

붙임 2

해외안테나숍(이스탄불) 마켓테스트 결과요약(8월)

o 추진일자 : 08.24-08.25 / o 응답자 수 : 25 명



분석 결과 Analysis result

소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	Male 10명, Female 15명	연령 Age	10~20s 7명 / 20~30s 9명 / 30~40s 1명 / + 8명
-----------	----------------------	--------	--

제품 평가 (1) / Product evaluation

질문 (Questions)	답변 (Answer)				
1. 비슷한 제품을 먹어본 경험이 있습니까?	있다 (5명/20%)	없다 (20명/80%)	없지만본적있다 (0명/0%)		
2. 해당류의 제품을 구매할 때 가장 고려하는게 무엇입니까?	가격 (3명/12%)	맛 (17명/68%)	패키지 (0명/0%)	인지도 (2명/8%)	기타 (3명/12%)
3. 시식한 결과 맛이 어떻습니까?	매우좋다 (5명/20%)	좋다 (16명/64%)	보통이다 (3명/12%)	좋지않다 (1명/4%)	매우좋지않다 (0명/0%)
- 매우 좋지않다를 선택한 경우, 어떤 이유로 선택했나요?					
4. 향후 이 상품을 구매하겠습니까?	그렇다 (17명/68%)		아니다 (3명/12%)	잘 모르겠다 (5명/20%)	
- 그렇다를 선택한경우 이유가 무엇인가요?	가격 (0명/0%)	맛 (16명/94%)	패키지 (0명/ 0%)	인지도 (0명/ 0%)	기타 (1명/ 6%)
- 그렇지않다를 선택한경우 이유가 무엇인가요?	가격 (0명/ 0%)	맛 (3명/100%)	패키지 (0명/ 0%)	인지도 (0명/ 0%)	기타 (0명/ 0%)
5. 해당 제품의 가격이 적정하다고 느껴지나요?	매우좋다 (3명/12%)	좋다 (3명/12%)	보통이다 (11명/44%)	좋지않다 (5명/20%)	매우좋지않다 (3명/12%)
6. 해당 제품이 현지 시장 사람들에게 인기 있을 것 같나요?	매우 그렇다 (4명/16%)	그렇다 (10명/40%)	보통이다 (8명/32%)	그렇지않다 (3명/12%)	전혀그렇 지않다 (0명/ 0%)

보완사항 및 기타의견 / Supplement and comprehensive analysis

- 처음 접해 보는 맛으로 매우 맵지만 맛이 좋다
- 소비자 반응은 적극적이고 좋은편이었으나, 몇몇은 너무 맵어서 덜 매운 맛을 선호하기도 했다.
- 매운 맛에 익숙하지 않지만 매운 고추등을 즐겨먹는 튀르키예 식문화와 접촉점이 높아 지속적인 시식 활동을 통해 장르에 대한 소비자 접근성 확대 필요

