

소비자의 담배 향미 표현용어 이해

김 영 호

KT&G 중앙연구원

■ 키워드 : 소비자 표현용어의 정립 / 용어의 해석기준 마련 / 소비자 요구 구현기반 구축 / 감성품질 연구의 중요성

□ ‘담배 향미표현에 관한 소비자 용어이해 연구’는 흡연 전,후 담배의 향과 맛에 관한 다양한 의사표현 용어를 수집, 연구한 것으로써 소비자 즉, 애연가의 표현용어의 기준을 제정한것임.

□ 즉, 소비자들의 담배 향미품질(향과 맛)에 대한 표현용어와 전문 기술자(담배 개발자, 품질담당자 등)들이 사용하는 용어와의 계통적 연계성을 구명함으로써 소비자들의 요구를 정확히 파악, 구현할 수 있고 제품 개발 및 개선 시 과학적인 접근 도구로 활용할 수 있음. 또한 소비자 용어와 기술자 용어의 연결은 소비자 클레임 해결의 핵심 키로 활용하고, 결과적으로 품질관리 목표를 구체화시킬 수 있다는 이점이 있음.

□ 경쟁이 치열한 담배시장에서 생존하려면 소비자의 입맛에 맞는 담배가 지속적으로 개발되어야 하며, 신제품 개발 시 소비자들의 요구를 정확히 구현할 수 있도록 그들의 다양한 의사 표현을 기술자의 전문용어로 변환시킬 수 있는 소위 ‘제품개발 쌍방향 의사 결정 Tool’을 만들었음.

□ 2004년도 상반기부터 추진된 본 연구에는 패널원 410명이 동원(소비자 패널 280, 제조 기술자 패널 90, 연구원 전문패널 40)되었으며, 개인별 인터뷰, 설문조사 등으로 얻어진 데이터를 심층 통계분석(Corr, MANOVA, PLS)을 통해 실증적, 체계적으로 검증하였음.

□ 그 결과, 담배 향미에 관한 소비자 용어 200여 항목 중 적확하고 효율적으로 활용할 수 있는 27가지의 설문용어를 도출, 분석, 검증함으로써 표현용어의 의사 결정표를 완성하고, 표준 소비자 설문 2종을 제안 하였으며, 그동안 자의적으로 사용해 왔던 담배관련 용어들을 소비자와 개발자, 전문가가 공통으로 사용할 수 있는 언어의 단일화를 이룰 수 있게 되었음.