

사업구분 : 경상기본연구	Code 구분 : SS0101	농업경영 (전반기)
연구과제 및 세부과제명	연구기간	연구책임자
한우고급육 생산과 브랜드화에 관한 연구	'03 ~'04	경기도원 작물연구과 서명훈
경기지역 브랜드한우 생산과 판매실태분석	'03 ~'04	경기도원 작물연구과 김형덕
색인용어	한우비육, 거세우, 축산경영, 브랜드, 고급육	

1. 계속수행 필요성

- 2001년 농축산물 수입자유화에 따른 농가의 불안심리로 사육심리가 위축되고 전체사육두수가 감소되고 있음
 - 전국(경기) : ('98) 2,383(213)천두 → ('02) 1,410(131)천두
- 국내 육류소비시장에서 한우가 가격차별화가 이루어지고 고급육브랜드화가 확대되고 있음
 - 한우큰소(500kg) : ('98. 7) 1,648천원 → (2002. 11) 4,538천원
- 한우생산조직체의 전국 61개 브랜드중 경기도는 15개브랜드를 생산하고 있으나 생산과 판매를 연계하여 성공한 브랜드는 일부임
- 한우고급육생산 및 브랜드화에 대한 연구가 과거에 일부 수행되었으나 그 동안의 시장 여건변화에 따른 생산 및 판매 대응이 요구됨
- 따라서 경기지역 특성에 맞는 한우 고급육 생산과 브랜드이용에 의한 경제성효과분석으로 한우브랜드 생산조직체의 경영개선방안을 도출코자함

2. 전년도 연구추진실적 요약

- 브랜드 관리는 양주(S)제품이 사양관리를 개별적으로 하면서 할인마트에 계약출하하고 있고, 양평(K)제품은 사료구매, 거세, 방역, 우사청소 및 개보수 등 많은 작업을 공동으로 하면서 유통업체에 계약출하하고 있으며, 안성(A)은 개별적으로 사양관리를 하면서 유통은 공동으로 하고, 평택(M)제품은 거세와 조사료 생산을 공동으로 하면서 유통을 일원화하여 운영하고 있음

- 브랜드 회원은 회원준칙의 강화(50%)와 강력한 지도력(15%), 농후사료 공동구입(24%), 판매관리(20%), 공동방역(15%), 밀소구입(12%) 등 많은 작업을 공동으로 하기를 원하고 있으며, 홍보는 인터넷(38%), TV·라디오(32%)순으로 선호하고 있음
- 일반한우농가는 브랜드의 필요성(90%)을 인식하고 있으며, 주요 이유는 판매처 확보(28%), 고품질생산(24%), 밀소 및 송아지확보(24%)순으로 브랜드 참여를 원하고 있음
- 한우두당 소득은 브랜드농가가 1,819천원이며, 일반농가 1,104천원대비 39.3%가 높았고, 노동생산성은 브랜드농가 32천원으로 일반농가 30천원대비 6.3% 높은 것으로 분석되었음

3. 당해연도 연구목표

- 한우브랜드농가 경영모형개발

4. 당해연도 세부연구내용

세부과제명	주요연구내용
경기지역 브랜드한우 생산과 판매실태 분석	<ul style="list-style-type: none"> ○ 조사방법 : 조사표에 의한 면접조사 ○ 조사지역 : 안성(안성마춤한우), 양평(개군한우), 평택(미한우), 전북익산(황토우한우) 강원 횡성(횡성한우), 전북 장수(장수한우) ○ 조사농가수 : 24호(경기도 브랜드단지 3개소 15호, 타도브랜드농가 9호) ○ 주요조사항목 <ul style="list-style-type: none"> - 밀소육성 등 생산 및 판매실태 - 브랜드참여농가의 경영성과 비교분석 - 브랜드단지 조성시 경영모형 설정