

컨슈머인사이트 소비자 조사(Survey) 데이터

2024 데이터바우처 지원사업 소개

- 쇼핑/유통 분야 -



Contents

I. 데이터바우처 지원사업 소개

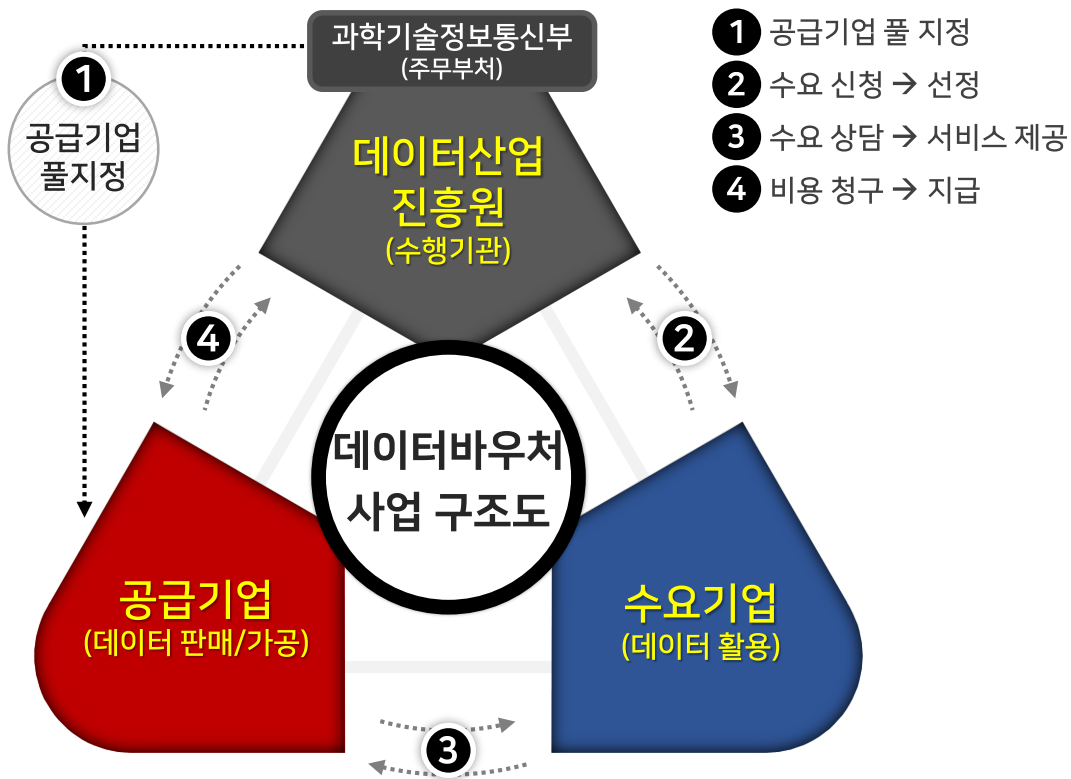
II. 컨슈머인사이트 소개

III. 결과물 예시

01. 데이터바우처 지원사업이란?

데이터를 직접 창출/가공하기 어려운 중소기업이
데이터 보유/가공기업으로부터 서비스를 제공받을 수 있도록 지원하는 제도입니다.

◆ 지원사업 구도



◆ 참여자의 역할 및 조건

주무부처

- 과학기술정보통신부
- 지원사업 총괄, 기본계획 수립

수행기관

- 공급기업과 수요기업의 공모-모집-지정-매칭-관리

공급기업

- 데이터를 판매하거나 가공서비스를 공급
(조건) 데이터스토어에 공급기업으로 등록

수요기업

- 데이터를 제공받아 데이터기반 혁신 서비스를 창출하는 기업
(조건) 국내 초기 중견·중소기업, 소상공인, 1인 창조기업, 예비창업자, 청년기업, 행정기관 및 지방자치단체

'컨슈머인사이트'는...

데이터 및 가공서비스를 제공하는 **공급기업으로 등록**

자동차, 이동통신, 여행/관광, 쇼핑/유통, 체감경제, 여가문화체육, 자동차 등록자료, 금융, 신차 출시 전/후 반응 소비자 데이터, 아웃도어/프로스포츠 등 10종 데이터 판매

02. 지원사업 목적

본 사업을 통해 소비자데이터를 분석-활용하여 새로운 비즈니스 기회를 창출하고,
기존 서비스를 업그레이드할 수 있습니다.

◆ 수요기업은 데이터를 활용해...

신규 서비스/상품 개발 및 고도화

- 데이터를 활용해 신규 서비스를 개발하거나 기존 서비스를 고도화
 - B2B, B2C 서비스 개발
 - App./Web 개발 및 고도화
 - 정보/미디어 콘텐츠 활용

생산성 및 수익성 증대

- 데이터를 활용해 기존 사업모델로 부가수익을 창출
 - 내부 프로세스 간소화
 - 시장 수요 예측
 - 생산/효율성 증대

비즈니스 마케팅 지원

- 양질의 데이터로 신시장 발굴 및 사업 기초자료로 활용
 - 업계 동향파악
 - 매출 예측
 - 시장 분석
 - 홍보/마케팅 전략

데이터 구매/가공비용의 75%를 정부가 지원하며,
수요기업의 자부담금도 인건비의 지출 증빙으로 처리해 실부담이 적습니다.

◆ 지원사업 규모

데이터 구매

- 수요기업이 서비스를 고도화 하거나, 신규서비스를 개발하는데 필요한 데이터 구매비용 지원
ex) 자동차부품사가 OO부품을 개선/개발하기 위해 데이터 구매

수요기업
630개 선정
(예정)

도입 비용 (A+B)	정부 지원금 (A)	수요기업 자부담 (B)
최대 667만원	최대 500만원	최대 167만원

데이터 가공

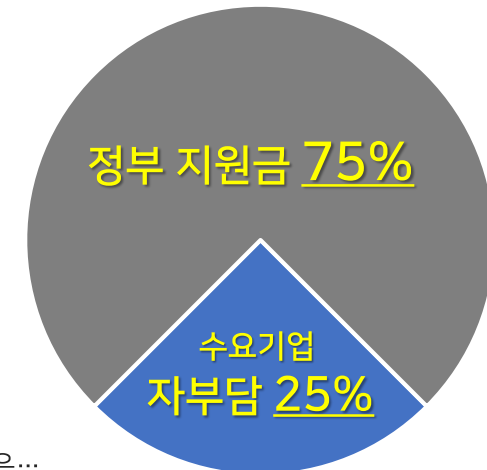
- 수요기업이 AI기반 서비스·제품개발, 빅데이터분석, 사회현안 해결 등에 필요한 데이터를 활용하기 위해 데이터 가공(분석)에 소요되는 비용을 바우처로 지원
ex) Raw data를 수집했지만 분석기술이 없는 개발사가 가공서비스 신청

수요기업
710개 선정
(예정)

	도입 비용 (A+B)	정부 지원금 (A)	수요기업 자부담 (B)
일반가공	최대 4,267만원	최대 3,200만원	최대 1,067만원
AI가공	최대 7,200만원	최대 5,400만원	최대 1,800만원

◆ 지원 방안

데이터 '구매' 또는 '가공' 서비스에 소요되는 비용은 정부 지원금 75%와 수요기업 자부담 25%로 데이터산업진흥원을 통해 공급기업에 지급함



- 자부담 금액은...
 - 직원 인건비의 증빙자료 100% 처리
 - 중소기업은 전체 25% 중 최대 22.5%는 현물(인건비) 매칭
 - 소상공인 및 1인기업은 전체를 현물(인건비) 부담 가능
 - 단, 초기 중견기업의 경우 100% 현금 지출

04. 추진 절차 및 서류

추진 일정



수요 기업

공급 기업 (컨슈머인사이트)

신청서 제출 역할

- 수요기업 소개
- 수행계획서 작성
- 데이터(서비스)가 필요한 사업 소개



제출 서류

(발급 소요기간
사전확인 필수)

- 중소기업 확인서
- 재무불이행 확인가능 서류
- 국세 및 지방세 완납 증명서
- 데이터바우처 신청서
- 사업수행계획서/ 발표 영상
- 데이터구매 사전 협의서



- 견적서 및 과제협의를 (수요기업과 협의) _ 선정 후 진행
- 매칭심사 (공급기업은 매칭 심사 별도 진행) _ 선정 후 진행

Contents

I. 데이터바우처 지원사업 소개

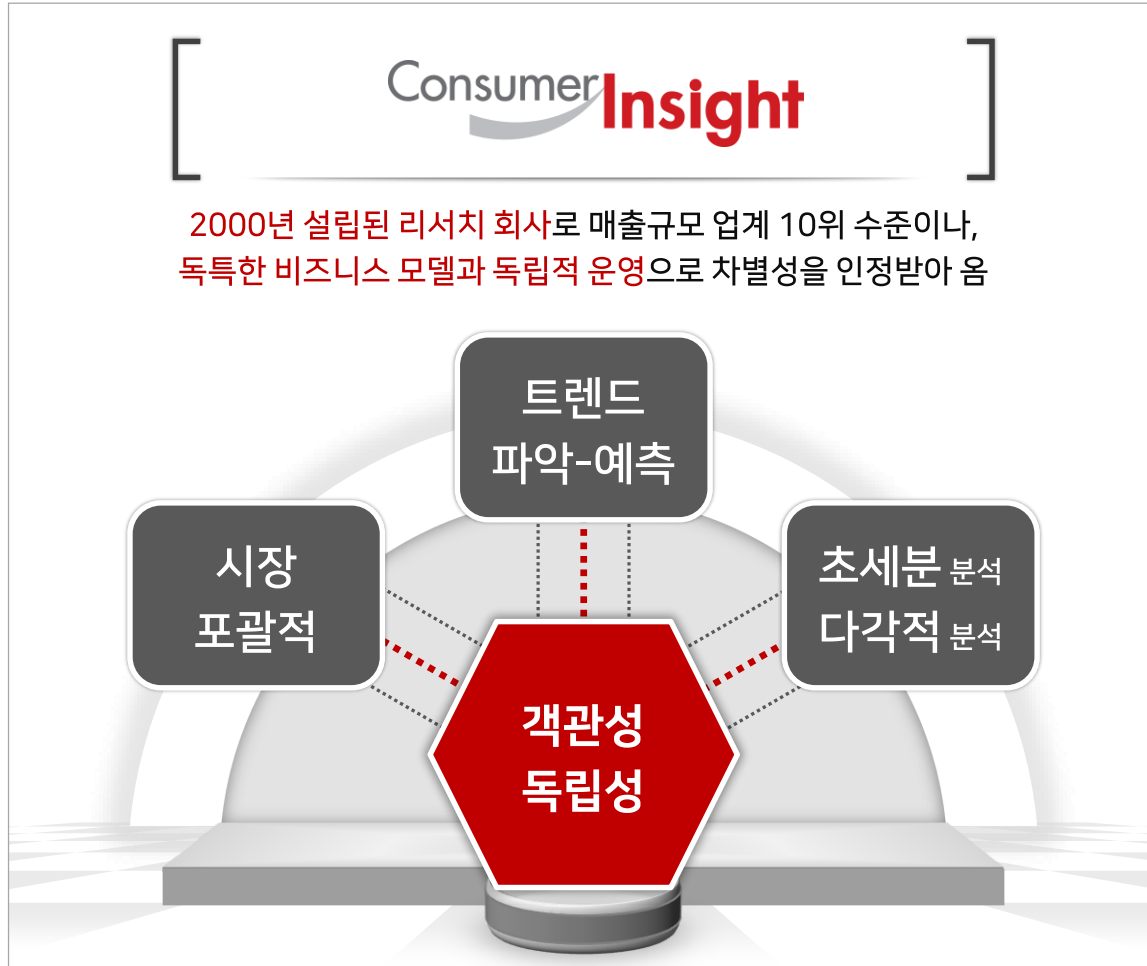
II. 컨슈머인사이트 소개

III. 결과물 예시

01. 컨슈머인사이트 소개

컨슈머인사이트는 독립성과 중립성을 핵심을 가치로 삼고,
기획조사(syndicated research) 중심으로 특정산업 군에 전문가 집단으로 성장해 왔습니다.

* 기획조사란? 조사 기관이 어떠한 단체/기관/기업에 영향을 받지 않고 독립적으로 개발-투자-운영하는 조사



-  **자동차 품질 및 고객만족 조사** (연 1회 조사, 총 20차)
→ 2001~, 매회 100,000명
-  **이동통신 기획조사** (연 2회 조사, 총 32차)
→ 2005~, 매회 40,000명 (연 80,000명)
-  **여행/관광** (총 4개 기획조사 운영 중-주 1회 중/연 1회 3종)
→ 2015~, 매주 500/연 26,000명 등 다수
-  **쇼핑/유통** (주 1회 조사)
→ 2017~, 매월 4,000~5,000 명/ 연 52,000 명
-  **체감경제** (주 1회 조사)
→ 2019~ 매월 4,000~5,000 명/ 연 52,000 명
-  **여가/문화** (주 1회 조사)
→ 2021~, 매주 500 명/ 연 26,000 명 내외
-  **금융** (주 1회 조사)
→ 2022~, 매주 500 명/ 연 26,000 명 내외

02. 컨슈머인사이트 기획조사 특징점 (쇼핑)

기획조사 데이터는 대표·독립성이 보장되어 시장 전반에 대한 이해부터 세분단위*별 분석까지 가능합니다.

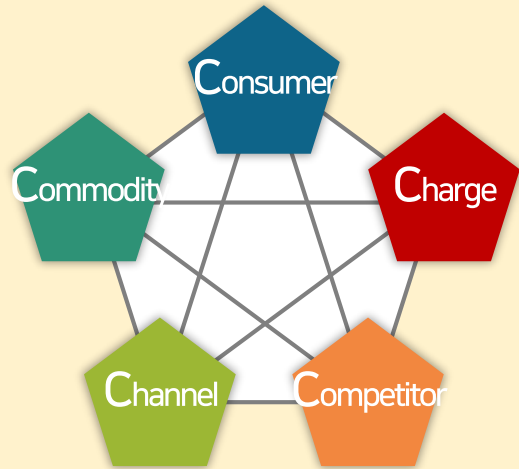
*세분단위: 성, 연령, 지역, 가구상황 등 특성에 따라 구분된 그룹



03. 쇼핑 기획조사 활용분야

쇼핑/유통 데이터는 ① 쇼핑/유통 기업 ② 상품 개발자/마케터 ③ 정보 서비스 채널에 활용 가능하며, 자체 보유한 쇼핑행태 분석 '5C 모델'을 적용해 쇼핑/유통 전문가의 데이터 컨설팅을 받으실 수 있습니다.

쇼핑행태 분석 5C 모델



쇼핑/유통 기업

- 유망한/경쟁력 있는 상품은?
- 소비자가 인식하는 자사와 경쟁사는?
- 자사가 우수한 - 보완이 필요한 항목은?
(고객서비스, 비용, 웹/앱 등)
- 성공적 전략을 수립하기 위해서는?
- 사업의 기초자료/방향성 확보를 위해서는?



상품 개발자/마케터

- 해당 상품군의 수요는?
- 수요가 늘고/주는 곳은?
- 새로운 상품 개발시 타겟은?
- 강화/발굴해야 할 채널/브랜드는?



쇼핑정보 채널/미디어

- 객관적인, 신뢰할 수 있는 정보는?
- 000으로 인한 소비자 심리는?
(코로나19, No재팬, 경기침체 등)
- 소비자, 업계에 모두 이익이 되는 정보는?
- 경쟁자와 차별화 할 수 있는 정보는?
- 다양한 정보를 요약한 자료는?



04. 쇼핑 기획조사 내용

총 11개 구입상품과 60개 세부 구입 품목으로 구성되어 있습니다.

🍷 의류/잡화 - 여성 의류 - 남성 의류 - 패션 잡화(신발, 가방, 주얼리/시계 등) - 속옷/언더웨어 - 기타	🍷 건강식품 - 홍삼/인삼(농축액, 절편 등) - 건강즙/엑기스(배즙, 양파즙 등) - 비타민/영양제(오메가3 등) - 다이어트/헬스 보조식품 - 기타	🍷 가구/홈인테리어 - 가구(침대, 소파, 책상 등) - 침구/커튼 - 수납/인테리어 소품 - 기타	🍷 여행 상품 - 렌터카 - 항공 - 숙소 - 입장권/투어 상품 - 패키지(단체, 에어텔 등) - 기타
🍷 뷰티 용품 - 여성 스킨케어(스킨, 로션, 클렌징 등) - 남성 스킨케어(스킨, 로션, 클렌징 등) - 메이크업(파운데이션, 립/아이 메이크업 등) - 헤어/바디/네일 - 스페셜케어(마스크팩 등) - 뷰티 소품(화장솜, 브러쉬 등) - 기타(향수 등)	🍷 생활용품 - 화장지/물티슈/위생용품 - 구강/세안/목욕 용품 - 주방/세탁/청소 세제류 - 세탁/청소/욕실 소품 · 도구 - 주방 소품 · 도구 - 기타	🍷 가전/디지털 기기 - 생활 가전(세탁기, 에어컨, 청소기 등) - 주방 가전(냉장고, 전자레인지 등) - 영상/음향(TV, 오디오 등) - 디지털/컴퓨터(데스크탑, 노트북, 카메라 등) - 휴대폰/태블릿PC - 주변기기/액세서리(이어폰 등) - 기타	🍷 스포츠/레저/자동차 용품 - 야구, 축구, 농구 등 구기 용품 - 등산/캠핑/낚시 용품 - 자전거/헬스/요가 용품 - 골프 용품 - 수영 등 해양스포츠 용품 - 스키/보드 등 겨울스포츠 용품 - 자동차 용품(방향제, 액세서리 등) - 자동차 기기(블랙박스, 내비게이션 등) - 기타
🍷 식품/음료 - 과일/채소 - 생선/건해산물 - 정육/계란 - 쌀/잡곡 - 실온 가공식품(라면, 과자 등) - 냉장 가공식품(우유, 치즈, 어묵 등) - 냉동 가공식품(만두, 피자 등) - 완전조리/반조리/즉석식품(반찬, 김밥 등) - 주류 - 음료수(생수, 주스류, 탄산, 커피 등) - 기타	🍷 유아동 용품 - 유아동 식품(분유, 이유식 등) - 유아동 생활(기저귀, 물티슈, 세제, 로션 등) - 유아동 소품 · 완구(젖병, 식기, 장난감 등) - 유아동 의류/잡화 - 기타	🍷 문화/디지털 콘텐츠 - 도서/음반/DVD - 공연/전시/체험 - 게임 - 음악 스트리밍·다운로드(MP3) 이용권 - 동영상 스트리밍·다운로드 이용권 - 기타	🍷 기타(애완동물 용품, 상품권, 쿠폰 등)

04. 쇼핑 기획조사 내용

총 11개 온라인 채널과 93개 회사/브랜드로 구성되어 있습니다.

🔍 오픈마켓 11번가 - G마켓 - 네이버 쇼핑 - 옥션 - 인터파크 - G9 - 기타	🔍 소셜커머스 - 위메프 - 쿠팡 - 티몬 - 기타	🔍 홈쇼핑 - GS(GS SHOP, GS홈쇼핑) - CJ(CJmall, CJ오쇼핑) - NS(NSmall, NS홈쇼핑) - 롯데(롯데몰, 롯데홈쇼핑) - 신세계TV홈쇼핑 - 현대(현대Hmall, 현대홈쇼핑) - 홈앤쇼핑(Hnsmall) - 공영쇼핑 - SK스토아 - K쇼핑 - Shopping & T - 기타	🔍 대형마트 온라인몰 - 롯데마트몰 - 이마트몰 - 하나로마트몰 - 홈플러스 - GS fresh(GS 슈퍼몰) - 롯데슈퍼(롯데fresh, 롯데 프리미엄 마켓 등) - 메가마트몰 - 트레이더스몰 - 김스클럽 - 코스트코 - 기타
🔍 백화점 온라인몰 - AK몰 - 갤러리아몰 - 롯데(롯데닷컴, 롯데몰 등) - 신세계(SSG닷컴, 신세계몰) - 현대(더현대닷컴, 현대H몰) - 기타	🔍 해외마켓 및 직구사이트 - 라자다(Lazada) - 라쿠텐(Rakuten) - 아마존(amazon) - 아이허브(iHerb) - 알리익스프레스(alibaba) - 이베이(ebay) - 큐텐(Qoo10) - 비타트라(Vitatra) - 오픈(Ople) - 단일브랜드 해외몰/사이트(폴로 등) - 기타	🔍 면세점 온라인몰 - AK - SM - 갤러리아 - 동화 - 두타 - 롯데 - 신라 - 신라아이파크 - 신세계 - 엔타스듀티프리 - 기타	🔍 개인 쇼핑몰(보세, 농·축·수산물 직접판매 등) 🔍 멀티브랜드 몰/편집숍(올리브영, 다이소몰 등) 🔍 단일브랜드 몰/사이트(LF몰, 하나투어 등) 🔍 온라인 직거래(중고나라, 당근마켓 등) 🔍 기타

04. 쇼핑 기획조사 내용

총 13개 오프라인 채널과 111개 회사/브랜드로 구성되어 있습니다.

- 기업/브랜드 슈퍼마켓 - GS 슈퍼마켓 - 롯데슈퍼(마이슈퍼, 마켓999, 롯데fresh) - 이마트 에브리데이 - 홈플러스 익스프레스 - 프리미엄 푸드마켓(SSG, 롯데 등) - 메가마트 - 김스클럽마트 - 탑마트 - 노브랜드 - 기타	- 대형마트 - 롯데마트 - 이마트 - 코스트코 - 김스클럽 - 하나로마트 - 홈플러스 - 트레이더스 - 빅마켓 - 홈플러스 스페셜 - 기타	- 면세점 - AK - SM - 갤러리아 - 동화 - 두타 - 롯데 - 신라 - 신라아이파크 - 신세계 - 엔타스듀티프리 - 기타	- 백화점 - AK - NC - 갤러리아 - 롯데 - 신세계 - 현대 - 기타
- 복합쇼핑몰 - IFC몰 - 가든파이프 - 눈스퀘어 - 두타 - 디큐브시티 - 롯데몰 - 스타필드(하남, 코엑스) - 아이파크몰 - 엔터식스 - 타임스퀘어 - 기타	- 아울렛 2001 아울렛 - W몰 - 뉴코아아울렛(NC 아울렛) - 롯데(프리미엄)아울렛 - 마리오아울렛 - 모다아울렛 - 세이브존 - 신세계(프리미엄)아울렛 - 패션아일랜드 - 현대(프리미엄)아울렛 - 기타	- 편의점 - CU - GS25 - 이마트24 - 미니ストップ - 세븐일레븐 - 기타	- 회원직접판매/방판 - 뉴스킨코리아 - 암웨이 - 애틀미 - 앤알커뮤니케이션 - 엘트웰 - 하이리빙 - 허벌라이프 - 유니시티 - 아이에프씨아이 - 에이씨엔 - 아프로존 - 시크릿다이렉트 - 네이웬인터내셔널 - 기타
- 상점/노점(길거리, 상가내) - 동네 슈퍼마켓	- 멀티브랜드 매장/편집숍(올리브영, 다이소 등) - 단일브랜드 매장(파리바게트, 하나투어 등)	전통/재래시장	기타

05. 쇼핑 기획조사 설계

모집단

- 전국 19세 이상 성인

표본추출 방법

- 컨슈머인사이트의 80만 IBP(Invitation Based Panel)에서 성X연령 및 지역별 할당 후 무작위 추출

자료수집 방법

- Online/Mobile - 구조화된 온라인 설문지를 통한 이메일 조사

조사기간

- 2017년 07월부터~
- 매주 수요일~익주 화요일까지 자료 수집

표본의 구성

- 연 표본 수 5만 2천명 (매주 1,000명)

① 성X연령 구성비

(단위: %)

	성별		계
	남자	여자	
20대	9.6	8.6	18.2
30대	10.8	10.3	21.1
40대	12.2	11.9	24.1
50대 이상	18.1	18.5	36.6
합계	50.7	49.3	100.0

② 거주지역 구성비

(단위: %)

거주지역	구성비	거주지역	구성비
서울특별시	20.2	강원도	2.9
부산광역시	7.0	충청북도	3.0
대구광역시	4.9	충청남도	4.3
인천광역시	5.8	전라북도	3.4
광주광역시	2.9	전라남도	3.3
대전광역시	3.1	경상북도	5.1
울산광역시	2.3	경상남도	6.4
경기도	24.2	제주도	1.1

Contents

I. 데이터바우처 지원사업 소개

II. 컨슈머인사이트 소개

III. 결과물 예시

01. 제공 형태 설명

자료는 ① 통계 테이블 ② 보고서 ③ 전자 보고서 3가지 형태로 제공하며, 유통분야 조사를 전문으로 하는 연구팀이 운영합니다.

내용

통계 테이블

- Raw data를 변수(문항)별로 분석해 **엑셀 형태**로 제공
- 기간/인구특성/타 변수값 등의 **교차분석** 가능
 - 기간 (주, 월, 분기, 반기, 연 등)
 - 인구특성 (성, 연령, 가구상황 등)

보고서

- 유통조사 전문 연구팀이 시장 동향 및 세부시장을 분석 (약 40p 분량)
- 수요기업 특성에 맞는 **분석 및 인사이트** 제공 가능

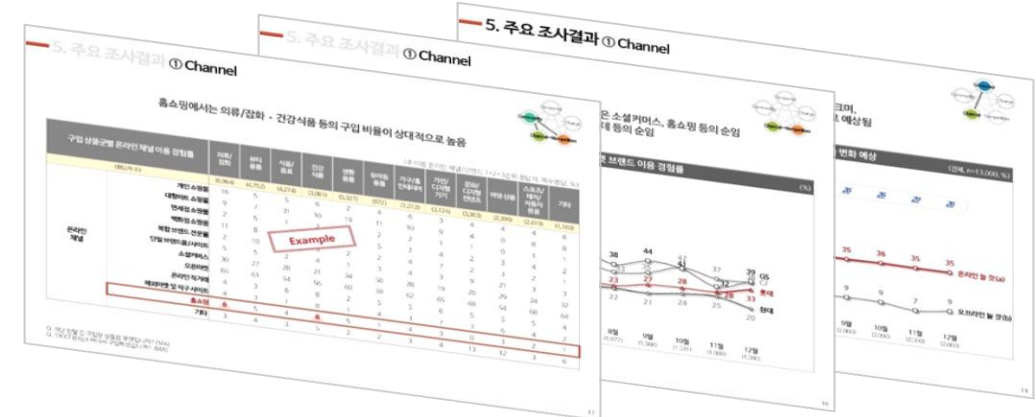
전자 보고서

- 웹사이트**로 데이터를 다운로드 받을 수 있는 서비스 (월 업데이트)
- 엑셀 데이터로 다운받을 수 있으며, 기간/인구특성/타 변수값과 교차분석 가능 (일부 변수 제한)

예시

BASE : 전체

		사래수	의류/잡화	뷰티용품	식품/음료	건강식품	생활용품	유아용품
		명	%	%	%	%	%	%
성	남성	19년						
	여성	1분기						
		(응답자수)	(6,000)	(5,500)	(13,000)	(13,000)	(9,000)	(2,000)
연령	20대	의류/잡화						
	30대	뷰티용품						
	40대	식품/음료						
	50대	건강식품						



구입채널, 구입상품, 구입자 특성에 따라 교차분석 결과를 제시하며,
수요기업의 요청에 따라 특정 상품군의 세부 품목 및 유통브랜드의 평가 등도 심층분석이 가능합니다.

1-1-1. 상품 구입비용 지출 동향(지난 한달)

Q. 지난 한달 간 상품구입을 위해 지출한 비용은 평소에 비해 어느 정도 됩니까?

A. 5점 척도: 훨씬 더 적었다(1), 약간 더 적었다(2), 비슷하다(3), 약간 더 많았다(4), 훨씬 더 많았다(5)

구분	2017년 하반기 전체	분기별		월별					
		3분기	4분기	7월	8월	9월	10월	11월	12월
(응답자수)	(13,000)	(6,500)	(6,500)	(2,000)	(2,500)	(2,000)	(2,000)	(2,500)	(2,000)
훨씬 더 적었다	2.3	2.5	2.0	2.5	2.4	2.8	2.2	2.0	2.0
약간 더 적었다	12.3	12.8	11.8	12.4	12.9	13.2	12.9	10.9	11.8
비슷했다	44.4	45.0	43.8	45.2	44.9	44.8	42.1	44.4	44.6
약간 더 많았다	31.8	31.0	32.5	31.2	31.7	30.2	32.0	33.7	31.5
훨씬 더 많았다	9.2	8.6	9.9	8.8	8.1	9.0	10.8	9.0	10.0
적었다(BOT2 BOX%)	14.6	15.4	13.9	14.9	15.3	16.0	15.1	12.9	13.9

1-3. 상품 구입 경험률(지난 한달)

Q. 다음 중 지난 한달간 구입한 상품은 무엇무엇입니까? 모두 선택해주시요.

구분	2017년 하반기 전체	분기별		월별					
		3분기	4분기	7월	8월	9월	10월	11월	12월
(응답자수)	(13,000)	(6,500)	(6,500)	(2,000)	(2,500)	(2,000)	(2,000)	(2,500)	(2,000)
의료/갑호	74.1	74.3	73.9	76.4	74.9	71.4	72.1	74.2	75.4
부디 상품	49.3	49.6	49.0	50.6	49.2	49.3	48.9	48.1	50.2
식품/음료	77.4	78.2	76.5	78.1	78.4	78.1	77.5	75.5	76.9
건강식품	29.4	28.3	30.5	28.2	29.7	26.5	31.7	30.4	29.4
생활용품	61.0	62.0	60.0	61.7	62.1	62.2	58.5	61.1	60.2
유아동 상품	8.5	9.2	7.8	9.9	8.0	10.1	7.7	7.4	8.5
가구/출입터리어	12.5	12.0	13.1	12.3	12.0	11.6	12.1	13.8	13.2
가전/디지털 기기	30.6	32.5	28.7	32.8	33.5	30.9	29.3	27.3	29.8
문화/디지털 콘텐츠	29.9	30.9	28.9	29.5	31.6	31.3	29.7	27.9	29.1
여행 상품	20.3	22.1	18.4	21.0	23.2	21.9	19.7	17.8	17.8
스포츠/레저/자동차 용품	24.1	25.9	22.4	27.5	26.5	23.6	21.4	23.7	21.6
기타	11.0	11.4	10.5	11.6	11.4	11.1	10.5	10.8	10.3
지난 한달 간 구입 상품군 종류 수(1인 평균)	4.28	4.36	4.20	4.40	4.40	4.28	4.19	4.18	4.22

2-1. 채널 이용 경험률(지난 한달)_온라인

Q. 지난 한달 간 온라인에서 상품구입을 위해 이용해 본적 있는 것은 무엇무엇입니까?

직접방문(거래) 등이 아닌 인터넷, 전화로 구입한 것을 기준으로 모두 선택해주시요.

(단위: 복수출당, %)

구분	2017년 하반기 전체	분기별		월별							
		3분기	4분기	7월	8월	9월	10월	11월	12월		
(응답자수)	(13,000)	(6,500)	(6,500)	(2,000)	(2,500)	(2,000)	(2,000)	(2,500)	(2,000)		
개인 쇼핑몰	17.9	18.8	16.9	18.2	19.0	19.2	17.1	16.4	17.4		
대형마트 쇼핑몰	30.0	31.0	28.9	30.4	31.8	30.6	28.9	28.1	29.9		
면세점 쇼핑몰	6.3	6.3	6.3	5.6	6.5	6.6	5.3	6.6	6.8		
백화점 쇼핑몰	16.7	17.0	16.3	18.0	16.9	16.1	15.2	16.3	17.4		
복합 브랜드 전문몰	10.3	10.3	10.3	10.9	10.1	10.0	10.3	10.7	9.7		
단일 브랜드몰/사이트	8.6	8.5	8.6	9.5	8.1	7.9	8.9	8.4	8.7		
소셜커머스	50.6	51.3	49.8	51.5	51.8	50.5	49.1	48.6	51.8		
오픈마켓	78.7	78.9	78.6	79.1	79.1	78.4	76.5	79.6	79.5		
온라인 직거래	16.9	17.3	16.5	17.2	17.2	17.5	16.6	15.1	18.1		
해외직구	12.5	12.4	12.7	12.7	12.9	11.4	11.7	13.0	13.2		
총쇼핑	34.6	35.0	34.2	36.3	35.6	33.0	32.9	34.7	34.9		

2-4-1. 결제방법 이용률(지난 한달)_온라인

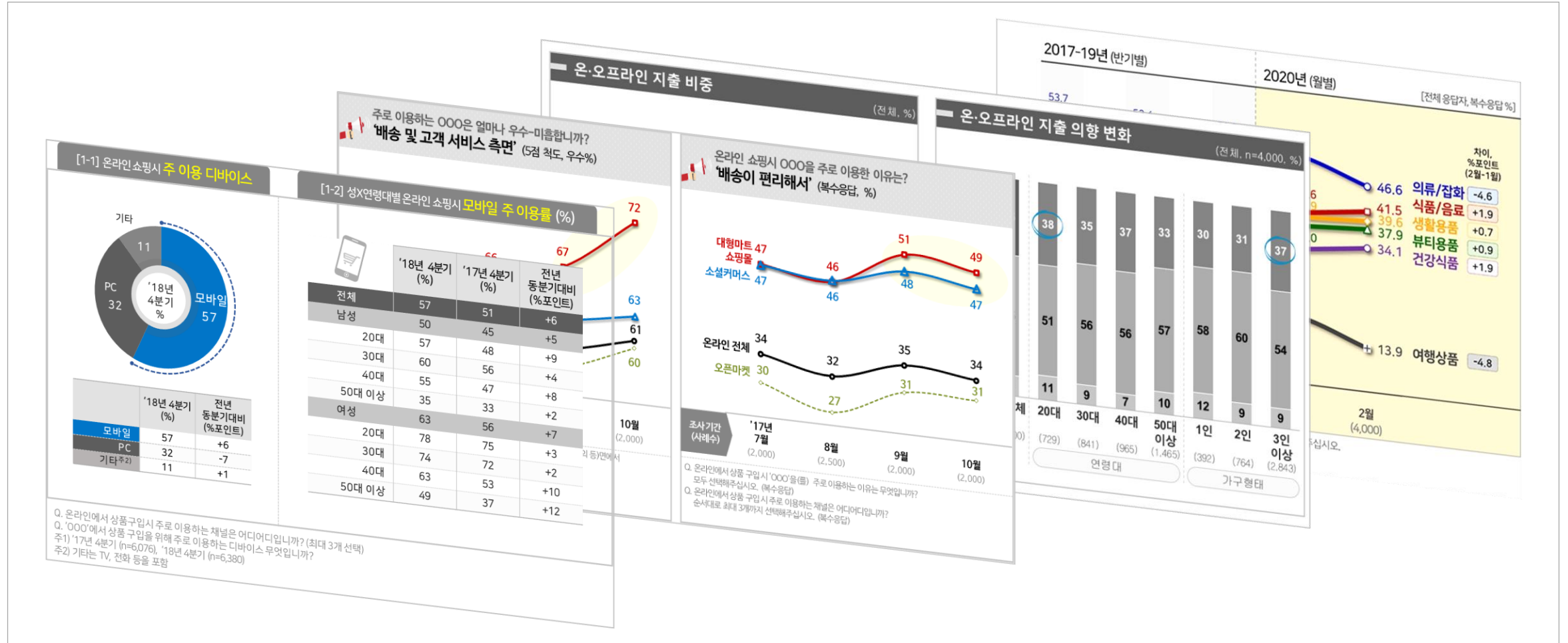
Q. 온라인에서 상품구입 시 주로 이용하는 곳은 어디어디입니까? 순서대로 최대 3개까지 선택해주시요.

Q. 주로 이용하는 'OOO'에서 상품 구입을 위해 이용하는 결제방법은 무엇입니까?

[illegible]

03. 보고서 예시

수요기업의 요청에 따라 특정 상품군 및 유통 기업의 현황을 파악할 수 있도록 다각도로 분석하여 보고서로 제공하고 있습니다.



04. 전자 보고서 예시

수요에 따라 데이터를 가공/다운로드 할 수 있는 웹 페이지를 구축/운영하고 있습니다.

◆ Web 통계 패키지

직관적 활용이 가능한 통계 패키지 UI

[조사 개요](#) [조사 내용](#) [이용 가이드](#)

분석 대상 선정

조사시기

2020년 1월 ~ 2020년 2월

응답자 특성 등 분석대상 추가하기

Clear all Clear Selected

분석 하기

Clear all Clear Selected

* 분석변수를 클릭해 선택하신 후, 드래그 하여 우측 분석표 구성의 분석 변수나 설명 변수 위치에 넣으신 후 "결과보기" 버튼을 클릭하여 주십시오.

분석 변수

구분 조건

기간별

응답자 특성별

소비동향

쇼핑비 지출동향

쇼핑지 지출의향

온-오프라인 지출 비중

구입상품

온라인

채널 이용 경험률

상품 구입 경험률

채널 선호 이유

결제방법

디바이스

오프라인

채널 이용 경험률

상품 구입 경험률

채널 선호 이유

결제방법

만족도

분석표 구성

설명 변수

변수1 :

변수2 : 년월

ROWS

COLUMNS

preview

• 분석조건 :

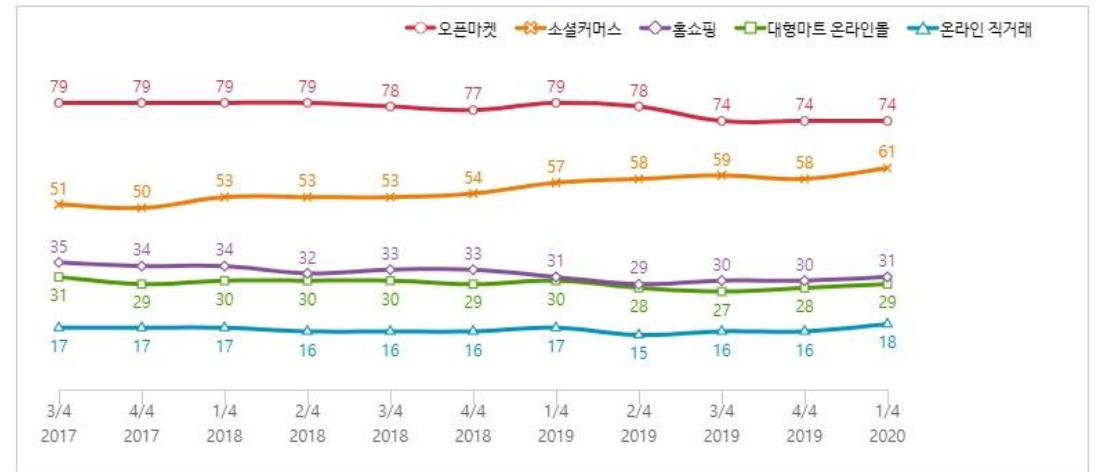
분석 결과 예시

온라인 채널 이용 경험률

· 조사주기 : 월별 분기별 · 조사시점 ~ 2020년 2월

전체보기

다운로드



Q 지난 한달 간 온라인에서 상품구입을 위해 이용해 본적 있는 것은 무엇이었습니까?
직접방문(거래) 등이 아닌 인터넷 전화로 구입한 것을 기준으로 모두 선택해주시시오. (복수응답)

[참고] 컨슈머인사이트 발표 보도자료 (자동차/이동통신/여행/쇼핑/체감경제/금융)

자동차, 이동통신, 쇼핑, 체감경제, 여행, 여가/문화, 금융에 대한 보도자료도 꾸준히 배포하며 전문성을 알리고 공익에 기여하고 있습니다.

산업-연도-번호	제목(링크)
■ 자동차	
자동차-22-13	중고차 플랫폼, 살 때는 '엔카' 팔 땐 '헤이딜러' 만족률은 'K카' 1위
자동차-22-12	소비자가 꼽은 최고의 전기차 제조국은? 미국도 중국도 아닌 '한국'
자동차-22-11	순정 내비는 장식용? 수입차 절반 이상 '스마트폰 보며 운전'
자동차-22-10	"전기트럭 구입 고려" 절반 넘지만...가격보다 큰 걸림돌은?
자동차-22-09	가장 우수한 전기차는? 테슬라 이용자 8할은 "테슬라" 외 다수
■ 이동통신	
이동통신-22-12	알뜰폰 만족도, 3년 연속 통신3사 앞서...1위는 '리브모바일'
이동통신-22-11	넷플릭스, 광고 보는 대신 5500원? "시간도 요금도 불만족"
이동통신-22-10	스마트폰으로 매일 하는 일? `영상시청` 뜨고 `게임` 꺾여
이동통신-22-09	OTT 성장률 한풀 꺾이고 고객만족도 하락...이유는? 외 다수
■ 여행	
여행-22-17	대한항공, 선호도 6년 연속 1위...`나홀로 고공비행` 비결은?
여행-22-16	제주도, 여름휴가지 만족도 7년 연속 1위...안심할 수 없는 이유는?
여행-22-15	여름휴가 국내여행 6년만에 최고...제주도 점유율은 뚝
여행-22-14	`여행갈 마음`은 굴뚝 같지만 `실행`은 못 따라가 외 다수

산업-연도-번호	제목(링크)
■ 여가/문화/체육	
여가/문화/체육-22-5	여가활동 톱20 뜯어보니...`오락·휴식`에 쏠렸고 `남녀차이` 컸다
여가/문화/체육-22-4	거리두기 풀리자 핫해진 여가활동? `문화예술 관람`과 `여행`
여가/문화/체육-22-3	포스트 코로나 여가활동 `관광·여행`이 압도적 1위 외 다수
■ 체감경제	
체감경제-22-05	40, 50대 삶의 질 전망, 60대보다 낮아져
체감경제-22-04	예적금 투자심리, 주식·부동산보다 3배 세졌다
체감경제-22-03	소비지출 절벽, 코로나 초기보다 더하다 외 다수
■ 쇼핑	
쇼핑-21-03	정기구독 상품, 50대는 `식음료`...2030세대는?
쇼핑-21-02	식품 온라인 구입, 만두·피자가 라면·과자 앞섰다
쇼핑-21-01	쇼핑지출 `먹고 마시는 것`만 늘었다 외 다수
■ 금융	
금융-23-11	카카오뱅크, 토스,뱅크샐러드 1점차 안팎 대경합
금융-22-10	`22년 11월 금융 앱 확보고객 순위
금융-22-09	위기의 가상화폐 투자자, 얼마나 되나? 외 다수

* 더 많은 내용은 다음 페이지에서 확인하실 수 있습니다 :

[컨슈머인사이트] www.consumerinsight.co.kr

[자동차] https://www.consumerinsight.co.kr/voc_list_photo.aspx

[이동통신] https://www.consumerinsight.co.kr/voc_list_ict.aspx

[여행] https://www.consumerinsight.co.kr/leisure-travel/r_newslst

[여가/문화/체육] https://www.consumerinsight.co.kr/leisure-travel/r_newslst

[체감경제] https://www.consumerinsight.co.kr/cpes/report_list

[금융] https://www.consumerinsight.co.kr/voc_list_fin.aspx

Thank You

본 내용에 관한 문의는 아래로 연락 바랍니다.

박승표 이사

02-6004-7661 / Sammy.park@consumerinsight.kr

