

쇠고기 구매에 대한 소비자 실태조사

박범영*, 조수현, 김진형, 황인호, 이상조, 김용곤, 이종문
축산기술연구소

모든 제품은 소비자를 위하여 개발되어 생산되고, 판매된다고 해도 과언이 아니다. 생산된 제품의 성공여부는 소비자에게 얼마나 신뢰받아 판매장에서 선택을 받을 수 있는지 여부에 달려 있다. 식육 역시도 예외는 아니다. 그간 국민소득의 향상에 따라 소비자의 선호도는 보다 다양화되고 질 좋은 식육을 선호 하게되었다. 소비자가 식육을 선택하는 기준으로는 외관, 선호도, 영양성, 안전성 등 다양한 요인에 의하여 결정된다(Issanchou, 1996). 따라서 소비자의 구매의식을 파악하여 시장 목표를 설정하는 것이 우리나라 식육 산업의 경쟁력 제고와 발전에 무엇보다 중요하다고 할 수 있다. 본 연구는 국내 소비자들의 소비실태를 조사 분석하여 국내쇠고기 산업의 방향설정에 기초자료로 제시하고자 실시하였다.

본 연구에 참여한 소비자는 총 1,343명으로 서울 211, 경기 426 충청 183, 전라 270, 경상 242, 강원 11명이 참가하였으며 조사시기는 2002년도 상반기에 실시하였다. 자료 분석은 특별시, 광역시, 일반시로 구분하였다. 쇠고기 구입 횟수는 월 2회 이상이 58.8%로 이러한 결과는 조 등(1999)이 99년 5월에 조사한 결과 60.0%보다는 2% 낮은 비율을 보였는데 이는 국내 소사육두수의 감소와 쇠고기 값의 상승 등이 원인인 것으로 판단된다. 쇠고기를 가장 많이 구입하는 장소로는 1999년에 정육점이 59.9%에서 본 조사에서는 55.5% 감소한 반면, 백화점이나 농축산물매장의 비율이 소폭 상승한 결과를 보였다. 특히 특별시(서울)는 정육점에서 구입하는 비율은 1999년 62.5%에서 본 조사결과 39.3%로 크게 감소하는 결과를 보였다. 이러한 결과는 소비자가 안전성에 대한 관심이 증대되고 있는 것이 한 요인으로 판단된다. 냉장육과 냉동육을 구입하는 비율은 40.7%가 75%이상 냉장육을 구매한다고 답변하여 국내 유통시장이 냉장육 위주로 급격히 전환됨을 알 수 있었다. 냉장육을 구입하는 이유로는 92.9%가 신선하고 맛이 좋기 때문이라고 하였다. 쇠고기 구입시 가장 중요시하는 요인으로는 부위가 45.0%로 가장 높았고, 가격과 원산지가 각각 16.5, 16.4%로 나타났다. 쇠고기 부분육 중 가장 구입을 많이 하는 부위는 등심으로 57.7%, 그 다음으로는 양지가 19.5%이었다. 식육 소매상품의 개선점으로는 위생상태의 개선이 44.5%로 가장 높았고, 육질의 균일성 유지가 28.7%로 대부분을 차지하였다. 쇠고기 등급제도가 구매에 영향을 미치는가에 대해서는 필요하다가 67.5%, 별 도움이 안 된다가 18.3%로 조사되었으며, 등급제도 자체를 모르는 사람의 비율도 11.8%를 차지하였다.