

2023학년도

캡스톤디자인 작품요약서

캡스톤디자인 작품명 : 온라인 식료품 판매 플랫폼 선택 요인 조사 및 분석

팀명		로켓배송
담당교수		최현석 (인)
참가자	학과(전공)명	경영정보학과
	대표학생	김웅기

캡스톤디자인 작품 요약서

1. 일반 정보

팀명	로켓배송			
작품명	온라인 식료품 판매 플랫폼 선택 요인에 대한 조사 및 분석			
담당교수	성명	최현석	소속	교육성과관리센터
참여명단	성명	학과	성명	학과
	김웅기	경영정보학과	이민상	경영정보학과
	이채연	통계학과		

2. 작품 배경 및 수행 과정

연구배경

- 코로나로 인한 언택트시대의 도래로 인해 온라인 식료품 판매 플랫폼의 급부상
- 플랫폼 선호도에 영향을 미치는 요인 분석
- 분석결과를 바탕으로 마케팅 및 서비스 개발 방향성 제시

역할분담

- 김웅기: 프로젝트 총괄 및 자료분석
- 이민상: 자료분석 및 결과도출
- 이채연: 자료수집 및 설문지작성

자료수집방법

- 설문대상: 대학생 349명
- 온라인 설문조사 (4.18 ~ 5.13)

수행과정

1~4주차	연구주제설정
5~7주차	설문지작성 및 조사
8~12주차	설문지결과분석
13~14주차	보고서작성

연구방법

- 빈도분석, 기술통계, 다중응답분석
- 교차분석, T검정, 신뢰도분석
- 분산분석, 회귀분석

연구모형

```

graph LR
    subgraph Cost [비용]
        A[멤버십 가격] --> Cost
        B[배송 비용] --> Cost
        C[할인 정도] --> Cost
    end
    subgraph Convenience [편의성]
        D[화면구성] --> Convenience
        E[사후 서비스] --> Convenience
        F[추천 시스템] --> Convenience
    end
    Cost --> G((선호도))
    Convenience --> G
    G --> H[할인빈도]
    G --> I[제품가격]
    G --> J[배송기간]
    
```

3. 캡스톤디자인 결과

응답자 특성

남성 54.1% 여성 45.9%

1학년 14% 2학년 23% 3학년 27% 4학년 36%

다중응답 분석

티몬 2
위메프 4
홈플러스 13
이마트 28
마켓컬리 82
기타 100
네이버쇼핑 152
쿠팡 257

» 쿠팡, 네이버쇼핑, 기타, 마켓컬리 순으로 이용자가 많았다.

타당도 및 신뢰도

요인	변수	요인1	요인2	요인3
선호도	배송기간	0.78	0.14	0.11
	할인빈도	0.77	0.00	0.19
	제품의 가격	0.77	0.09	0.17
편의성	화면구성	0.12	0.76	-0.05
	추천 시스템	0.16	0.78	0.08
	사후 서비스	-0.06	0.79	0.11
비용	멤버십 가격	0.22	0.05	0.66
	무료 배송 여부	0.17	0.03	0.69
	제품 할인 정도	0.06	0.05	0.80
고유값		2.69	1.63	1.09
분산비율		29.92	18.08	12.11
누적 분산 설명률		29.92	47.99	60.10
cronbach' s-α		0.7	0.7	0.6

4.10 4.39 3.76

선호도 비용 편의성

일원분산분석

요인	주거 형태	N	평균	표준 편차	F	p-value
이용 비용	자택	139	4.46	0.41	2.73	0.04
	기숙사	43	4.36	0.45		
	자취	134	4.32	0.53		
	쉐어하우스	2	4.83	0.24		

» 주거형태에 따라 이용비용요인에 차이가 있다.
T검정 (성별에 따른 이용비용요인)

요인	성별	N	M	SD	t	p-value
이용 비용	여자	146	3.73	0.64	-0.86	0.39
	남자	172	3.79	0.62		

3.73 3.79

여자 남자

» 성별에 따라 이용비용요인에 차이가 없으나 평균에는 약간의 차이가 있다.

회귀분석

종속 변수	독립 변수	비표준화 계수		표준계수 베타	t value	p value
		B	표준오류			
선호도	(상수)	1.385	0.341		4.057	0.00
	비용	0.495	0.07	0.368	7.112	0.00
	편의성	0.146	0.052	0.144	2.785	0.006

$R^2=0.166$, $F=32.434$, $p<0.001$

» 선호도요인 = $1.385 + 0.495 * \text{비용요인} + 0.146 * \text{편의성요인}$
결론 및 기대효과

결론	<ul style="list-style-type: none">- 주거 형태에 따라 플랫폼 이용 비용에 차이가 있다.- 이용비용요인에 따라 플랫폼 선호도에 차이가 있다.
기대효과	<ul style="list-style-type: none">- 온라인 식료품 판매 플랫폼 운영 기업에게 효과적인 마케팅 방법과 서비스 개발에 도움을 줄 수 있다.
한계점	<ul style="list-style-type: none">- 표본이 대학생에만 국한되어 있어 대학생이 아닌 이용자는 고려하지 못한다.
시사점	<ul style="list-style-type: none">- 주거 형태와 생활비용에 따라 마케팅 전략과 제공 서비스를 달리한다.