

즉석판매제조 · 가공업 떡류 영업자의 영업 특성에 관한 연구

Research on the Characteristics of the Rice Cake Businessperson in
Instant Processing Manufacturing Sales

이형국¹, 김지연^{2*}
Hyeong Kook Lee¹, Ji Yeon Kim^{2*}

¹한국떡류식품가공협회 식품위생교육부, ²서울과학기술대학교 식품공학과

¹Department of Food Hygiene, The Korea Tteok Food Processing Association

²Department of Food Science and Technology, Seoul National University of Science and Technology

I. 서론

1. 연구의 필요성

우리의 떡 산업은 오랜 역사를 지니고 있음에도 불구하고 트렌드 변화에 안이하게 대응하여 빵, 과자 등에 ‘국민 간식’의 자리를 내어주었다. 국내 제빵 산업 규모는 2조 7천억 원 정도로 떡 산업의 2배 이상으로 꾸준한 기술 개발과 소비 트렌드 분석을 기반으로 제품과 유통구조의 다양화, 대형화 등 시장 변화를 읽고 살아남기 위한 노력을 기울이고 있는데(1) 비해 전통 떡은 그동안 제품의 다양화, 가격 경쟁력, 표준화, 기술개발, 시설의 현대화, 산학협력, 홍보 등 완만하게 발전되어 왔으며, 최근 떡 산업 발전을 위한 적극적인 노력과 대응이 소규모 떡류 영업자, 떡류 협회 및 업계를 중심으로 이루어지고 있다. 전통 떡은 과거로부터 지금까지 가정에서 떡을 만들어 먹어온 유서 깊은 전

통음식이었고, 급속한 산업화로 인한 식생활, 조리환경 등의 변화로 가정에서 제조하는 떡이 아닌 떡 방앗간, 떡집에서 제조·가공·판매하는 형태로 발달되었다. 기존에 일반인·학생·외국인을 대상으로 연구된 자료로 ‘우리나라 전통 떡에 대한 연령과 성별에 따른 인지도 및 기호도 떡에 대한 의식과 이용 현황’(2), ‘떡에 대한 가치 인식 및 발전 방안에 관한 사항’(3), ‘한국에 거주하고 있는 외국인을 대상으로 한 전통 떡류에 관한 인지 및 세계화 방안’(4) 등에 관한 연구 논문은 있지만, 전국에 소개하며 실질적으로 전통 떡을 제조·가공·판매하는 즉석판매제조·가공업 떡류 영업자에 대해 연구된 자료 및 관련 내용은 사실상 자료가 부재하다(5).

최근 많은 기업들은 전통 떡에 대한 상품화 가능성에 눈을 돌리며 시장 확대를 위한 제품화에 나서고 있기에 동반성장위원회는 2014년 10월 전통 떡을 제조하는 중소기업의 경쟁력 확보, 대기업 프랜차이즈 매장의 확장자제 및 신규 진입 자제, 대기업의 소

*Corresponding author: Ji Yeon Kim
Department of Food Science and Technology,
Seoul National University of Science and Technology, 139-743, Korea
Tel: +82-2-970-6740
Fax: +82-2-976-6460
E-mail: jiyeonk@seoultech.ac.kr

매시장에 전통 떡 판매 자제 등을 이유로 전통 떡에 대해 '중소기업 적합 업종'(6)으로 재합의를 심의·의결하였다. 따라서 즉석판매제조·가공업 떡류 영업자는 미래 환경에 대응하기 위해 위생적 환경하에 신제품 개발, 기술 개발, 서비스 제고 등 자생력과 경쟁력을 키워 나가야 한다. 특히, 소비자가 구매 후 별도의 조리과정 없이 먹는 전통 떡은 생산·운송·진열·보관·판매 단계에서 미생물에 오염·증식될 경우 안전상의 문제를 야기할 수 있는 식품으로(7) 사회적 문제로 이슈화 될 경우 소규모 영업자의 영업에 커다란 영향을 미치는 결과를 초래하여 매출 감소 및 업계의 발전에 장애가 되는 자명하다. 이에 식품위생법은 식품으로 인하여 생기는 위생상의 위해(危害)를 방지하고 식품 영양의 질적 향상을 도모하며 식품에 관한 올바른 정보를 제공하여 국민보건의 증진에 이바지함을 목적으로(8) 매년 식품위생교육을 이수하도록 정하고 있다. 식품 등 영업을 위해서는 식약처 또는 시·군·구청에 허가, 등록, 신고 후 영업을 하며 즉석판매제조·가공업 영업은 시·군·구청에 신고하여 영업을 한다. 그리고 교육기관은 해당 업종 영업자를 위한 교육내용으로 식품위생에 관한 사항(식품위생법령, 식품 등 기준과 규격 해설 운용, 위생적 관리), 개인위생에 관한 사항, 식품위생시책에 관한 사항, 서비스 개선, 식품행정지도와 영업자 책무, 소비자 상담사례 등에 관한 사항을(9) '온라인 교육 또는 오프라인 교육'(이하 채널별) 서비스를 통해 제공하고 있다.

식품위생교육을 통해 전국에서 생계형영업을 하고 있는 즉석판매제조·가공업 떡류 영업자 기본적인 사항과 특성을 이해할 수 있고, 생산자로서 품목, 제조 기술, 영업장 등 제품 생산과 판매자로서 떡을 구매하는 고객에 대해 영업 마인드, 식품 전문가로서 전통 식품인 떡에 대해 발전과 인식 등에 관한 연구가 선행되어야 한다. 또한, 떡류 영업자는 제품이 보다 안전하고 위생적인 환경하에 제조 가공 판매하여 국민이 안심하고 믿을 수 있는 먹거리로 자리매김하도록 노력하여 떡류 산업의 발전을 기대하는 국민의 여망에 부응하여 재도약할 수 있는 시대 소명임을 인식하여야 한다.

II. 조사대상 및 연구방법

1. 조사대상 및 조사기간

본 연구는 식품위생법에 41조 식품위생교육에 근거하여(10) 2014년 지방자치단체로부터 취합한 즉석판매제조·가공업 기존 영업자(떡집, 떡 방앗간)는 18,329명이며 식품위생 온라인 교육을 이수한 영업자 중 설문에 응답한 1,817명과 오프라인 교육에 참석한 영업자 중 설문에 응답한 1,293명 총 3,110명의 영업자에 대해 설문지에 나타난 지시어를 기준으로 자기기입 방법으로 1월부터 12월까지 1년간 설문 조사하였고, 그 중 일부 내용을 분석하였다(5).

2. 설문조사 문항

국내에서 떡을 제조·가공·판매하는 즉석판매제조·가공업 떡류 영업자와 관련하여 영업자에 관한 사항, 영업 및 영업자에 관한 사항, 떡 계승 및 발전에 관한 사항, 식품위생교육에 관한 사항에 대해 4개 부문 55개 문항으로 구성하였으며 답변은 문항당 1개만 선택하도록 허용하였다.

3. 설문조사 방법

설문조사는 채널별(온·오프라인 설문조사)로 진행하여 설문지에 나타난 지시어를 기준으로 자기기입법으로 조사하였다. 온라인 교육은 가상공간에서 교육받은 영업자중 설문에 응답한 1,817명과 오프라인(집합) 교육에 참석한 영업자를 대상으로 설문 배포 후 응답한 영업자는 1,293명, 총 3,110명 자료를 대상으로 분석하였다.

4. 통계분석

연구에서 조사된 자료는 SPSS (version 18.0) Program을 이용하여 통계처리 및 분석을 하였다. 분석 기법으로 연구 대상자의 특성을 파악하기 위해 기술 통계분석(단순빈도, 백분율, 평균, 표준편차)과 조사항목에 따라 빈도분석, 교차분석을 실시하였다.

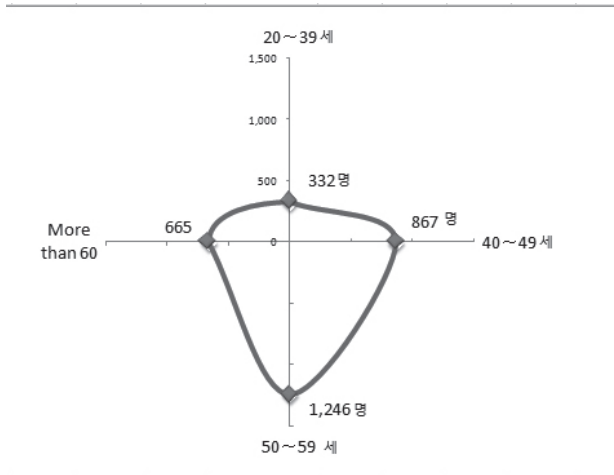


Fig. 1. Age Response Status

Ⅲ. 연구결과 및 고찰

1. 영업자의 일반적 특성

즉석판매제조·가공업인 떡류 영업을 하려는 자는 영업자, 영업장 소재지, 시설, 품목 제조 등을 지자체에 신고하여야 하며 식품위생법 시행령 21조 2항에 따라 신고된 영업장에서 떡을 제조·가공하여 직접 최종 소비자에게 판매하여야 한다(11). 즉석판매제조·가공업 떡류 영업자는(떡집, 떡방앗간, 방앗간)은 시·군·구청에 영업신고 후 영업을 하는 자로 특히 영업자는 명절, 개업, 결혼, 제례, 행사 등 고객의 요청에 따른 주문생산(注文生産)과 방문 고객을 대상으로 영업을 하고 있으며 영업장은 주로 재래시장, 근린 생활 지역에 소재하고 있다(12).

영업자의 일반적 특성을 알아보기 위하여 성별, 연령별, 일 근무시간, 최종학력, 근무기간, 종사인원, 식품업 종사 경험을 조사한 결과는 Table 1과 같다. 설문에 응답한 영업자는 3,110명으로 남자는 56.1%(1,746명), 여자가 43.9%(1,364명)로 이며 연령분포는 '20~39세' 10.7%(332명), '40~49세' 27.9%(867명), '50~59세' 40.1%(1,246명), '60세 이상' 21.4%(665명)로 나타났으며, 떡류 영업자는 '50~59세'가 가장 높고 50대 > 40대 > 60대 > 20대, 30대 순으로 Fig. 1 같이 분석되었다.

Table 1. General characteristics of the rice cake businessperson
(Unit: Number of responses)

Classification		Age groups				
Division		20~39	40~49	50~59	60 ↑	Total
Frequency		332	867	1,246	665	3,110
Valid Percent		10.7	27.9	40.1	21.4	100
Classification		Working hours				
Division		8 hours ↓	8~10	10~12	Over 12	Total
Frequency		854	887	709	569	3,019
Valid Percent		28.3	29.4	23.5	18.8	100
Classification		Final Education				
Division		Middle school	High school	College	University graduates	Total
Frequency		639	1,545	381	374	2,939
Valid Percent		21.7	52.6	13	12.7	100
Classification		Working period				
Division		5 years ↓	5~10	10~20	Over 20	Total
Frequency		534	726	1,009	675	2,944
Valid Percent		18.1	24.7	34.3	22.9	100
Classification		Food industry engaged experience(year)				
Division		Not at all	5 ↓	5~10	10~20	Total
Frequency		2,046	547	210	121	2,924
Valid Percent		70	18.7	7.2	4.1	100
Classification		Personnel engaged				
Division		2 people	3 people	4 people	5people ↑	Total
Frequency		2,329	461	95	45	2,930
Valid Percent		79.5	15.7	3.2	1.5	100

연령대별 자영업자 수는 50대가 가장 많은 비중을 차지했으며, KB경영정보리포트 개인사업자 창업·폐업 보고서에 의하면 연령대별 자영업자 수는 40대가 가장 많은 비중을 차지했으나, 2011년 50대가 추월하였고, 60대 이상 고령층도 증가하는 것으로 나타났다(13).

영업자의 일평균 근로시간은 '8시간 미만' 28.3%, '8~10시간' 29.4%, '10~12시간' 23.5%, '12시간 이상' 18.8%로 응답하여 '8~10시간'은 영업자가 가장 많이 영업하며 12시간 이상 근무하는 하는 비율도 18.8%로 Table 2와 같이 분석되었다. 성별에 대한 근무시간은 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 즉 남자가 여자보다 더 오랜 시간을 근무하는 업

Table 2. Businessperson working hours

(Unit: Person)

Division	Sex		Age groups				Total
	Men	Women	20~39	40~49	50~59	60 ↑	
Less than 8 hours	465	389	91	155	323	285	854
	27.4%	29.4%	28.3%	18.2%	26.6%	45.2%	28.3%
8~10	468	419	73	285	349	180	887
	27.6%	31.7%	22.7%	33.4%	28.8%	28.5%	29.4%
10~12	397	312	85	227	301	96	709
	23.4%	23.6%	26.4%	26.6%	24.8%	15.2%	23.5%
Over 12 hours	368	201	73	186	240	70	569
	21.7%	15.2%	22.7%	21.8%	19.8%	11.1%	18.8%
Total	1,698	1,321	322	853	1,213	631	3,019
	100.0%						
X ² , p-value	21.938	0.000	156.714	0.000			

종으로 볼 수 있으며, 제품의 제조 공정상 분쇄기, 제병기, 스탬핑기, 성형 기계 등 기계류의 사용과 원재료인 쌀, 콩, 팥 등 곡물의 이동, 수침, 증자, 가공 등 업(業)의 특성상 노동력이 요구되어 12시간 이상에서는 남자가 여자보다 더 오랜 시간을 근무하는 것으로 나타났다. 반면 10시간 이하에서는 여성이 더 높게 나타났다. 연령대에 대한 근무시간은 유의한 차이가 발생하였으며, 60대 8시간 미만(45.2%), 40대 8~10시간(33.4%)에서 높았고 20대, 30대는 근무 시간별 차이는 없었다. 안전보건관리 지침서에 따르면 하루 9시간 이상 작업하는 사람이 그렇지 않은 사람에 비해 근골격계 질환 유병율이 높게 나와 업무시간, 업무량의 조절이 요구되며, 권장 휴식시간은 평균 60분 작업에 10분간 휴식을 기준으로 정하고 있다(13). 따라서 장시간 작업 시 반드시 일정 시간의 휴식을 통하여 작업자의 피로도 및 안전에 주의하여야 하며 이는 영업자의 의지가 중요한 요건이라 본다.

떡을 제조·가공·판매하는 즉석판매제조·가공업 떡류 영업자 학력은 Table 3과 같이 고졸 52.6% (1,545명), 중졸 21.7%(639명), 전문대졸 13.0%(381명), 대졸 12.7% (374명)로 주로 고졸 영업자가 영업장을 운영하는 것으로 분석되었다. 성별에 대한 학력은 유의한 차이가 나타났으며, 전문대졸과 대졸은 남자

Table 3. Businessperson final education

(Unit: Person)

Division	Sex		Age groups				Total
	Men	Women	20~39	40~49	50~59	60 ↑	
Middle school	332	307	40	27	254	318	639
	19.9%	24.1%	12.7%	3.3%	21.5%	51.5%	21.7%
High school	829	716	96	488	703	258	1,545
	49.7%	56.3%	30.5%	58.9%	59.6%	41.8%	52.6%
College	250	131	96	164	107	14	381
	15.0%	10.3%	30.5%	19.8%	9.1%	2.3%	13.0%
University graduates	256	118	83	149	115	27	374
	15.4%	9.3%	26.3%	18.0%	9.8%	4.4%	12.7%
Total	1,667	1,272	315	828	1,179	617	2,939
	100.0%						
X ² , p-value	45.056	0.000	732.904	0.000			

의 비율이 높았으며, 고졸 이하는 여성의 비율이 높았다. 이는 전문대졸, 대졸의 남자는 직장생활을 퇴직 후 자영업으로 떡류 영업을 선택하는 것으로 추정된다.

영업자의 종사기간은 '5년 미만'은 18.1%(534명), '5년~10년' 24.7% (726명), '10년~20년' 34.3%(1,009명), '20년 이상' 22.9%(675명)로 나타나 10년~20년 > 5년~10년 > 20년 이상 > 5년 미만 순이며 Table 4

Table 4. Rice cake business engaged period

(Unit: Person)

Division	Sex		Age groups				Total
	Men	Women	20~39	40~49	50~59	60 ↑	
Less than 5 years	292	242	180	187	133	34	534
	17.5%	19.0%	57.1%	22.6%	11.3%	5.5%	18.1%
5~10	406	320	94	316	256	60	726
	24.3%	25.1%	29.8%	38.1%	21.7%	9.6%	24.7%
10~20	561	448	39	255	518	197	1,009
	33.6%	35.1%	12.4%	30.8%	44.0%	31.7%	34.3%
Over 20 years	409	266	2	71	271	331	675
	24.5%	20.8%	0.6%	8.6%	23.0%	53.2%	22.9%
Total	1,668	1,276	315	829	1,178	622	2,944
	100.0%						
X ² , p-value	5.724	0.125	956.249	0.000			

Table 5. The previous period engaged in food industry businesses
(Unit: Person)

Division	Sex		Age groups				Total
	Men	Women	20~39	40~49	50~59	60 ↑	
Not at all	1,171	875	219	520	833	474	2,046
	70.6%	69.2%	69.5%	63.0%	71.1%	77.6%	70.0%
Less than 5 years	289	258	73	216	189	69	547
	17.4%	20.4%	23.2%	26.2%	16.1%	11.3%	18.7%
5~10 years	123	87	18	66	90	36	210
	7.4%	6.9%	5.7%	8.0%	7.7%	5.9%	7.2%
10~20 years	76	45	5	24	60	32	121
	4.6%	3.6%	1.6%	2.9%	5.1%	5.2%	4.1%
Total	1,659	1,265	315	826	1,172	611	2,924
			100.0%				
X ² , p-value	5.706	0.126	77.038	0.000			

과 같이 분석되었다. 통계청 2013년 기업생멸(生滅) 행정통계 결과에 의하면 5년 생존율 숙박·음식점업은 30.6%(2인 이상), 도·소매업 42.4%(2인 이상)와 고려할 때(14) 떡류 영업자의 10년 이상 종사기간은 57.2%로 매우 높게 분석되었다. 종사기간에 따른 성별은 유의한 차이가 없었다(15).

현재 사업을 하기전 식품 관련 업종에 종사기간은 ‘전혀 없다’ 70.0%(2,046명), ‘5년 미만’ 18.7%(547명), ‘5~10년’ 7.2%(210명), ‘10~20년’ 4.1%(121명)로 응답하고(Table 5), 대부분 영업자는 과거 식품업계 경험이 없는 것으로 분석되었다. 성별에 대한 종사기간은 유의적인 차이가 발생하지 않았으며, 연령대에 대한 식품업계 종사기간은 매우 유의한 차이가 있는 것으로 조사되었다. 40대의 식품업계 종사한 비율은 37%로 가장 높게 나타났고, 50대, 60대는 떡류업 이전 식품업계에 종사한 경험은 28.9%, 22.4%로 분석되어 영업자 대부분은 떡집, 떡 방앗간을 오랫동안 영위(營爲) 해 온 것으로 추정된다. 2002년 이후 10년간 음식점은 110만 개의 창업이 이루어져, 전체 창업 중 29.3%의 비중을 차지하였고, 이중 한식이 76만 개로 가장 많았으며 잡화점, 가정용품, 주점 및 유흥서비스 등의 창업 비중은 감소하는 반면, 소매업, 학원 및 교육서비스, 이미지 등 개인 서비스업의 비중은 증가세를 보였다. 50대 주요

Table 6. Person engaged in business
(Unit: Person)

Division	Sex		Age groups				Total
	Men	Women	20~39	40~49	50~59	60 ↑	
2 people	1,317	1,012	228	613	957	531	2,329
	79.2%	79.9%	72.6%	74.4%	81.7%	85.6%	79.5%
3 people	272	189	71	159	160	71	461
	16.4%	14.9%	22.6%	19.3%	13.7%	11.5%	15.7%
4 people	53	42	10	39	37	9	95
	3.2%	3.3%	3.2%	4.7%	3.2%	1.5%	3.2%
More than 5 people	21	24	5	13	18	9	45
	1.3%	1.9%	1.6%	1.6%	1.5%	1.5%	1.5%
Total	1,663	1,267	314	824	1,172	620	2,930
			100.0%				
X ² , p-value	2.891	0.125	46.602	0.000			

창업 업종도 전체 개인사업자와 유사하나 상대적으로 음식점, 소, 택시·운수업, 숙박업 등에서 높은 비중을 보였다(13,16).

소상공인은 소기업 중에서 규모가 특히 작은 기업이며 생업적 업종을 영위하는 자영업자로서 음식점, 도·소매업, 숙박업, 서비스업의 경우 상시 근로자 5인 미만(광업·제조업·건설업과 운수업 : 10명 미만) 사업자를 의미하는데(17) 본 연구에서 영업장의 종사인원은 ‘2명 이하’ 79.5%, ‘3명’ 15.7%, ‘4명’ 3.2%, ‘5명 이상’ 1.5%로 나타나 절대다수의 영업자 98.5%는 ‘5명 이하’가 종사하는 소규모 자영업자이며, 소상공인으로 확인되었다. 종사인원에 대한 성별의 차이가 없으며, 연령대별 종사인원 20~30대는 다른 연령대보다 종사인원이 3명(22.6%)으로 높았다. 이는 창업 또는 가업으로 가족의 도움을 받아 영위하는 것으로 추정되며, 60대 이상에서 2명의 종사인원 비율이 가장 높았으며 이는 부부가 영업을 유지해 나가는 것으로 추정된다. 떡류업에 종사하는 79.5%는 2명이 근무하는 것으로 Table 6과 같이 분석되었다.

떡을 구매하는 주요 소비층에 대한 구입하는 시기에 대한 분석은 Table 7과 같다. 영업자는 일반인이 떡집, 떡 방앗간의 주요 소비층으로 인식하고 있으며 구입하는 시기에 대해서는 분석 결과는 주요 명절(추석, 설날 등)에 가장 구매하는 것으로 나타났

Table 7. When buying rice cake mainly

(Unit: Person)

Division	Unique Holidays	Any time	Festivals, Events	Moving, Open shop	Total
Company	78	32	21	4	135
	6.2%	3.1%	4.6%	1.5%	4.5%
Religion	268	173	120	91	652
	21.4%	16.9%	26.5%	33.1%	21.7%
Public	887	791	293	176	2,147
	70.8%	77.2%	64.8%	64.0%	71.4%
Public Institutions	20	29	18	4	71
	1.6%	2.8%	4.0%	1.5%	2.4%
Total	1,253	1,025	452	275	3,005
		100.0%			100.0%

다. 다음으로 종교단체에서 떡을 구입하며 일반인과 같이 주요 명절에 많은 수요가 있는 것으로 나타났다. 공공기관의 구입은 주로 축제, 이벤트, 평상시 등으로 나타났다.

떡을 판매하는 장소에 대한 구입 이유에 대한 내용은 Table 8과 같다. 영업자는 떡집, 떡 방앗간에서 고객이 떡을 구입한다고 92.2%로 매우 높게 응답하였으며, 다음으로 대형마트, 그리고 백화점, 슈퍼 등의 순으로 나타났으며, 구입에 대해 이유로 맛과 품질에 대해 절대적으로 높게 92.6%(1,936명) 나타났으며, 다음으로 떡에 대한 영양과 건강에 대해 576명이 응답하였다. 반면 떡을 구매하는 이유에 대해 가격에 대해서는 큰 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다.

즉석판매제조·가공업 떡류 영업자의 제조 품목수에 따른 연령대별 분석 결과는 Table 9와 같다. 10~15개 품목을 제조하는 영업자는 50대 영업자가 1063명으로 높게 나타났고, 15~20개 품목을 제조하는 연령대도 50대(44.0%)로 분석되었다. 이는 떡류 영업자의 50대 비율은 40.1%로 다른 연령대 비해 많으며 점유하고 있는 것으로 나타났다. 특히 60대 연령대의 제조 품목수는 다른 연령대 적은 것으로 조사되었다.

영업 중인 떡류 사업이 보다 잘 되기 위한 요소로 영업자는 고객관리(1,056명)를 가장 우선시하는 것

Table 8. Reason to prefer rice cake

(Unit: Person)

Division	Price	Sanitary Facilities	Taste & Quality	Health, Nutrition	Total
Gristmill, Rice cake shop	138	167	1,939	527	2,771
	90.2%	87.4%	92.6%	91.5%	92.0%
Department store	5	16	21	5	47
	3.3%	8.4%	1.0%	0.9%	1.6%
Large Mart	9	8	126	41	184
	5.9%	4.2%	6.0%	7.1%	6.1%
Supermarket	1	0	7	3	11
	0.7%	0.0%	0.3%	0.5%	0.4%
Total	153	191	2,093	576	3,013
			100.0%		100.0%

으로 나타났으며(Table 10), 다음으로 떡 제품에 대한 고급화, 떡 스킨의 습득, 그리고 영업장 홍보에 대한 순으로 분석되었다. 특히 소규모 떡류 영업장 종사 인원은 떡 기술 습득에 대해 중시하는 반면, 종사인원이 4명, 5명 이상인 경우 상대적으로 떡 제품에 대한 고급화가 사업 발전에 중요한 요인으로 인식하는 것은 이미 기본적 기술을 확보한 상태에서 경쟁력 확보를 위한 것으로 추정된다.

떡 기술은 다양한 방법으로 전수되거나 교육되고 있으며, 채널별 지인, 떡 관련 교육 기관, 인터넷, 떡

Table 9. Items to be manufactured in the workplace

(Unit: Person)

Division	10 items ↓	10-15 items	15-20 items	More than 20 items	Total
40 years old ↓	91	110	61	53	315
	10.1%	10.3%	11.2%	13.2%	10.8%
40~49	173	296	185	174	828
	19.1%	27.8%	33.9%	43.2%	28.4%
50~59	324	460	240	144	1,168
	35.8%	43.3%	44.0%	35.7%	40.1%
Over 60	317	197	59	32	605
	35.0%	18.5%	10.8%	7.9%	20.7%
Total	905	1,063	545	403	2,916
			100.0%		100.0%



Table 10. Rice cake business elements to be better business
(Unit: Person)

Division	Skill Learning	Customer Care	High-end products	Business promotion	Total
2 people	558	834	648	249	2,289
	82.2%	79.0%	75.6%	84.4%	79.3%
3 people	98	182	147	32	459
	14.4%	17.2%	17.2%	10.8%	15.9%
4 people	16	27	41	11	95
	2.4%	2.6%	4.8%	3.7%	3.3%
5 people ↑	7	13	21	3	44
	1.0%	1.2%	2.5%	1.0%	1.5%
Total	679	1,056	857	295	2,887
		100.0%			100.0%

관련 도서 등 순으로 Table 11과 같이 나타났다. 떡을 제조하여 소비자에게 판매되기 위해서는 제품 주원료에 대한 관리(일정한 품질), 제조 방법(배합 비율, 증자 시간), 제조 후 관리(상품 진열, 포장 등)가 무엇보다 중요하다. 특히 떡 제조 영업자는 제조 방법(Skill)에 대해 대체로 어렵다며 1,787명이 응답하였다.

영업자의 영업 종사기간에 대한 품목 제조수는 Table 12와 같다. 15개의 품목수를 제조하는 영업자(1,059명)가 가장 높고 다음으로 10개 이하, 20개 이상, 15~20개 순으로 나타났다. 떡류 영업 근무기간 10~20년의 영업자는 다른 근무기간의 영업자 보다, 15~20개의 품목을 영업장에서 제조 가공하는 것으로 분석되었고, 20년 이상 영업자의 경우 품목수에서 큰 차이를 보였다. 이는 고령이 된 영업자와 일부 지방 소재 영업자는 생계를 위한 영업으로서 영업 유지와 고객의 주문 요청이 있는 경우에만 생산하고 있으며 대체로 소품종을 제조하는 단순(單純) 영업자(28.2%)가 있는 반면, 장기간 영업을 하며 고객의 수요 충족 및 영업의 확대를 위한 다(多) 품목을 제조하여 판매하는 전문(專門) 영업자(21.9%)로 구분해 볼 수 있으며, 영업장의 위치 주변 환경과 영업자의 의지 등의 여건에 따라 큰 차이를 보이는 것으로 추정된다.

떡 제품을 제조하는데 무엇보다 중요한 위생적 관

Table 11. Difficulty for skill of making rice cake
(Unit: Person)

Division	Difficulty	Slightly difficult	Average	Generally easier	Total
Acquaintance	403	602	508	66	1,579
	61.3%	53.3%	53.3%	56.9%	55.3%
Internet	82	196	127	19	424
	12.5%	17.3%	13.3%	16.4%	14.8%
Rice cake-related institutions	119	245	242	16	622
	18.1%	21.7%	25.4%	13.8%	21.8%
Rice cake related books	53	87	76	15	231
	8.1%	7.7%	8.0%	12.9%	8.1%
Total	657	1,130	953	116	2,856
		100.0%			100.0%

리에 대해 영업자 59.7%(1,786명)는 대체로 잘 관리하고 있다고 응답하였고, 매우 잘 관리하고 있다는 26.%(803명)로 나타나 대체적으로 식품안전을 위한 위생 개념은 대체로 잘 인식하는 것으로 분석되었다(Table 13). 따라서 일부 영업자(13.4%)의 위생적 관리 제고를 위한 노력으로 식품위생교육, 행정지도 및 기타 홍보가 필요하다 본다. 위생적 관리를 잘 함으로써 영업의 매출이 가정경제에 기여도를 살펴보면 매우 잘 관리하는 영업자는 영업의 가정경제 기여도가 높게 38.0%, 대체로 잘 관리하고 있다고 응답한 영업자 64.7%로 높은 응답을 보여, 위생적 관

Table 12. Items to be manufactured in the workplace
(Unit: Person)

Division	10 items ↓	15 items ↓	20 items ↓	20 items ↑	Total
Less than 5 years	216	171	78	64	529
	24.1%	16.1%	14.3%	15.9%	18.2%
5~10	169	282	159	112	722
	18.8%	26.6%	29.2%	27.9%	24.9%
10~20	260	378	222	138	998
	29.0%	35.7%	40.7%	34.3%	34.4%
Over 20 years	253	228	86	88	655
	28.2%	21.5%	15.8%	21.9%	22.6%
Total	898	1,059	545	402	2,904
		100.0%			100.0%

Table 13. Household economic contribution

(Unit: Person)

Division	Strongly agree	Slightly agree	Average	Not helpful	Total
Very good	311	281	192	19	803
	38.0%	24.2%	20.6%	24.1%	26.8%
It is generally well	419	753	571	43	1,786
	51.2%	64.7%	61.3%	54.4%	59.7%
Usually managed	84	125	164	14	387
	10.3%	10.7%	17.6%	17.7%	12.9%
Not managed well	4	4	5	3	16
	0.5%	0.3%	0.5%	3.8%	0.5%
Total	818	1163	932	79	2,992
		100.0%			100.0%

리가 영업매출 향상 및 가정경제에 기여도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

매년 영업자는 식품위생 교육을 이수해야 하며, 현재 교육은 3시간으로 편성 운영되고 있으나 영업자 대다수는 2시간으로 현 교육시간보다 단축에 대해 기대하는 것으로 Table 14과 같이 응답하였다. 이는 영업자가 의무적으로 이수해야 하는 식품위생교육에 대한 심리적 부담감과 교육이 영업 매출에 영향을 주기에 단축을 기대하는 것으로 추정되나, 영업자가 원하는 시간 원하는 장소에서 이수할 수 있

Table 14. Educational content focuses on Food Hygiene education

(Unit: Person)

Division	Regulatory Compliance	Development and Vision	Skill know-how	Customer service	Total
2 hours	431	458	612	99	1,600
	58.1%	52.6%	55.0%	50.0%	54.8%
3 hours	234	321	353	64	972
	31.5%	36.9%	31.7%	32.3%	33.3%
4 hours	39	44	88	18	189
	5.3%	5.1%	7.9%	9.1%	6.5%
No related	38	47	59	17	161
	5.1%	5.4%	5.3%	8.6%	5.5%
Total	742	870	1,112	198	2,922
		100.0%			100.0%

는 온라인 교육과 오프라인 이수자 간의 매출액 비교에 대한 분석 결과 유의적 차이가 없었으며 연 1회 식품위생교육 참석 여부가 영업장의 매출액에 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다(16). 영업자는 영업에 대한 법규 관련 내용보다는 떡 제조기술 노하우 전수 및 떡류업 발전과 비전에 대해 상대적으로 높게 응답하였다. 이는 영업의 활성화를 바라는 영업자의 인식에 기인한 것으로 추정된다. 그러나 식품위생법규 준수 위반으로 행정처분 또는 지도를 받는 영업자의 발생, 식품안전사고 발생 등을 고려

Table 15. The necessary elements for the development of rice cake

(Unit: Person)

Division	Prevalence of standard cooking methods	Product development, consumer groups expanded	Promote excellence than other products	Expanding education for rice cake	Total
Very competitive	124	224	45	131	524
	32.6%	14.7%	14.0%	20.1%	18.2%
Generally competitive	119	661	117	241	1,138
	31.3%	43.4%	36.3%	37.0%	39.6%
Average	117	537	128	230	1,012
	30.8%	35.3%	39.8%	35.3%	35.2%
It is not competitive	20	100	32	49	201
	5.3%	6.6%	9.9%	7.5%	7.0%
Total	380	1,522	322	651	2,875
		100.0%			100.0%



할 때 교육목적인 위생상의 위해(危害)를 방지, 식품 영양의 질적 향상을 도모, 식품에 관한 올바른 정보를 제공, 국민보건의 증진에 이바지(17)에 대한 영업자의 올바른 이해 및 교육이 필요하다고 본다. 그리고 위탁교육기관 등은 영업자의 니즈(전문교육)에 맞는 교육 서비스의 제공 및 홍보가 필요한 시점이라 할 수 있다.

우리 전통 떡에 대한 타제품(빵, 피자, 햄버거 등)에 대한 경쟁력에 대해서는 영업자 57.8%는 경쟁력 있다고 Table 15과 같이 응답하였으며, 특히 떡 산업 발전을 위한 필요한 요소에 매우 경쟁력 있다고 응답한 영업자는 표준 떡제조방법의 보급에 대해 32.6%, 대체로 경쟁력 있다고 응답한 영업자는 신제품의 개발을 통한 소비층 확대에 43.4%로 나타났다. 그리고 떡 산업 발전을 위한 요소는 신제품 개발 > 떡에 대한 홍보 > 표준 제조방법의 보급 > 타 상품 대비 우수성 홍보 순으로 분석되었다.

감사의 글

본 연구를 지원해 주신 한국떡류식품가공협회에 감사드립니다.

참고문헌

1. 농촌진흥청. (2011). “정성으로 빚어 넉넉함으로 나누는 우리 떡 이야기”, 제32호, pp. 12~15.
2. 김옥선. (2003). “우리나라 전통 떡의 이용현황에 관한 연구”, 석

- 사학위논문, 경희대학교, 서울, pp. 4.
3. 최샘. (2013). “우리나라 전통 떡의 이용현황 및 발전방안에 관한 연구”, 석사학위논문, 인하대학교, 인천, pp. 4.
4. 최선규. (2004). “한국 전통 떡류에 대한 외국인의 인식 및 기호도 조사”, 석사학위논문, 숙명여자대학교, 서울, pp. 24.
5. 이형국, 김지연. (2015). “A Study on the Business Characteristics, and Online/Offline Food Hygiene Education Comparative Analysis of Rice Cake Producer in Korea”, Journal of Food Hygiene and Safety, vol.30, No.4, pp.1~7.
6. 동반성장위원회. (2014). “제32차 동반성장위원회 개최, 2014년도 제3차 中企적합업종 권고사항”, pp. 1~10.
7. 식품의약품안전청. (2012). “떡류 위생관리 매뉴얼”, 식품의약품안전평가원, 식품위해평가부 미생물과, pp. 6~11. Available from <http://www.mfds.go.kr/index.do?x=22&searchkey=title:contents&mid=695&searchword=떡류&cd=&y=11&pageNo=1&seq=13298&cmd=v>
8. 식품의약품안전처. 식품위생법, 제1조. 법률 제 12719호.
9. 식품의약품안전처. (2014). “식품 관련 영업자 등에 대한 식품위생교육 규정”, 예규 제49호.
10. 식품의약품안전처. 식품위생법(법률 제13332호). 제 41조.
11. MFDS (Ministry of Food and Drug Safety): Food Sanitation Law No. 13277
12. 김옥희. (2008). “우리나라 떡 산업의 현황과 전망”, 동아시아식생활학회, 학술발표대회 논문집, pp. 48~52.
13. KB 금융지주 경영연구소. (2012). “개인사업자 창·폐업 특성 및 현황 분석” KB경영정보리포트, 제12호, pp 3~6 .
14. 농촌진흥청 국립 농업과학원. (2013). “소규모 가공사업장의 안전보건관리 지침서”, pp. 10~12.
15. 통계청. (2014). “2013년 기준 기업 생멸 행정통계 결과”, 연도별 기업 생존율, pp. 51~52. http://kostat.go.kr/portal/korea/kor_ko/5/2/index.board?bmode=read&aSeq=332855, pp. 51 (2013).
16. 중소기업청. (2015). “소상공인 보호 및 지원에 관한 법률”. 법률 제13086호, 제2조.
17. 식품의약품안전처. 식품위생법, 제1조. 법률 제 12719호.