표준 가이드



2019.05

작성자 : 자료조사부 QC팀 공미애

Copyright © 2019 KRi. All rights reserved.

KRi 코리아리서치

목 차

Ⅰ 코딩이란?

객관식 질문/ 주관식 질문

Ⅱ 코딩업무순서

CODING GUIDE 만들기
LISTING
키워드 확인
GROUPING/NETTING

Ⅲ 코딩 번호 부여 방법

주관식 문항 코딩 번호
객관식 문항 코딩 번호
금액,횟수,기간,비율
브랜드 문항 코딩 번호

Ⅳ 주관식 내용별 코딩 방법

서술형 응답 코딩
브랜드 문항 코딩
주소 코딩
서술형 응답 코딩 시 어미 통일

Ⅴ 조사 방법에 따른 코딩 방법

데이터로 조사가 되는 경우
설문지로 조사가 되는 경우

Ⅵ KRi 코딩 기본 원칙

KRi 코딩 기본 원칙

Ⅰ. 코딩이란?

조사된 데이터를 도출하기 위해 작성된 응답 내용을 정리하는 것이다.

모든 조사의 설문지는 크게
1.객관식 질문 문항과
2. 주관식 질문 문항으로
구성되어 있다.

1. 객관식 질문 문항
보기 앞에 숫자가 주어지기 때문에 바로 데이터로 산출 가능하다.

2. 주관식 질문 문항
응답자의 생각을 문자로 받아 온 것이기 때문에, **숫자로 가공** 하는 작업이 필요하다.

즉, 코딩 업무는
주관식 문항 응답 내용을 데이터로 분석하기 위해 숫자로 가공 하는 것을 말한다.

객관식 질문 문항 / 주관식 질문 문항

객관식 질문 문항

SQ8-2. 그렇다면 귀하께서 현재 **주로 사용**하시는 에센스 제품은 어떤 브랜드 입니까?
(SQ8-1. 1번 응답자는 단수응답, SQ8-1. 2번 응답자는 중복 응답 가능)

① SKII ② 설화수 ③ 헤라 ④ 랑콤 ⑤ 샤넬 ⑥ 오휘 ⑦ 더히스토리오브 후 ⑧ 에스티로더
⑨ 시세이도⑩ 크리스챤디올 ⑪ 숨37 ⑫ 비오템 ⑬ 크리니크 ⑭ 키엘 ⑮ 시슬리 ⑯기타 ( )

주관식 질문 문항

응답내용 코딩하기

B3-1. ***(B3의 4,5번 응답자)*** 지금 보신 광고가 **마음에 드는 이유는** 무엇입니까?

__모델이 유명하고 제품 특징을 잘 전달해서_____

B3-2. ***(B3의 1,2,3번 응답자)*** 지금 보신 광고가 **보통이거나 마음에 들지 않는 이유는** 무엇입니까?

___모델만 너무 강조해서_____

Ⅱ. 코딩 업무 순서

STEP1
CODING
GUIDE를 만든다.

STEP2
LISTING

STEP3
응답 내용
키워드 확인

STEP4
GROUPING

STEP5
NETTING

코딩 업무 순서

STEP1 CODING GUIDE 만들기

주관식 문항

=>코딩 작업이 필요한 주관식 질문 문항들 정리

=>코딩 작업 할 주관식 질문 문항이 달라도,
같은 내용의 질문 문항은 공통 코드를 사용

=>조사 대상에 따라, 같은 응답이 공통적으로 나올 수 있는 경우 공통 코드를 사용

객관식 문항

=>객관식 문항 중 기타로 응답된 주관식 응답 질문 문항을 정리

=>객관식 문항 중에서도 같은 내용의 질문 문항은 공통 코드로 사용

CODING GUIDE 예시

주관식 문항

C2-1. ***(C2의 4,5번 응답자)*** 지금 보신 광고가 **마음에 드는 이유는** 무엇입니까?

_____

C4-1. ***(C4의 1번 응답자)*** A 광고가 더 **마음에 드는 이유는** 무엇입니까?

_____

=> 코딩 작업이 필요한 주관식 질문 문항들 정리

=>코딩 작업 할 질문 문항이 달라도, 같은 내용의 질문 문항은 공통 코드를 사용

C2-1/C4-1.	비첩 자생에센스 광고가 마음에 드는 이유
광고 이미지	
1	고급스러워서
2	모던해서
3	아름다워서
4	웅장해서
5	생동감 있어서
6	친근해서
7	이미지가 좋아서
8	새로워서
9	화려해서
10	무난해서
11	글로벌해서
12	깔끔해서

CODING GUIDE 예시

주관식 문항

B1-1. 이 컨셉이 **가장 마음에 드는 이유**는 무엇입니까? 구체적으로 적어주시기 바랍니다.
[Programming: B1의 1순위 컨셉을 제시해주세요.]

G1~G7까지 같은 질문을 다른 상품으로 반복

2그룹-4번



3그룹-5번

G1_B1_1/G2_B1_1/G3_B1_1/G4_B1_1/G5_B1_1/G6_B1_1/G7_B1_1			
공통		1그룹-3번	
1	무난해서	204	복숭와와 꿀의 조합이 마음에 들어서
2	실용적이여서	205	딸기와 오이의 조합이 궁금해서
32	맛이 독특해서	206	오렌지와 자몽이 맛있을 것 같아서
33	맛이 새로워서	2그룹-4번	
34	맛이 깔끔해서	222	식물성인 헤이즐넛이 들어있어서
51	디자인이 좋아서	223	카페인이 들지 않아서
52	디자인이 깔끔해서	224	헤이즐넛과 초코렛의 조합이 마음에 들어서
53	디자인이 눈에 잘 들어	3그룹-5번	
81	컨셉 내용이 간단해서	238	위스키향과 커피의 조합이 마음에 들어서
82	컨셉 내용이 알기 쉬우	239	위스키향이 마음에 들어서
83	컨셉 내용이 맘에 들어	240	무알콜음료라서

CODING GUIDE 예시

객관식 문항

SQ7-2. 그렇다면 귀하께서 구매를 원하는 제품은 **어떤 브랜드** 입니까?
① SKII ② 설화수 ③ 헤라 ④ 랑콤 ⑤ 샤넬 ⑥ 오휘 ⑦ 더히스토리오브 후 ⑧ 에스티로더 ⑨ 시세이도
⑩ 크리스챤디올 ⑪ 숨37 ⑫ 비오템 ⑬ 크리니크 ⑭ 키엘 ⑮ 시슬리 **⑯기타 ( )**

SQ8-2. 그렇다면 귀하께서 현재 주로 사용하시는 에센스 제품은 **어떤 브랜드** 입니까?
①SKII ② 설화수 ③ 헤라 ④ 랑콤 ⑤ 샤넬 ⑥ 오휘 ⑦ 더히스토리오브 후 ⑧ 에스티로더 ⑨ 시세이도
⑩ 크리스챤디올 ⑪ 숨37 ⑫ 비오템 ⑬ 크리니크 ⑭ 키엘 ⑮ 시슬리 **⑯기타 ( )**

SQ7-2/SQ8-2 기타	
21	빌리프
22	이솝
23	아모레퍼시픽
24	마몽드
25	리리코스
26	DHC
96	피부과 브랜드

=> 코딩 작업이 필요한 오픈 질문 문항들 정리

=> 코딩 작업 할 질문 문항이 달라도, 같은 내용의 질문 문항은 공통 코드를 사용

코딩 업무 순서

STEP2 **LISTING**

=>응답된 주관식 내용에 코드를 부여 하기 전,
응답 **내용을 정리하여 연구원에게 먼저 제공**
(정리한 응답 내용에 대략 CASE를 표시해서 전달)

=> LISTING 후 내용에 코드를 부여한다.

=>연구원은 LISTING한 내용 확인 후,
같은 내용은 record하고
다른 내용이 묶여 있을 땐 분리시켜
QC팀에 전달

LISTING 필요성
이유1 주관식 내용 정리 시 사람마다 분류 기준이 다를 수 있어서 객관적인 기준안이 필요하기 때문에
이유2 조사 방향 등을 연구원이 더 잘 파악하고 있어서

LISTING 예시1

실제 응답 내용	LISTING 내용	CASE(개)
거품양이 많아서 부드러워 보인다	거품양이 많다	15
거품양이 적어서 맛이 덜 하다	거품양이 적다	5
거품이 부족해서 부드러워 보이지 않는다	거품양이 적당하다	5
	거품양이 많아서 부드러워 보인다	8
	커피향이 약간 약하다	10
	커피향이 진하다	10
	커피향이 강하다	10
	커피향이 매우 강하다	11
커피향이 진해서 맛이 진할것 같다	커피향이 진해서 맛이 진할것 같다	8
커피향이 약해서 먹고 싶은 충동이 덜 생긴다	커피향이 약해서 먹고 싶은 충동이 덜 생긴다	1
색상이 진해서 맛이 쓸것 같은 선입견이 든다	커피 색상이 진하다	7
커피 색상이 진해서 맛의 강도가 진할것 같다	커피 색상이 진해서 맛의 강도가 진할것 같다	5
신맛과 탄맛등이 약간 강한편이여서 입안에서의 느낌이 강하다	신맛이 약간 강하다	13
	탄맛이 약간 강하다	12
	신맛이 약간 강해서 입안에서의 느낌이 강하다	5
	탄맛이 약간 강해서 입안에서의 느낌이 강하다	3
커피맛이 약간 약해서 깊은맛이 부족하다	커피맛이 약간 약하다	15
	깊은맛이 부족하다	5

코딩 업무 순서

LISTING 예시2

문번호		카테고리		대표 워딩	Description
Q1	긍정	맛	1	맛이 진하다	맛의 강도가 진할것 같다/맛이 진할것 같다
		향	11	향이 진하다	커피향이 진해서
		식감/느낌	21	부드럽다	부드러워 보인다
		거품	31	거품 양이 많다	거품양이 많아서
		색상	41	색상이 진하다	커피 색상이 진해서
	부정	맛	501	맛이 약하다	커피맛이 약간 약해서/맛이 덜 하다
			502	맛이 강하다	입안에서의 느낌이 강하다
			503	신 맛이 강하다	신맛과 약간 강한 편이어서
			504	탄 맛이 강하다	탄맛등이 약간 강한편이여서
			505	쓴 맛이 강하다	맛이 쓸것 같은 선입견이 든다
			506	깊은 맛이 부족하다	깊은맛이 부족하다
		향	511	향이 약하다	커피향이 약해서 먹고 싶은 충동이 덜 생긴다
		식감/느낌	521	부드럽지 않다	부드러워 보이지 않는다
		거품	531	거품 양이 적다	거품양이 적어서/거품이 부족해서
		색상	541	색상이 너무 진하다	색상이 진해서

응답된 주관식 내용에
코드를 부여 하기 전,
응답 **내용을 정리하여**
연구원에게 먼저 제공

코딩 업무 순서

STEP3 키워드 확인

키워드 유추하기 전 응답된 내용을 정렬

⬇

내용을 대략적으로 숙지

⬇

질문에 많이 응답될 거 같은 내용을 유추 및 정리

⬇

코딩

EX) 질문이 이용하는 화장품 브랜드 선호에 대한 이유인 경우;
<키워드> 촉촉하다, 부드럽다, 피부,향,가격...

응답 내용 키워드 확인 예시

B.4이 제품을 사용한다면 피부에 어떤 좋은 점이 있을 것이라고 기대되십니까?	B.4이 제품을 사용한다면 피부에 어떤 좋은 점이 있을 것이라고 기대되십니까?	B.4이 제품을 사용한다면 피부에 어떤 좋은 점이 있을 것이라고 기대되십니까?
가볍게 숨을쉴	좋아	촉촉
건강	좋아	촉촉
건강	좋아	촉촉하게 채워
건강	좋아	촉촉해
건강해	좋아	촉촉해
고급	좋아	촉촉해지고 탱탱
광택	좋아	촉촉해지고, 탄력있어
그다지 효과가 있을것 같지는	좋아	탄력
깨끗	좋아	탄력이 있어
깨끗	좋아질	탄력있
깨끗하고 탄력	주름개선에 효과를볼것같다	탄력있
끈적	주름이 개선되고 하얘	탄력있
노화가 예방	쫀득	탄력있
되살아날	촉촉	탄력적
맑고 깨끗	촉촉	탄력적
맑아	촉촉	탄력적일것
맑아	촉촉	탄탄
모공이 사라져서 화사	촉촉	탄탄
미백	촉촉	탱탱
미백	촉촉	탱탱
별 차이 없을	촉촉	탱탱탄력
보다 맑게 개선되어	촉촉	투명
보습력이 좋아	촉촉	편안
부드러워	촉촉	편해질
부드러워	촉촉	피부에 생기가 나타날
뽀송뽀송	촉촉	화사
속부터 좋아	촉촉	화사
숨을 쉴것	촉촉	화사해
숨이 쉬어	촉촉	환
안정되어	촉촉	환
윤기가 흐를	촉촉	환
윤이 날것	촉촉	환
젊어질	촉촉	환

촉촉, 탄력, 환, 건강, 주름개선

코딩 업무 순서

STEP4 GROUPING

응답 내용 중 범주가 같은 것들을 묶음

↓

범주가 같은 응답내용을 순차적으로 작성

<범주 : 디자인>
EX) 디자인이 깔끔하다,
디자인이 고급스럽다,
디자인이 독특하다 …

STEP5 NETTING

NETTING은

범주가 같은 내용들을 GROUPING한 것에 제목을 달아 주는 것

1. 응답 내용을 토대로 grouping시 기준을 잡거나
2. 다른 객관식 문항 보기 내용 등을 참조하여 기준을 잡는다.

EX) 디자인, 색상, 패키지, 모델, 장면, 문구…

시스템 관련, 정보 관련, 서비스, 시설, 교육…

GROUPING / NETTING 예시

C2-1/C4-1. 비첩 자생에센스 광고가 마음에 드는 이유	
광고 이미지	NETTING
1	고급스러워서
2	모던해서
3	아름다워서
4	웅장해서
5	생동감 있어서
6	친근해서
7	이미지가 좋아서
8	새로워서
9	화려해서
10	무난해서
11	글로벌해서
12	깔끔해서
광고 내용	NETTING
13	전달 메시지가 명확해서
14	제품을 구매하고 싶게 해서
15	제품 이미지와 잘 어울려서
16	광고 효과가 클 것같아서
17	제품 표현을 잘해서
18	이해하기 쉬워서
19	눈에 띄어서

GROUPING

B4.광고 전달 내용	
성분	NETTING
2	미세플라스틱이란 물질에 대해 알려준다
3	미세플라스틱 프리로 안전한 제품이다
4	미세플라스틱이 위험성 있다
6	향기캡슐이 몸이나 옷에 남지 않는다
7	유해성분이 없다
8	타사와 다른 좋은 성분이 있다
13	성분의 중요성을 알려준다
기능	NETTING
16	기능성을 가지고 있다
19	섬유를 보호해준다
20	친환경적 유연제이다
21	미세플라스틱까지 없앨 수 있는 세정력이 있다
22	찌꺼기를 제거해준다
23	살균이 된다
향	NETTING
31	향이 좋다
32	향기 지속력이 좋다
제품 이미지	NETTING
36	깨끗하다
37	새롭다
39	건강하다
문구	NETTING
45	향기말고 남기지 마세요라는 문구를 강조한다
46	미세플라스틱이란 문구를 강조한다
브랜드	NETTING
51	샤프란을 강조한다

Ⅲ. 코딩 번호 부여 방법

01 주관식 문항 코딩 번호

코드는 1~부터 시작한다
☞긍정은 1~, 부정은 501~ 시작

특수코드 996, 995, 994
기타 997
없다 998
모르겠다 (DK) /무응답 999

02 객관식 문항 코딩 번호

코드는 보기 번호 10의 자리 올림하여 시작한다
☞보기가 13으로 끝난 경우, 21~ 시작

03 금액(매출액, 수입 등)

금액은 입력 시 에러를 막기 위하여 코딩 자릿수 및 단위에 맞게 숫자를 입력
☞ 단위가 만원일 경우, 100,000원으로 써왔다면 **10으로 코딩**

04 브랜드 문항 코딩 번호

주관식 브랜드 코드는 객관식 브랜드 보기 번호와 동일한 코드를 부여한다
☞ 1.노스페이스 2.코오롱스포츠 …
(주관식 코딩에서도
1.노스페이스 2.코오롱스포츠 …)

코딩원칙

☞ 서술형 문항 코딩은 복수를 원칙으로 한다
☞ 서술형 문항 코딩의 복수 허용은 기본 3개로 한다
☞ 단, 조사 유형에 따라 개수에 제한을 두지 않는 경우도 있다 (GANG/CLT 등)

01 주관식 문항 코딩 번호 예시

주관식 문항 코딩 번호

B10-1. 귀하께서는 광고에 나오는 모델이 개인적으로 (B10의 응답 값) 라고 하셨습니다.
그 이유는 무엇입니까?

_____

B10-1.모델이 마음에 드는/안드는 이유	
긍정	
모델 이미지	
1	고급스러운 이미지여서
2	친근한 이미지여서
3	단아한 이미지여서
4	깨끗한 이미지여서
5	신비스러운 이미지여서
6	믿음이 가는 이미지여서
7	이미지가 좋아서
8	이미지가 한결같아서
9	지적인 이미지여서

부정	
모델 이미지	
501	식상한 이미지여서
502	어색한 이미지여서
503	신뢰가 가지 않는 이미지여서
504	이미지가 좋지 않아서

코드는 1~부터 시작한다
☞긍정은 1~,
부정은 501~ 시작

특수코드 996, 995, 994
기타 997
없다 998
모르겠다 (DK) /무응답 999

02 객관식 문항 코딩 번호 예시

객관식 문항 코딩 번호

SQ7-2. 그렇다면 귀하께서 구매를 원하는 제품은 **어떤 브랜드** 입니까?

① SKII ② 설화수 ③ 헤라 ④ 랑콤 ⑤ 샤넬 ⑥ 오휘 ⑦ 더히스토리오브 후 ⑧ 에스티로더 ⑨ 시세이도
⑩ 크리스챤디올 ⑪ 숨37 ⑫ 비오템 ⑬ 크리니크 ⑭ 키엘 ⑮ 시슬리 **⑯기타 ( )**

SQ8-2. 그렇다면 귀하께서 현재 주로 사용하시는 에센스 제품은 **어떤 브랜드** 입니까?

①SKII ② 설화수 ③ 헤라 ④ 랑콤 ⑤ 샤넬 ⑥ 오휘 ⑦ 더히스토리오브 후 ⑧ 에스티로더 ⑨ 시세이도
⑩ 크리스챤디올 ⑪ 숨37 ⑫ 비오템 ⑬ 크리니크 ⑭ 키엘 ⑮ 시슬리 **⑯기타 ( )**

SQ7-2/SQ8-2 기타	
21	빌리프
22	이솝
23	아모레퍼시픽
24	마몽드
25	리리코스
26	DHC
96	피부과 브랜드

코드는 보기 번호 10의 자리 올림하여 시작한다

☞ 위의 예시와 같이 16에서 끝난 경우, **21에서 시작**

03 금액(매출액/수입 등),횟수,기간,비율 예시

1. 귀하의 **가구 기준**으로 매월 지출되는 **생활비는 대략 월 평균** 어느 정도 되십니까?

EX.

(1,500,000원)

천만 원	백만 원	십만 원	만 원
	1	5	0

2. 귀하께서 다음의 **질병(또는 상해)에 대해 어떻게 평가**하십니까? 본인이 느끼시는 수준으로 대략적으로 응답해 주십시오.

질병(상해)	E2-1. 질병발생 가능성 (본인 기준, %)	E2-2. 예상입원/통원기간(일 기준)
1. 심장질환	**96.7 => 97로 반올림**	**5~7 => 중간값(6)으로 코딩**
2. 뇌졸중		
3. 암		
4. 사고, 상해		

☞ **%의 경우;**
소수점 자리는 반올림

☞ **~가 나온 경우;**
중간값

04 브랜드 문항 코딩 번호 예시

A1. 귀하께서는 **'아웃도어 브랜드'** 라고 하면 가장 먼저 떠오르는 브랜드는 무엇입니까? [Open]

A2. 그 다음으로 떠오르는 브랜드는 무엇입니까? [Open]

	첫번째	두번째	세번째	네번째	다섯번째
A1/A2	아이더	네파	밀레	나이키	리복
	6	8	7	21	39

A3. 귀하께서 알고 계신 **'아웃도어 브랜드'**를 **모두** 선택해 주십시오. [복수]

브랜드 Rotation	A3.보조인지
노스페이스	1
코오롱스포츠	2
K2	3
블랙야크	4
컬럼비아	5
아이더	6
밀레	7
네파	8
라푸마	9
디스커버리	10
내셔널지오그래픽	11
없다	99 -> 조사중단

주관식 브랜드 코드는
객관식 브랜드 보기 번호와 동일한 코드를 부여한다

☞ 1.노스페이스 2.코오롱스포츠 ...
=>주관식 코딩에서도 1.노스페이스 2.코오롱스포츠 ...)

브랜드 Rotation에서 나와있지 않는 브랜드는
보조인지 번호를 뒷번호부터 부여한다.

☞ 21.나이키 39.리복

Ⅳ.주관식 내용별 코딩 방법

01 서술형 응답 코딩

코드는 1~부터 시작한다
☞긍정은 1~, 부정은 501~ 시작

긍정	거품양이 많아서/ 부드러워 보인다	101	211	
	커피 색상이 진해서/맛의 강도가 진할것 같다	21	106	
	커피향이 진해서/ 맛이 진할것 같다	151	21	
부정	커피맛이 약간 약해서/ 깊은맛이 부족하다	507	504	
	신맛과/ 탄맛등이 약간 강한편이여서/ 입안에서의 느낌이 강하다	559	555	708
	커피향이 약해서 먹고 싶은 충동이 덜 생긴다	601		
	거품양이 적어서/ 맛이 덜 하다	911	505	
	거품이 부족해서/ 부드러워 보이지 않는다	911	503	
	색상이 진해서/ 맛이 쓸것 같은 선입견이 든다	752	557	

02 브랜드 문항 코딩

브랜드의 **정확한 인지에 대한 분석을 요구**하는 경우;

브랜드의 **정확한 인지 분석이 필요치 않는 경우**;

CASE1

525	티켓몬스터	532	현대몰	203	LGU+	153	GS25	209	SK브로드밴드	1	JT친애저축은행
526	티몬	533	현대H몰	204	LG+	154	GS25시	210	B브로드밴드	2	JT저축은행
						157	GS	211	브로드밴드	3	JT

CASE2

525	티켓몬스터/티몬	532	현대몰/현대H몰	203	LGU+/LG+	153	GS/GS25/GS25시	209	SK브로드밴드/B브로드밴드/브로드밴드	1	JT친애저축은행/JT저축은행/JT

03 주소 코딩

1. 시/도, 구, 동/읍/면 을 **각각 코딩**

2. 시/도, 구, 동/읍/면 을 **한 코드로 코딩**

CASE1

전북	10	정읍	101	연지	151
경남	11	고성	201	고성	221
전북	10	정읍	101	수성	101
경남	12	고성	201	고성	221
경남	12	고성	201	고성	221
전라남도	9	완도군	251	완도읍	231
경기	8	양주	85	옥정	85
경기도	8	양주	85	고읍로	86

CASE2

전북	정읍	연지	35
경남	고성	고성	28
전북	정읍	수성	36
경남	고성	고성	28
경남	고성	고성	28
전라남도	완도군	완도읍	39
경기	양주	옥정	6
경기도	양주	고읍로	4

Ⅳ.주관식 내용별 코딩 방법

04 서술형 응답 코딩 시 어미 통일

선호이유/비 선호 이유 **~해서/ ~하다**

개선점/바라는 점 **~했으면/~함/ ~한다**

A3-1.광고가	선호 이유
광고 이미지	
1	고급스러워서
2	자연스러워서
3	전문적이어서
4	분위기가 좋아서
광고 내용	
11	구매하고 싶게 해서
12	제품의 특성을 잘 표현해서
13	차별성이 있어서
광고 모델	
21	모델이 좋아서
22	모델이 믿음이 가서
24	모델이 제품과 잘 어울려서
25	피부가 좋은 모델을 써서
26	나이차가 있는 두 배우의 피부를 비교해서
27	김태리가 잘 어울려서
광고 장면	
41	화면이 심플해서
42	앰플병 디자인이 고급스러워서
43	앰플병이 눈에 잘 들어와서

A3-2.광고 비	선호 이유
광고 이미지	
501	평범하다
502	진부하다
503	기억에 남지 않는다
504	별 느낌이 없다
광고 내용	
511	타 광고와 차별성이 없다
512	전달메시지가 정확하지 않다
513	제품의 특징을 잘 표현하지 못했다
광고 모델	
521	모델 선정이 좋지 않다
522	제품보다 모델만 눈에 들어 온다
523	인지도 없는 모델이다
524	모델의 피부가 기름져 보여 끌리지 않는다
525	김희애가 마음에 들지 않는다
526	김희애가 타 브랜드 이미지가 강하다
광고 장면	
531	블랙과 골드가 주는 분위기가 무거워서

Q8. 개선방안	
직원관련부분	
1	담당자가 친절했으면
2	담당자의 전문성이 높았으면
3	담당자의 응대태도를 개선했으면
4	창구직원 친절했으면
정보/설명관련부분	
51	인터넷상에서 절차 정보 알려주었으면
52	중간에 진행사항 알려주었으면
53	공지사항 문자로 보내주었으면
일관련부분	
101	일처리 신속했으면
102	끝까지 해결책을 주었으면
103	업무처리 신뢰할수 있었으면
104	일처리 적극적이었으면
105	업무처리 융통성있었으면
106	일 처리를 근로자의 입장에서 했으면
실업급여관련부분	
201	근무년수 대비 실업급여 산정했으면
202	3번이상 면접후 취업하지 않으면 실업급여를 제외했으면
203	실업급여 신청시 여러 파일형태의 업무로 처리가 되었으면

Ⅴ. 조사 방법에 따른 코딩 방법

01 온라인 조사

- 엑셀 데이터 주관식(오픈형) 문항에 열을 추가하여 **엑셀 파일**에 숫자로 코딩
- 코딩 시 입력한 숫자에 빨간색이나 파란색으로 색을 입혀 다른 데이터 응답과 구분
- 코딩 한 변수명을 다른 변수명과 쉽게 구분하기 위해 바탕색 넣기

02 오프라인 조사

- 숫자화 된 코드를 **설문지**에 직접 코딩
- 응답자의 응답 내용 위에 코딩하지 않고 여백에 코딩
- 입력 시 코딩 숫자가 잘 보일 수 있도록 유색 사인펜으로 코딩

01 온라인 조사

C1 (3번)	코딩 (1번)	코딩	코딩
비첩 자생에센스 10년 기억남	31	32	21
이영애. 10년. 비첩 자생. 검은 원피스. 밤의 아파트들 (2번)	1	21	31
비법 10년, 비법 세상 위에 빛나다.	22	24	
비첩 세상위에 빛나다	31	24	
10년, 이영애, 한국스러운	21	1	38
10년	21		
금가루 날리고 도시적 느낌	15	13	
장면이 여러나라로 바뀌는것	17		
비첩 세상위에 빛나다	31	24	
배경	19		
이영애	1		
이영애	1		
빛나다만 생각난다	25		
이영애 자생에센스 궁	1	32	12
비첩 자생에센스 궁궐	31	32	12

1번.
엑셀 데이터 주관식(오픈형) 문항에 열을 추가하여 엑셀 파일에 숫자로 코딩

2번.
코딩한 입력 숫자에 빨간색이나 파란색으로 색을 입혀 다른 데이터 응답과 구분

3번.
코딩한 변수명(질문 문항)을 다른 변수명과 쉽게 구분하기 위해 바탕색 넣기

02 설문지로 조사가 되는 경우

12. 위의 사항 외에 현장실습에 참여하면서 개선이 필요하다고 생각 되었던 점이 있으시면 기재하여 주십시오.

진로 및 취업 연계가 미흡합니다.

501. 527

13. 한 학기 동안 현장실습에 참여하면서 느꼈던 현장실습 운영의 긍정적 효과 또는 현장실습 학점제 프로그램을 활성화시키기 위한 방안이 있으시면 기재하여 주십시오.

좀 더 학생들의 진로와 취업의 연계가 강화되어야 합니다.

117. 201

서술형응답(OPEN) 내용은

1. 타이핑한 후 코딩 처리하지만,

2. 내용이 너무 장황하거나 많은 경우; **"설문지에 직접 코딩"** 하여 숫자를 입력한다

WHY?
타이핑 시간이 더 오래 걸리기 때문에 **시간,비용 절감을** 위해 설문지에 직접 코딩 하여 처리한다

VI. KRi 코딩 기본 원칙

1. 객관식 문항의 '기타'의 경우 기타 응답률이 5% 이하인 경우 코딩 하지 않는다.
(응답률과 무관하게 '기타' 코딩이 필요한 경우 연구부서에서 별도의 작업을 요청한다.)

2. 모든 주관식 문항의 서술형은 GROUPING/NETTING 을 한다.
(별도의 요청이 필요할 땐 NETTING 의 기준은 연구부서에서 제공한다.)

3. 관련 Material 별 확인이 필요한 경우에는 광고물, 컨셉 자료 등 관련 자료를 필수로 제공한다.

4. Tracking 조사는 이전 조사 시 작성된 동일한 코드 프레임 가이드를 사용한다.

5. PAPER로 진행되는 조사의 모든 서술형/기타 문항은 입력 시 응답 내용을 타이핑 하여 코딩 하는 것을 원칙으로 한다.
(서술형 응답 내용이 너무 장황하거나 내용이 많은 경우는 추려서 타이핑 한다.)

6. 데이터 제공 시 설문지 문항과 RAWDATA 문항이 다를 경우는 반드시 변수명을 제공한다.

7. 해당 프로젝트의 설문지 및 실사의뢰서와 체크리스트를 함께 첨부 한다.

8. 서술형 응답의 주요 응답 코딩 처리 후 잔여 응답 내용이 3~5% 전후인 경우에는 기타로 일괄 처리한다.
(예외의 경우가 있을 시 연구부서에서 별도의 작업을 요청한다.)

Thank You!

000 그룹장 | 직통전화: 02-3415-5000 | 이메일: 0000@kric.com
㈜코리아리서치인터내셔널