**텍스트 마이닝을 이용한 소비자분석 연구**

201710791 류지혜

201710799 이지민

**연구 주제:** 리뉴얼 된 전자제품의 실제 성능 차이와 리뷰의 차이로 보는 소비자 심리 분석

**주제 선정 이유:** 전자제품의 경우 전자제품의 출시 이후 1~2년 주기로 기능과 디자인을 리뉴얼하여 신규 버전을 시장에 출시한다. 실제로 기업에서 성능 혹은 디자인을 리뉴얼 한 만큼 소비자들도 그것을 체감하는 지, 혹은 그저 ‘신상품’을 소비하고자 하는 심리가 반영되어 제품을 선택한 것인지 궁금했다. 예를 들어 애플의 에어팟은 1세대와 2세대가 존재하는데, 1세대와 2세대는 디자인은 거의 차이가 없으나 기능에서 음성 인식 지원, 배터리 수명 증가, 반응속도(페어링 속도), 통화 품질 개선, 중량감 등이 개선되어 출시되었다. 이러한 개선된 기능이 실제로 소비자들에게 체감되어 리뷰로 나타나는 지 텍스트마이닝을 통해 분석할 것이다.

**활용할 데이터 소비**: 네이버 쇼핑은 에어팟 1세대, 에어팟 2세대를 검색하면 제품을 판매하는 모든 사이트의 리뷰를 한 번에 볼 수 있는 기능을 제공한다. 따라서 에어팟 1세대와 에어팟 2세대의 모든 리뷰를 텍스트 데이터로 사용한다.

**분석방법:** 위에서 모은 텍스트 데이터를 불용어 제거한 후 빈도분석을 한다. 에어팟 1세대와 2세대에서 높은 빈도의 단어를 여러 개 출력하여 소비자들이 많이 언급한 제품특징은 무엇인가를 비교하고, 실제 리뉴얼된 기능과 관련이 있는지 분석해본다.