

2015 하반기 헝가리 안테나숍 마켓테스트 설문 결과

헝가리 부다페스트에서 하반기 안테나숍 운영기간 동안 안테나숍을 방문한 헝가리 현지인들을 대상으로 한국 식품 마켓테스트를 실시한 후 소감을 묻는 설문조사를 시행하였다. 당시 설문조사를 실시한 품목은 상반기에 진행했던 당면, 김치, 손만두와 (생밤은 공급 불가로 제외) 새우완자볼, 생굴, 참치캔, 낙지로 총 6가지 품목에 대해 총 408건의 유효 설문지를 확보했다.

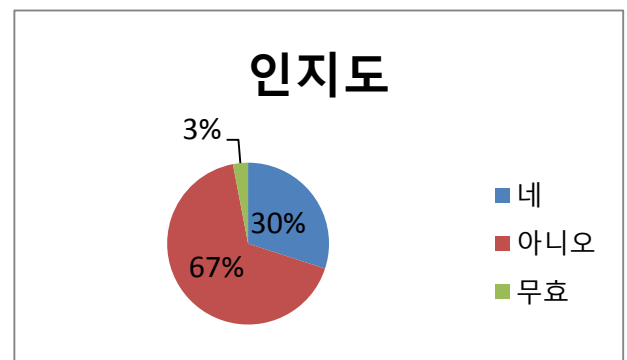
1. 설문조사 결과

(1). 당면(72명 대상, 8월 01일 진행)

- 전반적으로 유럽 내 아시아 음식에 대한 관심은 계속 증가 추세를 보이고 있으며 이중에서도 특히 중식은 이미 보편화된 추세에 있고, 국민소득이 증가함에 따라 일식으로 수요가 넘어오고 있는 추세에 있음. 특히, 헝가리는 한류문화의 영향으로 K-FOOD에 대한 관심이 지대한 만큼 한식에 대한 수요가 급속히 높아지고 있는 추세에 있음. 이에 따라 당면을 활용한 잡채는 맵지 않고, 다양한 색상의 야채와 육류가 곁들여져 보기에 좋고 먹기 편한 음식으로 가장 대표적인 한국음식으로 통하고 있음.

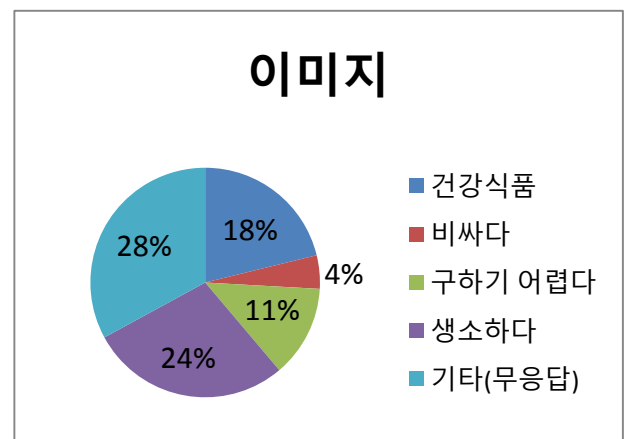
1. 한국 농식품을 알고 있었습니까?	
네	22명 (30%)
아니오	48명 (67%)
무효	2명 (3%)

의외로 다수의 헝가리인들이 모르고 있다고 답함.



한국농식품을 구매한 적이 있는 응답자도 비슷한 결과..

2. 한국 농식품을 구매한 적이 있습니까?	
네	23명 (32%)
아니오	41명 (57%)
무효	8명 (11%)



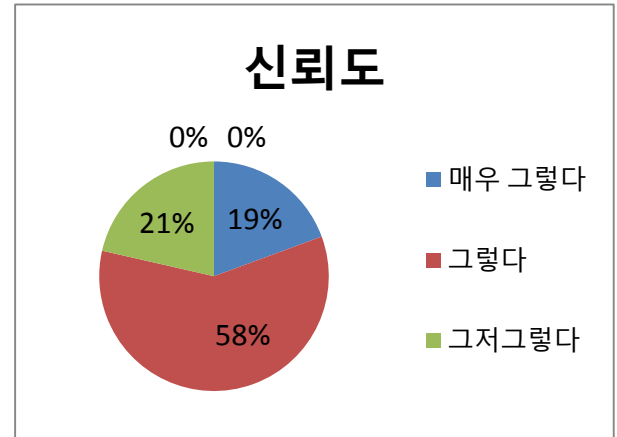
3. 한국 농식품에 대한 이미지는?	
건강식품	13명 (18%)
비싸다	3명 (4%)
구하기 어렵다	8명 (11%)
생소하다	17명 (24%)
기타(무응답)	20명 (28%)

한국 농식품은 건강하다와 다소 생소하다는 반응이 주류를 이루며, 한국식품의 미개척지인 만큼 구하기 어렵다는 응답자도 다수를 차지함.

- 한국식품을 신뢰하는 지에 대한 설문조사 결과 그렇다(56명, 78%)는 응답자가 절대 다수를 차지함.

4. 한국식품을 신뢰하는가?	
매우 그렇다	14명 (19%)
그렇다	42명 (58%)
그저그렇다	15명 (21%)
그렇지 않다	0명 (24%)
매우 그렇지 않다	0명 (28%)

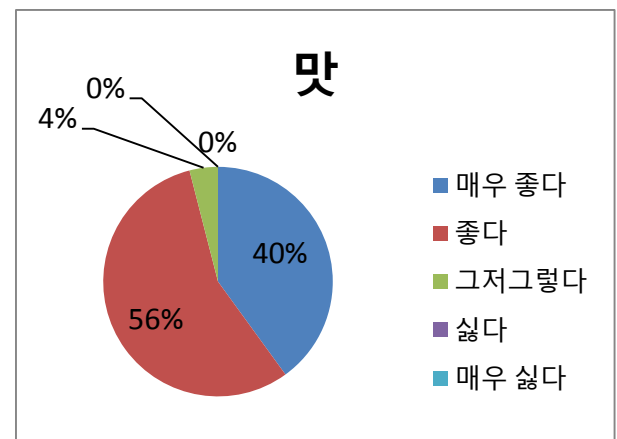
한국식품에 대한 신뢰도가 높아서
향후 활발한 시장 진출이 기대되고 있음.



- 당면으로 한국의 전통음식 잡채를 요리하여 현지인들에게 선보인 결과 응답자의 95.8%가 만족스럽다고 답변했으며 그 중 아주 만족한다고 답변한 응답자가 29명(40%), 만족한다는 응답자가 40명(56%)으로 현지인에게 큰 호응을 얻음

5. 시식한 제품을 알고 있었습니까?	
있다	14명 (19%)
없다	58명 (81%)
모르겠다	0명

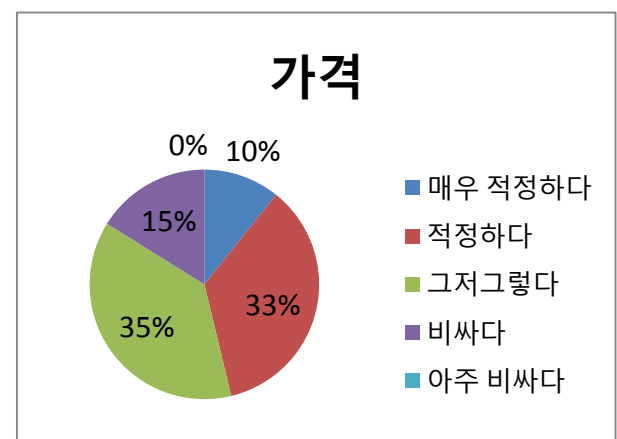
6. 시식한 메뉴의 맛은 어떻습니까?	
매우 좋다	29명 (40%)
좋다	40명 (56%)
그저그렇다	3명 (4%)
싫다	0명
매우 싫다	0명



- 한국산 당면이 500g 포장중량 기준 소비자판매가 3.2유로에 판매되는 것에 대해 응답자의43%가 가격이 아주 적정하다 또는 적정하다고 답했으나 보통이다 또는 비싸다고 판단한 응답자도 전체의 50%로 다소 비싸다고 인식하는 것으로 조사됨.

7. 시식한 제품의 가격은 어떻습니까?	
매우 적정하다	7명 (10%)
적정하다	24명 (33%)
그저그렇다	25명 (35%)
비싸다	11명 (15%)
아주 비싸다	0명

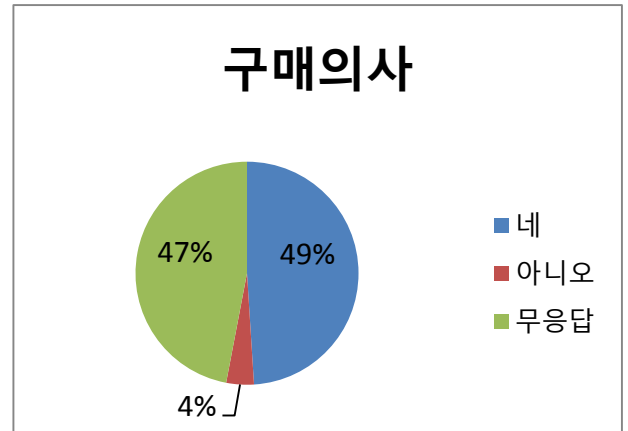
다수의 헝가리인들이 비싸다는 인식을 보임.
최근 어려워진 유럽 경제의 영향도 있는 것으로 판단됨.



- 당면에 대한 구매 의사를 묻는 질문에는 49%에 해당하는 응답자가 긍정적인 구매의사를 비쳤으나, 구매하지 않겠다고 답변한 응답자는 4%, 답변을 보류한 응답자도 34명(47%)로 어려워진 주머니 사정을 느끼게 함.

8. 구매할 의향이 있습니까?	
네	35명 (49%)
아니오	3명 (4%)
무응답	34명 (47%)

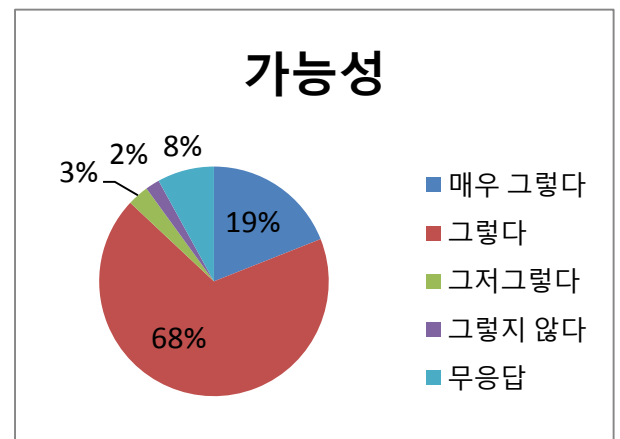
8-1. 구매의향의 이유는 무엇입니까?	
가격	31명 (43%)
건강	6명 (8%)
기타	34명 (47%)



- 헝가리에서의 성공 가능성을 묻는 질문에는 다수인 63명(88%)이 성공할 것으로 전망하여 향후 요리법 홍보를 겸한 적극적인 판촉을 실시할 시 대중적인 메뉴로 자리할 수 있을 것으로 기대를 모음.

9. 헝가리에서 성공할 가능성은?	
매우 그렇다	14명 (19%)
그렇다	49명 (68%)
그저그렇다	2명 (3%)
그렇지 않다	1명 (2%)
무응답	6명 (8%)

10-1. 연령은?	
10대	6명 (8%)
20대	15명 (21%)
30대	16명 (23%)
40대	22명 (31%)
50대 이상	13명 (17%)



10-2. 직업은?		10-3 성별은?	
직장인	34명 (47%)	남자	20명 (28%)
주부	2명 (3%)	여자	52명 (72%)
학생	5명 (7%)	20~40대의 주부/자영업에 종사하는 여자분이 다수의 설문에 참여함.	
자영업	16명 (22%)		
기타	15명 (21%)		

(2). 김치 손만두(81명 대상, 11월 17일 진행)

- 헝가리인들에게는 다소 생소한 느낌의 김치손만두의 시식과 설문조사를 통하여 많은 현지인들이 김치에 대한 거부 반응이 거의 없을 뿐더러 건강식으로 아주 선호하고 있다는 사실을 발견할 수 있었으며, 일식 교자에 버금가는 메뉴로 성장할 수 있을 것으로 기대를 모음.

1. 한국 농식품을 알고 있었습니까?	
네	51명 (63%)
아니오	30명 (37%)
무효	0명

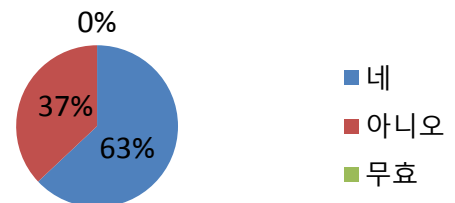
다수의 헝가리인들이 알고 있다고 답함.

2. 한국 농식품을 구매한 적이 있습니까?	
네	47명 (58%)
아니오	34명 (42%)
무효	0명

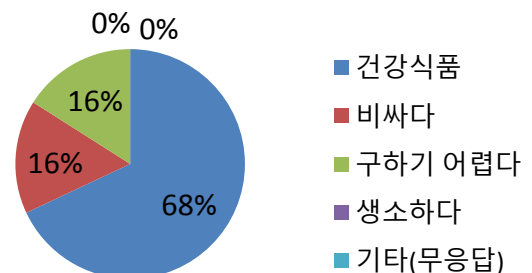
3. 한국 농식품에 대한 이미지는?	
건강식품	55명 (68%)
비싸다	13명 (16%)
구하기 어렵다	13명 (16%)
생소하다	0명 (0%)
기타(무응답)	0명 (0%)

한국 농식품은 건강하다는 인식이 대다수를 차지하며, 이외에도 비싸다와 구하기 어렵다는 반응이 있음. 6개월간의 안테나숍 운영과 시식회를 통하여 생소한 느낌은 많이 지운 것으로 평가됨.

인지도



이미지

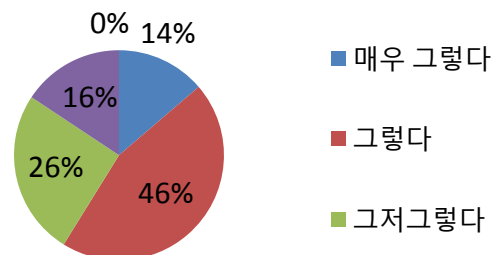


- 한국식품을 신뢰하는 지에 대한 설문조사 결과 그렇다(56명, 78%)는 응답자가 절대 다수를 차지함.

4. 한국식품을 신뢰하는가?	
매우 그렇다	11명 (14%)
그렇다	37명 (46%)
그저그렇다	21명 (26%)
그렇지 않다	12명 (16%)
매우 그렇지 않다	0명

한국식품에 대한 신뢰도(60%)가 높아서 향후 활발한 시장 진출이 기대되고 있음.

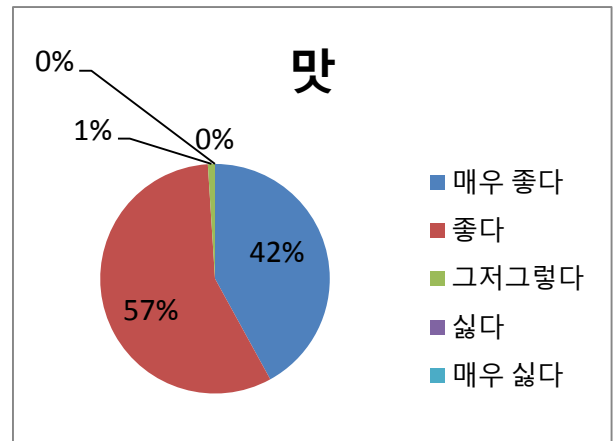
신뢰도



- 김치손만두를 헝가리인이 알고 있다고 답한 사람은 28%인 23명에 그쳤지만, 메뉴를 시식한 결과 응답자의 98.7%가 만족하고, 이중 아주 만족 34명(42%), 만족한다는 응답자가 46명(57%)으로 현지인에게 큰 호응을 얻음

5. 시식한 제품을 알고 있었습니까?	
있다	23명 (28%)
없다	35명 (44%)
모르겠다	23명 (28%)

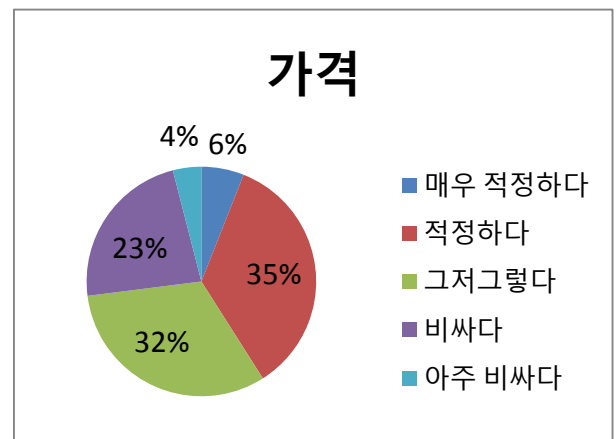
6. 시식한 메뉴의 맛은 어떻습니까?	
매우 좋다	34명 (42%)
좋다	46명 (57%)
그저그렇다	1명 (1%)
싫다	0명
매우 싫다	0명



- 김치손만두의 800g 포장중량 기준 소비자판매가 4.9유로에 판매되는 것에 대해 응답자의 27%가 가격이 비싸고, 26명(32%)가 답변을 유보하여 다소 비싸게 인식하고 있으며, 아주 적정 또는 적정하다고 답한 응답자는 33명(41%)으로 조사됨.

7. 시식한 제품의 가격은 어떻습니까?	
매우 적정하다	5명 (6%)
적정하다	28명 (35%)
그저그렇다	26명 (32%)
비싸다	19명 (23%)
아주 비싸다	3명 (4%)

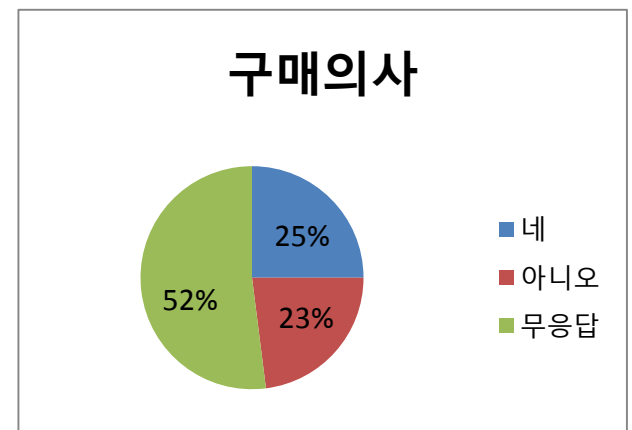
만두를 접해본 다수의 현지인들에게는 적정가격으로 인식되고 있으나, 생소한 소비자에게는 아주 비싼 제품으로 인식하고 있음.
(헝가리의 경제여건 고려시 향후 장래성 좋음.)



- 김치 손만두에 대한 구매 의사를 묻는 질문에는 20명의 응답자가 긍정적인 구매의사를 비쳤으나, 구매하지 않겠다고 답변한 응답자는 19명, 답변을 보류한 응답자도 42명(52%)로 어려워진 주머니 사정을 느끼게 함.

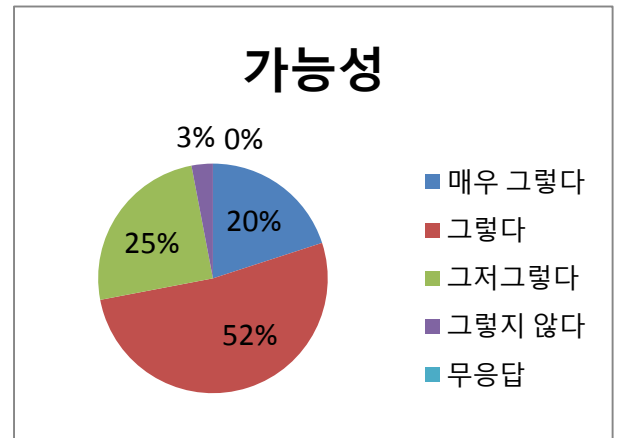
8. 구매할 의향이 있습니까?	
네	20명 (25%)
아니오	19명 (23%)
무응답	42명 (52%)

8-1. 구매의향의 이유는 무엇입니까?	
가격	17명 (43%)
건강	3명 (8%)
무응답	61명 (47%)



- 헝가리에서의 성공 가능성을 묻는 질문에는 다수인 58명(72%)이 성공할 것으로 전망하여 향후 요리법 홍보와 시식회를 겸한 적극적인 판촉을 실시할 시 특색 있는 만두메뉴로 자리할 수 있을 것으로 기대를 모음.

9. 헝가리에서 성공할 가능성은?	
매우 그렇다	16명 (20%)
그렇다	42명 (52%)
그저그렇다	20명 (25%)
그렇지 않다	3명 (3%)
무응답	0명 (0%)



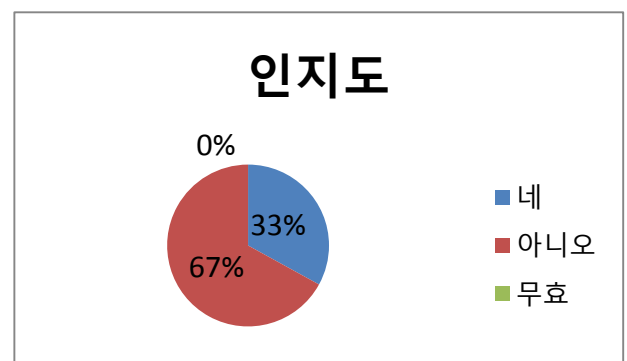
10-1. 연령은?	
10대	10명 (12%)
20대	23명 (28%)
30대	19명 (23%)
40대	19명 (23%)
50대 이상	10명 (12%)

10-2. 직업은?		10-3 성별은?	
직장인	23명 (28%)	남자	24명 (30%)
주부	11명 (14%)	여자	57명 (70%)
학생	17명 (22%)	20~40대의 직장인과 학생, 여자들이 다수의 설문 참여함.	
자영업	10명 (12%)		
기타	20명 (25%)		

(3). 새우 완자볼 (51명 대상, 8월 11일 진행)

- 상반기 밀라노에서 진행한 앵커숍 시식회 결과 새우완자볼이 큰 인기를 얻음에 따라 안테나 슝에서도 관련 메뉴를 시식/설문해 보는 기회를 갖기로 함. 헝가리의 지리적 특성상 내륙에 위치하여 민물생선(잉어/메기 등)의 소비는 많으나 바다생선에 대한 정보가 부족하여 흥미로운 설문이 될 것으로 기대를 모음.

1. 한국 농식품을 알고 있었습니까?	
네	16명 (33%)
아니오	35명 (67%)
무효	0명

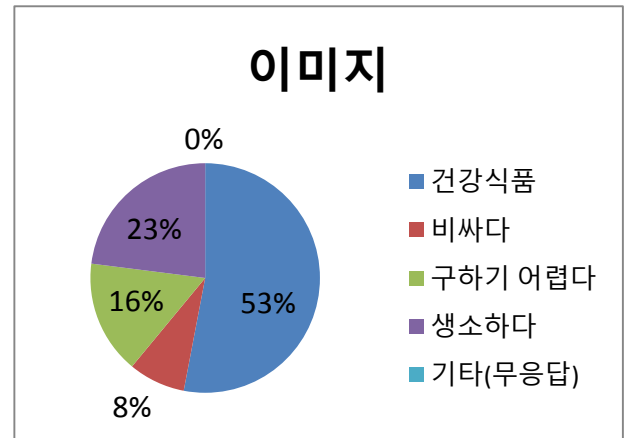


안테나슝 운영 초기인 관계로 다수의 헝가리인들이 한국 농식품을 잘 모르는 것으로 조사됨.

2. 한국 농식품을 구매한 적이 있습니까?	
네	19명 (37%)
아니오	23명 (45%)
무효	9명 (18%)

3. 한국 농식품에 대한 이미지는?	
건강식품	27명 (53%)
비싸다	4명 (8%)
구하기 어렵다	8명 (16%)
생소하다	12명 (23%)
기타(무응답)	0명 (0%)

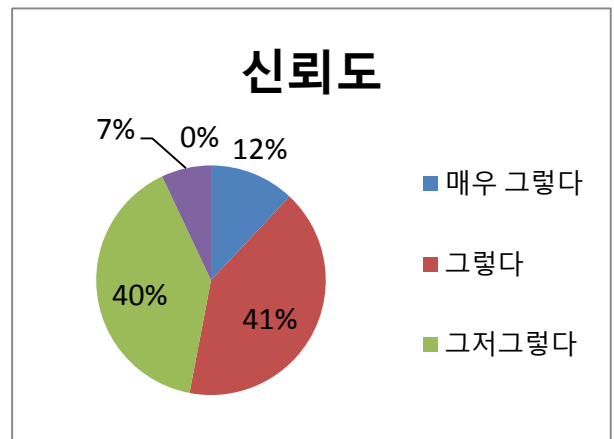
한국 농식품은 건강하다와 다소 생소하다는 반응이 주류를 이루며, 한국식품의 미개척지인 만큼 구하기 어렵다는 응답자도 다수를 차지함.



- 한국식품을 신뢰하는 지에 대한 설문조사 결과 그렇다(27명, 53%)는 응답자와 그저 그렇다(20명, 40%)로 양분됨.

4. 한국식품을 신뢰하는가?	
매우 그렇다	6명 (12%)
그렇다	21명 (41%)
그저그렇다	20명 (40%)
그렇지 않다	4명 (7%)
매우 그렇지 않다	0명 (0%)

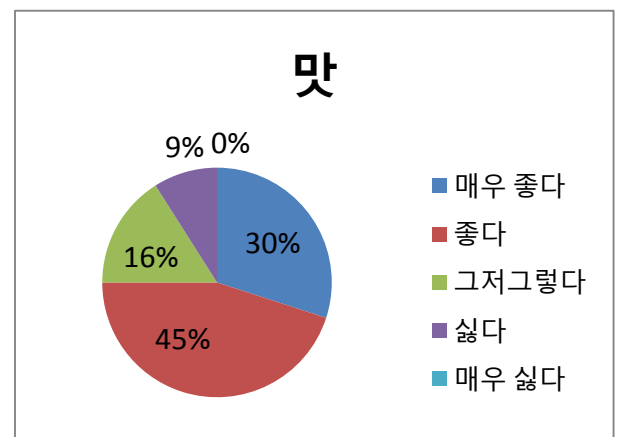
한국식품에 대한 신뢰도가 높은 반면 구매 경험이 없는 고객은 답변을 유보함.



- 새우완자볼로 먹기 좋은 한입 스프를 요리하여 현지인들에게 선보인 결과 응답자의 74.5%가 만족스럽다고 답변했으며 그 중 아주 만족한다고 답변한 응답자가 15명(30%), 만족한다는 응답자가 23명(45%)으로 좋은 반응을 얻음

5. 시식한 제품을 알고 있었습니까?	
있다	6명 (12%)
없다	38명 (75%)
모르겠다	7명 (13%)

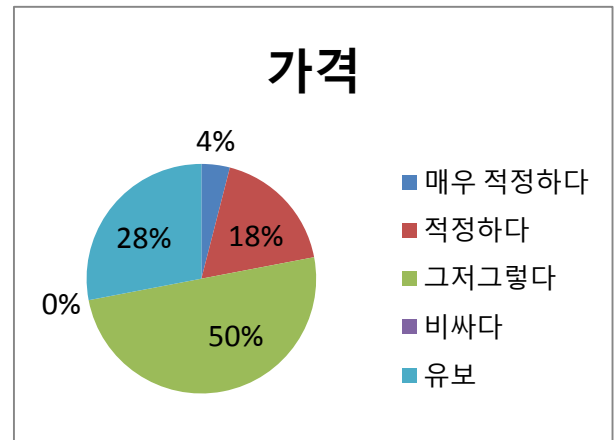
6. 시식한 메뉴의 맛은 어떻습니까?	
매우 좋다	15명 (30%)
좋다	23명 (45%)
그저그렇다	8명 (16%)
싫다	5명 (9%)
매우 싫다	0명



- 새우 완자볼이 300g 포장중량 기준 소비자판매가 4.2유로에 판매되는 것에 대해 응답자의 22%가 가격이 적정하다고 답했으나 보통이다 25명(50%) 또는 답변을 유보한 소비자도 15명(30%)이나 되어 다소 비싸다고 인식하는 것으로 조사됨.

7. 시식한 제품의 가격은 어떻습니까?	
매우 적정하다	2명 (4%)
적정하다	9명 (18%)
그저그렇다	25명 (50%)
비싸다	0명 (0%)
유보	15명 (28%)

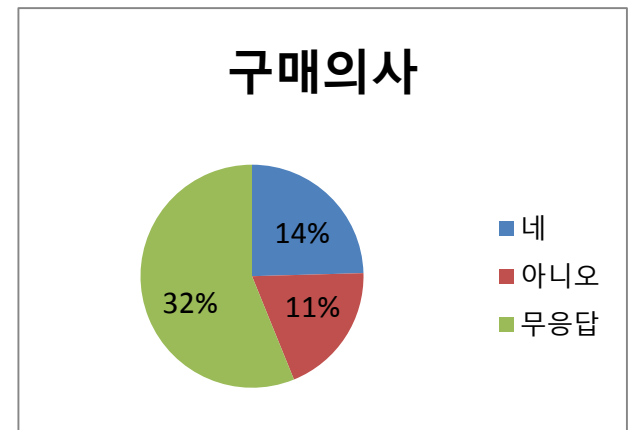
다수의 헝가리인들이 보통이다 또는 답변을 유보하여 다소 비싸다는 인식을 보임.



- 새우 완자볼에 대한 구매 의사를 묻는 질문에는 14%에 해당하는 응답자가 긍정적인 구매의사를 비쳤으나, 구매하지 않겠다고 답변한 응답자는 11명, 답변을 보류한 응답자도 32명(65%)로 어려워진 주머니 사정을 느끼게 함.

8. 구매할 의향이 있습니까?	
네	7명 (14%)
아니오	11명 (22%)
무응답	32명 (64%)

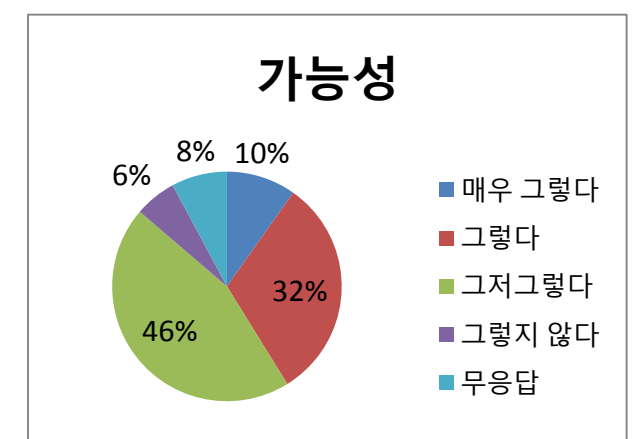
8-1. 구매의향의 이유는 무엇입니까?	
가격	4명 (8%)
건강	0명 (0%)
기타/무응답	47명 (92%)



- 헝가리에서의 성공 가능성을 묻는 질문에는 21명(42%)만이 성공할 것으로 전망하여 현지화 하기에는 다소 어려움이 예상됨.

9. 헝가리에서 성공할 가능성은?	
매우 그렇다	5명 (10%)
그렇다	16명 (32%)
그저그렇다	23명 (46%)
그렇지 않다	3명 (6%)
무응답	4명 (8%)

다수의 응답자가 부정적인 반응을 보임.



10-1. 연령은?		30대	15명 (30%)
10대	7명 (14%)	40대	7명 (14%)
20대	10명 (20%)	50대 이상	8명 (16%)

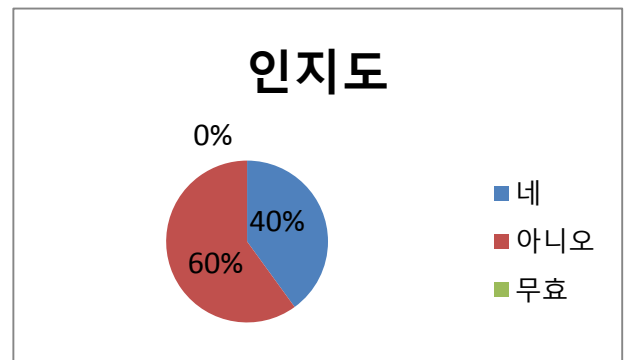
10-2. 직업은?		10-3 성별은?	
직장인	17명 (34%)	남자	23명 (46%)
주부	6명 (12%)	여자	28명 (54%)
학생	6명 (12%)	20~40대의 직장인/자영업에 종사하는 여자분이 다수의 설문에 참여함.	
자영업	8명 (16%)		
기타	14명 (28%)		

(4). 꿀(50명 대상, 8월 29일 진행)

○꿀은 유럽인들이 대체로 선호하는 건강식품으로 인기가 높아서 헝가리인들을 대상으로 관련 메뉴를 시식/설문해 보는 기회를 갖기로 함. 냉장 꿀 제품은 현지에서도 아주 고가로 판매가 되고 있는 만큼 냉동꿀이라도 충분한 가격 경쟁력이 있을 것으로 예측하고 조사를 하게 되었음.

1. 한국 농식품을 알고 있었습니까?	
네	20명 (40%)
아니오	30명 (60%)
무효	0명

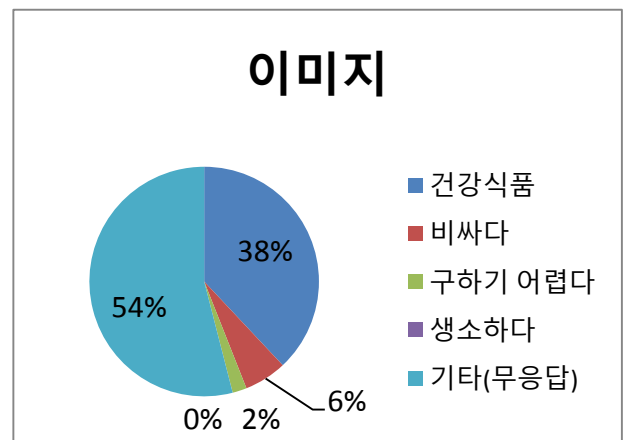
안테나숍 운영 초기인 관계로 다수의 헝가리인들이 한국 식품을 모르고 있음.



한국농식품을 구매한 적이 있는 응답자도 비슷한 결과..

2. 한국 농식품을 구매한 적이 있습니까?	
네	17명 (34%)
아니오	33명 (66%)
무효	0명

3. 한국 농식품에 대한 이미지는?	
건강식품	19명 (38%)
비싸다	3명 (6%)
구하기 어렵다	1명 (2%)
생소하다	0명 (0%)
기타(무응답)	27명 (54%)

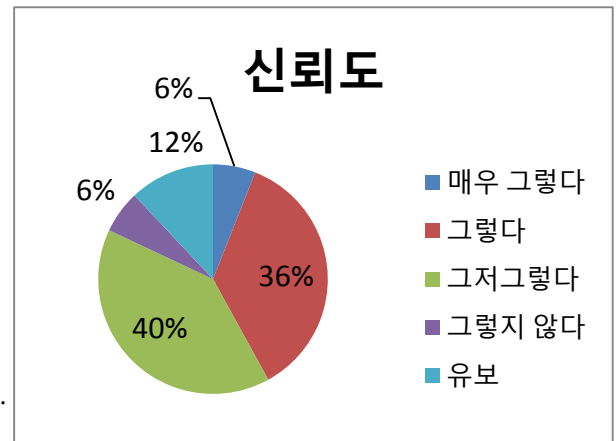


한국 농식품은 건강하다와 무응답이 주류를 이루며, 자주 접해보지 못한 바다 수산물에 대한 생소함으로 인하여 답변을 유보한 응답자가 다수를 차지함.

- 한국식품을 신뢰하는 지에 대한 설문조사 결과 그렇다(21명, 42%)는 응답자가 다수를 차지하나, 그저 그렇다는 응답자도 20명(40%)에 이름..

4. 한국식품을 신뢰하는가?	
매우 그렇다	3명 (6%)
그렇다	18명 (36%)
그저그렇다	20명 (40%)
그렇지 않다	3명 (6%)
유보/무응답	6명 (12%)

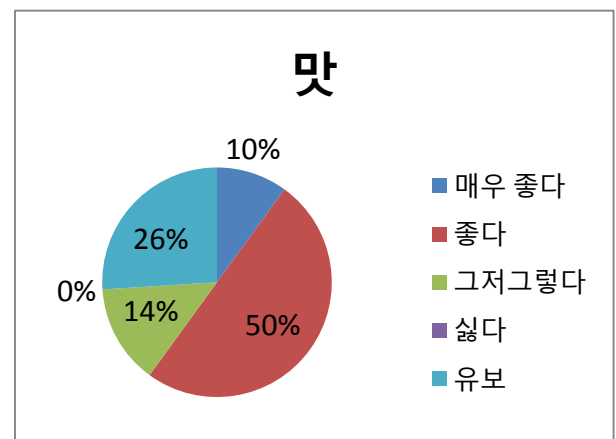
한국식품에 대한 신뢰도가 높은 편이나
수산물에 대한 관심도는 많이 떨어지는 것으로 보임.



- 굴로 한국의 전통음식 굴전을 요리하여 현지인들에게 선보인 결과 응답자의 60%가 만족스럽다고 답변했으나 답변을 유보한 응답자도 20명(40%)에 이르는 것으로 보아 큰 호응을 기대하기에는 어려운 것으로 판단됨.

5. 시식한 제품을 알고 있었습니까?	
있다	3명 (6%)
없다	35명 (70%)
모르겠다	12명 (24%)

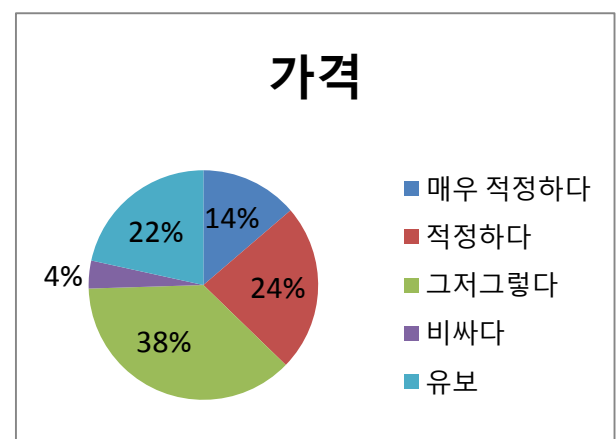
6. 시식한 메뉴의 맛은 어떻습니까?	
매우 좋다	5명 (10%)
좋다	25명 (50%)
그저그렇다	7명 (14%)
싫다	0명
유보	13명 (26%)



- 한국산 냉동굴이 454g 포장중량 기준 소비자판매가 9.2유로에 판매되는 것에 대해 응답자의 38%가 가격이 적정하다고 답했으나 보통이다 또는 비싸다고 판단한 응답자도 전체의 42%로 다소 비싸다고 인식하는 것으로 조사됨.

7. 시식한 제품의 가격은 어떻습니까?	
매우 적정하다	7명 (14%)
적정하다	12명 (24%)
그저그렇다	19명 (38%)
비싸다	2명 (4%)
유보	11명 (22%)

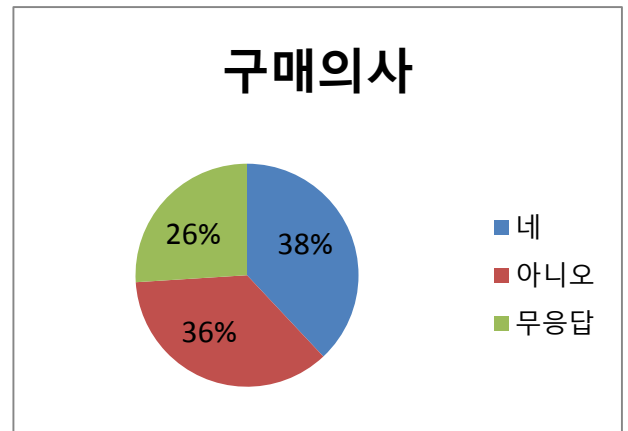
다수의 응답자가 그저 그렇다, 답변 유보를 한 것으로 보아 헝가리인들이 비싸게 인식하고 있음.



- 굴에 대한 구매 의사를 묻는 질문에는 38%에 해당하는 응답자가 긍정적인 구매의사를 비쳤으나, 구매하지 않겠다고 답변한 응답자는 36%, 답변을 보류한 응답자도 13명(26%)로 다소 가격이 비싼 것이 구매를 방해하는 것으로 판단됨.

8. 구매할 의향이 있습니까?	
네	19명 (38%)
아니오	18명 (36%)
무응답	13명 (26%)

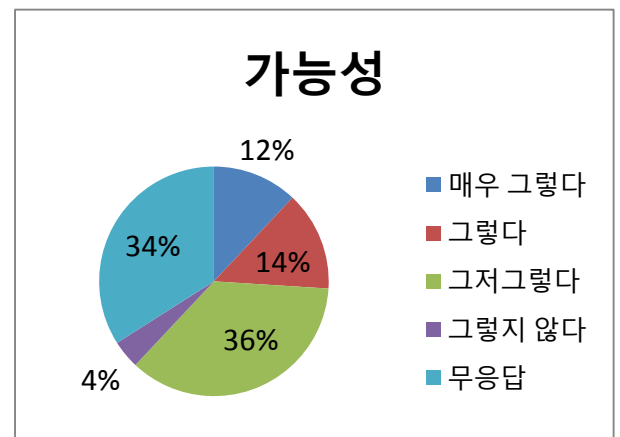
8-1. 구매의향의 이유는 무엇입니까?	
가격	3명 (6%)
건강	1명 (2%)
기타/유보	46명 (92%)



- 헝가리에서의 성공 가능성을 묻는 질문에는 소수인 13명(26%)만이 성공할 것으로 전망하여 시식메뉴인 전/부침개에 대한 생소함과 씹을 때 잇몸에 음식이 끼는 문제로 인하여 많은 설문자들이 부정적인 의견을 보임.

9. 헝가리에서 성공할 가능성은?	
매우 그렇다	6명 (12%)
그렇다	7명 (14%)
그저그렇다	18명 (36%)
그렇지 않다	2명 (4%)
무응답	17명 (34%)

10-1. 연령은?	
10대	2명 (4%)
20대	15명 (30%)
30대	17명 (34%)
40대	7명 (14%)
50대 이상	4명 (8%)



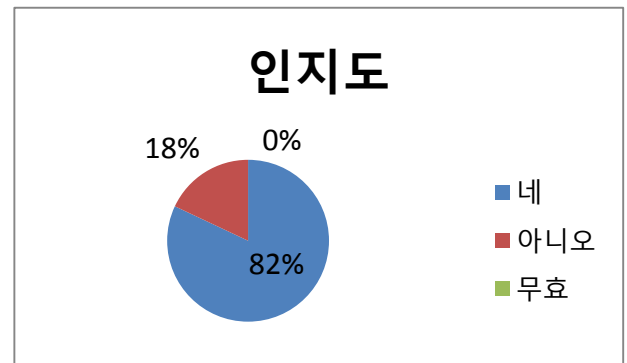
10-2. 직업은?		10-3 성별은?	
직장인	2명 (4%)	남자	19명 (38%)
주부	7명 (14%)	여자	31명 (62%)
학생	2명 (23%)	20~40대의 주부/자영업에 종사하는 여자분이 다수의 설문에 참여함. (직업 무응답자도 다수로 메뉴에 대한 호감도 부족이 원인인 것으로 판단됨.)	
자영업	0명 (31%)		
기타/유보	39명 (78%)		

(5). 참치캔(50명 대상, 10월 29일 진행)

- 참치캔은 유럽인들이 샐러드나 피자 토핑으로 즐겨 먹는 음식으로 어린이부터 어른들까지 아주 대중화된 식재료이며, 유럽의 메이저 업체들도 이 시장을 선점하기 위하여 치열한 가격 경쟁이 이루어지고 있는 실정임. 한국의 동원/사조 참치캔도 세계적으로 인지도가 있는 만큼 이번 기회에 한국의 대표 음식인 김밥의 속재료로 활용하여 설문 조사를 계획하게 되었음.

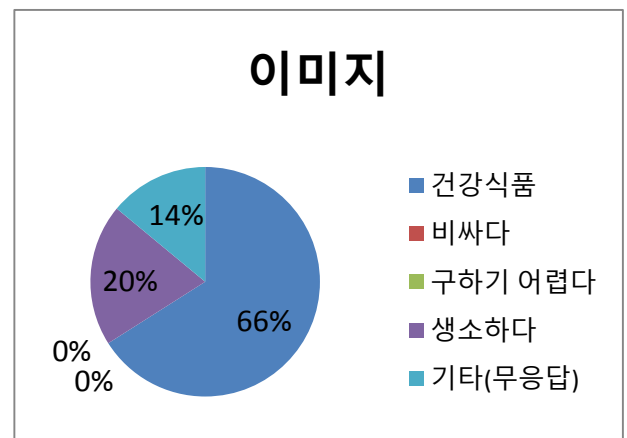
1. 한국 농식품을 알고 있었습니까?	
네	41명 (82%)
아니오	9명 (18%)
무효	0명

안테나숍 운영 말기인 관계로 다수의 헝가리인들이 한국 식품을 경험해 본것으로 응답함.



반면, 한국농식품을 직접 구매한적이 있는 응답자는 소수인 6명에 머뎀.

2. 한국 농식품을 구매한 적이 있습니까?	
네	6명 (12%)
아니오	25명 (50%)
무효	19명 (38%)

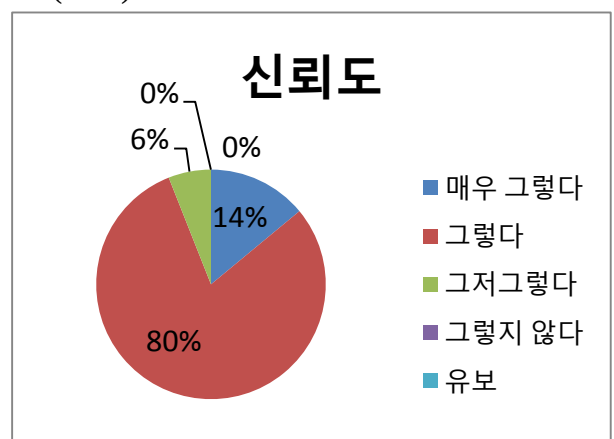


한국 농식품은 건강하다(66%)는 응답이 주류를 이루고, 생소하다(20%)는 응답도 다수를 차지하여 헝가리 시장이 한국 음식의 미개척지임을 확인할 수 있음.

- 한국식품을 신뢰하는 지에 대한 설문조사 결과 그렇다(21명, 42%)는 응답자가 다수를 차지하나, 그저 그렇다는 응답자도 20명(40%)에 이름..

4. 한국식품을 신뢰하는가?	
매우 그렇다	7명 (14%)
그렇다	40명 (80%)
그저그렇다	3명 (6%)
그렇지 않다	0명 (0%)
유보/무응답	0명 (0%)

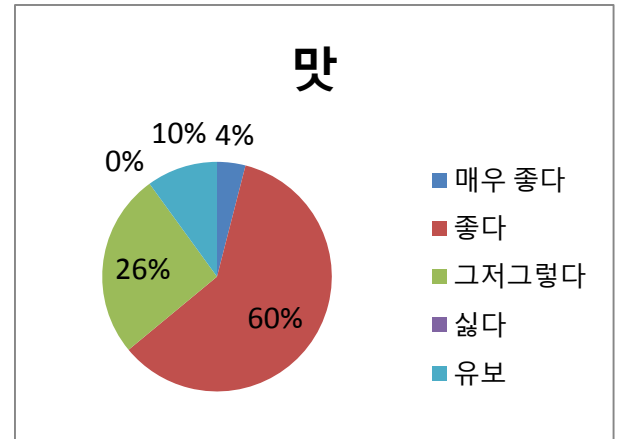
한국식품에 대한 신뢰도가 매우 높게 나옴.
장기간 이어진 시식회의 결과로 보임.



- 참치캔으로 한국의 대표 음식인 참치김밥을 요리하여 현지인들에게 선보인 결과 응답자의 64%가 만족스럽다고 답변했으나 그저 그렇다(13명, 26%)는 답변도 다수가 나와 아직까지 김밥에 대한 대중화가 부족한 것으로 판단됨.

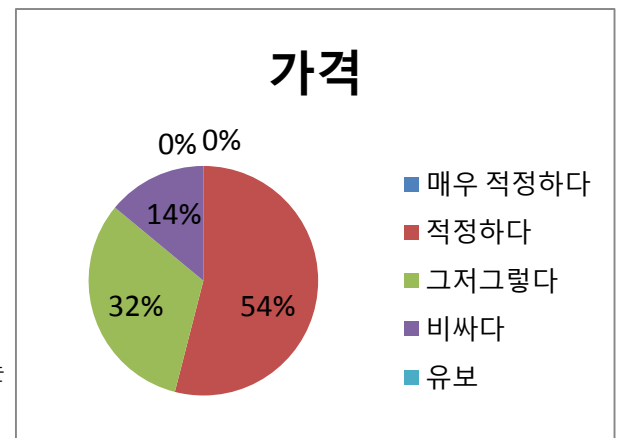
5. 시식한 제품을 알고 있었습니까?	
있다	4명 (8%)
없다	37명 (74%)
모르겠다	9명 (18%)

6. 시식한 메뉴의 맛은 어떻습니까?	
매우 좋다	2명 (4%)
좋다	30명 (60%)
그저그렇다	13명 (26%)
싫다	0명
유보	5명 (10%)



- 참치캔이 150g 포장중량 기준 소비자판매가 2.6유로에 판매되는 것에 대해 응답자의 54%가 가격이 적정하다고 답했으나 보통이다 또는 비싸다고 판단한 응답자도 전체의 46%로 다소 비싸다고 인식하는 것으로 조사됨.

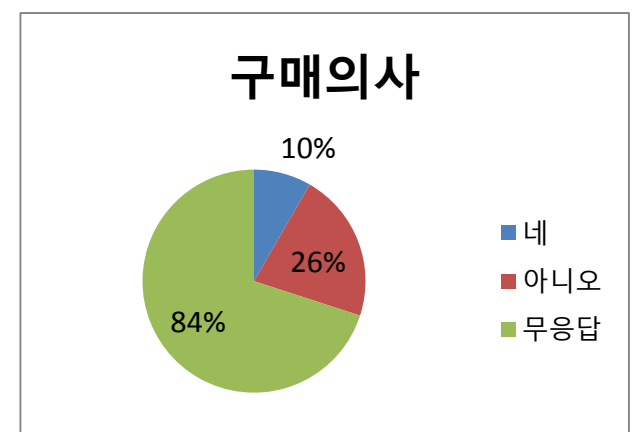
7. 시식한 제품의 가격은 어떻습니까?	
매우 적정하다	0명 (0%)
적정하다	27명 (54%)
그저그렇다	16명 (32%)
비싸다	7명 (14%)
유보	0명 (0%)



다수의 응답자가 적당하다와 그저 그렇다, 비싸다는 답변으로 양분됨.

- 구매 의사를 묻는 질문에는 있다 5명, 없다 13명, 무응답 32명으로 관심도가 많이 떨어지는 것으로 보임. (무료 기증품 및 현지 브랜드의 영향으로 추정됨.)

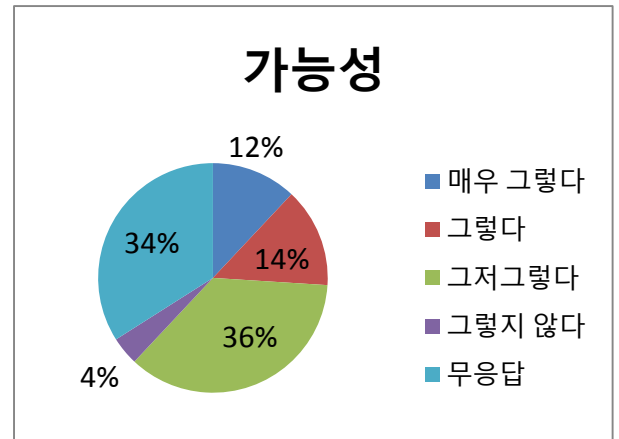
8. 구매할 의향이 있습니까?	
네	5명 (10%)
아니오	13명 (26%)
무응답	32명 (64%)



8-1. 구매의향의 이유는 무엇입니까?	
가격	4명 (8%)
맛	6명 (12%)
기타/유보	40명 (80%)

- 헝가리에서의 성공 가능성을 묻는 질문에는 소수인 18명(36%)만이 성공할 것으로 전망하여 시식메뉴인 김밥에 대한 생소함과 기존 현지시장의 대중 브랜드에 비해 가격이 다소 높은 것이 큰 걸림돌로 작용하는 것으로 판단됨. (참고로, 동일 규격의 현지 Rio 제품이 약 30% 저렴한 1.9유로에 판매되고 있음.)

9. 헝가리에서 성공할 가능성은?	
매우 그렇다	1명 (2%)
그렇다	17명 (34%)
그저그렇다	11명 (22%)
그렇지 않다	0명 (0%)
무응답	21명 (42%)



10-1. 연령은?	
10대	9명 (18%)
20대	18명 (36%)
30대	15명 (30%)
40대	5명 (10%)
50대 이상	3명 (6%)

10-2. 직업은?		10-3 성별은?	
직장인	14명 (28%)	남자	19명 (38%)
주부	9명 (18%)	여자	31명 (62%)
학생	5명 (10%)	20~40대의 직장인/자영업에 종사하는 여자분이 다수의 설문에 참여함.	
자영업	16명 (32%)		
기타/유보	6명 (12%)		

2. 시사점

- 기존 독일을 중심으로 한 서유럽 국가들에 비해 한국식품의 인지도가 작은 동유럽 헝가리에서도 장기간에 걸친 시식회와 홍보 노력으로 점차 한국식품에 대한 관심과 인지도가 지속적으로 상승 추세에 있음.
- 내륙에 위치한 헝가리의 지리적인 특성상 수산물류에 대한 관심은 크지 않은 반면 한국 대표음식인 잡채(당면)와 김밥에 대한 호응도는 매우 큰 만큼 한식 홍보를 통한 시장 활성화시 한국식품의 진출 가능성이 매우 높음.
- 이를 위하여 한국문화원과 연계한 K-문화 (FOOD, POP)를 종합적으로 보급하고 저변 확대시 장기적으로 매우 큰 시장으로 성장할 것으로 기대를 모음. (헝가리어로 된 한식책자의 보급이 매우 큰 효과를 보고 있음.)