

## 7. 분석(Analyze) 단계: 원인 분석 기법

**간단 소개:** 문제의 근본 원인을 규명하고 데이터 기반 분석을 통해 해결 방향을 찾는 단계입니다.

### Analyze 단계 - 문제 1~20

1. Analyze 단계의 주요 목적은 무엇인가?

- A. 근본 원인 규명
- B. 프로젝트 계획 수립
- C. 고객 요구 수집
- D. 성과 관리

**정답: A**

2. Analyze 단계에서 자주 사용하는 원인 분석 도구는?

- A. 원인과 결과 다이어그램(이시카와)
- B. 관리도
- C. SIPOC
- D. VOC

**정답: A**

3. 데이터 분석을 통해 확인하는 것은?

- A. 문제의 패턴과 상관관계
- B. 광고 전략
- C. 프로젝트 팀 구성
- D. 고객 만족도

**정답: A**

4. Analyze 단계에서 '5 Why' 기법의 목적은?

- A. 근본 원인 도출을 위해 문제를 반복해서 질문
- B. 프로젝트 종료
- C. 데이터 수집
- D. 품질 매뉴얼 작성

**정답: A**

5. Analyze 단계에서 'Pareto 분석'은 무엇을 나타내는가?

- A. 중요한 원인과 문제의 우선순위
- B. 프로젝트 일정
- C. 고객 요구사항 목록
- D. 광고 비용

**정답: A**

6. Analyze 단계에서 '산점도(Scatter Plot)'의 용도는?

- A. 두 변수 간의 상관관계 파악
- B. 팀 평가
- C. 데이터 수집
- D. 고객 의견 조사

**정답: A**

7. Analyze 단계에서 ‘가설 검정’의 목적은?

- A. 통계적으로 유의미한 원인 판단
- B. 광고 효과 분석
- C. 프로젝트 범위 설정
- D. 품질 기준 작성

**정답: A**

8. Analyze 단계에서 ‘통계적 분석’에 포함되지 않는 것은?

- A. 상관분석
- B. 회귀분석
- C. 관리도 작성
- D. 가설 검정

**정답: C**

9. Analyze 단계에서 ‘근본 원인 분석(RCA)’의 의미는?

- A. 문제의 근본 원인 파악 및 제거
- B. 프로젝트 계획 수립
- C. 데이터 수집
- D. 고객 요구 분석

**정답: A**

10. Analyze 단계에서 ‘원인과 결과 다이어그램’의 별칭은?

- A. 이시카와 다이어그램
- B. SIPOC 다이어그램
- C. 히스토그램
- D. 파레토 차트

**정답: A**

11. Analyze 단계에서 ‘가설 설정’ 시 중요한 요소는?

- A. 검증 가능성
- B. 광고 효과
- C. 프로젝트 기간
- D. 데이터 수집 방법

**정답: A**

12. Analyze 단계에서 ‘통계적 분석’의 목적은?

- A. 데이터에서 의미 있는 인사이트 추출
- B. 고객 요구 파악
- C. 프로젝트 종료
- D. 광고 계획 수립

**정답: A**

13. Analyze 단계에서 ‘파레토 차트’를 통해 알 수 없는 것은?

- A. 문제의 원인별 발생 빈도
- B. 고객 만족도
- C. 문제 해결 우선순위
- D. 데이터 분포

**정답: B**

14. Analyze 단계에서 '회귀분석'은 어떤 분석법인가?

- A. 변수 간 관계 분석
- B. 프로젝트 팀 평가
- C. 광고 예산 배분
- D. 품질 기준 설정

**정답: A**

15. Analyze 단계에서 '통계적 검정'이 필요한 이유는?

- A. 원인이 통계적으로 유의미한지 판단하기 위해
- B. 프로젝트 진행 평가
- C. 고객 설문 분석
- D. 팀워크 평가

**정답: A**

16. Analyze 단계에서 '산점도'가 보여주는 것은?

- A. 두 변수의 관계
- B. 고객 요구 분석
- C. 프로젝트 일정
- D. 품질 매뉴얼

**정답: A**

17. Analyze 단계에서 '원인과 결과 다이어그램'을 작성하는 목적은?

- A. 문제의 가능한 원인을 시각화하기 위해
- B. 광고 효과 증가
- C. 프로젝트 계획 수립
- D. 고객 요구 수집

**정답: A**

18. Analyze 단계에서 '통계적 데이터 분석'에 필요한 요소가 아닌 것은?

- A. 정확한 데이터
- B. 신뢰성 있는 도구
- C. 무작위 추측
- D. 명확한 가설

**정답: C**

19. Analyze 단계에서 '5 Why' 기법의 장점은?

- A. 복잡한 문제를 단순화하여 근본 원인 파악 가능
- B. 프로젝트 기간 단축
- C. 광고 예산 증가
- D. 고객 불만 증가

**정답: A**

20. Analyze 단계에서 '파레토 분석' 결과를 활용하는 방법은?

- A. 주요 원인부터 우선 해결
- B. 프로젝트 종료
- C. 고객 요구 무시
- D. 광고 효과 분석

**정답: A**

