

Kormeat News



쇠고기 이력추적시스템 국제혁신박람회 참가

농림부는 지난 5월 24일부터 27일까지 서울 삼성동 코엑스 3층 대서양관에서 개최된 정부혁신세계박람회에 참가해 재미있고 의미있는 이벤트를 진행했다.

농림부의 참가주제는 국민들의 웰빙문화와 식품안전에 대한 관심이 높아짐에 따라 「친환경을 바탕으로한 우리 먹거리의 안전·안심시스템 소개」로 정했으며, 전시내용으로 쇠고기 이력추적시스템과 친환경 농산물정보 관리시스템의 농축산물 이력관리 정보조회를 인터넷과 핸드폰을 통해 시연하고, 아울러 즉석경매와 퀴즈행사를 통해 최고급 한우육과 친환경 농산물을 홍보차원에서 관람객들에게 제공하고, 이날 수익금은 전액 불우이웃돕기 성금으로 기탁했다.

이날 행사는 일반인들에 친숙한 개그맨 김홍식씨(KBS2 폭소클럽의 똘대! 김샘 진행자)가 퀴즈와 경매행사를 재미있게 진행했다.

농림부는 이벤트용으로 제공된 600만원 상당의 친환경 농축산물을 마련하고, 이번 행사를 통해 국민들에게 우리 먹거리의 안전에 대한 신뢰 구축과 미래의 미전을 제시 할 것으로 예상했다. 한편 농림부는 광우병 등 가축질병 발생에 대비하여 「쇠고기 이력 추적시스템」 시범사업을 지난 2004년 10월 1일부터 실시하고 있다.

쇠고기 이력추적시스템(Traceability)은 소의 생산·도축·가공·판매과정의 각 단계별 정보를 기록·관리하여 광우병 등 문제 발생시 이동경로를 따라 추적 또는 소급하여 신속한 원인규명 및 조치를 가능하게 하여 소비자를 안심시키는 제도이다.



노·사 산상 토론회 개최



축산물등급판정소는 지난 6월 4일 청계산에서 업무혁신을 위한 노사 산상 토론회를 개최했다.

이번 노사 산상 토론회는 노사 모두의 동반관계 확립을 위한 진정한 의미 전달과 우리소의 자긍심과 애사정신 고취를 통한 상생적 노사관계를 구축하고 융화된 공동체 의식을 재확인하고자 마련되었다.

상임집행위원회 위원, 서울·경기지역 대의원, 본부 팀장이상, 서울·경기지소장이 참석한 가운데 경영평가, 혁신 및 고객만족 과제 도출에 따른 노사 공동 대응방안, 기타 자유로운 토의를 통한 노사 공감대를 형성했다.

축산물등급판정 현장체험 실시

축산물등급판정소는 본부 근무자의 등급판정업무 현장체험을 통한 본부업무의 원활화를 도모하고, 등급판정현장직원과 본부직원간의 업무 공감대 형성으로 현장업무추진의 이해도를 증진시키기 위해 등급판정 현장체험과 한우사육농장체험을 실시하였다.

본부직원 중 등급판정업무에 직접 종사하지 않는 간부 및 행정담당자를 대상으로 한 이번 현장체험은 등급판정사 현장업무 전과정 체험과 한우우수브랜드경영체에 대한 견학으로 실시되었으며, 등급판정체험은 3개반, 한우사육농장체험은 2개반으로 편성 각 1일간 현장을 체험하였다.

우수 축산물브랜드 인터넷 퀴즈 경품 추첨 및 홈페이지 설문조사

축산물등급판정소는 소비자가 선정한 우수 축산물브랜드를 알리고 소비를 촉진하기 위하여 지난 4월 1일부터 5월 15일(45일간)까지 인터넷 퀴즈 경품행사를 개최하고 경품당첨자 52명을 추첨하여 발표했다.

이번 행사에는 축산물브랜드종합정보서비스(hqbrand.net)와 아줌마닷컴(azoomma.com), 축산물등급판정소(kormeat.com), 쇠고기이력추적시스템(mtrace.net) 등 4개 인터넷 사이트에 일반소비자들이 45일간 총 34,048명이 참여했는데, 당첨자에게 1등(1명) 지펠냉장고, 2등(5명) MP3, 3등(46명) 농산물상품권 2만원을 증정하여 좋은 반응을 얻었다.

축산물등급판정소는 인터넷 퀴즈 경품행사가 일반소비자들로부터 축산물에 대한 관심과 소비촉진 등에 호평을 인음에 따라 하반기에도 인터넷을 통한 홍보활동을 지속적으로 전개할 계획이라고 밝혔다.

한편 지난 5월 2일부터 21일까지 20일간 축산물등급판정소 홈페이지 이용고객을 대상으로 이용에 관한 설문조사를 실시했다.

이번 설문조사는 고객 불편사항을 개선하고 고객만족도를 향상시키고 동시에 일반 소비자 홍보용으로 활용하기 위한 자료를 수집하여 다양한 소비정보를 제공키 위해 실시했다. 조사방법은 설문내용을 생산자(유통인 포함)와 소비자로 구분하여 홈페이지 초기화면에 설문지 배너를 등재했고, 홈페이지 접속자가 직접 설문에 참여하는 방식(온라인 조사)을 택했다.

조사 결과 "민원이나 질의에 대한 담당자의 답변이나 반응이 분실적이다", "필요로 하는 메뉴를 찾기 어렵다", "홈페이지에 제공되는 정보의 양이나 서비스 종류가 너무 적다", "기타 시세전방 등 추가정보 등재 요청" 등의 의견이 있었다. 개선대책으로 CS담당팀에 요청해 직원 교육을 하고, 정보검색이 쉽도록 사이트맵

을 보완하여 세부 메뉴까지 제공, 다양한 정보제공을 위해서 지속적인 업데이트와 신규 콘텐츠 개발, 축산뉴스에 지속적으로 등재하는 등의 개선대책을 마련했다.

설문 참여자에게는 추첨을 통하여 1등(1명) 농산물상품권(100,000원), 2등(2명) 농산물상품권(50,000원), 3등(3명) 농산물상품권(30,000원)을 경품으로 제공했다.



우수축산물브랜드 육성사업 지원



농림부는 우수 축산물브랜드 육성사업의 일환으로 지난 6월 1일부터 브랜드경영체의 생산실태, 유통, 브랜드경영력, 마케팅활동 등의 정보를 스스로가 입력하여 부족한 부분을 파악하고 스스로가 개선할 수 있는 진단수단을 제공하는 프로그램 개발을 완료하여 서비스를 실시한다고 밝혔다.

본 서비스 실시로 브랜드경영체와 회원농가가 스스로의 문제점 및 개선방안을 마련할 수 있는 자료로 활용할 수 있을 것으로 기대된다.

이러한 축산물브랜드 자가진단서비스는 축산물브랜드종합정보 홈페이지(www.hqbrand.net)에 탑재되어 서비스가 제공되며 축산물브랜드 경영체의 자가진단서비스 활용실적 및 입력내용 등을 통하여 향후 우수 축산물브랜드 인증 경영체 선정 및 축산물브랜드 경진대회 등의 기초자료로 활용할 수 있도록 지속적인 보완 및 관리를 해나갈 예정이다. 또한 자가진단프로그램에 입력된 자료를 중심으로 축산물브랜드 지원사업의 기초자료로 활용하여 산지축산물 생산·유통지원 등에 연계하여 적용할 계획이다.

"축산물 브랜드 경영체 자가진단 프로그램"은 한우와 양돈분야에서 생산자의 안정적인 소득증대 요구와 소비자의 고단·안전 축산물에 대한 요구에 부응할 수 있도록 축산물 브랜드 경영체가 운영하고 있는 현황에 대해서 객관적이고 합리적인 브랜드 인증 축산물 생산기준에 근거하여 자체적으로 평가해볼 수 있는 프로그램이다.