

# Marketing a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek piacán (szakkönyv-bemutató)

**Dr. Szakály Zoltán**

Kaposvári Egyetem, Gazdaságtudományi Kar  
Marketing és Kereskedelem Tanszék

*„A HAGYOMÁNY-ÍZEK-RÉGIÓK (HÍR) Védjegy”  
Konferencia*

Budapest, 2010. augusztus 28.

# A szakkönyv megírásának előzményei

---

Az elmúlt években több olyan **marketingfelmérés, doktori értekezés, könyvrészlet és folyóirat-közlemény** jelent meg, amelyek különböző aspektusból igyekeztek bemutatni a hagyományos és tájjellegű élelmiszereket.

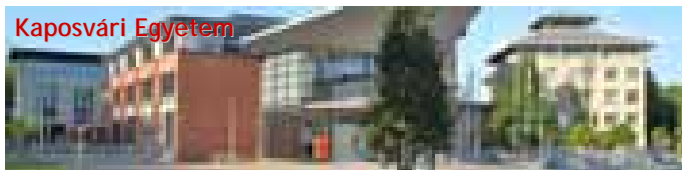
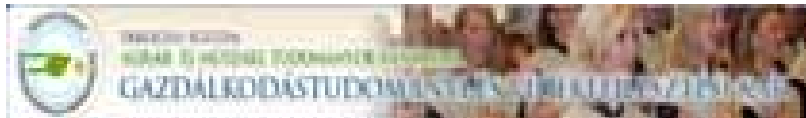


**Összegzés**



# Soha nem látott összefogás...

---



# Kiváló szakembereket nyertünk meg

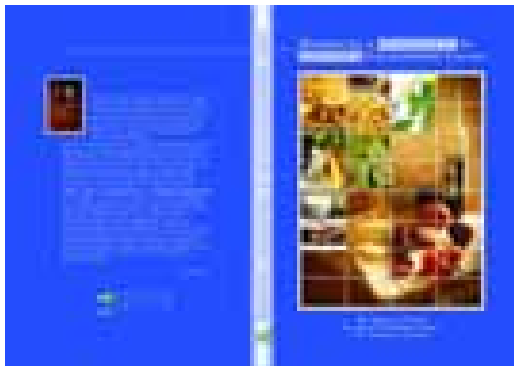
---

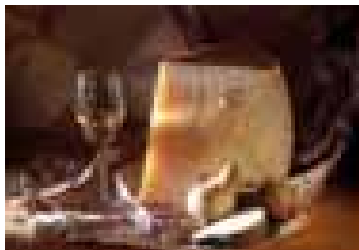
## A könyv szerzői

- Dr. Berke Szilárd (KE GTK)
- Prof. Dr. Lehota József (SZIE)
- Prof. Dr. Nábrádi András (DE GVK)
- Dr. Nótári Márta (KF KFK)
- Polereczki Zsolt (KE GTK)
- Dr. Popovics Anett (WESSLING)
- Pallóné Dr. Kisérdi Imola (FVM)
- Dr. Szabó Erzsébet (KÉKI)
- Dr. Szakály Zoltán (KE GTK)
- Dr. Sente Viktória (KE GTK)
- Dr. Szigeti Orsolya (KE GTK)
- Dr. Totth Gedeon (BGF, AMC)
- Zobor Enikő (FVM)

## A könyv szerkesztői

- Prof. Dr. Nábrádi András
- Pallóné Dr. Kisérdi Imola
- Dr. Szakály Zoltán





**Mi a szakkönyv fő üzenete?**

# Elsőként az, hogy...

...a fogyasztók preferenciái és attitűdjei nagyon kedvezőek!



**Bizalmi termék**

Gyökerek keresése

Lassítás

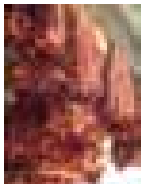
Rekreáció

Baráti társaság



**Nincs szükség a tényleges újrapozicionálásra**

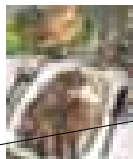
# Egyedi pozícióval rendelkeznek...



Kalocsai fűszerpaprika



Szegedi téliszalámi



bai kolbász



öröshagyma



Ágyaspálinka



Szatmári szilvalekvár



Herz téliszalámi



Tejföl



Tibi csokoládé



Cecei fehérpaprika

# Ennek ellenére van tennivaló...

---

**Előregedő termékkép**, amely a mai korszerű táplálkozási trendekbe nehezen illeszthető bele.



Idősödő termékkép



Fiatalos termékkép

Egészséges is, meg nem is



Egészséges

Célcsoport: Egészségtudatos és nemzeti  
érezelmű fiatalok

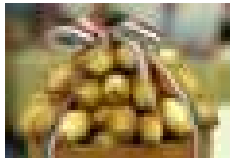
**Pszichológiai újrapozicionálás**



# Információhiány...

---

Felméréseink szerint a hazai fogyasztók spontán, segítség nélkül **mindössze 3-4 terméket** tudnak megemlíteni.





## A szakkönyv felépítése és fő fejezetei

# Elmélet és gyakorlat összhangja...

---

I. Hagyományos és tájjellegű élelmiszerek múltja és jelene



II. Marketingkutató és fogyasztói magatartás



III. Marketing-stratégia és marketingmix



IV. Esettanulmányok és követésre méltó példák bemutatása

# A szakkönyv fő fejezetei

---

- Hagyományos és tájjellegű élelmiszerek marketing tevékenységének alapösszefüggései.
- A hagyományos és tájjellegű élelmiszerek gazdasági, táplálkozási és piaci jelentősége.
- Jogi szabályozás, ill. európai és hazai szabványok.
- A marketingkutatás módszertana és a marketingkutatás szerepe a marketingtervezésben.
- A marketingtervezés meghatározás befolyásoló tényezői.
- Szegmentáció, célpiac-kiválasztás, pozicionálás.
- A termék-, az ár-, a csatorna- és a marketingkommunikációs stratégia jellemzői a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek piacán.

**Marketingtervezés támogatása**

# A munka tovább folytatódik...

---

Terveink között szerepel a szakkönyv angol nyelvre történő lefordítása, és bemutatása az Európai Unióban.



**Példamutatás, alakító pozíció és a magyar tradicionális élelmiszerek népszerűsítése.**

## További marketing szakkönyvek megjelentetése:

- Táplálkozásmarketing (Funkcionális élelmiszerek)
- Élelmiszeripari kis- és középvállalkozások marketing lehetőségei
- Organikus élelmiszerek marketing lehetőségei

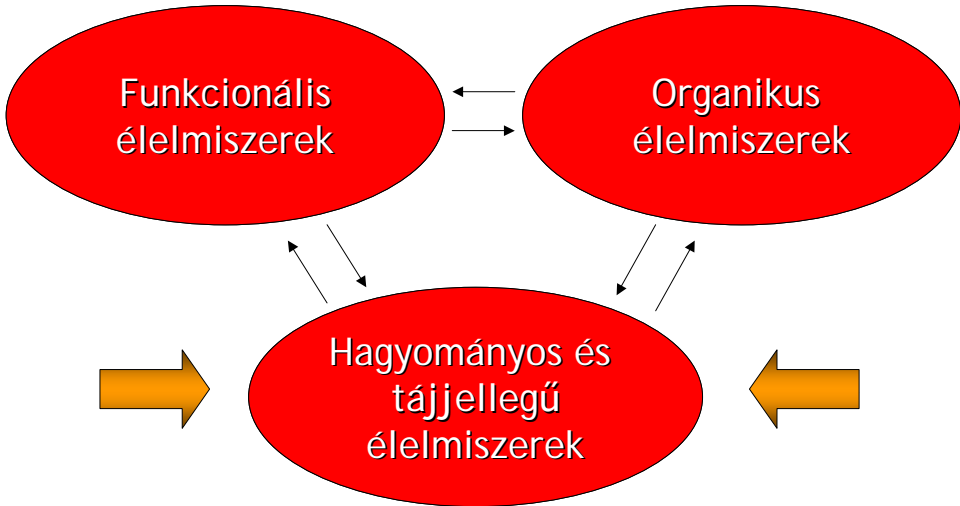
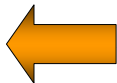
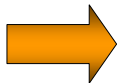
# Új marketing stratégiák

---

Funkcionális  
élelmiszerek

Organikus  
élelmiszerek

Hagyományos és  
tájjellegű  
élelmiszerek



...az új fogyasztó megjelenése áll.

Új fogyasztó

Független

Aktív

Jól informált



**Kényelem helyett hitelesség**

Egészség- és környezettudatos fogyasztók

Őket tekinthetjük az új fogyasztóknak

Nekünk az a feladatunk, hogy megfeleljünk az új fogyasztó elvárásainak.



LOHAS

Lifestyles  
Of  
Health  
And  
Sustainability







**Köszönöm megtisztelő figyelmüket!**

