

대형유통업체 규제에 대한 여론조사, 2013

CODE BOOK

자료번호	A1-2013-0010
연구책임자	
연구수행기관	KBS 방송문화연구소
조사년도	2013년
자료서비스기관	한국사회과학자료원
자료공개년도	2014년
코드북 제작년도	2014년

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

KBS 방송문화연구소. 2013. 「대형유통업체 규제에 대한 여론조사, 2013」. 연구수행기관: KBS 방송문화연구소. 자료서비스기관: 한국사회과학자료원. 자료공개년도: 2014년. 자료번호: A1-2013-0010.

■ 코드북을 인용할 경우 표준서식

한국사회과학자료원. 2014. 「대형유통업체 규제에 대한 여론조사, 2013 CODE BOOK」. pp. 1-17.

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

q1 응답자 거주지역

1. 귀하가 거주하고 계신 곳은 어디십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
서울	1	1,134	100.0	100.0
		1,134	100.0	100.0

q2_1 쇼핑장소별 이용빈도1: 대형마트

2. 귀 댁에서는 평소 장보실 때 아래의 장소를 얼마나 자주 이용하십니까?

1) 대형마트

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
거의 매일	1	32	2.8	2.8
주 3~4회	2	82	7.2	7.2
주 1~2회	3	370	32.6	32.6
월 1~2회	4	540	47.6	47.6
거의 이용 안함	5	110	9.7	9.7
		1,134	100.0	100.0

q2_2 쇼핑장소별 이용빈도2: 기업형 슈퍼마켓

2. 귀 댁에서는 평소 장보실 때 아래의 장소를 얼마나 자주 이용하십니까?

2) 기업형 슈퍼마켓

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
거의 매일	1	31	2.7	2.7
주 3~4회	2	97	8.6	8.6
주 1~2회	3	266	23.5	23.5
월 1~2회	4	333	29.4	29.4
거의 이용 안함	5	407	35.9	35.9
		1,134	100.0	100.0

q2_3 쇼핑장소별 이용빈도3: 전통시장

2. 귀 댁에서는 평소 장보실 때 아래의 장소를 얼마나 자주 이용하십니까?
3) 전통시장

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
거의 매일	1	40	3.5	3.5
주 3~4회	2	97	8.6	8.6
주 1~2회	3	226	19.9	19.9
월 1~2회	4	329	29.0	29.0
거의 이용 안함	5	442	39.0	39.0
		1,134	100.0	100.0

q2_4 쇼핑장소별 이용빈도4: 동네슈퍼

2. 귀 댁에서는 평소 장보실 때 아래의 장소를 얼마나 자주 이용하십니까?
4) 동네슈퍼

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
거의 매일	1	79	7.0	7.0
주 3~4회	2	166	14.6	14.6
주 1~2회	3	361	31.8	31.8
월 1~2회	4	264	23.3	23.3
거의 이용 안함	5	264	23.3	23.3
		1,134	100.0	100.0

q3 정부와 자치단체의 대형마트 규제조치에 대한 의견

3. 최근 대형마트의 골목상권 침입에 대한 우려가 높습니다. 정부와 자치단체의 대형마트 규제 조치에 대해 어떻게 생각하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
규제가 필요 없다	1	320	28.2	28.2
규제가 필요하다	2	684	60.3	60.3
잘 모르겠다	3	130	11.5	11.5
		1,134	100.0	100.0

q4_1 (규제필요하다면) 대형마트 규제책별 찬반의견1: 대형마트 입지 규제

4. 다음은 전문가들이 제시하는 대형마트 규제책들입니다. 각각의 규제 정책에 대한 찬반 의견을 응답해 주십시오.

1) 대형마트 입지 규제

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
찬성	1	594	52.4	86.8
반대	2	55	4.9	8.0
잘 모름	3	34	3.0	5.0
무응답	88	1	0.1	0.1
비해당	99	450	39.7	
		1,134	100.0	100.0

q4_2 (규제필요하다면) 대형마트 규제책별 찬반의견2: 대형마트 규모 규제

4. 다음은 전문가들이 제시하는 대형마트 규제책들입니다. 각각의 규제 정책에 대한 찬반 의견을 응답해 주십시오.

2) 대형마트 규모 규제

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
찬성	1	372	32.8	54.4
반대	2	231	20.4	33.8
잘 모름	3	80	7.1	11.7
무응답	88	1	0.1	0.1
비해당	99	450	39.7	
		1,134	100.0	100.0

q4_3 (규제필요하다면) 대형마트 규제책별 찬반의견3: 영업시간 규제

4. 다음은 전문가들이 제시하는 대형마트 규제책들입니다. 각각의 규제 정책에 대한 찬반 의견을 응답해 주십시오.

3) 영업시간 규제

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
찬성	1	414	36.5	60.5
반대	2	230	20.3	33.6
잘 모름	3	39	3.4	5.7
무응답	88	1	0.1	0.1
비해당	99	450	39.7	
		1,134	100.0	100.0

q4_4 [규제필요하다면] 대형마트 규제책별 찬반의견4: 판매 품목제한

4. 다음은 전문가들이 제시하는 대형마트 규제책들입니다. 각각의 규제 정책에 대한 찬반 의견을 응답해 주십시오.

4) 판매 품목제한

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
찬성	1	249	22.0	36.4
반대	2	381	33.6	55.7
잘 모름	3	53	4.7	7.7
무응답	88	1	0.1	0.1
비해당	99	450	39.7	
		1,134	100.0	100.0

q4_5 [규제필요하다면] 대형마트 규제책별 찬반의견5: 판매수량 제한

4. 다음은 전문가들이 제시하는 대형마트 규제책들입니다. 각각의 규제 정책에 대한 찬반 의견을 응답해 주십시오.

5) 판매수량 제한

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
찬성	1	163	14.4	23.8
반대	2	439	38.7	64.2
잘 모름	3	81	7.1	11.8
무응답	88	1	0.1	0.1
비해당	99	450	39.7	
		1,134	100.0	100.0

q5_1 가장 적절한 대형마트 판매 제한 품목1

5. 만약에 대형마트의 판매 품목을 제한할 경우, 제한 품목으로 가장 적절한 것은 무엇이라고 생각하십니까?

: 첫 번째

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
채소류	1	357	31.5	31.5
신선조리식품(두부, 계란 등)	2	55	4.9	4.9
생선류	3	38	3.4	3.4
정육	4	16	1.4	1.4

건어물	5	23	2.0	2.0
기호식품(담배, 주류 등)	6	224	19.8	19.8
문구	7	51	4.5	4.5
의류	8	18	1.6	1.6
공산품	9	6	0.5	0.5
제한 품목 없음	10	346	30.5	30.5
		1,134	100.0	100.0

q5_2 가장 적절한 대형마트 판매 제한 품목2

5. 만약에 대형마트의 판매 품목을 제한할 경우, 제한 품목으로 가장 적절한 것은 무엇이라고 생각하십니까?

: 두 번째

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
신선조리식품(두부, 계란 등)	2	197	17.4	25.0
생선류	3	68	6.0	8.6
정육	4	39	3.4	4.9
건어물	5	27	2.4	3.4
기호식품(담배, 주류 등)	6	78	6.9	9.9
문구	7	103	9.1	13.1
의류	8	64	5.6	8.1
공산품	9	27	2.4	3.4
제한 품목 없음	10	8	0.7	1.0
무응답	88	177	15.6	22.5
비해당 (제한품목없음)	99	346	30.5	
		1,134	100.0	100.0

q5_3 가장 적절한 대형마트 판매 제한 품목3

5. 만약에 대형마트의 판매 품목을 제한할 경우, 제한 품목으로 가장 적절한 것은 무엇이라고 생각하십니까?

: 세 번째

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
생선류	3	126	11.1	16.2
정육	4	42	3.7	5.4
건어물	5	19	1.7	2.4

기호식품(담배, 주류 등)	6	57	5.0	7.3
문구	7	56	4.9	7.2
의류	8	68	6.0	8.7
공산품	9	45	4.0	5.8
제한 품목 없음	10	2	0.2	0.3
무응답	88	365	32.2	46.8
비해당 (제한품목없음)	99	354	31.2	
		1,134	100.0	100.0

q5_4 가장 적절한 대형마트 판매 제한 품목4

5. 만약에 대형마트의 판매 품목을 제한할 경우, 제한 품목으로 가장 적절한 것은 무엇이라고 생각하십니까?

: 네 번째

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
정육	4	79	7.0	10.2
건어물	5	21	1.9	2.7
기호식품(담배, 주류 등)	6	22	1.9	2.8
문구	7	34	3.0	4.4
의류	8	29	2.6	3.7
공산품	9	17	1.5	2.2
제한 품목 없음	10	2	0.2	0.3
무응답	88	574	50.6	73.8
비해당 (제한품목없음)	99	356	31.4	
		1,134	100.0	100.0

q5_5 가장 적절한 대형마트 판매 제한 품목5

5. 만약에 대형마트의 판매 품목을 제한할 경우, 제한 품목으로 가장 적절한 것은 무엇이라고 생각하십니까?

: 다섯 번째

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
건어물	5	44	3.9	5.7
기호식품(담배, 주류 등)	6	15	1.3	1.9
문구	7	16	1.4	2.1
의류	8	8	0.7	1.0

공산품	9	11	1.0	1.4
제한 품목 없음	10	1	0.1	0.1
무응답	88	681	60.1	87.8
비해당 (제한품목없음)	99	358	31.6	
		1,134	100.0	100.0

q5_6 가장 적절한 대형마트 판매 제한 품목6

5. 만약에 대형마트의 판매 품목을 제한할 경우, 제한 품목으로 가장 적절한 것은 무엇이라고 생각하십니까?

: 여섯 번째

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
기호식품(담배, 주류 등)	6	15	1.3	1.9
문구	7	11	1.0	1.4
의류	8	10	0.9	1.3
공산품	9	2	0.2	0.3
제한 품목 없음	10	1	0.1	0.1
무응답	88	736	64.9	95.0
비해당 (제한품목없음)	99	359	31.7	
		1,134	100.0	100.0

q5_7 가장 적절한 대형마트 판매 제한 품목7

5. 만약에 대형마트의 판매 품목을 제한할 경우, 제한 품목으로 가장 적절한 것은 무엇이라고 생각하십니까?

: 일곱 번째

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
문구	7	8	0.7	1.0
의류	8	4	0.4	0.5
공산품	9	3	0.3	0.4
무응답	88	759	66.9	98.1
비해당 (제한품목없음)	99	360	31.7	
		1,134	100.0	100.0

q5_8 가장 적절한 대형마트 판매 제한 품목8

5. 만약에 대형마트의 판매 품목을 제한할 경우, 제한 품목으로 가장 적절한 것은 무엇이라고 생각하십니까?

: 여덟 번째

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
의류	8	5	0.4	0.6
공산품	9	3	0.3	0.4
제한 품목 없음	10	2	0.2	0.3
무응답	88	764	67.4	98.7
비해당 (제한품목없음)	99	360	31.7	
		1,134	100.0	100.0

q5_9 가장 적절한 대형마트 판매 제한 품목9

5. 만약에 대형마트의 판매 품목을 제한할 경우, 제한 품목으로 가장 적절한 것은 무엇이라고 생각하십니까?

: 아홉 번째

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
공산품	9	5	0.4	0.6
무응답	88	767	67.6	99.4
비해당 (제한품목없음)	99	362	31.9	
		1,134	100.0	100.0

q6 대형마트/기업형수퍼마켓의 판매 품목 제한 방안에 대한 찬반

6. 대형마트와 기업형 수퍼마켓의 판매 품목을 제한하는 방안에 대해 어떻게 생각하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
찬성	1	390	34.4	34.4
반대	2	582	51.3	51.3
잘 모르겠다	3	162	14.3	14.3
		1,134	100.0	100.0

q7 [찬성한다면] 판매품목 제한 방안에 찬성하는 이유

7. 대형마트와 기업형 슈퍼마켓의 판매 품목을 제한하는 방안을 찬성하시는 이유는 무엇입니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전통시장과 동네 슈퍼 활성화에 도움이 된다	1	341	30.1	87.4
가격이 더 낮아질 것이다	2	30	2.6	7.7
품질이 더 좋아질 것이다	3	9	0.8	2.3
기타	4	8	0.7	2.1
무응답	88	2	0.2	0.5
비해당	99	744	65.6	
		1,134	100.0	100.0

q7t [찬성한다면] 판매품목 제한 방안에 찬성하는 이유: 기타 (text)

7. 대형마트와 기업형 슈퍼마켓의 판매 품목을 제한하는 방안을 찬성하시는 이유는 무엇입니까?

: 기타 (text)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
		1,126	99.3	99.3
근본적인 농산물 유통구조가 바뀌어야 한다.	1	1	0.1	0.1
반찬같은 경우 판매규제하면 비닐공해를 줄이고 창업이 활발...	1	1	0.1	0.1
요즘 두부한모 파한뿌리 사는데도 슈퍼에 가야한다	1	1	0.1	0.1
유통 채널 개선 품목은 대기업이 담당하여 물가 안정	1	1	0.1	0.1
이유는 많습니다. 그 중에서 품질과 가격면이 좋아질 듯	1	1	0.1	0.1
찬성은 하지만 효과는 기대하기 힘들것이다	1	1	0.1	0.1
채소와 야채는 전통시장이 훨씬저렴하고 싱싱하다	1	1	0.1	0.1
하루벌어 먹고사는 소규모 업자들과의 상생	1	1	0.1	0.1
		1,134	100.0	100.0

q8 (반대한다면) 판매품목 제한 방안에 반대하는 이유

8. 대형마트와 기업형 슈퍼마켓의 판매 품목을 제한하는 방안을 반대하시는 이유는 무엇입니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
시장경제 원리에 어긋난다	1	140	12.3	24.1
가격이 더 비싸질 것이다	2	62	5.5	10.7
두 번 장을 보게 되어 불편하다	3	300	26.5	51.5
품질을 못 믿겠다	4	43	3.8	7.4
기타	5	35	3.1	6.0
무응답	88	2	0.2	0.3
비해당	99	552	48.7	
		1,134	100.0	100.0

q8t (반대한다면) 판매품목 제한 방안에 반대하는 이유: 기타 (text)

8. 대형마트와 기업형 슈퍼마켓의 판매 품목을 제한하는 방안을 반대하시는 이유는 무엇입니까?

: 기타 (text)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
		1,099	96.9	96.9
결국 독과점으로 소비자 권익 침해	1	1	0.1	0.1
결혼후 18년간 대형마트만이용했다. 살던대로 살고 싶다	1	1	0.1	0.1
규제할 이유가 없다 자율에 맡겨야 한다.	1	1	0.1	0.1
그럼 그게 마트 인가?? 의문입니다. 모든걸 다 규제	1	1	0.1	0.1
근본적인 해결책이 될 수 없다.	1	1	0.1	0.1
납품업체 타격, 일당 노동자 일감감소, 시장 원산지 불신	1	1	0.1	0.1
내가 원하는 곳에서 사고싶은데 왜 막는가!	1	1	0.1	0.1
내가 필요한 물품이 제대로 갖춰져있지 않다.	1	1	0.1	0.1
늦게 퇴근하는데 그때까지 문을 연 곳은 대형마트 뿐.	1	1	0.1	0.1
두 번 장을 보게되고 판매제한 품목은 가격이 높아짐	1	1	0.1	0.1
두번장을보게되어불편하고 재래시장의 가격을 못믿겠다.	1	1	0.1	0.1
마음대로 장 보는 것도 못하나???? 어이없음	1	1	0.1	0.1

마트의 기능을 제대로 할 수 없다	1	0.1	0.1
머하자는 짓꺼리아 도대체	1	0.1	0.1
반품 안되거니와 불편한 점이 많다 시간이 많이 소요됨	1	0.1	0.1
번거롭고 전통시장 못믿겠음	1	0.1	0.1
불편함..	1	0.1	0.1
상품의 다양성을 잃어버리기 쉽다.	1	0.1	0.1
선택항목 모두 해당.	1	0.1	0.1
시장상인만 서민 아니다 서민 소비자의 불편도 고려해야	1	0.1	0.1
위 보기 모두	1	0.1	0.1
위에 제시한 예제 모두 맞음 이런 아이디어 낸 사람 바보	1	0.1	0.1
위의 예시 전부다...	1	0.1	0.1
의무휴무나 거리제한을 두는 것에 찬성함	1	0.1	0.1
이미 활성화된 한 시장을 다시 규제하는 어폐가 있는것!	1	0.1	0.1
전통 시장이 드문 곳도 많은데, 차 타고 가란 말인가?	1	0.1	0.1
주변에 전통시장이 없는데 어디가서 사란 말입니까?	1	0.1	0.1
지역여건상 전통시장이 주변에 없음	1	0.1	0.1
집근처에는 시장이없는데 사려는게 있으면 멀리가야 한다	1	0.1	0.1
카드 사용이 안되고,가격이나 품질 면에서도 믿지 못함.	1	0.1	0.1
판매 시간 제한으로 충분하다고 생각	1	0.1	0.1
품목이 너무 많다	1	0.1	0.1
품목제한 종류가 많은것같습니다.	1	0.1	0.1
품목제한은 반대	1	0.1	0.1
현재도 골목상가는 품질의 저하와 가격이 비싸다	1	0.1	0.1
	1,134	100.0	100.0

q9 판매제한이 아닌 수량/용량을 제한하는 방법에 대한 찬반

9. 위 제품에 대해 판매 자체를 제한하는 것이 아닌 수량과 용량을 제한하는 용량 제한의 방법도 있습니다. 이 방법에 대해서는 어떻게 생각하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
찬성	1	420	37.0	37.0
반대	2	554	48.9	48.9
잘 모르겠다	3	159	14.0	14.0
무응답	88	1	0.1	0.1
		1,134	100.0	100.0

q10 대형마트/기업형수퍼마켓에서 판매규제가 있을시 불편함을 감수할 용의

10. 만약 대형마트와 기업형 수퍼마켓에서 신선 식품 등에 대해 판매 규제를 할 경우 불편함을 감수할 용의가 있습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
예	1	552	48.7	48.7
아니오	2	581	51.2	51.2
무응답	88	1	0.1	0.1
		1,134	100.0	100.0

q11 평소 신선제품을 구매할 때 선호하는 장소

11. 평소 신선제품을 구매할 때 어디를 선호하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전통시장	1	426	37.6	37.6
대형마트	2	707	62.3	62.3
무응답	88	1	0.1	0.1
		1,134	100.0	100.0

q12 [전통시장이라면] 선호하는 이유

12. 전통시장에서 신선제품을 구매를 선호하는 이유는 무엇입니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
신선해서	1	90	7.9	21.1
값이 싸서	2	125	11.0	29.3
영세 상인을 위한 것이라	3	58	5.1	13.6
가까워서	4	141	12.4	33.1
기타	5	12	1.1	2.8
비해당	99	708	62.4	
		1,134	100.0	100.0

q12t [전통시장이라면] 선호하는 이유: 기타 (text)

12. 전통시장에서 신선제품을 구매를 선호하는 이유는 무엇입니까?
: 기타 (text)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
		1,122	98.9	98.9
가깝고 신선해서		1	0.1	0.1
가깝기도 하지만 30%정도 가격도 저렴합니다..		1	0.1	0.1
값도 싸고 신선하다		1	0.1	0.1
네가지 이유 모두		1	0.1	0.1
두부의 경우 직접 만들어 판매하는 곳이 있어서 믿고 구매		1	0.1	0.1
소량 구입이 가능해서		1	0.1	0.1
수시로 구입을 하게되어 가까운 곳을 이용 하게됨		1	0.1	0.1
신선하고 가격도 대형마트에 비해 저렴해서		1	0.1	0.1
원하는 상품이 마트보다 시장에 있기때문에.		1	0.1	0.1
이것사러 대형마트나 전통시장을 찾지않고 근처에서 사죠.		1	0.1	0.1
직접 제조해서 바로 판매,수량이 적어 신선하다		1	0.1	0.1
특히 생선이 비닐,스티로폼으로 포장돼 있어 역겹다		1	0.1	0.1
		1,134	100.0	100.0

q13 (대형마트라면) 선호하는 이유

13. 대형마트에서 신선제품 구매를 선호하는 이유는 무엇입니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
신선해서	1	118	10.4	16.7
값이 싸서	2	98	8.6	13.9
대형 기업이라 믿을수 있어서(환불, 교환 등 편리)	3	188	16.6	26.6
편리해서	4	266	23.5	37.6
기타	5	37	3.3	5.2
비해당	99	427	37.7	
		1,134	100.0	100.0

q13t (대형마트라면) 선호하는 이유: 기타 (text)

13. 대형마트에서 신선제품 구매를 선호하는 이유는 무엇입니까?
 : 기타 (text)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
		1,097	96.7	96.7
가격 정찰제라서		1	0.1	0.1
가격도 싸고 품질도 좋으므로		1	0.1	0.1
가까워서		1	0.1	0.1
가까이 있고 동네 작은 슈퍼엔 없슴		1	0.1	0.1
값도 싸고 식품의 날짜, 출처 등이 분명하기 때문이다.		1	0.1	0.1
값이 싸고 신선해서 상품의 질이 높다..		1	0.1	0.1
거리가 가까워서		1	0.1	0.1
교통시설이 좋고 한꺼번에 장볼수있어서		1	0.1	0.1
그냥 가던길에!!!		1	0.1	0.1
깨끗해서		1	0.1	0.1
다른제품구매할때한꺼번에같이구매하기편리해서		1	0.1	0.1
대형 마트가 가장 가까워서요		1	0.1	0.1
대형마트 간 김에...		1	0.1	0.1
대형마트에서 사는건 계란, 두부는 전통시장		1	0.1	0.1

보관시설이 잘 돼 있어서 식품 상태를 믿을 수 있어서	1	0.1	0.1
선택 항목 내용 모두 해당	1	0.1	0.1
신선 식품 외의 식품을 같이 구매하면서 구매 할 뿐이다	1	0.1	0.1
신선, 위생, 친절, 카드이용, 신용	1	0.1	0.1
신선도, 풍부한수량, 교환가능등	1	0.1	0.1
신선하고 저렴하고 편리하다	1	0.1	0.1
신선하고 편리해서	1	0.1	0.1
신선하고, 저렴하고, 접근이 편리(주차 용이)	1	0.1	0.1
우리동네는 전통시장이 없음.	1	0.1	0.1
원산지, 제조시 사용한 물품 확인 가능	1	0.1	0.1
위 보기 모두	1	0.1	0.1
유통 간소화와 대량 유통으로 안정적 가격, 품질 양호	1	0.1	0.1
유통회전이 빨라 신선하고 값도싸고 편리하다	1	0.1	0.1
재래시장이 접근처에 없기때문에	1	0.1	0.1
전통시장은 쇼핑에 불편과 신뢰도가 대형마트 보다 덜 감	1	0.1	0.1
전통시장이 어디있는지도 모르겠고 맛별이라 시간이 없음	1	0.1	0.1
종류도 많고 고객취향에 맞게 선택폭이 넓다	1	0.1	0.1
주위에 전통시장보다 대형마트가가까워서....	1	0.1	0.1
주차 공간 확보	1	0.1	0.1
주차문제	1	0.1	0.1
최소한의검증을할것같아서	1	0.1	0.1
편의성과 신뢰성이 문제이기 때문에	1	0.1	0.1
현재 장볼수있는 곳이 대형마트가 가장 인접한 곳에 위치	1	0.1	0.1
	1,134	100.0	100.0

dq1 응답자 성별

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
남	1	606	53.4	53.4
여	2	528	46.6	46.6
		1,134	100.0	100.0

dq2 응답자 연령

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
10대 미만	1	1	0.1	0.1
15-19세	3	1	0.1	0.1
20대	4	126	11.1	11.1
30대	5	266	23.5	23.5
40대	6	287	25.3	25.3
50대	7	212	18.7	18.7
60대 이상	8	241	21.3	21.3
		1,134	100.0	100.0

dq3 응답자 학력

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
초등학교 졸업	2	13	1.1	1.1
중학교 재학	3	3	0.3	0.3
중학교 졸업	4	22	1.9	1.9
고등학교 재학	5	6	0.5	0.5
고등학교 졸업	6	340	30.0	30.0
대학(전문대) 재학	7	15	1.3	1.3
대학(전문대) 졸업	8	115	10.1	10.1
대학(4년제) 재학	9	75	6.6	6.6
대학(4년제) 졸업	10	417	36.8	36.8
대학원 석사 재학	11	8	0.7	0.7
대학원 석사 졸업	12	82	7.2	7.2
대학원 박사 재학	13	6	0.5	0.5
대학원 박사 졸업	14	19	1.7	1.7
기타	15	13	1.1	1.1
		1,134	100.0	100.0

dq4 응답자 혼인상태

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
미혼	1	441	38.9	38.9
기혼(재혼 포함)	2	627	55.3	55.3
사별	3	33	2.9	2.9
이혼	4	33	2.9	2.9
		1,134	100.0	100.0

dq5 월평균 가구소득

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
모름	0	68	6.0	6.0
0~100만원 미만	1	64	5.6	5.6
100~200만원 미만	2	141	12.4	12.4
200~300만원 미만	3	195	17.2	17.2
300~400만원 미만	4	215	19.0	19.0
400~500만원 미만	5	196	17.3	17.3
500~600만원 미만	6	98	8.6	8.6
600~700만원 미만	7	56	4.9	4.9
700~800만원 미만	8	30	2.6	2.6
800만원 이상	9	71	6.3	6.3
		1,134	100.0	100.0

dq6 월평균 개인소득

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
모름	0	88	7.8	7.8
0~100만원 미만	1	298	26.3	26.3
100~200만원 미만	2	261	23.0	23.0
200~300만원 미만	3	229	20.2	20.2
300~400만원 미만	4	123	10.8	10.8
400~500만원 미만	5	79	7.0	7.0
500~600만원 미만	6	30	2.6	2.6
600~700만원 미만	7	9	0.8	0.8
700~800만원 미만	8	7	0.6	0.6
800만원 이상	9	10	0.9	0.9
		1,134	100.0	100.0