

## 중요도-성취도 분석을 이용한 소비자의 친환경농산물 구매 결정요소 평가

김 상 오\* · 안 기 완\*\* · 김 민 희\*\*\* · 심 재 한\*\*\*\*

### Evaluating Some Influential Factors on Consumers' Purchasing Decisions of Environment-friendly Agricultural Products (EAP) Using Importance-Performance Analysis (IPA)

Kim, Sang-Oh · An, Ki-Wan · Kim, Min-Hee · Shim, Jae-Han

It is important to facilitate consumers' purchases of EAP (Environment-friendly Agricultural Products) for establishing the successful Environment-friendly Agriculture (EA). This study was conducted to evaluate the present state of some potentially influential factors on consumers' purchasing decisions of EAP using Importance-Performance Analysis (IPA). A total of 299 Gwangju citizens participated in the questionnaire survey during September and October, 2007. Urgent improvement efforts are needed for "reliability about the safety of the EAP", "reliability on EAP certification mark", "credibility of EAP producers", and "growth of EA". Respondents also seem to have positive attitudes to EA activation.

Key words : *consumers' purchase, environment-friendly agricultural products, environment-friendly agriculture, importance-performance analysis, gwangju citizens*

## I. 서 론

국민소득 증대에 따른 국민의 웰빙 및 안전농산물에 대한 관심의 고조와 더불어 FTA,

\* 대표저자 : 전남대학교 농화학과 친환경 생물농업소재사업팀 교수(sokim312@hanmail.net)

\*\* 전남대학교 산림자원조경학부 임학과(kiwan@chonnam.ac.kr)

\*\*\* 전남대학교 농화학과 친환경 생물농업소재사업팀 연구원(minhee3947@hanmail.net)

\*\*\*\* 교신저자 : 전남대학교 농화학과 교수(jhshim@chonnam.ac.kr)

DDA 등 농산물 시장개방 압력으로 급변하는 국제농업정세 속에서 국내농업 경쟁력 강화 필요성이 대두되면서 정부와 지방자치단체는 친환경농업 활성화에 많은 노력을 기울이고 있다.

1997년에 친환경농업의 보다 체계적이며 적극적 지원을 위하여 친환경 농업육성법이 제정되었고, 그 뒤로 2001년에는 제1차 '친환경농업육성 5개년 계획('01~'05)'이 수립되었으며 현재 제2차 '친환경농업육성 5개년 계획('06~'10)'이 시행되고 있다.

이와 같은 노력의 결과, 현재 친환경농업 참여농가수(2000년: 2,448호~2006년: 79,635호), 면적(2000년: 2,039ha~2006년: 74,995ha), 인증량(2000년: 35,406톤~2006년: 1,128,093톤)은 2000년도에 비하여 각각 매년 78.7%, 82.4%, 78.1%의 급속한 증가량을 기록하고 있다(김창길 등, 2007). 그럼에도 불구하고, 2006년도 기준으로 리히텐슈타인(27.9%), 오스트리아(14.2%), 스위스(10.9%), 이탈리아(8.4%), 에스토니아(7.2%), 핀란드(6.5%) 등과 같은 친환경농업 선진국의 친환경농업면적율과 비교하면 한국의 친환경농업면적율(4%)은 매우 저조한 상태에 있다(김창길 등 2007). 더욱이 여기에서 제시하는 선진국의 친환경농업면적율에 대한 통계가 저농약과 무농약 농업 면적을 친환경농업면적에 포함한 한국의 경우와 달리 단지 유기농업을 시행하고 있는 면적만을 고려한 수치라는 점을 감안한다면 그 격차는 훨씬 더 커지게 될 것이다.

농업인의 친환경농업 참여증대 및 활성화는 친환경농산물의 판로와 소비에 달려있다고 해도 과언이 아니다. 그러나 현재 우리는 증가하는 친환경농산물의 생산에 비하여 소비는 이러한 증가추세에 미치지 못하고 있는 형편이다. 전남지역 친환경농업 실천농가를 대상으로 한 2001~2002년도 설문조사 결과에서도 '판매처 확보(30.2%)'가 그들의 친환경농업 실천의 가장 어려운 점으로서 지적된 바 있다(전라남도 농업기술원, 2002). 따라서 친환경농산물 소비촉진은 성공적인 친환경농업활성화를 위한 주요 관건으로서 이에 대한 방안모색을 위한 연구가 필요하다.

다양한 요소가 소비자들의 친환경 농산물 구매 결정에 관여한다. 그러나 이러한 다양한 영향요소들이 존재하는 상황에서 이들 모든 요소를 동시에 개선하려고 시도하는 것은 금전적, 시간적으로 비효율적인 접근이다. 이처럼 많은 요소들이 친환경농산물 구매결정에 관여되는 상황에서 어느 요소부터 먼저 개선을 위한 노력을 투자할 것인지 그 우선순위를 결정할 필요가 있다.

마케팅 분야에서 1977년에 Martilla와 James에 의하여 개발된 중요도-성취도 분석(Importance- Performance Analysis: IPA)은 이와 같은 상황에서 관리 우선순위 결정을 도와주는 하나의 도구로서 다양한 분야와 상황에 자주 적용되어 왔다(IPA에 대한 구체적 설명은 연구방법 참조). 지금까지 소비자의 친환경농산물 구매 영향요인 결정에 대한 많은 연구가 있었던 반면(김창길 등 2005, 노채영과 안병렬 2005), 친환경농산물 구매영향요소에 IPA기법을 적용한 사례는 찾기가 어렵다.

본 연구에서는 광주광역시 소비자를 대상으로 친환경 농산물 구매에 영향을 미치는 요소들이 구매결정에 얼마나 중요하게 작용하며 또한 각 요소들의 현재 상태에 대한 구매자의 만족도가 어느 정도인지를 판단한다. 마지막으로 이를 토대로 IPA기법을 이용하여 소비자의 친환경농산물 구매 촉진을 위하여 각 요소들을 어떻게 관리해나가야 할 것인가에 대한 전략을 제시하고자 한다.

## II. 연구방법

### 1. 자료수집 및 응답자의 특성

2007년도 9월과 10월에 걸쳐 총 299명의 광주시민(18세 이상)을 대상으로 설문조사가 실시되었다. 조사 표본은 snowball과 편의 추출 방법을 이용하여 선정되었다.

응답자의 인구사회학적 특성 및 개인적 배경을 보면 전 응답자의 45.1%가 남성, 54.9%가 여성으로 조사되었으며, 연령별로는 25세 이하(23.2%), 26~35세(28.6%), 36~45세(21.9%), 46~55세(20.2%), 56세 이상(6.4%)으로 나타났다. 교육수준별로는 중졸 이하(2.7%), 고졸(23.5%), 대재(19.4%), 대졸(48.3%), 대학원 이상(6.1%)으로 나타났으며, 월평균 총가계소득은 100만원 미만(9.0%), 100~200만원(21.2%), 200~300만원(28.1%), 300~400만원(21.5%), 400~500만원(11.5%), 500만원 이상(8.7%)으로 조사되었다. 전 응답자중 농업관련 직업 종사자는 12.2%로 조사되었으며 직접 농사를 지어본 경험이 있는 응답자는 17.1%를 차지하였다.

### 2. 중요도-성취도 분석(Importance-Performance Analysis: IPA)

IPA는 마케팅 분야에서 관리주체가 제공하는 상품 및 서비스 질의 객관적 평가와 효과적인 마케팅 전략의 확립을 목적으로 Martilla와 James(1977)에 의하여 처음 개발되었다. IPA는 관리주체나 전문가의 주관적이며 독단적 판단에 의존하기보다 실제 소비자의 의견이나 평가를 토대로 관리주체의 노력의 성과를 보다 객관적으로 판단할 수 있다는 장점으로 가지고 있다. 또한 IPA 기법은 그 실행방법이 단순하며 분석이 쉽다는 특성 때문에 다양한 분야와 다양한 상황에 자주 적용되어 왔다.

IPA는 <그림 1>에서처럼 어떠한 상품이나 서비스의 중요한 속성이 무엇이며 각각의 속성이 얼마나 중요한지, 그리고 그러한 속성이 얼마나 잘 관리되고 있는지를 시각적으로 보여준다.

X축과 Y축의 교차에 의하여 이루어진 2x2의 격자에 각 속성의 중요도와 성취도의 위치가 표시되는데 특정 속성이 격자의 어느 사분면에 속하는가에 따라 다음처럼 해석될 수 있다.

- 1) 1사분면(지속적 노력 필요) : 속성의 중요도와 성취도가 모두 높은 경우에 해당된다. 관리 주체는 현 상태가 지속적으로 유지될 수 있도록 관리하여야 한다.
- 2) 2사분면(우선시정 필요) : 중요도는 높지만 성취도가 낮게 나타나는 속성이 이에 해당된다. 관리주체는 이러한 속성의 문제를 개선하기 위하여 집중적 노력을 투자하여야 한다.
- 3) 3사분면(저우선 순위) : 속성의 중요도와 성취도가 모두 낮게 나타나는 경우로서 이러한 속성에 현재 수준이상의 노력을 투자하는 것은 불필요하다.
- 4) 4사분면(과잉투자 지양) : 속성의 중요도는 낮은 반면 성취도는 높게 나타나는 경우로서 관리주체는 이러한 속성에 투자하는 자원과 노력을 다른 곳, 예를 들면, '우선시정 필요' 속성에 투여하여야 한다.

사분면을 구분하는 XY축의 원점은 중요도와 만족도의 중간치(median)와 평균치(mean)간에 큰 차이가 없었기 때문에 IPA에서 일반적으로 이용되는 중요도와 만족도의 평균치에 의하여 결정되었다(Martilla and James 1977).

### 3. 주요 변수의 측정

중요도와 만족도 측정에 이용될 소비자의 친환경농산물 구매결정에 영향을 미치는 15개의 인자들은 김 등(2005)에 의한 과거연구, 전문가, 주부, 학생과의 면담 및 기타자료를 토대로 선정되었다. 임의로 선정된 전남대학교 농화학과 교수(1인) 및 대학원생(2인) 및 일반주부(5인)와의 개별면담을 통하여 친환경농산물 구매결정시 영향을 미치리라고 생각하는 요인을 열거할 것을 요청하였으며 이를 목록화 하고 범주화하여 이중 IPA에 적용 가능한 인자만을 선정하였다. 또한 김 등(2005)이 농산물 구입여부 결정시 각 속성이 얼마나 중요하게 작용하는지를 조사하기 위하여 이용한 5가지 속성(즉, 맛, 외관/신선도, 영양가, 안전성, 친환경성)을 포함하거나 본 연구의 목적에 맞추어 보완하였다. <표 1>은 선정된 15개 인자를 보여주고 있다.

<표 1> IPA을 위하여 선정된 15개 구매결정 영향인자

| 기호 | 항 목                                     | 기호 | 항 목                                      |
|----|-----------------------------------------|----|------------------------------------------|
| A  | 신선도                                     | D  | 친환경농산물 인증표시에 대한 신뢰<br>(이하 '인증표시 신뢰'라 칭함) |
| B  | 건강을 위한 이득                               | E  | 영양정도                                     |
| C  | 친환경농산물의 안정성에 대한 신뢰<br>(이하 '안전성 신뢰'라 칭함) | F  | 친환경농산물 생산자에 대한 신뢰<br>(이하 '생산자 신뢰'라 칭함)   |

| 기호 | 항 목                                         | 기호 | 항 목                                                     |
|----|---------------------------------------------|----|---------------------------------------------------------|
| G  | 친환경농업의 활성화                                  | L  | 어디서든 쉽게 구매할 수 있는 구매용이성<br>(이하 '구매용이성'이라 칭함)             |
| H  | 일반농산물과 차별화되는 친환경농산물의 질(이하 '친환경농산물의 질'이라 칭함) | M  | 취향에 맞게 선택할 수 있는 다양한 품목의 친환경농산물<br>(이하 '품목의 다양성'이라 칭함)   |
| I  | 환경보호에 도움가능성                                 | N  | 대중매체나 서적 등을 통한 친환경농산물에 대한 교육 및 홍보<br>(이하 '교육 및 홍보'라 칭함) |
| J  | 타당한 가격                                      | O  | 친환경농산물의 겉모습(외관)<br>(이하 '농산물 외관'이라 칭함)                   |
| K  | 맛                                           |    |                                                         |

중요도와 만족도를 측정하기 위하여 응답자들에게 “다음 항목과 같은 이유나 요인이 귀하의 친환경농산물 구매 결정에 얼마나 중요하게 작용하는지 그 중요도와 각 항목의 현재 상태에 대하여 귀하께서 실제로 느끼는 만족감은 어느 정도인지 그 만족도를 각각 표시하여 주십시오”라고 요청하였다. 각 항목의 중요도(매우 중요치 않다: 1 - 매우 중요하다: 5)와 만족도(매우 불만족스럽다: 1 - 매우 만족스럽다: 5)는 5점 응답척도를 이용하여 답변하도록 하였다.

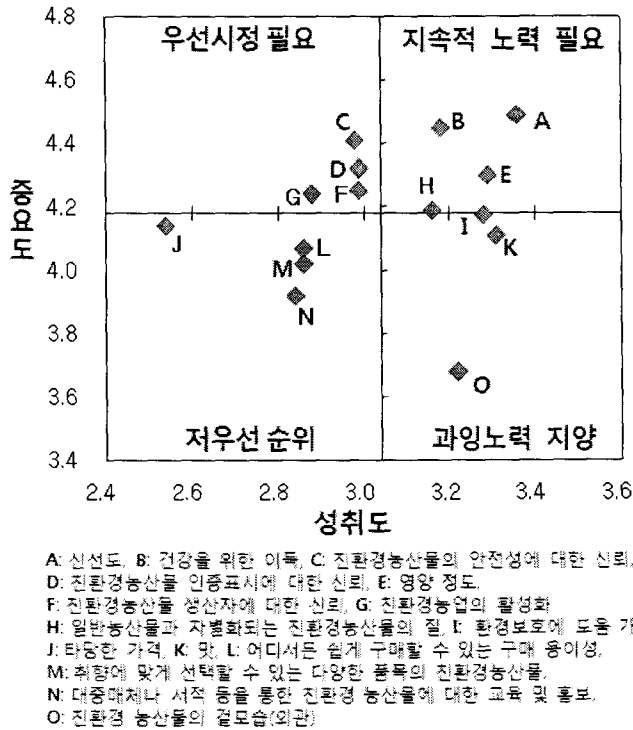
<표 2> 응답자의 사회경제적 특성과 행태에 따른 중요도와 만족도 비교

| 항 목          | 전체   |      | 성 별   |       |      |      | 연 령   |      |      |      | 교육수준  |      |      |      |
|--------------|------|------|-------|-------|------|------|-------|------|------|------|-------|------|------|------|
|              |      |      | 남     |       | 여    |      | 저     |      | 고    |      | 저     |      | 고    |      |
|              | I    | S    | I     | S     | I    | S    | I     | S    | I    | S    | I     | S    | I    | S    |
| A. 신선도       | 4.49 | 3.36 | 4.39* | 3.25* | 4.57 | 3.46 | 4.55  | 3.45 | 4.42 | 3.27 | 4.40  | 3.42 | 4.56 | 3.33 |
| B. 건강을 위한 이득 | 4.45 | 3.18 | 4.36* | 3.21  | 4.53 | 3.15 | 4.47  | 3.24 | 4.44 | 3.11 | 4.42  | 3.20 | 4.48 | 3.16 |
| C. 안전성 신뢰    | 4.41 | 2.98 | 4.34  | 2.89  | 4.46 | 3.04 | 4.50* | 2.99 | 4.31 | 2.95 | 4.36  | 2.98 | 4.44 | 2.97 |
| D. 인증표시 신뢰   | 4.32 | 2.99 | 4.25  | 2.92  | 4.38 | 3.04 | 4.35  | 3.01 | 4.29 | 2.96 | 4.29  | 3.06 | 4.35 | 2.93 |
| E. 영양정도      | 4.30 | 3.29 | 4.15* | 3.22  | 4.43 | 3.35 | 4.33  | 3.27 | 4.27 | 3.31 | 4.26  | 3.32 | 4.34 | 3.26 |
| F. 생산자 신뢰    | 4.25 | 2.99 | 4.15  | 2.91  | 4.33 | 3.06 | 4.33  | 3.01 | 4.16 | 2.96 | 4.16  | 3.00 | 4.32 | 2.98 |
| G. 친환경농업활성화  | 4.24 | 3.01 | 4.21  | 2.86  | 4.27 | 3.14 | 4.18  | 2.89 | 4.31 | 3.14 | 4.12* | 3.17 | 4.34 | 2.88 |
| H. 친환경농산물의 질 | 4.19 | 3.16 | 4.05* | 3.12  | 4.29 | 3.20 | 4.26  | 3.23 | 4.10 | 3.09 | 4.17  | 3.24 | 4.20 | 3.11 |

| 항 목           | 전체   |      | 성 별   |       |      |      | 연 령   |      |      |      | 교육수준  |      |      |      |
|---------------|------|------|-------|-------|------|------|-------|------|------|------|-------|------|------|------|
|               |      |      | 남     |       | 여    |      | 저     |      | 고    |      | 저     |      | 고    |      |
|               | I    | S    | I     | S     | I    | S    | I     | S    | I    | S    | I     | S    | I    | S    |
| I. 환경보호 도움가능성 | 4.18 | 3.28 | 4.05* | 3.25  | 4.28 | 3.30 | 4.14  | 3.30 | 4.22 | 3.25 | 4.03* | 3.27 | 4.29 | 3.29 |
| J. 타당한 가격     | 4.14 | 2.54 | 4.01* | 2.60  | 4.24 | 2.51 | 4.11  | 2.55 | 4.17 | 2.55 | 4.16  | 2.55 | 4.12 | 2.54 |
| K. 맛          | 4.11 | 3.31 | 4.01* | 3.30  | 4.19 | 3.31 | 4.18  | 3.32 | 4.04 | 3.30 | 4.13  | 3.29 | 4.11 | 3.33 |
| L. 구매 용이성     | 4.07 | 2.86 | 3.95* | 2.83  | 4.17 | 2.89 | 4.07  | 2.94 | 4.07 | 2.79 | 4.03  | 2.89 | 4.10 | 2.85 |
| M. 품목의 다양성    | 4.02 | 2.86 | 3.92  | 2.84  | 4.10 | 2.88 | 4.07  | 2.93 | 3.96 | 2.78 | 3.98  | 2.90 | 4.06 | 2.83 |
| N. 교육 및 홍보    | 3.92 | 2.84 | 3.79* | 2.72* | 4.03 | 2.94 | 3.95  | 2.81 | 3.89 | 2.88 | 3.96  | 2.93 | 3.88 | 2.76 |
| O. 농산물 외관     | 3.68 | 3.22 | 3.63  | 3.13  | 3.72 | 3.29 | 3.84* | 3.29 | 3.50 | 3.14 | 3.66  | 3.21 | 3.72 | 3.23 |
| 전 체(평균)       | 4.18 | 3.06 | 4.08  | 3.00  | 4.27 | 3.10 | 4.22  | 3.08 | 4.14 | 3.03 | 4.14  | 3.10 | 4.22 | 3.03 |

| 항 목           | 소득정도  |       |      |      | 직업(농업관련) |      |      |      | 농업교육 유무 |      |      |      | 농사경험 유무 |       |      |      |
|---------------|-------|-------|------|------|----------|------|------|------|---------|------|------|------|---------|-------|------|------|
|               | 저     |       | 고    |      | 유        |      | 무    |      | 유       |      | 무    |      | 유       |       | 무    |      |
|               | I     | S     | I    | S    | I        | S    | I    | S    | I       | S    | I    | S    | I       | S     | I    | S    |
| A. 신선도        | 4.38* | 3.38  | 4.61 | 3.34 | 4.31     | 3.11 | 4.51 | 3.40 | 4.39    | 3.36 | 4.52 | 3.37 | 4.31*   | 3.35  | 4.53 | 3.37 |
| B. 건강을 위한 이득  | 4.38* | 3.24  | 4.53 | 3.09 | 4.43     | 3.24 | 4.45 | 3.17 | 4.53    | 3.11 | 4.43 | 3.20 | 4.57    | 3.41  | 4.42 | 3.14 |
| C. 안전성 신뢰     | 4.38  | 3.05* | 4.47 | 2.85 | 4.08     | 2.91 | 4.45 | 2.98 | 4.34    | 2.91 | 4.43 | 2.99 | 4.43    | 3.10  | 4.39 | 2.94 |
| D. 인증표시 신뢰    | 4.26  | 3.02  | 4.42 | 2.89 | 4.06     | 2.97 | 4.36 | 3.00 | 4.37    | 2.93 | 4.31 | 3.00 | 4.23    | 3.14  | 4.35 | 2.95 |
| E. 영양정도       | 4.25  | 3.28  | 4.36 | 3.32 | 4.00*    | 3.06 | 4.35 | 3.32 | 4.25    | 3.25 | 4.32 | 3.31 | 4.23    | 3.41  | 4.31 | 3.28 |
| F. 생산자 신뢰     | 4.16* | 3.09* | 4.36 | 2.86 | 4.09     | 3.00 | 4.27 | 2.99 | 4.38    | 3.04 | 4.20 | 2.97 | 4.26    | 3.13  | 4.25 | 2.97 |
| G. 친환경농업활성화   | 4.24  | 2.93  | 4.24 | 3.13 | 4.23     | 2.85 | 4.25 | 3.04 | 4.36    | 2.96 | 4.20 | 3.03 | 4.38    | 3.08  | 4.21 | 3.01 |
| H. 친환경농산물의 질  | 4.10* | 3.18  | 4.29 | 3.13 | 3.79*    | 2.85 | 4.24 | 3.21 | 4.25    | 3.23 | 4.16 | 3.15 | 4.06    | 3.24  | 4.21 | 3.15 |
| I. 환경보호 도움가능성 | 4.12  | 3.32  | 4.26 | 3.21 | 3.89*    | 3.21 | 4.22 | 3.28 | 4.20    | 3.19 | 4.17 | 3.30 | 4.34    | 3.42  | 4.13 | 3.25 |
| J. 타당한 가격     | 4.08  | 2.61  | 4.20 | 2.47 | 3.94     | 2.47 | 4.16 | 2.56 | 4.25    | 2.59 | 4.10 | 2.54 | 4.15    | 2.78  | 4.13 | 2.51 |
| K. 맛          | 4.16  | 3.33  | 4.03 | 3.29 | 3.89     | 3.21 | 4.14 | 3.33 | 4.13    | 3.42 | 4.10 | 3.27 | 4.10    | 3.59* | 4.10 | 3.25 |
| L. 구매 용이성     | 4.04  | 2.88  | 4.11 | 2.83 | 3.74*    | 2.82 | 4.12 | 2.87 | 4.04    | 2.95 | 4.08 | 2.83 | 4.11    | 2.94  | 4.06 | 2.85 |
| M. 품목의 다양성    | 4.01  | 2.89  | 4.00 | 2.81 | 3.63*    | 2.77 | 4.07 | 2.88 | 4.04    | 2.90 | 4.01 | 2.85 | 4.00    | 2.96  | 4.01 | 2.84 |
| N. 교육 및 홍보    | 3.88  | 2.91  | 3.97 | 2.74 | 3.80*    | 3.03 | 3.94 | 2.82 | 3.96    | 2.95 | 3.90 | 2.81 | 3.91    | 2.90  | 3.91 | 2.83 |
| O. 농산물 외관     | 3.76  | 3.22  | 3.59 | 3.23 | 3.41     | 3.00 | 3.72 | 3.25 | 3.58    | 3.25 | 3.71 | 3.20 | 3.57    | 3.34  | 3.71 | 3.19 |
| 전체(평균)        | 4.15  | 3.09  | 4.23 | 3.01 | 3.95     | 2.97 | 4.22 | 3.07 | 4.20    | 3.07 | 4.18 | 3.05 | 4.18    | 3.19  | 4.18 | 3.04 |

\* : 해당항목의 중요도 또는 만족도의 평균이 그룹간에 통계적으로 차이가 있음을 의미함(P<0.05).  
 I: 중요도(매우 중요치 않다: 1~매우 중요하다: 5); S: 만족도(매우 불만족스럽다: 1~매우 만족스럽다: 5)



〈그림 1〉 중요도-성취도 분석(Importance-performance analysis: IPA)

### Ⅲ. 결과 및 토의

#### 1. 전체 IPA 결과

<표 2>에서처럼, 15개 항목에 대한 전체 중요도는 4.18(범위: 3.68-4.49), 만족도는 3.06(범위: 2.54-3.36)로 나타나 15개 항목에 대한 전반적 중요도는 높게 나타난 반면, 만족도는 대략 중간(평균: 3.0) 또는 중간이하에 머물러 그다지 높지 않거나 낮은 것으로 판정되었다. 중요도의 경우, '신선도'가 4.49로서 가장 높은 중요도를 보였으며 '건강을 위한 이득', '안전성 신뢰', '인증표시 신뢰', '영양정도', '생산자 신뢰' 순으로 높게 분석되었다. '농산물 외관'은 그 중요도가 가장 낮게 나타났으며 '교육 및 홍보', '품목의 다양성', '구매용이성', '맛', '타당한 가격'이 다음 순으로 낮게 나타났다. 만족도는 '신선도'가 가장 높게 나타났으며 '맛', '영양정도', '환경보호 도움가능성', '농산물 외관' 순으로 높게 나타났다. 그러나 '타당한 가격(평균: 2.54)'에 대한 만족도는 가장 낮게 조사되었으며, '교육 및 홍보(평균: 2.84)', '구매용이성(평균: 2.86)'과 '품목의 다양성(평균: 2.86)', '안전성 신뢰(평균: 2.98)',

‘인증표시 신뢰(평균: 2.99)’, ‘생산자 신뢰(평균: 2.99)’순으로 낮게 분석되었다. 특히 이들 항목의 만족도는 중간값인 평균 3.0보다도 낮게 나타났다.

IPA 분석결과<그림 1 참조>, 중요도는 높으나 만족도가 낮은 ‘우선 시정 필요’ 항목은 ‘안전성 신뢰’, 인증표시 신뢰’, ‘생산자 신뢰’, ‘친환경농업의 활성화’로 나타났다. 이들 항목은 연령, 교육정도, 직업, 농사경험유무 등 사회경제 및 개인적 배경에 관계없이 대부분의 경우에 ‘우선 시정 필요’에 포함되어 있었다.

중요도와 만족도가 모두 높은 ‘지속적 노력 필요’ 항목에는 ‘신선도’, ‘건강을 위한 이득’, ‘영양정도’, ‘친환경농산물의 질’이 포함되었으며, 중요도와 성취도가 모두 낮은 ‘저우선순위’ 항목은 ‘타당한 가격’, ‘구매용이성’, ‘품목의 다양성’, ‘교육 및 홍보’로 나타났다. 중요도는 낮은 반면 만족도는 높은 ‘과잉투자 지양’ 항목은 ‘환경보호 도움가능성’, ‘맛’, ‘농산물의 외관’으로 나타났다. 유기농산물 구입시 소비자들이 맛이나 외관보다는 농산물의 안전성이나 친환경성을 더 고려한다는 김 등(2005)의 연구결과와도 부분적으로 일치하고 있다.

예상과 달리, 친환경농산물의 가격은 대부분의 그룹에서 ‘저우선순위’ 항목에 포함되었다. 이는 만족도는 15개 항목 중 가장 최저로 나타났지만 농산물 구매 결정 영향요인으로서의 중요성은 농산물의 안전성 및 신뢰성에 미치지 못하기 때문인 것으로 분석된다<표 2와 표 3>. 즉 전반적으로 소비자들은 친환경농산물 구매 결정시 가격보다는 안전성과 신뢰성에 더 많은 비중을 두고 있다는 것을 시사하고 있다.

## 2. 사회경제적 및 개인적 특성에 따른 IPA 결과 비교

### 1) 성별 IPA 결과

성별에 따른 IPA 결과를 보면, <표 2>와 <표 3>에서처럼 여성은 남성에 비하여 더 많은 항목에 중요성을 느끼고 있는 것으로 나타났다. 여성의 경우 11개 항목, 즉 ‘신선도’, ‘건강을 위한 이득’, ‘안전성 신뢰’, ‘인증표시 신뢰’, ‘영양정도’, ‘생산자 신뢰’, ‘친환경농업의 활성화’, ‘친환경농산물의 질’, ‘환경보호 도움가능성’, ‘타당한 가격’, ‘맛’이 중요도가 높은 그룹에 속한 반면, 남성의 경우에는 ‘신선도’, ‘건강을 위한 이득’, ‘안전성 신뢰’, ‘인증표시 신뢰’, ‘친환경농업의 활성화’ 5개 항목에 대해서만 높은 중요도 사분면에 포함되었다<표 3>. 통계적으로도 ‘신선도’, ‘건강을 위한 이득’, ‘영양정도’, ‘친환경농산물의 질’, ‘환경보호 도움가능성’, ‘타당한 가격’, ‘맛’, ‘구매용이성’, ‘교육 및 홍보’ 항목에 여성이 남성에 비하여 높은 중요도를 보였다. 이처럼 여성이 남성에 비하여 친환경농산물 구매결정시 많은 영향요소에 높은 중요도를 부여한 것은 전통적으로 농산물 시장의 주 구매고객이 여성이었다는 점을 고려할 때 여성이 더 많은 농산물 구매경험과 정보를 보유하며 이를 토대로 다각적으로 면밀한 비교·평가과정을 통해 구매결정이 이루어지기 때문일 수 있다. 이를 밝히기 위한 추후 연구가 필요하다.



‘안전성 신뢰’, ‘인증표시 신뢰’, ‘친환경농업의 활성화’ 3개 항목에 대해서는 남녀응답자 공통으로 ‘우선 시정 필요’ 항목에 속하였으며, ‘타당한 가격’은 여성그룹에서만 ‘우선 시정 필요’ 항목에 포함되었다<표 3>. 남성그룹의 경우 ‘타당한 가격’은 ‘저우선순위’ 항목에 포함되었다. 즉 안전성과 신뢰성, 친환경농업의 활성화는 남녀 관계없이 우선적으로 시정이 요구되는 중요한 속성이다. 여성이 남성과는 달리 ‘타당한 가격’에 대해서 시급한 시정을 원하는 것은 위에서 언급했던 이유와 마찬가지로 여성이 식품의 주 구매고객이며 구매결정권자일 뿐만 아니라 가게운영자로서 전반적인 식품시장의 가격과 시세, 가게운영에 대한 관심이 남성보다 크기 때문이 아닌가 생각된다. 주부만을 대상으로 친환경농산물 소비촉진 방안을 묻는 김 등(2005)의 연구결과에서도 ‘가격인하’가 가장 우위를 차지하는 방안으로서 나타난 바 있다.

‘신선도’와 ‘교육 및 홍보’ 항목에 대한 여성의 만족도는 남성에 비하여 높게 나타났다<표 2>.

## 2) 연령별 IPA 결과

연령별 IPA를 분석하기 위하여 35세미만의 응답자는 저연령층, 35세 이상의 응답자는 고연령층, 두 그룹으로 분류하였다.

연령에 관계없이 ‘안전성 신뢰’와 ‘인증표시 신뢰’가 ‘우선 시정 필요’ 항목에 공통으로 포함되었다. 그러나 저연령층에서는 ‘생산자 신뢰’, 고연령층에서는 ‘친환경농업 활성화’가 ‘우선 시정 필요’ 항목으로 나타났다<표 3>.

‘안전성 신뢰’와 ‘교육 및 홍보’ 항목에 대해서는 저연령층이 고연령층에 비하여 높은 중요도를 보였으나 만족도에서는 두 그룹간에 통계적 차이가 없는 것으로 나타났다<표 2>.

## 3) 교육수준별 IPA 결과

현재 대학재학생을 포함하여 고졸 이하의 모든 응답자는 저학력층, 대졸 이상의 응답자는 고학력층으로 구분하였다.

‘안전성 신뢰’와 ‘인증표시 신뢰’는 공통으로 ‘우선 시정 필요’ 항목에 포함되었다<표 3>. 저학력층에서는 ‘생산자 신뢰’와 ‘친환경농업 활성화’가 각각 ‘저우선순위’와 ‘과잉투자지양’ 항목으로 포함된 반면, 고학력층에서는 ‘생산자 신뢰’와 ‘친환경농업 활성화’가 모두 ‘우선 시정 필요’ 항목에 속하였다<표 3>.

‘친환경농업 활성화’와 ‘환경보호도움 가능성’ 항목에 대해서는 고학력층이 저학력층에 비하여 높은 중요도를 나타낸 반면, 만족도는 15개 항목에서 모두 두 그룹간에 통계적 차이가 없는 것으로 분석되었다<표 2>.

위의 결과는 고학력층이 저학력층에 비하여 친환경농업에 대하여 가지고 있는 보다 높은 관심 및 협조 의지와 관련이 있다고 생각된다.

〈표 3〉 응답자의 사회경제적 특성과 행태에 따른 중요도-성취도 분석 결과

| 변수               | 구분 | 지속적 노력 필요                 | 우선 시정 필요      | 저우선 순위                       | 과잉투자 지양       |
|------------------|----|---------------------------|---------------|------------------------------|---------------|
| 성 별              | 남  | A, B                      | C, D, G       | F, J, L, M, N                | E, H, I, K, O |
|                  | 여  | A, B, E, F,<br>H, I, K    | C, D, G, J    | L, M, N                      | O             |
| 연 령              | 저  | A, B, E, H, K             | C, D, F       | G, J, L, M, N                | I, O          |
|                  | 고  | A, B, E, I                | C, D, G,      | F, J, L, M, N                | H, K, O       |
| 교육수준             | 저  | A, B, E                   | C, D          | F, J, L, M, N                | G, I, K, O    |
|                  | 고  | A, B, E, H, I             | C, D, F, G    | J, L, M, N                   | K, O          |
| 소득정도             | 저  | A, B, C, E                | D, G          | J, L, M, N                   | F, H, I, K, O |
|                  | 고  | A, B, E, H, I             | C, D, F, G, J | L, M, N                      | K, O          |
| 직 업<br>(농업관련 유무) | 유  | A, B                      | G             | C, D, F, H, J, L,<br>M, N, O | E, I, K,      |
|                  | 무  | A, B, E, H, I             | C, D, F, G,   | J, L, M, N                   | K, O          |
| 농업교육 유무          | 유  | A, B, E, H, I             | C, D, F, G, J | L, M, N                      | K, O          |
|                  | 무  | A, B, E                   | C, D, F, G    | J, L, M, N                   | H, I, K, O    |
| 농사경험유무           | 유  | A, B, C, D,<br>E, F, G, I |               | J, L, M, N                   | H, K, O       |
|                  | 무  | A, B, E, H                | C, D, F, G    | J, L, M, N                   | I, K, O       |

## 4) 소득수준별 IPA 결과

가계총소득이 '300만원 미만' 응답자는 저소득층, '300만원 이상' 응답자는 고소득층으로 그룹을 분류하였다.

소득정도와 관계없이 '인증표시 신뢰'와 '친환경농업 활성화'가 공통으로 '우선 시정 필요' 항목에 속하였다<표 3>. '안전성 신뢰', '생산자 신뢰', '타당한 가격'은 단지 고소득층에서만 '우선 시정 필요' 항목에 속하였지만 저소득층에서 '안전성 신뢰', '생산자 신뢰', '타당한 가격'은 각각 '지속적 노력필요', '과잉투자지양', '저우선순위' 항목에 포함되었다 <표 3>. 친환경농산물 구매결정요소로서 농산물의 가격에 대한 중요도가 저소득층보다 고소득층에서 높게 나타난 것은 예측과는 다른 결과이다. 고소득층은 친환경농산물의 빈번한 구매자이지만 저소득층은 보다 소극적인 구매행태를 보인다는 점(김상오 등 미발표)을 고려할 때 고소득층이 가격의 타당성에 더 민감한 반응을 보일 가능성이 있다고 판단된다.

'신선도', '건강을 위한 이득', '생산자 신뢰', '친환경농산물의 질' 항목에 대해서는 고소

특층이 저소득층에 비하여 높은 중요도를 나타냈다<표 2>. 만족도는 모든 항목에 대하여 두 그룹간에 통계적 차이가 없는 것으로 분석되었다.

#### 5) 직업의 농업관련 여부별 IPA 결과

비농업관련 직업 그룹(이하 비농업인)의 경우 ‘안전성 신뢰’, ‘인증표시 신뢰’, ‘영양정도’, ‘친환경농업의 활성화’가 ‘우선 시정 필요’ 항목에 속하였지만 농업관련 직업 그룹(이하 농업인)의 경우에는 단지 ‘친환경농업의 활성화’ 항목만이 ‘우선 시정 필요’ 항목에 포함되었다<표 3>. 비농업인 그룹에서 ‘우선 시정 필요’ 항목에 포함되었던 ‘안전성 신뢰’, ‘인증표시 신뢰’, ‘영양정도’는 농업인 그룹에서는 ‘저우선순위’ 항목에 포함되었다.

비농업인의 경우 ‘영양정도’, ‘친환경농산물의 질’, ‘환경보호 도움가능성’, ‘구매용이성’, ‘품목의 다양성’, ‘교육 및 홍보’ 항목에서 농업인 그룹에 비하여 높은 중요도를 보였다<표 2>. 그러나 15개 모든 항목에 대한 두 그룹간의 만족도 차이는 없는 것으로 나타났다.

이 결과는 농업인과 비농업인으로서의 입장 및 이해관계에 따른 친환경농산물에 대한 견해의 차이를 극명하게 보여준 것이라고 볼 수 있다. 비농업인은 농산물의 질과 안전성, 구매 편리성 및 상품의 효율적 선택 등 소비자로서의 혜택에 관심이 크며 농업인은 생산자의 위치에서 합리적 이득을 추구하고자 하는 경향이 있다. 조와 문(2000)에 의하여 시행된 농약에 대한 농민과 도시민의 인지도 분석연구에서도 농업인의 100%가 농약 사용이 필요하다고 답변한 반면, 소비자의 단지 60% 정도만이 농약이 필요하다고 응답하였다. 이에 대하여 조와 문(2000)은 소비자들이 농약을 사용하지 않았을 경우 따르는 농산물 수확량 감소에 대한 인식이 부족하기 때문인 것으로 해석한바 있다. 이는 농산물의 안전성을 추구하는 소비자와 농산물의 수확량을 유지하고자 하는 농업인과의 입장 차이를 보여주는 하나의 예라고 볼 수 있다. 본 연구에서 농업인과 비농업인 모두 ‘친환경농업활성화’를 개선이 요구되는 가장 시급한 사항으로서 생각하고 있다. 그러나 본 연구결과는 친환경농업의 활성화를 성공적으로 이끌기 위해서는 서로간의 관심과 입장 차이에 대한 이해와 상호협조가 필요하다는 것을 제시하고 있다고 생각된다.

#### 6) 농사경험유무별 IPA 결과

농사유경험자와 무경험자 모두 ‘신선도’, ‘건강을 위한 이득’, ‘안전성 신뢰’, ‘인증표시 신뢰’, ‘생산자 신뢰’, ‘영양정도’, ‘친환경농업의 활성화’ 항목에 공통으로 높은 중요도를 보인 반면, 유경험자는 ‘환경보호도움 가능성’, 무경험자는 ‘친환경농산물의 질’에 각각 높은 중요도를 나타냈다<표 3>. 그러나 유경험자의 경우에는 중요도가 높은 것으로 나타난 모든 요소에 대하여 높은 만족도를 보여 ‘우선 시정 필요’에 포함된 항목은 없는 것으로 나타났다. 무경험자의 경우에는 ‘안전성 신뢰’, ‘인증표시 신뢰’, ‘생산자신뢰’, ‘친환경농업 활성화’ 4개 항목이 중요도는 높지만 만족도가 낮은 ‘우선 시정 필요’에 포함되었다<표 3>.

‘신선도’ 항목에 대하여 무경험자가 유경험자에 비하여 통계적으로 높은 중요도를 나타냈으며, ‘맛’ 항목에 대해서는 유경험자가 무경험자에 비하여 통계적으로 높은 만족도를 보였다<표 2>.

농사경험유경험자 중 41.7%의 응답자가 농업인이라는 점을 고려할 때 앞에서 언급했던 농업인과 비농업인과의 경험과 입장 차이가 연구결과에 많이 반영되었을 것으로 판단된다. 본 연구 수행시 농사경험유경험자를 측정하는 과정에서 이용되었던 “귀하는 직접 농사를 지어 본적이 있습니까?”보다는 시기, 규모, 기간, 목적(자급자족, 취미, 경제적 소득 등)을 포함한 구체적 질문을 통한 농사유경험자에 대한 자료 확보와 이를 토대로 한 추후 연구와 해석이 필요하다.

#### IV. 결 론

본 연구에서 중요도-성취도 분석을 위하여 선정된 15개 구매결정영향 항목은 전반적으로 응답자들의 친환경농산물 구매결정에 중요한 고려인자로서 생각하는 반면(전체 중요도: 4.18, 범위: 3.68-4.49), 이들 각 요인들의 현재 상태에 대한 응답자의 전반적 만족도(전체 만족도: 3.06, 범위: 2.54-3.36)는 낮게 평가되었다. 따라서 친환경농산물 구매활성화를 위해서는 이들 각 요소들에 대한 소비자의 만족도 제고가 필요하며 이를 통한 친환경농산물 구매 촉진 여건조성이 선행되어야 한다.

본 연구의 결과를 토대로 효율적인 소비자의 친환경농산물 소비촉진을 위한 전반적 전략은 다음과 같이 요약될 수 있다.

첫째, 무엇보다도 ‘친환경농산물의 안전성’과 ‘인증표시에 대한 신뢰’, ‘친환경농산물 생산자의 신뢰성’, ‘친환경농업의 활성화’ 문제가 우선 시급히 개선되어야 한다. 이들 요소는 연령, 교육정도, 직업, 농사경험여부 등 사회경제 및 개인적 배경에 관계없이 대부분의 경우에 중요도는 높지만 성취도는 낮은 ‘우선 시정 필요’ 항목에 포함되어 있다. 친환경농산물에 대한 태도, 규범, 믿음 등은 소비자들의 구매행동을 결정하는 선행인자로서 중요한 역할을 한다(Fishbein and Ajzen 1975, Ajzen 1991). 정부관련 기관 및 단체는 친환경농산물 생산단계에서의 안전성 및 질적 제고를 위한 제도적 방안 모색과 더불어 현재 친환경농산물의 안전성 및 생산자와 인증표시에 대한 소비자들의 태도 및 믿음의 변화를 위한 노력도 함께 병행하여야 한다.

둘째, ‘친환경농산물의 신선도’, ‘건강을 위한 이득’, ‘영양정도’, ‘일반농산물과 차별화되는 친환경농산물의 질’은 소비자의 구매행동에 결정적으로 작용하는 요소로서 현재 잘 관리되고 있기 때문에 현 상태를 지속적으로 유지하도록 노력하여야 한다.

셋째, ‘환경보호에 도움가능성’, ‘맛’, ‘친환경농산물의 외관’은 소비자의 친환경농산물

구매결정에 다른 요소에 비하여 상대적으로 덜 중요하지만 현재 관리는 잘되고 있는 상태이다. 따라서 이들 요소들에 대해서는 관리개선을 위한 더 많은 노력의 투자를 지양하는 것이 시간적, 금전적 측면에서 효율적이다. 이들 요소에 투여할 노력을 ‘우선 시정 필요’ 항목인 ‘친환경농산물의 안전성’, ‘인증표시에 대한 신뢰’, ‘친환경농산물 생산자의 신뢰성’, ‘친환경농업의 활성화’에 전환 투자하는 것이 바람직하다.

넷째, ‘타당한 가격’, ‘어디서든 쉽게 구매할 수 있는 구매용이성’, ‘취향에 맞게 선택할 수 있는 다양한 품목의 친환경농산물’, ‘대중매체나 서적 등을 통한 친환경농산물에 대한 교육 및 홍보’는 다른 요소에 비하여 상대적으로 중요치 않으며 또한 성취도도 낮기 때문에 이들 요소는 ‘우선 시정 필요’ 항목(예, 친환경농산물의 안전성, 인증표시에 대한 신뢰, 친환경농산물 생산자의 신뢰성, 친환경농업의 활성화)에 대한 개선이 완료된 후 관심을 가져도 될 사안들이다.

다섯째, 전반적 IPA결과는 우리에게 유익한 정보를 제공하지만 본 연구결과<표 3>에서도 나타났듯이 친환경농산물 소비자층이 다양하며 이에 따라 농산물구매결정에 미치는 요소들에 대한 의견이나 평가도 또한 다르다는 점에 유의할 필요가 있다. 따라서 전반적 IPA 결과에 전적으로 의존하기보다는 소비자의 사회경제적, 개인적 배경을 고려한 시장세분화가 필요하며 이를 통한 보다 구체적이며 체계적인 소비자의 구매활성화 방안을 모색하는 것이 바람직하다. 특히, 친환경농산물구매 결정요소에 영향을 미치는 요인으로 나타난 성별, 소득수준, 직업(농업인과 비농업인)에 대해서는 보다 큰 관심을 가질 필요가 있다. 본 연구의 그룹별 친환경농산물 구매결정요소를 토대로 신중히 고려하여야 할 보완적 전략은 다음과 같다.

- (1) 여성이 남성에 비하여 상대적으로 높은 비율을 차지하는 친환경농산물의 직접적 구매자(김상오 등 미발표)라는 점을 감안한다면 남성과 달리 여성의 경우에 ‘우선 시정 필요’ 항목에 포함된 ‘친환경농산물 가격의 타당성’ 문제는 친환경농산물 구매활성화를 위하여 남녀공통으로 ‘우선 시정 필요’ 항목에 속한 ‘친환경농산물의 안전성’ 및 ‘인증표시에 대한 신뢰’, ‘친환경농업활성화’와 더불어 시급히 개선되어야 한다.
- (2) 고소득층은 친환경농산물 구매자의 높은 비율을 차지하는 소비자 그룹이다(김상오 등 미발표). 전반적 IPA 결과와 저소득층의 ‘우선 시정 필요’ 항목에 공통적으로 포함된 ‘친환경농산물의 안전성’ 및 ‘인증표시에 대한 신뢰’, ‘친환경농산물 생산자의 신뢰성’, ‘친환경농업활성화’ 이외에도 ‘친환경농산물 가격의 타당성’ 문제에 대한 적극적 개선노력을 통해서 저소득층뿐만 아니라 고소득층의 구매를 함께 촉진할 수 있을 것이다.
- (3) 본 연구결과는 농업인과 비농업인, 즉 생산자와 소비자간에 친환경농산물의 구매결정요소에 대하여 다른 견해가 있을 수 있음을 시사하고 있다. 농업인과 비농업인 모두 전반적 IPA 결과의 ‘우선 시정 필요’에 포함된 항목(친환경농산물의 안전성, 인증

표시에 대한 신뢰, 친환경농산물 생산자의 신뢰성, 친환경농업활성화)에 대한 우선적 개선이 필요하다. 그러나 보다 효과적인 친환경농산물 구매활성화 촉진을 위해서는 생산자와 소비자, 양방간의 이해 구축이 필요하다. 농업인은 친환경농산물의 생산자 또는 잠재적 생산자로서 친환경농산물 소비자의 태도나 믿음, 구매행태를 정확히 파악할 수 있는 정보가 필요하다. 마찬가지로 소비자에게도 농업인의 친환경농산물에 대한 태도와 믿음, 친환경농산물 생산실태에 대한 이해를 증진시킬 수 있는 정보제공이 요구된다.

여섯째, 응답자들은 ‘친환경농업의 활성화’가 그들의 친환경농산물 구매를 결정하는 중요한 동기이자 요소로 생각하고 있으며 본 연구의 IPA 결과에서도 ‘친환경농업의 활성화’는 우선적으로 시정이 필요한 속성에 포함되어 있다. 이는 소비자들이 정부와 지방자치단체의 친환경농산물 육성에 긍정적이며 협조적인 태도와 관련이 있는 것으로 판단되며, 따라서 소비자들의 친환경농산물에 대한 기호와 의견을 고려하여 소비자들의 친환경농산물 구매를 저해하는 요소들을 제거한다면 친환경농산물 소비촉진에 커다란 도움이 되리라 예측된다.

본 연구결과는 소비자의 친환경농산물 구매촉진과 관련된 많은 문제에 대하여 어떻게 효율적으로 접근해나가야 할 것인가를 제시했다는 점에서 의미가 있다. 그러나 본 연구는 몇 가지 한계점을 가지고 있다. 우선 본 연구의 표본선정과정에서 snowball 표본추출과 편의추출방법이 도입되었기 때문에 본 연구를 위해 선정된 표본이 연구의 모집단인 광주광역시 소비자를 대변하는데 문제가 있을 수 있다. 추후 이를 보완할 수 있도록 보다 체계적인 표본선정과정을 통한 연구가 이루어져야 할 것이다. 또한 생산자와 소비자, 정부 및 관련 민간단체간의 이해와 협조 없이 친환경농산물 구매촉진의 성공적 결과를 기대하기 어렵다. 본 연구는 단지 소비자만을 대상으로 조사가 이루어졌다는 한계를 가지고 있다. 소비자를 포함하여 생산자, 정책입안자, 전문가 등 주요 관련구성원들의 각각의 관점에서의 친환경농산물 구매촉진에 대한 생각과 의견을 파악하고, 비교하며 종합함으로써 보다 효과적이며 효율적인 방안제시가 가능할 것이다. 마지막으로, 본 연구에서는 소비자행동에 중요한 영향을 미치는 사회적 요소(예, 친구나 동료의 권유)를 포함하여 IPA특성상 적용하기 어려운 기타 잠재적 요소들이 친환경농산물 구매영향 요목에서 제외되었다. 이러한 문제점과 한계를 보완해 줄 수 있는 추후 연구가 필요하다.

## 참 고 문 헌

1. 김상오·김민희·심재한. 미발표. 누가 친환경농산물을 구매하는가?
2. 김창길·김태영·서성천. 2005. 친환경농산물에 대한 소비자 선호와 구매행태 분석. 한국농촌경제연구원.
3. 김창길·김태영·이상건. 2007. 2007 국내외 친환경농산물의 생산실태 및 시장변화. 친환경농업연구 9: 1-25.
4. 노채영·안병렬. 2005. 소비자의 친환경농산물 구매확대 결정요인 분석. 한국가족자원경영 학회지 9: 1-15.
5. 전라남도 농업기술원. 2002. 전남의 친환경농업 육성과 유통전략.
6. 조택수·문영희. 2000. 농약의 독성에 대한 농민과 도시민의 인지도 분석. 한국농약과학회지 4: 48-55.
7. Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. *Organization Behavior and Human Decision Processes*. 50: 179-211.
8. Fishbein, M. and I. Ajzen. 1975. *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley, Reading MA.
9. Martilla, J. A. and J. C. James. 1977. Importance-performance analysis. *Journal of Marketing* 41: 77-79.