

# TV 전자상거래 이용에 관한 조사 CODE BOOK

자료번호	A1-2010-0036
연구책임자	박유리
연구수행기관	정보통신정책연구원
조사년도	2010년
자료서비스기관	한국사회과학자료원
자료공개년도	2011년
코드북 제작년도	2011년

이 자료를 연구 및 저작에 이용, 참고 및 인용할 경우에는 KOSSDA의 자료인용표준서식에 준하여 자료의 출처를 반드시 명시하여야 합니다. 자료 출처는 자료명이 최초로 언급되는 부분이나 참고문헌 목록에 명시할 수 있습니다.

#### ■ 자료를 이용, 참고, 인용할 경우 표준서식

박유리. 2010. 「TV 전자상거래 이용에 관한 조사」. 자료서비스기관: 한국사회과학자료원. 자료공개년도: 2011년. 자료번호: A1-2010-0036.

#### ■ 코드북을 인용할 경우 표준서식

한국사회과학자료원. 2011. 「TV 전자상거래 이용에 관한 조사 CODE BOOK」. pp. 5-10.

이 자료의 코드북에 대한 모든 권한은 KOSSDA에 있으며 KOSSDA의 사전허가 없이 복제, 송신, 출판, 배포할 수 없습니다.

gu 조사지역

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
강남구	1	66	11.0	11.0
서초구	2	57	9.5	9.5
송파구	4	30	5.0	5.0
영등포구	5	1	.2	.2
강서구	6	17	2.8	2.8
관악구	7	59	9.8	9.8
구로구	8	62	10.3	10.3
동작구	10	3	.5	.5
양천구	11	7	1.2	1.2
강북구	12	39	6.5	6.5
광진구	13	31	5.2	5.2
노원구	14	3	.5	.5
도봉구	15	45	7.5	7.5
동대문구	16	2	.3	.3
성북구	17	2	.3	.3
중랑구	18	27	4.5	4.5
성동구	19	2	.3	.3
용산구	20	10	1.7	1.7
마포구	21	15	2.5	2.5
은평구	22	110	18.3	18.3
중구	24	4	.7	.7
서대문구	25	8	1.3	1.3
		600	100.0	100.0

sex 응답자 성별

SQ3. 성별은?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
남자	1	277	46.2	46.2
여자	2	323	53.8	53.8
		600	100.0	100.0

**age**    **응답자 연령**

SQ4. \_\_님의 나이는 만으로 어떻게 되나요?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
20대	1	159	26.5	26.5
30대	2	166	27.7	27.7
40대	3	141	23.5	23.5
50대	4	134	22.3	22.3
		600	100.0	100.0

**broad**    **방송**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
케이블tv(아날로그)	1	120	20.0	20.0
케이블tv(디지털)	2	160	26.7	26.7
위성방송	3	160	26.7	26.7
IPTV	4	160	26.7	26.7
		600	100.0	100.0

**booster**    **부스터**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
케이블TV(디지털)	2	40	6.7	33.3
위성방송	3	40	6.7	33.3
IPTV	4	40	6.7	33.3
시스템 결측값		480	80.0	
		600	100.0	100.0

**sq4**    **응답자 연령**

SQ4. \_\_님의 나이는 만으로 어떻게 되나요?

**sq5 시청 TV 형태**

SQ5. \_\_\_\_님께서는 다음 중 어떤 TV로 방송을 시청하고 계십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아날로그 방식의 TV	1	132	22.0	22.0
디지털 방식의 TV(hdtv,PDP,LCD 수상기등)	2	468	78.0	78.0
		600	100.0	100.0

**sq5a 이용하고 있는 방송서비스**

SQ5-1. \_\_\_\_님께서는 이용하시는 방송서비스는 다음 중 무엇입니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아날로그 케이블	2	120	20.0	20.0
디지털 케이블	3	160	26.7	26.7
위성TV	4	160	26.7	26.7
IPTV	5	160	26.7	26.7
		600	100.0	100.0

**sq5b11 드라마-주평균 시청 시간 (시간)**

SQ5-2. \_\_\_\_님께서는 다음 각각의 프로그램 별로 평소에 일주일 평균 몇 시간 정도씩 시청하시는지요? - 드라마

	값
유효합계	584
최소값	1
최대값	30
평균	6.10
표준편차	4.747

**sq5b12 드라마-주평균 시청 시간 (분)**

	값
유효합계	584
최소값	0
최대값	40
평균	4.19
표준편차	10.378

**sq5b21 예능 프로-주평균 시청 시간 (시간)**

SQ5-2. \_\_\_\_님께서는 다음 각각의 프로그램 별로 평소에 일주일 평균 몇 시간 정도씩 시청하는지요? - 예능프로

	값
유효합계	562
최소값	1
최대값	10
평균	3.00
표준편차	1.991

**sq5b22 예능 프로-주평균 시청 시간 (분)**

	값
유효합계	575
최소값	0
최대값	50
평균	4.66
표준편차	10.925

**sq5b31 영화-주평균 시청 시간 (시간)**

SQ5-2. \_\_\_\_님께서는 다음 각각의 프로그램 별로 평소에 일주일 평균 몇 시간 정도씩 시청하는지요? - 영화

	값
유효합계	468
최소값	1
최대값	12
평균	2.44
표준편차	1.499

**sq5b32 영화-주평균 시청 시간 (분)**

	값
유효합계	478
최소값	0
최대값	40
평균	3.03
표준편차	9.077

**sq5b41 스포츠-주평균 시청 시간 (시간)**

SQ5-2. \_\_\_\_님께서는 다음 각각의 프로그램 별로 평소에 일주일 평균 몇 시간 정도씩 시청하는지요? - 스포츠

	값
유효합계	346
최소값	1
최대값	10
평균	2.10
표준편차	1.341

**sq5b42 스포츠-주평균 시청 시간 (분)**

	값
유효합계	393
최소값	0
최대값	50
평균	5.17
표준편차	11.541

**sq5b51 시사다큐-주평균 시청 시간 (시간)**

SQ5-2. \_\_\_\_님께서는 다음 각각의 프로그램 별로 평소에 일주일 평균 몇 시간 정도씩 시청하는지요? - 시사, 다큐

	값
유효합계	457
최소값	1
최대값	10
평균	2.38
표준편차	1.753

**sq5b52 시사다큐-주평균 시청 시간 (분)**

	값
유효합계	505
최소값	0
최대값	50
평균	5.88
표준편차	12.475

**sq5b 시청프로그램 기타**

SQ5-2. \_\_\_\_님께서는 다음 각각의 프로그램 별로 평소에 일주일 평균 몇 시간 정도씩 시청하시는 지요? - 기타

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
종교	6	2	.3	2.9
패션정보	7	1	.2	1.4
뉴스	8	64	10.7	91.4
게임	9	1	.2	1.4
퀴즈	10	1	.2	1.4
교육	11	1	.2	1.4
시스템 결측값		530	88.3	
		600	100.0	100.0

**sq5b61 기타-주평균 시청 시간 (시간)**

	값
유효합계	66
최소값	1
최대값	5
평균	1.82
표준편차	0.975

**sq5b62 기타-주평균 시청 시간 (분)**

	값
유효합계	70
최소값	0
최대값	30
평균	4.43
표준편차	10.445



**sq5b71 합계-주평균 시청 시간 (시간)**

SQ5-2. \_\_\_\_님께서는 다음 각각의 프로그램 별로 평소에 일주일 평균 몇 시간 정도씩 시청하시는 지요? - 시간합계

	값
유효합계	600
최소값	2
최대값	47
평균	13.87
표준편차	7.015

**sq5b72 합계-주평균 시청 시간 (분)**

	값
유효합계	600
최소값	0
최대값	170
평균	19.39
표준편차	32.310

**sq6 데이터방송 이용 경험 유무**

SQ6. [SQ5-1의 (3) (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서는 올해(1월~10월)에 데이터방송을 이용하신 적이 있으신가요?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용/시청 경험있음	1	201	33.5	41.9
이용/시청 경험없음	2	279	46.5	58.1
시스템 결측값		120	20.0	
		600	100.0	100.0

**sq6a TV 전자 상거래 구매 경험유무**

SQ6-1. [SQ6의 (1) 응답자만] 그럼, \_\_\_\_님께서는 데이터 방송 중에서 TV 전자 상거래를 통해 구매하신 경험이 있으신지요?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구매경험없음	1	25	4.2	12.4
이용/시청은 해봤으나 구매는 하지않음	2	44	7.3	21.9
TV전자상거래를 통해 구매경험있음	3	132	22.0	65.7
시스템 결측값		399	66.5	
		600	100.0	100.0

**sq7a 데이터 방송 인지 여부**

SQ7. [모든 응답자]\_\_님께서는 본 설문 이전에 데이터 방송 및 TV전자상거래에 대해서 어느 정도 알고 계십니까? - 데이터 방송

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
오늘 처음 들어봤다	1	81	13.5	13.5
이름은 들어봤다	2	174	29.0	29.0
대략적으로 알고있다	3	198	33.0	33.0
이용방법,내용 등 구체적으로 알고있다	4	147	24.5	24.5
		600	100.0	100.0

**sq7b TV 전자 상거래 인지 여부**

SQ7. [모든 응답자]\_\_님께서는 본 설문 이전에 데이터 방송 및 TV전자상거래에 대해서 어느 정도 알고 계십니까? - TV전자상거래(기존 T-commerce)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
오늘 처음 들어봤다	1	113	18.8	18.8
이름은 들어봤다	2	167	27.8	27.8
대략적으로 알고있다	3	183	30.5	30.5
이용방법,내용 등 구체적으로 알고있다	4	137	22.8	22.8
		600	100.0	100.0

**qa1 [2009년] 물건 구입 지출 비용**

A1. 실례지만 2009년도에 개인적(가족 용도 제외)으로 지출하신 비용 중 물건 구입을 위해 지출하신 비용은 월 평균 얼마나 되십니까? (단, 저축/공과금/교육/통신비/외식비/교육비/주택 구입 및 전월세 자금/대출 상환금/자동차 구입/유형비 등은 제외)

	값
유효합계	600
최소값	30,000
최대값	3,000,000
평균	216,741.67
표준편차	212561.903

**qa1a [2010년] 물건 구입 지출 비용**

A1-1. 그럼, 앞서 기준과 동일하게 2010년도에 개인적(가족 용도 제외)으로 지출하신 비용 중 물건 구입을 위해 지출하신 비용은 월 평균 얼마나 되십니까? (단, 저축/공과금/교육/통신비/외식비/교육비/주택 구입 및 전월세 자금/대출 상환금/자동차 구입/유형비 등은 제외)

	값
유효합계	600
최소값	10,000
최대값	3,500,000
평균	237,216.67
표준편차	247940.437

**qa2a1 [2009년]유통점별 구매비율1: TV 전자상거래**

A2. 그러면 \_\_\_\_님께서 2009년도에 물건을 사는데 지출하셨다고 하신 (A1의 응답 비용)을 다음의 구매하신 유통점의 종류별로 나눈다면, 그 비율은 각각 얼마나 되는지요?

1) TV 전자상거래

	값
유효합계	600
최소값	0
최대값	30
평균	0.41
표준편차	2.474

**qa2a2 [2009년]유통점별 구매비율2: 인터넷 쇼핑 / 인터넷 경매**

A2. 그러면 \_\_\_\_님께서 2009년도에 물건을 사는데 지출하셨다고 하신 (A1의 응답 비용)을 다음의 구매하신 유통점의 종류별로 나눈다면, 그 비율은 각각 얼마나 되는지요?

2) 인터넷 쇼핑 / 인터넷 경매

	값
유효합계	600
최소값	0
최대값	80
평균	16.86
표준편차	17.158

**qa2a3 [2009년]유통점별 구매비율3: TV홈쇼핑 / 카달로그(통신판매)**

A2. 그러면 \_\_\_\_님께서 2009년도에 물건을 사는데 지출하셨다고 하신 (A1의 응답 비용)을 다음의 구매하신 유통점의 종류별로 나눈다면, 그 비율은 각각 얼마나 되는지요?  
2) TV홈쇼핑 / 카달로그(통신판매)

	값
유효합계	600
최소값	0
최대값	40
평균	8.73
표준편차	9.740

**qa2a4 [2009년]유통점별 구매비율4: 백화점**

A2. 그러면 \_\_\_\_님께서 2009년도에 물건을 사는데 지출하셨다고 하신 (A1의 응답 비용)을 다음의 구매하신 유통점의 종류별로 나눈다면, 그 비율은 각각 얼마나 되는지요?  
4) 백화점

	값
유효합계	600
최소값	0
최대값	80
평균	25.63
표준편차	13.813

**qa2a5 [2009년]유통점별 구매비율5: 할인점(마트)**

A2. 그러면 \_\_\_\_님께서 2009년도에 물건을 사는데 지출하셨다고 하신 (A1의 응답 비용)을 다음의 구매하신 유통점의 종류별로 나눈다면, 그 비율은 각각 얼마나 되는지요?  
5) 할인점 (마트)

	값
유효합계	600
최소값	0
최대값	88
평균	33.10
표준편차	17.212

**qa2a6 [2009년]유통점별 구매비율6: 기타**

A2. 그러면 \_\_\_\_님께서 2009년도에 물건을 사는데 지출하셨다고 하신 (A1의 응답 비율)을 다음의 구매하신 유통점의 종류별로 나눈다면, 그 비율은 각각 얼마나 되는지요?

6) 기타

	값
유효합계	600
최소값	0
최대값	80
평균	15.28
표준편차	12.454

**qa2b1 [2010년]유통점별 구매비율1: TV 전자상거래**

A2-1. 그러면 \_\_\_\_님께서 2010년도에 물건을 사는데 지출하셨다고 하신 (A1-1의 응답 비율)을 다음의 구매하신 유통점의 종류별로 나눈다면, 그 비율은 각각 얼마나 되는지요?

1) TV 전자상거래

	값
유효합계	600
최소값	0
최대값	40
평균	2.70
표준편차	5.784

**qa2b2 [2010년]유통점별 구매비율2: 인터넷 쇼핑 / 인터넷 경매**

A2-1. 그러면 \_\_\_\_님께서 2010년도에 물건을 사는데 지출하셨다고 하신 (A1-1의 응답 비율)을 다음의 구매하신 유통점의 종류별로 나눈다면, 그 비율은 각각 얼마나 되는지요?

2) 인터넷 쇼핑 / 인터넷 경매

	값
유효합계	600
최소값	0
최대값	80
평균	17.22
표준편차	17.369

**qa2b3 [2010년]유통점별 구매비율3: TV홈쇼핑 / 카달로그(통신판매)**

A2-1. 그러면 \_\_\_\_님께서는 2010년도에 물건을 사는데 지출하셨다고 하신 (A1-1의 응답 비용)을 다음의 구매하신 유통점의 종류별로 나눈다면, 그 비율은 각각 얼마나 되는지요?  
3) TV홈쇼핑 / 카달로그(통신판매)

	값
유효합계	600
최소값	0
최대값	50
평균	8.66
표준편차	9.916

**qa2b4 [2010년]유통점별 구매비율4: 백화점**

A2-1. 그러면 \_\_\_\_님께서는 2010년도에 물건을 사는데 지출하셨다고 하신 (A1-1의 응답 비용)을 다음의 구매하신 유통점의 종류별로 나눈다면, 그 비율은 각각 얼마나 되는지요?  
4) 백화점

	값
유효합계	600
최소값	0
최대값	80
평균	24.42
표준편차	13.110

**qa2b5 [2010년]유통점별 구매비율5: 할인점(마트)**

A2-1. 그러면 \_\_\_\_님께서는 2010년도에 물건을 사는데 지출하셨다고 하신 (A1-1의 응답 비용)을 다음의 구매하신 유통점의 종류별로 나눈다면, 그 비율은 각각 얼마나 되는지요?  
5) 할인점(마트)

	값
유효합계	600
최소값	0
최대값	88
평균	32.07
표준편차	16.867

**qa2b6 [2010년]유통점별 구매비율6: 기타**

A2-1. 그러면 \_\_\_\_님께서서는 2010년도에 물건을 사는데 지출하셨다고 하신 (A1-1의 응답 비율)을 다음의 구매하신 유통점의 종류별로 나눈다면, 그 비율은 각각 얼마나 되는지요?  
6) 기타

	값
유효합계	600
최소값	0
최대값	70
평균	14.93
표준편차	10.953

**qa2c1 [2011년]유통점별 구매비율1: TV 전자상거래**

A2-2. 그러면 OO님께서서는 이전에 물건을 구매하신 경험으로 봤을 때 내년 2011년도에는 다음 각각의 유통점에서 구매하실 비율은 각각 얼마나 되실 것 같으신지요?  
1) TV 전자상거래

	값
유효합계	600
최소값	0
최대값	50
평균	4.94
표준편차	7.417

**qa2c2 [2011년]유통점별 구매비율2: 인터넷 쇼핑 / 인터넷 경매**

A2-2. 그러면 OO님께서서는 이전에 물건을 구매하신 경험으로 봤을 때 내년 2011년도에는 다음 각각의 유통점에서 구매하실 비율은 각각 얼마나 되실 것 같으신지요?  
2) 인터넷 쇼핑 / 인터넷 경매

	값
유효합계	600
최소값	0
최대값	80
평균	17.02
표준편차	16.731

**qa2c3 [2011년]유통점별 구매비율3: TV홈쇼핑 / 카달로그(통신판매)**

A2-2. 그러면 OO님께서는 이전에 물건을 구매하신 경험으로 봤을 때 내년 2011년도에는 다음 각각의 유통점에서 구매하실 비율은 각각 얼마나 되실 것 같으신지요?  
3) TV홈쇼핑 / 카달로그(통신판매)

	값
유효합계	600
최소값	0
최대값	400
평균	8.55
표준편차	9.027

**qa2c4 [2011년]유통점별 구매비율4: 백화점**

A2-2. 그러면 OO님께서는 이전에 물건을 구매하신 경험으로 봤을 때 내년 2011년도에는 다음 각각의 유통점에서 구매하실 비율은 각각 얼마나 되실 것 같으신지요?  
4) 백화점

	값
유효합계	600
최소값	0
최대값	80
평균	24.50
표준편차	13.281

**qa2c5 [2011년]유통점별 구매비율5: 할인점(마트)**

A2-2. 그러면 OO님께서는 이전에 물건을 구매하신 경험으로 봤을 때 내년 2011년도에는 다음 각각의 유통점에서 구매하실 비율은 각각 얼마나 되실 것 같으신지요?  
5) 할인점(마트)

	값
유효합계	600
최소값	0
최대값	85
평균	31.57
표준편차	16.376



**qa2c6 [2011년]유통점별 구매비율6: 기타**

A2-2. 그러면 OO님께서도 이전에 물건을 구매하신 경험으로 봤을 때 내년 2011년도에는 다음 각각의 유통점에서 구매하실 비율은 각각 얼마나 되실 것 같으신지요?  
6) 기타

	값
유효합계	600
최소값	0
최대값	70
평균	13.42
표준편차	10.241

**qa3a1 TV전자상거래 구매 품목1: 패션의류**

A3. \_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-1. TV 전자상거래 - 1) 패션의류

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	493	82.2	82.2
그렇다	1	107	17.8	17.8
		600	100.0	100.0

**qa3a2 TV전자상거래 구매 품목2: 잡화/화장품**

A3. \_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-1. TV 전자상거래 - 2) 잡화/화장품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	535	89.2	89.2
그렇다	1	65	10.8	10.8
		600	100.0	100.0

**qa3a3 TV전자상거래 구매 품목3: 생활/가구/침구**

A3. \_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-1. TV 전자상거래 - 3) 생활/가구/침구

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	577	96.2	96.2
그렇다	1	23	3.8	3.8
		600	100.0	100.0

**qa3a4 TV전자상거래 구매 품목4: 출산/유아용품**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-1. TV 전자상거래 - 4) 출산/유아용품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	598	99.7	99.7
그렇다	1	2	.3	.3
		600	100.0	100.0

**qa3a5 TV전자상거래 구매 품목5: 여행/상품권/도서**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-1. TV 전자상거래 - 5) 여행/상품권/도서

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	581	96.8	96.8
그렇다	1	19	3.2	3.2
		600	100.0	100.0

**qa3a6 TV전자상거래 구매 품목6: 식품**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-1. TV 전자상거래 - 6) 식품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	585	97.5	97.5
그렇다	1	15	2.5	2.5
		600	100.0	100.0

**qa3a7 TV전자상거래 구매 품목7: 가전/디지털/컴퓨터**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-1. TV 전자상거래 - 7) 가전/디지털/컴퓨터

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	586	97.7	97.7
그렇다	1	14	2.3	2.3
		600	100.0	100.0

**qa3a8 TV전자상거래 구매 품목8: 스포츠/자동차**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-1. TV 전자상거래 - 8) 스포츠/자동차

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	595	99.2	99.2
그렇다	1	5	.8	.8
		600	100.0	100.0

**qa3b1 인터넷쇼핑/인터넷경매 구매 품목1: 패션의류**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-2. 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 - 1) 패션의류

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	361	60.2	60.2
그렇다	1	239	39.8	39.8
		600	100.0	100.0

**qa3b2 인터넷쇼핑/인터넷경매 구매 품목2: 잡화/화장품**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-2. 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 - 2) 잡화/화장품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	344	57.3	57.3
그렇다	1	256	42.7	42.7
		600	100.0	100.0

**qa3b3 인터넷쇼핑/인터넷경매 구매 품목3: 생활/가구/침구**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-2. 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 - 3) 생활/가구/침구

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	515	85.8	85.8
그렇다	1	85	14.2	14.2
		600	100.0	100.0

**qa3b4 인터넷쇼핑/인터넷경매 구매 품목4: 출산/유아용품**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-2. 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 - 4) 출산/유아용품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	562	93.7	93.7
그렇다	1	38	6.3	6.3
		600	100.0	100.0

**qa3b5 인터넷쇼핑/인터넷경매 구매 품목5: 여행/상품권/도서**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-2. 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 - 5) 여행/상품권/도서

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	440	73.3	73.3
그렇다	1	160	26.7	26.7
		600	100.0	100.0

**qa3b6 인터넷쇼핑/인터넷경매 구매 품목6: 식품**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-2. 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 - 6) 식품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	523	87.2	87.2
그렇다	1	77	12.8	12.8
		600	100.0	100.0

**qa3b7 인터넷쇼핑/인터넷경매 구매 품목7: 가전/디지털/컴퓨터**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-2. 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 - 7) 가전/디지털/컴퓨터

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	448	74.7	74.7
그렇다	1	152	25.3	25.3
		600	100.0	100.0

**qa3b8 인터넷쇼핑/인터넷경매 구매 품목8: 스포츠/자동차**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-2. 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 - 8) 스포츠/자동차

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	518	86.3	86.3
그렇다	1	82	13.7	13.7
		600	100.0	100.0

**qa3c1 TV홈쇼핑/카달로그 구매 품목1: 패션의류**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-3. TV홈쇼핑/카달로그 - 1) 패션의류

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	485	80.8	80.8
그렇다	1	115	19.2	19.2
		600	100.0	100.0

**qa3c2 TV홈쇼핑/카달로그 구매 품목2: 잡화/화장품**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-3. TV홈쇼핑/카달로그 - 2) 잡화/화장품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	469	78.2	78.2
그렇다	1	131	21.8	21.8
		600	100.0	100.0

**qa3c3 TV홈쇼핑/카달로그 구매 품목3: 생활/가구/침구**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-3. TV홈쇼핑/카달로그 - 3) 생활/가구/침구

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	469	78.2	78.2
그렇다	1	131	21.8	21.8
		600	100.0	100.0

**qa3c4 TV홈쇼핑/카달로그 구매 품목4: 출산/유아용품**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-3. TV홈쇼핑/카달로그 - 4) 출산/유아용품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	576	96.0	96.0
그렇다	1	24	4.0	4.0
		600	100.0	100.0

**qa3c5 TV홈쇼핑/카달로그 구매 품목5: 여행/상품권/도서**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-3. TV홈쇼핑/카달로그 - 5) 여행/상품권/도서

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	560	93.3	93.3
그렇다	1	40	6.7	6.7
		600	100.0	100.0

**qa3c6 TV홈쇼핑/카달로그 구매 품목6: 식품**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-3. TV홈쇼핑/카달로그 - 6) 식품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	497	82.8	82.8
그렇다	1	103	17.2	17.2
		600	100.0	100.0

**qa3c7 TV홈쇼핑/카달로그 구매 품목7: 가전/디지털/컴퓨터**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-3. TV홈쇼핑/카달로그 - 7) 가전/디지털/컴퓨터

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	529	88.2	88.2
그렇다	1	71	11.8	11.8
		600	100.0	100.0

**qa3c8 TV홈쇼핑/카달로그 구매 품목8: 스포츠/자동차**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-3. TV홈쇼핑/카달로그 - 8) 스포츠/자동차

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	545	90.8	90.8
그렇다	1	55	9.2	9.2
		600	100.0	100.0

**qa3d1 백화점 구매 품목1: 패션의류**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-4. 백화점 - 1) 패션의류

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	107	17.8	17.8
그렇다	1	493	82.2	82.2
		600	100.0	100.0

**qa3d2 백화점 구매 품목2: 잡화/화장품**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-4. 백화점 - 2) 잡화/화장품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	214	35.7	35.7
그렇다	1	386	64.3	64.3
		600	100.0	100.0

**qa3d3 백화점 구매 품목3: 생활/가구/침구**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-4. 백화점 - 3) 생활/가구/침구

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	459	76.5	76.5
그렇다	1	141	23.5	23.5
		600	100.0	100.0

**qa3d4 백화점 구매 품목4: 출산/유아용품**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-4. 백화점 - 4) 유아용품/장난감

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	538	89.7	89.7
그렇다	1	62	10.3	10.3
		600	100.0	100.0

**qa3d5 백화점 구매 품목5: 여행/상품권/도서**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-4. 백화점 - 5) 여행/상품권/도서

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	555	92.5	92.5
그렇다	1	45	7.5	7.5
		600	100.0	100.0

**qa3d6 백화점 구매 품목6: 식품**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-4. 백화점 - 6) 식품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	420	70.0	70.0
그렇다	1	180	30.0	30.0
		600	100.0	100.0

**qa3d7 백화점 구매 품목7: 가전/디지털/컴퓨터**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-4. 백화점 - 7) 가전/디지털/컴퓨터

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	449	74.8	74.8
그렇다	1	151	25.2	25.2
		600	100.0	100.0



**qa3d8 백화점 구매 품목8: 스포츠/자동차**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-4. 백화점 - 8) 스포츠/자동차

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	503	83.8	83.8
그렇다	1	97	16.2	16.2
		600	100.0	100.0

**qa3e1 할인점 구매 품목1: 패션의류**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-5. 할인점(마트) - 1) 패션의류

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	380	63.3	63.3
그렇다	1	220	36.7	36.7
		600	100.0	100.0

**qa3e2 할인점 구매 품목2: 잡화/화장품**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-5. 할인점(마트) - 2) 잡화/화장품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	294	49.0	49.0
그렇다	1	306	51.0	51.0
		600	100.0	100.0

**qa3e3 할인점 구매 품목3: 생활/가구/침구**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-5. 할인점(마트) - 3) 생활/가구/침구

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	308	51.3	51.3
그렇다	1	292	48.7	48.7
		600	100.0	100.0

**qa3e4 할인점 구매 품목4: 출산/유아용품**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-5. 할인점(마트) - 4)출산/유아용품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	498	83.0	83.0
그렇다	1	102	17.0	17.0
		600	100.0	100.0

**qa3e5 할인점 구매 품목5: 여행/상품권/도서**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-5. 할인점(마트) - 5) 여행/상품권/도서

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	524	87.3	87.3
그렇다	1	76	12.7	12.7
		600	100.0	100.0

**qa3e6 할인점 구매 품목6: 식품**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-5. 할인점(마트) - 6) 식품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	154	25.7	25.7
그렇다	1	446	74.3	74.3
		600	100.0	100.0

**qa3e7 할인점 구매 품목7: 가전/디지털/컴퓨터**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-5. 할인점(마트) - 7) 가전/디지털/컴퓨터

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	385	64.2	64.2
그렇다	1	215	35.8	35.8
		600	100.0	100.0

**qa3e8 할인점 구매 품목8: 스포츠/자동차**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-5. 할인점(마트) - 8) 스포츠/자동차

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	434	72.3	72.3
그렇다	1	166	27.7	27.7
		600	100.0	100.0

**qa3f1 그 외 기타 구매 품목1: 패션의류**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-6. 그외 기타 - 1) 패션의류

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	512	85.3	85.3
그렇다	1	88	14.7	14.7
		600	100.0	100.0

**qa3f2 그 외 기타 구매 품목2: 잡화/화장품**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-6. 그외 기타 - 2) 잡화/화장품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	485	80.8	80.8
그렇다	1	115	19.2	19.2
		600	100.0	100.0

**qa3f3 그 외 기타 구매 품목3: 생활/가구/침구**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-6. 그외 기타 - 3) 생활/가구/침구

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	546	91.0	91.0
그렇다	1	54	9.0	9.0
		600	100.0	100.0

**qa3f4 그 외 기타 구매 품목4: 출산/유아용품**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-6. 그외 기타 - 4) 출산/유아용품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	532	88.7	88.7
그렇다	1	68	11.3	11.3
		600	100.0	100.0

**qa3f5 그 외 기타 구매 품목5: 여행/상품권/도서**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-6. 그외 기타 - 5) 여행/상품권/도서

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	453	75.5	75.5
그렇다	1	147	24.5	24.5
		600	100.0	100.0

**qa3f6 그 외 기타 구매 품목6: 식품**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-6. 그외 기타 - 6) 식품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	265	44.2	44.2
그렇다	1	335	55.8	55.8
		600	100.0	100.0

**qa3f7 그 외 기타 구매 품목7: 가전/디지털/컴퓨터**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-6. 그외 기타 - 7) 가전/디지털/컴퓨터

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	505	84.2	84.2
그렇다	1	95	15.8	15.8
		600	100.0	100.0

**qa3f8 그 외 기타 구매 품목8: 스포츠/자동차**

A3. \_\_\_\_님께서 (유통 종류)에서 많이 구매하시는 것은 주로 어떤 것들인지요?

A3-6. 그외 기타 - 8) 스포츠/자동차

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	513	85.5	85.5
그렇다	1	87	14.5	14.5
		600	100.0	100.0

**qb1a1 유통점을 평가하는 항목의 중요성1: 상품구색의 다양성**

B1. 다음 문장들은 유통점 (TV전자 상거래, 인터넷 쇼핑, 홈쇼핑, 백화점, 할인점 등)을 평가하는 항목들입니다. 각각의 항목들이 유통점을 평가하는 데 얼마나 중요하다고 생각하시는지요?

(01) 상품구색의 다양성

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
보통이다	3	6	1.0	1.0
중요하다	4	236	39.3	39.3
매우중요하다	5	358	59.7	59.7
		600	100.0	100.0

**qb1a2 유통점을 평가하는 항목의 중요성2: 많은 최신/유행 상품들**

B1. 다음 문장들은 유통점 (TV전자 상거래, 인터넷 쇼핑, 홈쇼핑, 백화점, 할인점 등)을 평가하는 항목들입니다. 각각의 항목들이 유통점을 평가하는 데 얼마나 중요하다고 생각하시는지요?

(02) 많은 최신/유행 상품들(원하는 상품을 빠르게 구매할 수 있어야 한다)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
보통이다	3	32	5.3	5.3
중요하다	4	266	44.3	44.3
매우중요하다	5	302	50.3	50.3
		600	100.0	100.0

**qb1a3 유통점을 평가하는 항목의 중요성3: 가격대비 품질**

B1. 다음 문장들은 유통점 (TV전자 상거래, 인터넷 쇼핑, 홈쇼핑, 백화점, 할인점 등)을 평가하는 항목들입니다. 각각의 항목들이 유통점을 평가하는 데 얼마나 중요하다고 생각하시는지요?

(03) 가격대비 품질

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
보통이다	3	9	1.5	1.5
중요하다	4	181	30.2	30.2
매우중요하다	5	410	68.3	68.3
		600	100.0	100.0

**qb1a4 유통점을 평가하는 항목의 중요성4: 할인행사 등 고객에게 필요한 정보 전달**

B1. 다음 문장들은 유통점 (TV전자 상거래, 인터넷 쇼핑, 홈쇼핑, 백화점, 할인점 등)을 평가하는 항목들입니다. 각각의 항목들이 유통점을 평가하는 데 얼마나 중요하다고 생각하시는지요?

(04) 할인행사 등 고객에게 필요한 정보 전달

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
중요하지 않다	2	3	.5	.5
보통이다	3	47	7.8	7.8
중요하다	4	370	61.7	61.7
매우중요하다	5	180	30.0	30.0
		600	100.0	100.0

**qb1a5 유통점을 평가하는 항목의 중요성5: 원하는 시간대의 쇼핑**

B1. 다음 문장들은 유통점 (TV전자 상거래, 인터넷 쇼핑, 홈쇼핑, 백화점, 할인점 등)을 평가하는 항목들입니다. 각각의 항목들이 유통점을 평가하는 데 얼마나 중요하다고 생각하시는지요?

(05) 원하는 시간대의 쇼핑 (언제나 쇼핑가능)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
중요하지 않다	2	7	1.2	1.2
보통이다	3	60	10.0	10.0
중요하다	4	301	50.2	50.2
매우중요하다	5	232	38.7	38.7
		600	100.0	100.0

**qb1a6 유통점을 평가하는 항목의 중요성6: 상품에 대한 다양한 정보 제공**

B1. 다음 문장들은 유통점(TV전자 상거래, 인터넷 쇼핑, 홈쇼핑, 백화점, 할인점 등)을 평가하는 항목들입니다. 각각의 항목들이 유통점을 평가하는 데 얼마나 중요하다고 생각하시는지요?

(06) 상품에 대한 다양한 정보 제공

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
중요하지 않다	2	3	.5	.5
보통이다	3	45	7.5	7.5
중요하다	4	285	47.5	47.5
매우중요하다	5	267	44.5	44.5
		600	100.0	100.0

**qb1a7 유통점을 평가하는 항목의 중요성7: 판매하는 상품의 품질**

B1. 다음 문장들은 유통점(TV전자 상거래, 인터넷 쇼핑, 홈쇼핑, 백화점, 할인점 등)을 평가하는 항목들입니다. 각각의 항목들이 유통점을 평가하는 데 얼마나 중요하다고 생각하시는지요?

(07) 판매하는 상품의 품질

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
보통이다	3	19	3.2	3.2
중요하다	4	226	37.7	37.7
매우중요하다	5	355	59.2	59.2
		600	100.0	100.0

**qb1a8 유통점을 평가하는 항목의 중요성8: 사은품, 쿠폰 등 구입시의 혜택**

B1. 다음 문장들은 유통점(TV전자 상거래, 인터넷 쇼핑, 홈쇼핑, 백화점, 할인점 등)을 평가하는 항목들입니다. 각각의 항목들이 유통점을 평가하는 데 얼마나 중요하다고 생각하시는지요?

(08) 사은품, 쿠폰 등 구입시의 혜택

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 중요하지 않다	1	1	.2	.2
중요하지 않다	2	4	.7	.7
보통이다	3	80	13.3	13.3
중요하다	4	307	51.2	51.2
매우중요하다	5	208	34.7	34.7
		600	100.0	100.0

**qb1a9 유통점을 평가하는 항목의 중요성9: 다른 곳에서 구매할 수 없는 상품 판매**

B1. 다음 문장들은 유통점 (TV전자 상거래, 인터넷 쇼핑, 홈쇼핑, 백화점, 할인점 등)을 평가하는 항목들입니다. 각각의 항목들이 유통점을 평가하는 데 얼마나 중요하다고 생각하시는지요?

(09) 다른 곳에서 구매할 수 없는 상품 판매

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 중요하지 않다	1	3	.5	.5
중요하지 않다	2	12	2.0	2.0
보통이다	3	65	10.8	10.8
중요하다	4	335	55.8	55.8
매우중요하다	5	185	30.8	30.8
		600	100.0	100.0

**qb1a10 유통점을 평가하는 항목의 중요성10: 반품/교환의 편리성**

B1. 다음 문장들은 유통점 (TV전자 상거래, 인터넷 쇼핑, 홈쇼핑, 백화점, 할인점 등)을 평가하는 항목들입니다. 각각의 항목들이 유통점을 평가하는 데 얼마나 중요하다고 생각하시는지요?

(10) 반품/교환의 편리성

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
중요하지 않다	2	1	.2	.2
보통이다	3	40	6.7	6.7
중요하다	4	286	47.7	47.7
매우중요하다	5	273	45.5	45.5
		600	100.0	100.0

**qb1a11 유통점을 평가하는 항목의 중요성11: 거래시 개인정보 보호에 대한 신뢰**

B1. 다음 문장들은 유통점 (TV전자 상거래, 인터넷 쇼핑, 홈쇼핑, 백화점, 할인점 등)을 평가하는 항목들입니다. 각각의 항목들이 유통점을 평가하는 데 얼마나 중요하다고 생각하시는지요?

(11) 거래 시 개인정보 보호에 대한 신뢰

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
보통이다	3	22	3.7	3.7
중요하다	4	344	57.3	57.3
매우중요하다	5	234	39.0	39.0
		600	100.0	100.0



**qb1a12 유통점을 평가하는 항목의 중요성12: 제품 배달의 신속성**

B1. 다음 문장들은 유통점 (TV전자 상거래, 인터넷 쇼핑, 홈쇼핑, 백화점, 할인점 등)을 평가하는 항목들입니다. 각각의 항목들이 유통점을 평가하는 데 얼마나 중요하다고 생각하시는지요?

(12) 제품 배달의 신속성

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
중요하지 않다	2	1	.2	.2
보통이다	3	32	5.3	5.3
중요하다	4	386	64.3	64.3
매우중요하다	5	181	30.2	30.2
		600	100.0	100.0

**qb1a13 유통점을 평가하는 항목의 중요성13: 결제의 편리성**

B1. 다음 문장들은 유통점 (TV전자 상거래, 인터넷 쇼핑, 홈쇼핑, 백화점, 할인점 등)을 평가하는 항목들입니다. 각각의 항목들이 유통점을 평가하는 데 얼마나 중요하다고 생각하시는지요?

(13) 결제의 편리성

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
중요하지 않다	2	1	.2	.2
보통이다	3	31	5.2	5.2
중요하다	4	381	63.5	63.5
매우중요하다	5	187	31.2	31.2
		600	100.0	100.0

**qb1b1 유통점을 평가하는 항목 (1순위)**

B1-1. \_\_\_\_님께서서는 유통점을 평가하는데 가장 중요하다고 생각하시는 2가지를 선택해 주세요. 가장 중요한 순서대로 2가지만 선택해 주세요.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
상품 구색의 다양성	1	149	24.8	24.8
많은 최신 /유행상품들	2	70	11.7	11.7
가격대비 품질	3	134	22.3	22.3
할인행사 등 고객에게 필요한 정보 전달	4	16	2.7	2.7
원하는 시간대의 쇼핑	5	37	6.2	6.2
상품에 대한 다양한 정보 제공	6	41	6.8	6.8
판매하는 상품의 품질	7	94	15.7	15.7

사은품,쿠폰 등 구입시의 혜택	8	6	1.0	1.0
다른 곳에서 구매할수 없는 상품판매	9	7	1.2	1.2
반품/교환의 편리성	10	19	3.2	3.2
거래시 개인정보 보호에 대한 신뢰	11	20	3.3	3.3
제품 배달의 신속성	12	4	.7	.7
결제의 편리성	13	3	.5	.5
		600	100.0	100.0

## qb1b2 유통점을 평가하는 항목 (2순위)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
상품 구색의 다양성	1	94	15.7	15.7
많은 최신 /유행상품들	2	92	15.3	15.3
가격대비 품질	3	124	20.7	20.7
할인행사 등 고객에게 필요한 정보 전달	4	29	4.8	4.8
원하는 시간대의 쇼핑	5	37	6.2	6.2
상품에 대한 다양한 정보 제공	6	47	7.8	7.8
판매하는 상품의 품질	7	84	14.0	14.0
사은품,쿠폰 등 구입시의 혜택	8	28	4.7	4.7
다른 곳에서 구매할수 없는 상품판매	9	11	1.8	1.8
반품/교환의 편리성	10	25	4.2	4.2
거래시 개인정보 보호에 대한 신뢰	11	12	2.0	2.0
제품 배달의 신속성	12	9	1.5	1.5
결제의 편리성	13	8	1.3	1.3
		600	100.0	100.0

**qb2a1 TV전자상거래 구매 만족도1: 상품구색이 다양하다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-1. TV 전자상거래 - (01) 상품구색이 다양하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	1	.2	.8
그렇지 않다	2	7	1.2	5.3
그저 그렇다/보통이다	3	28	4.7	21.2
그렇다	4	82	13.7	62.1
매우 그렇다	5	14	2.3	10.6
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qb2a2 TV전자상거래 구매 만족도2: 최신/유행 상품이 많다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-1. TV 전자상거래 - (02) 최신/유행 상품이 많다(원하는 상품을 빠르게 구매할 수 있어야 한다)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그저 그렇다/보통이다	3	37	6.2	28.0
그렇다	4	73	12.2	55.3
매우 그렇다	5	22	3.7	16.7
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qb2a3 TV전자상거래 구매 만족도3: 가격대비 품질이 좋다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-1. TV 전자상거래 - (03) 가격대비 품질이 좋다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	4	.7	3.0
그저 그렇다/보통이다	3	37	6.2	28.0
그렇다	4	70	11.7	53.0
매우 그렇다	5	21	3.5	15.9
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qb2a4 TV전자상거래 구매 만족도4: 할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달한다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-1. TV 전자상거래 - (04) 할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달한다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그저 그렇다/보통이다	3	41	6.8	31.1
그렇다	4	71	11.8	53.8
매우 그렇다	5	20	3.3	15.2
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qb2a5 TV전자상거래 구매 만족도5: 원하는 시간에 쇼핑할 수 있다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-1. TV 전자상거래 - (05) 원하는 시간에 쇼핑할 수 있다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그저 그렇다/보통이다	3	23	3.8	17.4
그렇다	4	82	13.7	62.1
매우 그렇다	5	27	4.5	20.5
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qb2a6 TV전자상거래 구매 만족도6: 상품에 대한 다양한 정보를 제공한다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-1. TV 전자상거래 - (06) 상품에 대한 다양한 정보를 제공한다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	3	.5	2.3
그저 그렇다/보통이다	3	27	4.5	20.5
그렇다	4	78	13.0	59.1
매우 그렇다	5	24	4.0	18.2
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qb2a7 TV전자상거래 구매 만족도7: 판매하는 상품의 품질이 좋다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-1. TV 전자상거래 - (07) 판매하는 상품의 품질이 좋다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	1	.2	.8
그저 그렇다/보통이다	3	27	4.5	20.5
그렇다	4	86	14.3	65.2
매우 그렇다	5	18	3.0	13.6
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qb2a8 TV전자상거래 구매 만족도8: 사은품, 쿠폰 등 구입시 혜택이 좋다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-1. TV 전자상거래 - (08) 사은품, 쿠폰 등 구입시 혜택이 좋다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	1	.2	.8
그저 그렇다/보통이다	3	43	7.2	32.6
그렇다	4	73	12.2	55.3
매우 그렇다	5	15	2.5	11.4
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qb2a9 TV전자상거래 구매 만족도9: 다른 곳에서 구매할 수 없는 상품이 많다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-1. TV 전자상거래 - (09) 다른 곳에서 구매할 수 없는 상품이 많다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	8	1.3	6.1
그저 그렇다/보통이다	3	28	4.7	21.2
그렇다	4	77	12.8	58.3
매우 그렇다	5	19	3.2	14.4
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qb2a10 TV전자상거래 구매 만족도10: 반품/교환이 편리하다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-1. TV 전자상거래 - (10) 반품/교환이 편리하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	5	.8	3.8
그저 그렇다/보통이다	3	30	5.0	22.7
그렇다	4	74	12.3	56.1
매우 그렇다	5	23	3.8	17.4
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qb2a11 TV전자상거래 구매 만족도11: 거래시 개인정보 보호에 대한 신뢰가 있다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-1. TV 전자상거래 - (11) 거래시 개인정보 보호에 대한 신뢰가 있다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	2	.3	1.5
그저 그렇다/보통이다	3	40	6.7	30.3
그렇다	4	73	12.2	55.3
매우 그렇다	5	17	2.8	12.9
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qb2a12 TV전자상거래 구매 만족도12: 제품 배달이 신속하다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-1. TV 전자상거래 - (12) 제품 배달이 신속하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	2	.3	1.5
그저 그렇다/보통이다	3	21	3.5	15.9
그렇다	4	94	15.7	71.2
매우 그렇다	5	15	2.5	11.4
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qb2a13 TV전자상거래 구매 만족도13: 결제가 편리하다**

B2. \_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-1. TV 전자상거래 - (13) 결제가 편리하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	1	.2	.8
그렇지 않다	2	1	.2	.8
그저 그렇다/보통이다	3	24	4.0	18.2
그렇다	4	89	14.8	67.4
매우 그렇다	5	17	2.8	12.9
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qb2b1 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 구매 만족도1: 상품구색이 다양하다**

B2. \_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-2. 인터넷쇼핑/인터넷경매 - (01) 상품구색이 다양하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	2	.3	.5
그저 그렇다/보통이다	3	54	9.0	12.5
그렇다	4	272	45.3	63.1
매우 그렇다	5	103	17.2	23.9
시스템 결측값		169	28.2	
		600	100.0	100.0

**qb2b2 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 구매 만족도2: 최신/유행 상품이 많다**

B2. \_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-2. 인터넷쇼핑/인터넷경매 - (02) 최신/유행 상품이 많다(원하는 상품을 빠르게 구매할 수 있어야 한다)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	2	.3	.5
그저 그렇다/보통이다	3	109	18.2	25.3
그렇다	4	223	37.2	51.7
매우 그렇다	5	97	16.2	22.5
시스템 결측값		169	28.2	
		600	100.0	100.0

**qb2b3 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 구매 만족도3: 가격대비 품질이 좋다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-2. 인터넷쇼핑/인터넷경매 - (03) 가격대비 품질이 좋다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	13	2.2	3.0
그저 그렇다/보통이다	3	87	14.5	20.2
그렇다	4	246	41.0	57.1
매우 그렇다	5	85	14.2	19.7
시스템 결측값		169	28.2	
		600	100.0	100.0

**qb2b4 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 구매 만족도4: 할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달한다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-2. 인터넷쇼핑/인터넷경매 - (04) 할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달한다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	6	1.0	1.4
그저 그렇다/보통이다	3	104	17.3	24.1
그렇다	4	240	40.0	55.7
매우 그렇다	5	81	13.5	18.8
시스템 결측값		169	28.2	
		600	100.0	100.0

**qb2b5 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 구매 만족도5: 원하는 시간에 쇼핑할 수 있다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-2. 인터넷쇼핑/인터넷경매 - (05) 원하는 시간에 쇼핑할 수 있다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	5	.8	1.2
그저 그렇다/보통이다	3	83	13.8	19.3
그렇다	4	209	34.8	48.5
매우 그렇다	5	134	22.3	31.1
시스템 결측값		169	28.2	
		600	100.0	100.0



**qb2b6 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 구매 만족도6: 상품에 대한 다양한 정보를 제공한다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-2. 인터넷쇼핑/인터넷경매 - (06) 상품에 대한 다양한 정보를 제공한다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	5	.8	1.2
그저 그렇다/보통이다	3	97	16.2	22.5
그렇다	4	252	42.0	58.5
매우 그렇다	5	77	12.8	17.9
시스템 결측값		169	28.2	
		600	100.0	100.0

**qb2b7 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 구매 만족도7: 판매하는 상품의 품질이 좋다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-2. 인터넷쇼핑/인터넷경매 - (07) 판매하는 상품의 품질이 좋다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	13	2.2	3.0
그저 그렇다/보통이다	3	97	16.2	22.5
그렇다	4	244	40.7	56.6
매우 그렇다	5	77	12.8	17.9
시스템 결측값		169	28.2	
		600	100.0	100.0

**qb2b8 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 구매 만족도8: 사은품, 쿠폰 등 구입시 혜택이 좋다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-2. 인터넷쇼핑/인터넷경매 - (08) 사은품, 쿠폰 등 구입시 혜택이 좋다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	7	1.2	1.6
그저 그렇다/보통이다	3	109	18.2	25.3
그렇다	4	231	38.5	53.6
매우 그렇다	5	84	14.0	19.5
시스템 결측값		169	28.2	
		600	100.0	100.0

**qb2b9 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 구매 만족도9: 다른 곳에서 구매할 수 없는 상품이 많다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-2. 인터넷쇼핑/인터넷경매 - (09) 다른 곳에서 구매할 수 없는 상품이 많다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	2	.3	.5
그렇지 않다	2	17	2.8	3.9
그저 그렇다/보통이다	3	103	17.2	23.9
그렇다	4	242	40.3	56.1
매우 그렇다	5	67	11.2	15.5
시스템 결측값		169	28.2	
		600	100.0	100.0

**qb2b10 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 구매 만족도10: 반품/교환이 편리하다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-2. 인터넷쇼핑/인터넷경매 - (10) 반품/교환이 편리하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	9	1.5	2.1
그렇지 않다	2	24	4.0	5.6
그저 그렇다/보통이다	3	95	15.8	22.0
그렇다	4	220	36.7	51.0
매우 그렇다	5	83	13.8	19.3
시스템 결측값		169	28.2	
		600	100.0	100.0

**qb2b11 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 구매 만족도11: 거래시 개인정보 보호에 대한 신뢰가 있다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-2. 인터넷쇼핑/인터넷경매 - (11) 거래시 개인정보 보호에 대한 신뢰가 있다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	23	3.8	5.3
그저 그렇다/보통이다	3	100	16.7	23.2
그렇다	4	242	40.3	56.1
매우 그렇다	5	66	11.0	15.3
시스템 결측값		169	28.2	
		600	100.0	100.0

**qb2b12 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 구매 만족도12: 제품 배달이 신속하다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-2. 인터넷쇼핑/인터넷경매 - (12) 제품 배달이 신속하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	6	1.0	1.4
그저 그렇다/보통이다	3	107	17.8	24.8
그렇다	4	258	43.0	59.9
매우 그렇다	5	60	10.0	13.9
시스템 결측값		169	28.2	
		600	100.0	100.0

**qb2b13 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 구매 만족도13: 결제가 편리하다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-2. 인터넷쇼핑/인터넷경매 - (13) 결제가 편리하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	10	1.7	2.3
그저 그렇다/보통이다	3	63	10.5	14.6
그렇다	4	311	51.8	72.2
매우 그렇다	5	47	7.8	10.9
시스템 결측값		169	28.2	
		600	100.0	100.0

**qb2c1 TV홈쇼핑 카탈로그 구매 만족도1: 상품구색이 다양하다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-3. TV홈쇼핑/카탈로그(통신판매) - (01) 상품구색이 다양하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	13	2.2	3.8
그저 그렇다/보통이다	3	75	12.5	21.9
그렇다	4	227	37.8	66.2
매우 그렇다	5	28	4.7	8.2
시스템 결측값		257	42.8	
		600	100.0	100.0

**qb2c2 TV홈쇼핑 카탈로그 구매 만족도2: 최신/유행 상품이 많다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-3. TV홈쇼핑/카탈로그(통신판매) - (02) 최신/유행 상품이 많다(원하는 상품을 빠르게 구매할 수 있어야 한다)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	9	1.5	2.6
그저 그렇다/보통이다	3	95	15.8	27.7
그렇다	4	180	30.0	52.5
매우 그렇다	5	59	9.8	17.2
시스템 결측값		257	42.8	
		600	100.0	100.0

**qb2c3 TV홈쇼핑 카탈로그 구매 만족도3: 가격대비 품질이 좋다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-3. TV홈쇼핑/카탈로그(통신판매) - (03) 가격대비 품질이 좋다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	10	1.7	2.9
그저 그렇다/보통이다	3	91	15.2	26.5
그렇다	4	185	30.8	53.9
매우 그렇다	5	57	9.5	16.6
시스템 결측값		257	42.8	
		600	100.0	100.0

**qb2c4 TV홈쇼핑 카탈로그 구매 만족도4: 할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달한다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-3. TV홈쇼핑/카탈로그(통신판매) - (04) 할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달한다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	11	1.8	3.2
그저 그렇다/보통이다	3	93	15.5	27.1
그렇다	4	184	30.7	53.6
매우 그렇다	5	55	9.2	16.0
시스템 결측값		257	42.8	
		600	100.0	100.0

**qb2c5 TV홈쇼핑 카탈로그 구매 만족도5: 원하는 시간에 쇼핑할 수 있다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-3. TV홈쇼핑/카탈로그(통신판매) - (05) 원하는 시간에 쇼핑할 수 있다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	28	4.7	8.2
그저 그렇다/보통이다	3	87	14.5	25.4
그렇다	4	182	30.3	53.1
매우 그렇다	5	46	7.7	13.4
시스템 결측값		257	42.8	
		600	100.0	100.0

**qb2c6 TV홈쇼핑 카탈로그 구매 만족도6: 상품에 대한 다양한 정보를 제공한다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-3. TV홈쇼핑/카탈로그(통신판매) - (06) 상품에 대한 다양한 정보를 제공한다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	10	1.7	2.9
그저 그렇다/보통이다	3	102	17.0	29.7
그렇다	4	189	31.5	55.1
매우 그렇다	5	42	7.0	12.2
시스템 결측값		257	42.8	
		600	100.0	100.0

**qb2c7 TV홈쇼핑 카탈로그 구매 만족도7: 판매하는 상품의 품질이 좋다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-3. TV홈쇼핑/카탈로그(통신판매) - (07) 판매하는 상품의 품질이 좋다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	6	1.0	1.7
그저 그렇다/보통이다	3	99	16.5	28.9
그렇다	4	188	31.3	54.8
매우 그렇다	5	50	8.3	14.6
시스템 결측값		257	42.8	
		600	100.0	100.0

**qb2c8 TV홈쇼핑 카탈로그 구매 만족도8: 사은품, 쿠폰 등 구입시 혜택이 좋다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-3. TV홈쇼핑/카탈로그(통신판매) - (08) 사은품, 쿠폰 등 구입시 혜택이 좋다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	10	1.7	2.9
그저 그렇다/보통이다	3	78	13.0	22.7
그렇다	4	207	34.5	60.3
매우 그렇다	5	48	8.0	14.0
시스템 결측값		257	42.8	
		600	100.0	100.0

**qb2c9 TV홈쇼핑 카탈로그 구매 만족도9: 다른 곳에서 구매할 수 없는 상품이 많다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-3. TV홈쇼핑/카탈로그(통신판매) - (09) 다른 곳에서 구매할 수 없는 상품이 많다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	13	2.2	3.8
그저 그렇다/보통이다	3	99	16.5	28.9
그렇다	4	194	32.3	56.6
매우 그렇다	5	37	6.2	10.8
시스템 결측값		257	42.8	
		600	100.0	100.0

**qb2c10 TV홈쇼핑 카탈로그 구매 만족도10: 반품/교환이 편리하다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-3. TV홈쇼핑/카탈로그(통신판매) - (10) 반품/교환이 편리하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	5	.8	1.5
그저 그렇다/보통이다	3	84	14.0	24.5
그렇다	4	194	32.3	56.6
매우 그렇다	5	60	10.0	17.5
시스템 결측값		257	42.8	
		600	100.0	100.0

**qb2c11 TV홈쇼핑 카탈로그 구매 만족도11: 거래시 개인정보 보호에 대한 신뢰가 있다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-3. TV홈쇼핑/카탈로그(통신판매) - (11) 거래시 개인정보 보호에 대한 신뢰가 있다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	12	2.0	3.5
그저 그렇다/보통이다	3	90	15.0	26.2
그렇다	4	203	33.8	59.2
매우 그렇다	5	38	6.3	11.1
시스템 결측값		257	42.8	
		600	100.0	100.0

**qb2c12 TV홈쇼핑 카탈로그 구매 만족도12: 제품 배달이 신속하다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-3. TV홈쇼핑/카탈로그(통신판매) - (12) 제품 배달이 신속하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	6	1.0	1.7
그저 그렇다/보통이다	3	72	12.0	21.0
그렇다	4	221	36.8	64.4
매우 그렇다	5	44	7.3	12.8
시스템 결측값		257	42.8	
		600	100.0	100.0

**qb2c13 TV홈쇼핑 카탈로그 구매 만족도13: 결제가 편리하다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-3. TV홈쇼핑/카탈로그(통신판매) - (13) 결제가 편리하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	12	2.0	3.5
그저 그렇다/보통이다	3	53	8.8	15.5
그렇다	4	249	41.5	72.6
매우 그렇다	5	29	4.8	8.5
시스템 결측값		257	42.8	
		600	100.0	100.0

**qb2d1 백화점 구매 만족도1: 상품구색이 다양하다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-4. 백화점 - (01) 상품구색이 다양하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	2	.3	.3
그저 그렇다/보통이다	3	61	10.2	10.5
그렇다	4	369	61.5	63.7
매우 그렇다	5	147	24.5	25.4
시스템 결측값		21	3.5	
		600	100.0	100.0

**qb2d2 백화점 구매 만족도2: 최신/유행 상품이 많다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-4. 백화점 - (02) 최신/유행 상품이 많다(원하는 상품을 빠르게 구매할 수 있어야 한다)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	1	.2	.2
그저 그렇다/보통이다	3	67	11.2	11.6
그렇다	4	319	53.2	55.1
매우 그렇다	5	192	32.0	33.2
시스템 결측값		21	3.5	
		600	100.0	100.0

**qb2d3 백화점 구매 만족도3: 가격대비 품질이 좋다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-4. 백화점 - (03) 가격대비 품질이 좋다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	8	1.3	1.4
그저 그렇다/보통이다	3	103	17.2	17.8
그렇다	4	297	49.5	51.3
매우 그렇다	5	171	28.5	29.5
시스템 결측값		21	3.5	
		600	100.0	100.0



**qb2d4 백화점 구매 만족도4: 할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달한다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-4. 백화점 - (04) 할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달한다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	5	.8	.9
그저 그렇다/보통이다	3	122	20.3	21.1
그렇다	4	335	55.8	57.9
매우 그렇다	5	117	19.5	20.2
시스템 결측값		21	3.5	
		600	100.0	100.0

**qb2d5 백화점 구매 만족도5: 원하는 시간에 쇼핑할 수 있다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-4. 백화점 - (05) 원하는 시간에 쇼핑할 수 있다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	3	.5	.5
그렇지 않다	2	70	11.7	12.1
그저 그렇다/보통이다	3	148	24.7	25.6
그렇다	4	259	43.2	44.7
매우 그렇다	5	99	16.5	17.1
시스템 결측값		21	3.5	
		600	100.0	100.0

**qb2d6 백화점 구매 만족도6: 상품에 대한 다양한 정보를 제공한다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-4. 백화점 - (06) 상품에 대한 다양한 정보를 제공한다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	5	.8	.9
그저 그렇다/보통이다	3	107	17.8	18.5
그렇다	4	337	56.2	58.2
매우 그렇다	5	130	21.7	22.5
시스템 결측값		21	3.5	
		600	100.0	100.0

**qb2d7 백화점 구매 만족도7: 판매하는 상품의 품질이 좋다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-4. 백화점 - (07) 판매하는 상품의 품질이 좋다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	5	.8	.9
그저 그렇다/보통이다	3	81	13.5	14.0
그렇다	4	333	55.5	57.5
매우 그렇다	5	160	26.7	27.6
시스템 결측값		21	3.5	
		600	100.0	100.0

**qb2d8 백화점 구매 만족도8: 사은품, 쿠폰 등 구입시 혜택이 좋다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-4. 백화점 - (08) 사은품, 쿠폰 등 구입시 혜택이 좋다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	15	2.5	2.6
그저 그렇다/보통이다	3	136	22.7	23.5
그렇다	4	290	48.3	50.1
매우 그렇다	5	138	23.0	23.8
시스템 결측값		21	3.5	
		600	100.0	100.0

**qb2d9 백화점 구매 만족도9: 다른 곳에서 구매할 수 없는 상품이 많다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-4. 백화점 - (09) 다른 곳에서 구매할 수 없는 상품이 많다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	11	1.8	1.9
그저 그렇다/보통이다	3	107	17.8	18.5
그렇다	4	331	55.2	57.2
매우 그렇다	5	130	21.7	22.5
시스템 결측값		21	3.5	
		600	100.0	100.0

**qb2d10 백화점 구매 만족도10: 반품/교환이 편리하다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-4. 백화점 - (10) 반품/교환이 편리하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	7	1.2	1.2
그저 그렇다/보통이다	3	97	16.2	16.8
그렇다	4	308	51.3	53.2
매우 그렇다	5	167	27.8	28.8
시스템 결측값		21	3.5	
		600	100.0	100.0

**qb2d11 백화점 구매 만족도11: 거래시 개인정보 보호에 대한 신뢰가 있다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-4. 백화점 - (11) 거래시 개인정보 보호에 대한 신뢰가 있다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	1	.2	.2
그저 그렇다/보통이다	3	88	14.7	15.2
그렇다	4	349	58.2	60.3
매우 그렇다	5	141	23.5	24.4
시스템 결측값		21	3.5	
		600	100.0	100.0

**qb2d12 백화점 구매 만족도12: 제품 배달이 신속하다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-4. 백화점 - (12) 제품 배달이 신속하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	9	1.5	1.6
그저 그렇다/보통이다	3	99	16.5	17.1
그렇다	4	366	61.0	63.2
매우 그렇다	5	105	17.5	18.1
시스템 결측값		21	3.5	
		600	100.0	100.0

**qb2d13 백화점 구매 만족도13: 결제가 편리하다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-4. 백화점 - (13) 결제가 편리하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	5	.8	.9
그저 그렇다/보통이다	3	60	10.0	10.4
그렇다	4	419	69.8	72.4
매우 그렇다	5	95	15.8	16.4
시스템 결측값		21	3.5	
		600	100.0	100.0

**qb2e1 할인점 구매 만족도1: 상품구색이 다양하다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-5. 할인점(마트) - (01) 상품구색이 다양하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	17	2.8	2.9
그저 그렇다/보통이다	3	117	19.5	19.7
그렇다	4	384	64.0	64.8
매우 그렇다	5	75	12.5	12.6
시스템 결측값		7	1.2	
		600	100.0	100.0

**qb2e2 할인점 구매 만족도2: 최신/유행 상품이 많다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-5. 할인점(마트) - (02) 최신/유행 상품이 많다(원하는 상품을 빠르게 구매할 수 있어야 한다)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	11	1.8	1.9
그저 그렇다/보통이다	3	156	26.0	26.3
그렇다	4	349	58.2	58.9
매우 그렇다	5	77	12.8	13.0
시스템 결측값		7	1.2	
		600	100.0	100.0

**qb2e3 할인점 구매 만족도3: 가격대비 품질이 좋다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-5. 할인점(마트) - (03) 가격대비 품질이 좋다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	7	1.2	1.2
그저 그렇다/보통이다	3	145	24.2	24.5
그렇다	4	337	56.2	56.8
매우 그렇다	5	104	17.3	17.5
시스템 결측값		7	1.2	
		600	100.0	100.0

**qb2e4 할인점 구매 만족도4: 할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달한다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-5. 할인점(마트) - (04) 할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달한다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	6	1.0	1.0
그저 그렇다/보통이다	3	156	26.0	26.3
그렇다	4	339	56.5	57.2
매우 그렇다	5	92	15.3	15.5
시스템 결측값		7	1.2	
		600	100.0	100.0

**qb2e5 할인점 구매 만족도5: 원하는 시간에 쇼핑할 수 있다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-5. 할인점(마트) - (05) 원하는 시간에 쇼핑할 수 있다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	1	.2	.2
그렇지 않다	2	59	9.8	9.9
그저 그렇다/보통이다	3	171	28.5	28.8
그렇다	4	291	48.5	49.1
매우 그렇다	5	71	11.8	12.0
시스템 결측값		7	1.2	
		600	100.0	100.0

**qb2e6 할인점 구매 만족도6: 상품에 대한 다양한 정보를 제공한다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-5. 할인점(마트) - (06) 상품에 대한 다양한 정보를 제공한다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	17	2.8	2.9
그저 그렇다/보통이다	3	169	28.2	28.5
그렇다	4	314	52.3	53.0
매우 그렇다	5	93	15.5	15.7
시스템 결측값		7	1.2	
		600	100.0	100.0

**qb2e7 할인점 구매 만족도7: 판매하는 상품의 품질이 좋다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-5. 할인점(마트) - (07) 판매하는 상품의 품질이 좋다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	10	1.7	1.7
그저 그렇다/보통이다	3	171	28.5	28.8
그렇다	4	315	52.5	53.1
매우 그렇다	5	97	16.2	16.4
시스템 결측값		7	1.2	
		600	100.0	100.0

**qb2e8 할인점 구매 만족도8: 사은품, 쿠폰 등 구입시 혜택이 좋다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-5. 할인점(마트) - (08) 사은품, 쿠폰 등 구입시 혜택이 좋다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	17	2.8	2.9
그저 그렇다/보통이다	3	155	25.8	26.1
그렇다	4	332	55.3	56.0
매우 그렇다	5	89	14.8	15.0
시스템 결측값		7	1.2	
		600	100.0	100.0

**qb2e9 할인점 구매 만족도9: 다른 곳에서 구매할 수 없는 상품이 많다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-5. 할인점(마트) - (09) 다른 곳에서 구매할 수 없는 상품이 많다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	1	.2	.2
그렇지 않다	2	15	2.5	2.5
그저 그렇다/보통이다	3	175	29.2	29.5
그렇다	4	316	52.7	53.3
매우 그렇다	5	86	14.3	14.5
시스템 결측값		7	1.2	
		600	100.0	100.0

**qb2e10 할인점 구매 만족도10: 반품/교환이 편리하다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-5. 할인점(마트) - (10) 반품/교환이 편리하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	6	1.0	1.0
그저 그렇다/보통이다	3	129	21.5	21.8
그렇다	4	343	57.2	57.8
매우 그렇다	5	115	19.2	19.4
시스템 결측값		7	1.2	
		600	100.0	100.0

**qb2e11 할인점 구매 만족도11: 거래시 개인정보 보호에 대한 신뢰가 있다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-5. 할인점(마트) - (11) 거래시 개인정보 보호에 대한 신뢰가 있다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	11	1.8	1.9
그저 그렇다/보통이다	3	123	20.5	20.7
그렇다	4	386	64.3	65.1
매우 그렇다	5	73	12.2	12.3
시스템 결측값		7	1.2	
		600	100.0	100.0

**qb2e12 할인점 구매 만족도12: 제품 배달이 신속하다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-5. 할인점(마트) - (12) 제품 배달이 신속하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	11	1.8	1.9
그저 그렇다/보통이다	3	135	22.5	22.8
그렇다	4	375	62.5	63.2
매우 그렇다	5	72	12.0	12.1
시스템 결측값		7	1.2	
		600	100.0	100.0

**qb2e13 할인점 구매 만족도13: 결제가 편리하다**

B2. \_\_\_\_님께서 올해 상품을 구매하신 경험이 있는 각 유통점별로 다음 각 항목에 대해 얼마나 만족하시는 평가해 주십시오.

B2-5. 할인점(마트) - (13) 결제가 편리하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	2	3	.5	.5
그저 그렇다/보통이다	3	84	14.0	14.2
그렇다	4	431	71.8	72.7
매우 그렇다	5	75	12.5	12.6
시스템 결측값		7	1.2	
		600	100.0	100.0

**qb3a1 TV전자상거래 구매 전반적 만족도**

B3. 그럼, 올해 이용하신 유통점에 대해서 전반적으로 얼마나 만족하시는지요?  
TV 전자상거래

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
불만족 한다	2	1	.2	.8
보통이다	3	30	5.0	22.7
만족한다	4	99	16.5	75.0
매우 만족한다	5	2	.3	1.5
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0



**qb3a2 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 구매 전반적 만족도**

B3. 그럼, 올해 이용하신 유통점에 대해서 전반적으로 얼마나 만족하시는지요?  
인터넷쇼핑/인터넷경매

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
불만족 한다	2	1	.2	.2
보통이다	3	91	15.2	21.1
만족한다	4	314	52.3	72.9
매우 만족한다	5	25	4.2	5.8
시스템 결측값		169	28.2	
		600	100.0	100.0

**qb3a3 TV홈쇼핑/카탈로그 구매 전반적 만족도**

B3. 그럼, 올해 이용하신 유통점에 대해서 전반적으로 얼마나 만족하시는지요?  
TV 홈쇼핑/카탈로그

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
불만족 한다	2	6	1.0	1.7
보통이다	3	122	20.3	35.6
만족한다	4	193	32.2	56.3
매우 만족한다	5	22	3.7	6.4
시스템 결측값		257	42.8	
		600	100.0	100.0

**qb3a4 백화점 구매 전반적 만족도**

B3. 그럼, 올해 이용하신 유통점에 대해서 전반적으로 얼마나 만족하시는지요?  
백화점

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
불만족 한다	2	1	.2	.2
보통이다	3	44	7.3	7.6
만족한다	4	444	74.0	76.7
매우 만족한다	5	90	15.0	15.5
시스템 결측값		21	3.5	
		600	100.0	100.0

**qb3a5 할인점 구매 전반적 만족도**

B3. 그럼, 올해 이용하신 유통점에 대해서 전반적으로 얼마나 만족하시는지요?  
할인점 (마트)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
불만족 한다	2	1	.2	.2
보통이다	3	72	12.0	12.1
만족한다	4	466	77.7	78.6
매우 만족한다	5	54	9.0	9.1
시스템 결측값		7	1.2	
		600	100.0	100.0

**qb4a1 TV전자상거래 향후 이용 의향**

B4. [모든 응답자] 그럼, 앞으로 각 유통점을 이용하실 의향은 어떠신지요?  
TV 전자상거래

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용할 의향이 없다	1	12	2.0	2.0
이용할 의향이 없다	2	45	7.5	7.5
보통이다(모르겠다)	3	232	38.7	38.7
이용할 의향이 있다	4	298	49.7	49.7
매우 이용할 의향이 있다	5	13	2.2	2.2
		600	100.0	100.0

**qb4a2 인터넷 쇼핑/인터넷 경매 향후 이용 의향**

B4. [모든 응답자] 그럼, 앞으로 각 유통점을 이용하실 의향은 어떠신지요?  
인터넷쇼핑/인터넷경매

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용할 의향이 없다	1	3	.5	.5
이용할 의향이 없다	2	21	3.5	3.5
보통이다(모르겠다)	3	149	24.8	24.8
이용할 의향이 있다	4	357	59.5	59.5
매우 이용할 의향이 있다	5	70	11.7	11.7
		600	100.0	100.0

**qb4a3 TV홈쇼핑/ 카탈로그 향후 이용 의향**

B4. [모든 응답자] 그럼, 앞으로 각 유통점을 이용하실 의향은 어떠신지요?  
TV 홈쇼핑/카탈로그

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용할 의향이 없다	1	16	2.7	2.7
이용할 의향이 없다	2	42	7.0	7.0
보통이다(모르겠다)	3	251	41.8	41.8
이용할 의향이 있다	4	264	44.0	44.0
매우 이용할 의향이 있다	5	27	4.5	4.5
		600	100.0	100.0

**qb4a4 백화점 향후 이용 의향**

B4. [모든 응답자] 그럼, 앞으로 각 유통점을 이용하실 의향은 어떠신지요?  
백화점

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용할 의향이 없다	1	1	.2	.2
이용할 의향이 없다	2	2	.3	.3
보통이다(모르겠다)	3	48	8.0	8.0
이용할 의향이 있다	4	406	67.7	67.7
매우 이용할 의향이 있다	5	143	23.8	23.8
		600	100.0	100.0

**qb4a5 할인점 향후 이용 의향**

B4. [모든 응답자] 그럼, 앞으로 각 유통점을 이용하실 의향은 어떠신지요?  
할인점

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
보통이다(모르겠다)	3	58	9.7	9.7
이용할 의향이 있다	4	436	72.7	72.7
매우 이용할 의향이 있다	5	106	17.7	17.7
		600	100.0	100.0

**qc1 데이터 방송 이용 경험유무**

C1. [면접원: SQ6의 응답 확인 후 체크하시오.] 올해(1월~10월) 데이터방송 이용경험

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용 경험 있음	1	201	33.5	33.5
이용 경험 없음	2	399	66.5	66.5
		600	100.0	100.0

**qc2a 전용 양방향 데이터 방송 시청 경험유무**

C2. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_ 방송 프로그램을 시청하신 경험이 있습니까?

C2-1.전용 양방향 데이터 방송

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
알고는 있지만 이용해본적은 없다	2	29	4.8	14.4
이용해본적이 있다	3	172	28.7	85.6
시스템 결측값		399	66.5	
		600	100.0	100.0

**qc2b 연동형 양방향 데이터 방송 시청 경험유무**

C2. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_ 방송 프로그램을 시청하신 경험이 있습니까?

C2-2. 연동형 양방향 데이터 방송

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
오늘 처음 들어왔다	1	17	2.8	8.5
알고는 있지만 이용해본적은 없다	2	86	14.3	42.8
이용해본적이 있다	3	98	16.3	48.8
시스템 결측값		399	66.5	
		600	100.0	100.0

**qc2c1 방송시청 장소1**

C2-1-1. \_\_\_\_님께서는 어디에서 방송 프로그램을 시청해 보셨습니까? 시청해보신 장소를 모두 선택해 주세요.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
집에서	1	196	32.7	97.5
친구 집에서	3	5	.8	2.5
시스템 결측값		399	66.5	
		600	100.0	100.0

qc2c2 방송시청 장소2

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
친인척 집에서	2	7	1.2	77.8
친구 집에서	3	2	.3	22.2
시스템 결측값		591	98.5	
		600	100.0	100.0

qc2c3 방송시청 장소3

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
친구 집에서	3	1	.2	100.0
시스템 결측값		599	99.8	
		600	100.0	100.0

qc3a1 전용 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무1: 상품 판매 데이터방송

C3. [C2-1의 (3)응답자만]\_\_\_님께서 이용해 보신 전용 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇 인가요?

1) 의류, 잡화, 화장품, 악세서리, 운동용품, DVD 등 상품 판매 데이터방송

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	143	23.8	83.1
비이용	2	29	4.8	16.9
시스템 결측값		428	71.3	
		600	100.0	100.0

qc3a2 전용 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무2: 예약/예매, 배달/주문

C3. [C2-1의 (3)응답자만]\_\_\_님께서 이용해 보신 전용 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇 인가요?

2) 예약/예매, 배달/주문

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	57	9.5	33.1
비이용	2	115	19.2	66.9
시스템 결측값		428	71.3	
		600	100.0	100.0

**qc3a3 전용 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무3: 뱅킹, 증권거래**

C3. [C2-1의 (3) 응답자만] \_\_\_\_님께서 이용해 보신 전용 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇 인가요?

3) 뱅킹, 증권거래

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	14	2.3	8.1
비이용	2	158	26.3	91.9
시스템 결측값		428	71.3	
		600	100.0	100.0

**qc3a4 전용 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무4: 게임**

C3. [C2-1의 (3) 응답자만] \_\_\_\_님께서 이용해 보신 전용 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇 인가요?

4) 게임

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	35	5.8	20.3
비이용	2	137	22.8	79.7
시스템 결측값		428	71.3	
		600	100.0	100.0

**qc3a5 전용 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무5: 노래방**

C3. [C2-1의 (3) 응답자만] \_\_\_\_님께서 이용해 보신 전용 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇 인가요?

5) 노래방

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	33	5.5	19.2
비이용	2	139	23.2	80.8
시스템 결측값		428	71.3	
		600	100.0	100.0

**qc3a6 전용 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무6: SMS**

C3. [C2-1의 (3) 응답자만] \_\_\_\_님께서 이용해 보신 전용 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇 인가요?

6) SMS

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	10	1.7	5.8
비이용	2	162	27.0	94.2
시스템 결측값		428	71.3	
		600	100.0	100.0

**qc3a7 전용 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무7: 교육**

C3. [C2-1의 (3) 응답자만] \_\_\_\_님께서 이용해 보신 전용 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇 인가요?

7) 교육

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	8	1.3	4.7
비이용	2	164	27.3	95.3
시스템 결측값		428	71.3	
		600	100.0	100.0

**qc3a8 전용 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무8: 날씨, 뉴스**

C3. [C2-1의 (3) 응답자만] \_\_\_\_님께서 이용해 보신 전용 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇 인가요?

8) 날씨, 뉴스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	50	8.3	29.1
비이용	2	122	20.3	70.9
시스템 결측값		428	71.3	
		600	100.0	100.0

**qc3a9 전용 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무9: 검색**

C3. [C2-1의 (3) 응답자만] \_\_\_\_님께서 이용해 보신 전용 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇 인가요?

9) 검색

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	43	7.2	25.0
비이용	2	129	21.5	75.0
시스템 결측값		428	71.3	
		600	100.0	100.0

**qc3a10 전용 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무10: 벨소리 다운로드**

C3. [C2-1의 (3) 응답자만] \_\_\_\_님께서 이용해 보신 전용 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇 인가요?

10) 벨소리 다운로드

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	11	1.8	6.4
비이용	2	161	26.8	93.6
시스템 결측값		428	71.3	
		600	100.0	100.0

**qc3a11 전용 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무11: 영화 드라마 스포츠 등 VOD**

C3. [C2-1의 (3) 응답자만] \_\_님께서 이용해 보신 전용 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇인가요?

11) 영화, 드라마, 스포츠 등 VOD

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	78	13.0	45.3
비이용	2	94	15.7	54.7
시스템 결측값		428	71.3	
		600	100.0	100.0

**qc3b1 연동형 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무1: 상품 판매 데이터방송**

C3-1. [C2-2의 (3) 응답자만] \_\_님께서 이용해 보신 연동형 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇인가요?

1) 의류, 잡화, 화장품, 악세서리, 운동용품, DVD 등 상품 판매 데이터방송

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	76	12.7	77.6
비이용	2	22	3.7	22.4
시스템 결측값		502	83.7	
		600	100.0	100.0

**qc3b2 연동형 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무2: 예약/예매, 배달/주문**

C3-1. [C2-2의 (3) 응답자만] \_\_님께서 이용해 보신 연동형 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇인가요?

2) 예약/예매, 배달/주문

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	17	2.8	17.3
비이용	2	81	13.5	82.7
시스템 결측값		502	83.7	
		600	100.0	100.0

**qc3b3 연동형 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무3: बैं킹, 증권거래**

C3-1. [C2-2의 (3) 응답자만] \_\_님께서 이용해 보신 연동형 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇인가요?

3) बैं킹, 증권거래

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	5	.8	5.1
비이용	2	93	15.5	94.9
시스템 결측값		502	83.7	
		600	100.0	100.0



**qc3b4 연동형 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무4: 게임**

C3-1. [C2-2의 (3) 응답자만] \_\_\_\_님께서 이용해 보신 연동형 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇인가요?

4) 게임

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	9	1.5	9.2
비이용	2	89	14.8	90.8
시스템 결측값		502	83.7	
		600	100.0	100.0

**qc3b5 연동형 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무5: SMS**

C3-1. [C2-2의 (3) 응답자만] \_\_\_\_님께서 이용해 보신 연동형 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇인가요?

5) SMS

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	6	1.0	6.1
비이용	2	92	15.3	93.9
시스템 결측값		502	83.7	
		600	100.0	100.0

**qc3b6 연동형 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무6: 벨소리 다운로드**

C3-1. [C2-2의 (3) 응답자만] \_\_\_\_님께서 이용해 보신 연동형 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇인가요?

6) 벨소리 다운로드

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	1	.2	1.0
비이용	2	97	16.2	99.0
시스템 결측값		502	83.7	
		600	100.0	100.0

**qc3b7 연동형 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무8: 프로그램 부가정보**

C3-1. [C2-2의 (3) 응답자만] \_\_\_\_님께서 이용해 보신 연동형 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇인가요?

8) 프로그램 부가정보(줄거리, 등장인물/출연자 정보, 촬영지 정보 등)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	44	7.3	44.9
비이용	2	54	9.0	55.1
시스템 결측값		502	83.7	
		600	100.0	100.0

**qc3b8 연동형 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무9: 퀴즈, 투표**

C3-1. [C2-2의 (3) 응답자만] \_\_\_\_님께서 이용해 보신 연동형 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇인가요?

9) 퀴즈, 투표

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	9	1.5	9.2
비이용	2	89	14.8	90.8
시스템 결측값		502	83.7	
		600	100.0	100.0

**qc3b9 연동형 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무10: 검색**

C3-1. [C2-2의 (3) 응답자만] \_\_\_\_님께서 이용해 보신 연동형 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇인가요?

10) 검색

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	21	3.5	21.4
비이용	2	77	12.8	78.6
시스템 결측값		502	83.7	
		600	100.0	100.0

**qc3b10 연동형 양방향 데이터 방송 이용 경험 유무11: 영화 드라마 스포츠 등 VOD**

C3-1. [C2-2의 (3) 응답자만] \_\_\_\_님께서 이용해 보신 연동형 양방향 데이터 방송은 다음 중 무엇인가요?

11) 영화 드라마 스포츠 등 VOD

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	51	8.5	52.0
비이용	2	47	7.8	48.0
시스템 결측값		502	83.7	
		600	100.0	100.0

#### qc4 평소 데이터 방송 이용 빈도

C4. \_\_님께서서는 평소에 데이터 방송 서비스를 어느 정도 이용하시는 편입니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
거의 매일	1	1	.2	.5
일주일에 두 세번	2	12	2.0	6.0
일주일에 한번	3	39	6.5	19.4
한달에 두세번	4	41	6.8	20.4
한달에 한번	5	31	5.2	15.4
정기적으로는 아니지만 가끔 사용한다	6	77	12.8	38.3
시스템 결측값		399	66.5	
		600	100.0	100.0

#### qc4a 데이터 방송 만족도

C4-1. \_\_님께서서는 이용해 본 데이터 방송에 얼마나 만족하시나요?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
불만족 한다	2	3	.5	1.5
보통이다	3	44	7.3	21.9
만족한다	4	154	25.7	76.6
시스템 결측값		399	66.5	
		600	100.0	100.0

#### qc4b1 만족하는 이유 [1순위]

C4-1-1. [C4-1의 (4) (5) 응답자만] \_\_님께서서는 만족하는 이유는 무엇인가요? 주로 만족하시는 이유부터 3개까지만 말씀해 주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
새로운 서비스에 대한 호기심 때문에	1	38	6.3	24.7
구체적인 프로그램 및 상품정보를 얻을 수 있어서	2	40	6.7	26.0
자세한 정보를 그때그때 찾아볼수 있어서	3	45	7.5	29.2
게임이나 노래방등 부가서비스를 이용할수 있어서	4	13	2.2	8.4
뉴스,날씨,주식등의 정보를 인터넷을 이용하지 않고도 이용할 수 있어서	5	11	1.8	7.1
티켓에매나 피자 등 주문배달이 편해서	6	1	.2	.6

홈쇼핑과 달리 상품을 전화로 주문하지 않고 리모콘으로 바로 주문할 수 있어서	7	3	.5	1.9
프로그램을 보다가 관련된 상품을 바로 구매할 수 있어서	8	3	.5	1.9
시스템 결측값		446	74.3	
		600	100.0	100.0

#### qc4b2 만족하는 이유 [2순위]

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
새로운 서비스에 대한 호기심 때문에	1	27	4.5	17.5
구체적인 프로그램 및 상품정보를 얻을 수 있어서	2	28	4.7	18.2
자세한 정보를 그때그때 찾아볼 수 있어서	3	40	6.7	26.0
게임이나 노래방등 부가서비스를 이용할 수 있어서	4	20	3.3	13.0
뉴스, 날씨, 주식등의 정보를 인터넷을 이용하지 않고도 이용할 수 있어서	5	20	3.3	13.0
티켓에매나 피자 등 주문배달이 편해서	6	3	.5	1.9
홈쇼핑과 달리 상품을 전화로 주문하지 않고 리모콘으로 바로 주문할 수 있어서	7	11	1.8	7.1
프로그램을 보다가 관련된 상품을 바로 구매할 수 있어서	8	5	.8	3.2
시스템 결측값		446	74.3	
		600	100.0	100.0

#### qc4b3 만족하는 이유 [3순위]

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
새로운 서비스에 대한 호기심 때문에	1	16	2.7	12.1
구체적인 프로그램 및 상품정보를 얻을 수 있어서	2	25	4.2	18.9
자세한 정보를 그때그때 찾아볼 수 있어서	3	19	3.2	14.4
게임이나 노래방등 부가서비스를 이용할 수 있어서	4	19	3.2	14.4
뉴스, 날씨, 주식등의 정보를 인터넷을 이용하지 않고도 이용할 수 있어서	5	17	2.8	12.9
티켓에매나 피자 등 주문배달이 편해서	6	3	.5	2.3
홈쇼핑과 달리 상품을 전화로 주문하지 않고 리모콘으로 바로 주문할 수 있어서	7	13	2.2	9.8
프로그램을 보다가 관련된 상품을 바로 구매할 수 있어서	8	20	3.3	15.2
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qc4c1 불만족하는 이유 [1순위]**

C4-1-2. [C4-2의 (1)(2)(3) 응답자만] \_\_님께서는 불만족하는 이유는 무엇인가요? 주로 불만족하시는 이유부터 3개까지만 말씀해 주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
리모콘 사용이 불편하다	1	11	1.8	23.4
제공되는 정보가 상세하지 못하다	2	9	1.5	19.1
상품 및 콘텐츠의 양이 부족하다	3	13	2.2	27.7
결제 및 인증이 불편하다	4	3	.5	6.4
TV시청에 방해가 된다	5	11	1.8	23.4
시스템 결측값		553	92.2	
		600	100.0	100.0

**qc4c2 불만족하는 이유 [2순위]**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
리모콘 사용이 불편하다	1	10	1.7	21.3
제공되는 정보가 상세하지 못하다	2	13	2.2	27.7
상품 및 콘텐츠의 양이 부족하다	3	6	1.0	12.8
결제 및 인증이 불편하다	4	6	1.0	12.8
TV시청에 방해가 된다	5	8	1.3	17.0
개인 정보 유출이 우려된다	6	4	.7	8.5
시스템 결측값		553	92.2	
		600	100.0	100.0

**qc4c3 불만족하는 이유 [3순위]**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
리모콘 사용이 불편하다	1	7	1.2	15.2
제공되는 정보가 상세하지 못하다	2	8	1.3	17.4
상품 및 콘텐츠의 양이 부족하다	3	9	1.5	19.6
결제 및 인증이 불편하다	4	7	1.2	15.2
TV시청에 방해가 된다	5	6	1.0	13.0
개인 정보 유출이 우려된다	6	9	1.5	19.6
시스템 결측값		554	92.3	
		600	100.0	100.0

qc5 향후 데이터 방송 이용 의향

C5. \_\_님께서서는 향후 데이터 방송을 이용할 의향이 있으신가요?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용할 의향이 없다	1	1	.2	.5
이용할 의향이 없다	2	2	.3	1.0
보통이다(모르겠다)	3	33	5.5	16.4
이용할 의향이 있다	4	160	26.7	79.6
매우 이용할 의향이 있다	5	5	.8	2.5
시스템 결측값		399	66.5	
		600	100.0	100.0

qc5a 향후 이용 의향 빈도 예측

C5-1. [C5의 (4) (5) 응답자만] 얼마나 자주 이용하실 것 같으신가요?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
어쩌다 한번씩 이용할거 같다	1	12	2.0	7.3
한번씩 이용할것 같다	2	10	1.7	6.1
보통정도로 이용할것 같다	3	75	12.5	45.5
자주 이용할 것 같다	4	68	11.3	41.2
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

qc5b1 전용 양방향 데이터 방송 이용의향1: 상품 판매 데이터방송

C5-2. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_님께서서는 전용 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

1) 의류, 잡화, 화장품, 악세서리, 운동용품, DVD 등 상품 판매 데이터방송

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	133	22.2	80.6
비이용	2	32	5.3	19.4
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

**qc5b2 전용 양방향 데이터 방송 이용의향2: 예약/예매, 배달/주문**

C5-2. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서서는 전용 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

2) 예약/예매, 배달/주문

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	93	15.5	56.4
비이용	2	72	12.0	43.6
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

**qc5b3 전용 양방향 데이터 방송 이용의향3: बैं킹, 증권거래**

C5-2. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서서는 전용 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

3) बैं킹, 증권거래

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	61	10.2	37.0
비이용	2	104	17.3	63.0
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

**qc5b4 전용 양방향 데이터 방송 이용의향4: 게임**

C5-2. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서서는 전용 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

4) 게임

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	39	6.5	23.6
비이용	2	126	21.0	76.4
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

**qc5b5 전용 양방향 데이터 방송 이용의향5: 노래방**

C5-2. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서서는 전용 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

5) 노래방

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	51	8.5	30.9
비이용	2	114	19.0	69.1
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

**qc5b6 전용 양방향 데이터 방송 이용의향6: SMS**

C5-2. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서는 전용 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

6) SMS

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	32	5.3	19.4
비이용	2	133	22.2	80.6
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

**qc5b7 전용 양방향 데이터 방송 이용의향7: 교육**

C5-2. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서는 전용 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

7) 교육

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	25	4.2	15.2
비이용	2	140	23.3	84.8
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

**qc5b8 전용 양방향 데이터 방송 이용의향8: 날씨, 뉴스**

C5-2. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서는 전용 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

8) 날씨, 뉴스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	60	10.0	36.4
비이용	2	105	17.5	63.6
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

**qc5b9 전용 양방향 데이터 방송 이용의향9: 검색**

C5-2. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서는 전용 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

9) 검색

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	63	10.5	38.2
비이용	2	102	17.0	61.8
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0



**qc5b10 전용 양방향 데이터 방송 이용의향10: 벨소리 다운로드**

C5-2. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서서는 전용 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

10) 벨소리 다운로드

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	33	5.5	20.0
비이용	2	132	22.0	80.0
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

**qc5b11 전용 양방향 데이터 방송 이용의향11: 영화 드라마 스포츠 등 VOD**

C5-2. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서서는 전용 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

11) 영화, 드라마, 스포츠 등 VOD

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	122	20.3	73.9
비이용	2	43	7.2	26.1
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

**qc5c1 연동형 양방향 데이터 방송 이용의향1: 상품 판매 데이터방송**

C5-3. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서서는 연동형 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

1) 의류, 잡화, 화장품, 악세서리, 운동용품, DVD 등 상품 판매 데이터방송

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	126	21.0	76.4
비이용	2	39	6.5	23.6
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

**qc5c2 연동형 양방향 데이터 방송 이용의향2: 예약/예매, 배달/주문**

C5-3. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서서는 연동형 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

2) 예약/예매, 배달/주문

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	86	14.3	52.1
비이용	2	79	13.2	47.9
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

**qc5c3 연동형 양방향 데이터 방송 이용의향3: बैं킹, 증권거래**

C5-3. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서는 연동형 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

3) बैं킹, 증권거래

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	59	9.8	35.8
비이용	2	106	17.7	64.2
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

**qc5c4 연동형 양방향 데이터 방송 이용의향4: 게임**

C5-3. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서는 연동형 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

4) 게임

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	27	4.5	16.4
비이용	2	138	23.0	83.6
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

**qc5c5 연동형 양방향 데이터 방송 이용의향5: SMS**

C5-3. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서는 연동형 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

5) SMS

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	18	3.0	10.9
비이용	2	147	24.5	89.1
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

**qc5c6 연동형 양방향 데이터 방송 이용의향6: 벨소리 다운로드**

C5-3. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서는 연동형 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

6) 벨소리 다운로드

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	19	3.2	11.5
비이용	2	146	24.3	88.5
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

**qc5c7 연동형 양방향 데이터 방송 이용의향8: 프로그램 부가정보**

C5-3. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서는 연동형 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

8) 프로그램 부가정보

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	72	12.0	43.6
비이용	2	93	15.5	56.4
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

**qc5c8 연동형 양방향 데이터 방송 이용의향9: 퀴즈, 투표**

C5-3. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서는 연동형 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

9) 퀴즈, 투표

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	30	5.0	18.2
비이용	2	135	22.5	81.8
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

**qc5c9 연동형 양방향 데이터 방송 이용의향10: 검색**

C5-3. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서는 연동형 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

10) 검색

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	61	10.2	37.0
비이용	2	104	17.3	63.0
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

**qc5c10 연동형 양방향 데이터 방송 이용의향11: 영화 드라마 스포츠 등 VOD**

C5-3. [C5의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서는 연동형 양방향 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

11) 영화 드라마 스포츠 등 VOD

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	102	17.0	61.8
비이용	2	63	10.5	38.2
시스템 결측값		435	72.5	
		600	100.0	100.0

qc5d1 이용 비의향 이유 [1순위]

C5-4. [C5의 (1) (2) (3) 응답자만] \_\_\_\_님께서는 향후 데이터방송을 이용할 의향이 없다고 하신 이유는 무엇입니까? 가장 큰 비이용 이유부터 순서대로 3개까지만 말씀해 주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
리모콘 사용이 불편하다	1	9	1.5	25.0
제공되는 정보가 상세하지 못하다	2	10	1.7	27.8
상품,콘텐츠,기타 서비스 등의 종류가 다양하지 못하다	3	2	.3	5.6
TV 시청에 방해가 된다	4	10	1.7	27.8
상품,콘텐츠,기타 서비스 등 방송이 많지 않다	5	4	.7	11.1
개인 정보 공개가 우려된다	6	1	.2	2.8
시스템 결측값		564	94.0	
		600	100.0	100.0

qc5d2 이용 비의향 이유 [2순위]

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
리모콘 사용이 불편하다	1	6	1.0	16.7
제공되는 정보가 상세하지 못하다	2	9	1.5	25.0
상품,콘텐츠,기타 서비스 등의 종류가 다양하지 못하다	3	10	1.7	27.8
TV 시청에 방해가 된다	4	3	.5	8.3
상품,콘텐츠,기타 서비스 등 방송이 많지 않다	5	4	.7	11.1
개인 정보 공개가 우려된다	6	4	.7	11.1
시스템 결측값		564	94.0	
		600	100.0	100.0

qc5d3 이용 비의향 이유 [3순위]

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
리모콘 사용이 불편하다	1	4	.7	11.4
제공되는 정보가 상세하지 못하다	2	6	1.0	17.1
상품,콘텐츠,기타 서비스 등의 종류가 다양하지 못하다	3	13	2.2	37.1
TV 시청에 방해가 된다	4	5	.8	14.3
상품,콘텐츠,기타 서비스 등 방송이 많지 않다	5	2	.3	5.7
개인 정보 공개가 우려된다	6	5	.8	14.3
시스템 결측값		565	94.2	
		600	100.0	100.0

**qc6 [양방향 데이터 방송 비이용자] 데이터 방송 이용 경험**

C6. [면접원: SQ6의 응답 확인 후 체크하시오.] 올해(1월~10월) 데이터방송 이용경험

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용경험 있음	1	201	33.5	33.5
이용경험 없음	2	399	66.5	66.5
		600	100.0	100.0

**qc6a [양방향 데이터 방송 비이용자] 향후 시청 의향**

C6-1. [C6의 (2) 응답자만] \_\_님께서는 향후 다음의 방송을 시청 할 의향이 있습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
디지털 케이블 (DV)를 시청할 의향이 있다	1	41	6.8	10.3
위성TV(스카이라이프)를 시청할 의향이 있다	2	2	.3	.5
IPTV(쿡TV,브로드밴드TV)를 시청할 의향이 있다	3	21	3.5	5.3
현재 보고 있는 방송을 계속 유지할 것이다	4	335	55.8	84.0
시스템 결측값		201	33.5	
		600	100.0	100.0

**qc6b [양방향 데이터 방송 비이용자] 가입 의향 시기**

C6-2. [C6-1의 (1)~(3) 응답자만] \_\_님께서는 C6-1에서 응답한 서비스를 언제쯤 가입 할 의향이 있습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
2010년 이내(올해)	1	6	1.0	9.4
2011년 이내(1년 이내)	2	23	3.8	35.9
2012년 이내(2년이내)	3	22	3.7	34.4
2013년 이내(3년이내)	4	6	1.0	9.4
2014년 이내(4년이내)	5	7	1.2	10.9
시스템 결측값		536	89.3	
		600	100.0	100.0

**qc6c1 [양방향 데이터 방송 비이용자] 비이용 이유 [1순위]**

C6-3. \_\_\_\_님께서서는 데이터방송을 이용하지 않는 이유는 무엇인가요? 주된 이유부터 3개까지만 말씀해 주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
데이터 방송을 시청할수 있는 디지털 방송서비스를 이용하고 있다	1	114	19.0	28.6
리모콘 사용이 불편하다	2	80	13.3	20.1
제공되는 정보가 상세하지 못하다	3	64	10.7	16.0
상품 및 콘텐츠의 양이 부족하다	4	55	9.2	13.8
결제 및 인증이 불편하다	5	30	5.0	7.5
TV시청에 방해가 된다	6	36	6.0	9.0
개인정보 유출이 우려된다	7	16	2.7	4.0
사용방법을 잘 몰라서	8	3	.5	.8
생소해서	9	1	.2	.3
시스템 결측값		201	33.5	
		600	100.0	100.0

**qc6c2 [양방향 데이터 방송 비이용자] 비이용 이유 [2순위]**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
데이터 방송을 시청할수 있는 디지털 방송서비스를 이용하고 있다	1	59	9.8	14.9
리모콘 사용이 불편하다	2	56	9.3	14.1
제공되는 정보가 상세하지 못하다	3	92	15.3	23.2
상품 및 콘텐츠의 양이 부족하다	4	73	12.2	18.4
결제 및 인증이 불편하다	5	47	7.8	11.8
TV시청에 방해가 된다	6	39	6.5	9.8
개인정보 유출이 우려된다	7	31	5.2	7.8
시스템 결측값		203	33.8	
		600	100.0	100.0

**qc6c3 [양방향 데이터 방송 비이용자] 비이용 이유 [3순위]**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
데이터 방송을 시청할수 있는 디지털 방송서비스를 이용하고 있다	1	27	4.5	8.2
리모콘 사용이 불편하다	2	33	5.5	10.0

제공되는 정보가 상세하지 못하다	3	72	12.0	21.8
상품 및 콘텐츠의 양이 부족하다	4	74	12.3	22.4
결제 및 인증이 불편하다	5	49	8.2	14.8
TV시청에 방해가 된다	6	37	6.2	11.2
개인정보 유출이 우려된다	7	38	6.3	11.5
생소해서	9	1	.2	.3
시스템 결측값		269	44.8	
		600	100.0	100.0

#### qc7 [양방향 데이터 방송 비이용자] 향후 데이터 방송 이용 의향

C7. \_\_님께서서는 향후 데이터 방송을 이용할 의향이 있으신가요?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용할 의향이 없다	1	16	2.7	4.0
이용할 의향이 없다	2	82	13.7	20.6
보통이다(모르겠다)	3	165	27.5	41.4
이용할 의향이 있다	4	133	22.2	33.3
매우 이용할 의향이 있다	5	3	.5	.8
시스템 결측값		201	33.5	
		600	100.0	100.0

#### qc7a1 [양방향 데이터 방송 비이용자] 이용 비의향 이유 (1순위)

C7-1. [C7의 (1) (2) (3) 응답자만] \_\_님께서서는 향후 데이터방송을 이용할 의향이 없다고 하신 이유는 무엇입니까? 가장 큰 비이용 이유부터 순서대로 3개까지만 말씀해 주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
리모콘 사용이 불편할 것 같아서	1	78	13.0	29.7
제공되는 정보가 상세하지 못할 것 같아서	2	51	8.5	19.4
상품,콘텐츠,기타 서비스 등의 종류가 다양하지 않을 것 같아서	3	58	9.7	22.1
TV시청에 방해가 될 것 같아서	4	26	4.3	9.9
상품,콘텐츠,기타 서비스 등 방송이 많지 않을 것 같아서	5	23	3.8	8.7
개인 정보가 공개가 우려되서	6	24	4.0	9.1
사용방법이 복잡할 것 같다	7	3	.5	1.1
시스템 결측값		337	56.2	
		600	100.0	100.0

qc7a2 [양방향 데이터 방송 비이용자] 이용 비의향 이유 [2순위]

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
리모콘 사용이 불편할 것 같아서	1	64	10.7	24.4
제공되는 정보가 상세하지 못할 것 같아서	2	51	8.5	19.5
상품,콘텐츠.기타 서비스 등의 종류가 다양하지 않을 것 같아서	3	56	9.3	21.4
TV시청에 방해가 될 것 같아서	4	45	7.5	17.2
상품,콘텐츠.기타 서비스 등 방송이 많지 않을 것 같아서	5	28	4.7	10.7
개인 정보가 공개가 우려되서	6	16	2.7	6.1
사용방법이 복잡할 것 같다	7	2	.3	.8
시스템 결측값		338	56.3	
		600	100.0	100.0

qc7a3 [양방향 데이터 방송 비이용자] 이용 비의향 이유 [3순위]

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
리모콘 사용이 불편할 것 같아서	1	24	4.0	10.1
제공되는 정보가 상세하지 못할 것 같아서	2	45	7.5	18.9
상품,콘텐츠.기타 서비스 등의 종류가 다양하지 않을 것 같아서	3	43	7.2	18.1
TV시청에 방해가 될 것 같아서	4	71	11.8	29.8
상품,콘텐츠.기타 서비스 등 방송이 많지 않을 것 같아서	5	28	4.7	11.8
개인 정보가 공개가 우려되서	6	27	4.5	11.3
시스템 결측값		362	60.3	
		600	100.0	100.0

qc7b [양방향 데이터 방송 비이용자] 이용 의향 빈도

C7-2. [C7의 (4) (5) 응답자만] 얼마나 자주 이용하실 것 같으신가요?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
어쩌다 한번씩 이용할거 같다	1	6	1.0	4.4
한번씩 이용할것 같다	2	24	4.0	17.6
보통정도로 이용할것 같다	3	62	10.3	45.6
자주 이용할 것 같다	4	44	7.3	32.4
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0



**qc7c1 전용 데이터 방송 이용의향1: 상품 판매 데이터방송**

C7-2. [C7의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서서는 전용 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

1) 의류, 잡화, 화장품, 액세서리, 운동용품, DVD 등 상품 판매 데이터방송

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	105	17.5	77.2
비이용	2	31	5.2	22.8
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

**qc7c2 전용 데이터 방송 이용의향2: 예약/예매, 배달/주문**

C7-2. [C7의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서서는 전용 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

2) 예약/예매, 배달/주문

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	106	17.7	77.9
비이용	2	30	5.0	22.1
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

**qc7c3 전용 데이터 방송 이용의향3: बैं킹, 증권거래**

C7-2. [C7의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서서는 전용 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

3) बैं킹, 증권거래

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	62	10.3	45.6
비이용	2	74	12.3	54.4
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

**qc7c4 전용 데이터 방송 이용의향4: 게임**

C7-2. [C7의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서서는 전용 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

4) 게임

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	28	4.7	20.6
비이용	2	108	18.0	79.4
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

**qc7c5 전용 데이터 방송 이용의향5: 노래방**

C7-2. [C7의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서서는 전용 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

5) 노래방

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	24	4.0	17.6
비이용	2	112	18.7	82.4
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

**qc7c6 전용 데이터 방송 이용의향6: SMS**

C7-2. [C7의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서서는 전용 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

6) SMS

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	15	2.5	11.0
비이용	2	121	20.2	89.0
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

**qc7c7 전용 데이터 방송 이용의향7: 교육**

C7-2. [C7의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서서는 전용 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

7) 교육

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	15	2.5	11.0
비이용	2	121	20.2	89.0
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

**qc7c8 전용 데이터 방송 이용의향8: 날씨, 뉴스**

C7-2. [C7의 (4) (5) 응답자만] \_\_\_\_님께서서는 전용 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

8) 날씨, 뉴스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	37	6.2	27.2
비이용	2	99	16.5	72.8
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

**qc7c9 전용 데이터 방송 이용의향9: 검색**

C7-2. [C7의 (4) (5) 응답자만] ] \_\_\_\_님께서서는 전용 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

9) 검색

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	53	8.8	39.0
비이용	2	83	13.8	61.0
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

**qc7c10 전용 데이터 방송 이용의향10: 벨소리 다운로드**

C7-2. [C7의 (4) (5) 응답자만] ] \_\_\_\_님께서서는 전용 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

10) 벨소리 다운로드

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	29	4.8	21.3
비이용	2	107	17.8	78.7
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

**qc7c11 전용 데이터 방송 이용의향11: 영화 드라마 스포츠 등 VOD**

C7-2. [C7의 (4) (5) 응답자만] ] \_\_\_\_님께서서는 전용 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

11) 영화 드라마 스포츠 등 VOD

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	66	11.0	48.5
비이용	2	70	11.7	51.5
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

**qc7d1 양방향 데이터 방송 이용의향1: 상품 판매 데이터방송**

C7-3. [C7의 (4) (5) 응답자만] ] \_\_\_\_님께서서는 연동형 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

1) 의류, 잡화, 화장품, 액세서리, 운동용품, DVD 등 상품 판매 데이터방송

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	129	21.5	94.9
비이용	2	7	1.2	5.1
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

**qc7d2 양방향 데이터 방송 이용의향2: 예약/예매, 배달/주문**

C7-3. [C7의 (4) (5) 응답자만] ] \_\_\_\_님께서는 연동형 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

2) 예약/예매, 배달/주문

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	92	15.3	67.6
비이용	2	44	7.3	32.4
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

**qc7d3 양방향 데이터 방송 이용의향3: बैं킹, 증권거래**

C7-3. [C7의 (4) (5) 응답자만] ] \_\_\_\_님께서는 연동형 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

3) बैं킹, 증권거래

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	44	7.3	32.4
비이용	2	92	15.3	67.6
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

**qc7d4 양방향 데이터 방송 이용의향4: 게임**

C7-3. [C7의 (4) (5) 응답자만] ] \_\_\_\_님께서는 연동형 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

4) 게임

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	20	3.3	14.7
비이용	2	116	19.3	85.3
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

**qc7d5 양방향 데이터 방송 이용의향5: SMS**

C7-3. [C7의 (4) (5) 응답자만] ] \_\_\_\_님께서는 연동형 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

5) SMS

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	16	2.7	11.8
비이용	2	120	20.0	88.2
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

**qc7d6 양방향 데이터 방송 이용의향6: 벨소리 다운로드**

C7-3. [C7의 (4) (5) 응답자만] ] \_\_\_\_님께서는 연동형 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

6) 벨소리 다운로드

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	16	2.7	11.8
비이용	2	120	20.0	88.2
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

**qc7d7 양방향 데이터 방송 이용의향7: 프로그램 부가정보**

C7-3. [C7의 (4) (5) 응답자만] ] \_\_\_\_님께서는 연동형 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

7) 프로그램 부가정보

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	47	7.8	34.6
비이용	2	89	14.8	65.4
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

**qc7d8 양방향 데이터 방송 이용의향8: 퀴즈, 투표**

C7-3. [C7의 (4) (5) 응답자만] ] \_\_\_\_님께서는 연동형 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

8) 퀴즈, 투표

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	36	6.0	26.5
비이용	2	100	16.7	73.5
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

**qc7d9 양방향 데이터 방송 이용의향9: 검색**

C7-3. [C7의 (4) (5) 응답자만] ] \_\_\_\_님께서는 연동형 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

9) 검색

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	47	7.8	34.6
비이용	2	89	14.8	65.4
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

qc7d10 양방향 데이터 방송 이용의향10: 영화 드라마 스포츠 등 VOD

C7-3. [C7의 (4) (5) 응답자만] ] \_\_님께서 연동형 데이터 방송 중 향후 어떤 데이터 방송 프로그램을 이용하고 싶으신가요?

10) 영화 드라마 스포츠 등 VOD

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용	1	66	11.0	48.5
비이용	2	70	11.7	51.5
시스템 결측값		464	77.3	
		600	100.0	100.0

qc9\_0 [아이콘(지정자)] 현재 이용 방송

C8. [면접원: SQ5-1을 확인 후 기입하세요.] 현재 이용 방송 기입

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아날로그 케이블 TV를 보고 있다	2	120	20.0	20.0
디지털 케이블 (DV)를 보고 있다	3	160	26.7	26.7
위성 TV (스카이라이프)를 보고 있다	4	160	26.7	26.7
IPTV (국 TV, 브로드밴드 TV)를 보고 있다	5	160	26.7	26.7
		600	100.0	100.0

qc9 [아이콘(지정자)] 주이용 형태

C9. \_\_님께서 방송을 시청할 때 방송화면에 나타나는 아이콘(지정자)에 대해서는 주로 어떻게 하시는지요?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아이콘이 나타나면, 방송시청에 방해되어 리모콘의 정지버튼을 누른다	1	95	15.8	19.8
아이콘이 나타나면, 방송시청에 방해가 되지만 그대로 둔다	2	84	14.0	17.5
아이콘이 나타나면, 방송시청에 방해가 되지만 끄는 방법을 몰라 그대로 둔다	3	38	6.3	7.9
아이콘이 나타나면, 궁금해서 리모콘의 색깔 버튼을 눌러본다	4	64	10.7	13.3
아이콘이 나타나면, 궁금하지만 방송시청중이라 리모콘의 색깔 버튼을 눌러보지 않는다	5	45	7.5	9.4
아이콘이 나타나면, 방송시청에 방해되지 않으며, 그냥 그대로 둔다	6	154	25.7	32.1
시스템 결측값		120	20.0	
		600	100.0	100.0

qc9a1 [아이콘(지정자)] 개선점1

C9-1. [C9의 (1)~(3) 응답자만] \_\_\_\_님께서는 방송을 시청하다가 나타나는 아이콘(지정자)이 어떻게 개선되면 좋겠습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
방송중에 아이콘이 나타나는 횟수가 줄어들었으면 좋겠다	1	92	15.3	42.4
방송화면에 아이콘이 떠있는 시간이 줄어들었으면 좋겠다	2	67	11.2	30.9
방송중에 나타나는 아이콘의 크기가 작았으면 좋겠다	3	20	3.3	9.2
아이콘을 누르면 어떤 내용이 나오는지 함께 알려주면 좋겠다	4	20	3.3	9.2
TV시청에 방해가 되므로 아이콘이 나타나지 않으면 좋겠다	5	18	3.0	8.3
시스템 결측값		383	63.8	
		600	100.0	100.0

qc9a2 [아이콘(지정자)] 개선점2

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
방송화면에 아이콘이 떠있는 시간이 줄어들었으면 좋겠다	2	20	3.3	62.5
방송중에 나타나는 아이콘의 크기가 작았으면 좋겠다	3	8	1.3	25.0
아이콘을 누르면 어떤 내용이 (광고,상품소개,방송정보,배경음악) 나오는지 함께 알려주면 좋겠다	4	1	.2	3.1
TV시청에 방해가 되므로 아이콘이 나타나지 않으면 좋겠다	5	3	.5	9.4
시스템 결측값		568	94.7	
		600	100.0	100.0

qc9a3 [아이콘(지정자)] 개선점3

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
방송중에 나타나는 아이콘의 크기가 작았으면 좋겠다	3	9	1.5	90.0
아이콘을 누르면 어떤 내용이 (광고,상품소개,방송정보,배경음악) 나오는지 함께 알려주면 좋겠다	4	1	.2	10.0
시스템 결측값		590	98.3	
		600	100.0	100.0

**qc9b1 [아이콘(지정자)] 개선희망1: 방송 중에 아이콘이 나타나는 횟수**

C9-2. [C9의 (4) (5) 응답자만] \_님께서는 방송을 시청하다가 나타나는 아이콘(지정자)이 어떻게 개선되면 좋겠습니까?

1. 방송 중에 아이콘이 나타나는 횟수

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
줄어들면 좋겠다	1	99	16.5	37.6
늘어났으면 좋겠다	2	23	3.8	8.7
상관없다	3	141	23.5	53.6
시스템 결측값		337	56.2	
		600	100.0	100.0

**qc9b2 [아이콘(지정자)] 개선희망2: 방송 화면에 아이콘이 떠있는 시간**

C9-2. [C9의 (4) (5) 응답자만] \_님께서는 방송을 시청하다가 나타나는 아이콘(지정자)이 어떻게 개선되면 좋겠습니까?

2. 방송 화면에 아이콘이 떠있는 시간

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
줄어들면 좋겠다	1	103	17.2	39.2
늘어났으면 좋겠다	2	30	5.0	11.4
상관없다	3	130	21.7	49.4
시스템 결측값		337	56.2	
		600	100.0	100.0

**qc9b3 [아이콘(지정자)] 개선희망3: 방송 중에 나타나는 아이콘의 크기**

C9-2. [C9의 (4) (5) 응답자만] \_님께서는 방송을 시청하다가 나타나는 아이콘(지정자)이 어떻게 개선되면 좋겠습니까?

3. 방송 중에 나타나는 아이콘의 크기

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
확대되면 좋겠다	1	47	7.8	17.9
축소되면 좋겠다	2	81	13.5	30.8
상관없다	3	135	22.5	51.3
시스템 결측값		337	56.2	
		600	100.0	100.0



**qc9b4 [아이콘(지정자)] 개선희망4: 아이콘을 누르면 나타나는 내용소개**

C9-2. [C9의 (4) (5) 응답자만] \_님께서는 방송을 시청하다가 나타나는 아이콘(지정자)이 어떻게 개선되면 좋겠습니까?

4. 아이콘을 누르면 나타나는 내용소개

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
함께 알려주면 좋겠다	1	106	17.7	40.3
현재도 괜찮다	2	157	26.2	59.7
시스템 결측값		337	56.2	
		600	100.0	100.0

**qd1 TV 전자 상거래 구매 경험 유무**

D1. [면접원: SQ6-1의 응답 확인 후 체크하시오.] TV 전자 상거래를 통한 상품 구매 경험

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용 경험 없음	1	419	69.8	69.8
이용은 해 봤으나 구매는 하지 않음	2	49	8.2	8.2
TV 전자상거래를 통해 구매 경험 있음	3	132	22.0	22.0
		600	100.0	100.0

**qd2a1 전용 TV전자상거래 구매 유무1: 패션의류**

D2. \_님께서는 \_를 통해 다음 상품을 구매 혹은 이용하신 경험이 있는 상품을 모두 선택하여 주십시오.

(1) 전용 TV전자상거래 - 패션의류

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	88	14.7	66.7
비구입	2	44	7.3	33.3
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qd2a2 전용 TV전자상거래 구매 유무2: 잡화/화장품**

D2. \_님께서는 \_를 통해 다음 상품을 구매 혹은 이용하신 경험이 있는 상품을 모두 선택하여 주십시오.

(1) 전용 TV전자상거래 - 잡화/화장품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	50	8.3	37.9
비구입	2	82	13.7	62.1
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qd2a3 전용 TV전자상거래 구매 유무3: 생활/가구/침구**

D2. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_를 통해 다음 상품을 구매 혹은 이용하신 경험이 있는 상품을 모두 선택하여 주십시오.

(1) 전용 TV전자상거래 - 생활/가구/침구

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	20	3.3	15.2
비구입	2	112	18.7	84.8
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qd2a4 전용 TV전자상거래 구매 유무4: 출산/유아용품**

D2. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_를 통해 다음 상품을 구매 혹은 이용하신 경험이 있는 상품을 모두 선택하여 주십시오.

(1) 전용 TV전자상거래 - 출산/유아용품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	2	.3	1.5
비구입	2	130	21.7	98.5
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qd2a5 전용 TV전자상거래 구매 유무5: 여행/상품권/도서**

D2. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_를 통해 다음 상품을 구매 혹은 이용하신 경험이 있는 상품을 모두 선택하여 주십시오.

(1) 전용 TV전자상거래 - 여행/상품권/도서

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	18	3.0	13.6
비구입	2	114	19.0	86.4
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qd2a6 전용 TV전자상거래 구매 유무6: 식품**

D2. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_를 통해 다음 상품을 구매 혹은 이용하신 경험이 있는 상품을 모두 선택하여 주십시오.

(1) 전용 TV전자상거래 - 식품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	11	1.8	8.3
비구입	2	121	20.2	91.7
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qd2a7 전용 TV전자상거래 구매 유무7: 가전/디지털/컴퓨터**

D2. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_를 통해 다음 상품을 구매 혹은 이용하신 경험이 있는 상품을 모두 선택하여 주십시오.

(1) 전용 TV전자상거래 - 가전/디지털/컴퓨터

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	8	1.3	6.1
비구입	2	124	20.7	93.9
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qd2a8 전용 TV전자상거래 구매 유무8: 스포츠/자동차**

D2. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_를 통해 다음 상품을 구매 혹은 이용하신 경험이 있는 상품을 모두 선택하여 주십시오.

(1) 전용 TV전자상거래 - 스포츠/자동차

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	5	.8	3.8
비구입	2	127	21.2	96.2
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qd2b1 연동형 TV전자상거래 구매 유무1: 패션의류**

D2. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_를 통해 다음 상품을 구매 혹은 이용하신 경험이 있는 상품을 모두 선택하여 주십시오.

(2) 연동형 TV전자상거래 - 패션의류

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	45	7.5	34.1
비구입	2	87	14.5	65.9
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qd2b2 연동형 TV전자상거래 구매 유무2: 잡화/화장품**

D2. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_를 통해 다음 상품을 구매 혹은 이용하신 경험이 있는 상품을 모두 선택하여 주십시오.

(2) 연동형 TV전자상거래 - 잡화/화장품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	35	5.8	26.5
비구입	2	97	16.2	73.5
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qd2b3 연동형 TV전자상거래 구매 유무3: 생활/가구/침구**

D2. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_를 통해 다음 상품을 구매 혹은 이용하신 경험이 있는 상품을 모두 선택하여 주십시오.

(2) 연동형 TV전자상거래 - 생활/가구/침구

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	5	.8	3.8
비구입	2	127	21.2	96.2
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qd2b4 연동형 TV전자상거래 구매 유무4: 출산/유아용품**

D2. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_를 통해 다음 상품을 구매 혹은 이용하신 경험이 있는 상품을 모두 선택하여 주십시오.

(2) 연동형 TV전자상거래 - 출산/유아용품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	2	.3	1.5
비구입	2	130	21.7	98.5
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qd2b5 연동형 TV전자상거래 구매 유무5: 여행/상품권/도서**

D2. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_를 통해 다음 상품을 구매 혹은 이용하신 경험이 있는 상품을 모두 선택하여 주십시오.

(2) 연동형 TV전자상거래 - 여행/상품권/도서

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	4	.7	3.0
비구입	2	128	21.3	97.0
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qd2b6 연동형 TV전자상거래 구매 유무6: 식품**

D2. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_를 통해 다음 상품을 구매 혹은 이용하신 경험이 있는 상품을 모두 선택하여 주십시오.

(2) 연동형 TV전자상거래 - 식품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	9	1.5	6.8
비구입	2	123	20.5	93.2
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qd2b7 연동형 TV전자상거래 구매 유무7: 가전/디지털/컴퓨터**

D2. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_를 통해 다음 상품을 구매 혹은 이용하신 경험이 있는 상품을 모두 선택하여 주십시오.

(2) 연동형 TV전자상거래 - 가전/디지털/컴퓨터

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	8	1.3	6.1
비구입	2	124	20.7	93.9
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qd2b8 연동형 TV전자상거래 구매 유무8: 스포츠/자동차**

D2. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_를 통해 다음 상품을 구매 혹은 이용하신 경험이 있는 상품을 모두 선택하여 주십시오.

(2) 연동형 TV전자상거래 - 스포츠/자동차

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	2	.3	1.5
비구입	2	130	21.7	98.5
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qd3a1 전용 TV전자상거래 지속적 구매 의향**

D3. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_방송 프로그램을 통해 지속적으로 상품을 구매하실 의향은 얼마나 있습니까?

(1) 전용 TV전자상거래

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
이용할 의향이 없다	2	4	.7	3.0
보통이다(모르겠다)	3	16	2.7	12.1
이용할 의향이 있다	4	110	18.3	83.3
매우 이용할 의향이 있다	5	2	.3	1.5
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qd3a2 연동형 TV전자상거래 지속적 구매 의향**

D3. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_방송 프로그램을 통해 지속적으로 상품을 구매하실 의향은 얼마나 있습니까?

(2) 연동형 TV전자상거래

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용할 의향이 없다	1	1	.2	.8
이용할 의향이 없다	2	6	1.0	4.5
보통이다(모르겠다)	3	16	2.7	12.1
이용할 의향이 있다	4	108	18.0	81.8
매우 이용할 의향이 있다	5	1	.2	.8
시스템 결측값		468	78.0	
		600	100.0	100.0

**qd3b11 전용 TV전자상거래 이용 의향 이유 [1순위]**

D3-1. [D3의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5) 응답자만] \_\_\_\_님께서는 이용하고 싶은 이유가 무엇인가요? 가장 큰 이용 의향 이유부터 3개까지만 말씀해 주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
새로운 서비스에 대한 호기심때문에	1	44	7.3	39.3
구체적인 상품정보를 얻을수 있어서	2	27	4.5	24.1
별도로 전화통화를 하지 않아도 되서	3	17	2.8	15.2
방송시간외 주문이 가능해서	4	10	1.7	8.9
상세한 정보를 그때그때 찾아 볼수 있어서	5	7	1.2	6.3
결제방식이 편해서	6	7	1.2	6.3
시스템 결측값		488	81.3	
		600	100.0	100.0

**qd3b12 전용 TV전자상거래 이용 의향 이유 [2순위]**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
새로운 서비스에 대한 호기심때문에	1	16	2.7	14.4
구체적인 상품정보를 얻을수 있어서	2	21	3.5	18.9
별도로 전화통화를 하지 않아도 되서	3	24	4.0	21.6
방송시간외 주문이 가능해서	4	19	3.2	17.1
상세한 정보를 그때그때 찾아 볼수 있어서	5	15	2.5	13.5
결제방식이 편해서	6	8	1.3	7.2
프로그램에 나온 상품을 바로 구매할수 있어서	7	8	1.3	7.2
시스템 결측값		489	81.5	
		600	100.0	100.0

qd3b13 전용 TV전자상거래 이용 의향 이유 (3순위)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
새로운 서비스에 대한 호기심때문에	1	14	2.3	13.3
구체적인 상품정보를 얻을수 있어서	2	16	2.7	15.2
별도로 전화통화를 하지 않아도 되서	3	18	3.0	17.1
방송시간외 주문이 가능해서	4	21	3.5	20.0
상세한 정보를 그때그때 찾아 볼수 있어서	5	18	3.0	17.1
결제방식이 편해서	6	11	1.8	10.5
프로그램에 나온 상품을 바로 구매할수 있어서	7	7	1.2	6.7
시스템 결측값		495	82.5	
		600	100.0	100.0

qd3b21 연동형 TV전자상거래 이용 의향 이유 (1순위)

D3-1. [D3의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_님께서는 이용하고 싶은 이유가 무엇인가요? 가장 큰 이용 의향 이유부터 3개까지만 말씀해 주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
새로운 서비스에 대한 호기심때문에	1	35	5.8	32.1
구체적인 상품정보를 얻을수 있어서	2	26	4.3	23.9
별도로 전화통화를 하지 않아도 되서	3	9	1.5	8.3
방송시간외 주문이 가능해서	4	7	1.2	6.4
상세한 정보를 그때그때 찾아 볼수 있어서	5	21	3.5	19.3
결제방식이 편해서	6	4	.7	3.7
프로그램에 나온 상품을 바로 구매할수 있어서	7	7	1.2	6.4
시스템 결측값		491	81.8	
		600	100.0	100.0

qd3b22 연동형 TV전자상거래 이용 의향 이유 (2순위)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
새로운 서비스에 대한 호기심때문에	1	12	2.0	11.0
구체적인 상품정보를 얻을수 있어서	2	15	2.5	13.8
별도로 전화통화를 하지 않아도 되서	3	30	5.0	27.5
방송시간외 주문이 가능해서	4	18	3.0	16.5
상세한 정보를 그때그때 찾아 볼수 있어서	5	18	3.0	16.5
결제방식이 편해서	6	3	.5	2.8
프로그램에 나온 상품을 바로 구매할수 있어서	7	13	2.2	11.9
시스템 결측값		491	81.8	
		600	100.0	100.0

qd3b23 연동형 TV전자상거래 이용 의향 이유 [3순위]

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
새로운 서비스에 대한 호기심때문에	1	10	1.7	9.6
구체적인 상품정보를 얻을수 있어서	2	13	2.2	12.5
별도로 전화통화를 하지 않아도 되서	3	21	3.5	20.2
방송시간외 주문이 가능해서	4	18	3.0	17.3
상세한 정보를 그때그때 찾아 볼수 있어서	5	23	3.8	22.1
결제방식이 편해서	6	4	.7	3.8
프로그램에 나온 상품을 바로 구매할수 있어서	7	15	2.5	14.4
시스템 결측값		496	82.7	
		600	100.0	100.0

qd3c11 전용 TV전자상거래 향후 구매 품목1: 패션의류

D3-2. [D3의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 향후 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(1) 전용 TV전자상거래 - 패션의류

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	103	17.2	92.0
비구입	2	9	1.5	8.0
시스템 결측값		488	81.3	
		600	100.0	100.0

qd3c12 전용 TV전자상거래 향후 구매 품목2: 잡화/화장품

D3-2. [D3의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 향후 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(1) 전용 TV전자상거래 - 잡화/화장품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	76	12.7	67.9
비구입	2	36	6.0	32.1
시스템 결측값		488	81.3	
		600	100.0	100.0



**qd3c13 전용 TV전자상거래 향후 구매 품목3: 생활/가구/침구**

D3-2. [D3의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서는 향후 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(1) 전용 TV전자상거래 - 생활/가구/침구

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	62	10.3	55.4
비구입	2	50	8.3	44.6
시스템 결측값		488	81.3	
		600	100.0	100.0

**qd3c14 전용 TV전자상거래 향후 구매 품목4: 출산/유아용품**

D3-2. [D3의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서는 향후 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(1) 전용 TV전자상거래 - 출산/유아용품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	7	1.2	6.3
비구입	2	105	17.5	93.8
시스템 결측값		488	81.3	
		600	100.0	100.0

**qd3c15 전용 TV전자상거래 향후 구매 품목5: 여행/상품권/도서**

D3-2. [D3의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서는 향후 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(1) 전용 TV전자상거래 - 여행/상품권/도서

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	42	7.0	37.5
비구입	2	70	11.7	62.5
시스템 결측값		488	81.3	
		600	100.0	100.0

**qd3c16 전용 TV전자상거래 향후 구매 품목6: 식품**

D3-2. [D3의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서는 향후 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(1) 전용 TV전자상거래 - 식품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	19	3.2	17.0
비구입	2	93	15.5	83.0
시스템 결측값		488	81.3	
		600	100.0	100.0

**qd3c17 전용 TV전자상거래 향후 구매 품목7: 가전/디지털/컴퓨터**

D3-2. [D3의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 향후 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(1) 전용 TV전자상거래 - 가전/디지털/컴퓨터

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	23	3.8	20.5
비구입	2	89	14.8	79.5
시스템 결측값		488	81.3	
		600	100.0	100.0

**qd3c18 전용 TV전자상거래 향후 구매 품목8: 스포츠/자동차**

D3-2. [D3의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 향후 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(1) 전용 TV전자상거래 - 스포츠/자동차

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	14	2.3	12.5
비구입	2	98	16.3	87.5
시스템 결측값		488	81.3	
		600	100.0	100.0

**qd3c21 연동형 TV전자상거래 향후 구매 품목1: 패션의류**

D3-2. [D3의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 향후 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(2) 연동형 TV전자상거래 - 패션의류

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	89	14.8	81.7
비구입	2	20	3.3	18.3
시스템 결측값		491	81.8	
		600	100.0	100.0

**qd3c22 연동형 TV전자상거래 향후 구매 품목2: 잡화/화장품**

D3-2. [D3의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 향후 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(2) 연동형 TV전자상거래 - 잡화/화장품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	76	12.7	69.7
비구입	2	33	5.5	30.3
시스템 결측값		491	81.8	
		600	100.0	100.0

**qd3c23 연동형 TV전자상거래 향후 구매 품목3: 생활/가구/침구**

D3-2. [D3의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서는 향후 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(2) 연동형 TV전자상거래 - 잡화/화장품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	49	8.2	45.0
비구입	2	60	10.0	55.0
시스템 결측값		491	81.8	
		600	100.0	100.0

**qd3c24 연동형 TV전자상거래 향후 구매 품목4: 출산/유아용품**

D3-2. [D3의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서는 향후 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(2) 연동형 TV전자상거래 - 출산/유아용품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	12	2.0	11.0
비구입	2	97	16.2	89.0
시스템 결측값		491	81.8	
		600	100.0	100.0

**qd3c25 연동형 TV전자상거래 향후 구매 품목5: 여행/상품권/도서**

D3-2. [D3의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서는 향후 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(2) 연동형 TV전자상거래 - 여행/상품권/도서

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	40	6.7	36.7
비구입	2	69	11.5	63.3
시스템 결측값		491	81.8	
		600	100.0	100.0

**qd3c26 연동형 TV전자상거래 향후 구매 품목6: 식품**

D3-2. [D3의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서는 향후 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(2) 연동형 TV전자상거래 - 식품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	20	3.3	18.3
비구입	2	89	14.8	81.7
시스템 결측값		491	81.8	
		600	100.0	100.0

**qd3c27 연동형 TV전자상거래 향후 구매 품목7: 가전/디지털/컴퓨터**

D3-2. [D3의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서는 향후 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(2) 연동형 TV전자상거래 - 가전/디지털/컴퓨터

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	28	4.7	25.7
비구입	2	81	13.5	74.3
시스템 결측값		491	81.8	
		600	100.0	100.0

**qd3c28 연동형 TV전자상거래 향후 구매 품목8: 스포츠/자동차**

D3-2. [D3의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서는 향후 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(2) 연동형 TV전자상거래 - 스포츠/자동차

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	14	2.3	12.8
비구입	2	95	15.8	87.2
시스템 결측값		491	81.8	
		600	100.0	100.0

**qd3d11 전용 TV전자상거래 이용 비의향 이유 [1순위]**

D3-3. [D3의 (1)전용, (2)연동형 각각 (1)~(3)응답자만] \_\_\_\_님께서는 향후 \_\_\_\_에 대해 이용하지 않는다고 응답하셨는데 그 이유는 무엇입니까? 가장 큰 비이용 의향 이유부터 3개까지만 말씀해 주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
상품 구색이 다양하지 않은 것 같다	1	9	1.5	45.0
최신/유행 상품을 취급하지 않을 것 같다(원하는 상품을 빠르게 구매할 수 없다)	2	2	.3	10.0
가격대비 품질이 좋지 않을 것 같다	3	2	.3	10.0
상품에 대한 다양한 정보를 제공하지 않을 것 같다	5	1	.2	5.0
이곳에서만 살 수 있는 상품이 많지 않을 것 같다	8	3	.5	15.0
TV시청에 방해받고 싶지 않다	13	2	.3	10.0
반품 교환이 잘 되지 않을 것 같다	19	1	.2	5.0
시스템 결측값		580	96.7	
		600	100.0	100.0

qd3d12 전용 TV전자상거래 이용 비의향 이유 (2순위)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
상품 구색이 다양하지 않은 것 같다	1	3	.5	15.0
최신/유행 상품을 취급하지 않을 것 같다(원하는 상품을 빠르게 구매할 수 없다)	2	5	.8	25.0
가격대비 품질이 좋지 않을 것 같다	3	3	.5	15.0
할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달하지 않을 거 같다	4	1	.2	5.0
판매하는 상품의 품질이 좋지 않을 것 같다	6	1	.2	5.0
사은품,쿠폰 등 구입시 혜택이 좋지 않을 것 같다	7	2	.3	10.0
결제가 편리하지 않은 것 같다	12	1	.2	5.0
TV시청에 방해받고 싶지 않다	13	2	.3	10.0
반품 교환이 잘 되지 않을 것 같다	19	2	.3	10.0
시스템 결측값		580	96.7	
		600	100.0	100.0

qd3d13 전용 TV전자상거래 이용 비의향 이유 (3순위)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
상품 구색이 다양하지 않은 것 같다	1	3	.5	15.8
최신/유행 상품을 취급하지 않을 것 같다(원하는 상품을 빠르게 구매할 수 없다)	2	8	1.3	42.1
할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달하지 않을 거 같다	4	2	.3	10.5
상품에 대한 다양한 정보를 제공하지 않을 것 같다	5	1	.2	5.3
사은품,쿠폰 등 구입시 혜택이 좋지 않을 것 같다	7	1	.2	5.3
이곳에서만 살 수 있는 상품이 많지 않을 것 같다	8	2	.3	10.5
TV시청에 방해받고 싶지 않다	13	1	.2	5.3
반품 교환이 잘 되지 않을 것 같다	19	1	.2	5.3
시스템 결측값		581	96.8	
		600	100.0	100.0

qd3d21 연동형 TV전자상거래 이용 비의향 이유 (1순위)

D3-3. [D3의 (1)전용, (2)연동형 각각 (1)~(3)응답자만] \_\_\_\_님께서는 향후 \_\_\_\_에 대해 이용하지 않는다고 응답하셨는데 그 이유는 무엇입니까? 가장 큰 비이용 의향 이유부터 3개까지만 말씀해 주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
상품 구색이 다양하지 않은 것 같다	1	4	.7	17.4
가격대비 품질이 좋지 않을 것 같다	3	4	.7	17.4
할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달하지 않을 거 같다	4	1	.2	4.3
판매하는 상품의 품질이 좋지 않을 것 같다	6	1	.2	4.3
사은품,쿠폰 등 구입시 혜택이 좋지 않을 것 같다	7	2	.3	8.7
이곳에서만 살 수 있는 상품이 많지 않을 것 같다	8	1	.2	4.3
거래시 개인정보 제공에 대한 신뢰가 없다	10	2	.3	8.7
제품배달이 신속하지 않을 것 같다	11	1	.2	4.3
TV시청에 방해받고 싶지 않다	13	6	1.0	26.1
반품 교환이 잘 되지 않을 것 같다	19	1	.2	4.3
시스템 결측값		577	96.2	
		600	100.0	100.0

qd3d22 연동형 TV전자상거래 이용 비의향 이유 (2순위)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
상품 구색이 다양하지 않은 것 같다	1	1	.2	4.8
최신/유행 상품을 취급하지 않을 것 같다(원하는 상품을 빠르게 구매할 수 없다	2	4	.7	19.0
가격대비 품질이 좋지 않을 것 같다	3	2	.3	9.5
상품에 대한 다양한 정보를 제공하지 않을 것 같다	5	3	.5	14.3
판매하는 상품의 품질이 좋지 않을 것 같다	6	3	.5	14.3
사은품,쿠폰 등 구입시 혜택이 좋지 않을 것 같다	7	2	.3	9.5
이곳에서만 살 수 있는 상품이 많지 않을 것 같다	8	4	.7	19.0
결제가 편리하지 않은 것 같다	12	2	.3	9.5
시스템 결측값		579	96.5	
		600	100.0	100.0

qd3d23 연동형 TV전자상거래 이용 비의향 이유 (3순위)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
상품 구색이 다양하지 않은 것 같다	1	2	.3	10.0
최신/유행 상품을 취급하지 않을 것 같다(원하는 상품을 빠르게 구매할 수 없다)	2	4	.7	20.0
가격대비 품질이 좋지 않을 것 같다	3	2	.3	10.0
할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달하지 않을 거 같다	4	3	.5	15.0
상품에 대한 다양한 정보를 제공하지 않을 것 같다	5	1	.2	5.0
판매하는 상품의 품질이 좋지 않을 것 같다	6	3	.5	15.0
이곳에서만 살 수 있는 상품이 많지 않을 것 같다	8	1	.2	5.0
거래시 개인정보 제공에 대한 신뢰가 없다	10	1	.2	5.0
TV시청에 방해받고 싶지 않다	13	1	.2	5.0
반품 교환이 잘 되지 않을 것 같다	19	2	.3	10.0
시스템 결측값		580	96.7	
		600	100.0	100.0

qd4a1 [무경험자] 전용 TV전자상거래 이용 의향

D4. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_ 방송 프로그램을 통해 상품을 구입하실 의향이 얼마나 있습니까?

(1) 전용 TV전자상거래

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용할 의향이 없다	1	19	3.2	4.1
이용할 의향이 없다	2	80	13.3	17.1
보통이다(모르겠다)	3	229	38.2	48.9
이용할 의향이 있다	4	139	23.2	29.7
매우 이용할 의향이 있다	5	1	.2	.2
시스템 결측값		132	22.0	
		600	100.0	100.0

qd4a2 [무경험자] 연동형 TV전자상거래 이용 의향

D4. \_\_\_\_님께서는 \_\_\_\_ 방송 프로그램을 통해 상품을 구입하실 의향이 얼마나 있습니까?  
(2) 연동형 TV전자상거래

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 이용할 의향이 없다	1	28	4.7	6.0
이용할 의향이 없다	2	60	10.0	12.8
보통이다(모르겠다)	3	226	37.7	48.3
이용할 의향이 있다	4	152	25.3	32.5
매우 이용할 의향이 있다	5	2	.3	.4
시스템 결측값		132	22.0	
		600	100.0	100.0

qd4b11 [무경험자] 전용 TV전자상거래 이용 비의향 이유 [1순위]

D4-1. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서는 이용하고 싶은 이유가 무엇인가요?

(1) 전용 TV전자상거래

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
새로운 서비스에 대한 호기심때문에	1	59	9.8	42.1
구체적인 상품정보를 얻을수 있어서	2	27	4.5	19.3
별도로 전화통화를 하지 않아도 되서	3	20	3.3	14.3
방송시간외 주문이 가능해서	4	9	1.5	6.4
상세한 정보를 그때그때 찾아 볼수 있어서	5	7	1.2	5.0
결제방식이 편해서	6	9	1.5	6.4
프로그램에 나온 상품을 바로 구매할수 있어서	7	9	1.5	6.4
시스템 결측값		460	76.7	
		600	100.0	100.0

qd4b12 [무경험자] 전용 TV전자상거래 이용 비의향 이유 [2순위]

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
새로운 서비스에 대한 호기심때문에	1	35	5.8	25.0
구체적인 상품정보를 얻을수 있어서	2	43	7.2	30.7
별도로 전화통화를 하지 않아도 되서	3	23	3.8	16.4
방송시간외 주문이 가능해서	4	17	2.8	12.1
상세한 정보를 그때그때 찾아 볼수 있어서	5	11	1.8	7.9
결제방식이 편해서	6	3	.5	2.1
프로그램에 나온 상품을 바로 구매할수 있어서	7	8	1.3	5.7
시스템 결측값		460	76.7	
		600	100.0	100.0



qd4b13 [무경험자] 전용 TV전자상거래 이용 비의향 이유 [3순위]

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
새로운 서비스에 대한 호기심때문에	1	15	2.5	11.3
구체적인 상품정보를 얻을수 있어서	2	27	4.5	20.3
별도로 전화통화를 하지 않아도 되서	3	24	4.0	18.0
방송시간외 주문이 가능해서	4	19	3.2	14.3
상세한 정보를 그때그때 찾아 볼수 있어서	5	29	4.8	21.8
결제방식이 편해서	6	10	1.7	7.5
프로그램에 나온 상품을 바로 구매할수 있어서	7	9	1.5	6.8
시스템 결측값		467	77.8	
		600	100.0	100.0

qd4b21 [무경험자] 연동형 TV전자상거래 이용 비의향 이유 [1순위]

D4-1. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서는 이용하고 싶은 이유가 무엇인가요?

(2) 연동형 TV전자상거래

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
새로운 서비스에 대한 호기심때문에	1	35	5.8	22.7
구체적인 상품정보를 얻을수 있어서	2	41	6.8	26.6
별도로 전화통화를 하지 않아도 되서	3	17	2.8	11.0
방송시간외 주문이 가능해서	4	18	3.0	11.7
상세한 정보를 그때그때 찾아 볼수 있어서	5	17	2.8	11.0
결제방식이 편해서	6	6	1.0	3.9
프로그램에 나온 상품을 바로 구매할수 있어서	7	20	3.3	13.0
시스템 결측값		446	74.3	
		600	100.0	100.0

qd4b22 [무경험자] 연동형 TV전자상거래 이용 비의향 이유 [2순위]

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
새로운 서비스에 대한 호기심때문에	1	21	3.5	13.6
구체적인 상품정보를 얻을수 있어서	2	33	5.5	21.4
별도로 전화통화를 하지 않아도 되서	3	38	6.3	24.7
방송시간외 주문이 가능해서	4	27	4.5	17.5
상세한 정보를 그때그때 찾아 볼수 있어서	5	12	2.0	7.8
결제방식이 편해서	6	5	.8	3.2
프로그램에 나온 상품을 바로 구매할수 있어서	7	18	3.0	11.7
시스템 결측값		446	74.3	
		600	100.0	100.0

qd4b23 [무경험자] 연동형 TV전자상거래 이용 비의향 이유 (3순위)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
새로운 서비스에 대한 호기심때문에	1	19	3.2	12.9
구체적인 상품정보를 얻을수 있어서	2	24	4.0	16.3
별도로 전화통화를 하지 않아도 되서	3	30	5.0	20.4
방송시간외 주문이 가능해서	4	27	4.5	18.4
상세한 정보를 그때그때 찾아 볼수 있어서	5	20	3.3	13.6
결제방식이 편해서	6	14	2.3	9.5
프로그램에 나온 상품을 바로 구매할수 있어서	7	13	2.2	8.8
시스템 결측값		453	75.5	
		600	100.0	100.0

qd4c11 [무경험자] 전용 TV전자상거래 구입의향상품1: 패션의류

D4-2. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(1) 전용 TV전자상거래 - 패션의류

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	114	19.0	81.4
비구입	2	26	4.3	18.6
시스템 결측값		460	76.7	
		600	100.0	100.0

qd4c12 [무경험자] 전용 TV전자상거래 구입의향상품2: 잡화/화장품

D4-2. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(1) 전용 TV전자상거래 - 잡화/화장품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	89	14.8	63.6
비구입	2	51	8.5	36.4
시스템 결측값		460	76.7	
		600	100.0	100.0

**qd4c13 [무경험자] 전용 TV전자상거래 구입의향상품3: 생활/가구/침구**

D4-2. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(1) 전용 TV전자상거래 - 생활/가구/침구

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	63	10.5	45.0
비구입	2	77	12.8	55.0
시스템 결측값		460	76.7	
		600	100.0	100.0

**qd4c14 [무경험자] 전용 TV전자상거래 구입의향상품4: 출산/유아용품**

D4-2. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(1) 전용 TV전자상거래 - 출산/유아용품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	20	3.3	14.3
비구입	2	120	20.0	85.7
시스템 결측값		460	76.7	
		600	100.0	100.0

**qd4c15 [무경험자] 전용 TV전자상거래 구입의향상품5: 여행/상품권/도서**

D4-2. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(1) 전용 TV전자상거래 - 여행/상품권/도서

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	72	12.0	51.4
비구입	2	68	11.3	48.6
시스템 결측값		460	76.7	
		600	100.0	100.0

**qd4c16 [무경험자] 전용 TV전자상거래 구입의향상품6: 식품**

D4-2. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(1) 전용 TV전자상거래 - 식품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	34	5.7	24.3
비구입	2	106	17.7	75.7
시스템 결측값		460	76.7	
		600	100.0	100.0

**qd4c17 [무경험자] 전용 TV전자상거래 구입의향상품7: 가전/디지털/컴퓨터**

D4-2. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(1) 전용 TV전자상거래 - 가전/디지털/컴퓨터

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	62	10.3	44.3
비구입	2	78	13.0	55.7
시스템 결측값		460	76.7	
		600	100.0	100.0

**qd4c18 [무경험자] 전용 TV전자상거래 구입의향상품8: 스포츠/자동차**

D4-2. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(1) 전용 TV전자상거래 - 스포츠/자동차

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	38	6.3	27.1
비구입	2	102	17.0	72.9
시스템 결측값		460	76.7	
		600	100.0	100.0

**qd4c21 [무경험자] 연동형 TV전자상거래 구입의향상품1: 패션의류**

D4-2. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(2) 연동형 TV전자상거래 - 패션의류

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	137	22.8	89.0
비구입	2	17	2.8	11.0
시스템 결측값		446	74.3	
		600	100.0	100.0

**qd4c22 [무경험자] 연동형 TV전자상거래 구입의향상품2: 잡화/화장품**

D4-2. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(2) 연동형 TV전자상거래 - 잡화/화장품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	116	19.3	75.3
비구입	2	38	6.3	24.7
시스템 결측값		446	74.3	
		600	100.0	100.0

**qd4c23 [무경험자] 연동형 TV전자상거래 구입의향상품3: 생활/가구/침구**

D4-2. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(2) 연동형 TV전자상거래 - 생활/가구/침구

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	77	12.8	50.0
비구입	2	77	12.8	50.0
시스템 결측값		446	74.3	
		600	100.0	100.0

**qd4c24 [무경험자] 연동형 TV전자상거래 구입의향상품4: 출산/유아용품**

D4-2. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(2) 연동형 TV전자상거래 - 출산/유아용품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	33	5.5	21.4
비구입	2	121	20.2	78.6
시스템 결측값		446	74.3	
		600	100.0	100.0

**qd4c25 [무경험자] 연동형 TV전자상거래 구입의향상품5: 여행/상품권/도서**

D4-2. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(2) 연동형 TV전자상거래 - 여행/상품권/도서

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	57	9.5	37.0
비구입	2	97	16.2	63.0
시스템 결측값		446	74.3	
		600	100.0	100.0

**qd4c26 [무경험자] 연동형 TV전자상거래 구입의향상품6: 식품**

D4-2. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_\_\_님께서서는 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(2) 연동형 TV전자상거래 - 식품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	39	6.5	25.3
비구입	2	115	19.2	74.7
시스템 결측값		446	74.3	
		600	100.0	100.0

**qd4c27 [무경험자] 연동형 TV전자상거래 구입의향상품7: 가전/디지털/컴퓨터**

D4-2. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_님께서서는 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(2) 연동형 TV전자상거래 - 가전/디지털/컴퓨터

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	72	12.0	46.8
비구입	2	82	13.7	53.2
시스템 결측값		446	74.3	
		600	100.0	100.0

**qd4c28 [무경험자] 연동형 TV전자상거래 구입의향상품8: 스포츠/자동차**

D4-2. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (4)~(5)응답자만] \_\_님께서서는 주로 어떤 상품을 구입하실 것 같습니까?

(2) 연동형 TV전자상거래 - 스포츠/자동차

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
구입	1	48	8.0	31.2
비구입	2	106	17.7	68.8
시스템 결측값		446	74.3	
		600	100.0	100.0

**qd4d11 [무경험자] 전용 TV전자상거래 비구입 의향 이유 [1순위]**

D4-3. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (1)~(3)응답자만] \_\_님께서서는 향후 \_\_에 대해 이용하지 않는다고 응답하셨는데 그 이유는 무엇입니까? 가장 큰 비이용 의향 이유부터 3개까지만 말씀해 주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
상품 구색이 다양하지 않은 것 같다	1	106	17.7	32.3
최신/유행 상품을 취급하지 않을 것 같다	2	42	7.0	12.8
가격대비 품질이 좋지 않을 것 같다	3	44	7.3	13.4
할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달하지 않을 것 같다	4	26	4.3	7.9
상품에 대한 다양한 정보를 제공하지 않을 것 같다	5	23	3.8	7.0
판매하는 상품의 품질이 좋지 않을 것 같다	6	16	2.7	4.9
사은품,쿠폰 등 구입시 혜택이 좋지 않을 것 같다	7	6	1.0	1.8
이곳에서만 살 수 있는 상품이 많지 않을 것 같다	8	14	2.3	4.3
반품 교환이 잘 되지 않을 것 같다	9	11	1.8	3.4
거래시 개인정보 제공에 대한 신뢰가 없다	10	13	2.2	4.0

제품배달이 신속하지 않을 것 같다	11	6	1.0	1.8
결제가 편리하지 않은 것 같다	12	4	.7	1.2
TV시청에 방해받고 싶지 않다	13	17	2.8	5.2
시스템 결측값		272	45.3	
		600	100.0	100.0

qd4d12 [무경험자] 전용 TV전자상거래 비구입 의향 이유 (2순위)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
상품 구색이 다양하지 않은 것 같다	1	47	7.8	14.4
최신/유행 상품을 취급하지 않을 것 같다	2	53	8.8	16.3
가격대비 품질이 좋지 않을 것 같다	3	49	8.2	15.0
할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달하지 않을 거 같다	4	22	3.7	6.7
상품에 대한 다양한 정보를 제공하지 않을 것 같다	5	25	4.2	7.7
판매하는 상품의 품질이 좋지 않을 것 같다	6	28	4.7	8.6
사은품,쿠폰 등 구입시 혜택이 좋지 않을 것 같다	7	10	1.7	3.1
이곳에서만 살 수 있는 상품이 많지 않을 것 같다	8	10	1.7	3.1
반품 교환이 잘 되지 않을 것 같다	9	40	6.7	12.3
거래시 개인정보 제공에 대한 신뢰가 없다	10	23	3.8	7.1
제품배달이 신속하지 않을 것 같다	11	1	.2	.3
결제가 편리하지 않은 것 같다	12	12	2.0	3.7
TV시청에 방해받고 싶지 않다	13	6	1.0	1.8
시스템 결측값		274	45.7	
		600	100.0	100.0

qd4d13 [무경험자] 전용 TV전자상거래 비구입 의향 이유 (3순위)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
상품 구색이 다양하지 않은 것 같다	1	31	5.2	9.7
최신/유행 상품을 취급하지 않을 것 같다	2	46	7.7	14.3
가격대비 품질이 좋지 않을 것 같다	3	32	5.3	10.0
할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달하지 않을 거 같다	4	30	5.0	9.3
상품에 대한 다양한 정보를 제공하지 않을 것 같다	5	29	4.8	9.0
판매하는 상품의 품질이 좋지 않을 것 같다	6	28	4.7	8.7
사은품,쿠폰 등 구입시 혜택이 좋지 않을 것 같다	7	28	4.7	8.7

이곳에서만 살 수 있는 상품이 많지 않을 것 같다	8	22	3.7	6.9
반품 교환이 잘 되지 않을 것 같다	9	27	4.5	8.4
거래시 개인정보 제공에 대한 신뢰가 없다	10	13	2.2	4.0
제품배달이 신속하지 않을 것 같다	11	8	1.3	2.5
결제가 편리하지 않은 것 같다	12	14	2.3	4.4
TV시청에 방해받고 싶지 않다	13	13	2.2	4.0
시스템 결측값		279	46.5	
		600	100.0	100.0

qd4d21 [무경험자] 연동형 TV전자상거래 비구입 의향 이유 [1순위]

D4-3. [D4의 (1)전용, (2)연동형의 (1)~(3) 응답자만] \_\_\_\_님께서는 향후 \_\_\_\_에 대해 이용하지 않는다고 응답하셨는데 그 이유는 무엇입니까? 가장 큰 비이용 의향 이유부터 3개까지만 말씀해 주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
상품 구색이 다양하지 않은 것 같다	1	68	11.3	21.7
최신/유행 상품을 취급하지 않을 것 같다	2	41	6.8	13.1
가격대비 품질이 좋지 않을 것 같다	3	22	3.7	7.0
할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달하지 않을 거 같다	4	17	2.8	5.4
상품에 대한 다양한 정보를 제공하지 않을 것 같다	5	34	5.7	10.8
판매하는 상품의 품질이 좋지 않을 것 같다	6	22	3.7	7.0
사은품,쿠폰 등 구입시 혜택이 좋지 않을 것 같다	7	14	2.3	4.5
이곳에서만 살 수 있는 상품이 많지 않을 것 같다	8	13	2.2	4.1
반품 교환이 잘 되지 않을 것 같다	9	5	.8	1.6
거래시 개인정보 제공에 대한 신뢰가 없다	10	13	2.2	4.1
제품배달이 신속하지 않을 것 같다	11	4	.7	1.3
결제가 편리하지 않은 것 같다	12	14	2.3	4.5
TV시청에 방해받고 싶지 않다	13	47	7.8	15.0
시스템 결측값		286	47.7	
		600	100.0	100.0



qd4d22 [무경험자] 연동형 TV전자상거래 비구입 의향 이유 [2순위]

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
상품 구색이 다양하지 않은 것 같다	1	22	3.7	7.1
최신/유행 상품을 취급하지 않을 것 같다	2	46	7.7	14.8
가격대비 품질이 좋지 않을 것 같다	3	48	8.0	15.4
할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달하지 않을 것 같다	4	32	5.3	10.3
상품에 대한 다양한 정보를 제공하지 않을 것 같다	5	41	6.8	13.2
판매하는 상품의 품질이 좋지 않을 것 같다	6	29	4.8	9.3
사은품,쿠폰 등 구입시 혜택이 좋지 않을 것 같다	7	10	1.7	3.2
이곳에서만 살 수 있는 상품이 많지 않을 것 같다	8	20	3.3	6.4
반품 교환이 잘 되지 않을 것 같다	9	22	3.7	7.1
거래시 개인정보 제공에 대한 신뢰가 없다	10	8	1.3	2.6
제품배달이 신속하지 않을 것 같다	11	3	.5	1.0
결제가 편리하지 않은 것 같다	12	16	2.7	5.1
TV시청에 방해받고 싶지 않다	13	14	2.3	4.5
시스템 결측값		289	48.2	
		600	100.0	100.0

qd4d23 [무경험자] 연동형 TV전자상거래 비구입 의향 이유 [3순위]

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
상품 구색이 다양하지 않은 것 같다	1	24	4.0	7.8
최신/유행 상품을 취급하지 않을 것 같다	2	33	5.5	10.7
가격대비 품질이 좋지 않을 것 같다	3	38	6.3	12.4
할인행사 등 고객에게 필요한 정보를 잘 전달하지 않을 것 같다	4	41	6.8	13.4
상품에 대한 다양한 정보를 제공하지 않을 것 같다	5	32	5.3	10.4
판매하는 상품의 품질이 좋지 않을 것 같다	6	30	5.0	9.8
사은품,쿠폰 등 구입시 혜택이 좋지 않을 것 같다	7	19	3.2	6.2
이곳에서만 살 수 있는 상품이 많지 않을 것 같다	8	19	3.2	6.2
반품 교환이 잘 되지 않을 것 같다	9	23	3.8	7.5
거래시 개인정보 제공에 대한 신뢰가 없다	10	12	2.0	3.9
제품배달이 신속하지 않을 것 같다	11	14	2.3	4.6
결제가 편리하지 않은 것 같다	12	7	1.2	2.3
TV시청에 방해받고 싶지 않다	13	15	2.5	4.9
시스템 결측값		293	48.8	
		600	100.0	100.0

**qe1a1 [CARD1]이용하고 싶은 서비스**

다음 보기카드에 제시된 TV데이터 방송 서비스의 조건을 보시고 각 SET에서 가장 선호하시는 것 하나를 골라 주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	76	12.7	12.7
유형2	2	202	33.7	33.7
유형3	3	221	36.8	36.8
유형4	4	84	14.0	14.0
선택하고 싶은 카드 없음	5	17	2.8	2.8
		600	100.0	100.0

**qe1a2 [CARD2]이용하고 싶은 서비스**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	97	16.2	16.2
유형2	2	120	20.0	20.0
유형3	3	228	38.0	38.0
유형4	4	139	23.2	23.2
선택하고 싶은 카드 없음	5	16	2.7	2.7
		600	100.0	100.0

**qe1a3 [CARD3]이용하고 싶은 서비스**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	105	17.5	17.5
유형2	2	223	37.2	37.2
유형3	3	127	21.2	21.2
유형4	4	101	16.8	16.8
선택하고 싶은 카드 없음	5	44	7.3	7.3
		600	100.0	100.0

**qe1a4 [CARD4]이용하고 싶은 서비스**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	200	33.3	33.3
유형2	2	100	16.7	16.7
유형3	3	88	14.7	14.7
유형4	4	190	31.7	31.7
선택하고 싶은 카드 없음	5	22	3.7	3.7
		600	100.0	100.0

qe1a5 [CARD5]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	154	25.7	25.7
유형2	2	243	40.5	40.5
유형3	3	91	15.2	15.2
유형4	4	85	14.2	14.2
선택하고 싶은 카드 없음	5	27	4.5	4.5
		600	100.0	100.0

qe1a6 [CARD6]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	89	14.8	14.8
유형2	2	210	35.0	35.0
유형3	3	176	29.3	29.3
유형4	4	87	14.5	14.5
선택하고 싶은 카드 없음	5	38	6.3	6.3
		600	100.0	100.0

qe1a7 [CARD7]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	104	17.3	17.3
유형2	2	112	18.7	18.7
유형3	3	239	39.8	39.8
유형4	4	106	17.7	17.7
선택하고 싶은 카드 없음	5	39	6.5	6.5
		600	100.0	100.0

qe1a8 [CARD8]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	68	11.3	11.3
유형2	2	122	20.3	20.3
유형3	3	263	43.8	43.8
유형4	4	120	20.0	20.0
선택하고 싶은 카드 없음	5	27	4.5	4.5
		600	100.0	100.0

qe1a9 [CARD9]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	173	28.8	28.8
유형2	2	126	21.0	21.0
유형3	3	86	14.3	14.3
유형4	4	198	33.0	33.0
선택하고 싶은 카드 없음	5	17	2.8	2.8
		600	100.0	100.0

qe1a10 [CARD10]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	63	10.5	10.5
유형2	2	224	37.3	37.3
유형3	3	199	33.2	33.2
유형4	4	98	16.3	16.3
선택하고 싶은 카드 없음	5	16	2.7	2.7
		600	100.0	100.0

qe1a11 [CARD11]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	94	15.7	15.7
유형2	2	187	31.2	31.2
유형3	3	235	39.2	39.2
유형4	4	64	10.7	10.7
선택하고 싶은 카드 없음	5	20	3.3	3.3
		600	100.0	100.0

qe1a12 [CARD12]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	209	34.8	34.8
유형2	2	153	25.5	25.5
유형3	3	99	16.5	16.5
유형4	4	105	17.5	17.5
선택하고 싶은 카드 없음	5	34	5.7	5.7
		600	100.0	100.0

**qe2a1 [CARD1]이용하고 싶은 서비스**

다음 보기카드에 제시된 TV 전자상거래 서비스의 조건을 보시고 각 SET에서 가장 선호하시는 것 하나를 골라 주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	62	10.3	10.3
유형2	2	63	10.5	10.5
유형3	3	280	46.7	46.7
유형4	4	181	30.2	30.2
선택하고 싶은 카드 없음	5	14	2.3	2.3
		600	100.0	100.0

**qe2a2 [CARD2]이용하고 싶은 서비스**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	309	51.5	51.5
유형2	2	75	12.5	12.5
유형3	3	150	25.0	25.0
유형4	4	42	7.0	7.0
선택하고 싶은 카드 없음	5	24	4.0	4.0
		600	100.0	100.0

**qe2a3 [CARD3]이용하고 싶은 서비스**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	192	32.0	32.0
유형2	2	167	27.8	27.8
유형3	3	55	9.2	9.2
유형4	4	116	19.3	19.3
선택하고 싶은 카드 없음	5	70	11.7	11.7
		600	100.0	100.0

**qe2a4 [CARD4]이용하고 싶은 서비스**

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	102	17.0	17.0
유형2	2	98	16.3	16.3
유형3	3	61	10.2	10.2
유형4	4	230	38.3	38.3
선택하고 싶은 카드 없음	5	109	18.2	18.2
		600	100.0	100.0

qe2a5 [CARD5]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	189	31.5	31.5
유형2	2	149	24.8	24.8
유형3	3	144	24.0	24.0
유형4	4	75	12.5	12.5
선택하고 싶은 카드 없음	5	43	7.2	7.2
		600	100.0	100.0

qe2a6 [CARD6]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	178	29.7	29.7
유형2	2	52	8.7	8.7
유형3	3	249	41.5	41.5
유형4	4	36	6.0	6.0
선택하고 싶은 카드 없음	5	85	14.2	14.2
		600	100.0	100.0

qe2a7 [CARD7]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	127	21.2	21.2
유형2	2	313	52.2	52.2
유형3	3	82	13.7	13.7
유형4	4	48	8.0	8.0
선택하고 싶은 카드 없음	5	30	5.0	5.0
		600	100.0	100.0

qe2a8 [CARD8]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	230	38.3	38.3
유형2	2	121	20.2	20.2
유형3	3	123	20.5	20.5
유형4	4	67	11.2	11.2
선택하고 싶은 카드 없음	5	59	9.8	9.8
		600	100.0	100.0

qe2a9 [CARD9]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	109	18.2	18.2
유형2	2	177	29.5	29.5
유형3	3	174	29.0	29.0
유형4	4	64	10.7	10.7
선택하고 싶은 카드 없음	5	76	12.7	12.7
		600	100.0	100.0

qe2a10 [CARD10]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	75	12.5	12.5
유형2	2	370	61.7	61.7
유형3	3	87	14.5	14.5
유형4	4	49	8.2	8.2
선택하고 싶은 카드 없음	5	19	3.2	3.2
		600	100.0	100.0

qe2a11 [CARD11]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	257	42.8	42.8
유형2	2	57	9.5	9.5
유형3	3	59	9.8	9.8
유형4	4	215	35.8	35.8
선택하고 싶은 카드 없음	5	12	2.0	2.0
		600	100.0	100.0

qe2a12 [CARD12]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	153	25.5	25.5
유형2	2	67	11.2	11.2
유형3	3	92	15.3	15.3
유형4	4	248	41.3	41.3
선택하고 싶은 카드 없음	5	40	6.7	6.7
		600	100.0	100.0

qe2a13 [CARD13]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	233	38.8	38.8
유형2	2	83	13.8	13.8
유형3	3	44	7.3	7.3
유형4	4	200	33.3	33.3
선택하고 싶은 카드 없음	5	40	6.7	6.7
		600	100.0	100.0

qe2a14 [CARD14]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	263	43.8	43.8
유형2	2	62	10.3	10.3
유형3	3	111	18.5	18.5
유형4	4	143	23.8	23.8
선택하고 싶은 카드 없음	5	21	3.5	3.5
		600	100.0	100.0

qe2a15 [CARD15]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	209	34.8	34.8
유형2	2	41	6.8	6.8
유형3	3	235	39.2	39.2
유형4	4	63	10.5	10.5
선택하고 싶은 카드 없음	5	52	8.7	8.7
		600	100.0	100.0

qe2a16 [CARD16]이용하고 싶은 서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유형1	1	94	15.7	15.7
유형2	2	98	16.3	16.3
유형3	3	138	23.0	23.0
유형4	4	203	33.8	33.8
선택하고 싶은 카드 없음	5	67	11.2	11.2
		600	100.0	100.0



**dq1 응답자 직업**

DQ1. \_\_\_\_님의 직업은 무엇입니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
자영업	1	75	12.5	12.5
판매/영업 서비스직	2	54	9.0	9.0
기능/작업직	3	7	1.2	1.2
사무/기술직	4	216	36.0	36.0
경영/관리직	5	11	1.8	1.8
자유/전문직	6	3	.5	.5
전업주부	8	185	30.8	30.8
학생	9	49	8.2	8.2
		600	100.0	100.0

**dq2 응답자 최종학력**

DQ2. \_\_\_\_님께서는 최종학력은 어떻게 되십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
중졸이하	1	2	.3	.3
고졸	2	190	31.7	31.7
대졸	3	349	58.2	58.2
대학원졸 이상	4	10	1.7	1.7
대학원 재학	5	2	.3	.3
대학교 재학	6	47	7.8	7.8
		600	100.0	100.0

**dq3 월평균 가구소득**

DQ3. \_\_\_\_님댁의 한 달 평균 가구소득은 어느 정도입니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
101만원-150만원	2	2	.3	.3
151만원-200만원	3	2	.3	.3
201만원-250만원	4	8	1.3	1.3
251만원-300만원	5	30	5.0	5.0
301만원-350만원	6	119	19.8	19.8
351만원-400만원	7	87	14.5	14.5

401만원-450만원	8	129	21.5	21.5
451만원-500만원	9	77	12.8	12.8
501만원-600만원	10	98	16.3	16.3
601만원-700만원	11	33	5.5	5.5
701만원 이상	12	15	2.5	2.5
		600	100.0	100.0

#### dq4 가구원수

DQ4. \_\_\_\_님을 포함해서 \_\_\_\_님 닥의 가족원은 모두 몇 명입니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
1 명	1	4	.7	.7
2 명	2	38	6.3	6.3
3 명	3	130	21.7	21.7
4 명	4	402	67.0	67.0
5 명	5	21	3.5	3.5
6 명	6	5	.8	.8
		600	100.0	100.0

#### dq5 혼인상태

DQ5. \_\_\_\_님은 결혼을 하셨습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
기혼	1	438	73.0	73.0
미혼	2	162	27.0	27.0
		600	100.0	100.0

#### dq6 자녀 유무

DQ6. \_\_\_\_님께서는 자녀가 있으십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
자녀가 있다	1	409	68.2	93.4
자녀가 없다	2	29	4.8	6.6
시스템 결측값		162	27.0	
		600	100.0	100.0

**dq6a 자녀 수**

DQ6-1. 자녀는 몇 명입니까? \_\_\_\_\_ 명

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
1 명	1	107	17.8	26.2
2 명	2	282	47.0	68.9
3 명	3	19	3.2	4.6
4 명	4	1	.2	.2
시스템 결측값		191	31.8	
		600	100.0	100.0

**dqb6b1 [첫째 자녀] 학년**

DQ6-2. 각 자녀의 나이는 어떻게 되나요? 미취학자녀는 개월수나 나이로, 취학자녀는 학년으로 말씀해 주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
미취학	100	77	12.8	18.8
초등학교1	201	15	2.5	3.7
초등학교2	202	11	1.8	2.7
초등학교3	203	24	4.0	5.9
초등학교4	204	11	1.8	2.7
초등학교5	205	16	2.7	3.9
초등학교6	206	10	1.7	2.4
중학교1	301	13	2.2	3.2
중학교2	302	19	3.2	4.6
중학교3	303	18	3.0	4.4
고등학교1	401	21	3.5	5.1
고등학교2	402	10	1.7	2.4
고등학교3	403	15	2.5	3.7
성인	500	149	24.8	36.4
시스템 결측값		191	31.8	
		600	100.0	100.0

dqb6b2 [둘째 자녀] 학년

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
미취학	100	59	9.8	19.7
초등학교1	201	9	1.5	3.0
초등학교2	202	8	1.3	2.7
초등학교3	203	12	2.0	4.0
초등학교4	204	11	1.8	3.7
초등학교5	205	13	2.2	4.3
초등학교6	206	11	1.8	3.7
중학교1	301	15	2.5	5.0
중학교2	302	19	3.2	6.3
중학교3	303	9	1.5	3.0
고등학교1	401	20	3.3	6.7
고등학교2	402	16	2.7	5.3
고등학교3	403	10	1.7	3.3
성인	500	88	14.7	29.3
시스템 결측값		300	50.0	
		600	100.0	100.0

dqb6b3 [셋째 자녀] 학년

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
미취학	100	6	1.0	30.0
초등학교1	201	2	.3	10.0
초등학교2	202	1	.2	5.0
초등학교3	203	2	.3	10.0
초등학교5	205	1	.2	5.0
중학교1	301	2	.3	10.0
중학교2	302	1	.2	5.0
성인	500	5	.8	25.0
시스템 결측값		580	96.7	
		600	100.0	100.0

dqb6b4 [네째 자녀] 학년

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
미취학	100	1	.2	100.0
시스템 결측값		599	99.8	
		600	100.0	100.0

**dq6b11 [첫째 자녀] 나이**

==> 데이터 참조

**dq6b12 [첫째 자녀] 학년**

==> 데이터 참조

**dq6b21 [둘째 자녀] 나이**

==> 데이터 참조

**dq6b22 [둘째 자녀] 학년**

==> 데이터 참조

**dq6b31 [셋째 자녀] 나이**

==> 데이터 참조

**dq6b32 [셋째 자녀] 학년**

==> 데이터 참조

**dq6b41 [네째 자녀] 나이**

==> 데이터 참조

**dq6b42 [네째 자녀] 학년**

==> 데이터 참조

**dq7 거주형태**

DQ7. \_\_\_\_님께서 거주하시는 집의 형태는 어떻게 되나요?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아파트	1	358	59.7	59.7
단독주택	2	92	15.3	15.3
다가구/다세대 주택	3	78	13.0	13.0
빌라/연립	4	70	11.7	11.7
오피스텔	5	2	.3	.3
		600	100.0	100.0