

주부의 돼지고기 구매행태에 관한 연구

김계웅¹, 김민수¹, 김석은^{1*}
¹공주대학교 동물자원학과

A Study on the Housewives' Purchase Behaviors of Pork

Gye-Woong Kim¹, Min-Su Kim¹ and Seok-Eun Kim^{1*}

¹Department of Animal Resources Science, Kongju National University

요 약 본 연구는 주부 253명을 대상으로 학력별, 생활지역별 및 연간소득별로 구분하여 국내·외산 돼지고기의 선호도와 구매행태를 조사한 결과로 국내산과 외국산 선호점수는 5점 중 각각 평균 4.07±0.81점과 2.21±0.96점이었다. 소비자가 돼지고기 중 가장 선호하는 부위는 삼겹살이었고 (56.4%), 구매장소는 대형유통점에서 주로 구입하고 있었으며 (45.4%), 구매처를 선택할 때는 품질신뢰도를 중요시 하였다(40.2%). 소비자는 1회 포장 적정단위로 600 g 을 선호하였고 (54.6%), 돼지도체등급제의 인지도는 2.97±0.88점, 그리고 브랜드 돼지고기의 신뢰도는 3.47±0.60점으로 나타나 다양한 선호도와 구매행태를 보였다.

Abstract ABSTRACT This study was carried out to investigate consumer's purchase behaviors of pork. Questionnaires from a total of 253 housewives were analyzed Jan. to Feb. 2008. The average of preferences for domestic and imported pork were 4.07±0.81 and 2.21±0.96 scores of 5 points, respectively. Consumers (56.4%) liked belly of pork very much. Consumers (45.4%) purchased a great deal of pork in big discount mart. Consumers (40.2%) responded that they indicated quality reliability as the choice factors for determination of purchasing pork. Respondents (54.6%) hoped the wrapping pork pack of 600 g. The evaluation of the perception for carcass grading system and quality reliability for brand-pork averaged 2.97±0.88 and 3.47±0.60 scores of 5 points, respectively.

Key Words : Housewives, Purchase Behaviors, Pork

1. 서론

돼지고기는 동물성 식품으로 우리나라 사람들이 즐겨 먹는 육류자원이다. 우리나라 1인당 육류소비량중 돼지고기가 약 53%를 차지하고 있을 뿐만 아니라 소비량도 2006년 18.1 kg에서 2007년 말에는 19.2 kg으로 매년 증가 추세에 있다[1].

일반적으로 육류의 구입조건은 GNP 증가에 따른 생활수준 향상으로 가격기준에서 품질중심으로 변화 되어 감에 따라 소비자들의 요구를 충족시키기 위해서 양돈 생산농가에서는 사양 기술을 개선하고, 축산물 유통업체에서는 품질의 고급화와 균일화에 맞게 생산 시스템을 구축해야 할 것이다. 돼지고기의 선택과 선호도는 소비자

들의 성향, 기대 등이나 품질특성과 상호 작용하는 것으로 알려져 있다[2,3].

식육의 구매행태는 구매부위, 안전성, 브랜드, 광고 등 [4,5]과 연령이나 성별[6], 교육수준이나 수입과 직업[7], 맛이나 영양가, 가격, 이용편의성[8] 등의 많은 요인들에 의해서 영향을 받는다. 특히, 돼지고기와 닭고기의 소비 비교에서 돼지고기는 안전성을, 닭고기는 맛과 가격이 저렴해서 소비에 많은 영향을 미친다고 보고하였다[9]. 돼지고기는 「저렴」하기 때문에 구입하며 (84%), 구입할 때는 「거의 항상 (53%) 또는 항상 (40%)」구매하고, 도시보다는 농촌지역에 거주하는 소비자가 더 많이 소비 (82%) 하는 것으로 나타났다[10].

우리나라 소비자들의 기호성 성향조사에서 돈육 선택

*교신저자 : 김석은(sekim@kongju.ac.kr)

접수일 09년 9월 24일

수정일 (1차 09년 10월 15일, 2차 09년 11월 10일)

게재확정일 09년 12월 16일

시 소비자의 연령, 성별, 결혼 형태, 직업 형태 등에 따라 선호도의 성향이 다르다고 보고하였을 뿐만 아니라[2], 가계 소득이나 연령, 그리고 거주지역에 따라 브랜드 돈육의 구매행동이 각각 서로 상이한 것으로 발표하였다 [11]. 한편 가족구성원의 돼지고기 선호요리는 삼겹살구이를 가장 선호하며, 직업별로는 회사원과 연령별로는 20대에서 삼겹살구이를 즐겨먹었다[12]. 그리고 소비자시장에서는 기존마케팅이 고객유지보다는 고객획득에 보다 많은 관심을 집중시키는 경향이 있는 것으로 보고한 바도 있다[13]. 이러한 돼지고기에 대한 소비자들의 선호도와 소비성향을 함께 조사하여 분석하는 일은 대단히 중요하다. 그리고 돼지고기의 올바른 이해를 통하여 지속적인 소비자들의 구매력 촉진과 유통시스템 개선에 필요한 정확한 연구자료가 요구되고 있다.

본 연구는 주부들을 대상으로 국내 및 외국산 돼지고기의 선호도, 선호부위, 구매장소, 구매처의 선택요인, 선호 포장단위, 등급제의 인지도수준, 브랜드 돈육 등의 구매행태를 조사하여 양질의 돼지고기 생산은 물론 유통과 경영관리 시스템 개발에 필요한 기초적 자료를 얻고자 실시하였다.

2. 조사대상 및 연구방법

2.1 조사대상

본 연구는 대도시, 중소도시 및 농촌지역에서 생활하는 돼지고기 소비자인 주부를 대상으로 2008년 1월부터 2월까지 서울시 K고등학교 학부모, 그리고 충남 K대학교 신입생과 재학생의 학부모에게 설문지를 배포하여 성실하게 응답한 253명을 조사대상으로 하였다. 조사대상자의 학력별로는 대졸 110명, 고졸 100명, 초·중졸 42명이었고, 생활지역별로는 대도시 93명, 중소도시 48명, 농촌 112명이었다. 소득별로는 7,000만원 이상 11명, 5,000만원~7,000만원 45명, 3,000만원~5,000만원 104명, 그리고 3,000만원 미만인 80명이었다. 그 분포는 표 1과 같다.

[표 1] 응답자의 교육수준, 생활지역 및 소득별 분포 (단위: N, %)

교육수준	생활지역	연간소득 (만원)	
초·중졸 42 (16.7)	대도시 93 (36.7)	3,000 미만	80 (33.3)
고 졸 100 (39.7)	중소도시 48 (19.0)	3,000~5,000	104 (43.3)
대 졸 110 (43.6)	농촌 112 (44.3)	5,000~7,000	45 (18.8)
		7,000 이상	11 (4.6)
합 계 252(100.0)	합 계 253 (100.0)	합 계	240 (100.0)

2.2 연구내용 및 방법

조사항목은 돼지고기의 국내·외산 선호도, 부위별 선호도, 구매장소, 포장단위, 도체등급제의 인지도, 브랜드 돼지고기의 품질신뢰도 등으로 설문지를 배포하여 응답토록 한 후 수집하였다. 돼지고기의 선호도, 인지도, 신뢰도 등은 주관적 5점 척도법으로 매우 높은 것 (우수함)은 5점에서 매우 낮은 것 (불량함)은 1점으로 평가하여 평균과 표준편차를 계산하였다.

2.3 통계처리 및 분석

조사결과는 교육수준, 생활지역, 연간소득별로 구분하여 SPSS PC Program (Ver. 12.0)을 이용하여 각 항목의 빈도, 백분율, 평균, 표준편차 등을 구하였다. 돼지고기 선호부위, 구매처, 선택요인, 포장단위 등의 집단간 분포는 χ^2 -test와 피셔의 정확확률 검정법 (Fisher's exact probability test), 그리고 돼지고기의 선호도, 인지도 및 브랜드 신뢰도에서 Likert 5점 척도법에 의한 평균의 차이는 Duncan의 multiple range test로 각각 유의성을 검정하여 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

3.1 국내산과 수입산 돼지고기의 선호도

[표 2] 국내산과 수입산 돼지고기의 선호도 평균과 표준편차

구 분	국내산 돈육	수입산 돈육
교육 수준	초·중등학교 (N=42)	1.86±0.93 ^a
	고등학교 (N=100)	2.44±0.99 ^b
	대학교 (N=110)	2.16±0.94 ^{ab}
합 계 (N=252)	4.07±0.80	2.22±0.97
F-검정		F-값: 1.07 ^{NS} F-값: 5.24 ^{**}
생활 지역	대도시 (N=93)	2.68±0.91 ^b
	중소도시 (N=48)	1.98±0.91 ^a
	농촌 (N=112)	1.97±0.93 ^a
합 계 (N=253)	4.05±0.80	2.23±0.98
F-검정		F-값: 2.37 ^{NS} F-값: 17.89 ^{***}
연간 소득	3,000미만 (N=80)	2.23±0.98
	≤3,000~5,000 (N=104)	2.08±0.84
	≤5,000~7,000 (N=45)	2.36±1.03
(만 원)	7,000이상 (N=11)	2.54±1.39
합 계 (N=240)	4.07±0.81	2.21±0.96
F-검정		F-값: 1.52 ^{NS} F-값: 1.55 ^{NS}

NS: Not-significant (p>0.05), **: p<0.01, ***: p<0.001.

a, b: values with different superscripts are significantly different.

국내산 돼지고기와 수입산 돼지고기에 대한 주부들의 5점 척도법에 의한 선호도 비교는 표 2와 같다.

국내산 돈육과 수입산 돈육에 대한 평균 선호도는 국내산은 4.07점으로 매우 높은 선호도를 보인 반면에, 수입산은 2.21점으로 비교적 낮은 선호도를 보였다. 학력별로 보면 국내산 돈육의 경우 학력간에 유의성은 없었으나, 수입산은 통계적 유의차 ($p < 0.01$)가 인정되었는데, 초·중등 학력자는 낮은 선호도인 반면에 고학력자는 약간 높았다. 이러한 결과는 국내산돈육은 평균 4.18점으로 보고한 결과와 일치하였으나, 학력간에는 유의한 차이 ($p < 0.01$)가 있는 것으로 보고한 것과는 일치하지 않았다 [14].

생활지역별로는 국내산 돈육의 경우 유의한 차이가 없이 서로 비슷한 선호도를 보인 반면에 수입산의 경우는 농촌이나 중소도시 거주자는 고도로 유의하게 ($p < 0.001$) 매우 낮은 선호도를 보였으나 대도시 거주자는 농촌 거주자보다 더 높게 선호하는 것으로 나타났다.

소득별 선호도 분석에서는 국내산의 경우 유의한 차이는 없지만 소득이 높을수록 선호도가 높은 경향을 보였으며, 수입산은 소득증간에 유의차는 인정되지 않았으나 소득이 높을수록 다소 높은 경향을 보였다.

이러한 결과는 수입 축산물 선호 수준에서 학력간과 생활지간에 각각 통계적 유의차가 인정되었는데, 외국 축산물은 학력이 높고 대도시에 거주하는 사람일수록 더 선호한다는 결과와 대체적으로 유사하였다[15]. 그리고 전체 응답자 중 수입돼지고기는 「싫어하는 편이다」(38.4%)와 「아주 싫어한다」(36.6%)로 보고한 결과와 비슷한 경향을 보였다[14]. 국내산 돼지고기 소비 촉진을 위해서는 소비중심지인 대도시 소비자들의 기호에 맞춰 위생적이고 고품질로 차별화된 돼지고기를 생산하고 유통하는 것이 무엇보다도 중요한 과제라고 생각된다. 또한 고학력자와 대도시 거주자 및 고소득 계층의 밀집지역에서는 수입산 돼지고기의 유통점 개설로 판매수입이 가능할 것으로 생각된다.

3.2 돼지고기의 선호부위

학력별, 생활지역별 및 소득별 돼지고기 부위별 선호도는 [표 3]과 같다. 전체 응답자는 돼지고기 부위 중 「삼겹살」을 가장 좋아하며 (56.4%), 그 다음은 목살 (19.6%), 등심·안심 (15.6%), 사태살 (6.8%) 등의 순으로 선호하는 것으로 나타났다.

학력별 선호도는 통계적으로 유의한 차이 ($p < 0.001$)를 보였는데, 초·중졸 학력자는 「삼겹살」을 가장 선호하고 (57.1%), 목살 (28.6%), 사태살 (14.3%) 순으로 좋아하는 것으로 나타났다. 고졸 학력자도 「삼겹살」을 가장 선호하며 (59.2%), 그 다음으로 등심·안심 (22.4%), 목살 (13.3%) 순이었다. 대졸 이상 학력자는 역시 「삼겹

살」을 가장 좋아하는 것으로 응답 (53.6%) 하였으며, 목살 (21.8%), 등심·안심 (15.5%) 순으로 선호하였다.

[표 3] 돼지고기의 선호부위

(단위: N, %)

구분	등심·안심	삼겹살	목살	사태살	기타	합계	
교육수준	초·중등학교	0 (0.0)	24 (57.1)	12 (28.6)	6 (14.3)	0 (0.0)	42 (100)
	고등학교	22 (22.4)	58 (59.2)	13 (13.3)	4 (4.1)	1 (1.0)	98 (100)
	대학교	17 (15.5)	59 (53.6)	24 (21.8)	7 (6.4)	3 (2.7)	110 (100)
합계	39 (15.6)	141 (56.4)	49 (19.6)	17 (6.8)	4 (1.6)	250 (100)	
χ^2 -검정		χ^2 -값: 22.080***					
생활지역	대도시	28 (30.8)	47 (51.6)	11 (12.1)	3 (3.3)	2 (2.2)	91 (100)
	중소도시	6 (12.5)	30 (62.5)	8 (16.7)	3 (6.2)	1 (2.1)	48 (100)
	농촌지역	7 (6.3)	64 (57.1)	28 (25.0)	12 (10.7)	1 (0.9)	112 (100)
합계	41 (16.3)	141 (56.2)	47 (18.7)	18 (7.2)	4 (1.6)	251 (100)	
χ^2 -검정		χ^2 -값: 28.246***					
연간소득 (만원)	3,000 미만	7 (8.7)	50 (62.5)	17 (21.3)	5 (6.3)	1 (1.2)	80 (100)
	≤3,000 ~5,000	14 (13.4)	62 (59.6)	19 (18.3)	8 (7.7)	0 (0.0)	103 (100)
	≤5,000 ~7,000	10 (22.7)	19 (43.2)	8 (18.2)	5 (11.4)	3 (4.5)	45 (100)
	7,000 이상	5 (45.4)	3 (27.3)	3 (27.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	11 (100)
	합계	36 (15.1)	134 (56.1)	47 (19.6)	18 (7.5)	4 (1.7)	239 (100)
χ^2 -검정		χ^2 -값: 17.748 ^{NS}					

NS: Not-significant ($p > 0.05$), ***: $p < 0.001$.

생활지역별 분석에서는 통계적으로 고도의 유의차 ($p < 0.001$)가 인정되었는데, 대도시 생활자는 가장 선호하는 부위로 「삼겹살」(51.6%), 등심·안심 (30.8%), 목살 (12.1%) 순으로 선호하였다. 중·소도시 생활자도 「삼겹살」을 가장 좋아하고 (62.5%), 목살 (16.67%), 등심·안심 (12.5%) 순이었다. 농촌지역 생활자도 「삼겹살」을 가장 선호하였고 (57.1%), 그 다음으로 목살 (25.0%), 사태살 (10.7%) 순으로 선호하고 있었다. 유럽에서는 등심과 안심을 가장 선호하는 반면에 우리나라에서는 여전히 삼겹살을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 등심과 안심은 농촌 보다는 대도시 생활자일수록 선호도 비율이 높았음을 알 수 있었다.

소득별로는 소득증간에 통계적으로 유의한 차이는 없었는데, 연간 3,000만원 미만에서는 「삼겹살」(62.5%)과 목살 (21.3%)을 선호하는 반면에, 7,000만원 이상의 가구에서는 삼겹살이나 목살보다 「등심과 안심」을 가장 선호하는 경향을 보였다 (45.4%). 따라서 소득이 낮을수록 삼겹살이나 목살을 선호하는 반면에 소득이 높을수록 등심과 안심을 더욱 선호하는 것으로 나타났다.

이와 같이 모든 그룹에서 돼지고기 부위 중 삼겹살을 가장 선호하는 결과는 돼지고기 요리 중 삼겹살구이를 가장 선호하며 (30.4%), 가족 구성원 중 남편이 주부나 자녀보다 가장 선호하는 (39.5%) 것으로 보고한 결과와 유사하였다[16]. 그리고 돼지고기 선호부위는 삼겹살 (48.6%) 과 목살 (25.1%)을 가장 많이 응답한 결과와도 서로 일치하였다[17]. 그리고 가족구성원 중 주부나 자녀보다도 남편 (65.6%)이 삼겹살구이를 가장 선호한다고 보고한 바도 있다[12]. 또한 보고에서도 모두 「삼겹살」을 가장 선호하는 부위라고 각각 61.2%[18]와 43.5%[14]로 응답함으로써 선호부위에 대한 공급량 확보와 함께 기술 집약으로 고품질 돈육생산에 많은 노력을 기울여야 할 것으로 사료된다.

3.3 돼지고기의 구매처

소비자의 돼지고기 구매처에 대한 조사결과는 표 4와 같다.

전체 응답자는 「대형유통점」에서 많이 구입하고 있으며 (45.4%), 그 다음은 정육점 (44.2%), 슈퍼마켓 (10.4%) 등 순으로 나타났다.

[표 4] 돼지고기의 구매장소 (단위: N, %)

구분	정육점	대형유통점	슈퍼마켓	합계	
교육수준	초·중등학교	23 (54.8)	15 (35.7)	4 (9.5)	42 (100)
	고등학교	52 (52.5)	34 (34.3)	13 (13.1)	99 (100)
	대학교	35 (32.4)	64 (59.3)	9 (8.3)	108 (100)
	합계	110 (44.2)	113 (45.4)	26 (10.4)	249 (100)
χ ² -검정		χ ² -값: 15.29**			
생활지역	대도시	43 (47.8)	37 (41.1)	10 (11.1)	90 (100)
	중소도시	23 (47.9)	24 (50.0)	1 (2.1)	48 (100)
	농촌지역	49 (43.8)	49 (43.8)	14 (12.5)	112 (100)
	합계	115 (46.0)	110 (44.0)	25 (10.0)	250 (100)
χ ² -검정		χ ² -값: 4.61 ^{NS}			
연간소득 (만원)	3,000 미만	44 (55.0)	24 (30.0)	12 (15.0)	80 (100)
	≤3,000	46 (44.7)	50 (48.5)	7 (6.8)	103 (100)
	~5,000	13 (30.2)	26 (60.5)	4 (9.3)	43 (100)
	≤5,000	4 (36.4)	6 (54.5)	1 (9.1)	11 (100)
	7,000 이상	107 (45.1)	106 (44.7)	24 (10.1)	237 (100)
χ ² -검정		χ ² -값: 13.91*			

^{NS}: Not-significant (p>0.05), *: p<0.05, **: p<0.01.

학력별로 구분하여 분석한 결과는 통계적으로 유의한 차이 (p<0.05)를 보여 초·중졸 학력자 (54.8%)와 고졸 학력자 (52.5%)는 모두 「정육점」에서 많이 구입하며, 그 다음은 대형유통점에서 구입하는 것으로 나타났다. 대졸이상의 학력자는 「대형유통점」 (59.3%), 정육점 (32.4%) 순으로 구입하고 있었다.

생활지역별로 분석한 결과는 통계적으로 유의한 차이 없이 대도시 거주자는 「정육점」에서 많이 구입하며 (47.8%), 그 다음은 대형유통점 (41.1%), 슈퍼마켓 (11.1%) 순으로 조사되었으나, 중·소도시 거주자의 경우는 「대형유통점」에서 가장 많이 구입하며 (50.0%), 그 다음은 정육점 (47.9%) 이었는데, 슈퍼마켓이나 인터넷 쇼핑몰에서는 거의 구입하지 않는 것으로 나타났다. 농촌 거주자는 「정육점 (43.8%)과 대형유통점 (43.8%)」에서 주로 구입하나 슈퍼마켓 (12.5%)에서도 구입하고 있었다.

소득별 분석에서는 유의한 차이로 (p<0.05) 3,000만원 미만 가구에서는 「정육점」에서 많이 구입하나 (55.0%), 7,000만원 이상에서는 「대형유통점」에서 많이 구입 (54.5%) 하는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 우리나라 주부의 돼지고기 구입처는 정육점 (51.6%), 대형마트 (38.5%), 슈퍼마켓 (7.4%) 순이었다는 보고[2]나 정육점 (42.6%), 할인매장 (23.2%), 농·축협 전문매장 (19.1%) 순이었다는 조사보고[19], 그리고 정육점 (28.0%)에서 많이 구입하며, 그 다음은 슈퍼마켓, 백화점 순으로 보고한 결과[18]와 다소 차이가 있었는데, 이러한 차이는 그동안 동네 정육점에서 구매 습관에 의해 구입하던 관행적 행태가 주말 휴무와 생활 패턴이 점점 변화해 감에 따라 정육점 위주에서 대형유통점으로 구입하는 소비자의 증가 요인에 기인한 것으로 생각되므로 돼지고기의 매장 설치는 주변 소비계층을 고려하여 그 형태를 결정 하는 것이 바람직할 것으로 사료된다.

3.4 돼지고기 구매처의 선택요인

소비자의 돼지고기 구매처를 선택하는 구매결정 요인은 표 5와 같다.

전체 응답자의 40.2%가 「품질 신뢰도」라고 가장 많이 응답하였으며, 그 다음으로 신선도유지 (29.3%), 구입거리 (15.7%), 가격저렴 (9.2%) 순으로 나타났다.

학력별 분석은 통계적으로 유의한 차이 없이 초·중졸 학력자, 고졸 학력자 및 대졸 학력자 모두 「품질 신뢰도」를 구매처의 선택요인으로 가장 많이 응답하였으나, 학력이 높아질수록 비율도 높아지는 경향을 보였다. 그 다음으로는 모두 신선도 유지를 들었으며, 그 비율도 비슷한 경향치를 보였다.

생활지역별 분석에서도 유의한 차이는 없었다. 대도시, 중·소도시 및 농촌거주자 각각 모두 「품질신뢰도」라고 가장 많이 응답하였으나, 농촌보다는 대도시거주자가 그 비율이 다소 높은 경향을 보였으며, 그 다음은 신선도 유지 순이었다.

소득별 분석에서도 유의한 차이가 없이, 연간 소득 3,000만원 미만 가구나 7,000만원 이상의 고소득 가구 모두 「품질신뢰도」를 가장 많이 들었으나, 소득이 높을수록 그 비율이 높은 경향을 보였다.

[표 5] 돼지고기 구매처의 선택요인

(단위: N, %)

구 분	가격 저렴	신선도	품질 신뢰도	거리	부위	합계
초·중등학교	7 (16.7)	11 (26.2)	13 (30.9)	9 (21.4)	2 (4.8)	42 (100)
교육수준						
고등학교	6 (6.1)	33 (33.3)	36 (36.3)	18 (18.2)	6 (6.1)	99 (100)
대학교	10 (9.3)	29 (26.8)	51 (47.2)	12 (11.1)	6 (5.6)	108 (100)
합 계	23 (9.2)	73 (29.3)	100 (40.2)	39 (15.7)	14 (5.6)	249 (100)
X ² -검정		X ² -값: 9.792 ^{NS}				
생활지역						
대도시	9 (9.7)	22 (23.7)	40 (43.0)	18 (19.3)	4 (4.3)	93 (100)
중소도시	4 (8.3)	16 (33.3)	20 (41.7)	3 (6.3)	5 (10.4)	48 (100)
농촌지역	11 (10.0)	33 (30.0)	39 (35.4)	20 (18.2)	7 (6.4)	110 (100)
합 계	24 (9.6)	71 (28.3)	99 (39.4)	41 (16.3)	16 (6.4)	251 (100)
X ² -검정		X ² -값: 8.213 ^{NS}				
연간소득						
3,000 만원	8 (10.1)	27 (34.2)	27 (34.2)	13 (16.4)	4 (5.1)	79 (100)
≤3,000 ~5,000	10 (9.8)	25 (24.5)	47 (46.1)	14 (13.7)	6 (5.9)	102 (100)
(만원)						
≤5,000~7,000	3 (6.7)	14 (31.1)	17 (37.8)	6 (13.3)	5 (11.1)	45 (100)
7,000 이상	2 (18.2)	2 (18.2)	6 (54.5)	1 (9.1)	0 (0.0)	11 (100)
합 계	23 (9.7)	68 (28.7)	97 (40.9)	34 (14.4)	15 (6.3)	237 (100)
X ² -검정		X ² -값: 7.832 ^{NS}				

^{NS}: Not-significant (p>0.05).

이러한 결과는 돼지고기 소비행태조사에서 돼지고기의 구매요소는 신선도 (24.5%), 위생과 안전성 (19.3%), 품질 (16.0%) 순으로 보고한 결과와 서로 유사하였다 [16]. 그리고 품질 (25.4%), 부위 (20.7%), 가격 (7.1%) 등의 순으로 구매한다고 보고하였는데, 부위나 가격보다 품질을 우선하여 구매한다고 보고한 결과와는 대체적으로 일치하였다[17].

3.5 돼지고기의 포장단위

돼지고기의 구매시 적정 포장단위에 대한 설문결과는 표 6과 같다.

돼지고기의 적정 포장단위는 「600 g」으로 가장 많

은 사람들이 응답하였으며 (54.6%), 그 다음은 400 g (25.50%), 200 g (11.2%) 등의 순으로 나타났다.

학력별로 적정 포장단위의 분석에서는 유의차는 없지만 초·중졸, 고졸 및 대졸 학력자 모두 「600 g」을 적당한 포장단위라고 가장 많이 응답하였으나, 대졸자 (54.6%) 보다는 초·중졸 학력자 (69.1%) 집단에서 그 비율은 더 높은 경향을 보였다.

[표 6] 돼지고기의 적정 포장단위

(단위: N, %)

구 분	200g	400g	600g	1,000g	기타	합계
초·중등학교	3 (7.1)	4 (9.5)	29 (69.1)	6 (14.3)	0 (0.0)	42 (100)
교육수준						
고등학교	11 (11.1)	29 (29.3)	54 (54.5)	5 (5.1)	0 (0.0)	99 (100)
대학교	14 (12.7)	31 (28.2)	54 (49.1)	10 (9.1)	1 (0.9)	110 (100)
합 계	28 (11.1)	64 (25.5)	137 (54.6)	21 (8.4)	1 (0.4)	251 (100)
X ² -검정		X ² -값: 13.345 ^{NS}				
생활지역						
대도시	18 (19.5)	34 (37.0)	34 (37.0)	6 (6.5)	0 (0.0)	92 (100)
중소도시	6 (12.5)	11 (22.9)	27 (56.2)	3 (6.3)	1 (2.1)	48 (100)
농촌지역	7 (6.3)	20 (17.9)	75 (66.9)	10 (8.9)	0 (0.0)	112 (100)
합 계	31 (12.3)	65 (25.8)	136 (54.0)	19 (7.5)	1 (0.4)	252 (100)
X ² -검정		X ² -값: 26.615 ^{***}				
연간소득						
3,000 미만	7 (8.9)	20 (25.3)	45 (56.9)	7 (8.9)	0 (0.0)	79 (100)
≤3,000 ~5,000	14 (13.5)	23 (22.1)	60 (57.7)	6 (5.8)	1 (0.9)	104 (100)
(만원)						
≤5,000 ~7,000	9 (20.0)	17 (37.8)	14 (31.1)	5 (11.1)	0 (0.0)	45 (100)
7,000 이상	0 (0.0)	2 (18.2)	9 (81.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	11 (100)
합 계	30 (12.6)	62 (25.9)	128 (53.6)	18 (7.5)	1 (0.4)	239 (100)
X ² -검정		X ² -값: 17.966 ^{NS}				

^{NS}: Not-significant (p>0.05), ^{***}: p<0.001.

생활지역별 분석에서는 통계적으로 유의한 차이 (p<0.001)가 인정되었는데, 대도시 거주자의 적정 포장단위는 400 g과 600 g으로 모두 동일하게 가장 많이 응답하였으며 (37.0%), 중·소도시와 농촌 거주자의 경우도 각각 「600 g」이 가장 많았으나, 그 비율은 대도시 거주자 (37.0%) 보다 농촌거주자 (66.9%)가 훨씬 높았다. 그리고 소득별로는 통계적으로 유의한 차이는 없으나, 3,000만원 미만의 저소득층 가구와 7,000만원 이상의 고소득층에서는 모두 「600 g」을 알맞은 포장단위라고 하였다. 저소득층 (56.9%) 보다는 고소득층가구 (81.8%) 에서 그 비율이 매우 높은 경향을 나타냈다.

이러한 결과는 주부 대상으로 1회 구입량은 500-1,000 g 단위가 가장 많다고 보고한 것과 유사하였다[19]. 1회 구입시 600 g을 구입한다는 응답자가 가장 많았을 뿐만 아니라[20], 500-999 g 이 1회 구입량이라고 가장 많이

응답하였는데[18], 이와 같이 1회 구입시 포장단위로 「약 600 g」을 더 선호하는 이유는 오랜 기간 동안 계량단위를 「1근 (600 g)」으로 사용하던 습관이 남아 있을 뿐만 아니라 1회의 가족단위 요리에 가장 적합하기 때문으로 풀이된다.

3.6 돼지도체등급제의 인지도 수준

소비자가 돼지도체등급제의 이해 수준을 1점에서 5점까지 주관적으로 평가한 점수는 표 7과 같다.

【표 7】 돼지도체등급제의 평균과 표준편차

구 분	평균±표준편차	F-검정	
교육 수준	초·중등학교 (N=42)	3.10 ± 0.87	F-값: 0.54 ^{NS}
	고등학교 (N=100)	2.97 ± 0.81	
	대학교 (N=110)	2.93 ± 0.95	
	합 계 (N=252)	2.97 ± 0.88	
생활 지역	대도시 (N=93)	3.09 ± 0.87	F-값: 1.74 ^{NS}
	중소도시 (N=48)	2.81 ± 0.90	
	농촌지역 (N=112)	2.92 ± 0.89	
	합 계 (N=253)	2.96 ± 0.88	
연간 소득 (만원)	3,000미만 (N=80)	2.87 ± 0.79 ^b	F-값: 2.55 [*]
	≤3,000~5,000 (N=104)	2.96 ± 0.85 ^b	
	≤5,000~7,000 (N=45)	3.07 ± 1.05 ^b	
	7,000 이상 (N=11)	3.64 ± 1.02 ^a	
합 계 (N=240)	2.98 ± 0.89		

^{NS}: Not-significant (p>0.05), ^{*}: p<0.05.

^a, ^b: values with different superscripts are significantly different.

소비자 평균 점수는 「2.97점」으로 보통수준(3점)과 서로 비슷하게 인지하는 것으로 평가되었다. 학력별로 도체등급제의 인지도를 분석한 결과에서는 통계적으로 유의성이 인정되지 않았으나, 초·중졸 학력자가 「3.10점」으로 가장 높은 인지도를 보여주었으며, 그 다음은 고졸자, 대졸자 순으로 나타나 학력이 낮을수록 돼지도체등급제의 인지도가 높은 경향을 보였다.

생활지역간에도 통계적으로 유의한 차이가 없었으나, 중·소도시와 농촌 거주자보다 대도시 거주자가 「3.09점」으로 보통의 인지도 수준을 보였다. 그리고 소득별로는 유의한 차이를 보였는데 (p<0.05), 3,000만원 미만 가구에서는 2.89점으로 가장 낮은 점수인 반면에, 7,000만원 이상에서는 「3.64점」의 가장 높은 점수로, 소득이 높을수록 돼지도체등급제를 비교적 많이 인지하고 있음을 알 수 있었다.

이러한 결과는 돼지도체등급제의 인지도는 대체적으로 비교적 낮다는 보고[17]와 서로 유사하였는데, 돼지의 도체등급은 도체중과 등지방두께 기준에 따라 수율을 산정하고 육질은 육색, 지방색, 지방 침착도, 조직감 등을 평가하여 규격등급과 육질등급을 판정하여 도체중당 가격이 결정되므로 소비자는 양질의 돈육선택과 올바른 구매를 위해서는 돼지고기 등급제의 정확한 이해와 수준을 높이는 것은 대단히 중요할 것으로 생각된다.

3.7 브랜드 돼지고기의 품질신뢰도 평가

주부 소비자들이 우리나라 브랜드 돼지고기의 품질신뢰도를 1점에서 5점까지 주관적으로 평가한 결과는 표 8과 같다.

소비자가 평가한 품질신뢰도의 평균점수는 「3.47점」으로 보통수준 3점보다는 다소 높게 평가하고 있었다. 교육수준별 브랜드신뢰도는 유의성 있는 차이가 없이 서로 비슷한 수준으로 조사되었다. 생활지역별 분석에서는 유의성은 없지만, 중소도시에서 생활하는 주부들이 3.65점으로 브랜드 돼지고기의 품질을 다소 높게 평가하는 경향을 나타냈다.

소득별로 분석한 브랜드 돼지고기의 신뢰도 평가에서도 유의차는 인정되지 않았으나 3,000만원 미만 가구에서는 3.41점으로 가장 낮았으나, 7,000만원 이상에서는 3.73점으로 소득이 높을수록 우리나라 브랜드 돼지고기를 높게 평가하는 경향을 보였다. 따라서 브랜드 돼지고기의 신뢰도는 교육수준, 생활지역, 그리고 소득층간에 모두 유의한 차이가 없이 평균이상으로 비슷한 것으로 보아 더욱 브랜드육에 대한 품질 우수성을 차별화하여 생산하고 신뢰도를 구축함으로써 유통효율화에 기여해야 할 것으로 생각된다.

이러한 결과는 브랜드 포크 (brand pork)의 주부 소비자 신뢰도는 48.9%로 낮게 보고한 결과와 대체적으로 유사하였다[18]. 대부분의 소비자들은 기능성 신선육이 일반육보다 비싸다고 인식하고 있고, 전체 응답자 중 과반수 이상이 가격이 비싸더라도 품질 좋고 안전성이 확보되었다면 기능성 신선육을 기꺼이 구입하겠다고 응답하였다[19]. 그리고 소득이 높을수록 브랜드 포크의 신뢰도는 「보통이다」라고 가장 많이 응답한 것으로 보고된 바도 있다[11].

소비자들의 브랜드 돼지고기에 대한 신뢰도는 전체평균 3.62점으로 나타났으며, 학력 및 가계소득층간에는 모두 유의한 차이가 있는 것으로 보고하였다[14]. 이러한 브랜드 돼지고기의 가치를 향상시키기 위해서는 우선적으로 차별화된 고품질화와 함께 유통과 경영관리시스템 구축으로 소비자 인지도를 높이도록 지속적으로 개선 또

는 보완 관리해야 할 것으로 생각된다.

[표 8] 브랜드 돼지고기의 품질신뢰도 평균과 표준편차

구분	평균±표준편차	F-검정	
교육수준	초·중등학교 (N=42)	3.36 ± 0.65	F-값: 1.43 ^{NS}
	고등학교 (N=100)	3.45 ± 0.57	
	대학교 (N=110)	3.54 ± 0.60	
	합계 (N=252)	3.47 ± 0.60	
생활지역	대도시 (N=93)	3.40 ± 0.61	F-값: 2.72 ^{NS}
	중소도시 (N=48)	3.65 ± 0.60	
	농촌지역 (N=112)	3.48 ± 0.58	
	합계 (N=253)	3.48 ± 0.60	
연간소득 (만원)	3,000미만 (N=80)	3.41 ± 0.58	F-값: 1.57 ^{NS}
	≤3,000~5,000 (N=104)	3.57 ± 0.61	
	≤5,000~7,000 (N=45)	3.51 ± 0.62	
	7,000이상 (N=11)	3.73 ± 0.46	
	합계 (N=240)	3.51 ± 0.60	

^{NS}: Not-significant (p>0.05).

4. 결론

본 연구는 대도시, 중·소도시 및 농촌 지역에서 거주하는 주부 253명을 대상으로 무작위로 설문지를 배포하여 돼지고기의 국·내외산 선호도, 부위별 선호도, 구매장소, 구매요인, 포장단위, 등급제의 인지도, 브랜드 돼지고기의 신뢰도 등을 조사·분석하였다.

첫째, 국내산과 수입산 돼지고기의 평균 선호도는 각각 4.07점과 2.21점으로 나타났다. 국내산의 경우 학력, 생활지역 및 소득층별간에 모두 유의한 선호도의 차이는 없었으나, 수입산의 경우는 저학력자 보다는 고학력자가 유의하게 (p<0.01) 높은 선호도를 보였으며, 생활지역간에도 농촌보다는 대도시 거주자가 고도로 유의하게 (p<0.001) 높은 선호도를 나타냈으나, 소득층간에는 유의한 차이가 나타나지 않았다.

둘째, 주부 56.4%가 돼지고기 부위 중 「삼겹살」을 가장 선호 하는 것으로 조사되었다. 학력별 선호도에서는 유의한 차이 (p<0.001)를 보였는데, 초·중졸 학력자는 「삼겹살」(57.1%)과 목살 (28.6%) 순으로 선호하였으나, 고졸 학력자는 「삼겹살」(59.2%)과 등심·안심(22.4%) 순이었으며, 대졸 학력자는 「삼겹살」(53.6%)과 목살 (21.8%)을 선호하였다. 생활지역별로도 고도의 통계적 유의차 (p<0.001)가 인정되었는데, 대도시 거주자 (51.6%), 중·소도시 거주자 (62.5%) 및 농촌지역 거주자 (57.1%) 모두 「삼겹살」이 가장 선호하는 부위임을 알 수 있었다. 소득별로는 유의한 차이가 없이 나타났

다.

셋째, 돼지고기 구매장소는 전체 응답자중 45.4%가 「대형유통점」에서 가장 많이 구입하는 것으로 조사되었다. 학력별 분석에서는 통계적 유의차 (p<0.05)를 보였는데, 초·중졸 학력자 (54.8%)와 고졸 학력자 (52.5%) 모두 「정육점」, 그리고 대졸이상 학력자는 「대형유통점」(58.7%)에서 각각 가장 많이 구입하는 것으로 나타났다. 생활지역별로는 통계적으로 유의한 차이는 없었다. 소득층이 낮을수록 「정육점」에서 주로 구입하나 (55.0%), 소득이 높은 층일수록 「대형유통점」에서 많이 구입하는 (60.5%) 것으로 나타났다 (p<0.05).

넷째, 돼지고기 구매처의 선택요인으로는 전체응답자의 40.2%가 「품질 신뢰도」라고 가장 많이 응답하였다. 학력별과 생활지역별 분석에서는 유의성이 없었다.

다섯째, 돼지고기 1회 구매시 적정 포장단위는 「600g」이라고 가장 많이 응답하였다 (54.6%). 학력별로는 통계적으로 유의한 차이는 없지만, 생활지역별 분석에서는 고도로 유의한 차이 (p<0.001)가 인정되었다. 대도시 거주자의 적정 포장 단위는 「400g」(37.0%), 그리고 농촌지역 거주자는 「600g」(66.9%)이라고 응답하였다. 소득별 유의성은 없게 나타났다.

여섯째, 돼지고체등급제의 인지도 평균은 「2.97」점으로 보통 수준으로 인지하고 있었다. 학력별로는 통계적으로 유의성 있는 차이가 인정되지 않았으며, 소득별로는 유의한 차이 (p<0.05)를 보였는데, 3,000만원 미만 가구에서는 「2.89점」으로 가장 낮은 반면에, 7,000만원 이상에서는 높은 「3.64점」으로 소득이 높을수록 등급제를 더 많이 인지하는 것으로 평가되었다.

일곱째, 브랜드 돼지고기의 신뢰도 평균점수는 「3.47점」으로 평가되었다. 교육수준별, 생활지역별 및 소득별로 분석한 평가는 모두 유의성 없이 나타났다. 우리나라 주부들의 돼지고기 선호도나 구매행태는 다양하지만 브랜드육 품질 신뢰도나 인지도에서는 비교적 낮은 것으로 분석되어 소비자는 품질의 올바른 이해가 필요하고, 생산자는 차별화된 품질관리에 최선을 다하여야 할 것으로 생각된다.

참고문헌

- [1] 농림수산식품부, 「주요 축산물 소비량」, pp. 104-105, 2008.
- [2] 조수현, 박범영, 변종석, 김진형, 안종남, 윤상기, “돈육 등심의 육안적 평가조건과 한국소비자들의 기호도 성향 분석,” 한국동물자원과학회지, 제46권, 제3호, pp.

415-426, 2004.

[3] Ngapo, T. M., Dransfield, E., Martin, J. F., Magnussen, M., Bradall, L. and Nute, G. R., "Consumer perceptions: pork and pig production. Insights from France, England, Sweden and Denmark", *Meat Sci.*, vol. 66, 125, 2003.

[4] Verbeke, W. and Vackier, I., "Profile and effects of consumer involvement in fresh meat", *Meat Sci.* vol. 67, 159-168, 2004.

[5] Verbeke, W. and Ward, R. W. A., "Fresh meat almost ideal demand system incorporating negative TV press and advertising impact", *Agricultural Economics*, vol. 25, 359-374, 2001.

[6] Bryhni, E.A., Byrne, D.V., Rodbotten, M. C., Claudi-Magnussen, C., Agerhem, H., Johansson, M., Lea, P., and Martens, M., "Consumer perceptions of pork in Denmark, Norway and Sweden", *Food Quality and Preference*, vol. 13, pp. 257-266, 2002.

[7] Turrell, G., Hewitt, B., Patterson, C., and Oldenburg, B., "Measuring socio-economic position in dietary research: is choice of socio-economic indicator important?", *Public Health Nutrition*, vol. 6, 191-200, 2003.

[8] Grunert, K. G., Bredahl, L., and Brunso, K., "Consumer perception of meat quality and implications for product development in the meat sector - a review", *Meat Sci.*, vol. 66, 259-272, 2004.

[9] McCarthy, M., O'Reilly, S., Cotter, L., and de Boer, M., "Factors influencing consumption of pork and poultry in the Irish market", *Appetite*, vol. 43, 19-28, 2004.

[10] Fortomaris, P., Arsenos, G., Georgiadis, M., Banos, G., Stamataris, C., and Zygoyiannis, D., "Effect of meat appearance on consumer preferences for pork chops in Greece and Cyprus", *Meat Sci.*, vol. 72, 688-696, 2006.

[11] 이문희, 김태완, 허순구, 한일문, 진상근, 김일석, "소득과 연령에 따른 브랜드 돈육에 대한 경남지역 소비자의 구매행동," 한국축산식품학회지, 제26권, 제3호, pp. 380-385, 2006.

[12] 광영태, 고복남, "돼지고기 비선호 부위의 소비유형분석," 농업경영·정책연구, 제33권, 제2호, pp. 444-455, 6월, 2006.

[13] 최영화, 정진도, "관계마케팅 요인이 백화점 애호도에 미치는 영향," 한국산학기술학회논문집, 제8권, 제6호, pp. 1662-1672, 2007.

[14] 차주희, 「우육과 돈육의 소비성향에 관한 조사연구」, 전남대학교 석사학위논문, 2007.

[15] 김석은, "축산물의 선호도와 구매행태에 관한 연구," 한국생활과학회지, 제15권, 제3호, pp. 501-512, 6월, 2006.

[16] 박중수, 조광호, "돈육의 소비행태와 소비촉진 광고에 대한 소비자의 태도조사," 농업경영·정책연구, 제29권, 제2호, pp. 283-297, 2002.

[17] 문장문, 「돼지고기 소비에 관한 소비자 의향 조사」, 한경대학교 석사학위논문, 2005.

[18] 이문희, 김태완, 한일문, 강양수, 진상근, 김일석, "브랜드 돈육에 대한 경남 소비자 구매특성과 인지도," 한국축산식품학회지, 제25권, 제3호, pp. 271-276, 2005.

[19] 최승철, 연규영, "기능성신선육 구매행동 수량화분석," 농업경영·정책연구, 제29권, 제4호, pp. 659-674, 2002.

[20] 유영철, 「돈육 브랜드가 소비자 구매행동에 미치는 영향에 관한 연구」, 고려대학교 석사학위논문, 1998.

김 계 웅(Gye-Woong Kim)

[정회원]



- 1985년 2월 : 건국대학교 대학원 축산학과(농학석사)
- 1991년 2월 : 건국대학교 대학원 축산학과(농학박사)
- 2008년 3월 ~ 현재 : (사)충남 농업경영지원센터이사장
- 2009년 11월 현재 : 공주대학교 동물자원학과 교수

<관심분야>

축산물등급 및 육질평가, 능력검정, 동물자원컨설팅

김 민 수(Min-Su Kim)

[정회원]



- 2009년 2월 : 공주대학교대학원 동물자원학과 (농학석사)
- 2009년 3월 ~ 현재 : 공주대학교 대학원 (박사과정)

<관심분야>

친환경축산물, 바이오동물자원, 축산물유통

김 석 은(Seok-Eun Kim)

[정회원]



- 1997년 2월 : 건국대학교 대학원
축산경영학과 (경영학석사)
- 2002년 2월 : 건국대학교 대학원
축산경영학과 (경영학박사)
- 2009년 3월 ~ 현재 : 공주대학
교 동물자원학과 조교

<관심분야>

축산경영경제, 축산물유통, 소비자행동