향은 어떠한가?

다중회귀분석

06 블로그 태도 개별요인이 외식상품구매에 미치는 영향은 어떠한가?

다중회귀분석

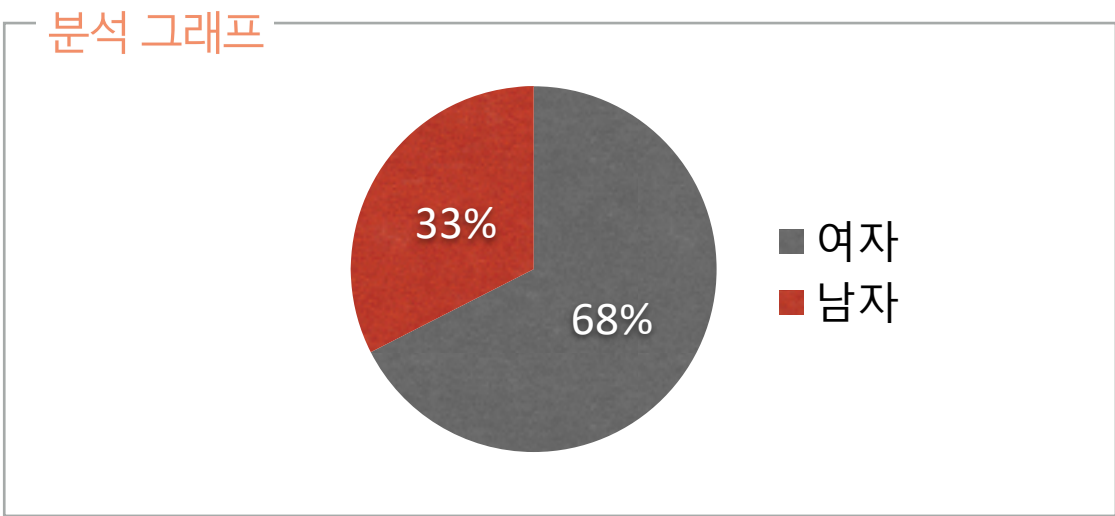
- 블로그 이용 동기, 이용하는 블로그 유형, 블로그 태도, 블로그 이용 후 실제 구매 경험 여부 등을 질문
- 수집된 자료는 SPSS 18.0을 사용하여 분석

04 분석결과

01. 표본의 일반적 특성 분석

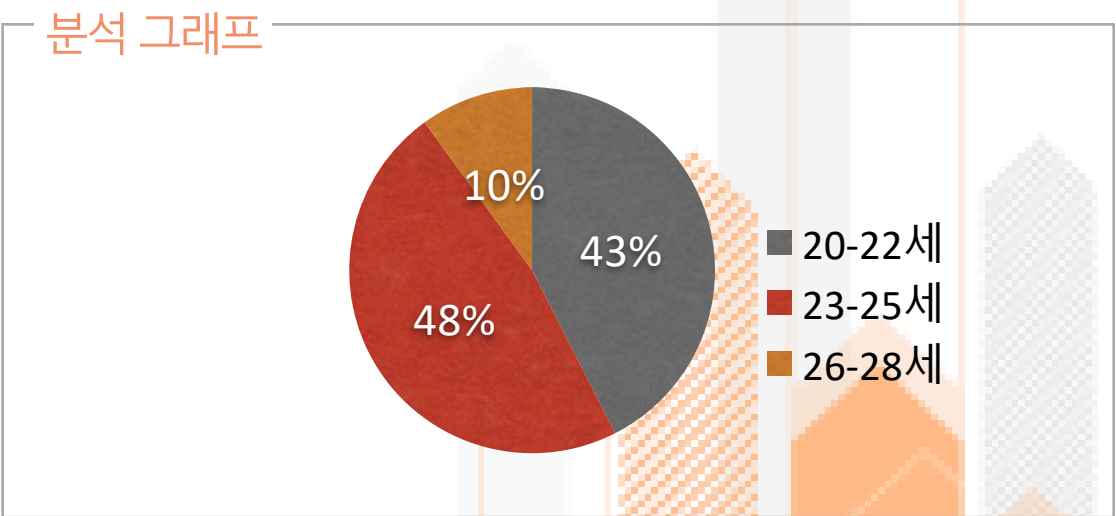
01 성별 빈도분석

항목		빈도	백분율(%)
유효	여자	27	67.5
	남자	13	32.5
	합계	40	100.0



02 연령 빈도분석

항목		빈도	백분율(%)
유효	20-22세	17	42.5
	23-25세	19	47.5
	26-28세	4	10.0
	합계	40	100.0



04 분석결과

02. 블로그 특성별 상관관계 분석

블로그 특성간의 상관관계는 어떠한가?

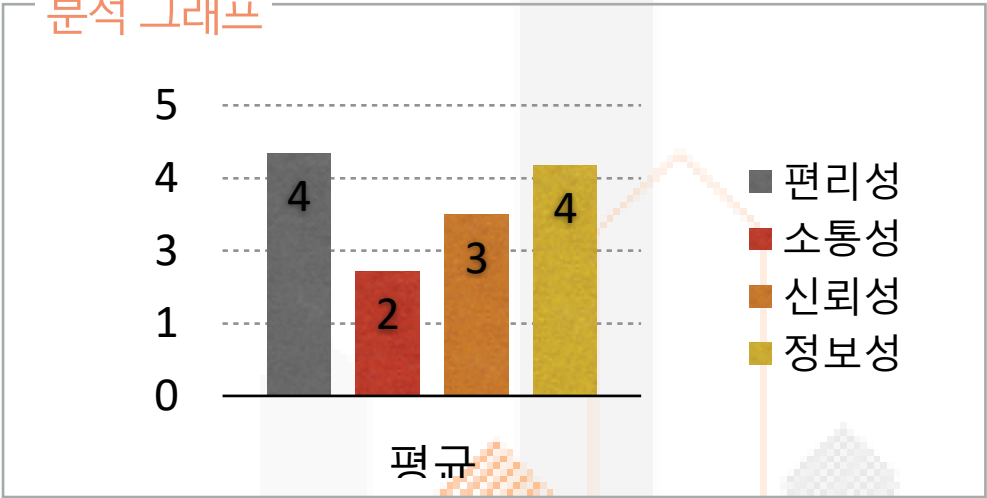
H0: 블로그 이용특성(편리성, 소통성, 신뢰성, 정보성)간에는 상관관계가 없다. ($\rho=0$)

H1: 블로그 이용특성(편리성, 소통성, 신뢰성, 정보성)간에는 상관관계가 있다. ($\rho\neq0$)

01 블로그 특성 기술통계분석

	N	최소값	최대값	평균	표준편차	분산
편리성	40	2.00	5.00	4.1750	.87376	.763
소통성	40	1.00	4.00	2.1500	.94868	.900
신뢰성	40	1.00	5.00	3.1250	1.06669	1.138
정보성	40	2.00	5.00	3.9750	.83166	.692
유효수 (목록별)	40					

분석 그래프



분석결과

→ 외식상품구매시 블로그를 이용할 경우, **편리성, 정보성, 신뢰성, 소통성** 순의 특성 선호

04 분석결과

02. 블로그 특성별 상관관계 분석

분석결과

01 편리성과 신뢰성간의 상관계수(r) 0.034, 유의확률 0.035
유의수준(α) 0.05에서 귀무가설 기각 및 **대립가설 채택**

02 편리성과 정보성간의 상관계수(r) 0.430, 유의확률 0.06
유의수준(α) 0.05에서 귀무가설 기각 및 **대립가설 채택**

03 소통성과 신뢰성간의 상관관계(r) 0.488, 유의확률 0.001
유의수준(α) 0.05에서 귀무가설 기각 및 **대립가설 채택**



편리성과 신뢰성, 편리성과 정보성, 소통성과 신뢰성간 **정의 관계**

→ 외식상품구매시 블로그 특성중
편리성을 높게 추구할수록 각 신뢰성, 정보성도 높게 추구하며,
소통성을 높게 추구할수록 신뢰성을 높게 추구.

02 블로그특성 상관관계분석

항목	편리성	소통성	신뢰성	정보성
Pearson상관계수	1	.094	.334*	.430**
편리성				
유의확률(양쪽)		.563	.035	.006
N	40	40	40	40
Pearson상관계수	.094	1	.488**	0.093
소통성				
유의확률(양쪽)	.563		.001	.570
N	40	40	40	40
Pearson상관계수	.334*	.488**	1	.293
신뢰성				
유의확률(양쪽)	.035	.001		.067
N	40	40	40	40
Pearson상관계수	.430**	.093	.293	1
정보성				
유의확률(양쪽)	.006	.570	.067	
N	40	40	40	40

04 분석결과

04. 블로그 이용 유형이 외식상품구매에 미치는 영향

블로그이용유형이 외식상품구매에 미치는 영향은 어떠한가?

H0: 블로그이용유형(기존 블로그 이용, 검색 블로그 이용)은 외식상품구매에 영향을 미치지 않는다. ($\beta_1, \beta_2=0$)

H1: 블로그이용유형(기존 블로그 이용, 검색 블로그 이용)은 외식상품구매에 영향을 미친다. ($\beta_1, \beta_2 \neq 0$)

01 모형 요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차
1	.490 ^a	.240	.199	.66733

a. 예측값: (상수), 검색을 통한 블로그 이용, 기존 이용하던 블로그 이용

분석결과

기존 블로그 이용, 검색 블로그 이용 두 개의 독립변수 투입 결과 r^2 은 0.240으로서 종속변수(외식상품구매)를 24% 설명

02 분산분석

모형	제곱합	자유도	평균 제곱	F	유의확률
1 회귀 모형	5.217	2	2.608	5.857	.006 ^a
잔차	16.477	37	.445		
합계	21.694	39			

분석결과

두 평균제곱 값들의 비율 F-value 5.857, 이에 대한 유의확률 0.006 "회귀식의 설명력(R^2)이 0이라는 귀무가설($H_0: \beta_1, \beta_2=0$) 기각 회귀식의 종속변수를 설명하는 데 유용함

04 분석결과

04. 블로그 이용 유형이 외식상품구매에 미치는 영향

03 계수표

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선상 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	1.770	.668		2.650	.012		
	기존 이용하던 블로그 이용	-.068	.093	-.105	.730	.470	.985	1.015
	검색을 통한 블로그 이용	.452	.140	.466	3.231	.003	.985	1.015

다중회귀식 (비표준화계수β)

$$\rightarrow Y=1.77-0.068X1(\text{기존블로그 이용})+0.452X2(\text{검색블로그 이용})$$

분석결과

01

기존 이용하던 블로그 이용은 다른 변수가 회귀식에 포함되어 있는 경우 비유의적 (p=0.470)

02

검색을 통한 블로그 이용은 다른 변수가 회귀식에 포함되어 있는 경우 유의적 (p=0.003)
부호가 正(+), 검색 블로그 이용이 많을 수록 외식상품구매가 늘어나는 正(+)의 관

03

독립변수 영향력의 상대적 크기 비교 결과
검색을 통한 블로그 이용, 그 다음 기존 이용하던 블로그 이용

04

기존 블로그와 검색블로그의 공차한계는 0.985으로 0.1보다 크며
VIF는 1.015로 10보다 훨씬 작으므로 공선성의 문제는 없다.

블로그이용유형은 외식상품구매에 영향을 미치며,
검색을 통한 블로그 이용이 많을 수록 외식상품구매가 늘어나는 正(正)의 관

05 결론 및 시사점

01. 연구결과 요약 및 시사점

03 블로그특성

검색을 통하여
블로그를 이용하는 경우가 더 많음



기존에 이용하던 블로그를 이용하여
외식상품탐색을 할 경우
외식상품구매에 영향을 미치지 않지만,
검색을 통하여 블로그를 이용하는
빈도가 높을 수록 외식상품구매가 늘어남

04 블로그태도

검색을 통하여 블로그를 이용하는 경우
블로그 태도 높게 측정



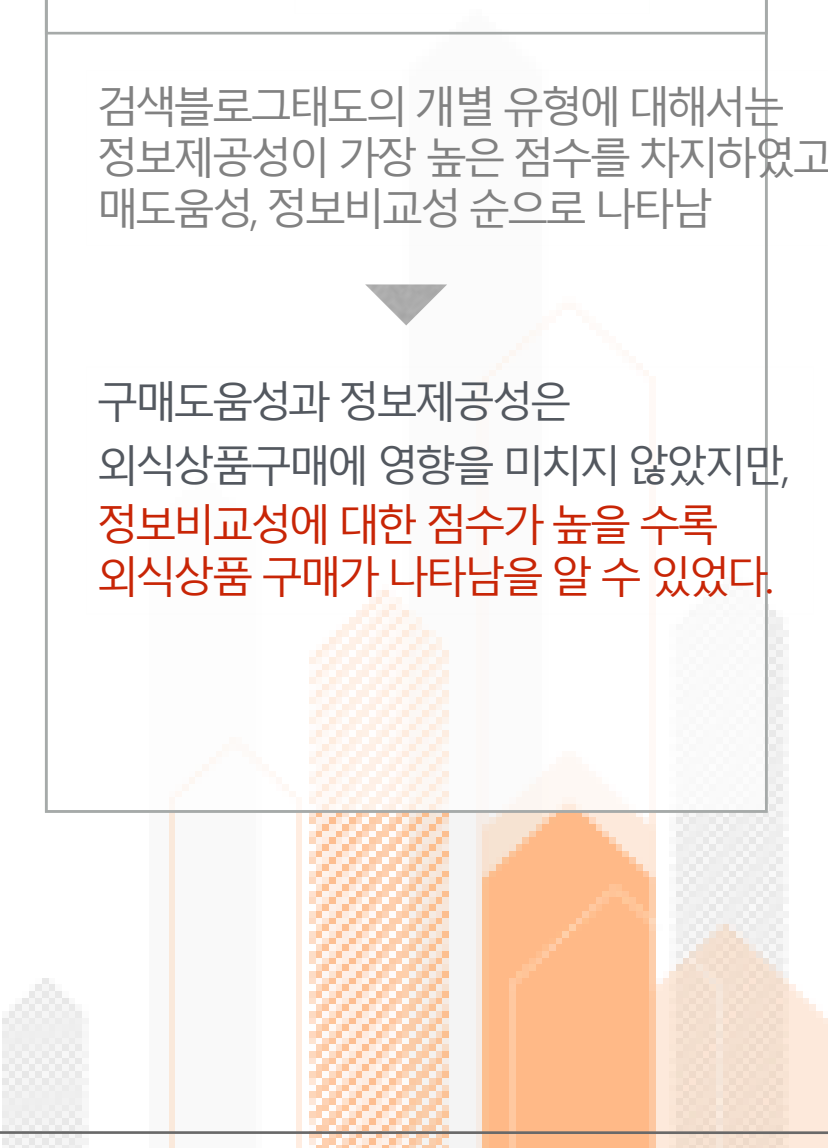
기존에 이용하던 블로그를 이용한
블로그 태도는
외식상품구매에 영향을 미치지 않지만,
검색을 통한 블로그 내용에 대한
블로그 태도는
점수가 높을 수록 외식상품구매가 늘어남

05 태도개별유형

검색블로그태도의 개별 유형에 대해서는
정보제공성이 가장 높은 점수를 차지하였고,
매도움성, 정보비교성 순으로 나타남



구매도움성과 정보제공성은
외식상품구매에 영향을 미치지 않았지만,
정보비교성에 대한 점수가 높을 수록
외식상품 구매가 나타남을 알 수 있었다.



05 결론 및 시사점

02 연구의 한계와 향후 연구 방향

01 다양한 연령대의 표본 확보



- 응답자 주요층이 20대 초반, 일반화 무리
- 보다 다양한 연령대의 표본 확보 후 연구

02 외식상품 외 관여도가 다른 여러 상품에 대한 연구 필요



- '외식상품'의 특성이 20대에게 관여도가 낮은 특징, 다양한 상품 탐색 필요
- 화장품 및 육아용품등 관여도에 따른 블로그 활용 연구 향후 필요

06 기타

참고문헌

01. 단행본

김지수(2004), 블로그의 사회적 진화와 이슈, 정보통신정책

02. 국내문헌

김현민(2008) 파워블로그를 이용한 구전마케팅방안에 관한 연구. 연세대학교 경영학과 석사학위논문

이선령.윤혜현.남궁영(2010) 외식고객 블로그 이용 동기와 서비스 품질 속성 분석. 한국호텔외식경영학회

이혁진.최화열(2010) 여행블로그 품질이 이용자 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향. 관광연구저널. 24(1): 209-225

최화열.김종규(2012) 온라인 관계 커뮤니티로서 외식산업의 맛집 블로그를 이용한 구전 마케팅 방안 연구. 한국차세대컴퓨팅학회

한국외식산업연구원(2012) 외식고객과의 새로운 커뮤니케이션 채널 : SNS, 한국외식산업연구원

전연재(2013) 블로그 정보가 오프라인 외식상품구매에 미치는 영향 : 이태원 지역을 중심으로. 경기대학교 대학원 석사학위논문

권금택(2014) 온라인 마케팅을 위한 외식소비자의 라이프스타일별 정보탐색에 관한 연구. 동북아관광학회

김지웅.김이연(2015) 외식 블로그 마케팅이 구매의도에 미치는 영향에 대한 연구. 신뢰의 매개효과를 중심으로. 관광연구 제30권 제 5호, 88-105

03. 국외문헌

Jame E. Engel, Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard(2001), Consumer Behavior, 9th ed., Dryden, p6.

J. Paul Peter, Jerry C. Olson(2002), "Consumer Behaviour and Marketing Strategy", 6th ed. McGraw-Hill, pp.39-46

04. 기타

시사상식사전, pmg 지식엔진연구소, 박문각

2015년도 모바일인터넷이용실태조사, 미래창조과학부. 인터넷진흥원사



들어주셔서 감사합니다