



- ① 둘 혹은 그 이상의 당사자가 미충족된 욕구를 지니고 있기 때문이다.
- ② 한 당사자가 다른 당사자를 만족시키고자 하는 욕망이 없기 때문이다.
- ③ 관여한 당사자 중 하나가 다른 당사자를 만족시킬 수 있는 능력이 없기 때문이다.
- ④ 당사자들끼리 의사소통할 수 있는 방법이 전혀 없기 때문이다.

17. 모딜리아니(F. Modigliani)와 밀러(M. H. Miller)의 무관론이론(MM이론)에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 법인세가 없는 완전자본시장을 가정한다.
- ② 자기자본비용은 부채비율에 비례하므로 가중평균자본비용(WACC)은 부채비율에 대해 일정하게 된다.
- ③ 기업의 가치는 자본구조와 무관하다.
- ④ 법인세가 있는 경우를 상정한 수정 MM이론에서는 부채가 증가함에 따라 비례적으로 기업의 가치가 낮아진다고 주장한다.

18. 기업이 제품을 여러 국가에 동시에 판매할 때, 국제 가격의 표준화와 차별화에 대한 전략적 결정방법에 해당하지 않는 것은?

- ① 본국중심가격결정
- ② 현지중심가격결정
- ③ 목표중심가격결정
- ④ 세계중심가격결정

19. 조직설계에서 기능조직의 특징에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 각 기능별 규모의 경제를 획득할 수 있다.
- ② 각 기능별 기술개발이 용이하다.
- ③ 내적 효율성 향상이 가능하다.
- ④ 다품종 생산에 효과적이다.

20. 표는 음료를 구매하고자 하는 갑(甲) 소비자의 음료 선택과 관련된 속성의 중요도와 각 속성별 브랜드 평가에 대한 내용이다. 중요도가 높을수록 해당속성을 중요하게 여기는 것이고, 속성별 평가 점수가 높을수록 해당 브랜드의 속성에 대해 우수하게 평가하는 것을 의미한다. 갑 소비자가 대안평가 방법 중 사전편집식 방식(lexicographic rule)을 이용할 때, 갑 소비자가 선택할 하나의 브랜드는?

제품속성	중요도	속성별 평가			
		A 브랜드	B 브랜드	C 브랜드	D 브랜드
맛	0.6	4	4	2	3
향기	0.3	3	2	3	1
가격	0.1	1	2	3	5

- ① A 브랜드
- ② B 브랜드
- ③ C 브랜드
- ④ D 브랜드

이 면은 여백입니다.