



제4장 연구설계

| 도입 사례 |

E-mart 등의 할인점이나 GS25와 같은 편의점, 슈퍼마켓 등의 유통기관에서는 상품이 어떠한 위치에 진열되는가의 여부에 따라 매출이 영향을 받는다고 알려져 있습니다. 즉, 상품의 제조업자 및 유통업자 입장에서는 특정 상품이 진열되는 선반(display shelf)의 위치가 동 상품의 매출에 미치는 영향이 존재하는지, 존재한다면 그 영향의 크기는 어떠한지에 대한 관심이 클 수밖에 없습니다. 과연 **특정 상품이 진열되는 선반의 위치가 매출에 미치는 영향을 알아내기 위해서 어떠한 연구의 청사진(blue print)이 필요할까요?**

생각해 볼 문제 _____

- ① 연구설계는 왜 필요할까요?
- ② 바람직한 연구설계의 조건은 무엇일까요?
- ③ 연구설계를 구성하고 있는 요소(element)는 무엇일까요?



◆ 연구설계(research design)

- 연구문제에 대한 답을 구하도록 짜여진 '연구의 계획(plan) 및 구조(structure)'
- 어떠한 현상들을, 어떻게 관찰하고, 관찰결과를 어떻게 분석할지를 계획하는 것

◆ **계획** = 연구의 전체적 그림(scheme)

◆ **구조** = 연구대상 현상(즉, 변수)들간의 관계에 대한 모형(model)



1. 연구설계의 목적

- 연구문제에 대한 답을 제공
- 연구문제에 대한 타당성(valid) 있는 해답을 효율적으로 얻을 수 있게 함
- ◆ 조사과정의 모든 시시콜콜한 내용까지 미리 정하는 것은 아님

2. 연구설계기준(design criteria)

1) 연구문제에 대한 답을 주는 설계인가?

- 연구대상 가설을 적절히 검정하는 연구설계인가?

2) 외생(독립)변수를 통제할 수 있는가?

- 각종 외생독립변수를 (최대한도로) 통제할 수 있는 연구설계가 바람직
- ☞ 이상적(ideal) 목표 : 연구자가 미리 예측하지 못하는 외생변수가 존재할 가능성이 존재하기 때문임
- 외생변수 통제란 이를 위해 가능한 한 최대한으로 노력해야 한다는 의미



3) 연구결과의 일반화가 가능한가?

- ▣ 독립변수와 종속변수간의 관계가 다른 환경(시간, 공간적으로 확장)에서도 적용될 수 있는가?
- ▣ 내적타당성(internal validity)(독립변수와 종속변수간의 타당한 관계를 의미)과 외적타당성(external validity)(현실상황 혹은 다양한 환경에서의 독립변수와 종속변수간 타당한 관계를 설명함) 모두 높은 설계
 - ☞ 바람직한 연구설계란 다양한 측면에서 타당성 있는(valid) 연구설계

3. 연구설계의 선택

- ▣ 바람직한 연구설계 = 타당성 있는 연구설계 : 연구문제에 대한 답을 효과적, 효율적으로 제시해 주는 설계
 - ☞ 독립, 종속 변수간의 관계(즉, 가설)를 연구하기 위한 틀을 제공
 - ☞ 가설을 검증하기 위한 경험적 관찰방법 제시
 - ☞ 관찰된 결과의 분석방향을 제시

* 참고자료 (p. 93) 참조 : 연구설계는 분산(variance)를 통제하려는 목적을 지니고 있음



1. 독립변수의 조작가능성에 따른 분류: 실험설계와 비실험설계

◇ 실험설계(experimental design)

* 연구설계기준 중 가장 중요한 구분은
실험적 접근법과 비실험적 접근법임

- 연구자가 독립변수를 통제 · 조작하는 연구설계 <- 과학에서 추구하는 이상적인 연구접근법

◇ 비실험설계(non-experimental design)

- 연구자가 독립변수를 통제하지 못하는 연구설계

◆ 일상생활에서의 실험(experiment): 음식을 만들 때 소금이나 조미료 양을 조절-> 음식 맛에 영향을 줌

2. 연구장소에 따른 분류: 현장연구와 비현장연구

(1) 현장연구

- 외생변수의 영향을 통제하기 힘든 실제 현장에 직접 나아가서 실시하는 연구

(2) 비현장연구

- 실제 현장에 직접 나가지 않고 실행하는 연구



제2절 연구설계의 종류

- 위 제시한 2개의 기준을 동시에 적용하면 실험여부와 현장연구 여부에 따라 연구설계를 4종으로 구분할 수 있음

〈표 4-1〉 연구설계 종류

현장여부 \ 독립변수 조작여부	실험설계 (Yes)	비실험설계 (No)
현장연구(Yes)	현장실험	현장조사
비현장연구(No)	실험실실험	설문조사



(1) 실험실실험(laboratory experiment)

- 연구대상 변수의 거의 완벽한 통제가 가능한 실험실환경에서 수행하는 실험
- 예1) 신약의 약효를 연구 (자연과학 분야)
- 예2) 광고효과연구 (사회과학 분야)

◆ 장점

- 외생독립변수의 제거 및 종속변수 측정 면에서 거의 완벽한 통제(control)가 가능
- 연구대상자의 무작위화(randomization) 가능
- 정확한 측정 가능
- ☞ 높은 내적타당성(internal validity) 가능

◆ 단점

- 인위적으로 조작되는 독립변수의 크기가 제한될 수 있다는 점
- 실험환경의 인위성(artificiality)으로 인해 현실과는 다른 환경하에서 독립변수와 종속변수 간의 관계가 관찰되기 때문에 (외적타당성이 낮아짐)
- ☞ 낮은 외적타당성(external validity)



(2) 현장실험(field experiment)

- 현실적인 환경에서 독립변수를 조작하는 연구방법
- ◆ 실험실실험 현장실험간의 차이
 - 독립변수 통제의 정도(degree)상의 차이
- ◆ 사회학, 사회심리학, 교육학, 경영학 관련 연구에서 주로 사용
 - 예) 외적보상(extrinsic rewards)이 학생들의 학습동기에 미치는 효과를 실제 학교현장에서 연구하는 경우
- ◆ 장점
 - 현장실험에서의 변수간의 관계가 실험실실험에서 보다 강력하게 검출 됨
 - ☞ 외적타당성(external validity)면에서 유리한 상황
 - 상당히 복잡한 변수들간의 연구가 가능-> 이론의 검증(실험실실험은 주로 이론의 초기 검증에 많이 사용 됨)은 물론 실질적인 문제의 해결을 위한 도구로도 매우 유용함
- ◆ 단점
 - 독립변수의 조작이 완전하지 않은 점
 - 조사대상자의 randomization이 가능하지 않은 점



(3) 설문조사

- ◆ 설문조사(survey research)
 - 사회과학 분야에서 가장 많이 사용되는 연구설계방법
- ◆ 설문조사의 유형
 - ① 면접설문(personal interview)
 - 조사원(interviewer)이 피설문자(interviewee)를 직접 대면한 상태에서 설문을 시행하는 방법
 - ② 우편설문(mail survey)
 - 연구자가 설문지를 피설문자에게 우송하고 피설문자가 설문에 응답을 한 후 연구자에게 설문지를 우송하는 방법
 - ③ 전화설문(telephone survey)
 - 전화를 통해 조사원이 피설문자에 설문을 시행하는 방법
 - ④ e-mail/web page 를 이용한 전자설문
 - 인터넷의 발전과 더불어 개발된 설문방법으로서 단시간 내에 많은 응답을 매우 적은 비용으로 얻을 수 있는 설문방법



제2절 연구설계의 종류

◆ 장점

- 많은 연구대상자로부터 많은 변수와 관련된 정보를 얻을 수 있다는 점
- 수집된 정보의 대표성과 정확성이 상당히 높다는 점

◆ 단점

- 연구대상 현상을 깊게 설명하기 힘들다고 하는 점

(4) 현장조사(field study)

◆ 현장조사(field study)/현장연구(field research)

- 현장에서 사회과학현상들간의 관계를 조사하는 비실험적 연구방법

◆ 장점

- 현실성이 있다는 점(현실에 가장 가까운 상황에서의 연구가 가능하기 때문)
- 현상간 관계의 크기, 즉 효과의 크기가 실험실 환경보다 상당히 크다는 점
- 특정 현상들간의 관계를 연구하는 과정에서 다른 관계에 대한 여러 가지 (다른) 관계를 발견할 수 있는 잠재력이 풍부하다는 점

◆ 단점

- 비실험적(non-experimental)이라는 특징에서 유래, 독립변수를 통제할 수 없음
-> 현상간의 관계를 명확히 하는 데에 상당한 어려움이 있음
- 현장관련 변수를 정확히 측정하지 못하는 경우도 다수 있다는 점



3. 연구시점에 따른 분류: 횡단연구와 종단연구

1) 횡단연구(cross-sectional research)

- ◆ 횡단연구(cross-sectional research)
 - 한 시점에서 연구대상을 관찰하는 연구설계
 - 탐색적연구와 기술적연구의 경우 대부분 횡단연구적 접근을 사용
- ◆ 장점
 - 상대적으로 적은 시간과 비용으로 많은 변수에 대한 정보를 얻을 수 있음
- ◆ 단점
 - 변수간의 인과관계 추론에 상당한 제약이 있음



2) 종단연구(longitudinal research design)

- ◆ 종단연구(longitudinal research design)
 - 동일한 현상을 긴 기간 동안 관찰하는 연구설계
 - ◆ 현장조사의 경우 종단적 연구형태를 가지게 되는 경우가 많음
- (1) 추세연구(trend study)
 - 시간에 따른 집단의 변화를 조사하는 종단연구의 한 유형
 - (2) 코호트연구(cohort study)
 - 특정한 집단, 즉 코호트가 시간이 경과함에 따라 어떻게 변화하는지를 조사하는 종단적 연구방법
 - (3) 패널연구(panel study)
 - 동일한 사람을 대상으로 시간의 경과에 따른 변화를 분석하는 종단적 연구방법

〈표 4-2〉 종단연구방법의 비교

추세연구		코호트연구		패널연구	
<1990년>	<2000년>	<1990년>	<2000년>	<1990년>	<2000년>
41 - 50 ↔	41 - 50	41 - 50	41 - 50	41 - 50*	41 - 50
51 - 60 ↔	51 - 60	51 - 60 ↗	51 - 60	51 - 60*	51 - 60*
61 - 70 ↔	61 - 70	61 - 70 ↗	61 - 70	61 - 70*	61 - 70*
71 - 80 ↔	71 - 80	71 - 80 ↗	71 - 80	71 - 80	71 - 80*

단, ↔ 는 종단적 비교, *는 동일한 사람을 의미함.

3) 횡단연구와 종단연구간의 관계

- ◆ 종단연구가 횡단연구 대비 많은 장점을 보유
- ◆ 시간 및 금전적 비용의 이유로 종단연구가 쉽지 않음
- ◆ 횡단적 자료만을 가지고 종단연구와 근접한 결론을 얻을 수도 있음

4. 연구의 목적에 따른 분류

〈표 4-3〉 연구의 목표에 따른 분류

탐색적 연구(exploratory research)	결론적 연구(conclusive research)
	<ul style="list-style-type: none"> • 기술적 연구(descriptive research) • 인과관계 연구(causal research)

1) 탐색적 연구(exploratory research)

◆ 탐색적 연구(exploratory research)

▣ 특정 사회현상을 탐색하기 위한 연구

☞ 현장연구(field research), 문헌조사, 초점집단면접(focus group interview: FGI), 사례분석(case study) 등의 방법 사용

☞ 계량적 자료(quantitative data)와 질적 자료(qualitative data)도 사용

◆ 초점집단면접(focus group interview: FGI)

- 하나의 진행자(moderator)가 소수의 응답자들(즉, focus group)을 한 장소에 모아놓고, 탐색하려는 주제에 관해 자유로운 대화나 토론을 유도하여 탐색하려는 주제에 대한 기초적 이해 혹은 연구자가 미처 예상하지 못했던 깊은 이해를 도모하는 탐색적 연구의 한 방법

◆ 사례분석(case study)

- 어떠한 현상이 가지고 있는 특성을 집중적으로 묘사함으로써 궁극적으로 문제해결에 도움을 주는 연구방법
- 정밀한 사례연구는 기술적 연구로서의 특성 보유

2) 기술적 연구(descriptive research)

- 사회현상을 기술(記述: describe)하는 목적하에 수행되는 연구
 - ☞ 설문조사(survey), 2차 자료분석(secondary data analysis), 관찰(observation)방법
 - ☞ 계량적 자료(quantitative data)와 질적 자료(qualitative data)도 사용



3) 인과관계 연구(causal research)

- '왜'에 대한 답을 주는 연구
- 자연과학 분야 및 사회과학 분야에서도 종종 사용
- 실험(experimentation)법과 밀접한 관련
- ◆ 비 실험적 연구설계로도 인과관계 추론 가능

4) 탐색, 기술, 인과관계 연구간의 관련성

- ◆ 탐색적 연구와 결론적 연구는 상호 보완적(complimentary)

〈표 4-4〉 탐색적, 결론적 연구설계간의 관련성

(a) 탐색적 연구	→	결론적 연구
(b) 결론적 연구		
(c) 결론적 연구	→	탐색적 연구



5. 연구자의 개입 여부에 따른 분류

1) 개입적 연구(obtrusive research)

- 연구자가 현상의 관찰에 개입하는 경우
- 실험연구(experimental research)와 비실험연구(non-experimental research)로 다시 구분 가능
- ◆ 비실험연구: 설문조사(survey research), 현장연구(field research) 등
- ◆ 현장연구 중 질적현장연구(qualitative field research): 사례연구(case study), 민속지학(ethnography), 민간방법론(ethnomethodology), 현장기반이론(grounded theory) 등

2) 비개입적 연구(unobtrusive research)

- 연구자가 현상의 관찰에 개입하지 않는 경우
- ◆ 2차 자료(secondary data)를 이용한 연구



(1) 내용분석(content analysis)

- 사람들의 의사소통내용 기록에 대한 분석

예) Megatrends, 2000(Naisbitt과 Aburdene 1990)

◆ 일반적인 분석단위: 단어, 구절 등의 의사소통 단위

◆ 장점

- 시간과 비용 측면의 경제성
- 분석과정의 안정성

◆ 단점

- 기록된 내용에 대한 분석만 가능



(2) 기존통계자료분석

- 다른 연구자가 이미 '분석해 놓은' 통계자료를 이용하여 자신이 새로 수행하는 연구의 보조자료로 이용하는 데 주로 사용되는 방법

예) Durkeim(1897)의 'Suicide'

- ◆ 통계청(www.nso.go.kr) 등 정부기관, 공공기관 및 민간연구기관 등
- ◆ Bureau of the Census, Department of Labor, Department of Transportation 및 민간기관
- ◆ UN의 Demographic Yearbook

(3) 역사/비교분석

- 질적인 자료 및 양적인 자료(예: time-series data) 모두 다 이용할 수 있는 비개입적인 연구

예) Weber(1925)의 관료제(bureaucracy) 연구, Marx의 자본론(1867)



제3절 자료수집대상 선정

1. 자료수집대상 : 개인, 집단, 조직, 사회적 산출물이 됨

* 연구자가 현상을 경험적으로 관찰하는 과정-> 자료수집 과정

◆ 사회 현상

-> 사회적 실체(social entity), 인공물(artifacts 혹은 social artifacts)이 가진 특성을 모두 포함

⇒ 개인(예: 소비자), 조직(예: 기업)과 같은 사회적 실체

⇒ 상품, idea 등과 같은 인공물(사회적 산출물)

1) 개 인

◆ 사회과학 연구에서 가장 전형적인 분석단위(unit of analysis)

⇒ 주로 개인이 가진 속성(attribute)을 종합하고 설명

예) 경영자, 직원, 소비자, 투자자 등

2) 집 단

예) 부부, 가족(family), 가구(household), 준거집단(reference group) 등



제3절 자료수집대상 선정

3) 조 직

- (1) 영리조직(for-profit organization): 기업 등
- (2) 비영리조직(not-for-profit organization): 병원, 정부, 교육기관, 종교 기관 등

4) 사회적 산출물

- ◆ 각종 사회적 실체가 만들어낸 생산물, idea 혹은 행동 등
 - 예) 유형·무형의 각종 상품(product), 광고, 생활양식, 문화 등 실로 무한정
- ◆ 바람직한 연구설계
 - ⇒ 자료수집대상, 즉 분석단위를 명확히 하는 것
 - 예) ‘광고’ vs. ‘광고출연 연예인’, ‘기업’ vs. ‘기업구성원(경영인, 종업원)’



2. 전체조사 대 부분조사

1) 전수조사(全數調査: census)

- ◆ 자료수집대상 전체를 관찰하는 방법
 - ◆ 이상적(理想的: ideal) 방법
 - 예) 인구조사
 - ◆ 조사시간, 비용 그리고 물리적 가능성 면에서 현실적으로 실행 불가능
 - ◆ 전수조사 시 기 조사한 현상이 소멸 가능
 - ◆ 비표본오차(non-sampling error) 발생 가능 (pp.296~297 참고)
 - ◆ 조사대상의 파괴(destruction of object) 수반 시 적용 불가
- => 조사대상 현상이 무엇인가와 누구를 대상으로 조사하느냐에 따라
전수조사 가능/바람직할 수도 있음
예) 해당자가 극소수인 희귀한 질병 연구



제3절 자료수집대상 선정

2) 표본조사

- ◆ 자료수집대상의 일부만을 관찰하고도 전체 자료수집대상에서 작동중인 현상간의 관계 설명 가능 ⇨ 통계학의 도움 필요
- ◆ 모집단(母集團: population)
 - ◆ 관심 있는 현상을 관찰할 수 있는 자료수집대상 전체
- ◆ 표본(標本: sample)
 - ◆ 모집단의 일부
- ◆ 전수조사
 - ◆ 모집단을 대상으로 조사하는 것
- ◆ 표본조사
 - ◆ 표본(sample)을 대상으로 조사하는 것
 - ⇒ 일반적으로 전수조사보다는 표본조사를 압도적으로 많이 사용
 - ⇒ 전체 연구대상 중 일부를 '어떻게 추출(sampling)'하는가에 따라서 표본조사의 **대표성**(representativeness) 확보 가능 (+ 비용대비 효과)



3. 표본추출

1) 표본추출의 논리

- ◆ 표본추출/표집(=sampling)

- ◆ 전체(즉, 모집단) 자료수집대상에서 일부를 선정하는 것

예) 표본조사에 기초한 미국 대통령선거결과 예측

- ◆ 일부를 조사한 결과가 전체를 대표하기 위해서는 “모집단의 모든 구성원이 표본에 속할 가능성이 동일한 경우에 그 표본은 모집단을 대표할 것”이란 **논리**를 충실히 따라야 함

제3절 자료수집대상 선정

<표 4-1> 1996년도 미국 대통령선거 득표율(%)

후 보				
예측기관	Clinton	Dole	Perot	기 타
CBS/NYT	54	35	9	2
Reuter	49	41	8	2
ABC	52	39	7	2
NBC	51	38	9	2
Gallup/CNN	51	38	9	2
실제득표율	49	41	9	2

* 유권자 9천만 명 중 자료수집대상 인원 약 2천명 (0.002%)



제3절 자료수집대상 선정

2) 표본추출 절차

(1) 모집단(population) 결정

◆ 요소(element)

- ◆ 사회과학 현상을 관찰할 수 있는 각 자료수집대상
- ◆ 정보가 수집되는 단위(표본조사단위[sampling unit]와 동일한 개념)
- ◆ 분석의 기초(분석단위[unit of analysis]와 동일 개념)가 되는 단위

⇒ 사람(예: 소비자만족도 조사), 조직(예: 조직성과[매출, 이익 등] 조사),
물건(예: 자동차안전성검사), 자연(예: 날씨가 매출에 미치는 영향조사) 등

◆ 모집단(population)

- ◆ 연구현상을 관찰할 수 있는 모든 자료수집대상의 집합체(set)
- ◆ 요소의 집합체(aggregation)

예) 대통령선거 후보 지지도를 조사 시

- * 모집단: 대한민국의 유권자 전체
- * 요소: 유권자 개개인



제3절 자료수집대상 선정

(2) 표본프레임(sampling frame) 선정

- ◆ 모집단을 구성하는 요소의 목록(list)-> 표본프레임
- ◆ 표본추출 대상자(소비자/기업/상품...)의 '구체적' 명단

예) 대통령선거 후보 지지도 조사 시 표본프레임

-> '전체 유권자 명단' 혹은 (유선)전화번호부

(3) 표본추출방법 결정

- ◆ 연구목적에 적합한 구체적인 표본추출방법을 결정 (경우에 따라 pilot + main study)
- ◆ 확률표본추출과 비확률표본추출을 결합해서 사용 가능

(4) 표본크기(sample size) 결정

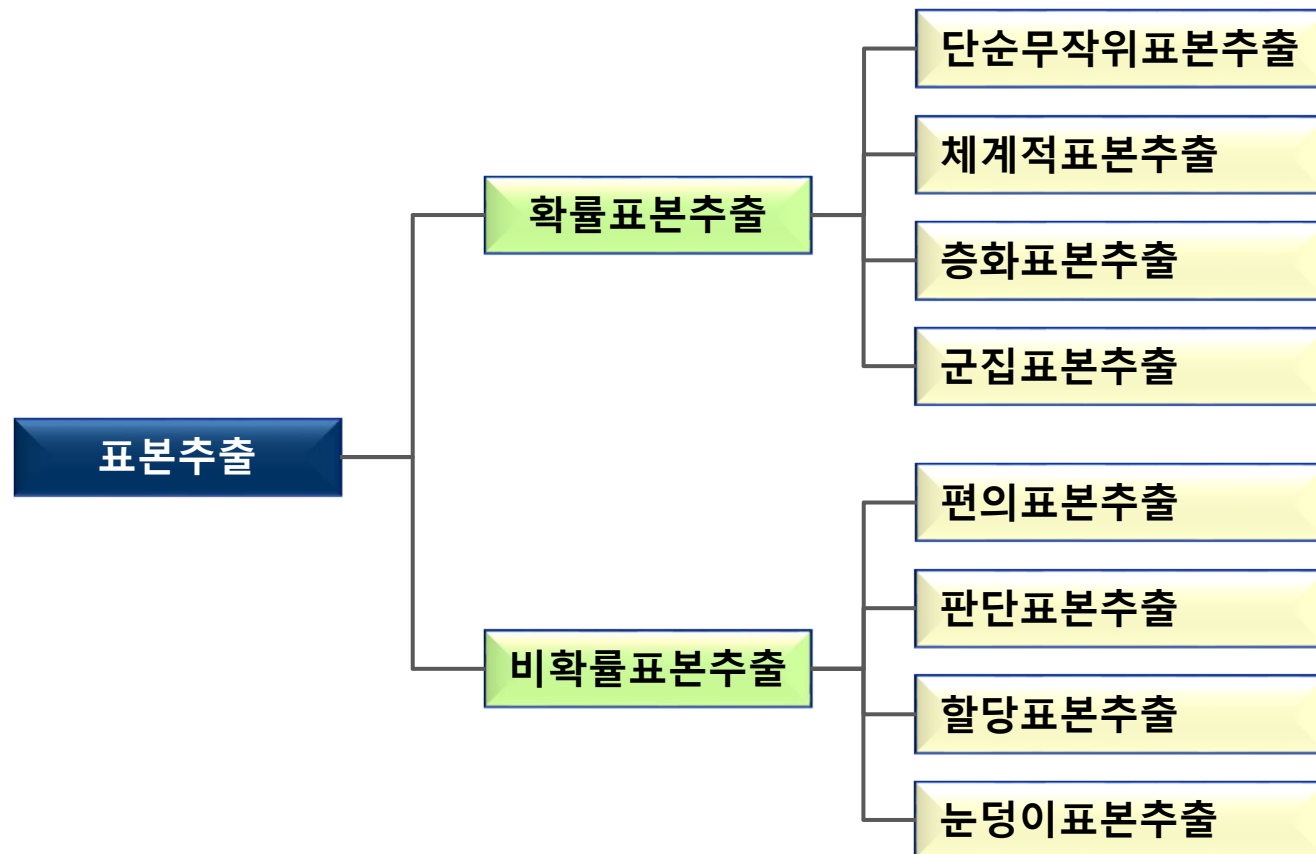
- ◆ 일반적으로 표본의 수가 클수록 정확한(즉, 오차가 적은) 결과가 도출
 - ◆ 실제로 표본조사대상의 크기는 조사의 목표 및 비용 등에 의존
- ⇒ 일반적으로 오차가 적은 조사를 희망할수록 표본의 크기가 증가

(5) 표본추출

- ◆ 실제 표본 추출

3) 표본추출 방법

[그림 4-1] 표본추출방법





(1) 확률표본추출(probability sampling)

- ◆ 모집단(population)에 속한 모든 구성요소(element)가 표본(sample)에 추출될 확률이 동일한 조건에서 표본을 추출하는 것
 - <장 점> 매우 정확한(일반화 가능한) 결과를 제공
 - <단 점> 표본추출 관련 비용과 시간이 상대적으로 큼

◆ 단순무작위표본추출(simple random sampling)

- ◆ 확률표본추출(probability sampling)의 정신을 가장 순수하게 구현하는 표본 추출
- ◆ 모집단을 구성하는 모든 구성요소(element: 즉, 응답자)에 고유의 번호를 부여하고 난수표(random number table)를 이용해서 무작위 숫자, 즉 난수(亂數: random number)를 선택하고 이 숫자에 대응하는 응답자를 표본으로 선택

⇒ 단순무작위표본추출 방법은 실제로 그리 많이 사용되지 않음

1) 모집단의 모든 구성원에 수를 부여하는 것이 현실적으로 어려움

(사회현상 연구의 경우 모집단의 완벽한 명단을 구하는 것이 현실적으로 어려움)

2) 다른 확률표본추출방법에 비해 표본오차가 상대적으로 더 클 수 있다는 점



제3절 자료수집대상 선정

◆ 체계적표본추출(systematic sampling)

- ◆ 목록에 등록된 매 k번째 요소가 체계적으로 선택되어 표본에 선택되는 방법
- ◆ 표본추출 간격(sampling interval), 표본추출비율(sampling ratio), 요소들간에 ‘**주기성**(periodicity)’ 존재여부

◆ 층화표본추출(stratified sampling)

- ◆ 표본오차를 더욱 더 감소시켜서 표본의 대표성을 제고할 수 있는 표본추출방법 (표본오차 📖 pp.268-269)
- ◆ 전체 모집단에서 직접 표본을 추출하는 대신에, 전체 모집단을 각자 동질적인 하위집단(하위집단간에는 이질적인)으로 일단 구분하고 각 하위집단에서 적절한 수의 요소(element)를 추출하는 방법

⇒ 층화(stratification: 동질적인 하위집단으로의 구분)를 결정하는 변수의 선택에 주의



제3절 자료수집대상 선정

※ 표본오차(sampling error)

* 표본오차 = 표본통계량 - 모수

- ◆ 표본이 모집단을 대표하지 못하는 정도
 - ◆ 두 요인에 의해 영향 받음 (s/\sqrt{n})
 - ① 표본크기가 클수록 표본오차가 줄어듦,
 - ② 동질적인 모집단은 이질적인 모집단보다 작은 표본오차를 가진 표본을 생산
- ⇒ 층화표본추출은 두 번째 요인에 기초

◆ 군집표본추출(cluster sampling)

- ◆ 표본프레임이 없는 모집단에 대한 표본추출이 필요한 경우도 있게 됨

⇒ 이러한 경우 먼저 각 요소(element)들의 집단인 군집(cluster)을 파악/
추출한 다음, 각 군집 내에서 요소를 추출하는 방법

예) 대한민국 불교(or 기독교) 신도에 대한 조사

- * 전체적인 표본의 대표성은 상대적으로 떨어지게 됨
- * 군집표본추출 시 표본오차를 줄일 수 있는 일반적인 규칙: 각 군집 내에서
추출되는 요소들의 수는 줄이고, 추출할 군집의 수를 늘리는 것



제3절 자료수집대상 선정

(2) 비확률표본추출 (non-probability sampling)

- ◆ 구성요소가 표본에 추출될 확률이 동일하지 않은 조건에서 표본을 추출하는 것

⇒ 확률표본추출이 불가능한 상황에서 수행

- <장/단점> ◆ 확률표본추출의 반대 (상대적으로 비용과 시간이 적게 소요 / 조사결과의 일반화가 어려움)

◆ 편의표본추출 (convenience sampling)

- ◆ 연구자가 접근 가능한 대상자들을 표본으로 선정
- ◆ 모집단의 특성에 대한 고려 없이 표본을 추출

예) 스타벅스 커피의 brand 확장

- <장 점> ◆ 시행이 쉽고 저 비용
- <단 점> ◆ 연구결과의 일반화가 어려움



- ◆ 판단표본추출(judgment sampling)/유의표본추출(purposive sampling)
 - ◆ 모집단에 대한 지식과 연구목적에 기초해서 표본을 추출
 - ◆ 모집단의 특성에 대한 사전 지식은 있지만 모집단에 실질적으로 접근하기 힘들거나, 모집단으로부터 확률표본추출이 힘들 경우, 연구자가 알고 있는 모집단의 특징을 가진 소규모 집단을 대상으로 표본을 구성하는 방법

예) 병원의 서비스실패(service failure)와 서비스회복(service recovery)간의
관계 연구

제3절 자료수집대상 선정

◆ 할당표본추출(quota sampling)

- ◆ 모집단의 특성이 적절히 반영되도록 모집단 내의 각 집단의 특성에 비례해서 표본을 추출하는 방법
- ◆ 연구에서 가장 중요한 변수를 기준으로 할당

<표 4-6> 할당표본추출의 예

		소 득		
		상(20%)	중(60%)	하(20%)
지 역	서울(25%)	50	150	50
	지방(75%)	150	450	150
계		200	600	200

◆ 눈덩이표본추출(snowball sampling)→ 우연표본추출(accidental sampling) 의 한 예로 구분되기도 함

- ◆ 특정 모집단의 구성원들을 찾아내기 어려운 경우에 사용하는 표본추출방법
예) 불법체류자에 대한 연구
(모집단의 대표성면에서는 많은 문제가 있어서 탐색적 연구에서 주로 사용되는 방법임)