

A hagyományos élelmiszergyártó KKV-k versenyképességének növelését elősegítő élelmiszerlánc menedzsment módszerek és innovatív értékesítési stratégiák

Papp Attila fejlesztő mérnök, oktatási
felelős



- Az előadás az Európai Bizottság által az FP6 program keretében támogatott TRUEFOOD EU/FP6 projekt eredményeinek felhasználásával készült.



A kutatás alapja

Élelmiszer lánc szemléletű megközelítés alkalmazása

- Meghatározott hagyományos élelmiszert gyártó KKV-k és egy beszállítójuk és egy vevőjük által alkotott láncokon végzett mennyiségi (kérdőíves megkérdezés) és minőségi (fókuszcsoport vizsgálat ötletbörze megbeszélések, mély interjúk)

Hagyományos élelmiszer gyártó vállalkozások piaci érvényesülését gátló és elősegítő tényezők

- Felmérés: 7 hagyományos termékpálya
 - magyar:** természetes érlelésű szárazáru, feldolgozott zöldpaprika, sütőipari termékek
 - belga:** sajt, sör
 - olasz:** sajt, hagyományos sonka
- Irodalomkutatás, fókuszcsoport
- Mennyiségi felmérés 91 élelmiszerlánc, 271 vállalkozás

Jellemző akadályozó tényezők

- A bizalom hiánya
 - az innováció megtérülése
 - a lánc partnerek között
 - a társak között
- Korlátozott erőforrások
 - pénz
 - képzett szakember
 - termelési kapacitás
 - eszközök
- Hiányos tudás
 - marketing menedzsment
 - lánc menedzsment
 - projekt és pénzügyi menedzsment
 - speciális szakértelem

Jellemző sikertényezők

- Minőségi szemlélet
 - Megkülönböztethető, különleges minőség
- Együttműködés az erőforrások használatában
 - Közös üzem, gépek
- Hálózatépítés
 - Információcsere
 - Közös gondolkodás
 - Közös stratégia

Jellemző sikertényezők amelyek kiaknázhatók lennének

- Együttes (kollektív) tevékenységek
 - Kollektív marketing (kiegészítő és nem versengő élelmiszereket gyártó ágazatok pl. borászat és sajtgyártás, sütőipar és tejipar (joghurt és pékáruk), szárazáru gyártó vállalkozások és savanyúság készítőik (vecsési savanyúság, Csabai kolbász)
 - Kollektív piackutatás
 - Kollektív értékesítés (szakboltok)
 - Kollektív kutatás
 - Kollektív oktatás

Néhány kiragadott magyar példa a gyakorlatból kollektív tevékenységre

- **Nemzetközi Bor és Pezsgőfesztivál** (kollektív marketing borászatok számára)
- **Magyartarka Tenyésztők Egyesülete** (a magyartarka tenyésztésszervezését, genetikai fejlesztését és nemzetközi képviseletét látja el, szakmai hálózat)

Kiragadott magyar példák a gyakorlatból kollektív tevékenységeket támogató intézményekre

- **Magyar Pálinkamarketing Kht.**
 - Non-profit egyesület a hagyományos magyar gyümölcs párlatok hírnevének támogatására
 - Pálinka fesztiválok szervezése (kollektív marketing lehetősége a pálinka készítő KKV-k számára)
- **Magyar Pálinka Lovagrend**
 - Magyarországon lepárolt pálinka kultúrált fogyasztásának népszerűsítése
 - Konferenciák, gasztronómiai rendezvények szervezése pálinka imázs növelésére
 - A pálinka, mint védett magyar termék elismertetése az EU jogrendben

Kiragadott magyar példák a gyakorlatból kollektív tevékenységeket támogató intézményekre

- **Kis és Közepes Vállalkozások Országos Szövetsége**
 - Támogató szervezet, szerteágazó hálózat építő tevékenysége az élelmiszer gyártók egy ágazaton belüli és ágazatok között együttműködésének erősítésére
 - Együttes népszerűsítő tevékenység (Újbor és Sajtfesztivál 2009 november)

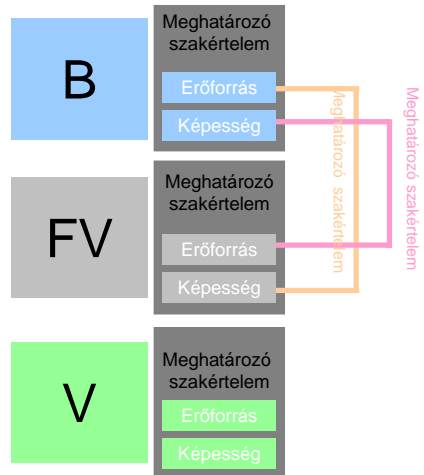
Mit tehetnek az élelmiszer-előállító KKV-k a sikeres piaci szereplés érdekében?

- Alkalmazzák az élelmiszerlánc menedzsmentet
- Hogyan?
 - A saját és lánc partnereik erőforrásainak, és képességeinek és kulcs szakértelmének meghatározásával, ami a gyártó vállalatnak versenyelőnyt nyújt
 - Az adott szereplőkből álló lánc kulcs szakértelmének meghatározásával, ami a láncnak biztosít versenyelőnyt

Az erőforrások, képességek és meghatározó szakértelm kombinálása



- A lánc tagjai / határterületei kombinálhatják egyes erőforrásaikat és képességeiket egy közös versenyelőny (meghatározó szakértelm) létrehozása érdekében
- Ez a szemlélet segíti őket abban, hogy olyan meghatározó szakértelmet alakítsanak ki, amelynek egyénileg nincsenek birtokában



Példák a gyakorlatból az erőforrások, képességek és meghatározó szakértelem kombinálására

Húskészítmény gyártás

- Adalék (fűszer) beszállító a fogyasztói igények alapján összeállított fűszerkeverékének húskészítményekben történő felhasználására közös termékfejlesztést végez a gyártó vállalattal, a **gyártó vállalat** próbagyártáshoz **saját erőforrását** (berendezések, szakmailag képzett személyzet) adja hozzá
- **Beszállító** a piaci információ elemző **képességét** és fűszer keverék gyártó képességét adja hozzá

Alternatív értékesítési stratégiák piaci versenyképesség növelésére

Országonként (HU,B,I) láncszereplőkkel

2 ötletbörze beszélgetés során összegyűjtött több,
mint 180 ötletből

- A legéletképesebb 12 ötlet kiválasztása
- Az ötletek megvalósításához intézkedési terv kidolgozása
- Értékesítési ötletek
- Értékesítési stratégiák megbízhatósági vizsgálata (SWOT elemzéssel, mély interjú és csoportos foglalkozás segítségével)

Alternatív értékesítési stratégiák piaci versenyképesség növelésére

- **Speciális, különlegességi boltok**
- **Minden egy csomagolásban**
- **Mozgó árusítás**
- **E-kereskedelem**
- **Agro-turizmus**
- **A fogyasztók bevonása**
- **Közös forgalmazás (disztribúció)**

Alternatív értékesítési stratégiák piaci versenyképesség növelésére

- **Gyorséttermi lánc hagyományos élelmiszerre/ételre**
- **Közös népszerűsítés, reklámozás**
- **Tájegységi sarok nagyáruház láncban vagy más értékesítési helyszíneken**
- **Élelmiszer lánc partnerek (üzletfelek) hálózatba rendeződésében rejlő lehetőségek kihasználása**
- **Összpontosítás és piaci „betörés” kis méretű területre**