

# 보상서비스 만족도에 관한 한미비교 조사 CODE BOOK

|          |              |
|----------|--------------|
| 자료번호     | A1-2008-0101 |
| 연구책임자    | 김나민          |
| 연구수행기관   | 연세대학교 소비자연구팀 |
| 조사년도     | 2008년        |
| 자료서비스기관  | 한국사회과학자료원    |
| 자료공개년도   | 2012년        |
| 코드북 제작년도 | 2012년        |

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

김나민. 2008. 「보상서비스 만족도에 관한 한미비교 조사」. 연구수행기관: 연세대학교 소비자연구팀 ; Georgia Institute of Technology. 자료서비스기관: 한국사회과학자료원. 자료공개년도: 2012년. 자료번호: A1-2008-0101.

#### ■ 코드북을 인용할 경우 표준서식

한국사회과학자료원. 2012. 「보상서비스 만족도에 관한 한미비교 조사 CODE BOOK」. pp. 5-10.

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

**q7 기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가1: 그 기업은 나에게 사실을 말해주고 있는 것 같지 않았다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
7 그 기업은 나에게 사실을 말해주고 있는 것 같지 않았다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 111 | 26.6  | 26.7   |
| :          | 2   | 99  | 23.7  | 23.8   |
| 보통         | 3   | 85  | 20.4  | 20.4   |
| :          | 4   | 78  | 18.7  | 18.8   |
| 매우 동의함     | 5   | 43  | 10.3  | 10.3   |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q8 기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가2: 왜 문제가 발생했는지에 대해 충분한 설명을 들었다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
8 왜 문제가 발생했는지에 대해 충분한 설명을 들었다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 100 | 24.0  | 24.0   |
| :          | 2   | 95  | 22.8  | 22.8   |
| 보통         | 3   | 87  | 20.9  | 20.9   |
| :          | 4   | 94  | 22.5  | 22.5   |
| 매우 동의함     | 5   | 41  | 9.8   | 9.8    |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q9 기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가3: 그 기업은 나에게 발생한 문제에 대해 매우 걱정하는 것처럼 보였다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
9 그 기업은 나에게 발생한 문제에 대해 매우 걱정하는 것처럼 보였다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 87  | 20.9  | 21.0   |
| :          | 2   | 109 | 26.1  | 26.3   |
| 보통         | 3   | 91  | 21.8  | 21.9   |
| :          | 4   | 85  | 20.4  | 20.5   |
| 매우 동의함     | 5   | 43  | 10.3  | 10.4   |
| 시스템 결측값    |     | 2   | .5    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q10 기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가4: 종업원들은 내 문제에 대해 신경을 써주었다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
 10 종업원들은 내 문제에 대해 신경을 써주었다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 62  | 14.9  | 14.9   |
| :          | 2   | 89  | 21.3  | 21.3   |
| 보통         | 3   | 99  | 23.7  | 23.7   |
| :          | 4   | 116 | 27.8  | 27.8   |
| 매우 동의함     | 5   | 51  | 12.2  | 12.2   |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q11 기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가5: 그 기업은 나에게 무례하였다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
 11 그 기업은 나에게 무례하였다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 139 | 33.3  | 33.5   |
| :          | 2   | 110 | 26.4  | 26.5   |
| 보통         | 3   | 63  | 15.1  | 15.2   |
| :          | 4   | 62  | 14.9  | 14.9   |
| 매우 동의함     | 5   | 41  | 9.8   | 9.9    |
| 시스템 결측값    |     | 2   | .5    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q12 기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가6: 종업원들은 내가 당연히 받아야 할 친절한 대우를 해주지 않았다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
 12 종업원들은 내가 당연히 받아야 할 친절한 대우를 해주지 않았다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 111 | 26.6  | 26.6   |
| :          | 2   | 115 | 27.6  | 27.6   |
| 보통         | 3   | 63  | 15.1  | 15.1   |
| :          | 4   | 81  | 19.4  | 19.4   |
| 매우 동의함     | 5   | 47  | 11.3  | 11.3   |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

q13

**기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가7: 문제를 해결하는데 있어 매우 긍정적인 일처리를 보여주었다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
 13 문제를 해결하는데 있어 매우 긍정적인 일처리를 보여주었다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 55  | 13.2  | 13.2   |
| :          | 2   | 92  | 22.1  | 22.1   |
| 보통         | 3   | 108 | 25.9  | 26.0   |
| :          | 4   | 112 | 26.9  | 26.9   |
| 매우 동의함     | 5   | 49  | 11.8  | 11.8   |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

q14

**기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가8: 종업원들은 문제 해결에 충분한 성의를 보이지 않았다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
 14 종업원들은 문제 해결에 충분한 성의를 보이지 않았다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 82  | 19.7  | 19.8   |
| :          | 2   | 120 | 28.8  | 28.9   |
| 보통         | 3   | 76  | 18.2  | 18.3   |
| :          | 4   | 86  | 20.6  | 20.7   |
| 매우 동의함     | 5   | 51  | 12.2  | 12.3   |
| 시스템 결측값    |     | 2   | .5    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

q15

**기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가9: 문제 해결에 있어 나의 의견은 전혀 고려되지 않았다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
 15 문제 해결에 있어 나의 의견은 전혀 고려되지 않았다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 78  | 18.7  | 18.8   |
| :          | 2   | 120 | 28.8  | 28.9   |
| 보통         | 3   | 97  | 23.3  | 23.4   |
| :          | 4   | 68  | 16.3  | 16.4   |
| 매우 동의함     | 5   | 52  | 12.5  | 12.5   |
| 시스템 결측값    |     | 2   | .5    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q16**      **기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가10: 그들은 내 견해를 고려하고 받아들이면서 문제를 해결하였다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
 16 그들은 내 견해를 고려하고 받아들이면서 문제를 해결하였다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 53  | 12.7  | 12.7   |
| :          | 2   | 79  | 18.9  | 18.9   |
| 보통         | 3   | 112 | 26.9  | 26.9   |
| :          | 4   | 115 | 27.6  | 27.6   |
| 매우 동의함     | 5   | 58  | 13.9  | 13.9   |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q17**      **기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가11: 문제가 발생했을 때 누구에게 이를 이야기해야 하는지 알기 힘들었다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
 17 문제가 발생했을 때 누구에게 이를 이야기해야 하는지 알기 힘들었다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 116 | 27.8  | 27.8   |
| :          | 2   | 111 | 26.6  | 26.6   |
| 보통         | 3   | 61  | 14.6  | 14.6   |
| :          | 4   | 73  | 17.5  | 17.5   |
| 매우 동의함     | 5   | 56  | 13.4  | 13.4   |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q18**      **기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가12: 내가 불만을 제기했을 때 기업은 재빠르게 대응하였다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
 18 내가 불만을 제기했을 때 기업은 재빠르게 대응하였다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 65  | 15.6  | 15.6   |
| :          | 2   | 71  | 17.0  | 17.1   |
| 보통         | 3   | 84  | 20.1  | 20.2   |
| :          | 4   | 110 | 26.4  | 26.4   |
| 매우 동의함     | 5   | 86  | 20.6  | 20.7   |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q19 기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가13: 문제 해결에 있어 불필요하게 오랜 시간이 걸렸다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
19 문제 해결에 있어 불필요하게 오랜 시간이 걸렸다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 73  | 17.5  | 17.5   |
| :          | 2   | 98  | 23.5  | 23.5   |
| 보통         | 3   | 72  | 17.3  | 17.3   |
| :          | 4   | 92  | 22.1  | 22.1   |
| 매우 동의함     | 5   | 82  | 19.7  | 19.7   |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q20 기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가14: 내 입장에 대해서 이야기할 수 있는 기회가 없었다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
20 내 입장에 대해서 이야기할 수 있는 기회가 없었다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 121 | 29.0  | 29.1   |
| :          | 2   | 137 | 32.9  | 32.9   |
| 보통         | 3   | 86  | 20.6  | 20.7   |
| :          | 4   | 49  | 11.8  | 11.8   |
| 매우 동의함     | 5   | 23  | 5.5   | 5.5    |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q21 기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가15: 이 문제를 어떻게 해결해야 하는지에 대한 나의 의견을 개선할 기회가 많았다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
21 이 문제를 어떻게 해결해야 하는지에 대한 나의 의견을 개선할 기회가 많았다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 56  | 13.4  | 13.4   |
| :          | 2   | 115 | 27.6  | 27.6   |
| 보통         | 3   | 122 | 29.3  | 29.3   |
| :          | 4   | 86  | 20.6  | 20.6   |
| 매우 동의함     | 5   | 38  | 9.1   | 9.1    |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q22**    **기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가16: 기업은 내 요구에 맞춰 불만 해결을 하려 노력하였다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
22 기업은 내 요구에 맞춰 불만 해결을 하려 노력하였다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 74  | 17.7  | 17.9   |
| :          | 2   | 82  | 19.7  | 19.8   |
| 보통         | 3   | 113 | 27.1  | 27.3   |
| :          | 4   | 105 | 25.2  | 25.4   |
| 매우 동의함     | 5   | 40  | 9.6   | 9.7    |
| 시스템 결측값    |     | 3   | .7    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q23**    **기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가17: 내 문제를 해결하는데 있어 융통성 있게 대처하였다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
23 내 문제를 해결하는데 있어 융통성 있게 대처하였다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 57  | 13.7  | 13.7   |
| :          | 2   | 93  | 22.3  | 22.3   |
| 보통         | 3   | 96  | 23.0  | 23.0   |
| :          | 4   | 131 | 31.4  | 31.4   |
| 매우 동의함     | 5   | 40  | 9.6   | 9.6    |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q24**    **기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가18: 내가 당연히 받아야 할 만큼의 대우를 받았다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
24 내가 당연히 받아야 할 만큼의 대우를 받았다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 93  | 22.3  | 22.3   |
| :          | 2   | 60  | 14.4  | 14.4   |
| 보통         | 3   | 79  | 18.9  | 18.9   |
| :          | 4   | 115 | 27.6  | 27.6   |
| 매우 동의함     | 5   | 70  | 16.8  | 16.8   |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |



**q25 기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가19: 서비스 실패에 대해 내가 받은 결과물은 공정했다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
25 서비스 실패에 대해 내가 받은 결과물은 공정했다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 74  | 17.7  | 17.7   |
| :          | 2   | 66  | 15.8  | 15.8   |
| 보통         | 3   | 75  | 18.0  | 18.0   |
| :          | 4   | 123 | 29.5  | 29.5   |
| 매우 동의함     | 5   | 79  | 18.9  | 18.9   |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q26 기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가20: 남들과 비교하여 공정한 결과물을 받았다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
26 남들과 비교하여 공정한 결과물을 받았다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 57  | 13.7  | 13.7   |
| :          | 2   | 45  | 10.8  | 10.8   |
| 보통         | 3   | 110 | 26.4  | 26.5   |
| :          | 4   | 135 | 32.4  | 32.5   |
| 매우 동의함     | 5   | 68  | 16.3  | 16.4   |
| 시스템 결측값    |     | 2   | .5    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q27 기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가21: 다른 사람들과 동일한 대우를 받았다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
27 다른 사람들과 동일한 대우를 받았다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 27  | 6.5   | 6.5    |
| :          | 2   | 47  | 11.3  | 11.4   |
| 보통         | 3   | 130 | 31.2  | 31.4   |
| :          | 4   | 147 | 35.3  | 35.5   |
| 매우 동의함     | 5   | 63  | 15.1  | 15.2   |
| 시스템 결측값    |     | 3   | .7    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q28 기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가22: 내가 필요한 만큼의 결과물을 받았다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
 28 내가 필요한 만큼의 결과물을 받았다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 71  | 17.0  | 17.1   |
| :          | 2   | 59  | 14.1  | 14.2   |
| 보통         | 3   | 73  | 17.5  | 17.5   |
| :          | 4   | 119 | 28.5  | 28.6   |
| 매우 동의함     | 5   | 94  | 22.5  | 22.6   |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q29 기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가23: 기업은 문제를 해결하는데 있어 내가 필요한 것을 주었다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
 29 기업은 문제를 해결하는데 있어 내가 필요한 것을 주었다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 75  | 18.0  | 18.0   |
| :          | 2   | 59  | 14.1  | 14.2   |
| 보통         | 3   | 65  | 15.6  | 15.6   |
| :          | 4   | 121 | 29.0  | 29.1   |
| 매우 동의함     | 5   | 96  | 23.0  | 23.1   |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q30 기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가24: 나는 서비스 실패-회복의 경험에 대해 전반적으로 만족한다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
 30 나는 서비스 실패-회복의 경험에 대해 전반적으로 만족한다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 85  | 20.4  | 20.4   |
| :          | 2   | 78  | 18.7  | 18.8   |
| 보통         | 3   | 82  | 19.7  | 19.7   |
| :          | 4   | 109 | 26.1  | 26.2   |
| 매우 동의함     | 5   | 62  | 14.9  | 14.9   |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q31 기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가25: 기본 좋은 경험이었다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
31 기본 좋은 경험이었다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 162 | 38.8  | 39.0   |
| :          | 2   | 91  | 21.8  | 21.9   |
| 보통         | 3   | 78  | 18.7  | 18.8   |
| :          | 4   | 56  | 13.4  | 13.5   |
| 매우 동의함     | 5   | 28  | 6.7   | 6.7    |
| 시스템 결측값    |     | 2   | .5    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q32 기업의 서비스 회복 노력의 공정성 평가26: 나는 기업의 서비스 회복 노력에 대해 완전히 만족한다**

지금부터는 여러분이 지금까지 응답하신 경험에서 기업의 서비스 회복 노력에 대해 여러분이 얼마나 공정하다고 느끼는지를 측정하는 질문들입니다.  
32 나는 기업의 서비스 회복 노력에 대해 완전히 만족한다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 113 | 27.1  | 27.1   |
| :          | 2   | 72  | 17.3  | 17.3   |
| 보통         | 3   | 101 | 24.2  | 24.2   |
| :          | 4   | 85  | 20.4  | 20.4   |
| 매우 동의함     | 5   | 46  | 11.0  | 11.0   |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q33 기업의 재 방문 의사1**

33. 지금까지 언급하신 사건 이후에 그 기업을 다시 방문하셨습니다가?

|         | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|---------|-----|-----|-------|--------|
| 예       | 1   | 187 | 44.8  | 45.8   |
| 아니오     | 2   | 221 | 53.0  | 54.2   |
| 시스템 결측값 |     | 9   | 2.2   |        |
|         |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q34 기업의 재 방문 의사2**

다음 질문들은 여러분이 응답하신 기업을 다시 방문할 의사가 어느 정도인지를 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

34 나는 이 기업을 더욱 자주 방문하겠다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 87  | 20.9  | 20.9   |
| :          | 2   | 92  | 22.1  | 22.1   |
| 보통         | 3   | 101 | 24.2  | 24.2   |
| :          | 4   | 82  | 19.7  | 19.7   |
| 매우 동의함     | 5   | 55  | 13.2  | 13.2   |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q35 기업의 재 방문 의사3**

다음 질문들은 여러분이 응답하신 기업을 다시 방문할 의사가 어느 정도인지를 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

35 나는 이 기업을 계속해서 이용하겠다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 동의하지 않음 | 1   | 77  | 18.5  | 18.5   |
| :          | 2   | 61  | 14.6  | 14.6   |
| 보통         | 3   | 82  | 19.7  | 19.7   |
| :          | 4   | 116 | 27.8  | 27.8   |
| 매우 동의함     | 5   | 81  | 19.4  | 19.4   |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q36 문화적 차이1: 만약 가족이 경제적 어려움에 처해 있다면 내가 도울 수 있는 한도 내에서 도와 주겠다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보하고자 하는 의도로 제작되었습니다.

36 만약 가족이 경제적 어려움에 처해 있다면 내가 도울 수 있는 한도 내에서 도와주겠다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 3   | .7    | .7     |
| :          | 2   | 14  | 3.4   | 3.4    |
| 보통         | 3   | 47  | 11.3  | 11.3   |
| :          | 4   | 159 | 38.1  | 38.1   |
| 매우 중요함     | 5   | 194 | 46.5  | 46.5   |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q37 문화적 차이2: 사적으로 어려움에 봉착했을 때에는 남의 조언보다는 내가 스스로 해결하는 것이 바람직하다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

37 사적으로 어려움에 봉착했을 때에는 남의 조언보다는 내가 스스로 해결하는 것이 바람직하다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 7   | 1.7   | 1.7    |
| :          | 2   | 85  | 20.4  | 20.4   |
| 보통         | 3   | 145 | 34.8  | 34.9   |
| :          | 4   | 135 | 32.4  | 32.5   |
| 매우 중요함     | 5   | 44  | 10.6  | 10.6   |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q38 문화적 차이3: 내 친구들과 가까운 곳에서 살고 싶다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

38 내 친구들과 가까운 곳에서 살고 싶다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 6   | 1.4   | 1.4    |
| :          | 2   | 26  | 6.2   | 6.3    |
| 보통         | 3   | 71  | 17.0  | 17.1   |
| :          | 4   | 183 | 43.9  | 44.0   |
| 매우 중요함     | 5   | 130 | 31.2  | 31.3   |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q39 문화적 차이4: 다른 나라 사람들이 우리나라를 어떻게 보지는 그다지 중요하지 않다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

39 다른 나라 사람들이 우리나라를 어떻게 보지는 그다지 중요하지 않다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트  | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 64  | 15.3 | 15.4   |
| :          | 2   | 123 | 29.5 | 29.6   |
| 보통         | 3   | 87  | 20.9 | 21.0   |
| :          | 4   | 101 | 24.2 | 24.3   |

|         |   |     |       |       |
|---------|---|-----|-------|-------|
| 매우 중요함  | 5 | 40  | 9.6   | 9.6   |
| 시스템 결측값 |   | 2   | .5    |       |
|         |   | 417 | 100.0 | 100.0 |

#### q40 문화적 차이5: 다른 사람들과의 교류는 인생의 즐거움 중에 하나이다

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

40 다른 사람들과의 교류는 인생의 즐거움 중에 하나이다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 2   | .5    | .5     |
| :          | 2   | 21  | 5.0   | 5.1    |
| 보통         | 3   | 104 | 24.9  | 25.1   |
| :          | 4   | 171 | 41.0  | 41.2   |
| 매우 중요함     | 5   | 117 | 28.1  | 28.2   |
| 시스템 결측값    |     | 2   | .5    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

#### q41 문화적 차이6: 내게 일어난 모든 일은 내가 자초하는 것이다

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

41 내게 일어난 모든 일은 내가 자초하는 것이다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 4   | 1.0   | 1.0    |
| :          | 2   | 43  | 10.3  | 10.4   |
| 보통         | 3   | 133 | 31.9  | 32.0   |
| :          | 4   | 174 | 41.7  | 41.9   |
| 매우 중요함     | 5   | 61  | 14.6  | 14.7   |
| 시스템 결측값    |     | 2   | .5    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q42 문화적 차이7: 직장을 결정할 때 좋은 동료가 많은지를 살펴본다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

42 직장을 결정할 때 좋은 동료가 많은지를 살펴본다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 4   | 1.0   | 1.0    |
| :          | 2   | 43  | 10.3  | 10.3   |
| 보통         | 3   | 87  | 20.9  | 20.9   |
| :          | 4   | 214 | 51.3  | 51.3   |
| 매우 중요함     | 5   | 69  | 16.5  | 16.5   |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q43 문화적 차이8: 나의 사적인 문제를 친구들과 의논하느니 혼자 걱정하는 것이 낫다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

43 나의 사적인 문제를 친구들과 의논하느니 혼자 걱정하는 것이 낫다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 19  | 4.6   | 4.6    |
| :          | 2   | 64  | 15.3  | 15.4   |
| 보통         | 3   | 84  | 20.1  | 20.2   |
| :          | 4   | 173 | 41.5  | 41.6   |
| 매우 중요함     | 5   | 76  | 18.2  | 18.3   |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q44 문화적 차이9: 나이드신 부모님은 자식과 함께 살아야 한다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

44 나이드신 부모님은 자식과 함께 살아야 한다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 21  | 5.0   | 5.1    |
| :          | 2   | 94  | 22.5  | 22.7   |
| 보통         | 3   | 160 | 38.4  | 38.6   |
| :          | 4   | 106 | 25.4  | 25.5   |
| 매우 중요함     | 5   | 34  | 8.2   | 8.2    |
| 시스템 결측값    |     | 2   | .5    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q45 문화적 차이10: 내 인생에서 가장 중요한 것은 나 자신이 행복해 지는 것이다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

45 내 인생에서 가장 중요한 것은 나 자신이 행복해 지는 것이다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 8   | 1.9   | 1.9    |
| :          | 2   | 40  | 9.6   | 9.6    |
| 보통         | 3   | 71  | 17.0  | 17.0   |
| :          | 4   | 154 | 36.9  | 36.9   |
| 매우 중요함     | 5   | 144 | 34.5  | 34.5   |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q46 문화적 차이11: 사적인 문제가 생겼을 때 친구들과 가족들과 상의해서 해결해야 한다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

46 사적인 문제가 생겼을 때 친구들과 가족들과 상의해서 해결해야 한다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 7   | 1.7   | 1.7    |
| :          | 2   | 63  | 15.1  | 15.1   |
| 보통         | 3   | 122 | 29.3  | 29.3   |
| :          | 4   | 173 | 41.5  | 41.6   |
| 매우 중요함     | 5   | 51  | 12.2  | 12.3   |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q47 문화적 차이12: 한 조직에 소속감을 느끼는 것은 인생의 즐거움 중에 하나이다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

47 한 조직에 소속감을 느끼는 것은 인생의 즐거움 중에 하나이다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 7   | 1.7   | 1.7    |
| :          | 2   | 43  | 10.3  | 10.3   |
| 보통         | 3   | 105 | 25.2  | 25.2   |
| :          | 4   | 184 | 44.1  | 44.1   |
| 매우 중요함     | 5   | 78  | 18.7  | 18.7   |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |



**q48 문화적 차이13: 나는 알아서 내 일을 하고 내 가족들도 마찬가지이다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

48 나는 알아서 내 일을 하고 내 가족들도 마찬가지이다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 9   | 2.2   | 2.2    |
| :          | 2   | 86  | 20.6  | 20.7   |
| 보통         | 3   | 130 | 31.2  | 31.3   |
| :          | 4   | 143 | 34.3  | 34.5   |
| 매우 중요함     | 5   | 47  | 11.3  | 11.3   |
| 시스템 결측값    |     | 2   | .5    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q49 문화적 차이14: 익명성이 보장되는 도시에서 사는 것이 좋다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

49 익명성이 보장되는 도시에서 사는 것이 좋다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 19  | 4.6   | 4.6    |
| :          | 2   | 63  | 15.1  | 15.1   |
| 보통         | 3   | 158 | 37.9  | 37.9   |
| :          | 4   | 131 | 31.4  | 31.4   |
| 매우 중요함     | 5   | 46  | 11.0  | 11.0   |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q50 문화적 차이15: 직위가 나누어져 있고 모든 사람들이 일정한 직위에 속해 있는 사회가 바람직하다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

50 직위가 나누어져 있고 모든 사람들이 일정한 직위에 속해 있는 사회가 바람직하다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 79  | 18.9  | 18.9   |
| :          | 2   | 118 | 28.3  | 28.3   |
| 보통         | 3   | 122 | 29.3  | 29.3   |
| :          | 4   | 77  | 18.5  | 18.5   |
| 매우 중요함     | 5   | 21  | 5.0   | 5.0    |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q51 문화적 차이16: 연봉인상을 원하다 하더라도 이를 상사에게 요구하는 것은 예의에 어긋나는 행동이다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

51 연봉인상을 원하다 하더라도 이를 상사에게 요구하는 것은 예의에 어긋나는 행동이다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 84  | 20.1  | 20.1   |
| :          | 2   | 189 | 45.3  | 45.3   |
| 보통         | 3   | 89  | 21.3  | 21.3   |
| :          | 4   | 48  | 11.5  | 11.5   |
| 매우 중요함     | 5   | 7   | 1.7   | 1.7    |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q52 문화적 차이17: 권한 있는 사람들의 말을 어기지 않는 것이 편안하다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

52 권한 있는 사람들의 말을 어기지 않는 것이 편안하다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 79  | 18.9  | 19.0   |
| :          | 2   | 110 | 26.4  | 26.4   |
| 보통         | 3   | 109 | 26.1  | 26.2   |
| :          | 4   | 104 | 24.9  | 25.0   |
| 매우 중요함     | 5   | 14  | 3.4   | 3.4    |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q53 문화적 차이18: 상사와의 커뮤니케이션은 공적인 통로를 통해서 이루어져야 한다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

53 상사와의 커뮤니케이션은 공적인 통로를 통해서 이루어져야 한다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 22  | 5.3   | 5.3    |
| :          | 2   | 116 | 27.8  | 27.9   |
| 보통         | 3   | 141 | 33.8  | 33.9   |
| :          | 4   | 107 | 25.7  | 25.7   |
| 매우 중요함     | 5   | 30  | 7.2   | 7.2    |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q54 문화적 차이19: 약속은 지켜야 할 의무이므로 굳이 명문화해 놓을 필요는 없다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

54 약속은 지켜야 할 의무이므로 굳이 명문화해 놓을 필요는 없다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 38  | 9.1   | 9.2    |
| :          | 2   | 112 | 26.9  | 27.1   |
| 보통         | 3   | 118 | 28.3  | 28.5   |
| :          | 4   | 121 | 29.0  | 29.2   |
| 매우 중요함     | 5   | 25  | 6.0   | 6.0    |
| 시스템 결측값    |     | 3   | .7    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q55 문화적 차이20: 말로 읊기지 않고는 생각하기 어렵다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

55 말로 읊기지 않고는 생각하기 어렵다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 67  | 16.1  | 16.2   |
| :          | 2   | 141 | 33.8  | 34.1   |
| 보통         | 3   | 116 | 27.8  | 28.0   |
| :          | 4   | 74  | 17.7  | 17.9   |
| 매우 중요함     | 5   | 16  | 3.8   | 3.9    |
| 시스템 결측값    |     | 3   | .7    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q56 문화적 차이21: 속해 있는 조직을 위해 자기 자신을 희생하는 것은 현명하지 않다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

56 속해 있는 조직을 위해 자기 자신을 희생하는 것은 현명하지 않다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 22  | 5.3   | 5.3    |
| :          | 2   | 145 | 34.8  | 35.0   |
| 보통         | 3   | 145 | 34.8  | 35.0   |
| :          | 4   | 82  | 19.7  | 19.8   |
| 매우 중요함     | 5   | 20  | 4.8   | 4.8    |
| 시스템 결측값    |     | 3   | .7    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q57 문화적 차이22: 어떤 경우에는 다른 사람들과 조화를 이루는 것이 일을 잘 해내는 것보다 중요할 때도 있다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

57 어떤 경우에는 다른 사람들과 조화를 이루는 것이 일을 잘 해내는 것보다 중요할 때도 있다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 13  | 3.1   | 3.1    |
| :          | 2   | 62  | 14.9  | 15.0   |
| 보통         | 3   | 98  | 23.5  | 23.7   |
| :          | 4   | 182 | 43.6  | 44.0   |
| 매우 중요함     | 5   | 59  | 14.1  | 14.3   |
| 시스템 결측값    |     | 3   | .7    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q58 문화적 차이23: 한 조직에서 부하가 한 실수는 상사가 책임져야 한다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

58 한 조직에서 부하가 한 실수는 상사가 책임져야 한다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 30  | 7.2   | 7.2    |
| :          | 2   | 132 | 31.7  | 31.9   |
| 보통         | 3   | 146 | 35.0  | 35.3   |
| :          | 4   | 90  | 21.6  | 21.7   |
| 매우 중요함     | 5   | 16  | 3.8   | 3.9    |
| 시스템 결측값    |     | 3   | .7    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q59 문화적 차이24: 내 바램과 상충되더라도 사회적 규범을 따르겠다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

59 내 바램과 상충되더라도 사회적 규범을 따르겠다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 38  | 9.1   | 9.1    |
| :          | 2   | 138 | 33.1  | 33.2   |
| 보통         | 3   | 126 | 30.2  | 30.3   |
| :          | 4   | 106 | 25.4  | 25.5   |
| 매우 중요함     | 5   | 8   | 1.9   | 1.9    |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q60 문화적 차이25: 지시 사항은 자세히 문서화되어야 한다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

60 지시 사항은 자세히 문서화되어야 한다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 6   | 1.4   | 1.4    |
| :          | 2   | 42  | 10.1  | 10.1   |
| 보통         | 3   | 134 | 32.1  | 32.3   |
| :          | 4   | 189 | 45.3  | 45.5   |
| 매우 중요함     | 5   | 44  | 10.6  | 10.6   |
| 시스템 결측값    |     | 2   | .5    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q61 문화적 차이26: 지시와규율을 따라야 한다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

61 지시와규율을 따라야 한다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 1   | .2    | .2     |
| :          | 2   | 29  | 7.0   | 7.0    |
| 보통         | 3   | 113 | 27.1  | 27.2   |
| :          | 4   | 207 | 49.6  | 49.9   |
| 매우 중요함     | 5   | 65  | 15.6  | 15.7   |
| 시스템 결측값    |     | 2   | .5    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q62 문화적 차이27: 규범화된 업무 절차는 일을 하는데 큰 도움이 된다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

62 규범화된 업무 절차는 일을 하는데 큰 도움이 된다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 2   | .5    | .5     |
| :          | 2   | 28  | 6.7   | 6.7    |
| 보통         | 3   | 90  | 21.6  | 21.6   |
| :          | 4   | 241 | 57.8  | 57.9   |
| 매우 중요함     | 5   | 55  | 13.2  | 13.2   |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q63 문화적 차이28: 제품 사용 설명서는 잘 읽어야 한다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

63 제품 사용 설명서는 잘 읽어야 한다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 9   | 2.2   | 2.2    |
| :          | 2   | 24  | 5.8   | 5.8    |
| 보통         | 3   | 95  | 22.8  | 22.8   |
| :          | 4   | 223 | 53.5  | 53.6   |
| 매우 중요함     | 5   | 65  | 15.6  | 15.6   |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q64 문화적 차이29: 사람을 얻는 것보다 돈과 물질을 얻는 것이 더 중요하다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

64 사람을 얻는 것보다 돈과 물질을 얻는 것이 더 중요하다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 144 | 34.5  | 34.9   |
| :          | 2   | 146 | 35.0  | 35.4   |
| 보통         | 3   | 87  | 20.9  | 21.1   |
| :          | 4   | 27  | 6.5   | 6.5    |
| 매우 중요함     | 5   | 9   | 2.2   | 2.2    |
| 시스템 결측값    |     | 4   | 1.0   |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q65 문화적 차이30: 삶의 질이나 환경보다 성장과 성취가 더 중요하다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

65 삶의 질이나 환경보다 성장과 성취가 더 중요하다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 67  | 16.1  | 16.3   |
| :          | 2   | 130 | 31.2  | 31.6   |
| 보통         | 3   | 128 | 30.7  | 31.1   |
| :          | 4   | 71  | 17.0  | 17.2   |
| 매우 중요함     | 5   | 16  | 3.8   | 3.9    |
| 시스템 결측값    |     | 5   | 1.2   |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q66 문화적 차이31: 나는 일하기 위해 산다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

66 나는 일하기 위해 산다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 152 | 36.5  | 36.6   |
| :          | 2   | 142 | 34.1  | 34.2   |
| 보통         | 3   | 86  | 20.6  | 20.7   |
| :          | 4   | 28  | 6.7   | 6.7    |
| 매우 중요함     | 5   | 7   | 1.7   | 1.7    |
| 시스템 결측값    |     | 2   | .5    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q67 문화적 차이32: 인간은 서로 의존하는 존재라기 보다는 독립적인 존재이다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

67 인간은 서로 의존하는 존재라기 보다는 독립적인 존재이다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 43  | 10.3  | 10.3   |
| :          | 2   | 146 | 35.0  | 35.1   |
| 보통         | 3   | 133 | 31.9  | 32.0   |
| :          | 4   | 75  | 18.0  | 18.0   |
| 매우 중요함     | 5   | 19  | 4.6   | 4.6    |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q68 문화적 차이33: 나는 불운한 사람들보다는 성공한 사람들과 더 공감을 느낀다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

68 나는 불운한 사람들보다는 성공한 사람들과 더 공감을 느낀다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 25  | 6.0   | 6.0    |
| :          | 2   | 88  | 21.1  | 21.2   |
| 보통         | 3   | 129 | 30.9  | 31.1   |
| :          | 4   | 131 | 31.4  | 31.6   |
| 매우 중요함     | 5   | 42  | 10.1  | 10.1   |
| 시스템 결측값    |     | 2   | .5    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q69 문화적 차이34: 크고 빠른 것들은 아름답다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

69 크고 빠른 것들은 아름답다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 48  | 11.5  | 11.6   |
| :          | 2   | 124 | 29.7  | 29.9   |
| 보통         | 3   | 153 | 36.7  | 36.9   |
| :          | 4   | 66  | 15.8  | 15.9   |
| 매우 중요함     | 5   | 24  | 5.8   | 5.8    |
| 시스템 결측값    |     | 2   | .5    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q70 문화적 차이35: 사회에서 남녀의 역할은 확연히 다르다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

70 사회에서 남녀의 역할은 확연히 다르다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 88  | 21.1  | 21.3   |
| :          | 2   | 141 | 33.8  | 34.1   |
| 보통         | 3   | 110 | 26.4  | 26.6   |
| :          | 4   | 60  | 14.4  | 14.5   |
| 매우 중요함     | 5   | 15  | 3.6   | 3.6    |
| 시스템 결측값    |     | 3   | .7    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q71 문화적 차이36: 남녀의 성적 차이가 사회권력의 차이로 이어지지는 않는다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

71 남녀의 성적 차이가 사회권력의 차이로 이어지지는 않는다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 27  | 6.5   | 6.5    |
| :          | 2   | 79  | 18.9  | 19.0   |
| 보통         | 3   | 98  | 23.5  | 23.6   |
| :          | 4   | 114 | 27.3  | 27.4   |
| 매우 중요함     | 5   | 98  | 23.5  | 23.6   |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |



**q72 문화적 차이37: 끊임없는 노력은 성공의 가장 확실한 방법이다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

72 끊임없는 노력은 성공의 가장 확실한 방법이다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 6   | 1.4   | 1.4    |
| :          | 2   | 18  | 4.3   | 4.3    |
| 보통         | 3   | 85  | 20.4  | 20.4   |
| :          | 4   | 187 | 44.8  | 45.0   |
| 매우 중요함     | 5   | 120 | 28.8  | 28.8   |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q73 문화적 차이38: 과거 위인들을 존경하고 살아야 한다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

73 과거 위인들을 존경하고 살아야 한다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 6   | 1.4   | 1.4    |
| :          | 2   | 32  | 7.7   | 7.7    |
| 보통         | 3   | 91  | 21.8  | 21.9   |
| :          | 4   | 187 | 44.8  | 45.0   |
| 매우 중요함     | 5   | 100 | 24.0  | 24.0   |
| 시스템 결측값    |     | 1   | .2    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q74 문화적 차이39: 대부분의 기업들은 소비자를 염려하고 그들의 목소리에 귀를 기울인다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

74 대부분의 기업들은 소비자를 염려하고 그들의 목소리에 귀를 기울인다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 32  | 7.7   | 7.7    |
| :          | 2   | 77  | 18.5  | 18.6   |
| 보통         | 3   | 128 | 30.7  | 30.9   |
| :          | 4   | 145 | 34.8  | 35.0   |
| 매우 중요함     | 5   | 32  | 7.7   | 7.7    |
| 시스템 결측값    |     | 3   | .7    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q75 문화적 차이40: 기업에 대항하기 위해서는 소비자 보호와 교육이 필요하다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

75 기업에 대항하기 위해서는 소비자 보호와 교육이 필요하다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 3   | .7    | .7     |
| :          | 2   | 17  | 4.1   | 4.1    |
| 보통         | 3   | 85  | 20.4  | 20.4   |
| :          | 4   | 227 | 54.4  | 54.4   |
| 매우 중요함     | 5   | 85  | 20.4  | 20.4   |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q76 문화적 차이41: 일반적으로 제품들의 질은 갈수록 나빠지고 있다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

76 일반적으로 제품들의 질은 갈수록 나빠지고 있다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 62  | 14.9  | 14.9   |
| :          | 2   | 157 | 37.6  | 37.6   |
| 보통         | 3   | 121 | 29.0  | 29.0   |
| :          | 4   | 59  | 14.1  | 14.1   |
| 매우 중요함     | 5   | 18  | 4.3   | 4.3    |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q77 문화적 차이42: 우리 나라의 기업 시스템은 다른 나라들보다 효율적이다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

77 우리 나라의 기업 시스템은 다른 나라들보다 효율적이다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 32  | 7.7   | 7.7    |
| :          | 2   | 88  | 21.1  | 21.2   |
| 보통         | 3   | 158 | 37.9  | 38.1   |
| :          | 4   | 99  | 23.7  | 23.9   |
| 매우 중요함     | 5   | 38  | 9.1   | 9.2    |
| 시스템 결측값    |     | 2   | .5    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q78 문화적 차이43: 기업들은 제품 용량에 대해 정직하다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

78 기업들은 제품 용량에 대해 정직하다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 62  | 14.9  | 14.9   |
| :          | 2   | 162 | 38.8  | 39.0   |
| 보통         | 3   | 126 | 30.2  | 30.4   |
| :          | 4   | 55  | 13.2  | 13.3   |
| 매우 중요함     | 5   | 10  | 2.4   | 2.4    |
| 시스템 결측값    |     | 2   | .5    |        |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q79 문화적 차이44: 기업 활동은 본질적으로 이윤 추구만을 목적으로 한다**

다음의 질문들은 한국 소비자와 미국 소비자들의 문화적 차이에 대해 알아보고자 하는 의도로 제작되었습니다.

79 기업 활동은 본질적으로 이윤 추구만을 목적으로 한다

|            | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|------------|-----|-----|-------|--------|
| 전혀 중요하지 않음 | 1   | 13  | 3.1   | 3.1    |
| :          | 2   | 42  | 10.1  | 10.1   |
| 보통         | 3   | 125 | 30.0  | 30.0   |
| :          | 4   | 179 | 42.9  | 42.9   |
| 매우 중요함     | 5   | 58  | 13.9  | 13.9   |
|            |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q80 사고 싶은 비싼 물건에 돈이 충분치 않을 때 태도**

80. 정말로 사고 싶은 비싼 물건이 있는데 돈이 충분치 않은 상황에 귀하는 어떻게 하십니까?

|                                | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|--------------------------------|-----|-----|-------|--------|
| 항상 돈을 먼저 모은 다음 그 돈으로 물건을 산다    | 1   | 160 | 38.4  | 38.7   |
| 대개는 돈을 먼저 모은 다음 그 돈으로 물건을 산다   | 2   | 169 | 40.5  | 40.9   |
| 가끔은 돈을 모아 사고 가끔은 그냥 사고 나중에 갚는다 | 3   | 70  | 16.8  | 16.9   |
| 대개는 그냥 사고 나중에 갚는다              | 4   | 10  | 2.4   | 2.4    |
| 항상 먼저 사고 나중에 돈을 갚는다            | 5   | 4   | 1.0   | 1.0    |
| 시스템 결측값                        |     | 4   | 1.0   |        |
|                                |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**q81**    **집에서와 학교에서 같은 사람인지 여부**

81. 당신은 집에서와 회사(학생이라면 학교)에서 같은 사람입니까?

|          | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|----------|-----|-----|-------|--------|
| 꽤 같다     | 1   | 73  | 17.5  | 17.5   |
| 대부분은 같다  | 2   | 207 | 49.6  | 49.8   |
| 잘 모르겠다   | 3   | 54  | 12.9  | 13.0   |
| 대부분은 다르다 | 4   | 64  | 15.3  | 15.4   |
| 전혀 다르다   | 5   | 18  | 4.3   | 4.3    |
| 시스템 결측값  |     | 1   | .2    |        |
|          |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**gender**    **응답자 성별**

56. 귀하의 성별은?

|         | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|---------|-----|-----|-------|--------|
| 남성      | 1   | 218 | 52.3  | 52.5   |
| 여성      | 2   | 197 | 47.2  | 47.5   |
| 시스템 결측값 |     | 2   | .5    |        |
|         |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**age**    **응답자 연령**

57. 귀하의 나이는?    만 \_\_\_\_\_세

|      | 변수값 | 빈도 | 퍼센트  | 유효 퍼센트 |
|------|-----|----|------|--------|
| 18 세 | 18  | 12 | 2.9  | 2.9    |
| 19 세 | 19  | 32 | 7.7  | 7.7    |
| 20 세 | 20  | 69 | 16.5 | 16.7   |
| 21 세 | 21  | 98 | 23.5 | 23.7   |
| 22 세 | 22  | 63 | 15.1 | 15.3   |
| 23 세 | 23  | 39 | 9.4  | 9.4    |
| 24 세 | 24  | 26 | 6.2  | 6.3    |
| 25 세 | 25  | 20 | 4.8  | 4.8    |
| 26 세 | 26  | 6  | 1.4  | 1.5    |

|         |    |     |       |       |
|---------|----|-----|-------|-------|
| 27 세    | 27 | 7   | 1.7   | 1.7   |
| 28 세    | 28 | 9   | 2.2   | 2.2   |
| 29 세    | 29 | 2   | .5    | .5    |
| 30 세    | 30 | 2   | .5    | .5    |
| 32 세    | 32 | 1   | .2    | .2    |
| 33 세    | 33 | 3   | .7    | .7    |
| 34 세    | 34 | 2   | .5    | .5    |
| 35 세    | 35 | 2   | .5    | .5    |
| 36 세    | 36 | 1   | .2    | .2    |
| 38 세    | 38 | 3   | .7    | .7    |
| 39 세    | 39 | 1   | .2    | .2    |
| 40 세    | 40 | 3   | .7    | .7    |
| 41 세    | 41 | 1   | .2    | .2    |
| 42 세    | 42 | 2   | .5    | .5    |
| 43 세    | 43 | 3   | .7    | .7    |
| 44 세    | 44 | 1   | .2    | .2    |
| 45 세    | 45 | 1   | .2    | .2    |
| 47 세    | 47 | 1   | .2    | .2    |
| 48 세    | 48 | 2   | .5    | .5    |
| 51 세    | 51 | 1   | .2    | .2    |
| 시스템 결측값 |    | 4   | 1.0   |       |
|         |    | 417 | 100.0 | 100.0 |

### nationality 응답자 국적

58. 귀하의 국적은?

|         | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|---------|-----|-----|-------|--------|
| 미국인     | 1   | 163 | 39.1  | 39.2   |
| 한국인     | 2   | 234 | 56.1  | 56.3   |
| 중국인     | 3   | 4   | 1.0   | 1.0    |
| 기타      | 4   | 15  | 3.6   | 3.6    |
| 시스템 결측값 |     | 1   | .2    |        |
|         |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**length 미국 거주기간**

How long have you lived in the States?

|         | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|---------|-----|-----|-------|--------|
| 2 년     | 2   | 1   | .2    | 4.3    |
| 3 년     | 3   | 1   | .2    | 4.3    |
| 7 년     | 7   | 1   | .2    | 4.3    |
| 8 년     | 8   | 2   | .5    | 8.7    |
| 10 년    | 10  | 1   | .2    | 4.3    |
| 14 년    | 14  | 2   | .5    | 8.7    |
| 16 년    | 16  | 3   | .7    | 13.0   |
| 17 년    | 17  | 1   | .2    | 4.3    |
| 18 년    | 18  | 3   | .7    | 13.0   |
| 19 년    | 19  | 2   | .5    | 8.7    |
| 20 년    | 20  | 2   | .5    | 8.7    |
| 21 년    | 21  | 1   | .2    | 4.3    |
| 22 년    | 22  | 3   | .7    | 13.0   |
| 시스템 결측값 |     | 394 | 94.5  |        |
|         |     | 417 | 100.0 | 100.0  |

**fromwhen 미국 거주시기**

At what age did you begin to live in the States?

|         | 변수값 | 빈도  | 퍼센트   | 유효 퍼센트 |
|---------|-----|-----|-------|--------|
| 0 세     | 0   | 2   | .5    | 8.7    |
| 1 세     | 1   | 1   | .2    | 4.3    |
| 1 세     | 1   | 3   | .7    | 13.0   |
| 2 세     | 2   | 1   | .2    | 4.3    |
| 3 세     | 3   | 2   | .5    | 8.7    |
| 4 세     | 4   | 1   | .2    | 4.3    |
| 5 세     | 5   | 3   | .7    | 13.0   |
| 6 세     | 6   | 2   | .5    | 8.7    |
| 7 세     | 7   | 1   | .2    | 4.3    |
| 12 세    | 12  | 1   | .2    | 4.3    |
| 13 세    | 13  | 1   | .2    | 4.3    |
| 14 세    | 14  | 1   | .2    | 4.3    |
| 15 세    | 15  | 1   | .2    | 4.3    |
| 21 세    | 21  | 2   | .5    | 8.7    |
| 26 세    | 26  | 1   | .2    | 4.3    |
| 시스템 결측값 |     | 394 | 94.5  |        |
|         |     | 417 | 100.0 | 100.0  |