

팥차 소비자평가 결과에 따른 마케팅 전략

◎ 배경 및 필요성

- 소비자 대상 시장성 평가를 반영한 제품개발, 시장정보 수집 및 대응, 시식 이벤트 등을 통하여 팥 가공품의 안정적 시장진입 유도

◎ 정보 내용

- 팥차 마케팅 전략
 - 디카페인 제품으로 임산부, 환자 등 수요층에 대한 적극 홍보
 - 농촌진흥기관(강원농업기술원) 개발 품종인 점과, 농촌진흥청 특허기술로 제조 등 소비자 설득
 - 커피처럼 콜드브루(로스팅 후 냉수 추출) 제조방식을 포장지에 표기로 마케팅 측면 고려



【 온라인 평가(진행) 】



【 팥차 제품 】



【 제품설명 】

◎ 파급효과

- 팥차의 마케팅 방향 제시로 시장경쟁력 제고
- 소비자평가 결과 환류로 소비시장에 적합한 제품개발

세부 연구결과

- 소비자패널 평가 결과(온라인, 50명, 2023. 6. 22.)
 - 팔차 제품의 소비자 평가를 5점 척도로 측정한 식미평가는 따뜻하게 음용시 선호도가 4.0으로 차갑게 음용하는 것보다 높았고, 종합적인 소비자 평가는 4.1이었음

< 팔차의 소비자 식미평가 >

구 분	목넘김	따뜻한 음용	차갑게 음용	향기	종합
5점척도	4.2	3.7	4.0	3.7	4.1

※ 5점척도: 매우미흡 1, 다소미흡 2, 보통 3, 조금우수 4, 매우우수 5

- 소비자의 팔차 인지도는 48%, 팔차는 건강 및 붓기 제거 효과 등의 이미지를 갖고 있음

<팔차에 대한 소비자 인지도>

응답내용	인원(명)	비율(%)
① 예	24	48
② 아니오	26	52

< 팔차에 대한 이미지 >

응답내용	인원(명)	비율(%)
① 몸에 좋을 것 같은 이미지	26	52
② 비쌀 것 같은 이미지	4	8
③ 일반 차와 같은 이미지	2	4
④ 붓기차	15	30
⑤ 기타	3	6

연구협력과

담당자: 김용복, 김기성, 신동호, 김지성, 함진관, 안용진
(033)248-6041, power8946@korea.kr