

국내 소비자의 돼지고기 선호도와 소비행태 분석

김계웅 · 김석은

공주대학교 동물자원학과

Analysis of the Domestic Consumer's Preference and Consumption Behaviors on Pork

Gye-Woong Kim and Seok-Eun Kim

Department of Animal Resources Science, Kongju National University

ABSTRACT

This study was carried out to investigate consumer's preference and purchase behavior of pork including perception of brand-pork in Korea. A total of 504 respondents were surveyed and collected from December, 2007 to February, 2008. Among total respondents, 62.55% (n=314) responded that they liked the pork and respondents who were higher education level showed higher preference (p<0.05). Majority of consumers (61.16%) did not like imported pork. In addition, one who had lower education level and living in rural area disliked more the imported pork. Most consumers preferred to the belly (58.57%) and results indicated that the people who were higher education level preferred a discount mart but who were living in rural area preferred a butcher's shop. Among the purchasing area, a big discount mart was the most preferred (44.64%) and this was also different among the education level (p<0.001) and living areas (p<0.05). The consumers preferred to purchasing a 600 g pack for a single purchase. Among total respondents, 42.71% of consumers responded that their priority was reliability of meat quality on choosing the place for purchasing the pork, and the significant difference was highly found in living area groups (p<0.001). The perception of carcass grading system was common scores with the average of 2.79, and there was highly significant difference among education level groups (p<0.001). The average of 3.50 among 5 points for branded pork were evaluated by a total of consumers but the significant differences were not found in all three groups.

(Key words : Consumer's Preference, Consumption Behaviors, Pork)

I. 서 론

우리나라에서 돼지고기는 저렴하면서도 양질의 동물성 단백질 공급원으로써 국내 주요 육류 소비량 중 절반 이상을 차지하며 농가의 소득원으로서도 중요한 역할을 하고 있다. 국민 1인당 축산물 소비량은 1997년에 29.3kg에서 2007년에는 35.7kg으로 1.2배 증가하였는데, 돼지고기가 전체 육류소비량 중 19.2 kg (53.7%)로 가장 많이 소비되었으며, 그 다음은 닭고기 8.9 kg (26.5%), 쇠고기 7.6 kg (22.6%) 순이다 (농림수산식품부, 2008). 최근 돼지고기의 소비와 유통에 관련된 연구는 돼지고기를 생산하는 축산업자뿐만 아니라 소비자의 관점에서 인식도(선호도) 및 만족도에 대한 조사가 더욱 요구되고 있다.

유 (1998)는 주부 500명을 대상으로 돼지고기 브랜드의 인지도가 80%이었고, 그에 따른 신뢰도가 87.2%로 매우 높아 브랜드가 육류 구매에 중요한 역할을

하고 있다고 보고하였다. 반면에 이 (2001)는 돼지고기 브랜드의 인지도 조사에서 어떠한 형태로든 접촉해본 바 있는 응답자가 51.9%로 비교적 낮은 응답비율을 보였으며, 돼지고기의 구입처는 절반 이상인 56.9%가 정육점 혹은 슈퍼마켓에서 구입한다고 보고하였다. 박과 조 (2002)는 돼지고기의 소비 형태를 분석하였는데, 구매 시 가장 중요한 것은 신선도와 안전성이라고 하였고, 그 다음이 품질과 부위였으며, 가격을 그 다음 순으로 꼽아 고품질의 신선한 돼지고기를 선호하고 있는 것으로 나타났으며, 대체적으로 삼겹살 부위를 가장 선호하나 젊은 세대들의 경우에는 컷렛 (cutlet) 등의 가공식품의 선호도가 높았다고 보고하였다. 또한 김 등 (2001)과 조 등 (2003)은 모든 식품은 소비자들의 선택에 따라 생산되어 판매된다고 할 수 있으며, 소비자의 구매 마인드에 달려있다고 하였다. 이 등 (2005)은 178명의 주부를 대상으로 브랜드 돼지고기 소비성향에 대하여 분석하였는데, 브랜드 돼지고기의

Corresponding author : Seok Eun Kim, Dept. of Animal Resources Science, Kongju National University #1 Daehoeri, Yesan, Chungnam 340-702, Korea
Tel: 041-330-1240, Fax: 041-330-1249, E-mail: sekim@kongju.ac.kr

인지도 및 신뢰도가 낮으며 구입 시 고려하는 품질 요인은 안전성과 위생성, 맛과 연한 정도, 육색 순으로 응답하였으며, 재래 돼지(토종)의 브랜드가 우수하며 가격은 비싼 편(67.0%)이라고 평가하였고, 또한 이등(2006)은 연령 및 가계소득에 따라서도 구입횟수나 구입처가 달랐다고 보고하였다. 그리고 돼지고기 구입 부위별 소비형태에서 삼겹살(85.8%)과 목살(55.9%)은 구이용으로 많이 이용되고 있었다(곽과 고, 2006).

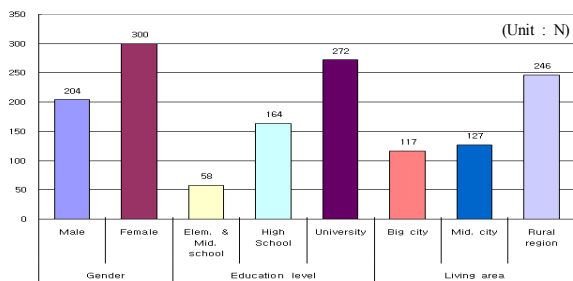
한국소비자들은 돈육선택시 소비자의 연령, 성별, 결혼유무, 직업에 따라 선호도 환경이 서로 다르다(Cho 등, 2004). 식육의 구매형태에서도 부위, 브랜드, 안전성, 광고 등(Verbeke and Ward, 2001; Verbeke and Vackier, 2004)과 연령이나 성별(Bryhni 등, 2002)에 따라서도 서로 성향이 다르다고 보고하였다. 그리고 교육수준, 소득 및 직업(Turrell 등, 2003) 뿐만 아니라 영양가, 가격, 편리성 등(Grunert 등, 2004)의 많은 요인들에 의해서 영향을 받고 있다. Ngapo 등(2003)은 소비자의 선호도나 선택은 소비자의 성향과 품질특성과의 상호작용에 의존되는 것으로 보고된 바도 있다. 돼지고기 유통에 대한 여러 소비자의 만족도 및 요구는 경제, 유통 환경 등에 따라 변화하고 있고, 그 변화에 따른 수요를 지속적으로 조사 연구할 필요성이 더욱 제기되고 있다.

본 연구는 돼지고기 소비자를 대상으로 설문조사를 통하여 성별, 교육 및 소득수준별로 구분하여 돼지고기의 선호도, 구입처, 돼지고기등급제의 인지도, 그리고 브랜드육의 품질만족도를 평가하고 분석하여 돼지고기의 효율적 생산, 유통개선 및 유통정책 수립에 필요한 기초적 자료를 제공하고자 실시하였다.

II. 연구내용 및 방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구는 대도시, 중소도시, 그리고 농촌에서 생활하는 돼지고기 소비자를 대상으로 2007년 12월부터 2008년 2월까지 설문지를 배부하여 충실하게 응답한 504부를 조사 자료로 이용하였다. 조사대상의 사회경제적 분류에 따른 분포는 성별, 학력별, 그리고 거주지역별로 구분하였으며, 그 분포는 Fig. 1에서 보는 바



와 같다. 조사대상자의 성별로는 남자는 204명(40.5%), 여자는 300명(59.5%)이었다. 학력별로는 중학교 이하 졸업이 58명(11.7%), 고등학교 졸업은 164명(33.2%), 그리고 대졸 이상의 학력은 272명(55.1%)이었다. 거주지별로는 대도시가 117명(23.9%), 중소도시가 127명(25.9%), 그리고 농촌지역은 246명(50.2%)으로 구성되어 있다.

2. 조사내용

돼지고기 소비자를 대상으로 무기명 504부의 설문지를 이용하여 돼지고기의 선호도, 수입돼지고기 선호도, 부위별 선호도, 돼지고기 구입처, 돼지고기 1회 구입량, 돼지고기 구입요인, 돼지고기등급제의 인지도, 그리고 브랜드 돼지고기 품질 평가 등에 대하여 조사하였다. 등급제의 인지도와 브랜드 품질은 주관적 5점 척도법으로 매우 높은 것(우수한 것)은 5점에서 매우 낮은 것(불량한 것)은 1점으로 평가하여 산술적으로 평균과 표준편차를 계산하였다.

3. 통계처리 및 분석

조사한 설문결과는 성별, 학력별 그리고 거주지별로 구분하여 SPSS 통계패키지(Ver. 12.0)를 이용하여 문항별 빈도 및 백분율을 구하였으며, 그에 따른 집단간의 차이를 알아보기 위하여 χ^2 -test를 통하여 검정하였다. 돼지고기 등급제 인지도 및 브랜드 돼지고기의 품질 만족도 평가는 5점 척도법을 이용하여 집단의 평균치를 계산한 후 t-test 및 분산분석(ANOVA)과 Duncan's multiple range test를 이용하여 5% 수준에서 통계적 검정을 실시하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 돼지고기의 선호도

돼지고기의 성별, 교육수준별 및 생활지별 소비자 선호도는 Table 1에서 나타난 바와 같다.

돼지고기의 선호도에 관한 소비자의 조사에서 전체 응답자 중 62.55%(314명)가 「매우 좋아하거나 좋아한다」고 가장 많이 응답하였으며, 그 다음은 보통(30.68%), 싫어한다(6.18%) 등의 순으로 조사되었다.

소비자의 성별 분석에서는 통계적으로 유의차가 없이 서로 비슷하게 선호도 비율을 보였다. 교육수준별 분석에서는 유의한 차이($p < 0.05$)가 인정되었다. 초·중·졸 학력자는 「보통이다」라고 가장 많이 응답(46.55%)하였으나, 대졸학력자는 「좋아한다」로 가장 많이 응답하여 학력이 높을수록 돼지고기를 좋아하고 있었다.

생활지별로도 유의한 차이가 인정되지 않았다. 대도시나 농촌지역에서 생활하는 거주자 모두 서로 비슷

Table 1. The consumer's preference of pork

		Very like	Like	Moderate	Dislike	Very dislike	Total	Statistic-test
Gender	Male	34 (16.67)	89 (43.63)	66 (32.35)	14 (6.86)	1 (0.49)	204 (100.00)	χ^2 -value: 0.924 ^{NS} df: 4 p : 0.921
	Female	53 (17.79)	138 (46.31)	88 (29.53)	17 (5.70)	2 (0.67)	298 (100.00)	
	Total	87 (17.33)	227 (45.22)	154 (30.68)	31 (6.18)	3 (0.60)	502 (100.00)	
Education level	Elem.& Mid. school	10 (17.24)	17 (29.31)	27 (46.55)	3 (5.17)	1 (1.72)	58 (100.00)	χ^2 -value:15.046* df: 8 p : 0.050
	High School	32 (19.63)	68 (41.72)	51 (31.29)	12 (7.36)	0 (0.00)	163 (100.00)	
	University	45 (16.67)	136 (50.37)	71 (26.30)	16 (5.93)	2 (0.74)	270 (100.00)	
	Total	87 (17.72)	221 (45.01)	149 (30.35)	31 (6.31)	3 (0.61)	491 (100.00)	
Living area	Big city	15 (12.82)	57 (48.72)	38 (32.48)	6 (5.13)	1 (0.85)	117 (100.00)	χ^2 -value: 6.465 ^{NS} df: 8 p : 0.595
	Mid. city	29 (22.83)	52 (40.94)	36 (28.35)	10 (7.87)	0 (0.00)	127 (100.00)	
	Rural region	43 (17.55)	112 (45.71)	73 (29.80)	15 (6.12)	2 (0.82)	245 (100.00)	
	Total	87 (17.79)	221 (45.19)	147 (30.06)	31 (6.34)	3 (0.61)	489 (100.00)	

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

하게 돼지고기를 좋아하는 경향으로 나타나, 생활지역 간에는 돼지고기 선호도의 차이는 발견되지 않았다.

김(2006)이 축산물의 선호도 조사에서 남·여 평균 돼지고기를 가장 많이 좋아하고 (43.6%), 학력간이나 생활지역간에 유의한 통계적 차이는 없다는 결과로 보고하였는데, 본 연구의 학력간의 결과와는 일치하지 않았으나, 생활지역간의 결과와는 일치하였다. 그리고 차(2007)의 돈육 선호도조사에서 5점 평점 중 4.18점으로 매우 좋아하는 것으로 나타난 결과나 학력이 높을수록 돼지고기를 더 선호한다는 보고와도 대체적으로 유사한 결과이었다.

2. 수입산 돼지고기의 선호도

수입산 돼지고기의 소비자 선호도는 Table 2에서 보는 바와 같다. 수입돼지고기의 선호도에서 전체 소비자 중 「싫어하거나 매우 싫어한다」가 61.16% (285명)로 가장 많았다. 그 다음은 보통이다(28.94%), 좋아한다(8.51%) 등 순이었으나, 매우 좋아한다(1.91%)고도 응답하였다. 성별분석에서는 통계적으로 유의한 차이가 없이 선호도 정도가 비슷한 비율로 나타났다.

교육수준별로는 고도로 유의한 통계적 차이(p<.001)를 보였다. 초·중 학력자는 「매우 싫어한다」로 가장 많이 응답하였으나(42.86%), 고졸자와 대졸 학력자는

모두 「싫어한다」로 각각 34.42%와 34.88%로 가장 많이 응답하여 학력이 낮을수록 수입산 돼지고기를 싫어하는 것으로 나타났다.

생활지별 분석에서도 고도로 유의한 차이(p<.001)를 보였다. 대도시 생활자는 「보통이다」(44.35%)라고 가장 많이 응답한 반면에, 중소도시(35.04%)나 농촌 생활지(38.50%)는 각각 「싫어한다」로 가장 많이 응답하였다. 따라서 대도시 거주자보다는 농촌 생활자가 수입산 돼지고기를 더 싫어하는 것으로 조사되었다.

이러한 결과는 김(2006)이 수입축산물 선호도에서 외국축산물은 학력이 높고 대도시 생활자일수록 선호한다는 결과와 매우 유사하였다. 또한 차(2007)의 보고에서 수입돼지고기는 대부분 싫어한다(75.0%)는 조사와도 서로 비슷한 경향을 보였는데, 소비자들에게 위생적이고 기호에 맞는 차별화된 국내산 돼지고기를 유통하는 것은 무엇보다도 경쟁력 확보가 될 것으로 판단된다.

3. 돼지고기의 부위별 선호도

돼지고기 부위별 소비자의 선호도는 Table 3에서 나타난 바와 같다. 전체 응답자의 58.57%(294명)가 돼지고기 부위 중 「삼겹살」을 가장 선호하며, 그 다음은 목살(19.72%), 등심·안심(13.94%), 사태살(6.18%) 순

Table 2. The consumer's preference of imported pork

Unit: N(%)

		Very like	Like	Moderate	Dislike	Very dislike	Total	Statistic-test
Gender	Male	4 (2.07)	19 (9.84)	60 (31.09)	63 (32.64)	47 (24.35)	193 (100.00)	χ^2 -value: 2.095 ^{NS} df: 4 p : 0.718
	Female	5 (1.81)	21 (7.58)	76 (27.44)	104 (37.55)	71 (25.63)	277 (100.00)	
	Total	9 (1.91)	40 (8.51)	136 (28.94)	167 (35.53)	118 (25.11)	470 (100.00)	
Education level	Elem.& Mid. school	1 (2.04)	1 (2.04)	7 (14.29)	19 (38.78)	21 (42.86)	49 (100.00)	χ^2 -value:25.417*** df: 8 p : 0.001
	High School	7 (4.55)	18 (11.69)	40 (25.97)	53 (34.42)	36 (23.38)	154 (100.00)	
	University	1 (0.39)	20 (7.75)	86 (33.33)	90 (34.88)	61 (23.64)	258 (100.00)	
	Total	9 (1.95)	39 (8.46)	133 (28.85)	162 (35.14)	118 (25.60)	461 (100.00)	
Living area	Big city	2 (1.74)	15 (13.04)	51 (44.35)	30 (26.09)	17 (14.78)	115 (100.00)	χ^2 -value: 29.202*** df: 8 p : 0.000
	Mid. city	3 (2.56)	12 (10.26)	31 (26.50)	41 (35.04)	30 (25.64)	117 (100.00)	
	Rural region	4 (1.77)	12 (5.31)	53 (23.45)	87 (38.50)	70 (30.97)	226 (100.00)	
	Total	9 (1.97)	39 (8.52)	135 (29.48)	158 (34.50)	117 (25.55)	458 (100.00)	

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

Table 3. Preference according to partial pork

Unit : N(%)

		Tender-loin	Belly	Picnic	Shank	Others	Total	Statistic-test
Gender	Male	22 (10.84)	121 (59.61)	43 (21.18)	13 (6.40)	4 (1.97)	203 (100.00)	χ^2 -value: 2.095 ^{NS} df: 4 p : 0.718
	Female	48 (16.05)	173 (57.86)	56 (18.73)	18 (6.02)	4 (1.34)	299 (100.00)	
	Total	70 (13.94)	294 (58.57)	99 (19.72)	31 (6.18)	8 (1.90)	502 (100.00)	
Education level	Elem. & Mid. school	0 (0.00)	32 (56.14)	17 (29.82)	8 (14.04)	0 (0.00)	57 (100.00)	χ^2 -value:30.672*** df: 8 p : 0.000
	High School	36 (22.22)	92 (56.79)	23 (14.20)	9 (5.56)	2 (1.23)	162 (100.00)	
	University	33 (12.13)	163 (59.93)	57 (20.96)	13 (4.78)	6 (2.21)	272 (100.00)	
	Total	69 (14.05)	287 (58.45)	97 (19.76)	30 (6.11)	8 (1.63)	491 (100.00)	
Living area	Big city	32 (27.83)	63 (54.78)	13 (11.30)	3 (2.61)	4 (3.48)	115 (100.00)	χ^2 -value: 32.178*** df: 8 p : 0.001
	Mid. city	14 (10.94)	80 (62.50)	24 (18.75)	9 (7.03)	1 (0.78)	128 (100.00)	
	Rural region	25 (10.20)	143 (58.37)	57 (23.27)	18 (7.35)	2 (0.82)	245 (100.00)	
	Total	71 (14.55)	286 (58.61)	94 (19.26)	30 (6.15)	7 (1.43)	488 (100.00)	

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

으로 조사되었다.

성별 선호도에서는 유의한 차이가 없이 남·여 비슷하게 부위별 선호도를 보였는데, 등심과 안심은 남성보다는 여성이, 그리고 목살은 여성보다는 남성이 높은 경향으로 나타났다.

교육수준별로는 학력간에 고도로 유의차($p<.001$)를 보였는데, 초·중졸 학력자는 삼겹살(56.14%)과 목살(29.82%), 고졸학력자는 삼겹살(59.61%)과 등심·안심(22.22%), 그리고 대졸학력자는 삼겹살(59.93%)과 목살(20.96%) 순으로 각각 선호하는 것으로 조사되었다.

생활지별로도 고도의 통계적 유의차가 인정되었다($p<.001$). 대도시 생활자는 삼겹살(54.78%)과 등심·안심(27.83%), 중소도시 생활자는 삼겹살(62.50%)과 목살(18.75%), 그리고 농촌생활자는 삼겹살(58.37%)과 목살(23.27%)을 각각 선호하는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 삼겹살을 가장 선호한다는 박과 조(2002), 문(2005), 이 등(2005), 광과 고(2006) 등의 결과와 대체적으로 일치하였는데, 부위별 수요에 맞춰 공급량이 함께 확보되어야 할 것으로 생각된다.

4. 돼지고기의 구입장소

소비자가 돼지고기를 구입하는 장소에 대한 성별, 지역별, 그리고 학력별 빈도는 Table 4에서 보는 바와 같다.

돼지고기는 전체 응답자의 44.64%(225명)가 「대형유통점」에서 가장 많이 구입하는 것으로 나타났으며, 그 다음은 정육점(41.67%), 슈퍼마켓(11.90%) 순으로 조사되었다. 성별분석에서는 통계적으로 유의한 차이는 없이 남성과 여성 모두 대형유통점과 정육점에서 가장 많이 구입하나 그 비율은 남성보다는 여성이 다소 높은 경향을 보였다. 교육수준별로는 학력간에 고도로 통계적 유의차가 인정되었는데($p<.001$), 초·중졸(56.90%)과 고졸학력자(54.88%)는 모두 정육점에서 가장 많이 구입하나, 대졸학력자는 대형유통점에서 가장 많이 구입하는 것으로 조사되었다(55.35%).

생활지별 분석에서는 통계적으로 유의한 차이($p<.05$)를 보였다. 대도시생활자(43.97%)와 중소도시 생활자(46.09%)는 모두 대형유통점에서 가장 많이 구입하나, 농촌생활자는 동네정육점(44.31%)에서 가장 많이 구

Table 4. Kinds of market for purchasing pork

		Butcher shop	Discount mart	Super market	Internet shopping mall	Others	Total	Statistic-test
		Unit : N (%)						
Gender	Male	79 (38.73)	90 (44.12)	30 (14.71)	2 (0.98)	3 (1.47)	204 (100.00)	χ^2 -value: 4.072 ^{NS} df: 4 p : 0.396
	Female	131 (43.67)	135 (45.00)	30 (10.00)	1 (0.33)	3 (1.00)	300 (100.00)	
	Total	210 (41.67)	225 (44.64)	60 (11.90)	3 (0.60)	6 (1.19)	504 (100.00)	
Education level	Elem. & Mid. school	33 (56.90)	19 (32.76)	6 (10.34)	0 (0.00)	0 (0.00)	58 (100.00)	χ^2 -value:39.335*** df: 8 p : 0.000
	High School	90 (54.88)	50 (30.49)	23 (14.02)	0 (0.00)	1 (0.61)	164 (100.00)	
	University	82 (30.26)	150 (55.35)	32 (11.81)	3 (1.11)	4 (1.48)	271 (100.00)	
	Total	205 (41.58)	219 (44.42)	61 (12.37)	3 (0.61)	5 (1.01)	493 (100.00)	
Living area	Big city	50 (43.10)	51 (43.97)	11 (9.48)	0 (0.00)	4 (3.45)	116 (100.00)	χ^2 -value: 19.388*** df: 8 p : 0.013
	Mid. city	49 (38.28)	59 (46.09)	16 (12.50)	3 (2.34)	1 (0.78)	128 (100.00)	
	Rural region	109 (44.31)	106 (43.09)	31 (12.60)	0 (0.00)	0 (0.00)	246 (100.00)	
	Total	208 (42.45)	216 (44.08)	58 (11.84)	3 (0.61)	5 (1.02)	490 (100.00)	

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

입하는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 조 등(2004)이 정육점(51.6%), 대형매장(38.5%), 슈퍼마켓(7.4%) 순이었다고 보고한 결과와 이 등(2005)이 정육점, 농·축협 매장 등에서 주로 구매하며, 한과 Choi와 Youn(2002)은 정육점에서 가장 많이 구매한다는 조사보고와 다소 차이가 있었는데, 이러한 차이는 주말 휴무제에 따른 생활패턴이 점점 변화되어감에 따라 구입양상도 함께 대형유통점으로 옮겨감을 알 수 있었다.

5. 돼지고기의 1회 구입량

소비자의 돼지고기 1회 구입량은 Table 5 에서 나타난 바와 같다.

전체 응답자의 54.76%(276명)가 돼지고기를 「600g」 씩 포장을 가장 많이 구입하는 것으로 나타났으며, 그 다음은 1,000g(22.22%), 400g(16.27%), 200g(6.75%) 순으로 구입하는 것으로 조사되었다.

성별로는 통계적으로 유의한 차이가 없이 남·여 모두 「600g」을 가장 많이 구입하는 것으로 응답하였으나, 그 비율은 여성보다는 남성이 높은 경향을 보였다.

교육수준별로도 유의한 차이가 없었다. 학력그룹간 모두 비슷하게 600g씩 포장 돼지고기를 가장 많이 구입하는 경향을 보였다.

생활지별로는 고도로 통계적 유의한 차이(p<.001)가 인정되었다. 대도시 생활자는 600g(43.59%)과 400g(31.62%)을 가장 구입하나, 중소도시 생활자와 농촌 생활자는 600g과 1,000g을 가장 많이 구입하는 것으로 조사되었다.

이러한 결과는 Choi와 Yoon(2002)이 주부들의 1회 돼지고기 구입량은 500~1,000g 단위가 가장 많다는 보고와 대체적으로 유사하였다. 그리고 이 등(2005)도 1회 구입량은 500~999g 포장단위가 가장 많았다는 결과와 거의 일치하였는데, 이는 600g 정도가 경제적 가족소비의 포장단위로 가장 적합하기 때문으로 생각된다.

6. 돼지고기 구매처의 선택요인

소비자가 돼지고기를 구입하는 장소의 선택요인은 Table 6에서 보는 바와 같다.

전체 응답자의 42.71%(214명)가 「품질의 신뢰도」라고 가장 많이 응답하였으며, 그 다음으로는 신선도 유

Table 5. The wrapping weight per 1 time at purchasing pork

		Less 200g	400g	600g	1,000g over	Total	Statistic-test
Gender	Male	10 (4.90)	26 (12.75)	119 (58.33)	49 (24.02)	204 (100.00)	χ^2 -value: 5.641 ^{NS} df: 3 p: 0.130
	Female	24 (8.00)	56 (18.67)	157 (52.33)	63 (21.00)	300 (100.00)	
	Total	34 (6.75)	82 (16.27)	276 (54.76)	112 (22.22)	504 (100.00)	
Education level	Elem.& Mid. school	4 (6.90)	8 (13.79)	30 (51.72)	16 (27.59)	58 (100.00)	χ^2 -value: 3.159 ^{NS} df: 6 p: 0.789
	High School	8 (4.88)	31 (18.90)	91 (55.49)	34 (20.73)	164 (100.00)	
	University	20 (7.35)	41 (15.07)	148 (54.41)	63 (23.16)	272 (100.00)	
	Total	32 (6.48)	80 (16.19)	269 (54.45)	113 (22.87)	494 (100.00)	
Living area	Big city	13 (11.11)	37 (31.62)	51 (43.59)	16 (13.68)	117 (100.00)	χ^2 -value: 43.206*** df: 6 p: 0.000
	Mid. city	12 (9.45)	19 (14.96)	64 (50.39)	32 (25.20)	127 (100.00)	
	Rural region	9 (3.66)	23 (9.35)	154 (62.60)	60 (24.39)	246 (100.00)	
	Total	34 (6.94)	79 (16.12)	269 (54.90)	108 (22.04)	490 (100.00)	

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

Table 6. Sources of market choice for purchasing the pork

		Price cheapness	Freshness maintenance	Reliability of quality	Near distance	Partial leancuts	Total	Statistic-test
Gender	Male	21 (10.34)	43 (21.18)	95 (46.80)	31 (15.27)	13 (6.40)	203 (100.00)	χ^2 -value:4.284 ^{NS} df: 4 p: 0.369
	Female	26 (8.72)	84 (28.19)	119 (39.93)	51 (17.11)	18 (6.04)	298 (100.00)	
	Total	47 (9.38)	127 (25.35)	214 (42.71)	82 (16.37)	31 (6.19)	501 (100.00)	
Education level	Elem & Mid. school	11 (18.97)	16 (27.59)	17 (29.31)	10 (17.24)	4 (6.90)	58 (100.00)	χ^2 -value:18.385* df: 8 p: 0.019
	High School	9 (5.52)	51 (31.29)	64 (39.26)	29 (17.79)	10 (6.13)	163 (100.00)	
	University	26 (9.63)	58 (21.48)	132 (48.89)	39 (14.44)	15 (5.56)	270 (100.00)	
	Total	46 (9.37)	125 (25.46)	213 (43.38)	78 (15.89)	29 (5.91)	491 (100.00)	
Living area	Big city	11 (9.40)	28 (23.93)	50 (42.74)	24 (20.51)	4 (3.42)	117 (100.00)	χ^2 -value:8.441 ^{NS} df: 8 p: 0.392
	Mid. city	9 (7.03)	29 (22.66)	59 (46.09)	19 (14.84)	12 (9.38)	128 (100.00)	
	Rural region	27 (11.07)	68 (27.87)	98 (40.16)	36 (14.75)	15 (6.15)	244 (100.00)	
	Total	47 (9.61)	125 (25.56)	207 (42.33)	79 (16.16)	31 (6.34)	489 (100.00)	

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

지 (25.35%), 구입거리 (16.37%), 가격저렴 (8.72%) 순으로 나타났다. 성별분석에서는 통계적 유의성이 없었다. 여성보다는 남성의 경우가 품질의 신뢰도가 더 높은 경향을 보였으나, 신선도 유지는 남성보다는 여성이 더 높은 비율의 선택요인으로 보고 있었다. 교육수준별로는 유의한 차이 ($p<0.05$)가 인정되었다. 초·중졸, 고졸 학력자 및 대졸학력자의 품질신뢰도는 각각 29.31%, 39.26% 및 48.89%로 서로 다른 가장 높은 비율을 보였는데, 학력이 높을수록 품질의 신뢰도를 더욱 높게 구매처의 선택요인으로 들었다. 생활지별로는 통계적으로 유의한 차이가 없었으나 구매장소를 결정할 때 중소도시 생활자가 농촌지역 생활자보다 품질의 신뢰도를 더욱 중요시하는 경향을 보였다.

이러한 결과는 박과 조 (2002)가 돼지고기 구입시 고려사항으로 신선도 (24.5%), 위생과 안전성 (19.3%), 품질 (16.0%) 순이었으며, 가격 (11.1%)은 비교적 낮은 사항으로 보고하였으나, 문 (2005)이 품질 (25.4%)을 우선하여 구매한다고 보고한 결과와는 일치하였다. 이와 같이 품질과 신선도에 큰 비중을 두는 것은 소비자들이 돼지고기의 식품 안전성과 고품질 생산이력추적제 확립의 중요성에 더욱 관심이 고조된데 기인한 것으

로 생각된다.

7. 돼지고기 등급제의 인지도

소비자의 돼지고기 등급제의 이해 정도를 1~5점까지 주관적으로 평가한 점수는 Table 7에서 나타난 바와 같다.

전체평균은 「2.97점」으로 보통(3점) 보다는 약간 낮게 인지하는 것으로 평가되었다. 성별로 구분하여 돼지고기 등급제 인지도를 분석한 결과에서는 통계적 유의성이 인정되지 않았으나, 남성이 3.05점으로 여성의 2.92점 보다는 다소 높게 평가하는 경향을 보였다.

학력별로는 고도의 통계적 유의차가 인정 ($p<0.01$)되었는데, 중졸이하 3.28점으로 가장 높은 인지도를 보여주었으며, 그 다음 순으로는 고졸이 3.01점, 대졸이상은 2.89점으로 나타나 학력이 낮을수록 인지도가 높은 것으로 나타났다.

거주지별 평가에서는 통계적으로 유의성 있는 차이가 인정되지 않았다. 대도시가 3.03점으로 중소도시 생활지나 농촌생활자보다 높게 인지하는 경향을 보였다.

Table 7. The mean and standard deviation of the perception on the grading system of pork

		Mean ± SD	Statistic-test
Gender	Male	3.05 ± 0.849	t-value: 1.570 ^{NS} p: 0.117
	Female	2.92 ± 0.907	
	Total	2.97 ± 0.885	
Education level	Elem. & Mid. school	3.28 ± 0.914 ^b	F-value: 4.858** p: 0.008
	High School	3.01 ± 0.823 ^a	
	University	2.89 ± 0.910 ^a	
	Total	2.97 ± 0.889	
Living area	Big city	3.03 ± 0.922	F-value: 0.654 ^{NS} p: 0.521
	Mid. city	2.91 ± 0.840	
	Rural region	2.98 ± 0.905	
	Total	2.98 ± 0.892	

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

^{a,b}: Means with different superscript in the same column are significantly different(p<0.05).

이러한 결과는 문(2005)이 등급제 인지도가 비교적 낮다는 보고와 유사한 결과를 보였다. 소비자들이 양질의 돈육 선택과 올바른 구매를 위해서는 등급제의 정확한 이해수준을 높이는 것이 매우 중요할 것으로 생각된다.

8. 브랜드 돼지고기의 품질평가

소비자가 브랜드 돼지고기의 품질을 1점에서 5점까지 주관적으로 평가한 결과는 Table 8에서 나타난 바와 같다. 소비자 전체 집단에서의 브랜드 평가는 평균 「3.50점」으로 보통수준으로 평가하고 있었으며, 성별

브랜드평가는 유의성 없이 남자와 여자 모두 3.50점으로 동일하게 나타났다.

학력별 평가에서는 통계적 유의성은 인정되지 않았는데, 대졸이상은 3.55점으로 높게 평가하였으나 중졸이하는 3.43점으로 낮게 평가하여, 학력이 높아짐에 따라 브랜드 돼지고기의 품질을 다소 높게 평가하는 경향을 보였다.

거주지별로 분석한 브랜드 돼지고기의 평가에서도 통계적으로 유의성 있는 차이는 인정되지 않았다. 대도시가 3.47점, 중소도시 3.54점, 그리고 농촌지역이 3.51점으로 지역 간에는 비슷한 경향치를 보였다.

이러한 결과는 이(2001)와 이 등(2005)이 우리나라

Table 8. The mean and standard deviation of quality evaluation for brand pork

		Mean ± SD	Statistic-test
Gender	Male	3.50 ± 0.655	t-value: 0.015 ^{NS} p: 0.988
	Female	3.50 ± 0.626	
	Total	3.50 ± 0.637	
Education level	Elem. & Mid. school	3.43 ± 0.652	F-value: 1.909 ^{NS} p: 0.149
	High School	3.44 ± 0.649	
	University	3.55 ± 0.647	
	Total	3.50 ± 0.649	
Living area	Big city	3.47 ± 0.638	F-value: 0.312 ^{NS} p: 0.732
	Mid. city	3.54 ± 0.652	
	Rural region	3.51 ± 0.657	
	Total	3.51 ± 0.650	

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

돼지고기 브랜드는 신뢰도가 낮은 것으로 보고한 결과와 유사한 결과로서 브랜드육의 가치를 높이기 위해서는 고품질 돼지고기의 생산 등 차별화된 품질, 유통망 확보 및 고유 브랜드에 대한 적극적인 홍보로 브랜드의 소비자 인지도 개선과 지속적 관리가 필요할 것으로 사료된다.

IV. 요약

돼지고기의 효율적 생산, 유통개선 및 유통정책 수립에 필요한 기초적 자료를 제공하기 위하여 돼지고기 소비자 504명을 대상으로 돼지고기의 선호도, 구입처, 구입량, 등급제 인지도, 브랜드돈육 품질평가 등의 소비행태를 분석하였다. 전체 응답자 중 62.55% (314명)가 돼지고기를 「선호하는 것」으로 조사되었다. 교육수준별간에는 유의한 차이 ($p < 0.05$)가 있었는데, 학력이 높을수록 돼지고기를 선호하는 것으로 나타났다. 수입산 돼지고기는 소비자 전체 응답자 중 61.16% (285명)가 「싫어하는 것」으로 조사되었다. 교육수준별 및 생활지별로는 고도의 통계적으로 유의한 차이를 보였는데 ($p < 0.001$), 학력이 낮고 농촌 생활자일수록 수입산 돼지고기를 싫어하는 것으로 나타났다. 부위별 선호도에서 「삼겹살」(58.57%)을 가장 좋아하는 것으로 나타났다. 교육수준별 및 생활지별간에는 각각 고도의 통계적 유의차 ($p < 0.001$)가 인정되었는데, 초·중졸 학력자는 삼겹살(56.14%)과 목살(29.82%)을 선호하는 반면에 고졸학력자는 삼겹살(56.79%)과 안심·등심(22.22%)을 더욱 선호하였다. 「대형 유통점」에서 돼지고기를 가장 많이 구매하고 있었다(44.64%). 교육수준별 ($p < 0.001$) 및 생활지별($p < 0.05$) 간에는 각각 통계적 유의차가 인정되었다. 학력이 높을수록 대형유통점을 가장 많이 이용하나, 농촌생활자일수록 정육점을 더 많이 이용하는 것으로 조사되었다. 돼지고기의 1회 구입량은 「600g」 포장단위로 가장 많이 구입하며 (54.76%), 생활지별 간에는 고도로 통계적 유의차 ($p < 0.001$)가 인정되었다. 대도시 생활자는 600g (43.59%)과 400g (31.62%)을 1회 구입하나, 농촌생활자는 600g (62.60%)과 1,000g (24.39%)을 구입하는 것으로 나타났다. 구매처를 선택하는 구매요인에서 소비자는 「품질의 신뢰도」(42.71%), 신선도 유지(25.35%) 등 돼지고기 품질을 가장 중요하게 생각하고 있었다. 교육수준별간에는 통계적으로 유의한 차이($p < 0.05$)가 인정되었는데, 학력이 높을수록 돼지고기 구매처 선택시 품질의 신뢰도를 더욱 우선시 하였다. 돼지고기등급제의 인지도 전체평균은 「2.97점」으로 보통이하로 평가되었다. 교육수준별간에는 고도로 유의한 차이($p < 0.001$)를 보여 학력이 낮은 그룹에서 인지도가 높게 나타났다. 브랜드 돼지고기의 품질평가에서 소비자 전체평균은 「3.50점」으로 보통 수준이상으로 평가되었다. 성별·학력별 및 거주지별간에는 모두 유의한 차이가

없이 서로 비슷한 수준으로 평가되었다.

V. 인용문헌

1. Bryhni, E. A., Byrne, D. V., Rodbotten, M. C., Claudi-Magnussen, Agerhem, H. and Johansson, M. 2002. Consumer perceptions of pork in Denmark, Norway and Sweden. *Food Quality and Preference*. 13:257-266.
2. Cho, S. H., Park, B. Y., Byun, J. S., Kim, J. H., Ahn, J. N. and Yun, S. K. 2004. Visual evaluation factors of pork loin and Korean consumer's preference choice. *Kor. J. Anim. Sci. & Technol.* 46:415-426.
3. Choi, S. C. and Youn, G. Y. 2002. Quantification analysis on the buying behavior of functional fresh meat. *Kor. J. Agri. Manage. & Policy*. 29: 659-674.
4. Grunert, K. G., Bredahl, L. and Brunsø, K. 2004. Consumer perception of meat quality and implications for product development in the meat sector-a review. *Meat Sci.* 66(2):259-272.
5. Ngapo, T. M., Dransfield, E., Martin, J. F., Magnusson, M., Bredahl, L. and Nute, G. R. 2003. Consumer perceptions: pork and pig production. Insights from France, England, Sweden and Denmark. *Meat Sci.* 66:125-134.
6. Turrell, G., Hewitt, B., Patterson, C. and Oldenburg, B. 2003. Measuring socio-economic position in dietary research: is choice of socio-economic indicator important?. *Public Health Nutrition*. 6:191-200.
7. Verbeke, W. and Ward, R. W. A. 2001. Fresh meat almost ideal demand system incorporating negative TV press and advertising impact. *Agricultural Economics*. 25: 359-368.
8. Verbeke, W. and Vackier, I. 2004. Profile and effects of consumer involvement in fresh meat. *Meat Sci.* 67:159-168.
9. 광영태, 고복남. 2006. 돼지고기 비선호 부위의 소비유형 분석. *농업경영·정책연구*. 33(2):444-455.
10. 김병무, 조성균, 송경환, 김용규. 2001. 돈육가공과 유통의 차별화 전략. *한국식품유통연구*. 18(1):131-153.
11. 김석은. 2006. 축산물의 선호도와 구매행태에 관한 연구. *한국생활과학회지*. 15(3):501-512.
12. 농림수산식품부. 2008. 농림수산물통계자료.
13. 문장문. 2005. 돼지고기 소비에 대한 소비자 의향 조사. *한경대학교 대학원 석사학위논문*.
14. 박중수, 조광호. 2002. 돼지고기 소비형태와 소비촉진 광고에 대한 소비자의 태도 조사. *농업경영·정책연구*. 29(2):283-297.
15. 유영철. 1998. 돼지고기 브랜드가 소비자 구매행동에 미치는 영향에 관한 연구. *고려대학교 대학원 석사학위논문*.

16. 이문희, 김태완, 한일문, 강양수, 진상근, 김일석. 2005. 브랜드 돼지고기에 대한 경남 소비자 구매 특성과 인지도. 한국축산식품학회지. 25(3):271-276.
 17. 이문희, 김태완, 허순구, 한일문, 진상근, 김일석. 2006. 소득과 연령에 따른 브랜드 돈육에 대한 경남지역 소비자의 구매 행동. 한국축산식품학회지. 26(3):380-385.
 18. 이상영. 2001. 브랜드육 소비촉진과 홍보전략. 농업경영·정책연구. 28(1):35-61.
 19. 조수현, 박범영, 진구복, 유영문, 채현석, 안중남, 이종문, 윤상기. 2003. 햄·소시지제품에 대한 소비자 의식 및 구매실태. 한국동물자원과학회지. 45(2):273-282.
 20. 조수현, 박범영, 변종석, 김진형, 안중남, 윤상기. 2004. 돼지고기 등심의 육안적 평가조건과 한국소비자들의 성향분석. 동물자원과학회지. 46(3):415-426.
 21. 차주희. 2007. 우육과 돈육의 소비성향에 대한 조사연구. 전남대학교 대학원 석사학위논문.
- (접수일자 : 2008. 10. 22. / 수정일자 : 2009. 1. 5. / 채택일자 : 2009. 2. 5.)