ISSN 1976-3107, Journal of Agricultural Extension & Community Development
농촌지도와 개발 21(2): 81-99(2014) DOI: http://dx.doi.org/10.12653/jecd.2014.21.2.0081
Published online in Koreanstudies Information Service System(http://kiss.kstudy.com/)

소비자의 배추 가격민감도와 구매 속성 분석

하두종[a*] · 이상용[a] · 조용빈[b]
[a]국립원예특작과학원(경기 수원)
[b]농촌흥청 농산업경영과(경기 수원)

국문요약

배추는 우리나라에서 가장 중요한 채소이지만 매년 수급불안에 가격은 등락을 계속하고 있다. 그러나 가격안정화를 위한 정책을 수립 할 때 어느 가격 이상이 되어야 수입을 할 것인지 또는 가격이 하락하여 어느 적정가격 이하이면 수매를 통한 가격안정화를 할 것인지에 대한 적절한 기준이 없었다. 따라서 본 논문에서는 도시소비자의 배추 가격민감도를 조사 분석하여 소비자가 체감하고 있는 적정 가격기준을 가격민감도분석(PSM; Price Sensitivity Measurement)을 이용하여 분석한 다음 제시하고, 생산자에게는 소비자가 구입하고자 하는 배추의 속성을 제공하고자 한다.

배추 가격 지불의사 적정금액은 포기당 1,991~2,018원사이로 분석되었다. 따라서 시장에서 형성되는 소비자 가격도 1,991~2,018원 사이에서 형성이 되도록 농민은 생산을 관계당국은 유통비용을 조정한다면 생산자와 소비자 모두 만족할 수 있을 것이다.

소비자가 수용 가능한 가격 범위는 포기당 하한가격은 1,472원(PMC), 상한가격은 2,714원(PME) 사이로 분석되었다. 최소 1,472원이 되도록 시장을 형성하고 최대 2,714원 이상이 되었을 때 수입을 고려해야 할 것이다. 배추 구입시 가장 중요한 속성은 맛이며, 크기는 3kg이 가장 적당한 것으로 나타났다.

* 주(교신) 저자(하두종) 전화 031-240-359: e-mail:workman@korea.kr
440-706) 경기도 수원시 장안구 천천로 203, 국립원예특작과학원

Copyright ⓒ 2014 reserved by Korean Association of Agricultural Extension

주요어: 배추, 가격민감도, 구입속성

1. 서 론

1.1. 연구의 필요성

배추는 우리나라 전 농가의 48%가 재배하고 있고, 전체 농업 생산액의 1.78%, 채소생산액의 8.7%를 차지하는 주요 품목 중 하나이며 우리나라 대표식품인 김치의 주재료로서 국민생활과 밀접하게 연관이 되어있다. 그러나 김치 수입 증가, 소비감소, 가공김치의 구입 증가, 외식증가 등 배추 수요를 둘러싼 환경이 급변하고 있고, 최근에는 기후변화에 따른 배추의 수급불안이 증폭되고 있다(한기인, & 김태성, 2010). 특히 2010년 여름에는 기상 악화에 따른 수급의 불안으로 배추가격이 이상 급등하였다가 최근 2013년 가을배추는 급락을 하여 2014년 봄배추 가격하락에도 영향을 미치고 있다. 배추가격이 급등함에 따라 정부에서는 외국산 배추를 긴급 수입하여 소비자의 불만을 다소 줄였으나 역으로 생산자의 불만을 증가시켰다. 배추 가격의 상승으로 생산자가 받을 이익이 정부의 배추 수입으로 줄어들었지만 생산량 증가로 공급량 과잉시기에는 소득보장이 되지 않기 때문이다. 이와 같이 배추 생산, 유통, 소비가 불안정함에 따라 생산자는 물론 소비자도 큰 혼란을 겪었다(김동환, 2011). 대부분의 농산물은 수요와 공급의 원리에 따라서 가격이 결정되기 때문에 수요와 공급곡선이 소비자의 지불의사금액이며 생산자의 판매의사금액이다. 그러나 배추와 같은 국민의 생활과 밀접하게 연관이 되어있는 농산물은 가격이 불안정해지면 정부가 인위적인 공급을 조절하게 된다. 이에 따라 불안정 시기

의 배추가격은 시장의 수요와 공급의 원리 보다는 정부의 가격정책에 따라 달라지게 된다. 배추 가격이 급등하여 가격안정화를 위한 정책을 수립할 때 어느 가격 이상이 되어야 수입을 할 것인지 또는 가격이 하락하여 어느 적정가격 이하이면 수매를 통한 가격안정화를 할 것인지에 대한 적절한 기준이 없었다. 따라서 본 논문에서는 도시소비자의 배추 가격민감도를 조사 분석하여 소비자가 체감하고 있는 적정 가격기준을 가격민감도 분석(PSM; Price Sensitivity Meter)을 이용하여 분석한 다음 제시하고, 생산자에게는 소비자가 구입하고자 하는 배추의 속성을 제공하고자 한다.

본 연구에는 도시소비자의 배추가격에 대한 민감도와 구매에 영향을 미치는 배추의 속성을 분석하기 위하여 수도권 서울 경기 인천 지역의 도시소비자 가정주부 1,000명에 대하여 우편으로 설문서를 발송하여 612명으로부터 설문서를 회수하였다. 그 중에서 유효 응답자 430명의 설문내용을 분석하였다. 본 조사에 이용된 설문 대상자는 농촌진흥청의 도시소비자 패널[1]로서 서울, 경기, 인천의 지역별 인구에 비례한 유의확률표본이며 95%의 신뢰도를 가지고 있다.

1.2. 선행 연구 고찰

Robert, David & Stuart 등(2003)은 소프트웨어 엔지니어 가공산업에 가격민감도를 이용한 가격측정을 도입하였다. 이 연구에서는 소프트웨어 엔지니어링산업에 PSM 적용방법과 기법을 소개하였다. 적용결과 적정가격은 PME와 PMC 사이인 115$~150$로 추정하였다. 가장 많은 수의 응답자가 싸지도 비싸지도 않은 가격이라 응답한 적정가격의 범위 IDP는 460$이 나타났다. 가장 많은 수의 응답자가 구매를 고려하는 가격으로

1) 농촌진흥청에서는 도시소비자의 농산물 소비패턴을 연구하기 위하여 서울, 경기, 인천 지역 가정주부 1,000명을 조사 패널로 선정 조사하고 있다.

IPP와 더불어 하나의 적정가격이라 할 수 있는 OPP(Optimal Price Point)는 380$로 분석하였다. Carola, Karl, Yen-Soon, & Stowe 등(2009)은 환대산업에서 호텔의 메뉴 가격 책정에 이용하였다.

이창무, 나강열, 김영수, & 황석준(2007)은 정부의 지원이 투입된 공공주택의 국민임대주택 가격 결정을 위해서 입주자의 특성별 지불의사임대료를 고려한 가격결정 방법론으로 PSM 기법을 적용하였다. 적용 결과 도출된 지불의사임대료는 225만원~306만원 이었으며, 수용가능 가격범위의 하한가격(PMC)은 205만원, 상한가격(PME)은 332만원으로 나타났다.

하오근, 김용진, 오미영, 박동주, & 이수범(2010)은 차세대 전동차 시스템 도입에 따른 이용자의 편의성에 대한 지불의사금액 도출을 위하여 가격민감도기법(PSM)을 적용하여 분석하였다. 지불의사금액은 148(OPP)~161원(IPP) 사이인 것으로 조사되었으며 수용가능한 가격범위의 하한(PMC)은 107원, 상한(PME)은 204원으로 도출되었다.

신주미(2010)는 중국인 해외관광 선택속성의 중요도 및 가격민감도 분석에서 선택요인의 중요도를 산출하고, 가격민감도는 무관심 가격과 최적가격점 그리고 저가 한계점과 고가 한계점을 바탕으로 수용가격대와 수용확률을 도출하였다. 가격민감도 분석결과 중국인의 해외 여행 구용가격대는 약 8,500~17,500 위안으로 추정되었다. 이외에도 고정민(2010) 등이 영화 티켓 가격을 가격민감도 분석으로 추정하였다.

그러나 농산물에는 아직 가격민감도 기법을 이용한 소비자의 지불의사금액을 추정한 연구는 미흡하였다. 그 이유는 단지 농산물은 수요와 공급의 원리에 의하여 결정되기 때문에 소비자가 지출하고자 하는 가격에 대해서는 연구자의 관심이 부족하였기 때문인 것으로 추정된다. 소비자가 기꺼이 지불하고자 하는 가격을 추정하면 생산자는 가격책정에 이용할 수 있고, 농산물유통정책 담당자에게는 적정가격을 제시 할 수 있다. 또한 시군 일선담당자들에게도 소비자들이 원하는 배추의 속성과 가격을

제공할 수 있다.

2. 분석 자료 및 방법

2.1. 분석 자료

2.1.1. 분석 자료의 기초 통계량

〈표 1〉에는 설문응답자 430명에 대한 지역적분포, 나이, 소득, 가구원수 등을 나타내었다. 지역별로는 서울이 260명으로 가장 많고 경기 119명, 인천 51명으로 분포 되어 있으며, 나이별로는 40대가 45.6%, 50대 27.7%, 30대 이하 23.6%, 60대 이상이 3.5% 순으로 구성되어 있다. 소득은 200만원에서 700만원까지로 분포되어 있으며, 가구원수는 4인 가족이 51.6%로 가장 많고 다음이 3인 가족 22.3%, 5인 가족 11.9% 순으로 분포되어 있다. 자녀수는 2인이 58.6%로 가장 많으며 다음은 1인이 24.2%, 3인이 11.2%로 구성되어 있다. 전업주부 44.7%, 비전업 주부 55.3%로 비전업주부의 비율이 약간 높았다.

〈표 1〉 설문응답자에 관한 일반적인 사항

<지역별>			<나이별>		
지역	빈도	퍼센트	나이	빈도	퍼센트
경기	119	27.7	30대이하	101	23.6
서울	260	60.5	40대	196	45.6
인천	51	11.9	50대	118	27.7
계	430	100.0	60대이상	15	3.5
			계	430	100

<소득별>			<가구원수>		
소득	빈도	퍼센트	가구원수(명)	빈도(명)	퍼센트
200만원미만	47	10.9	1	3	0.7
200-249만원	49	11.4	2	37	8.6
250-299만원	65	15.1	3	96	22.3
300-349만원	74	17.2	4	222	51.6
350-399만원	56	13.0	5	51	11.9
400-449만원	38	8.8	6	16	3.7
450-499만원	30	7.0	7	2	0.5
500-599만원	37	8.6	8	2	0.5
600-699만원	17	4.0	9	1	0.2
700만원이상	17	4.0	계	430	100.0
계	430	100.0			
<자녀수>			<전업여부>		
자녀수(명)	빈도	퍼센트	구분	빈도	퍼센트
0	20	4.7	전업주부	192	44.7
1	104	24.2	비전업주부	238	55.3
2	252	58.6	계	430	100.0
3	48	11.2			
4	6	1.4			
계	430	100.0			

2.1.2. 소비자의 가격대별 응답률

소비자의 430명에 대한 각 4가지 질문에서 도출된 소비자 응답을 다음 〈표 2〉와 같이 누적률로 나타내었다. Too cheap과 Inexpensive의 응답률은 가격이 올라감에 따라 누차를, expensive와 too expensive의 응답률은 가격이 상승함에 따라 응답률을 누적하였다.

〈표 2〉 소비자의 금액별 누적응답률

금액(원)	소비자 응답률			
	Too cheap	Inexpensive	Expensive	Too expensive
200	100.0			
300	99.1			
400	97.9	100.0	0.0	0.0
500	97.4	99.8	0.2	0.2
600	70.9			
700	69.3	99.3		0.5
750	66.5			
800	66.3	98.4	0.7	
900	60.5	97.4		
1,000	60.0	97.3	3.3	0.7
1,200	14.9	78.1	4.4	
1,250		74.9		
1,300	14.4	74.7	5.1	
1,350		74.0		
1,400	14.0			
1,500	13.7	73.7	17.4	2.6
1,600			17.7	
1,700		50.5	17.9	
1,750		50.2	18.4	
1,800	7.9	49.3	19.3	
1,850			19.5	
2,000	7.7	48.6	46.0	8.4
2,200		19.8		
2,250		19.3		
2,300			47.2	
2,500	3.7	18.8	59.3	13.7

금액(원)	소비자 응답률			
	Too cheap	Inexpensive	Expensive	Too expensive
2,550				14.0
2,700		11.6	59.5	14.2
2,750			59.8	
2,800		11.4	60.0	14.4
3,000	3.0	11.2	81.6	38.4
3,250			81.9	
3,300	1.6	3.3		
3,400				38.6
3,500		3.0	85.6	41.2
4,000	1.4	2.8	91.9	55.8
4,500			92.6	56.5
5,000	1.2	1.4	98.1	84.4
6,000		1.2	98.6	88.4
7,000	0.7		99.3	90.7
7,500				90.9
8,000			99.8	92.1
9,000				92.3
10,000	0.5			
15,000	0.0	0.7		99.3
16,000				99.5
18,000		0.5		
25,000		0.2		
30,000			100.0	
40,000		0.0		99.8
50,000				100.0

2.2. 분석 방법

2.2.1. PSM(Price Sensitivity Measurement)

가격민감도 분석(PSM; Price Sensitivity Measurement)은 고객의 가격에 대한 민감도를 분석하는 방법으로, PSM을 활용하면 가격이 변동되었을 경우 고객이 제품에 대해 어떻게 생각하는지를 명확히 파악할 수 있다(신주미, 2010). 기업은 이 분석기법을 적용해 고객이 허용하는 제품의 가격대를 파악하고 이를 참고로 가격을 정할 수 있다. 각각의 소비자는 제품이나 상표에 대해 효용을 가지고 있으며, 이러한 효용은 가격 또는 가치라는 객관적인 기준으로 환산 가능하다는 전제 하에 있다. 즉 모든 제품은 가격에 탄력적이며, 그 탄력 범위 안에서 소비자의 행동이 위축되는 가격대와 그 반대가 되는 가격대가 있다는 것이 PSM의 전제이다. 가격 범위의 개념은 네덜란드 경제학자 Peter H. Van Westendorp(1976)에 의해 가격민감도 측정을 위한 모델로 발전되었으며 1980년대 초반 Kenneth Travers에 의해 발전되었다. 이 조사기법은 조사방법이 쉽고 간편하여 편리하게 사용할 수 있으나 응답자가 원가에 대한 고려 없이 응답을 하기 때문에 기업이나 생산자가 가격을 책정할 때 가장 기본적으로 고려해야 할 사항인 원가가 간과되고 있어 기업에게는 이윤 극대화를 가져다 주는 최적가격이 아닐 수 있다. 또한 응답자의 응답 편향으로 인한 부작용이 있을 수 있다. 소비자가 응답시에 가격을 낮게 대답하려는 경향이 있어 정확한 가격범위를 알 수 없게 된다(서윤진, 2008).

2.2.2. 기법

다음과 같은 4가지 질문을 통해 소비자가 고려하는 지불의사 금액으로서 재화 가격에 대한 범위를 추정한다(Robert & Stowe, 1997).

질문 1. 너무 싸서 제품의 품질이 의심이 되는 가격은 어느 정도 입니까?(Too cheap)
질문 2. 적정한 수준의 가격은 어느 정도 입니까?(Inexpensive)
질문 3. 비싸기는 하지만 구매할 수 있는 가격은 어느 정도 입니까?(expensive)
질문 4. 너무 비싸서 제품의 품질이 아무리 좋아도 구매하지 않겠다는 가격은 어느 정도입니까?(too expensive)

본 연구에서는 소비자들이 배추에 대해 느끼는 적정 가격 수준을 분석하기 위하여 배추 가격이 얼마 이하이면 품질에 불안을 느껴 구매하지 않겠다는 한계저가격과 배추의 품질이 아무리 좋아도 이 이상이면 너무 비싸서 구매하기 어려운 수준인 한계고가격, 적정하다고 생각하는 수준인 인지가격을 통해 소비자들이 수용 가능한 가격대(수용가격대)와 가격대별 수용 확률을 분석하였다.

한계고가격의 가격대별 응답자 비율을 H(P), 한계저가격의 가격대별 응답자 비율을 1-L(P)라고 할 때 배추의 수용가격대는 H(P)와 1-H(P), 1-L(P)와 L(P)가 교차되는 지점사이가 수용가격대가 된다.

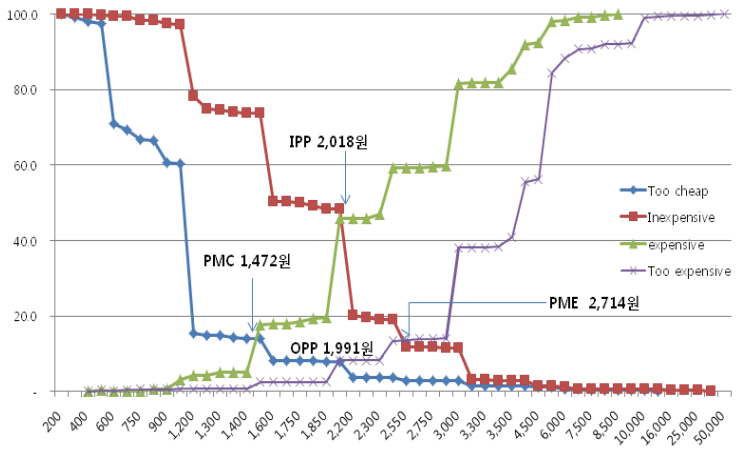
3. 분석 결과

3.1. PSM 기법에 의한 소비자의 배추 가격민감도

3.1.1. 배추 가격 민감도 그래프

소비자들을 대상으로한 4가지 질문에서 도출된 가격을 바탕으로 가로축을 가격으로 하고, 세로축을 응답률로 하여 expensive와 too expensive

는 누적그래프를 그리고 cheap과 too cheap은 누차그래프를 그렸다. 아래 〈그림 1〉 그래프에서 교차하는 4가지 교점에 대하여 설명하면 다음과 같다.



〈그림 1〉 배추 가격민감도

3.1.2. 가격민감도 분석 결과

3.1.2.1. IPP(Indifference Price Point)

IPP는 cheap의 가격과 expensive의 가격의 교점으로 싸다고 생각하는 응답자와 비싸다고 생각하는 응답자가 최소가 되는 지점이며, 이는 싸지 않다고 생각하는 응답자와 비싸지 않다고 생각하는 응답자가 가장 많은 점이다. 따라서 가장 많은 수의 응답자가 싸지도 비싸지도 않은 가격이라 응답한 가격이 적정가격의 범위라고 볼 수 있다. 본 연구에서 IPP는 Inexpensive와 expensive의 교차점인 2,018원으로 나타났다.

3.1.2.2. OPP(Optimal Price Point)

OPP는 too cheap과 too expensive 가격의 교점으로 너무 비싸다고 생각하는 응답자와 너무 싸다고 생각하는 응답자가 최소가 되는 지점이며, 가장 적은 수의 응답자가 구매를 하지 않는 가격이다. 가장 많은 수의 응답자가 구매를 고려하는 가격으로 IPP와 더불어 하나의 적정가격이라 할 수 있다. OPP는 too cheap과 too expensive의 교차점인 1,991원으로 분석되었다.

3.1.2.3. PMC(Point of Marginal Cheapness)

PMC는 too cheap과 expensive 가격의 교점으로 너무 싸서 구매를 하지 않겠다는 응답자와 비싸지만 구매를 하겠다는 응답자의 비율이 같아지는 지점으로 교점 이하의 제품가격이 형성되면 구매를 하지 않겠다는 응답자가 구매를 하겠다는 응답자의 비율보다 많아지게 되어 공급자는 제품공급을 하지 못하는 지점이다. PMC는 too Cheap과 expensive의 교차점인 1,472원으로 나타났다.

3.1.2.4. PME(Point of Marginal Expensive)

PME는 too expensive 와 inexpensive 가격의 교점으로 너무 비싸서 구매하지 않겠다는 응답자와 싸서 구매하겠다는 응답자의 비율이 같아지는 지점으로 교점 이상의 제품가격이 형성되면 구매하지 않겠다는 응답자가 구매하겠다는 응답자의 비율보다 많아지게 되어 소비자는 이 제품의 대체관계에 있는 제품을 구입하게 된다. PME는 too expensive와 inexpensive의 교차점인 2,714원으로 분석되었다.

3.1.2.5. PSM에서 제품의 적정가격 범위는 두 개의 적정가격이라 할 수 있는 IPP와 OPP지점의 범위가 되며, 소비자가 수용 가능한 가격 범위

는 PMC와 PME 사이의 범위라고 볼 수 있다. 배추 가격 지불의사 적정 금액(원/포기)은 1,991원(OPP)에서 2,018원(IPP)사이로 분석되었으며, 수용가능 가격 범위(원/포기)로는 하한가격 1,472원(PMC), 상한가격 2,714원(PME) 사이로 나타났다.

3.1.2.6. 추정된 가격과 시장상황을 비교 해보면 가격이 폭등했던 2010년과 2012년의 포기당 소비자 가격은 3,000을 상회하였다. 소비자가 기꺼이 지불하고자 하는 2,714원을 초과하였으므로 수입 등을 고려 해볼 수 있다. 반대로 2011년에는 수용 가능 하한 가격 1,472원 이하인 1,100원대로 하락하였다. 이러한 상황하에서는 정부는 가격이 1,472원 이상이 되도록 조절을 하여 시장이 조성될 수 있도록 정책을 수립하여야 한다.

3.2. 배추의 속성에 대한 구매 결정 요인

소비자가 배추 구입 시 고려하는 배추의 속성을 고찰하기 위하여 배추의 속성을 가격, 품질,[2] 산지, 크기, 맛으로 분류하고 각 속성별 중요도를 리커드 5점 척도를 이용하여 측정하였다. 그 결과 배추의 5가지 속성에 대한 선호 결정 요인은 품질이 가장 크게 작용하는 것으로 나타났으며, 다음이 김치의 맛을 결정하는 배추의 맛인 것으로 분석되었다. 가격은 배추의 품질과 맛에 비하여 비교적 낮게 나타났는데 이것은 소비자가 품질과 맛이 우수하다면 가격을 더 지불할 의사가 있다는 것을 반영하는 것으로 풀이된다. 다음으로 배추의 생산지와 크기를 고려하는 것으로 나타났다〈표 3〉.

2) 품질은 외관상 나타나는 광학특성(색채, 윤기 등)과 형상(모양, 균일성, 손상, 병충해, 상해 등)로 한정하여 조사함(출처:한국과학기술대사전).

〈표 3〉 배추 선호 결정 요인

구분	평균	표준편차	분산
가격	2.893	1.3239	1.753
품질	4.204	0.9691	0.939
산지	2.608	1.4560	2.120
크기	2.010	1.0556	1.114
맛	3.292	1.1803	1.393

※ N=421(무응답 9명)

〈표 4〉에는 선호하는 배추의 크기와 현재 시장에서 거래되고 있는 배추 가격에 대한 만족도를 분석한 결과이다. 선호하는 배추의 크기로는 3kg가 64%, 2.5kg이 17%로 나타나 과거 크기를 중요시하던 경향에서 점점 탈피하고 있는 것으로 분석되었다. 현재 시장에서 판매되고 있은 가격의 만족여부에 대해서는 '적당하다' 57%, '싸다' 20%로 조사되어 소비자들은 배추 가격이 비싸다고 인식하지 않는 것으로 나타났다.

〈표 4〉 선호하는 배추 크기와 현 가격 만족도

선호 배추 크기	빈도	퍼센트	현가격 만족도	빈도	퍼센트
2.0kg	18	4.2	너무 비싸다	7	1.6
2.5kg	76	17.7	비싸다	79	18.4
3.0kg	277	64.4	적당하다	247	57.4
3.5kg	52	12.1	싸다	90	20.9
4.0kg	7	1.6	너무 싸다	7	1.6
계	430	100.0	계	430	100.0

4. 요약 및 결론

이상과 같이 분석된 소비자의 배추가격에 대한 민감도와 배추 선호 결정요인을 정리하면 다음과 같다. 먼저 배추의 적정가격 범위는 두 개의 적정가격이라 할 수 있는 IPP와 OPP지점의 범위가 되며 배추 가격 지불의사 적정금액은 포기당 1,991원(OPP)에서 2,018원(IPP)사이로 분석되었다. 따라서 시장에서 형성되는 소비자 가격도 1,991~2,018원 사이에서 형성이 되도록 농민은 생산을 관계당국은 유통비용을 조정한다면 생산자와 소비자 모두 만족할 수 있을 것이다.

다음으로 소비자가 수용 가능한 가격 범위는 PMC와 PME 사이의 범위라고 볼 수 있는 포기당 하한가격은 1,472원(PMC), 상한가격은 2,714원(PME) 사이로 분석되었다. 배추 포기당 하한가격 1,472원은 너무 싸서 구매를 하지 않겠다는 응답자와 비싸지만 구매를 하겠다는 응답자의 비율이 같아지는 지점으로 이 가격 이하의 제품가격이 형성되면 구매를 하지 않겠다는 응답자가 구매를 하겠다는 응답자의 비율보다 많아지게 되어 공급자는 제품공급을 하지 못하는 지점이다. 따라서 정부와 관련 단체에서는 시장 가격이 최소한 포기당 1,472원 이상이 되도록 가격 정책을 펼쳐야 할 것이다. 또한 상한 가격 2,714원은 너무 비싸서 구매하지 않겠다는 응답자와 싸서 구매하겠다는 응답자의 비율이 같아지는 지점으로 교점 이상의 제품가격이 형성되면 구매하지 않겠다는 응답자가 구매하겠다는 응답자의 비율보다 많아지게 되어 소비자는 이 제품의 대체관계에 있는 제품을 구입하게 된다. 따라서 정부는 배추 수급이 불안정하여 소비자 지불의사 가격의 상한선인 포기당 가격이 2,714원이 상회할 때에만 수입을 고려해야 할 것이다. 또한 가격민감도에 의한 소비자의 지불의사 금액이 대부분 정확한 금액보다 낮게 조사 된다는 점을 고려한다면 이 보다 더 높은 가격이 수입 고려 가격이 될 수 있을 것이다.

배추의 선호 결정 요인은 품질이 가장 크게 작용하는 것으로 나타났으며, 다음이 김치의 맛을 결정하는 배추의 맛인 것으로 분석되었다. 가격은 배추의 품질과 맛에 비하여 비교적 낮게 나타났는데 이것은 소비자가 품질과 맛이 우수하다면 가격을 더 지불할 의사가 있다는 것을 반영하는 것으로 풀이된다. 다음으로 배추의 생산지와 크기를 고려하는 것으로 나타났다

선호하는 배추의 크기로는 3kg가 64%, 2.5kg이 17%로 나타나 과거 크기를 중요시하던 경향에서 점점 탈피하고 있는 것으로 분석되었다. 따라서 금후에는 소비자의 변화를 고려한 적당한 크기의 배추 품종을 육종해야 할 것이며, 크기와 무게 증량 위주의 재배방법을 탈피하여 품질과 맛을 향상한 배추를 생산하여야 할 것이다.

■ 참 고 문 헌 ■

김동환. (2011). 배추의 유통개선 방안. In 농식품신유통연구원, *농산업진단-불안정한 배추산업 해법은 없나*.(pp.17-55).

김연중, 김배성, 송성환, & 박영구. (2006). *배추 계절별 수급모형 개발*. 한국농촌경제연구원.

고정민. 손지현, 안성아, 서영덕, & 김영수. (2010). 영화티켓 가격 민감도 분석:콘텐츠 특성. 상영지역. 상영시간을 중심으로. *문화경제연구,* 13(2), 119-220.

서윤진. (2008). 지불의사가격 누적비율을 활용한 가격 결정에 관한 연구:PSM의 대안으로. *숭실대학교 석사학위논문*.

신주미. (2010). 중국인 해외관광 선택속성의 중요도 및 가격민감도 분석. *한국항공대학교석사학위논문*.

이창무, 나강열, 김영수, & 황석준. (2007). PSM 기법을 이용한 국민임대주택 지불의사 임대료 결정구조 분석. *국토계획*, 42(4), 149-159.

하오근, 김용진, 오미영, 박동주, & 이수범. (2010). 차세대전동차 시스템 도입에 따른 이용자 지불의사금액 결정요인 분석. *한국 ITS 학회 논문지*, 9(4), 113-122.

한기인 & 김태성. (2010). 최근 배추파동 발생요인과 시사점. 「CEO Focus 제 255호」. 농협경제연구소.

Carola, Raab, Karl, Mayer, Kim, Y-S., & Stowe, Shoemaker. (2009). Price-Sensitivity Measurement: a Tool for Restaurant Menu Pricing. *Journal of Hospitality & Tourism Research February,* 33(1), 93-105.

Robert C., Lewis., & Stowe, Shoemaker. (1997). Price-Sensitivity Measurement: A Tool for the Hospitality Industry. *Cornell Hospitality Quarterly April,* 38(2), 44-54.

Robert, Harmon, David, Raffo., & Stuart, Faulk. (2003). Incorporating price sensitivity measurement into the software engineering process. Paper presented at the Management of Engineering and Technology 2003, Portland International Conference. USA.

Van Westendorp, P. (1976). NSS-Price Sensitivity Meter (PSM)- A new approach to study consumer perception of price. Proceedings of the ESOMAR Congress.

Received 10 April 2014; Revised 23 May 2014; Accepted 10 June 2014

A Study on Price Sensitivity and Purchasing Attribute of Chinese Cabbage

Doojong Ha[a] · Sangyong Lee[a] · Youngbin Jo[b]

[a]Researcher, Technology Service Division, RDA, Suwon 440-706, Korea
[b]Researcher, Farm Management Division, RDA, Suwon 441-707, Korea

Abstract

This study is carried out to find out Chinese cabbage price sensitivity of consumer. Even though Chinese cabbage is the most important vegetable in our country, the price fluctuation continues to be changed ever year.

However, there was no price criteria which is low, high, optimum price level for stabilization policies. In this paper, we investigated urban consumer price sensitivity by using the price sensitivity measurement(PSM), and then suggest to farmer and policy maker the results. The purchasing attribute Chinese cabbage of consumer will be provided to farmer.

Optimal willingness to pay price of Chinese cabbage was analyzed between 1,991~2,018 won per head. If the consumer price were formated that price range, the costs will be able to satisfied both producers and consumers.

The consumer's acceptable price range was from lower price (PMC) 1,472 won to the upper limit price of 2,714 won (PME). So when the market price researched above 2,714 won, import should be considered. The most important attribute when purchasing was a taste of cabbage, and he most suitable size was 3kg per head.

key words : Chinese Cabbage, PSM, Purchasing Attribute

Doojong Ha is an agri-economist of rural development administration(RDA), South korea. His major research fields are farm management, farmer's organization and agricultural products export.
Address : Technology Services Division, HIHHS RDA, 203 Cheoncheon-ro, Jang-gu, Suwon GG, 441-706 South Korea.
e-mail)workman@korea.kr, Phone)82-31-240-3595

Sangyoung Lee is an agri-economist of rural development administration(RDA), South korea. His research interests are on agricultural marketing, farm management and farmer's organization.
Address : Technology Services Division, HIHHS RDA, 203 Cheoncheon-ro, Jang-gu, Suwon GG, 441-706 South Korea.
e-mail)lsy0909@korea.kr, Phone)82-31-240-3597

Youngbin Jo is an agri-economist of rural development administration(RDA), South korea. His research interests are on agricultural marketing, food consumer behavior and consumer panel.
Address : Agriculture management Division, RDA, 126 Suin-ro, Gwonseon-gu, Suwon GG, 441-707 South Korea.
e-mail)choyb@korea.kr, Phone)82-31-299-2327