

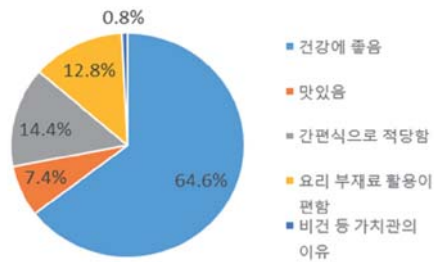
콩 가공품 개발을 위한 소비자 인식조사

배경 및 필요성

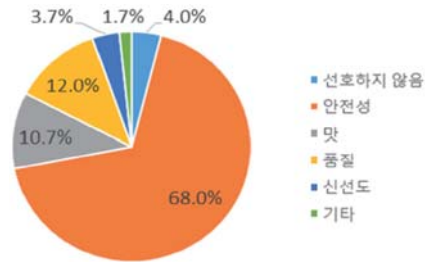
- 강원도원에서 개발된 콩 신제품의 재배확대로 콩 가공품 개발을 위한 사전 소비자 인식조사 필요
 - 상품기획 및 마케팅 전략에 따른 콩 가공상품 개발 필요

정보 내용

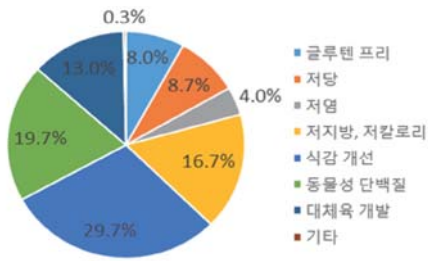
- 콩 가공 상품 기획을 위한 설문조사 결과
 - 조사방법: 온라인(2024. 8.), 농촌진흥청 소비자 패널 300명



【콩 가공식품 구매 이유】



【국산 콩 가공품을 더 선호하는 이유】



【콩 가공제품 개발 시 원하는 특성이나 기능】



【콩 가공 신제품에서 기대하는 점】

파급효과

- 콩 가공업체 자료제공을 통한 소비자 선호 상품개발 지원
- 콩 가공품 소비 촉진 및 농가 소득 증대

세부 연구결과

○ 콩 가공품 소비자 인식조사(4그룹 300명: 20~30대, 40대, 50대, 60~70대)

- 연령대별 콩 가공 식품을 구매하는 이유



- 연령대별 국산 콩 가공품을 더 선호하는 이유



- 연령대별 콩 가공제품 개발 시 원하는 특성이나 기능



- 연령대별 콩 가공 신제품에서 기대하는 점

