

2.

*

가.

□

,

.

0

,

,

가

.

0

.

0

,

가

가가

.

□

.

0

.

*

가

,

.

0

가

가

가

.

□

.

0

가

,

가

,

.

0

,

, 가 ,

.

< 1>

	,	,

·

□ 가

·

0 가 가 ,

가

가

0

가

가 가 .

□ 1991

1990 가,

·

0 가가

,

,

·

0 가 ,

가

□

,



·

0 ,

FY2001 11.3% FY2002 1/ 4

17.6% , 34.8%

가 ,

0 가

2 3

·

0 ,

·

·

□ 가 .

0 가

가

가

·

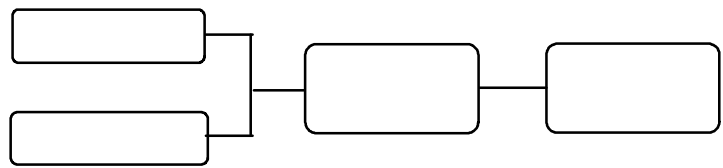
□ 가 .

0

·
0 ,
가

,
0

< 1>



□

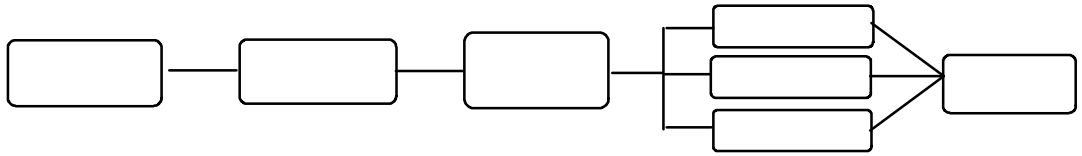
·
0
·
0

, ,

·



< 2>



.

4)

□

가

가가

가

,

5).

0

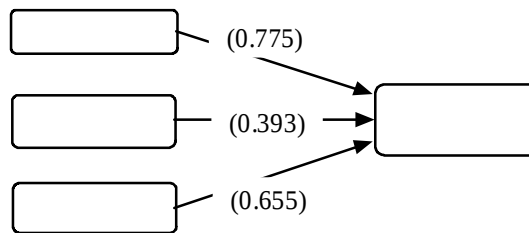
(0.775),

(0.655),

(0.393)

.

< 3>



□

.

0

가

,

4)

2002 8 SIS

「

가

」

5)

(0.508)

(0.625),

(0.619),

--

, (64.7%), ,
 (17.6%), (11.8%)

0, (47.1%)
(25.5%), (21.6%)

□ 가 가 .

0 58.3%, 25% 16.7% 6), 75%가 가가

0 , , , 85.7%가
가가
0

9

6)	가	가 2001	(75%)
----	---	--------	-------



가 가 7).

.

□ 가

.

0 , 가
가 .
0 ,

.

□ .

0 가가 가
 , 가
가 8).
0 가가

.

0 ,

.

7)

85%가 .

8)

(15.7%),

(7.8%)

(15.7%)

(25.5%),
가 (9.8%)

.

0
 ,
 가 .
 □ 가 가
 .
 0
 .
 0 ,
 가 9),
 0 ,
 가
 .
 □
 .
 0 .
 .
 0 ,
 ,
 가 가
 , 가
 .

9) Swan, J. E. and Combs, L. J., "Product Performance and Consumer Satisfaction: A New Concept," *Journal of Marketing*, Vol.40, April, 1976.



0 , (14%), (9.7%),
(9.4%) ,

0 ,
(21.7%), (16%),
(14.3%), (10%)

.

□ ,

.

0 가 가

,
가 가 .