

축산물의 선호도와 구매행태에 관한 연구

A Study on Livestock Products Preference and Purchasing Behaviors

김석은*

공주대학교 산업과학대학 동물자원학과

Kim, Seok-Eun

Dept. of Animal Resources Science, College of Industrial Science, Kong-ju National University

Abstract

This study was carried out in order to analyze consumers' attitudes of purchasing livestock products. Data were gathered through questionnaires from a total of 628 consumers throughout November to December, 2005.

The results obtained were as follows:

1. The most favorite meat of consumers was pork(43.6%). However, there were highly significant differences among socio-economic status (SES) of consumers ($p<0.001$).
2. Among milk and meat products, including fermented foods, city milk was the most favorite of consumers (39.7%) and the next was ham & sausage (34.1%).
3. A majority of consumers preferred domestic livestock products (85.0%) to imports (6.5%).
4. Some of the most important factors in purchasing animal products included price (38.0%), safety (37.0%) and brand (13.4%). Significant differences were found among age groups, education levels, and jobs.
5. A majority of consumers purchased their livestock products at big shopping malls (54.7%), super markets (11.0%), and so on.

Key Words : Livestock Products, Preference, Brand, Purchasing Behavior

I. 서론

축산물은 1960년대 이후 경제성장과 함께 곡류와 채소류 중심의 전통적인 식품소비패턴에서 많은 변화를 가져와 과일과 함께 크게 선호하고 있는 동물성 단백질의 보고(寶庫)이다. 현대인의 다양한 생리적 기능을 충족시키는 가장 중요한 영양소는 단백질이다. 따라서 복잡한 현대생활과 환경을 극복하고 생존하기 위해서는 끊임없이 이들을 섭취해야만 한다(정이형, 박형기, 2002). 우리나라 축산물의 소비는 매년 증가추세에 있다. 2004년말 1인당 육류 소비량 중 쇠고기는 6.8 kg, 돼지고기는 17.9 kg, 그리고 닭고기는 6.6 kg으로 돼지고기를 주로 소비하고 있다(농림부, 2005).

최근 소비자들의 소비구조에서 가장 두드러진 특징은 국민소득의 비약적인 상승으로 인해 과거와 같은 소비의 획일성이 아닌 다양성을 띠고 있다는 것이다. 더욱이 소

비자들은 수입자유화를 계기로 다양한 형태의 상품에 접할 수 있는 기회가 많아짐에 따라 이와 비례하여 생산자에게 요구사항도 증가할 것으로 예상된다(이상영, 천동원, 1997). 우리나라는 생활수준의 향상으로 소비자의 소비행태가 물질 충족에서 심적 충족으로 변해가고 있고 사회구조가 다양화되고 세분화되면서 소비자 계층 또한 다양화되고 있음에 따라 육류와 같이 점차 소비가 증가되어 가고 있는 식품류의 기호성향이나 소비패턴이 변화되고 있다(윤계순, 우자원, 1999). 육가공식품의 선호도조사에서 연령이 적을수록 육가공식품을 좋아하는 정도가 컸고, 남·여별로는 남자는 육가공식품을 약간 좋아하는 경향을 보인 반면에, 여자는 별로 좋아하지 않는 것으로 박주원, 안숙자(2001)는 보고하였다. 최승철 등(2004)은 식품소비실태에서 쇠고기, 돼지고기 및 닭고기의 선호도는 「조금 좋아한다」고 각각 33.1%, 41.9% 및 35.5%로 응답하였다. 소득수준의 향상과 건강에 대한 관심의 증가로 식품 소비의 패턴이 가공식품을 점차 선호하는 경향을 띠

* Corresponding author: Seok Eun Kim
Tel: 041) 330-1240, Fax: 041) 330-1249
E-mail: sekim@kongju.ac.kr

고 있고, 인구가 도시로 집중함에 따라 식품소비의 간편성과 저장성이 높은 식품에 대한 선호도가 높고 있다(김기수, 신상규, 2005). 윤명헌 등(2001)은 육가공식품의 선호도에서 「그저 그렇다」가 44%, 그리고 「좋아한다」가 40%로 나타났으나, 「싫어한다」도 10%로 나타났다. 또한, 식육의 구매는 구매부위, 안전성, 브랜드 등의 요인들에 의해서 좌우되며(Verbeke & Vackier, 2004), 그리고 맛이나 영양, 가격 등에 의해서도 많은 영향을 받는다고 하였다(Alpert 등, 2005)

최근 축산물을 생산하는 축산업의 대표적인 축종인 소·돼지·닭에서 전염병의 홍역을 치렀으나, 서로 보완하면서 슬기롭게 극복할 때 호황을 누릴 수 있다. 그러나 광우병, 구제역, 조류독감 등의 발생으로 인하여 식품의 위생 및 안전성에 대한 소비자들의 관심이 증대되고 있고, 위생·안전 측면에서의 국제적 통상규제가 강화되고 있으므로(최승철 등, 2004), 축산물의 선호도, 구매행태 등의 수요변화를 파악할 필요성이 요구되고 있다.

따라서 본 연구는 설문을 통하여 성별, 나이별, 학력별, 직업별, 생활지별, 소득별로 축산물의 선호도와 구매행태를 조사하여 분석함으로써 생산자에게는 소비자를 만족시킬 수 있는 경영전략의 방향을 제시하고, 소비자에게는 안전한 축산식품을 구매할 수 있는 기초적 자료를 얻고자 수행하였다.

II. 조사내용 및 방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구는 대도시, 중소도시, 그리고 농촌에서 생활하는 20대에서 50대를 대상으로 2005년 11월 15일부터 12월 15일까지 총 660부의 설문지를 배부하여 부실하게 응답한 32부를 제외하고, 충실하게 응답한 628부를 조사 자료로 이용하였다.

조사대상자의 일반적 특성은 <표 1>과 같다. 성별 구성 분포는 남성이 308명이고, 여성은 320명이었다. 나이는 20세 이하 167명, 21-35세 300명, 36-50세 104명, 51세 이상은 57명이었다. 학력별로는 중졸이하 65명, 고졸 266명, 대학생이상은 297명이었다. 직업별로는 사업 및 자영업 50명, 회사원 및 공무원 91명, 전업주부 69명, 학생 381명, 기타는 37명이었다. 생활지별로는 대도시 255명, 중소도시 213명, 농촌은 160명이었다. 가구소득별로는 3,000만원 미만 72명, 3,000-4,000만원미만 200명, 4,000-5,000만원 미만 124명, 5,000만원이상은 191명의 분포를 이루고 있었다.

<표 1> 조사대상자의 일반적 특성

| 구분 | | 빈도(명) | % | 계 |
|-----|---------------|-------|------|------------|
| 성별 | 남 | 308 | 49.0 | 628(100.0) |
| | 여 | 320 | 51.0 | |
| 나이 | 20세이하 | 167 | 26.6 | 628(100.0) |
| | 21-35세 | 300 | 47.8 | |
| | 36-50세 | 104 | 16.5 | |
| | 51세이상 | 57 | 9.1 | |
| 학력 | 초·중졸 | 65 | 10.4 | 628(100.0) |
| | 고졸 | 266 | 42.4 | |
| | 대학생이상 | 297 | 47.3 | |
| 직업 | 사업·자영업 | 50 | 7.9 | 628(100.0) |
| | 회사원·공무원 | 91 | 14.5 | |
| | 전업주부 | 69 | 11.0 | |
| | 학생 | 381 | 60.7 | |
| | 기타 | 37 | 5.9 | |
| 생활지 | 대도시 | 255 | 40.6 | 628(100.0) |
| | 중소도시 | 213 | 33.9 | |
| | 농촌 | 160 | 25.5 | |
| 소득별 | 3,000만원 미만 | 72 | 12.3 | 587(100.0) |
| | 3,000-4,000만원 | 200 | 34.1 | |
| | 4,000-5,000만원 | 124 | 21.1 | |
| | 5,000만원 이상 | 191 | 32.5 | |

2. 조사방법 및 통계처리

조사항목은 축산물 중 육류의 선호도, 가공육·가공육류의 선호도, 국내·외 축산물의 선호도, 축산물의 구매요인, 육류구매시 검토사항, 육류의 구매장소, 축산물의 구매기준, 브랜드축산물의 평가 등의 구매행태에 관한 사항을 무기명 설문지를 통하여 응답토록 한 후 수집하여 SPSS PC program(Ver. 12.0)으로 각 항목의 빈도, 백분율을 구하였다. 그리고 집단간의 빈도는 χ^2 -검정, t-검정, 그리고 F 검정과 Duncan의 다중검정으로 유의성을 분석하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 축산식품의 선호도

1) 육류

축산식품 중 육류에 대한 선호도는 <표 2>와 같다. 성별분석에서는 고도의 통계적 유의성이 인정되었다($p < 0.001$). 남·여 전체평균에서 「돼지고기」를 가장 좋아하고 있었다(43.6%). 남성은 돼지고기(52.6%), 쇠고기(25.6%), 닭고기(20.1%)의 순이었으나, 여성은 돼지고기

(35.0%), 닭고기(33.1%), 쇠고기(28.8%)의 순으로 좋아했다.

나이별로는 계층간 고도의 통계적 유의성이 인정되었다($p<0.01$). 35세 이하는 「닭고기」를 더 선호하였으나, 36세 이상은 「쇠고기」를 더 좋아하였다. 이러한 결과는 안숙자(2000)가 노인의 육류선호도에서 남·여 모두 쇠고기, 돼지고기, 닭고기의 순이었다고 보고한 것과 다소 상이하였으나, 연령이나 성별간에 유의한 차이가 있다고 보고한 Bryhni 등(2002)의 결과와 대체적으로 일치하였다.

학력별로는 중졸이하의 학력자는 돼지고기(43.1%)를 가장 좋아하고 있었으며, 그 다음은 닭고기와 쇠고기를 동일한 빈도(27.7%)로 선호하고 있었다. 고졸학력에서는 쇠고기보다 「닭고기」를 더 선호하는 경향이었으나, 대학생이상의 학력에서는 닭고기 보다 「쇠고기」를 더 좋아하였다. 이와 같은 결과는 김종원, 이영현(2001)의 조사 보고에서 학력이 높을수록 「쇠고기」를 더 선호한다는 결과와 대체적으로 일치하였다.

직업별로는 고도의 통계적 유의성이 인정되었다($p<0.001$). 직업별 전체평균에서도 「돼지고기」를 가장 선호하였으며(43.6%), 그 다음은 쇠고기(27.2%), 닭고기(26.8%), 기타(2.4%)

의 순으로 좋아하였다. 사업이나 자영업자, 그리고 회사원이거나 공무원의 경우는 돼지고기, 쇠고기, 닭고기의 순으로 좋아했다. 전업주부는 「쇠고기」를 가장 좋아하였고(45.6%), 그 다음으로는 돼지고기(32.4%)와 닭고기(14.7%) 순인 반면에, 학생의 경우에는 「돼지고기」를 가장 선호(44.5%)하였고, 닭고기(31.1%)와 쇠고기(22.4%)의 순으로 조사되었다.

생활지별로는 대도시와 농촌은 전체 평균 선호도와 같이 닭고기 보다 「쇠고기」를 더 선호하였으나, 중소도시는 쇠고기 보다 「닭고기」를 더 선호하는(31.3%) 경향이 있었다. 이와 같이 닭고기를 선호하는 것은 닭고기의 맛과 요리의 다양성, 그리고 상대적으로 저렴하기 때문에 더욱 선호하는 것으로 해석된다.

가구 소득별로는 유의성은 인정되지 않았다. 4,000만원 미만에서는 쇠고기 보다 「닭고기」를 더 선호하였으나(36.6%), 4,000만원 이상에서는 닭고기 보다 「쇠고기」를 더 선호하는(26.6%) 경향을 보여줌으로써 소득이 증가함에 따라 쇠고기를 점점 선호하는 것으로 나타났다. 그리고 돼지고기의 선호비율은 점차 낮아지지만 여전히 가장 애호하는 육류로 뽑고 있다.

〈표 2〉 육류의 선호도

단위 : No.(%)

| 구분 | 쇠고기 | 돼지고기 | 닭고기 | 기타 | 계 | 통계검정 | |
|-------|---------------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|--|
| 성별 | 남 | 79(25.6) | 162(52.6) | 62(20.1) | 5(1.6) | 308(100.0) | χ^2 값: 23.082*** 자유도: 3 유의확률 : 0.000 |
| | 여 | 92(28.8) | 113(35.0) | 106(33.1) | 10(3.1) | 320(100.0) | |
| | 계(평균) | 171(27.2) | 274(43.6) | 168(26.8) | 15(2.4) | 628(100.0) | |
| 나이 | 20세이하 | 42(25.1) | 74(44.3) | 48(28.7) | 3(1.8) | 167(100.0) | χ^2 값: 24.865** 자유도: 9 유의확률 : 0.003 |
| | 21-35세 | 65(21.7) | 138(46.0) | 90(30.0) | 7(2.3) | 300(100.0) | |
| | 36-50세 | 45(43.3) | 34(32.7) | 21(20.2) | 4(3.8) | 104(100.0) | |
| | 51세이상 | 19(33.3) | 28(49.1) | 9(15.8) | 1(1.8) | 57(100.0) | |
| | 계(평균) | 171(27.2) | 274(43.6) | 168(26.8) | 15(2.4) | 628(100.0) | |
| 학력 | 초·중졸 | 18(27.7) | 28(43.1) | 18(27.7) | 1(1.5) | 65(100.0) | χ^2 값: 2.753 ^{NS} 자유도: 6 유의확률 : 0.839 |
| | 고졸 | 66(24.8) | 120(45.1) | 75(28.2) | 5(1.9) | 266(100.0) | |
| | 대학생이상 | 87(29.3) | 126(42.4) | 75(25.3) | 9(3.0) | 297(100.0) | |
| | 계(평균) | 171(27.2) | 274(43.6) | 168(26.8) | 15(2.4) | 628(100.0) | |
| 직업 | 사업·자영업 | 16(32.0) | 27(54.0) | 7(14.0) | 0(0) | 50(100.0) | χ^2 값: 34.108*** 자유도: 12 유의확률 : 0.001 |
| | 회사원·공무원 | 27(29.7) | 39(42.9) | 24(26.4) | 1(1.1) | 91(100.0) | |
| | 전업주부 | 31(45.6) | 22(32.4) | 10(14.7) | 5(7.4) | 68(100.0) | |
| | 학생 | 85(22.4) | 169(44.5) | 118(31.1) | 8(2.1) | 380(100.0) | |
| | 기타 | 11(29.7) | 16(43.2) | 9(24.3) | 1(2.4) | 37(100.0) | |
| 계(평균) | 170(27.2) | 273(43.6) | 168(26.8) | 15(2.4) | 626(100.0) | | |
| 생활지 | 대도시 | 75(29.4) | 114(44.7) | 60(23.5) | 6(2.4) | 255(100.0) | χ^2 값: 4.367 ^{NS} 자유도: 6 유의확률 : 0.627 |
| | 중소도시 | 51(23.9) | 90(42.3) | 67(31.3) | 5(2.3) | 213(100.0) | |
| | 농촌 | 45(28.5) | 69(43.7) | 40(25.3) | 4(2.5) | 158(100.0) | |
| | 계(평균) | 171(27.3) | 273(43.6) | 167(26.7) | 15(2.4) | 626(100.0) | |
| 소득별 | 3,000만원 미만 | 13(18.3) | 30(42.3) | 26(36.6) | 2(2.8) | 71(100.0) | χ^2 값: 10.985 ^{NS} 자유도: 9 유의확률 : 0.277 |
| | 3,000-4,000만원 | 51(25.8) | 87(43.9) | 53(26.8) | 7(3.5) | 198(100.0) | |
| | 4,000-5,000만원 | 33(26.6) | 56(45.2) | 32(25.8) | 3(2.4) | 124(100.0) | |
| | 5,000만원 이상 | 65(34.0) | 80(41.9) | 43(22.5) | 3(1.6) | 191(100.0) | |
| | 계(평균) | 162(27.7) | 253(43.3) | 154(26.4) | 15(2.6) | 584(100.0) | |

** : $p<0.01$, *** : $p<0.001$, ^{NS} = Not-significant($p>0.05$).

이러한 결과는 김종원, 이영현(2001)의 식육 선호도 순위에서 「돼지고기」를 가장 좋아하고(59.0%), 그 다음은 닭고기(21.6%)와 쇠고기(18.5%)의 순이었다는 보고와 유사하였다. 그러나 이민정(2005)이 닭고기 선호도 조사에서 남자가 여자보다 유의하게($p<0.05$) 닭고기를 더 선호한다고 보고한 것은 본 연구의 결과와는 상반되었다.

2) 가공유 및 가공육류의 선호도

축산식품 중 가공유와 가공육류에 대한 선호도는 <표 3>과 같다. 성별분석에서는 고도의 통계적 유의성이 인정되었다($p<0.001$). 남·여 전체평균에서 「우유」를 가장 좋아했고(39.7%), 그 다음은 햄·소시지(34.1%), 발효유(17.1%), 치즈·버터(7.4%), 기타 (1.6%) 순으로 나타났다. 남·여 모두에서 우유, 햄·소시지, 발효유 등의 순으로 좋아했으나, 그 비율은 햄·소시지에서는 남성이 더 좋아하는 반면에, 발효유는 남성보다는 여성이 더 선호했다. 이러한 결과는 박주원, 안숙자(2001)가 육가공식품은

남자가 여자보다 더 선호한다고 보고한 결과와 일치하였다. 안숙자(2000)가 육가공품 선호도에서 노인 남·여 모두 요구르트(57.7%)를 가장 좋아하고, 그 다음은 아이스크림, 요플레 등의 순으로 선호한다고 보고한 바 있다.

나이별로는 계층간 고도의 통계적 유의성이 인정되었다($p<0.001$). 35세 이하에서는 모두 「햄·소시지」를 가장 좋아하였고, 36세 이상의 집단에서는 「우유」를 가장 선호하였으며, 그 다음은 발효유, 햄·소시지, 치즈·버터 등의 순으로 좋아하고 있었다.

학력별 분석은 고도의 통계적 유의성이 인정되었다($p<0.01$). 초·중졸 학력자는 「햄·소시지」를 가장 좋아하고 있었으며(45.3%), 그 다음은 우유(37.5%), 발효유(12.5%) 등의 순으로 좋아했으나, 대학생이상의 학력소지자는 「우유」를 가장 선호하였다(40.6%).

직업별 가공유와 가공육류에 대한 선호도에서는 고도의 통계적 유의성이 인정되었다($p<0.001$). 햄·소시지는 사업·자영업자(34.1%)와 학생(39.9%)이 가장 좋아한 반면에, 우유는 전업주부(50.8%)와 회사원이나 공무원(43.7%)이 주

<표 3> 가공유·육류의 선호도

단위 : No.(%)

| 구분 | | 햄/소시지 | 우유 | 발효유 | 치즈/버터 | 기타 | 계 | 통계검정 |
|-----|---------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|------------|---|
| 성별 | 남 | 120(40.0) | 122(40.7) | 40(13.3) | 12 (4.0) | 6 (2.0) | 300(100.0) | χ^2 값: 20.959*** 자유도: 4 유의확률 : 0.000 |
| | 여 | 87(28.3) | 119(38.8) | 64(20.8) | 33(10.7) | 4 (1.3) | 307(100.0) | |
| | 계(평균) | 207(34.1) | 241(39.7) | 104(17.1) | 45 (7.4) | 10 (1.6) | 607(100.0) | |
| 나이 | 20세이하 | 70(42.2) | 64(38.6) | 17(10.2) | 11 (6.6) | 4 (2.4) | 166(100.0) | χ^2 값: 35.237*** 자유도: 12 유의확률 : 0.000 |
| | 21-35세 | 109(36.7) | 106(35.7) | 51(17.2) | 28 (9.4) | 3 (1.0) | 297(100.0) | |
| | 36-50세 | 16(17.6) | 48(52.7) | 23(25.3) | 3 (3.3) | 1 (1.1) | 91(100.0) | |
| | 51세이상 | 12(22.6) | 23(43.4) | 13(24.5) | 3 (5.7) | 2 (3.8) | 53(100.0) | |
| | 계(평균) | 207(34.1) | 241(39.7) | 104(17.1) | 45 (7.4) | 10 (1.6) | 607(100.0) | |
| 학력 | 초·중졸 | 29(45.3) | 24(37.5) | 8(12.5) | 1 (1.6) | 2 (3.1) | 64(100.0) | χ^2 값: 18.693** 자유도: 8 유의확률 : 0.017 |
| | 고졸 | 84(32.7) | 101(39.3) | 53(20.6) | 13 (5.1) | 6 (2.3) | 257(100.0) | |
| | 대학생이상 | 94(32.9) | 116(40.6) | 43(15.0) | 31(10.8) | 2 (0.7) | 286(100.0) | |
| | 계(평균) | 207(34.1) | 241(39.7) | 104(17.1) | 45 (7.4) | 10 (1.6) | 607(100.0) | |
| 직업 | 사업·자영업 | 15(34.1) | 14(31.8) | 12(27.3) | 2 (4.5) | 1 (2.3) | 44(100.0) | χ^2 값: 39.426*** 자유도: 16 유의확률 : 0.001 |
| | 회사원·공무원 | 21(24.1) | 38(43.7) | 15(17.2) | 13(14.9) | 0 (0) | 87(100.0) | |
| | 전업주부 | 15(23.8) | 32(50.8) | 15(23.8) | 0 (0) | 1 (1.6) | 63(100.0) | |
| | 학생 | 151(39.9) | 139(36.8) | 56(14.8) | 25 (6.6) | 7 (1.9) | 378(100.0) | |
| | 기타 | 4(12.1) | 18(54.5) | 6(18.2) | 4(12.1) | 1 (4.0) | 33(100.0) | |
| | 계(평균) | 206(34.0) | 241(39.8) | 104(17.2) | 44 (7.3) | 10 (1.7) | 605(100.0) | |
| 생활지 | 대도시 | 105(41.5) | 91(36.0) | 29(11.5) | 23 (9.1) | 5 (2.0) | 253(100.0) | χ^2 값: 28.828*** 자유도: 8 유의확률 : 0.000 |
| | 중소도시 | 62(30.0) | 77(37.2) | 46(22.2) | 19 (9.2) | 3 (1.4) | 207(100.0) | |
| | 농촌 | 39(26.7) | 73(50.0) | 29(19.9) | 3 (2.1) | 2 (1.4) | 146(100.0) | |
| | 계(평균) | 206(34.0) | 241(39.8) | 104(17.2) | 45 (7.4) | 10 (1.7) | 606(100.0) | |
| 소득별 | 3,000만원 미만 | 21(30.4) | 32(46.4) | 13(18.8) | 2 (2.9) | 1 (1.4) | 69(100.0) | χ^2 값: 8.812 ^{NS} 자유도: 12 유의확률 : 0.719 |
| | 3,000-4,000만원 | 60(31.1) | 81(42.0) | 30(15.5) | 18 (9.3) | 4 (2.1) | 193(100.0) | |
| | 4,000-5,000만원 | 40(34.2) | 44(37.6) | 21(17.9) | 11 (9.4) | 1 (0.9) | 117(100.0) | |
| | 5,000만원 이상 | 71(38.4) | 65(35.1) | 33(17.8) | 12 (6.5) | 4 (2.2) | 185(100.0) | |
| | 계(평균) | 192(34.0) | 222(39.4) | 97(17.2) | 43 (7.6) | 10 (1.8) | 564(100.0) | |

** : $p<0.01$, *** : $p<0.001$, ^{NS} = Not-significant($p>0.05$).

로 선호하고 있었는데, 이러한 식품의 선호도는 생활습관이나 직업 등에서 오는 결과에 기인한 것으로 사료된다.

생활지별로는 고도로 유의성 있는 차이가 있었다(p<0.001). 대도시에서는 「햄·소시지」를 가장 선호하고(41.5%), 그 다음은 우유(36.0%), 발효유(11.5%) 등으로 좋아하고 있으나, 소도시나 농촌으로 갈수록 「우유」를 가장 선호하고(50.0%), 그 다음으로는 햄·소시지(26.7%), 발효유(19.9%) 등의 순으로 선호하였다.

가구 소득별로는 유의성은 인정되지 않았지만, 3,000만원미만 가구에서는 「우유」를 가장 좋아했으나(46.4%), 소득이 높은 5,000만원이상 가구 집단에서는 「햄·소시지」를 가장 선호하는 것(38.4%)으로 분석되었다.

이러한 결과는 전체평균으로 보아 우유를 가장 좋아하는 긍정적 선호는 김정주 등(1998)이 「매우 좋아하거나 좋아한다」고 가장 높은 응답반응을 보인 것과 대체적으로 유사하였다. 안숙자(2000)는 한국노인의 식품선호도에서 우유를 좋아하는 비율은 남자가 36.5%와 여자가 28.6%로 여자보다는 남자가 더 좋아하는 것으로 보고한 것과도 유사하였다.

2. 국내·외 축산물의 선호도

국내 축산물과 외국 축산물의 선호도는 <표 4>와 같다. 성별로 통계적인 유의성은 없었지만 남·여 모두 외국축산물보다는 「국내 축산물」을 더 선호하는 경향이 있었다(85.0%).

나이별로는 고도의 통계적인 유의성이 인정되었다(p<0.01). 전체 평균에서는 「국내 축산물」을 외국 축산물보다 더 선호하였다(85.0%). 20세 이하에서는 77.8%, 21-35세는 85.7%, 36-50세는 90.4%와 51세 이상은 93.0%로, 나이가 들면 들수록 외국축산물보다 국내 축산물을 더 선호하였다. 반면에 국내·외 축산물을 가리지 않는 경우는 나이가 어릴수록 더 높은 빈도를 보였다.

학력별로는 고도의 유의성이 인정되었다(p<0.01). 학력이 낮을수록 「국내·외 관계없다」는 응답이 많았다.

직업별로는 통계적 유의성이 인정되었다(p<0.05). 사업이나 자영업자, 회사원이나 공무원, 전업주부 등의 직업에서는 「국내 축산물」을 90%이상 선호하고 있으나, 학생층은 「국내·외 관계없다」도 10%이상 응답한 것

<표 4> 국내·외 축산물의 선호도

단위 : No.(%)

| 구분 | | 국내 축산물 | 외국 축산물 | 관계없다 | 계 | 통계검정 |
|-----|---------------|-----------|----------|----------|------------|---|
| 성별 | 남 | 258(83.8) | 26 (8.4) | 24 (7.8) | 308(100.0) | χ^2 값: 3.744 ^{NS} 자유도: 2 유의확률 : 0.154 |
| | 여 | 276(86.2) | 15 (4.7) | 29 (9.1) | 320(100.0) | |
| | 계(평균) | 534(85.0) | 41 (6.5) | 53 (8.5) | 628(100.0) | |
| 나이 | 20세이하 | 130(77.8) | 13 (7.8) | 24(14.4) | 167(100.0) | χ^2 값: 15.809** 자유도: 6 유의확률 : 0.015 |
| | 21-35세 | 257(85.7) | 23 (7.7) | 20 (6.6) | 300(100.0) | |
| | 36-50세 | 94(90.4) | 4 (3.8) | 6 (5.8) | 104(100.0) | |
| | 51세이상 | 53(93.0) | 1 (1.8) | 3 (5.3) | 57(100.0) | |
| | 계(평균) | 534(85.0) | 41 (6.5) | 53 (8.5) | 628(100.0) | |
| 학력 | 초·중졸 | 50(76.9) | 2 (3.1) | 13(20.0) | 65(100.0) | χ^2 값: 14.382** 자유도: 4 유의확률 : 0.006 |
| | 고졸 | 229(86.1) | 16 (6.0) | 21 (7.9) | 266(100.0) | |
| | 대학생이상 | 255(85.9) | 23 (7.7) | 19 (6.4) | 297(100.0) | |
| | 계(평균) | 534(85.0) | 41 (6.5) | 53 (8.4) | 628(100.0) | |
| 직업 | 사업·자영업 | 45(90.0) | 1 (2.0) | 4 (8.0) | 50(100.0) | χ^2 값: 15.433* 자유도: 8 유의확률 : 0.051 |
| | 회사원·공무원 | 81(91.0) | 2 (2.2) | 6 (6.7) | 89(100.0) | |
| | 전업주부 | 64(92.8) | 3 (4.3) | 2 (2.9) | 69(100.0) | |
| | 학생 | 308(80.8) | 33 (8.7) | 40(10.5) | 381(100.0) | |
| | 기타 | 34(91.9) | 2 (5.4) | 1 (2.7) | 37(100.0) | |
| | 계(평균) | 532(85.0) | 41 (6.5) | 53 (8.5) | 626(100.0) | |
| 생활지 | 대도시 | 204(80.6) | 21 (8.3) | 28(11.1) | 253(100.0) | χ^2 값: 9.813* 자유도: 4 유의확률 : 0.044 |
| | 중소도시 | 183(85.9) | 12 (5.6) | 18 (8.5) | 213(100.0) | |
| | 농촌 | 146(91.3) | 8 (5.0) | 6 (3.7) | 160(100.0) | |
| | 계(평균) | 533(85.2) | 41 (6.5) | 52 (8.3) | 626(100.0) | |
| 소득별 | 3,000만원 미만 | 63(87.5) | 5 (6.9) | 4 (5.6) | 72(100.0) | χ^2 값: 5.092 ^{NS} 자유도: 6 유의확률 : 0.532 |
| | 3,000-4,000만원 | 172(86.0) | 15 (7.5) | 13 (6.5) | 200(100.0) | |
| | 4,000-5,000만원 | 104(84.6) | 8 (6.5) | 11 (8.9) | 123(100.0) | |
| | 5,000만원 이상 | 162(84.8) | 8 (4.2) | 21(11.0) | 191(100.0) | |
| | 계(평균) | 501(85.5) | 36 (6.1) | 49 (8.4) | 586(100.0) | |

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

으로 보아 젊은 층일수록 국내 축산물의 선호도는 점차 낮아질 것으로 보인다.

생활지별로는 통계적 유의성이 인정되었다($p < 0.05$). 대도시(80.6%) 보다 중소도시(85.9%), 그리고 중소도시 보다 농촌(91.3%)으로 갈수록 「국내 축산물」을 더 선호하였다. 반면에 농촌보다는 대도시일수록 「국내·외 관계없다」는 비율이 점점 높아졌다.

가구 소득별로는 통계적으로 유의성 있는 차이는 없었다. 전체평균에서 「국내 축산물」을 가장 좋아하였으며(85.5%), 그 다음은 국내·외 관계없다(8.4%), 그리고 외국 축산물(6.1%) 순으로 응답하였다. 소득별로는 3,000만 원미만의 가구에서는 「국내 축산물」을 가장 선호하였으나, 소득이 증가될수록 국내 축산물 선호도가 점점 낮아지는 경향을 보였다.

이와 같이 국내축산물을 더욱 선호하고, 외국 축산물을 꺼리고 있다. 한성일(1997)은 육우고기 유통실태에서 국산쇠고기와 수입쇠고기의 구매선택은 많은 소비자가 압도적으로 「국산 쇠고기」를 선택하겠다고 대답하였는데(90.0%), 이는 맛, 품질보증, 안전성 때문에 국산 쇠

기를 더 좋아한다고 응답한 보고는 본 연구의 결과와 매우 유사하였다. 그리고 최승철 등(2004)은 축산식품 안전성에 대하여 수입 쇠고기는 37.1%와 햄버거는 51.6%가 각각 「불안하다」고 높게 응답하였는데, 이렇게 높게 응답한 것은 아직도 광우병, 조류인플루엔자, 구제역 등의 전염병에 대한 정확한 인식이 부족하고, 국내보다는 외국 축산물에서 이러한 전염성 바이러스나 세균 등의 검출사례가 많기 때문으로 풀이된다.

3. 국내 축산물의 구매요인

국내 축산물의 구매요인은 <표 5>와 같다. 성별 전체 평균은 「안전성」과 「맛」을 가장 큰 구매요인으로 들었다. 성별로 볼 때 구매는 남성은 「맛」(38.2%), 여성은 「안전성」을(35.8%) 우선으로 한다고 응답하였으며, 그리고 「애국심」을 구매편리성이나 싼 가격 보다 우선시 하였다.

나이별로는 젊은 21-35세는 「맛」을 구매요인으로 선

<표 5> 국내 축산물의 구매요인

단위 : No.(%)

| 구분 | 안전성 | 가격저렴 | 맛 | 구매편리성 | 애국심 | 계 | |
|-----|---------------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|------------|
| 성별 | 남 | 142(32.1) | 32 (7.2) | 169(38.2) | 44(10.0) | 55(12.4) | 442(100.0) |
| | 여 | 157(35.8) | 42 (9.6) | 128(29.2) | 55(12.5) | 57(13.0) | 439(100.0) |
| | 계(평균) | 299(33.9) | 74 (8.4) | 297(33.7) | 99(11.2) | 112(12.7) | 881(100.0) |
| 나이 | 20세이하 | 81(32.3) | 21 (8.4) | 78(31.1) | 31(12.4) | 40(15.9) | 251(100.0) |
| | 21-35세 | 132(31.9) | 36 (8.7) | 139(33.6) | 53(12.8) | 54(13.0) | 414(100.0) |
| | 36-50세 | 54(39.7) | 13 (9.6) | 49(36.0) | 10 (7.4) | 10 (7.4) | 136(100.0) |
| | 51세이상 | 32(40.0) | 4 (5.0) | 31(38.8) | 5 (6.3) | 8(10.0) | 80(100.0) |
| | 계(평균) | 299(33.9) | 74 (8.4) | 297(33.7) | 99(11.2) | 112(12.7) | 881(100.0) |
| 학력 | 초·중졸 | 39(37.9) | 4 (3.9) | 36(35.0) | 6 (5.8) | 18(17.5) | 103(100.0) |
| | 고졸 | 117(31.5) | 33 (8.9) | 123(33.2) | 48(12.9) | 50(13.5) | 371(100.0) |
| | 대학생이상 | 143(35.1) | 37 (9.1) | 138(33.9) | 45(11.1) | 44(10.8) | 407(100.0) |
| | 계(평균) | 299(33.9) | 74 (8.4) | 297(33.7) | 99(11.2) | 112(12.7) | 881(100.0) |
| 직업 | 사업·자영업 | 31(49.2) | 6 (9.5) | 14(22.2) | 7(11.1) | 5 (7.9) | 63(100.0) |
| | 회사원·공무원 | 46(37.4) | 9 (7.3) | 48(39.0) | 6 (4.9) | 14(11.4) | 123(100.0) |
| | 전업주부 | 36(36.7) | 9 (9.2) | 37(37.8) | 11(11.2) | 5 (5.1) | 98(100.0) |
| | 학생 | 167(30.7) | 47 (8.6) | 177(32.5) | 69(12.7) | 84(15.4) | 544(100.0) |
| | 기타 | 18(36.0) | 3 (6.0) | 19(38.0) | 6(12.0) | 4 (8.0) | 50(100.0) |
| | 계(평균) | 298(33.9) | 74 (8.4) | 295(33.6) | 99(11.3) | 112(12.8) | 878(100.0) |
| 생활지 | 대도시 | 136(36.1) | 29 (7.7) | 126(33.4) | 40(10.6) | 46(12.2) | 377(100.0) |
| | 중소도시 | 87(29.9) | 29 (10.0) | 98(33.7) | 30(10.3) | 47(16.2) | 291(100.0) |
| | 농촌 | 76(35.8) | 16 (7.5) | 72(34.0) | 29(13.7) | 19 (9.0) | 212(100.0) |
| | 계(평균) | 299(34.0) | 74 (8.4) | 296(33.6) | 99(11.3) | 112(12.7) | 880(100.0) |
| 소득별 | 3,000만원 미만 | 36(38.3) | 7 (7.4) | 32(34.0) | 9 (9.6) | 10(10.6) | 94(100.0) |
| | 3,000-4,000만원 | 94(32.5) | 24 (8.3) | 93(32.2) | 38(13.1) | 40(13.8) | 289(100.0) |
| | 4,000-5,000만원 | 52(35.6) | 11 (6.9) | 54(34.0) | 22(13.8) | 20(12.6) | 159(100.0) |
| | 5,000만원 이상 | 98(35.6) | 26 (9.5) | 93(33.8) | 23 (8.4) | 35(12.7) | 275(100.0) |
| | 계(평균) | 280(34.3) | 68 (8.3) | 272(33.3) | 92(11.3) | 105(12.9) | 817(100.0) |

주) 2개 항목까지 응답하여 독립검정이 성립되지 않아 백분율만 계산하였음.

택한 반면에, 다른 모든 계층에서는 「안전성」을 가장 큰 구매요인으로 선택하였다.

학력별로는 고졸에서 구매는 「맛」을 선택하였으나, 중졸이하와 대학생이상에서는 「안전성」을 가장 우선으로 꼽았다.

직업별로는 전체평균에서 구매는 「안전성」(33.9%)과 「맛」(33.6%)을 가장 중요시 하였으며, 그 다음은 애국심(12.8%), 구매편리성(11.3%), 싼 가격(8.4%)의 순으로 구매요인을 들었다. 사업·자영업의 의 구매는 「안전성」을, 다른 계층에서는 「맛」이라고 응답하였다.

생활지별로는 대도시와 농촌은 맛보다 「안전성」을, 중소도시는 안전성보다 「맛」을 가장 큰 구매요인으로 응답하였다. 함병은(2005)은 서울과 수도권은 품질과 가격을 구매요인으로 선택하였으나, 지방은 품질과 제조일자를 구매요인으로 작용하고 있다고 보고한 바 있다.

가구 소득별로는 모든 소득계층에서도 「안전성」과 「맛」을 중요한 구매요인으로 선택하고 있었다.

이와 같은 결과는 김 호(2003)가 「안전성」이 가장 큰 구매기준이 되며, 그 다음은 원산지, 가격, 맛 등의 순으로 보고한 결과와 대체적으로 유사하였다.

4. 육류의 구매장소

육류의 구매장소는 <표 6>과 같다. 성별로 유의성은 없었으나, 남·여 평균 「대형 유통점」에서 가장 많이 구매하였고(54.7%), 그 다음은 정육점(31.9%), 슈퍼마켓(11.0%), 인터넷 쇼핑몰(1.6%) 등의 순으로 구매하였다.

나이별로는 통계적인 유의성이 인정되지 않았다. 36세 이상에서는 인터넷 쇼핑몰을 전혀 이용하지 않은 것으로 보아 많은 구매자들이 백화점이나 대형유통센터 등을 많이 이용하고 있으며, 앞으로도 더욱 이용도가 높을 것으로 예상된다.

학력별로는 고도의 통계적 유의차가 있었다(p<0.01).

<표 6> 육류의 구매장소

단위 : No.(%)

| 구분 | | 정육점 | 대형유통점 | 슈퍼마켓 | 인터넷 쇼핑몰 | 기타 | 계 | 통계검정 |
|-----|---------------|-----------|-----------|----------|------------|---------|------------|--|
| 성별 | 남 | 106(34.5) | 162(52.8) | 30 (9.8) | 6 (2.0) | 3 (1.0) | 307(100.0) | χ^2 값: 3.137 ^{NS} 자유도: 4 유의확률 : 0.535 |
| | 여 | 92(29.4) | 177(56.5) | 38(12.1) | 4 (1.3) | 2 (0.6) | 313(100.0) | |
| | 계(평균) | 198(31.9) | 339(54.7) | 68(11.0) | 10 (1.6) | 5 (0.8) | 620(100.0) | |
| 나이 | 20세이하 | 59(35.3) | 79(47.3) | 24(14.4) | 3 (1.8) | 2 (1.2) | 167(100.0) | χ^2 값: 13.914 ^{NS} 자유도: 12 유의확률 : 0.306 |
| | 21-35세 | 85(28.4) | 176(58.9) | 29 (9.7) | 7 (2.3) | 2 (0.7) | 299(100.0) | |
| | 36-50세 | 38(38.4) | 52(52.5) | 9 (9.1) | 0 (0) | 0 (0) | 99(100.0) | |
| | 51세이상 | 16(29.1) | 32(58.2) | 6(10.9) | 0 (0) | 1 (1.8) | 55(100.0) | |
| | 계(평균) | 198(31.9) | 339(54.7) | 68(11.0) | 10 (1.6) | 5 (0.8) | 620(100.0) | |
| 학력 | 초·중졸 | 31(47.7) | 26(40.0) | 6 (9.2) | 0 (0) | 2 (3.1) | 65(100.0) | χ^2 값: 21.305** 자유도: 8 유의확률 : 0.006 |
| | 고졸 | 87(33.2) | 136(51.9) | 33(12.6) | 6 (2.3) | 0 (0) | 262(100.0) | |
| | 대학생이상 | 80(27.3) | 177(60.4) | 29 (9.9) | 4 (1.4) | 3 (1.0) | 293(100.0) | |
| | 계(평균) | 198(31.9) | 339(54.7) | 68(11.0) | 10 (1.6) | 5 (0.8) | 620(100.0) | |
| 직업 | 사업·자영업 | 20(40.8) | 26(53.1) | 3 (6.1) | 0 (0) | 0 (0) | 49(100.0) | χ^2 값: 15.037 ^{NS} 자유도: 16 유의확률 : 0.522 |
| | 회사원·공무원 | 22(24.4) | 55(61.1) | 13(14.4) | 0 (0) | 0 (0) | 90(100.0) | |
| | 전업주부 | 25(38.5) | 32(49.2) | 7(10.8) | 1 (1.5) | 0 (0) | 65(100.0) | |
| | 학생 | 119(35.3) | 207(54.5) | 41(10.8) | 9 (2.4) | 4 (1.1) | 380(100.0) | |
| | 기타 | 12(35.3) | 17(50.0) | 4(11.8) | 0 (0) | 1 (2.9) | 34(100.0) | |
| | 계(평균) | 198(32.0) | 337(54.5) | 68(11.0) | 10 (1.6) | 5 (0.8) | 618(100.0) | |
| 생활지 | 대도시 | 79(31.2) | 141(55.7) | 26(10.3) | 4 (1.6) | 3 (1.2) | 253(100.0) | χ^2 값: 20.910** 자유도: 8 유의확률 : 0.007 |
| | 중소도시 | 51(24.4) | 121(57.9) | 30(14.4) | 6 (2.9) | 1 (0.5) | 209(100.0) | |
| | 농촌 | 68(43.3) | 76(48.4) | 12 (7.6) | 0 (0) | 1 (1.3) | 157(100.0) | |
| | 계(평균) | 198(32.0) | 338(54.6) | 68(11.0) | 10 (1.6) | 5 (0.8) | 619(100.0) | |
| 소득별 | 3,000만원 미만 | 28(38.9) | 33(45.8) | 8(11.1) | 2 (2.8) | 1 (1.4) | 72(100.0) | χ^2 값: 15.572 ^{NS} 자유도: 12 유의확률 : 0.212 |
| | 3,000-4,000만원 | 59(30.4) | 107(55.2) | 25(12.9) | 3 (1.5) | 0 (0) | 194(100.0) | |
| | 4,000-5,000만원 | 32(26.7) | 70(58.3) | 15(12.5) | 3 (2.5) | 0 (0) | 120(100.0) | |
| | 5,000만원 이상 | 65(34.2) | 106(55.8) | 13 (6.8) | 2 (1.1) | 4 (2.1) | 190(100.0) | |
| | 계(평균) | 184(31.9) | 316(54.9) | 61(10.6) | 10 (1.7) | 5 (0.9) | 576(100.0) | |

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

학력별로 보면, 초·중졸이하의 집단에서 육류구매는 「정육점」을 가장 많이 이용하고 있으나(47.7%), 학력이 높아짐에 따라 대학생 이상의 학력소지자는 「대형 유통점」에서 주로 구매하고(60.4%) 있는 것으로 나타났다.

직업별로는 유의성 있는 차이는 없었으나, 직업특성별로는 사업가나 자영업자, 직장인, 주부, 그리고 학생까지도 모두 대형 유통점, 정육점, 슈퍼마켓 등에서 육류를 구입하는 것으로 조사되었다.

생활지별로는 고도로 통계적 유의한 차이를 보였다($p < 0.01$). 대도시와 중소도시의 경우는 구매시 「대형유통점」에서 전체평균보다 높은 비율로 이용하였으나, 농촌에서는 전체평균보다 대형 유통점을 찾는 빈도가 낮았으나, 정육점은 평균보다 구매빈도가 높은 것으로 조사되었다.

소득별로 보면 유의한 차이는 없었다. 3,000만원 미만 소득가구는 「정육점」을 비교적 많이 이용하였으나(38.9%), 4,000만원이상의 가구는 「대형유통점」을 많이 이용하고 있었다(58.3%).

이러한 결과는 김종원, 이영현(2001)이 닭고기 식품의 구매장소는 43.1%가 「대형 할인점」에서 구매하는 것으로 가장 많이 응답했고, 그 다음은 백화점(27.4%)이나 슈퍼마켓(23.2%)에서 구매하고, 대도시보다는 중소도시에서는 「대형할인점」을 더 많이 이용하는 것으로 조사된 결과와 대체적으로 유사하였는데, 이러한 소비행태의 패턴은 우리나라의 육류 구매행동을 잘 보여주고 있는 것이라 할 수 있다.

한성일(1997)은 쇠고기는 백화점이나 슈퍼마켓에서 구매하는 이용률이 높아지고 있으나, 정육점 이용률은 감소되는 것으로 보고한 것과 유영철(1998)의 육류는 백화점, 전문판매장 순으로 구매한다고 보고한 것, 그리고 조은정, 한영실(2004)도 육류는 「대형할인점」에서 가장 많이 구매하고(53.6%)있었으며, 그 다음은 슈퍼마켓(29.7%), 재래정육점(7.9%) 등지를 이용하여 구매하는 것으로 보고한 결과와도 유사하였는데, 이와 같이 유사한 결과는 소득향상과 함께 소비자 식생활 패턴의 변화와 주부 경제활동이 증가되면서 실속과 편리함을 동시에 추구하여 대형할인점에서 일시에 많이 구입하여 소비하기 때문으로 보인다. 그러나 돈육 구매특성에서 이문희 등(2005)은 「정육점」에서 가장 많이 구매하고(28.0%), 그 다음은 농·축협 매장이라고 응답한 결과, 그리고 한성일, 최승철(2002)의 「정육점」에서 가장 많이 구매한다는 조사와도 다소 차이가 있었는데, 이러한 것은 조사지역이나 대상자에서 오는 차이에 기인한 것으로 사료된다.

5. 축산물의 구매기준

축산물의 구매기준은 <표 7>과 같다. 성별로는 통계적 유의성이 인정되지 않았다. 성별 전체평균에서 가장 먼저 구매기준으로 생각하는 것은 「가격」(38.0%) 이었고, 그 다음은 「안전성」(37.0%)으로 조사되었다. 남성은 안전성 보다 「가격」을 기준으로 삼았으나(41.9%), 여성은 가격보다 「안전성」을 구매기준의 제일 요소로 삼았다(42.1). 그 다음은 남·여 모두에서 브랜드, 판매업체, 기타의 순이었다.

나이별로는 축산물의 구매기준에서 고도의 통계적 유의차가 인정되었다($p < 0.01$). 나이별로 35세이하 집단에서는 「가격」을 (42.5%) 중요시하여 구매하고 있었으나, 연령이 증가함에 따라 51세이상은 「안전성」에 더 구매 비중을 두는 것으로 조사되었다.

축산물의 구매기준에 대한 학력별 분석에서 고도의 통계적으로 유의성 있는 차이가 있었다($p < 0.01$). 초·중졸 학력자는 「안전성」을 가장 구매기준(50.8%)으로 보고 있으나, 학력이 높을수록 「가격」으로 나타났다(39.3%).

직업별로는 고도로 유의한 차이가 인정되었다($p < 0.01$). 전업주부는 「안전성」을 가장 중요한 구매기준으로 보고(57.4%) 있으나, 학생(41.1%)이나 기타 직종자(43.2)는 「가격」을 중시하여 구매한다고 가장 많이 응답하였는데, 이렇게 응답한 결과는 전업주부는 식품의 위생면을 고려하여 가족의 건강을 중요시하고, 학생이나 기타 직종자는 경제적 어려움 때문에 가격을 먼저 살펴보는 것으로 생각된다.

생활지별로는 축산물의 구매기준에 대하여 유의한 차이는 없었으나, 대도시와 중소도시에서는 「가격」을 중요한 기준으로 보고 있으나(39.9%), 농촌에서는 「안전성」을 가장 중요한 축산물의 구매기준이라고 응답하였다(40.4%).

소득별로도 유의한 통계적 차이는 없었으나, 3,000만원 미만의 가구는 「가격」을 가장 많이 구매기준으로 보고 있으나(46.6%), 3,000만원이상의 소득가구에서는 가장 많이 「안전성」을 기준으로 하여 축산물을 구매하는 것으로 조사되었다(39.9%). 최승철 등(2004)은 국내 육류 중 쇠고기, 돼지고기 및 닭고기의 안전성 조사에서 「불안하다」가 각각 37.1%, 31.4% 및 25.8%로 응답하여 쇠고기를 가장 안전성이 낮은 육류로 인식되고 있었으며, 많은 소비자들은 쇠고기의 경우 방부제, 광우병, 운송방법 등과 돼지고기는 호르몬제, 구제역, 운송방법 등, 그리고 닭고기는 방부제, 조류독감, 운송방법, 세균오염 등의 요인 때문에 불안을 느끼는 것으로 조사 보고한 바 있다. 이문희 등(2005)은 돈육의 구매특성에서 「안전성이나 위생

<표 7> 축산물의 구매기준

단위 : No.(%)

| 구분 | | 브랜드 | 판매업체 | 가격 | 안전성 | 기타 | 계 | 통계검정 |
|-----|---------------|----------|----------|-----------|-----------|----------|------------|---|
| 성별 | 남 | 41(13.3) | 36(11.7) | 129(41.9) | 98(31.8) | 4 (1.3) | 308(100.0) | χ^2 값: 8.854 ^{NS} 자유도: 4 유의확률 : 0.065 |
| | 여 | 43(13.4) | 27 (8.4) | 110(34.3) | 135(42.1) | 6 (1.9) | 321(100.0) | |
| | 계(평균) | 84(13.4) | 63(10.0) | 239(38.0) | 233(37.0) | 10 (1.6) | 629(100.0) | |
| 나이 | 20세이하 | 15 (8.9) | 16 (9.5) | 67(39.9) | 67(39.9) | 3 (1.8) | 168(100.0) | χ^2 값: 27.617** 자유도: 12 유의확률 : 0.006 |
| | 21-35세 | 51(16.9) | 2(10.6) | 128(42.5) | 87(28.9) | 3 (1.0) | 301(100.0) | |
| | 36-50세 | 11(10.6) | 10 (9.6) | 31(29.8) | 49(47.1) | 3 (2.9) | 104(100.0) | |
| | 51세이상 | 7(12.5) | 5 (8.9) | 13(23.2) | 30(53.6) | 1 (1.8) | 56(100.0) | |
| | 계(평균) | 84(13.4) | 63(10.0) | 239(38.0) | 233(37.0) | 10 (1.6) | 629(100.0) | |
| 학력 | 초·중졸 | 1 (1.5) | 4 (6.2) | 25(38.5) | 33(50.8) | 2 (3.1) | 65(100.0) | χ^2 값: 18.652** 자유도: 8 유의확률 : 0.017 |
| | 고졸 | 34(12.8) | 32(12.0) | 97(36.5) | 97(36.5) | 6 (2.3) | 266(100.0) | |
| | 대학생이상 | 49(16.4) | 27 (9.1) | 117(39.3) | 103(34.6) | 2 (0.7) | 298(100.0) | |
| | 계(평균) | 84(13.4) | 63(10.0) | 239(38.0) | 233(37.0) | 10 (1.6) | 629(100.0) | |
| 직업 | 사업·자영업 | 12(24.0) | 4 (8.0) | 15(30.0) | 19(38.0) | 0 (0) | 50(100.0) | χ^2 값: 36.590** 자유도: 16 유의확률 : 0.002 |
| | 회사원·공무원 | 13(14.4) | 10(11.1) | 33(36.7) | 34(37.8) | 0 (0) | 90(100.0) | |
| | 전업주부 | 7(10.3) | 3 (4.4) | 18(26.5) | 39(57.4) | 1 (1.5) | 68(100.0) | |
| | 학생 | 51(13.4) | 40(10.5) | 157(41.1) | 128(33.5) | 6 (1.6) | 382(100.0) | |
| | 기타 | 1 (2.7) | 5 (3.7) | 16(43.2) | 12(32.4) | 3 (8.1) | 37(100.0) | |
| | 계(평균) | 84(13.4) | 62 (9.9) | 239(38.1) | 232(37.0) | 10 (1.6) | 627(100.0) | |
| 생활지 | 대도시 | 37(14.6) | 23 (9.1) | 99(39.0) | 92(36.2) | 3 (1.2) | 254(100.0) | χ^2 값: 6.148 ^{NS} 자유도: 8 유의확률 : 0.631 |
| | 중소도시 | 22(10.3) | 25(11.7) | 85(39.9) | 76(35.7) | 5 (2.3) | 213(100.0) | |
| | 농촌 | 25(15.5) | 15 (9.3) | 54(33.5) | 65(40.4) | 2 (1.2) | 161(100.0) | |
| | 계(평균) | 84(13.4) | 63(10.0) | 238(37.9) | 233(37.1) | 10 (1.6) | 628(100.0) | |
| 소득별 | 3,000만원 미만 | 5 (6.8) | 8(11.0) | 34(46.6) | 24(32.9) | 2 (2.7) | 73(100.0) | χ^2 값: 8.058 ^{NS} 자유도: 12 유의확률 : 0.781 |
| | 3,000-4,000만원 | 25(12.6) | 20(10.1) | 71(35.9) | 79(39.9) | 3 (1.5) | 198(100.0) | |
| | 4,000-5,000만원 | 21(16.9) | 15(12.1) | 43(34.7) | 44(35.5) | 1 (0.8) | 124(100.0) | |
| | 5,000만원 이상 | 25(13.2) | 19(10.0) | 70(36.8) | 73(38.4) | 3 (1.6) | 190(100.0) | |
| | 계(평균) | 76(13.0) | 62(10.6) | 218(37.3) | 220(37.6) | 9 (1.5) | 585(100.0) | |

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

면」을 가장 중요하게 고려할 사항으로 선택하였다. 이와 같이 안전성을 중요한 구매요인으로 보고 있는데, 미국과 EU에서는 쇠고기의 생산이력추적시스템(traceability)을 이용하여 소의 이동증명과 쇠고기 표시규칙을 제정하여 쇠고기의 안전성을 관리함으로써 소비자의 신뢰구축을 통한 쇠고기 소비를 촉진할 수 있다. 따라서 우리나라 축산물의 구매촉진을 위해서는 무엇보다도 축산물의 안전성 확보에 최선을 다해야 할 것으로 보인다.

6. 브랜드 축산물의 평가

우리나라 브랜드 축산물의 주관적 평가점수는 <표 8>과 같다. 성별 브랜드평가는 통계적 유의성은 없었으나, 남성이 여성보다는 다소 높게 평가하는 경향을 보였다. 남·여 평균에서 3.65점으로 「우수하다(4.0점)」보다는 낮게 평가하고 있었다.

연령간 평가에서는 고도로 유의성 있는 차이를 보였다(p<0.01). 전체평균으로는 3.67점으로 보통이상으로 우리나라 브랜드를 인식하고 있었는데, 51세 이상의 집단에서 4.02점으로 가장 우수하게 평가한 반면에, 연령이 낮아짐에 따라서 다소 낮게 브랜드를 평가하고 있었다.

학력별로는 통계적 유의차는 인정되지 않았다. 전체평균은 3.65점으로 보통이상으로 평가되고 있으나, 학력간에는 큰 차이를 발견할 수 없었다.

직업간 브랜드 평가는 유의성 없이 전체평균 3.65점과 서로 비슷한 평가점수를 보였는데, 이와 같이 직업층간에 차이가 없는 것은 사회계층간에 우리나라 축산물 브랜드의 인지도를 함께 하고 있음을 보여주고 있다.

생활지별 평가에서는 통계적 유의성 있는 차이가 인정되었다(p<0.05). 전체평균은 3.67점으로 나타났는데, 농촌은 3.79점으로 유의하게 가장 높게 평가하고 있었으나, 중소도시(3.67점)와 대도시(3.61점)는 낮게 평가하고 있었다.

〈표 8〉 브랜드 축산물의 평가

| | 구분 | 평균 ± 표준편차 | 표준오차 | 통계검정 |
|-----|---------------|--------------|-------|---|
| 성별 | 남 | 3.700±0.725 | 0.043 | t 값 : 1.717 ^{NS} 유의확률 : 0.087 |
| | 여 | 3.601±0.674 | 0.039 | |
| | 평균 | 3.650±0.700 | 0.029 | |
| 나이 | 20세이하 | 3.603±0.697b | 0.056 | F 값 : 4.918** 유의확률 : 0.002 |
| | 21-35세 | 3.653±0.716b | 0.043 | |
| | 36-50세 | 3.625±0.653b | 0.067 | |
| | 51세이상 | 4.018±0.702a | 0.116 | |
| | 평균 | 3.668±0.722 | 0.029 | |
| 학력 | 초·중졸 | 3.641±0.698 | 0.087 | F 값 : 0.594 ^{NS} 유의확률 : 0.512 |
| | 고졸 | 3.616±0.692 | 0.044 | |
| | 대학생이상 | 3.682±0.709 | 0.043 | |
| | 평균 | 3.649±0.700 | 0.029 | |
| 직업 | 사업·자영업 | 3.689±0.733 | 0.109 | F 값 : 0.106 ^{NS} 유의확률 : 0.980 |
| | 회사원·공무원 | 3.667±0.659 | 0.071 | |
| | 전업주부 | 3.646±0.623 | 0.077 | |
| | 학생 | 3.636±0.722 | 0.038 | |
| | 기타 | 3.686±0.718 | 0.121 | |
| | 평균 | 3.649±0.701 | 0.029 | |
| 생활지 | 대도시 | 3.606±0.722b | 0.047 | F 값 : 2.854* 유의확률 : 0.058 |
| | 중소도시 | 3.657±0.699b | 0.049 | |
| | 농촌 | 3.786±0.747a | 0.062 | |
| | 평균 | 3.668±0.722 | 0.029 | |
| 소득별 | 3,000만원 미만 | 3.721±0.688 | 0.083 | F 값 : 0.413 ^{NS} 유의확률 : 0.744 |
| | 3,000-4,000만원 | 3.611±0.691 | 0.051 | |
| | 4,000-5,000만원 | 3.650±0.699 | 0.065 | |
| | 5,000만원 이상 | 3.638±0.719 | 0.054 | |
| | 평균 | 3.642±0.700 | 0.030 | |

주) 평균치는 「매우 나쁘다」는 1점에서 「매우 우수하다」를 5점까지 부여한 산술평균 점수임.

*^a, ^b : Duncan의 다중 검정에 의한 서로 다른 윗 글자를 가진 평균치는 유의차가 있음.

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

가구소득별로는 통계적 유의성이 없었다. 전체평균은 3.64점으로 보통이상으로 우리 축산물 브랜드를 평가하고 있었는데, 소득이 낮은 가구는 소득이 높은 가구보다 비교적 높게 평가하는 경향을 보였다.

이러한 결과는 이문희 등(2005)이 우리나라 돈육 브랜드는 「신뢰한다」라고 응답한 결과와 대체적으로 유사한 내용으로 보여진다. 그리고 이상영 등(2001)이 브랜드 쇠고기는 일반 한우고기보다 「보통이다」가 32.8%, 그리고 「좋다」가 31.0%로 응답한 평가를 보면, 본 연구의 결과와도 거의 비슷한 결과로 나타났다. 이상의 결과를 종합해 보면, 우리나라 브랜드 축산물은 거의 「우수하다」 수준으로 평가되고 인지해 오고 있으나, 우리 브랜드가 차별화되고 특성화된 우수 축산물 브랜드로 정착하기 위해서는 철저한 브랜드 관리가 요구된다. 농림부의 축산물(돼지와 한우) 평가기준을 보면 위생 및 안전성, 품질의 균일성, 브랜드관리, 고품질, 물량공급능력 등을 중요시 여겨 왔으나, 우리 축산물 브랜드 파워 육성을 위해서는 무엇보다도 고

품질 축산물 생산체계 구축을 통한 소비자의 인지도 제고라고 김유용(2005)이 보고하였다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 사회경제적 지위(SES)별 축산식품의 선호도와 구매행태를 조사·분석하여 생산자가 효과적인 판매 전략을 수립하고, 소비자가 바람직한 소비습관을 형성하는데 필요한 기초적 자료를 제공하기 위하여 수행되었다. 2005년 11월~12월까지, 628명을 대상으로 육류의 선호도, 축산물의 구매요인, 구매장소, 구매기준, 브랜드 평가 등을 설문조사하여 분석한 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 육류의 선호도에서 전체평균은 돼지고기를 가장 선호하였고(43.6%), 성별 간에는 통계적으로 유의 있게 (p<0.001) 남성은 돼지고기, 쇠고기 등의 순으로 선호하

였으나, 여성은 돼지고기, 닭고기 순으로 좋아하고 있었다. 나이별로 선호도는 유의성 있게($p<0.01$) 35세이하는 「닭고기」, 36세이상은 「쇠고기」를 더 좋아했다. 직업별분석에서 고도로 유의하게($p<0.001$), 사업이나 자영업자는 「돼지고기」를 가장 선호한 반면에, 전업주부는 「쇠고기」를 가장 좋아했다. 그리고 학력별, 생활지별, 소득별간에 육류의 선호도는 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 분석되었다.

둘째, 가공육과 가공육류의 선호도에서 전체평균은 「우유」를 가장 좋아했으며(39.7%), 성별 간에는 통계적으로 고도로 유의성 있게($p<0.001$) 「우유」는 남·여 비슷한 선호도였으나, 「햄·소시지」는 남성이 더 선호하는 것으로 분석되었다. 나이별 분석에서도 통계적으로 유의차가 인정되어($p<0.001$), 젊은 20세이하는 「햄·소시지」이나, 36세 이상은 「우유」를 가장 선호하였다. 학력간 선호도는 유의하게($p<0.001$) 초·중졸 학력자는 「햄·소시지」, 대학생이상은 「우유」를 가장 선호하는 것으로 조사되었다. 직업별로는 고도로 유의한 차이로($p<0.001$) 전업주부는 「우유」, 학생은 「햄·소시지」를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 생활지별 선호도에서도 유의성 있게($p<0.001$) 대도시는 「햄·소시지」, 그리고 농촌은 「우유」를 가장 선호하였다. 그러나 소득별간의 육류선호도는 통계적으로 유의한 차이가 없었다.

셋째, 국내·외 축산물의 선호도에서는 전체평균은 「국내 축산물」을 외국 축산물보다 매우 많이 좋아하고 있었으며(85.0%), 성별간의 선호도는 유의한 차이가 없었다. 나이별로는 유의하게($p<0.01$) 젊은 층보다 노년층에서 국내 축산물을 더 선호하고 있었다. 학력별($p<0.001$), 직업별($p<0.05$) 및 생활지별간($p<0.05$)에는 각각 유의하게 외국 축산물보다 국내 축산물을 더 선호하는 것으로 조사되었으나, 소득별간에는 유의한 차이가 없었다.

넷째, 국내 축산물의 구매요인에서 전체평균은 구매시 「안전성」을 가장 중요하게 생각하고 있었다(33.9%). 성별분석에서는 남성은 구매시 「맛」, 여성은 「안전성」을 우선하였다. 나이별로는 나이가 들면서 「안전성과 맛」을 가장 큰 구매요인으로 선택하였으며, 학력별로 구매는 고졸학력자는 「맛」을 선택하였으나, 초·중졸자와 대학생이상은 「안전성」을 우선하였다. 직업별로는 사업가나 자영업자의 구매는 「안전성」, 다른 계층에서는 「맛」을 선택하였다. 생활지별로는 대도시와 농촌은 「안전성」을 우선하여 구매하였으나, 중소도시는 「맛」을 가장 큰 구매요인이라고 하였다. 가구소득별로는 모든 소득 계층에서 「안전성과 맛」을 중요한 구매요인으로 선택하였다.

다섯째, 육류의 구매장소는 전체평균에서 「대형유통

점」을 가장 많이 이용하고 있으며(54.7%), 학력별간에는 초·중졸자는 「정육점」에서 가장 많이 구매하나 대학생 이상은 「대형유통점」에서 가장 많이 이용하고 있었다. 그리고 생활지 간에도 통계적으로 유의하게($p<0.01$) 대도시와 중소도시는 「대형유통점」, 농촌은 「정육점」을 각각 가장 많이 이용하였다. 그러나 성별, 나이별, 직업별, 소득별간에는 모두 통계적으로 유의한 차이가 없었다.

여섯째, 축산물의 구매기준에 대하여 전체평균은 「가격」을 가장 먼저 구매기준으로 생각하고 있으며(38.0%), 나이별로는 유의하게($p<0.01$) 젊은 층의 구매는 「가격」, 장년층은 「안전성」을 가장 중요한 구매기준으로 삼았다. 학력별 구매분석에서는 저학력층은 「안전성」, 고학력층은 「가격」을 각각 중요한 구매기준이라고 응답하였다. 직업별로도 구매는 유의하게($p<0.01$) 전업주부들은 「안전성」, 학생층과 기타 층에서는 「가격」을 가장 중요한 기준으로 응답하였다. 그러나 성별, 생활지별 및 소득층별간에는 모두 통계적 유의차가 없었다.

마지막으로, 브랜드축산물의 평가에서 전체평균은 3.65점으로 「보통이상」으로 평가하고 있었으며, 나이별 축산물 브랜드는 장년층이 「4.02점 : 우수하다」로 유의하게($p<0.01$) 젊은 층보다 높게 평가하고 있었다. 생활지별로도 유의하게($p<0.05$) 대도시보다는 농촌에서 브랜드를 높게 평가했다. 그러나 성별, 학력별, 직업별 및 소득별 간에는 모두 유의한 차이가 인정되지 않았다.

주제어 : 축산물, 선호도, 브랜드, 구매행태

참 고 문 헌

- 김기수, 신상규 (2005) 우리나라 육류가공업 및 수산물가공업의 수출결정요인 분석. 수산경영론집, 36(2), 97-120.
- 김유용 (2005) 브랜드 축산물 생산과 법률적 규제. 한국동물자원과학회 춘계심포지움, 3-19.
- 김정주, 허주옥, 안상돈 (1998) 우유의 소비성향. 건국대학교 자연과학연구지, 9(2), 263-268.
- 김종원, 이영현 (2001) 닭고기 가공식품의 소비성향에 관한 조사. 한국축산식품학회지, 21(2), 116-125.
- 김 호 (2003) 수도권 소비자의 농산물 구매행태 분석. 식품유통연구, 20(3), 95-107
- 농림부 (2005) 농림업 주요통계
- 박주원, 안숙자 (2001) 서울지역 주민의 연령, 성별에 따른 식사행동 및 식품인식도 비교. 한국조리과학회지, 17(5), 441-455.

- 안숙자 (2000) 한국노인의 식품선호도에 관한 조사 연구. *중앙대학교 생활과학논집*, 13, 61-92.
- 유영철 (1998) 돈육 브랜드가 소비자 구매행동에 미치는 영향에 관한 연구. *고려대학교 자연자원대학원 석사학위논문*.
- 윤계순, 우자원 (1999) 한국인의 육류음식에 대한 기호성 및 관련 요인 분석. *한국 조리과학회지*, 15(5), 524-532.
- 윤명현, 장경만, 최일신 (2001) 국내 육가공품의 소비성향에 관한 연구. *한국축산식품학회지*, 21(1), 18-23.
- 이문희, 김태완, 한일문, 강양수, 진상근, 김일석 (2005) 브랜드 돈육에 대한 경남 소비자 구매 특성과 인지도. *한국축산식품학회지*, 25(3), 271-276.
- 이민정 (2005) 브랜드 닭고기의 선호도와 인지도. *숙명여자대학교 전통문화예술대학원 석사학위논문*.
- 이상영, 박민수, 정호근 (2000) 브랜드쇠고기와 구분판매제에 대한 소비자 의식조사. *식품유통연구*, 18(2), 97-111.
- 이상영, 천동원 (1997) 브랜드쇠고기에 대한 소비자의식조사 연구. *한국축산경영학회지*, 13(1), 209-222.
- 정이형, 박형기 (2002) 전북도의 주요지역과 세계 주요국의 축산식품 소비성향에 대한 비교 조사연구. *전북대학교 농대논문집*, 33, 101-115.
- 조은정, 한영실 (2004) 온라인·오프라인 식품구매 실태조사. *한국식생활문화학회지*, 19(6), 678-690.
- 최승철, 연구영, 이병오 (2004) 식품에 대한 소비자 선호 및 안전성 인식 구조. *농업경영·정책연구*, 31(1), 52-71.
- 한성일 (1997) 육우고기 유통실태와 판매촉진방안. *식품유통연구*, 14(1), 59-70.
- 한성일, 최승철 (2002) 신선육브랜드 소비 촉진 전략. *농업경영·정책연구*, 29(2), 298-315.
- Alpert, MI, Alpert, JI, and Maltz, EN (2005) Purchase occasion influence on the role of music in advertising. *J. Business Res.* 58, 369-376.
- Bryhni, EA., Byrne, DV, Rodbotten, MC, Claudi-magnussen, AH., Johansson, M. (2002) Consumer perceptions of pork in Denmark, Norway and Sweden. *Food Quality and Preference*. 13, 257-266.
- Verbeke, W. Vackier, I (2004) Profile and effects of consumer involvement in fresh meat. *Meat Sci.* 67, 159-168.

(2006. 02. 21 접수; 2006. 05. 10 채택)