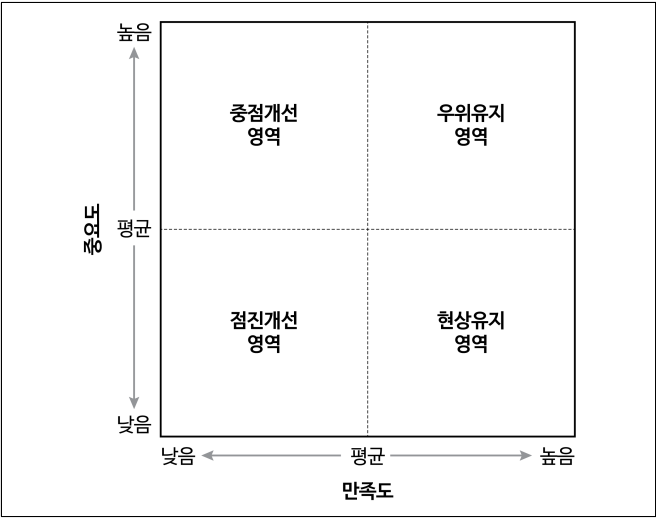


문 1. 다음 <표>는 ‘갑’ 박물관 이용자를 대상으로 12개 평가항목에 대해 항목별 중요도와 만족도를 조사한 결과이다. 이를 바탕으로 평가항목을 <그림>과 같이 4가지 영역으로 분류할 때, 이에 대한 설명으로 옳은 것은?

<표> 평가항목별 중요도와 만족도 조사결과  
(단위: 점)

평가항목 \ 구분	중요도	만족도
홈페이지	4.45	4.51
안내 직원	(     )	4.23
안내 자료	4.39	4.13
안내 시설물	4.32	4.42
전시공간 규모	4.33	4.19
전시공간 환경	4.46	4.38
전시물 수	4.68	4.74
전시물 다양성	4.59	4.43
전시물 설명문	4.34	4.44
기획 프로그램	4.12	4.41
휴게 시설	4.18	4.39
교통 및 주차	4.29	4.17
평균	4.35	4.37

<그림> 중요도와 만족도에 따른 평가항목 영역 분류



- ① ‘안내 직원’의 중요도는 중요도 평균보다 높다.
- ② ‘교통 및 주차’는 ‘현상유지 영역’으로 분류된다.
- ③ ‘점진개선 영역’으로 분류되는 항목은 2개이다.
- ④ ‘우위유지 영역’으로 분류되는 항목의 수는 ‘현상유지 영역’으로 분류되는 항목의 수와 같다.
- ⑤ ‘중점개선 영역’으로 분류된 항목은 없다.

문 2. 다음 식품의약품안전처 <보도자료> 내용에 대한 <보기>의 설명 중 옳은 것만을 모두 고르면?

식품의약품안전처

보도자료

보도일시

브리핑(14시) 이후

배포일시

2019.□□.□□.

담당부서

식품의약품안전처 ○○○○과

담당과장

김◇◇ (044-000-0001)

담당자

박△△ (044-000-0009)

신선한 달걀, 산란일자 표시로 확인하세요!

○ 식품의약품안전처는 8월 23일 ‘달걀 산란일자 표시제’ 전면 시행으로 산란일자가 표시된 달걀만 유통·판매되는 만큼 소비자는 시장, 마트 등에서 산란일자를 확인하고 신선한 달걀을 구입할 수 있게 되었다고 밝혔습니다.

－ ‘달걀 산란일자 표시제’는 달걀의 안전성을 확보하고 소비자에게 달걀에 대한 정보제공을 강화하고자 마련한 제도로, 안정적인 정착을 위해 180일 간의 계도기간이 끝난 시점인 2019년 8월 23일 전면 시행되었습니다.

－ 전면 시행 1개월을 앞두고 지난 7월 대형마트 100곳, 중소형마트 100곳에 유통 중인 달걀 전체를 대상으로 산란일자 표시여부를 조사하였고, 그 결과는 다음과 같습니다.

구분	대형마트	중소형마트	전체
표시율(%)	90	70	85

○ ‘달걀 산란일자 표시제’ 시행 후 생산된 달걀 껍데기에는 산란일자 4자리 숫자를 포함하여 생산자고유번호(5자리), 사육환경번호(1자리) 순서로 총 10자리가 표시됩니다.

<예 시>

0823M3FDS2

산란일자

생산자고유번호

사육환경번호

사육 환경번호	사육환경	내용
1	방사	방목장에서 닭이 자유롭게 다니도록 키우는 사육방식
2	평사	케이지와 축사를 자유롭게 다니도록 키우는 사육방식
3	개선 케이지	닭을 키우는 케이지 면적이 0.075㎡/마리 이상
4	기존 케이지	닭을 키우는 케이지 면적이 0.05㎡/마리 이상

<보 기>

ㄱ. ‘달걀 산란일자 표시제’의 계도기간은 2019년 2월에 시작되었다.

ㄴ. ‘1023M3FDS3’으로 표시된 달걀이 150㎡ 면적의 케이지에서 산란되었다면, 10월 23일 기준 해당 케이지의 닭은 2,000마리 이하이다.

ㄷ. 2019년 7월 산란일자 표시여부 조사 대상 달걀 수는 대형마트가 중소형마트의 4배 미만이다.

① ㄱ

② ㄴ

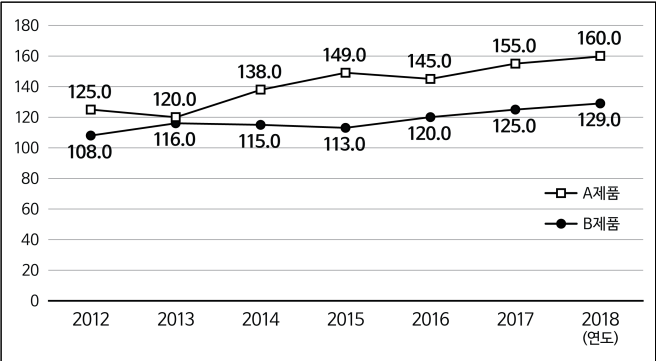
③ ㄷ

④ ㄱ, ㄴ

⑤ ㄱ, ㄴ, ㄷ

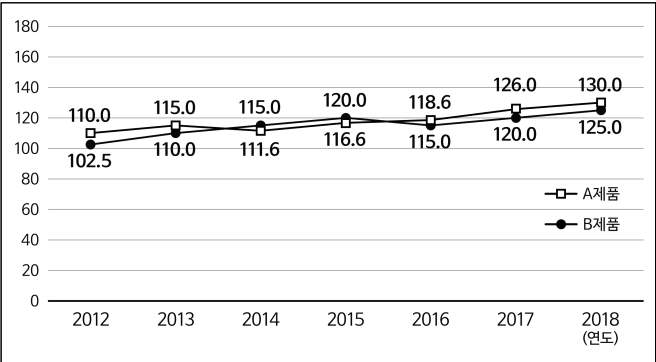
문 3. 다음 <그림>은 2012 ~ 2018년 동안 A제품과 B제품의 판매수량 및 평균 판매단가를 지수화하여 표시한 것이다. <그림>으로부터 알 수 없는 것은?

<그림 1> A제품과 B제품의 판매수량 지수



※ 판매수량 지수는 2011년의 판매수량을 100으로 하였을 때 해당연도 판매수량의 상대적 비율임.

<그림 2> A제품과 B제품의 평균 판매단가 지수



※ 1) 평균 판매단가 지수는 2011년의 평균 판매단가를 100으로 하였을 때 해당연도 평균 판매단가의 상대적 비율임.

- 2) 2011년 A제품의 평균 판매단가는 B제품과 동일함.  
3) 매출액 = 평균 판매단가 × 판매수량

- ① A제품 매출액의 연평균 증가율  
② 2012년 A제품 매출액 대비 B제품 매출액 비율  
③ B제품 평균 판매단가의 연평균 증가율  
④ 2018년 B제품 평균 판매단가 대비 A제품 평균 판매단가 비율  
⑤ B제품 판매수량의 연평균 증가율

문 4. 다음 <표>는 국민 삶의 질을 평가하는 다양한 개별지표와 종합지수이다. <표>의 종합 지수를 아래의 <대화>에 근거하여 재작성할 경우, ‘환산된 2014년 주관적 웰빙 영역 지수’(A)와 ‘2015년 기존의 종합 지수 대비 재작성된 종합 지수의 변화’(B)를 바르게 나열한 것은?

<표> 영역별 지수 및 종합 지수

영역 \ 연도	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
소득·소비	100.0	99.4	103.9	109.0	109.6	108.7	111.9	113.4	114.4	116.5
고용·임금	100.0	102.1	103.0	100.3	99.8	101.8	103.6	105.2	103.6	103.2
사회복지	100.0	101.3	103.2	108.4	107.8	107.8	110.0	112.8	115.4	116.3
주거	100.0	100.3	100.5	101.3	102.0	101.9	102.1	103.6	105.2	105.2
건강	100.0	112.7	114.2	110.6	107.1	108.5	105.6	105.7	108.9	107.2
교육	100.0	104.5	107.7	114.3	116.7	119.7	124.4	119.7	122.5	123.9
문화·여가	100.0	99.9	98.9	98.9	99.5	95.4	104.4	111.0	111.4	112.7
가족·공동체	100.0	98.3	98.2	94.9	95.6	96.6	98.5	98.5	98.2	98.6
시민참여	100.0	103.1	111.5	116.1	114.8	114.1	116.9	116.3	113.4	111.1
안전	100.0	96.9	97.5	101.3	108.9	113.2	114.5	116.3	121.4	122.2
환경	100.0	102.7	109.5	103.9	103.8	105.3	109.4	107.1	108.5	111.9
종합	100.0	101.9	104.4	105.4	106.0	106.6	109.2	110.0	111.2	111.7

<대 화>

사무관: 2013년부터 ‘주관적 웰빙’ 영역의 개별지표값이 처음으로 측정되어 이 영역이 추가됩니다. ‘주관적 웰빙’ 영역의 개별지표값은 정리되었나요?

주무관: 네. ‘주관적 웰빙’ 영역의 개별지표값은 다음과 같습니다.

영역	개별지표	연도		
		2013	2014	2015
주관적 웰빙	삶에 대한 만족도	5.0	5.0	5.7
	긍정정서	6.0	5.7	6.6

사무관: ‘주관적 웰빙’ 영역까지 포함한 종합 지수를 재작성해야 합니다. 작성방법은 다음과 같습니다.

□ 영역 지수는 기준년도(2006년) 대비 당해 연도 영역별 ‘개별지표 비율’의 산술평균임. (단, ‘주관적 웰빙’ 영역의 기준년도는 2013년임)
○ 개별지표 비율 = $\frac{\text{당해연도 지표값}}{\text{기준년도 지표값}} \times 100$
□ 종합 지수는 모든 영역 지수의 산술평균임.

주무관: 영역 지수에 ‘주관적 웰빙’ 영역을 추가하고, 종합 지수를 재작성 하겠습니까.

사무관: 아! 그런데, 2013년 ‘주관적 웰빙’ 영역 지수는 2013년 기존 종합 지수 값인 110.0을 사용하고, 이 값을 기준으로 2014년과 2015년의 ‘주관적 웰빙’ 영역 지수를 환산해주세요.

※ 지수는 소수점 둘째자리에서 반올림함.

- |         |    |
|---------|----|
| A       | B  |
| ① 97.5  | 감소 |
| ② 97.5  | 증가 |
| ③ 107.3 | 감소 |
| ④ 107.3 | 증가 |
| ⑤ 107.3 | 없음 |