

헝가리 안테나숍 운영 마켓테스트 설문조사 결과

aT 파리지사

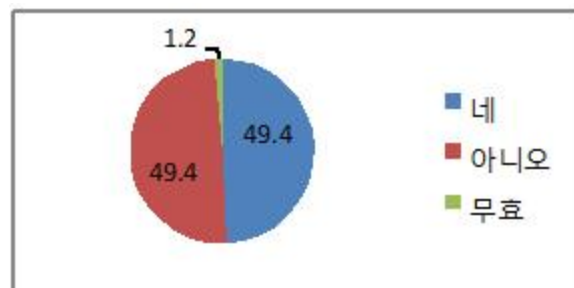
헝가리 부다페스트에서 상반기 안테나숍 운영기간 동안 안테나숍을 방문한 헝가리 현지인들을 대상으로 한국 식품 마켓테스트를 실시한 후 소감을 묻는 설문조사를 시행하였다. 당시 설문조사를 실시한 품목은 당면, 생뎀, 김치 손만두로 3가지 품목에 대해 총 211건의 유효 설문지를 확보했다.

1. 설문조사 결과

□ 당면(81명 대상)

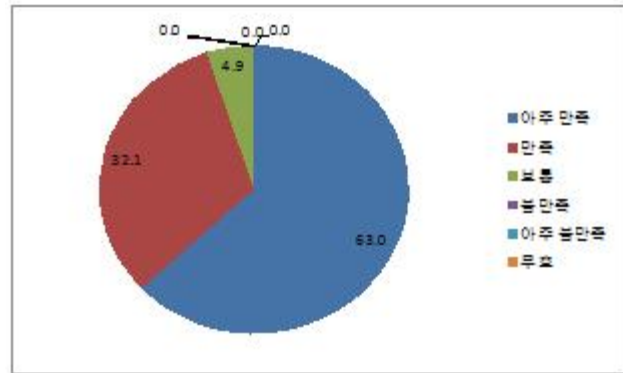
- 유럽 내 아시아 음식에 대한 관심은 계속 증가 추세를 보이고 있으며 동유럽 국가인 헝가리에서도 일본, 중국, 태국 등 타 아시아 음식뿐만 아니라 한식에 대한 인기가 전반적으로 상승함. 한국식 인스턴트면류에 대한 인지도가 지속적으로 상승하고 있는 것뿐만 아니라 요리용 한국산 당면 제품을 기존에 알고 있었다고 답한 응답자도 거의 절반(49.4%)에 달함

1. 이 제품을 기존에 알고 있었습니까?	
네	40명(49.4%)
아니오	40명(49.4%)
무효	1명(1.2%)



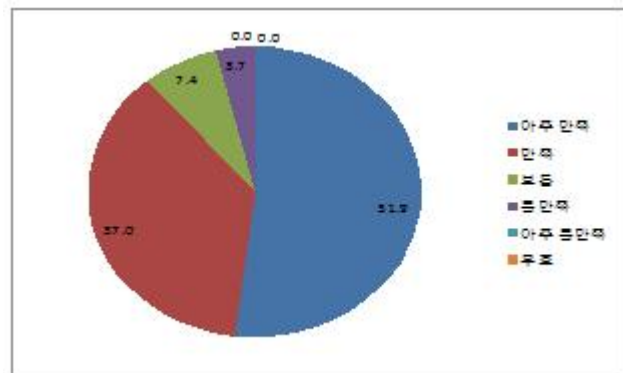
- 한국산 당면으로 한국의 전통음식 잡채를 요리하여 현지인들에게 선보인 결과 응답자의 95.1%가 만족스럽다고 답변했으며 그중 아주 만족한다고 답변한 응답자가 대다수를 차지(63%)하여 현지인에게 큰 호응을 얻음

2. 이 제품의 맛은 어떻습니까?	
아주 만족	51명(63.0%)
만족	26명(32.1%)
보통	4명(4.9%)
불만족	0명(0.0%)
아주 불만족	0명(0.0%)
무효	0명(0.0%)



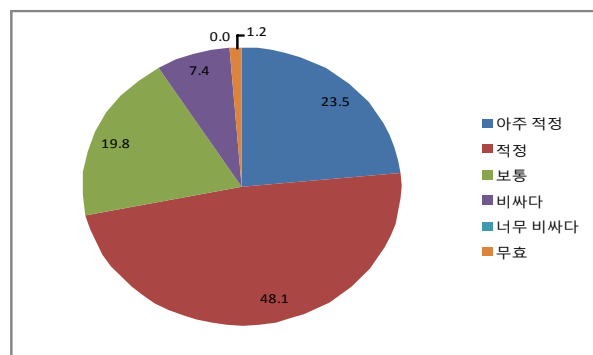
- 당면의 색상 및 포장상태에 대해서도 아주 만족한다고 응답한 소비자가 절반 이상 (51.9%)이었으며 긍정적인 반응을 보인 응답자가 전체의 88.9% 차지함. 반면 불만족의 의견을 표시한 고객은 3.7%로 극소수에 그쳐 제품의 패키징에 있어서도 현지인들의 호평을 얻은 것으로 나타남

3. 이 제품의 색상이나 포장상태는 어떻습니까?	
아주 만족	42명(51.9%)
만족	30명(37.0%)
보통	6명(7.4%)
불만족	3명(3.7%)
아주 불만족	0명(0.0%)
무효	0명(0.0%)



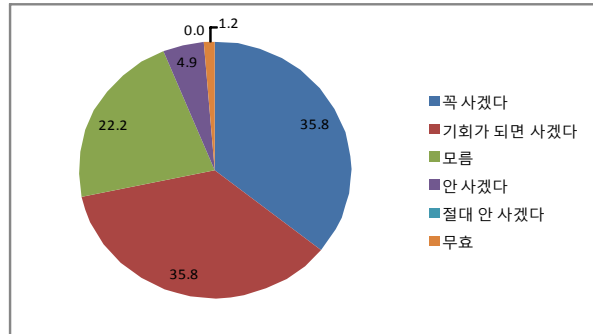
- 한국산 당면이 500g 포장중량 기준 소비자판매가 3.2유로에 판매되는 것에 대해 응답자의 71.6%가 가격이 아주 적정하다 또는 적정하다고 답했으나 보통이다 또는 비싸다고 판단한 응답자도 전체의 27.2%로 적지 않은 비율을 차지한 것으로 나타남

4. 이 제품의 가격은 어떻습니까?	
아주 적정	19명(23.5%)
적정	39명(48.1%)
보통	16명(19.8%)
비싸다	6명(7.4%)
너무 비싸다	0명(0.0%)
무효	1명(1.2%)



- 당면에 대한 구매 의사를 묻는 질문에는 71.6%에 해당하는 응답자가 긍정적인 구매 의사를 내비쳤으며 구매하지 않겠다고 답변한 응답자는 4.9%로 소수에 그침. 따라서 요리법 홍보를 겸한 적극적인 판촉을 실시할 시 상당한 판매 성과를 기대해볼 수 있을 것으로 분석됨

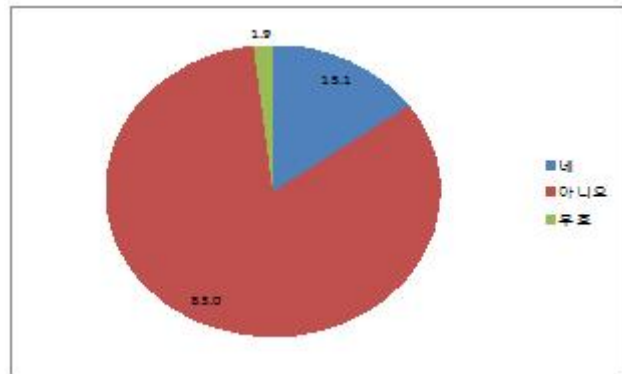
5. 이 제품을 직접 구매하실 의향이 있으십니까?	
꼭 사겠다	29명(35.8%)
기회가 되면 사겠다	29명(35.8%)
모름	18명(22.2%)
안 사겠다	4명(4.9%)
절대 안 사겠다	0명(0.0%)
무효	1명(1.2%)



□ 생밤(53명 대상)

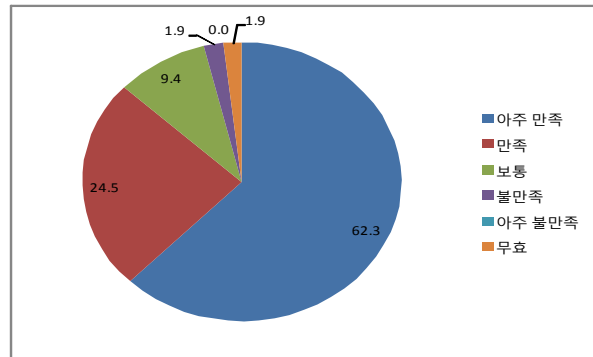
- 한국산 생밤의 헝가리 내 인지도를 알아보는 조사에서는 전체 인원 중 15.1%만이 한국산 생밤을 알고 있다고 응답했으며 83%는 모른다고 답변하여 대다수의 응답자들이 제품을 모르는 것으로 조사됨

1. 이 제품을 기존에 알고 있었습니까?	
네	8명(15.1%)
아니오	44명(83.0%)
무효	1명(1.9%)



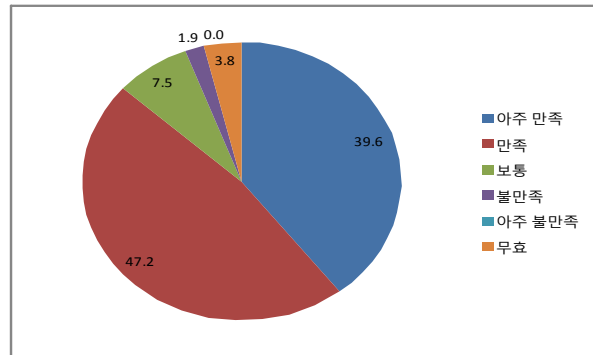
- 한국산 생밤을 찌서 마켓테스트를 실시한 결과 62%에 해당하는 33명은 맛에 대해 아주 만족한다고 답변했고, 만족한다고 답변한 고객도 24.5%로 긍정적으로 답변한 고객이 상당수를 차지함. 반면 불만족한다고 답변한 고객은 1.9%에 그쳐 다소 생소하게 느껴질 수 있는 한국산 밤도 헝가리 현지인들에게 호평을 받은 것으로 나타남

2. 이 제품의 맛은 어떻습니까?	
아주 만족	33명(62.3%)
만족	13명(24.5%)
보통	5명(9.4%)
불만족	1명(1.9%)
아주 불만족	0명(0.0%)
무효	1명(1.9%)



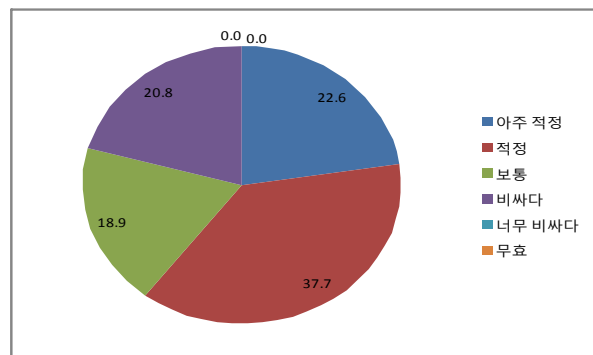
- 한국산 생밤 제품의 색상과 포장상태에 대해 86.8%가 아주 만족 또는 만족한다는 긍정적인 답변을 했으며 보통이라는 의견은 7.5%, 불만족한다는 의견은 1.9%에 그쳐 현재의 패키징 그대로 헝가리 시장에 무난하게 진출할 수 있을 것으로 조사됨

3. 이 제품의 색상이나 포장상태는 어떻습니까?	
아주 만족	21명(39.6%)
만족	25명(47.2%)
보통	4명(7.5%)
불만족	1명(1.9%)
아주 불만족	0명(0.0%)
무효	2명(3.8%)



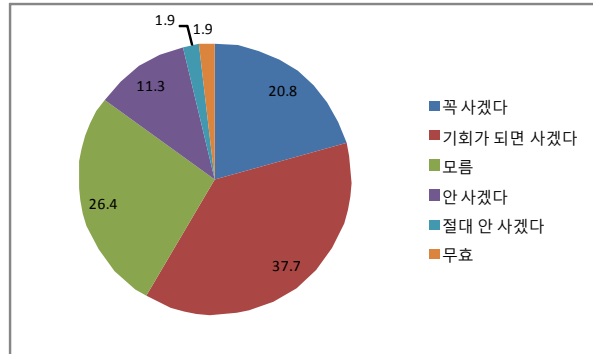
- 한국산 생밤의 판매 가격에 대해서는 다양한 의견을 보임. 1kg당 3.2유로인 소비자 판매가에 대해 제품 가격이 아주 적정하다 또는 적정하다고 응답한 응답자는 각각 22.6%와 37.7%로 절반 이상이 가격이 적절하다고 답한 반면, 보통이다 또는 비싸다고 답변한 응답자도 각각 18.9%와 20.8%로 적지 않은 비율을 차지함.

4. 이 제품의 가격은 어떻습니까?	
아주 적정	12명(22.6%)
적정	20명(37.7%)
보통	10명(18.9%)
비싸다	11명(20.8%)
너무 비싸다	0명(0.0%)
무효	0명(0.0%)



- 한국산 생밤을 직접 구매할 의향을 묻는 질문에도 다양한 의견을 보임. 구매하겠다고 응답한 인원이 전체의 57%(꼭 사겠다 20.8%, 기회가 되면 사겠다 37.7%)로 다수가 구매 의사를 밝혔으나 안 사겠다고 답변한 인원이 13.2%(안 사겠다 11.3%, 절대 안 사겠다 1.9%)로 다른 제품이 큰 호평을 받은 것에 비해 상대적으로 호불호가 나뉘는 것으로 분석됨

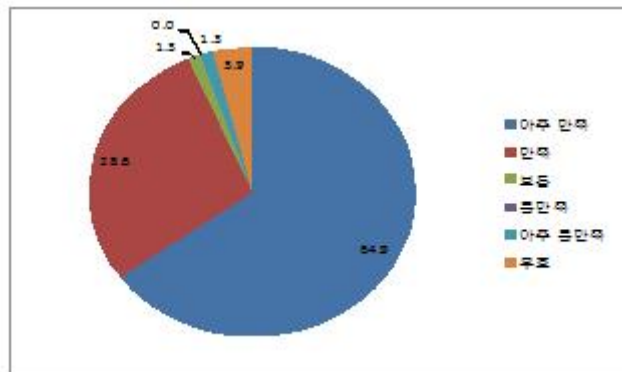
5. 이 제품을 직접 구매하실 의향이 있으십니까?	
꼭 사겠다	11명(20.8%)
기회가 되면 사겠다	20명(37.7%)
모름	14명(26.4%)
안 사겠다	6명(11.3%)
절대 안 사겠다	1명(1.9%)
무효	1명(1.9%)



3. 김치손만두(77명 대상)

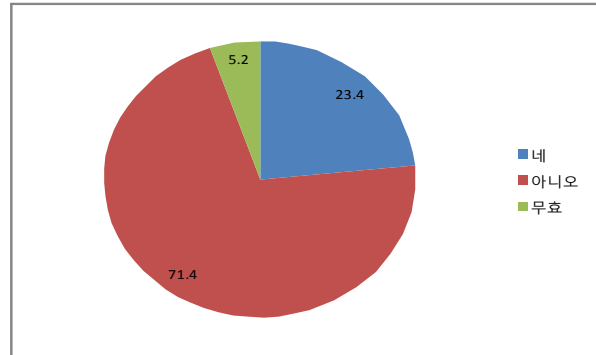
- 김치손만두의 인지도를 조사한 결과, 한국 대표음식인 김치와 아시아의 대표음식인 만두의 헝가리 내 높은 인지도에 불구하고 응답자 중 71.4%가 김치손만두를 모른다고 응답해 제품의 인지도는 비교적 낮은 것으로 조사됨.

1. 이 제품을 기존에 알고 있었습니까?	
네	18명(23.4%)
아니오	55명(71.4%)
무효	4명(5.2%)



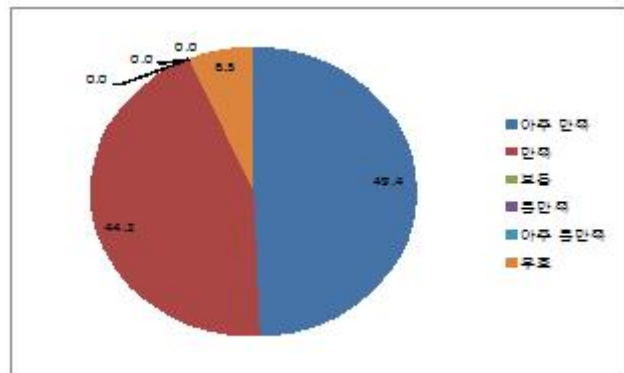
- 김치손만두를 시식하고 설문에 응한 응답자 중 단 2명만을 제외한 93.5%의 인원이 만족스럽다고 답변하고 그중 아주 만족스럽다고 답변한 인원이 64.9%에 달하여 한국 고유의 음식인 김치가 헝가리 현지에서도 크게 통한 것으로 분석됨.

2. 이 제품의 맛은 어떻습니까?	
아주 만족	50명(64.9%)
만족	22명(28.6%)
보통	1명(1.3%)
불만족	0명(0.0%)
아주 불만족	1명(1.3%)
무효	3명(3.9%)



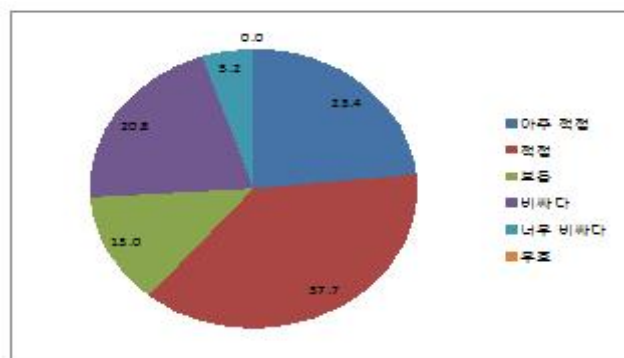
- 김치손만두의 색과 포장상태를 묻는 질문에는 93.6%가 만족한다고 답해 앞선 맛에 대한 질문에 이어 큰 호평을 얻음. 특히 절반에 가까운 응답자(49.4%)가 제품의 색상과 포장 상태에 대해 아주 만족한다고 답변하고, 부정적인 의견을 보인 응답자가 없는 등 헝가리 소비자들에게 큰 합격점을 얻음

3. 이 제품의 색상이나 포장상태는 어떻습니까?	
아주 만족	38명(49.4%)
만족	34명(44.2%)
보통	0명(0.0%)
불만족	0명(0.0%)
아주 불만족	0명(0.0%)
무효	5명(6.5%)



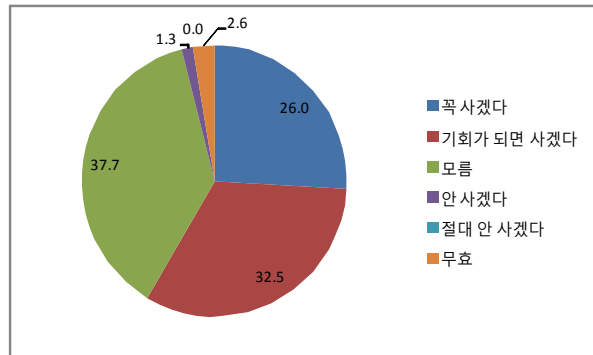
- 반면 가격에 대해서는 상대적으로 부정적인 의견이 많은 것으로 조사됨. 김치손만두 800g 포장제품의 소비자가격이 4.9유로인 것에 대해 제품 대비 판매 가격이 비싸다고 응답한 인원이 전체의 26%에 달하며 맛과 포장에 대해서는 긍정적인 의견을 보인 응답자들이 가격면에 있어서는 다소 부정적 의견을 보임.

4. 이 제품의 가격은 어떻습니까?	
아주 적정	18명(23.4%)
적정	29명(37.7%)
보통	10명(13.0%)
비싸다	16명(20.8%)
너무 비싸다	4명(5.2%)
무효	0명(0.0%)



- 김치손만두의 구매 의향에 대한 질문에는 절반이 넘는 인원(58.5%)이 구매하겠다고 응답했으나 다른 질문에 비해 중립적인 의견을 보인 응답자가 전체 항목 중 가장 많은 비율인 37.7%를 차지함. 이는 앞서 제품 가격에 대한 부정적인 인식이 구매 의향에도 영향을 미친 것으로 분석됨.

5. 이 제품을 직접 구매하실 의향이 있으십니까?	
꼭 사겠다	20명(26.0%)
기회가 되면 사겠다	25명(32.5%)
모름	29명(37.7%)
안 사겠다	1명(1.3%)
절대 안 사겠다	0명(0.0%)
무효	2명(2.6%)



2. 시사점

□ 동유럽 국가 내 한국 식품 인지도 상승

- 타 유럽 국가에 비해 한국 식품의 유통 규모가 작은 동유럽 국가 헝가리에서도 한국 식품의 인지도가 지속적으로 상승하고 있으며 이에 잠재성을 지닌 시장으로 떠오름. 이는 설문조사 응답자 중 적지 않은 인원이 한국 식품에 대해 이미 알고 있었던 것으로 조사된 설문 결과를 통해 알 수 있음
- 반면 늘어난 인지도에 비해 한국식품 구매처가 부족한 실정으로 지속적인 현지인들의 갈증을 없애줄 한국식품 유통업체 확대 필요

□ 지속적인 판촉 행사 추진으로 틈새시장 적극공략

- 설문조사 결과 안테나숍을 방문한 대다수의 헝가리 소비자들이 한국식품에 대해 긍정적인 반응을 보이는 등 한국식품에 대해 좋은 이미지 보유
- 현지 대형유통업체 판촉 행사 추진을 통해 기존의 한국식품에 대해 관심은 많으나 요리법을 모르는 헝가리 인들에게 요리법을 소개하고, 한국식품을 모르는 헝가리 인들에게 시식행사를 실시함으로써 인지도 및 이미지 제고 필요