KOREAN J. FOOD COOK. SCI.
Vol. 30, No.5, pp. 547~555 (2014)

ISSN 2287-1780(Print)
ISSN 2287-1772(Online)
http://dx.doi.org/10.9724/kfcs.2014.30.5.547

떡에 대한 인지도와 기호도 및 소비행동에 관한 연구
- 부산·영남지역의 대학생을 중심으로 -

장순옥†
경주대학교 외식조리학과

A Study On Consumer Awareness, Preference, and Consumption Behavior Regarding Rice Cakes
- With a Focus on College Students in Busan and the Yeongnam Region -

Sun-Ok Jang†
Department of Food Service Management and Culinary, Gyeongju University, Korea

Abstract

The purpose of this study is to understand consumer awareness and preference regarding rice cakes by surveying the awareness, preference, and consumption behavior of college students regarding rice cakes, and to survey their perception and usage of rice cakes, thereby using the results as basic data to establish measures to develop Korea's rice cakes. To sum up the study's results, the survey included both male (54.5%) and female (45.5%) subjects. Those aged “20 to 23” accounted for the largest share (67.9%) of total respondents, and those majoring in “humanities and social studies” comprised the largest portion (47.8%). A majority of the respondents resided in “small and medium-sized cities”, and most either lived at home or lived away from their families. A majority of the subjects received monthly allowances ranging from 200,000 to 300,000 won. In order of awareness, the most well-known type of rice cake was “injeolmi (rice cake made from glutinous rice and coated with bean flour)”, followed by “songpyeon (half-moon-shaped rice cake)”, “garaeddeok (bar rice cake)”, and “baekseolgi (steamed white rice cake)”. The women were better aware of “injeolmi”, “baekseolgi”, and “garaeddeok” than the men, and “soemeoriddeok” was not commonly known among either gender. In terms of preferences for rice cakes, overall, the subjects liked “injeolmi” and “songpyeon” the most. However, certain differences were found in preferences for rice cakes between the men and women. The women exhibited higher levels of preference for “injeolmi” and “songpyeon” than the men. On the other hand, the men revealed higher levels of preference for “baekseolgi”, “jeolpyeon”, and “garaeddeok” than the women. The most common answer to important factors for popularizing rice cakes was “a diverse assortment of rice cakes”, followed by “the development of creative technologies” and “the taste of rice cakes reflecting consumer needs,” in order of importance. Among the important factors to popularize rice cakes, “the development of unique packaging containers for rice cakes” ($p<0.05$) and “the development of proper packaging materials” ($p<0.05$) showed statistically significant differences. In the survey of consumption of rice cakes, the most frequent answer to the question “why do you like rice cakes? was “their tastes are good” with 146 respondents, followed by “I have been eating them for long” with 115 respondents. To the question “when do you use rice cakes”, the most frequent answer was “I use them in daily life” with 133 respondents, followed by “I use them at special events” with 115 respondents. The women were found to use rice cakes frequently in daily life, whereas the men used them frequently at special events. When asked whether they had the intention to use rice cakes as a meal substitute, 100 men answered that they had no intention, whereas 96 women answered that they had the intention. When asked about the type of rice cake considered suitable for a meal substitute, the most popular answer was “injeolmi” with 108 respondents, followed by “baekseolgi” with 106 respondents.

Key words: rice cake, awareness, preference, Culinary , university student

†Corresponding author: Sun-Ok Jang, Room 1222, Food service Management & Culinary, Gyeongju University, Tae-Jong-Ro 188, Gyeongju, Korea
Tel: +82-54-770-5277
Fax: +82-54-770-5372
E-mail: tnshrl63@hanmail.net

Ⅰ. 서 론

떡은 곡식가루를 찌거나 삶아서 익힌 음식으로써, 우리나라의 대표적인 전통음식 중의 하나로 병이류(餠餌類)라고도 한다. 병(餠)은 중국에서는 밀가루로 만든 떡을 지칭하지만 현재 우리나라에서는 밀가루 떡 뿐 만 아니라 모든 떡을 포함하는 용어로 사용되고 있다(Lee CH와 Maeng YS 1987). 떡은 한국 고유의 곡물요리로서 원시농경시대부터 오늘날까지 시절식과 함께 제례음식, 이웃과 나누어 먹는 정표로 널리 쓰이며 농경의례, 토속신앙을 배경으로 각종 행제 무의 등에 사용되었던 토속성과 전통성이 깊은 우리나라를 대표하는 음식중의 하나이다(Kim GS 2010). 떡은 제조방법에 따라 찐 것(증병류), 찐 것을 다시 기계적인 힘을 가하여 쳐서 만든 것(도병류), 모양을 만든 후 찌거나 삶은 것(단자류), 지름에 지진 것(유점병류), 발효 후 찐 것(이병류)등이 있다(Lee JS 1999).

떡은 그 종류도 많지만 맛과 영양, 질감과 향을 위한 배합이 과학적이고 절묘하여 세계 어디에 내 놓아도 손색이 없는 매우 우수한 전통음식이다. 또한 떡의 용도에 따라 떡의 색, 사용하는 재료, 떡을 만드는 방법 등이 다르고 각 지방마다 지역특산물로 만든 특별한 떡이 있으며, 계절과 명절에 따라 다른 떡이 있으며, 계절과 지방에 따라 맛, 향기와 빛깔이 다양하며 제철에 나오는 재료를 가지고 때와 절기를 맞추어 조리해 먹음으로써 건강을 도모하는 자연식이라 할 수 있다(Kim GS 2010).

떡은 영양적인 측면이나 식사대용면에서 빵이나 기타 음식에 뒤질 것이 없음에도 불구하고 떡의 재료준비가 복잡하고 조리시간이 많이 걸린다는 이유로 가정에서의 떡의 제조 및 이용이 줄어들어 아이들은 점차로 떡 대신 케이크나 피자, 햄버거 등의 자극적이고 손쉽게 구할 수 있는 식품에 입맛이 길들여지고 있다. 특히 20세를 전후하는 시기를 식습관이 고정되는 시기로 볼 때, 이들의 식생활은 과거 세대의 식생활 양식을 반영할 뿐 아니라 다음 단계인 성인기에 습관화될 식생활 태도를 가장 잘 나타내는 시기라 할 수 있다(Choi YS 등 2001).

최근 생활수준의 향상과 건강에 대한 관심이 높아지면서 우리의 전통음식을 보존하고 계승, 발전시키고자 하는 노력들이 점차로 확산되면서 국내에서는 전통음식에 대한 연구가 활성화되고 있으며(Choi SK 2004) 떡의 이용률을 높이고, 떡의 대량생산과 산업화를 위하여 많은 연구들이 발표되고 있다. 대학생들의 전통떡류에 대한 인지도 및 기호도에 관한 연구(Jung HS와 Shin MJ 2002), 초등학생의 떡의 기호도에 관한 연구(Lee JS 1997), 부산지역 주민의 연령별 떡에 대한 인식 및 이용실태 조사(Lee JS 등 2008) 등이 있다. 특히 우리의 전통음식인 떡의 가치에 비해서 떡에 대한 인식 및 이용도가 낮아져 가는 경향이 있어 그 원인을 분석하고 개선해야 할 필요성이 있다고 여겨진다(Kim GS 2010).

떡 개발과 상품화에 대한 Lee CH와 Maeng YS(1987), Moon JW(1998), Noh KS 등(2007)의 연구에서 떡은 재료사용에 있어서 곡류와 과일, 채소, 두류 등이 잘 배합되어 있어 골고루 영양을 취할 수 있는 음식이며 무시루떡의 경우 멥쌀에 부족한 비타민 B1과 단백질을 고물인 팥이 보충해주며, 무에서는 비타민 C가 보충된다. 쑥떡은 쑥에 있는 다량의 비타민 A, C가 쌀에 부족한 영양소를 보충해 줌으로써 영양상의 조화를 이룬다고 하였으며, 곡류뿐만 아니라 각종 견과류, 두류, 과일, 채소 등을 첨가하여 영양상의 균형을 이루고, 여러 가지 한약재를 다양하게 이용하여 건강을 도모하는 훌륭한 자연식으로 발전되어 왔다. 떡이 일상식, 대중식으로 자리매김을 하기 위해서는 부재료의 종류를 다양하게 변화시켜 현대인의 기호에 맞는 떡을 만들고 체계적으로 표준화시켜야 하며 노화를 지연시키는 방법개발이 이루어져야 한다고 지적하였다.

대학생을 대상으로 한 Lee HO 등(2002)의 연구에서는 떡을 구입하는 동기는 맛이 좋아서가 47.3%로 가장 높게 나타났으며, 떡 구입시에 가장 고려하는 사항은 맛 이 86.6%로 높은 비율을 나타내었다. 떡 섭취빈도에 있어서는 명절 때 만 섭취한다가 30.4%로 가장 높게 나타났으며 떡을 자주 먹지 않는 이유로는 먹기가 번거로워서가 24.1%로 가장 높게 나타났다. 수도권지역의 연령에 따른 전통 떡류의 이용현황에 관한 Shin MJ 등(2004)의 연구에서는 떡류를 선호하는 이유 중 44.8%가 맛이 좋아서라고 하였으며, 떡류의 이용 시기는 43.2%가 명절이나 행사 때 이용 한다고 하여 떡은 명절 및 행사 때 먹는 음식으로 인식되어 있음을 알 수 있다.

우리나라의 젊은 층을 대표하여 앞으로의 입맛을 주도하게 될 대학생을 주 대상으로 연구한 논문은 Lee KA 등(1993), Lee JS(1998), Kim SM(2001) 등의 연구가 있다. 대학생들은 현재 우리의 식생활문화의 일부분을 구성하고 있을 뿐 만 아니라 미래의 문화를 형성하고 발전시켜 나가야 할 매우 중요한 위치에 있지만 대부분의 대학생들이 간편한 인스턴트식품이나 외래식품을 접할 기회가 많음에 따라 그에 대한 기호도와 선호도가 높아지면서 점차적으로 전통적인 떡류를 접할 기회가 상대적로 많이 줄어들고 있는 실정이다(Jung HS 2002).

떡이 영양적요소와 기능적요소가 함께 어우러진 훌륭한 전통음식이라고 인지될 수 있도록 지속적인 교육을 통하여 떡의 이해도를 높여야 함과 동시에 현대인의 식문화와 기호에 맞게 개선해야 할 필요성이 있다고 여겨지며, 점차 젊은 세대의 관심으로부터 멀어져 가고 있는 전통 떡의 소비를 증가시키기 위해서는 그들의 떡에 대한 인지도와 기호도를 알아야 한다. 따라서 본 연구는 대

학생들을 상대로 젊은 층의 떡에 대한 선호도와 섭취경험을 조사함으로써 떡의 제조 및 개발 시 고려되어야 할 사항들을 분석하여 떡이 직면한 문제점을 알아보고 소비증가를 위한 방안과 우리의 전통식품인 떡을 계승, 발전시키기 위한 방안을 모색하고자 하였다.

II. 연구방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구의 조사대상은 부산, 영남지역의 대학생을 표본으로 선정하였으며, 자료수집방법은 설문 조사 시 설문조사의 목적과 방법 등을 상세히 알려준 후 응답자가 설문항목에 대해 직접 기입하는 자기기입방식으로 수집되었다. 설문내용은 선행연구를 참고로 하여 본 연구의 목적에 맞게 재작성 하였으며, 부산, 영남지역에 소재하는 대학교의 대학생 350명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사기간은 2014년 5월 12일부터 5월 30일까지 실시하였으며, 350부의 설문지를 배포하여 회수된 설문지는 339부로 회수율은 96.9%였으며 이중 불성실하거나 누락된 항목이 많은 설문지를 제외하고 분석에 사용된 설문지는 324부(92.6%)였다.

2. 조사내용 및 방법

본 연구의 조사내용은 관련 논문 및 문헌 등을 참고하여 본 연구에 사용할 수 있는 부분을 참고하였다. 조사에 사용된 설문문항의 구성은 총 6개 부분으로 구성되는데 떡에 대한 인지도와 기호도, 대중화의 필요성, 떡에 대한 가치인식, 소비행동 그리고 일반적 사항으로 구성하였다.

기존 문헌을 중심으로 비교적 잘 알려진 떡을 15가지로 분류하여 인지도와 기호도를 조사하였으며, 매우 좋아한다 5점, 좋아한다 4점, 보통이다 3점, 싫어한다 2점, 매우 싫어한다 1점으로 한 Likert 5점 척도를 이용하였다.

떡에 대한 인식에 관한 문항은 선행연구 Lim EK(2010)의 '고등학생들의 전통 떡에 대한 인지도와 기호도 및 소비행동에 관한 연구'의 내용들을 기초로 하여 본 연구목적에 맞도록 보완하여 백설기, 무지개떡, 송편, 인절미, 절편, 경단, 약식, 증편, 부꾸미, 팥시루떡, 두텁떡, 구름떡, 가래떡, 화전, 쇠머리떡 등의 항목을 이용하여 설문을 만들었으며, 떡에 대한 가치인식에 관한 질문으로는 선행연구 Shin EY(2008), Lim EK(2010)의 문항을 기초로 하여 전통떡이 귀중한 문화자원이라 생각한다. 떡에 대해 한국인으로써 자부심을 가지고 있다. 떡의 색, 모양, 맛, 식품배합을 외국음식과 비교하면 뒤지지 않는다고 생각한다, 떡이 영양이 풍부하다고 생각한다, 떡의 조리방법이 과학적이라고 생각한다, 떡 문화는 후손들에게 물려줄 귀중한 전통이라고 생각한다의 항목으로 설문을 만들었다. 떡 대중화에 관한 조사를 위해 선행연구 떡에 대한 선호도와 섭취실태에 관한 설문지(Kim GS 2010)에서 사용한 방법을 응용하여 설문을 만들었다. 문항의 내용은 떡 만드는 법 표준화, 첨가재료의 다양화, 창의성 있는 떡 기술개발, 다양한 떡 상품구성, 소비자 요구 반영한 떡의 맛, 떡을 위한 고유포장용기개발, 적절한 포장재 개발, 판매가격의 표준화, 떡 판매장소의 확대, 떡에 대한 다양한 홍보활동, 떡 전문 프로그램 운영, 떡 전문가 양성 등에 관한 Likert 5점 척도를 이용하였다.

3. 자료의 분석

본 조사에서 수집된 자료의 통계처리는 데이터 코딩(datacoding)과 데이터크리닝(data cleaning) 과정을 거쳐 spss statistics 21.0을 이용하여 통계분석 하였다.

조사대상자의 일반적인 환경요인은 빈도와 백분율, 평균분석을 실시하였으며, 인지도와 기호도는 평균 및 표준편차 등의 기술통계량 분석(descriptive analysis)을 실시하였고, 성별에 따른 유의검증은 t-test로 하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 사항은 다음 Table 1과 같다. 성별에서는 남자가 177명(54.6%), 여자가 147명(45.4%)으로 나타났다. 연령은 20~21세 115명(35.5%)으로 가장 많았으며 22~23세 105명(32.4%), 24~25세 56명(17.3%), 26~27세 17명(5.2%), 28세 이상이 31명(9.6%)으로 조사되었다.

전공별 조사대상자는 인문, 사회계열 155명(47.8%)으로 가장 많았으며, 예체능계열 111명(34.3%), 자연, 공학, 의학계열 58명(17.9%)순으로 나타났다. 현재거주지는 자택이 140명(43.2%)으로 가장 많았고, 자취 134명(41.4%), 기숙사 44명(13.6%), 친척집 4명(1.2%), 기타와 하숙이 2명(0.6%) 순으로 조사되었다.

주로 거주한 지역으로는 중소도시지역이 143명(44.1%), 대도시지역 136명(42.0%), 농어촌지역 32명(9.9%), 기타 6명(1.9%) 순이었다. 한 달 사용하는 용돈은 월 20~30만원 미만이 100명(30.9%)로 가장 많았고, 40만원 이상 95명(29.3%), 30~40만원 미만 68명(21.0%), 10~20만원 미만 40명(12.3%), 10만원 미만 21명(6.5%)로 나타났다.

2. 떡에 대한 인지도

조사대상자의 떡에 대한 인지도는 Table 2와 같다. 떡에 대한 인지도에서는 인절미를 알고 있는 학생이 4.44로 가장 많았고, 송편4.40, 가래떡 4.33, 백설기 4.33으로 조사되었다. 그중에서 여자가 남자에 비해서 4.53으로 인절미를 잘 알고 있었으며, 백설기와 가래떡이 4.49, 송편이

Table 1. General characteristics of the subjects

Variable	Group	N	%
Gender	Male	177	54.6
	Female	147	45.4
Age	20~21	115	35.5
	22~23	105	32.4
	24~25	56	17.3
	26~27	17	5.2
	28≤	31	9.6
Major	Humanities and Social Sciences	155	47.8
	Natural Ssience, Engineering, Medical	58	17.9
	Art, Music and Sports	111	34.3
Residence now	Family home	140	43.2
	Relative home	4	1.2
	Dormitory	44	13.6
	Apart from one's own family	134	41.4
	Boarding house	1	0.3
	Etc	1	0.3
Most residential district	Metro area	136	42.0
	Small and medium-sized cities	143	44.1
	Remote area -island, boondocks	7	2.2
	Farming and Fishing area	32	9.9
	Etc	6	1.9
Monthly imcome	under 100,000won	21	6.5
	100,000~200,000 won	40	12.3
	200,000~300,000 won	100	30.9
	300,000~400,000 won	68	21.0
	more 400,000 won	95	29.3
Total		324	100.0

4.44로 나타났다. 반면에 쇠머리떡은 남녀 모두 1.81로 잘 모르고 있는 것으로 나타났다.

Jung HS(2002)의 한국전통의 떡류와 한과류의 인지도 및 기호도에 관한 연구에서 송편과 인절미의 인지도가 가장 높게 조사되어 본 연구와 비슷한 경향이었고, Yim KY와 Kim SH(1988)는 떡의 이용실태 및 시판제품에 대한 평가에서 시식이나 절식으로 가정에서 주로 이용하는 떡류 중에서 가장 많이 이용하는 떡류가 인절미, 송편, 절편(가래떡) 등으로 나타난 결과와 비슷하였다. Choi SK (2004), Lim EK(2010)의 선행논문에서도 인절미, 송편의 인지도가 가장 높았으며, 인지도가 높은 떡류는 대부분 명절이나 생일 때 우리가 쉽게 접할 수 있는 떡류로 조사되었으나. 조사대상자의 성별에 따라서 백설기(p<0.0001), 인절미(p<0.05), 절편(p<0.001), 부꾸미(p<0.001), 팥시루떡(p<0.05), 두텁떡(p<0.05), 가래떡(p<0.05)에서 유의한 차이를 보였다.

3. 떡에 대한 기호도

조사대상자의 떡에 대한 기호도는 Table 3과 같다. 전체적으로 인절미 (4.09)와 송편 (4.06)을 가장 좋아하는 것으로 조사되었으며, 가래떡 (3.90), 백설기 (3.88), 무지개떡 (3.70)순으로 조사되었다. 떡에 대한 남, 여의 차이를 보면 여자가 남자보다 인절미와 송편을 더 좋아하는 것으로 나타났으며, 백설기와 절편, 가래떡은 남자가 여자보다 더 좋아하는 것으로 조사되었다. 이러한 결과는 Lee JS(1998)의 수도권 대학생들의 떡의 이용실태 및 기호도조사에서도 인절미, 백설기, 송편, 가래떡등의 기호도가 평균보다 높게 나타난 결과와 비슷하다. 또한 Jung HS와 Shin MJ(2002)는 전국대학생을 대상으로 조사한 결과 기호도가 높은 떡은 백설기, 인절미, 약식, 송편의 순서였다고 하였으며, Kang KO와 Lee HJ(2000)는 주부를 대상으로 조사한 결과 좋아하는 떡은 백설기, 약식, 송편이었다고 하였다. 대학생들은 다양한 떡류를 접할 기회를 가지지 못했기 때문에 의례음식이나 시절식에 자주 이용되는 떡류에 대한 기호도가 높은 것으로 판단할 수 있었다. 떡에 대한 기호도는 성별에 있어서 유의적인 차이는 나타나지 않았다.

4. 떡에 대한 대중화

떡의 대중화를 위해 필요한 사항으로는 Table 4와 같다. 떡에 대한 대중화에서는 다양한 떡 상품구성이 4.30 으로 가장 높았으며, 창의성 있는 기술개발 4.22, 소비자 요구를 반영한 떡의 맛 4.22 순으로 대중화를 위해서 중요하다고 조사되었다. 그중에서 남자는 다양한 떡상품개발과 소비자 요구를 반영한 떡의 맛이 더 중요하다고 말한 반면에 여자는 창의성 있는 떡기술개발과 소비자 요구를 반영한 떡의 맛이 더 중요하다고 나타났다. 이는 전통적인 맛을 고수하기보다는 여러 가지 재료를 다양하게 사용하여 새로운 맛을 개발하는 과제가 필요하다고 하겠다.

이는 Jung HS(2002)의 연구에서 전통의 떡류와 한과류의 대중화를 위한 과제에 대해서는 여러 가지 맛을 개발한다, 모양과 재료를 다양하게 한다 와 비슷한 결과라고 할 수 있으며, Lim EK(2010)의 전통 떡 대중화를 위한 방안으로 떡, 기술개발이 가장 중요하게 인식되었다고 하여 본 연구와 같은 결과를 나타내었다.

반면에 떡 전문 프로그램운영, 떡을 위한 고유 포장용기 개발과 적절한 포장재 개발은 남, 녀 모두 대중화를 위해서 중요하지 않다고 조사되었다.

떡에 대한 중요도에서는 떡을 위한 고유 포장용기개발 (p<0.05)과 적절한 포장재 개발 (p<0.05)에서 성 별간에 유의한 차이가 나타났다.

Table 2. Awareness on tteok (Mean±SD)

Variable	Gender		Total	t value	*p*
	Maie	Female			
Baekseolgi	4.19±0.73	4.49±0.68	4.33±0.72	-3.95	0.000***
Mujigae tteok	3.95±0.74	4.12±0.86	4.03±0.80	-1.94	0.053
Songpyeon	4.32±0.70	4.44±0.69	4.40±0.70	-1.05	0.296
Injeolmi	4.36±0.74	4.53±0.60	4.44±0.69	-2.34	0.020*
Jeolpyeon	3.79±0.92	4.14±0.97	3.94±0.96	-3.32	0.001**
Gyeongdan	3.62±1.01	3.74±0.99	3.68±1.00	-1.18	0.240
Yaksik	3.48±1.02	3.65±0.97	3.56±1.00	-1.49	0.136
Jeungpyeon	2.67±1.13	2.91±1.29	2.78±1.21	-1.78	0.075
Bukkumi	2.24±1.19	2.69±1.33	2.44±1.27	-3.23	0.001**
Sirutteok with adzuki beans	3.82±0.94	4.07±0.84	3.94±0.90	-2.46	0.015*
Duteoptteok	2.01±1.07	2.29±1.26	2.14±1.17	-2.14	0.033*
Gureumtteok	2.15±1.18	2.18±1.25	2.16±1.21	-0.27	0.786
Galaetteok	4.31±0.88	4.49±0.76	4.39±0.83	-1.96	0.050*
Hwajeon	3.15±1.12	3.29±1.17	3.22±1.14	-1.10	0.272
Seomeori tteok	1.81±1.10	1.81±1.24	1.81±1.17	-0.02	0.983

$^{*}p<0.05$, $^{**}p<0.01$, $^{***}p<0.001$

Table 3. Preference on tteok (Mean±SD)

Variable	Gender		Total	t value	*p*
	Maie	Female			
Baekseolgi	3.89±0.87	3.94±0.92	3.88±0.89	-1.03	0.304
Mujigae tteok	3.64±0.90	3.78±0.99	3.70±0.94	-1.30	0.194
Songpyeon	4.11±0.90	4.01±0.85	4.06±0.88	1.08	0.280
Injeolmi	4.13±0.92	4.05±0.88	4.09±0.90	0.82	0.415
Jeolpyeon	3.58±0.94	3.72±0.95	3.64±0.95	-1.38	0.170
Gyeongdan	3.66±1.07	3.52±0.97	3.60±1.02	1.20	0.230
Yaksik	3.19±1.08	3.22±1.04	3.20±1.06	-0.26	0.792
Jeungpyeon	2.99±0.89	3.11±0.83	3.04±0.86	-1.25	0.212
Bukkumi	3.09±1.87	3.24±0.97	3.16±1.53	-0.87	0.387
Sirutteok with adzuki beans	3.39±1.09	3.31±1.19	3.35±1.13	0.66	0.509
Duteoptteok	2.74±0.84	3.03±2.64	2.87±1.88	-1.37	0.171
Gureumtteok	2.96±0.93	2.94±0.83	2.95±0.88	0.22	0.827
Galaetteok	3.82±1.07	3.99±0.94	3.90±1.01	-1.43	0.153
Hwajeon	3.31±1.03	3.45±1.01	3.37±1.02	-1.27	0.206
Seomeori tteok	2.80±0.96	2.73±0.92	2.77±0.94	0.59	0.556

$^{*}p<0.05$, $^{**}p<0.01$, $^{***}p<0.001$

5. 떡을 좋아하는 이유

조사대상자의 떡의 소비행동에 관한 조사에서는 떡을 좋아하는 이유로 맛이 좋아서가 146명(45.1%)로 가장 많았으며, 예전부터 먹어 와서가 115명(35.5%), 모양과 색상이 예뻐서 35명(10.8%), 영양이 풍부해서 12명(3.7%), 건강에 도움이 돼서 9명(2.8%)의 순이었다. 그중에 여자들은 맛이 좋아서 떡을 좋아하고 남자들은 예전부터 먹

Table 4. Popularization on tteok (Mean±SD)

Variable	Gender		Total	t value	*p*
	Maie	Female			
Standardization	3.86±0.86	3.97±0.80	3.91±0.84	-1.15	0.250
Various ingredient	3.94±0.86	4.01±0.86	3.97±0.86	-0.66	0.508
Developing technique	4.18±0.86	4.27±0.80	4.22±0.83	-0.97	0.334
Various kinds	4.37±3.93	4.22±0.76	4.30±2.94	0.47	0.637
Flavor	4.20±0.80	4.24±0.77	4.22±0.79	-0.537	0.591
Distinct packing bessel	3.55±0.94	3.78±0.94	3.65±0.95	-2.17	0.031*
Find proper packing materials	3.52±0.92	3.78±0.90	3.64±0.92	-2.59	0.010*
Standard price	3.88±0.85	3.97±0.88	3.92±0.86	-1.01	0.313
Incresing sale place	3.83±0.91	3.89±0.91	3.86±0.91	-0.60	0.550
Public relations	4.01±0.89	4.03±0.88	4.02±0.88	-0.22	0.828
Managing program	3.62±0.92	3.74±0.93	3.68±0.93	-1.16	0.246
Expert training	3.85±0.92	3.97±0.88	3.91±0.90	-1.19	0.235

$^{*}p<0.05$, $^{**}p<0.01$, $^{***}p<0.001$

Table 5. Reason to like tteok

Variables		Total (%)	Gender		χ^2-value	*p*
			Maie	Female		
Reason to like tteok	Good nutrition	12(3.7)	9(5.1)	3(2.0)	17.124	0.004
	Getting from old times	115(35.5)	76(42.9)	39(26.5)		
	Looking and color is beautiful	35(10.8)	20(11.3)	15(10.2)		
	Good flavor	146(45.1)	63(35.6)	83(56.5)		
	Good to health	9(2.8)	4(2.3)	5(3.4)		
	Etc	7(2.2)	5(2.8)	2(1.4)		
	Total	324(100)	177(100)	147(100)		

어왔기 때문에 좋아한다고 대답하였다. 이는 명절음식이나 시절식으로서 옛날부터 접해볼 기회가 더 많았기 때문에 더 좋아하는 것으로 추측된다. 대상은 약간 다르지만 고등학생을 대상으로 연구를 한 Lee NS(1993)의 전통 한과류에 대한 의식, 기호 및 이용실태조사에서 한과류를 좋아하는 이유로 맛이 좋기 때문이라고 답을 한 결과와 비슷한 결과이며, 어머니와 어린이를 대상으로 한 Yoon JY(2000)의 한국 전통떡에 대한 고찰에서 떡을 좋아하는 이유를 맛이 좋기 때문이라고 답을 하였는데 대부분의 떡류를 좋아하는 이유가 맛에 관한 의견이 많았다.

6. 떡을 이용하는 때

조사대상자의 소비행동에서 떡을 이용하는 때에서 가장 높게 나타난 항목이 보통 때 이용 한다가 133명(41.0%)이였으며, 특별한 행사 때 이용 한다가 115명(35.8%), 자주 이용한다가 58명(17.9%)으로 조사되었다. Lim EK(2010)의 선행논문에서도 보통 때에도 가끔 이용하는 경우가 47.2%로 가장 많은 것으로 나타나 본 논문과도 같았다. 그중에서 여자들은 보통 때 자주 이용하는 것이 높게 조사되었고 남자들은 특별한 행사 때 이용을 많이 하는 것으로 조사되었다.

7. 떡을 식사대용으로 이용할 생각

떡을 식사대용으로 이용할 생각이 있느냐는 항목에서는 남자는 100명(56.5%)가 식사대용으로 이용할 생각이 없다고 조사되었으며, 여자는 96명(65.3%)가 식사대용으로 이용할 생각이 있다고 조사되었다. 선행연구 Lim EK(2010)의 논문에서도 남, 여 성별에 따른 분석에서 식사대용으로 떡을 이용할 의사가 있다가 높게 나와 본 연구와 같이 나타났다. 떡은 주재료가 쌀가루로서 그 속에 여러 가지 부재료로 견과류들을 넣은 것으로써 한 끼 식사로도 충분한 영양적가치가 있다고 판단된다.

8. 식사대용의 떡

Table 6. Time to use tteok

Variables		Total (%)	Gender		χ^2-value	p
			Maie	Female		
Time to use tteok	In special event	116(35.8)	77(43.5)	39(26.5)	17.279	0.002
	Often	58(17.9)	35(19.8)	23(15.6)		
	In guest reception	8(2.5)	4(2.3)	4(2.3)		
	Ordinary time	133(41.0)	55(31.1)	78(53.1)		
	Not use	9(2.8)	6(3.4)	3(2.0)		
	Total	324(100.0)	177(100.0)	147(100.0)		

Table 7. Use tteok as meal substitute food

Variables		Total (%)	Gender		χ^2-value	p
			Maie	Female		
Use tteok as meal substitute food	Yes	173(53.4)	77(43.5)	96(65.3)	15.341	0.000
	No	151(46.6)	100(56.5)	51(34.7)		
	Total	324(100.0)	177(100.0)	147(100.0)		

Table 8. Meal substitute food

Variables		Total(%)	Gender		χ^2-value	p
			Male	Female		
Meal substitute food	Injeolmi	108(33.3)	70(39.5)	38(25.9)	12.423	0.014
	Seomeori tteok	17(5.2)	7(4.0)	10(6.8)		
	Baekseolgi	106(32.7)	61(34.5)	45(30.6)		
	Jeolpyeon	41(12.7)	16(9.0)	25(17.0)		
	Etc	52(16.0)	23(13.0)	29(19.7)		
	Total	324(100.0)	177(100.0)	147(100.0)		

조사대상자의 소비행동에서 떡을 식사대용으로 사용하는데 있어서 어떤 종류의 떡이 적당한지를 조사한 결과 인절미108명(33.3%)으로 가장 높게 나타났으며, 백설기 106명(32.7%), 기타 52명(16.0%), 절편 41명(12.7%), 쇠머리떡 17명(5.2%)순으로 나타났다. 그 중에서 남자들은 인절미, 백설기를 식사대용으로 가장 선호하였으며, 여자들은 백설기, 인절미순으로 선호하는 것으로 조사되었다. 이는 선행연구 Kim CH와 Lee JH(2007), Lim EK(2010)의 식사대용으로 떡을 이용할 경우 선호하는 떡으로는 인절미, 백설기가 나타난 결과와 같다.

Ⅳ. 요약 및 결론

대학생들은 우리나라의 식생활문화의 일부를 구성하고 있으며, 미래의 식생활문화를 발전시켜나가야 할 매우 중요한 위치에 있음에도 불구하고 대부분의 대학생들이 외래의 음식문화에 익숙해져 고유의 떡류를 접할 기회가 많이 줄어들고 있다고 볼 수 있다. 본 연구에서는 부산, 영남지역 대학생들을 대상으로 떡에 대한 인지도와 기호도 및 소비행동에 대한 조사를 통하여 인지도와 기호도를 알아보고 떡류에 대한 의식과 이용현황에 대하여 알아보고 우리나라의 떡에 대한 발전방안을 모색해 보고자 하였다.

연구결과는 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 조사대상자는 남자가 54.6%, 여자가 45.4%였으며, 20~23세가 67.9%로 가장 많았고, 전공은 인문, 사회계열이 47.8%였으며, 주로 거주한 지역이 중소도시지역이며, 주로 자택이나 자취를 하는 학생으로 나타났으며, 한 달 용돈은 20~30만원이 대부분을 차지하였다.

둘째, 조사대상자의 떡에 대한 인지도에서는 인절미, 송편, 가래떡, 백설기 순으로 나타났으며, 여자가 남자에 비해서 인절미, 백설기, 가래떡을 잘 알고 있었으며, 쇠머리떡은 남녀 모두 잘 모르고 있는 것으로 나타났다. 조사대상자의 성별에 따라서 인지도를 조사한 결과 백설기($p<0.0001$), 인절미($p<0.05$), 절편($p<0.001$), 부꾸미($p<0.001$), 팥시루떡($p<0.05$), 두텁떡($p<0.05$), 가래떡($p<0.05$)에서 남

여 간에 유의한 차이를 보였다.

셋째, 떡에 대한 기호도에서는 전체적으로 인절미와 송편을 가장 좋아하는 것을 조사되었으며, 떡에 대한 남, 녀의 차이를 보면 여자가 남자보다 인절미와 송편을 더 좋아하는 것으로 나타났으며, 백설기와 절편, 가래떡은 남자가 여자보다 더 좋아하는 것으로 조사되었다. 대학생들은 여러 종류의 다양한 떡류를 접할 기회를 많이 가지지 못했기 때문에 의례음식이나 시절식에 자주 이용되는 떡류에 대한 기호도가 높은 것으로 판단할 수 있었다.

넷째, 떡의 대중화를 위해서 떡에 대한 중요도에서는 다양한 떡 상품구성이 가장 높았으며, 창의성 있는 기술개발과 소비자 요구를 반영한 떡의 맛이 중요하다고 조사되었다. 대중화를 위해서는 전통적인 맛을 고수하기보다는 여러 가지 재료를 다양하게 사용하여 새로운 맛을 개발하는 과제가 필요하다고 하겠다. 떡의 대중화를 위한 중요도에서는 떡을 위한 고유포장용기개발($p<0.05$)과 적절한 포장재 개발($p<0.05$)에서 유의한 차이가 나타났다.

다섯째, 떡의 소비행동에 관한 조사에서는 떡을 좋아하는 이유로 맛이 좋아서가 146명으로 가장 많았으며, 예전부터 먹어 와서가 115명, 모양과 색상이 예뻐서 35명, 영양이 풍부해서 12명순 이며, 그중에 여자들은 맛이 좋아서 떡을 좋아하고 남자들은 예전부터 먹어왔기 때문에 좋아한다고 대답하였다. 명절이나 집안 대·소사에서 시절식으로 옛날부터 접해볼 기회가 있었기 때문에 더 좋아하는 것으로 판단된다.

여섯째, 떡을 주로 언제 이용하느냐는 질문에서는 보통 때 이용 한다가 133명으로 가장 많았으며, 특별한 행사 때 이용 한다가 115명으로 조사되었다. 그중에서 여자들은 보통 때 자주 이용하는 것이 높게 조사되었고 남자들은 특별한 행사 때 이용을 많이 하는 것으로 조사되었다.

일곱째, 떡을 식사대용으로 이용할 생각이 있느냐는 항목에서는 남자는 100명이 식사대용으로 이용할 생각이 없다고 조사된 반면 여자는 96명이 식사대용으로 이용할 생각이 있다고 조사되었다. 떡은 주재료가 쌀가루이며 부재료로 여러 가지를 넣어 만들기 때문에 식사대용으로 충분한 영양적가치가 있다고 판단된다.

여덟째, 식사대용의 떡으로 어떤 종류의 떡이 적당한지를 조사한 결과 인절미가 108명으로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 백설기가 106명으로 나타났다. 그중에서 남자들은 인절미를 식사대용으로 가장 선호하였으며, 여자들은 백설기를 더 선호하는 것으로 조사되었다.

우리나라 떡류에 대한 대학생들의 의식은 대체적으로 낮았지만 학생들 대부분은 떡류를 좋아하고 있었고 그 이유로는 맛이 좋아서 라고 하였다. 전통의 맛을 유지하면서 첨가재료를 다양화하고 약이성과 영양의 균형을 맞춘 새로운 맛과 창의성 있는 떡을 개발하는 것이 시급하다고 하겠다.

그러므로 우리의 떡류의 품질향상과 활성화를 위해서는 다양한 상품개발과 새로운 기술개발, 맛을 더욱더 향상시켜 다양한 홍보 마케팅을 수립하여 판매를 촉진 할 수 있는 방안을 모색해야 할 것이다.

References

Choi SK. 2004. A Study on the Perceptions and Preferences of Foreign Residents in the Republic of Korea to Korean Tradition Rice Cake, major in Traditional Dietary Life Food graduate School of Traditional Rice Cakes, p 29

Choi YS, Yoo YJ, Kim JG, Nam SM, Jang ME, Chung CK. 2001. Food preferences and nutrient intakes of college students in Kangwon province. Korean J Soc Food Sci Nut 30(1):175-178

Jung HS, Shin MJ. 2002. A Study an the Recognition and Preference of Korean Traditional Rice Cake among College Students, Korean J Soc Diet Culture 17(5):594-604

Jung HS. 2002. A Study on Recognition and Proference of Koren Traditional Duk and Han-gwa –Based on the Responses of University Students-, Dept. of Culinary Science and Food Service Management Major in Culinary Science The Graduate School Tourism kyung Hee University pp 3-74

Kang KO, Lee HJ. 2000. A study on the housewives cognition and consumption pattem of Korean rice cakes, Korean J Soc Food Sci 116(6):505-510

Kim CH, Lee JH. 2007. The Study on the Consumers' Perception and Purchasing Behavior of Rice Cake as a Meal, Korean J Soc Food Sci 13(2):59-68

Kim GS. 2010. Rice Cake Preference and Intake of College Students –Focusing on Daegu Region-. Department of Nutrition Management Graduate School of Environment & public Health Studies Yeungnam University. pp 29-36

Kim SM. 2001. Graduate School of Environment & public Heslth Studies, Korean J Food Cook Sci 17(2):49-58

Lee CH, Maeng YS. 1987. A Literature review on Korean ricecakes. Korean J Diet Culture 2(2):117-132

Lee HO, Rho SN, Kim KS, Lee SY, Lee BH, Park MJ. 2002. Degree of preference and utility on rice cakes of college students Chung-Ang J Human Ecol 15(0):81-93

Lee JS, Jung SH, Kim HK. 2008. A Comparative Study on Cognition and Consumption Patterns of Korean Rice Cake Classified by Age in Busan, Korean J Community Nutr 13(2):228-236

Lee JS. 1997. A Study on the Children's Consumption Pattern and Preference of Korean Rice Cake, Korean J Soc Diet Culture 12(3):323-329

Lee JS. 1998. Study on University student' Consumption Pattern and Preference of Korean Rice Cake, Korean J Food Cook Sci 14(2):133-139

Lee JS. 1999. Study on High School Students' Consumption

Pattern and Preference of Korean Rice Cake, Journal of the Korean J Soc Diet Culture 13(2):83-89

Lee KA, Jang YA, Kim WK. 1993. A Study on University student' Knowledge and Opinion of the Korean traditional food – The Knowledge and Consumption of the Korean traditional foods- Korean J Home Econ Assoc 31(3):192

Lee NS. 1993. A Study on Conception, Preference, and Consumption of Han-gwa, Major in home Economices Education The Graduate School of Education Sookmyung women's University p 37

Lim EK. 2010. Koren High School Students' Perception Preference and Consumption Behaviorto Korean Traditional Rice Cake for Its popularization, Home Education Course The Graduate School of Education Hanyang University pp 35-39

Moon JW. 1998. Study on Korean Rice-Cake Development and Merchandising, Busan Women's colleges collected papers 20:43-60

Noh KS, Han KY, Yoon SJ. 2007. A study on housewives consumption pattern and preference of the Koren rice as a substituteb for meal. Korean J Food culture 22(1):10-21

Shin EY. 2008. Investigation for recognition and consumption patterns of Korean rice cakes on high school students, Major in Nutrition Education The Graduate School of Education Yonsei University pp 70-75

Shin MJ, Kim OS, Jeong JH. 2004. Consumption of Korean Traditional Rice Cakes by Age in Metropolitan Area, Korean J East Asian Soc Diet Life 14(6):551-560

Yim KY, Kim SH. 1988. A Durvey on the Utilization of Koren Rice-Cakes and the Evaluation about Their Commercial Products by Housewive, Korean J Soc Diet Culture 3(2): 163-175

Yoon JY. 2000. Comparison of children and mothers in opinion of rice cake, Korean J Food Cook Sci 16(6):548-556

Received on July29, 2014/ Revised on Aug.28, 2014/ Accepted on Sep.11, 2014