

## 식육 상품화에 대한 식육판매자의 의식조사

유영모, 박범영, 김진형, 조수현, 이증문, 김용근  
축산기술연구소 축산물이용과

식육이 소비자에게 최종적으로 전달되는 판매장 단계는 소비자의 요구와 소비 패턴에 민감하게 대응하여야 하며, 판매자의 의식은 축산물 소비에 영향을 미치게 된다. 그러므로 판매자의 의식은 식육산업 측면에서 매우 중요한 의미를 지니고 있으나, 이에 대한 연구는 극히 미미한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 식육 판매자의 의식을 조사하여 식육유통의 기초자료로 제시코져 실시하였다.

특광역시 26개소, 시지역 7개소의 식육 판매점을 대상으로 조사한 결과, 부위별로 상품화하여 판매하는 이유는 상품의 다양성(45.5%), 부가가치 향상(12.1%) 및 판매용이(12.1%) 순으로 조사되었으나 부위별 구분판매의 애로사항으로는 상품의 변질 및 손상으로 경제적 손실이 크다는 것이 46.4%로 가장 높았으며 진열상품관리가 어려운 점(21.6%)이 그 다음 순이었다. 쇠고기 상품화 구성요인 중 등급별 판매는 소비자가 의식이 부족한 점이 56.7%로 가장 높게 나타났으며 그 다음이 등급별 판매가격이 형성되지 못하고 있는 것(16.7%)로 분석되었다. 이와 같은 경향은 백화점이나 체인점보다는 일반 정육점 및 슈퍼에서 높은 것으로 분석되었다. 판매점에서의 돼지고기 상품화 구성요인중 등급제 문제점으로 성별식별이 안 된다는 점(38.7%)이 가장 크며, 등급보다는 선호부위가 우선(25.8)된다는 의식이 지배적이었으며 판매점에서 등급별 판매는 의미가 없다고 생각하고 있는 것으로 분석되었다. 등급제도의 개선점은 등급별, 부위별 가격차등제 실시(37.9%), 가격고시(31.0%) 등으로 분석되었다. 소 도체 분할수에 대한 의견조사에서는 분할기준은 전국적으로 통일하고 대분할 수는 현행대로 10~11개 정도가 좋으나 소 분할 수는 6~7개로 주요 인기품목으로 설정하는 것이 좋다고 하였으며 분할판매는 부위별, 용도별 판매는 용이하나, 분할판매시 중등육 잔여가 문제점으로 분석되었다.

이상의 의식조사 결과 등급별 판매가 정착하기 위해서는 등급에 대한 소비자홍보가 강화되어야 할 것으로 생각되며, 부위별 차등판매에 있어서 문제점으로 나타난 중등육의 잔여문제, 식육의 성별 표시의 문제의 해결이 시급한 것으로 조사 되었다.