



SZENT ISTVÁN
EGYETEM

Az élelmiszer ellátó hálózatok modernizációja

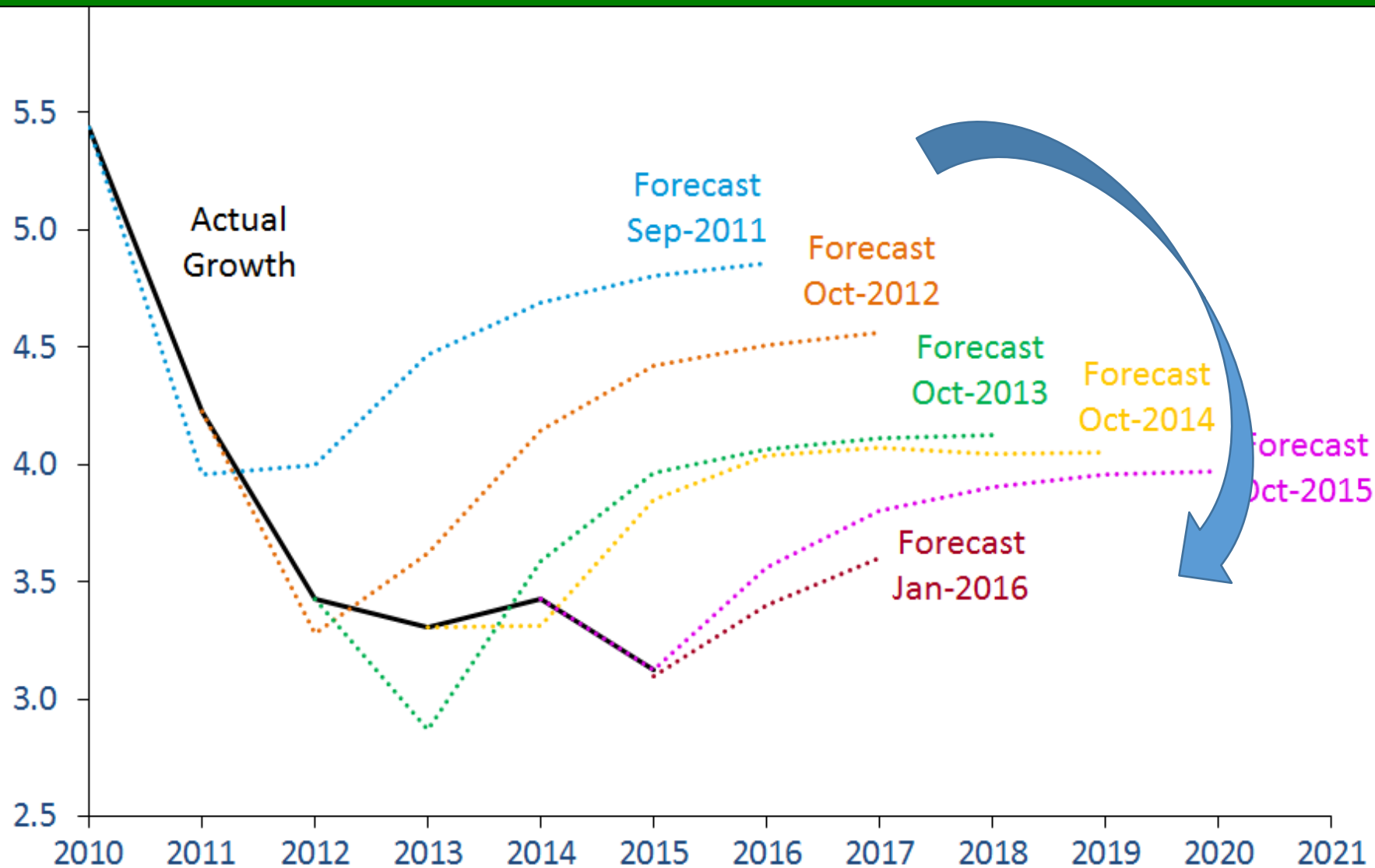
Lakner Zoltán

Élelmiszertudományi Kar
Élelmiszeripari Gazdaságtan Tanszék

Kisvárdai Nyári Egyetem, 2017

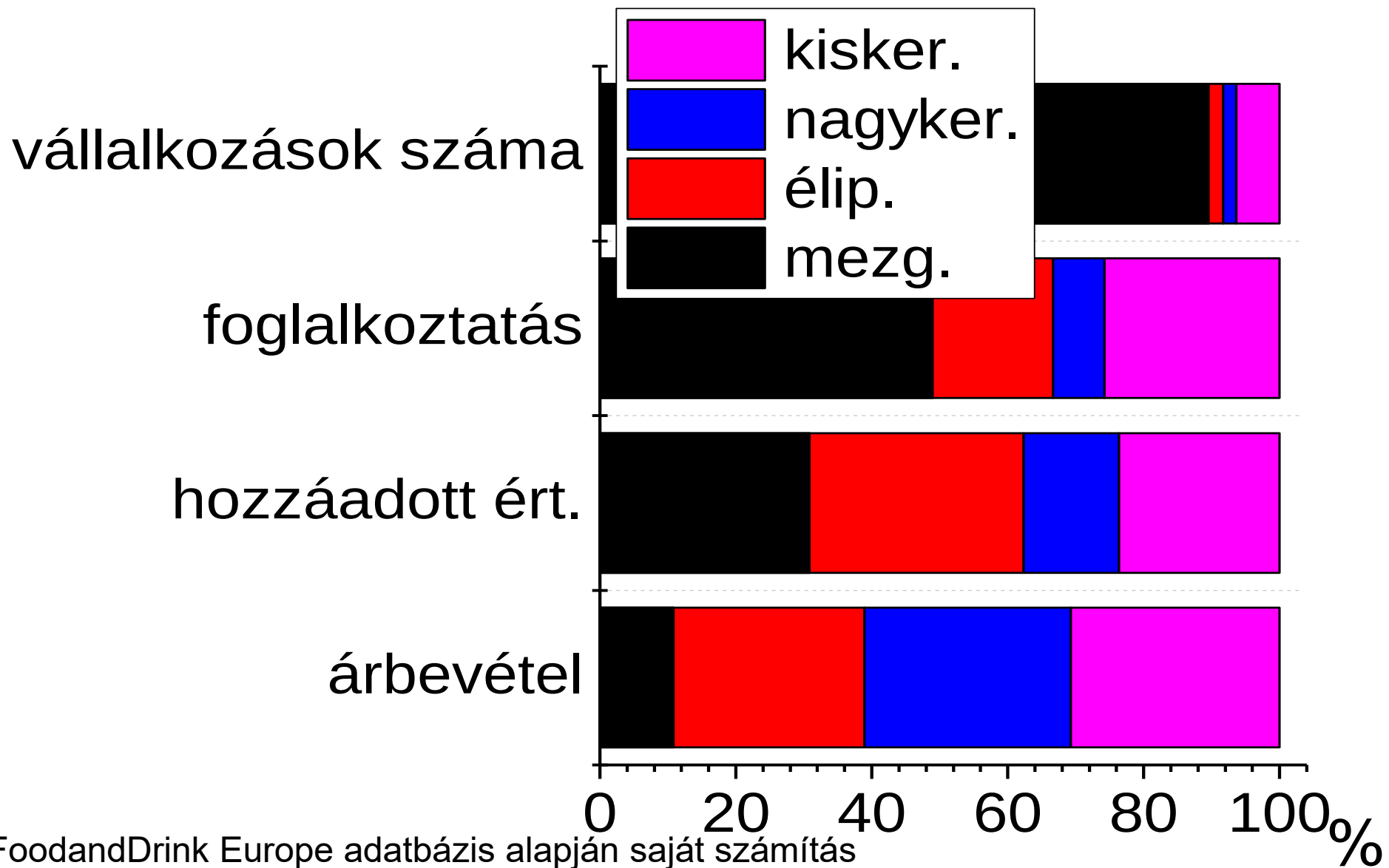
1. Mi van a világban ?

Lassuló világ

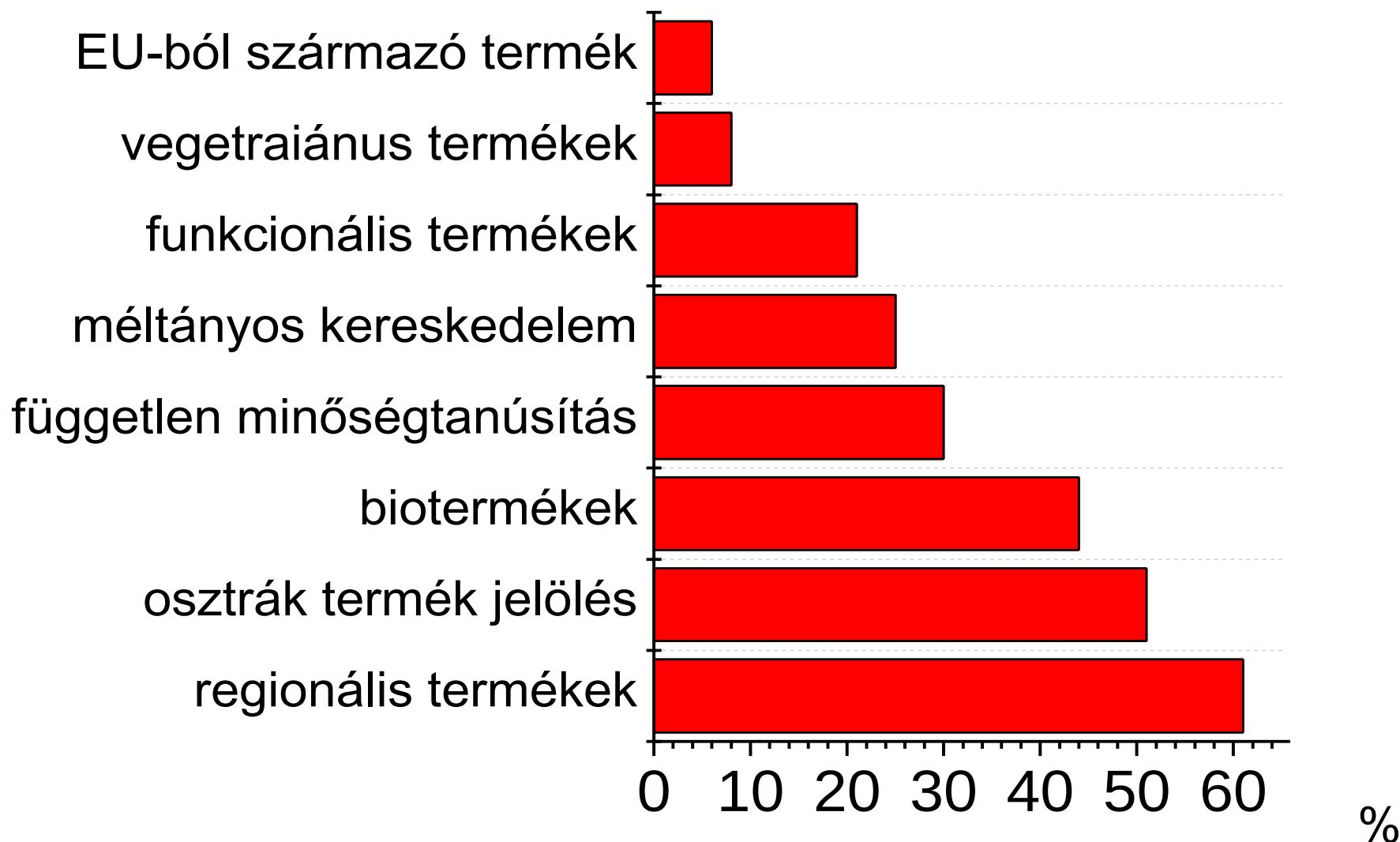


Source: International Monetary Fund (IMF).

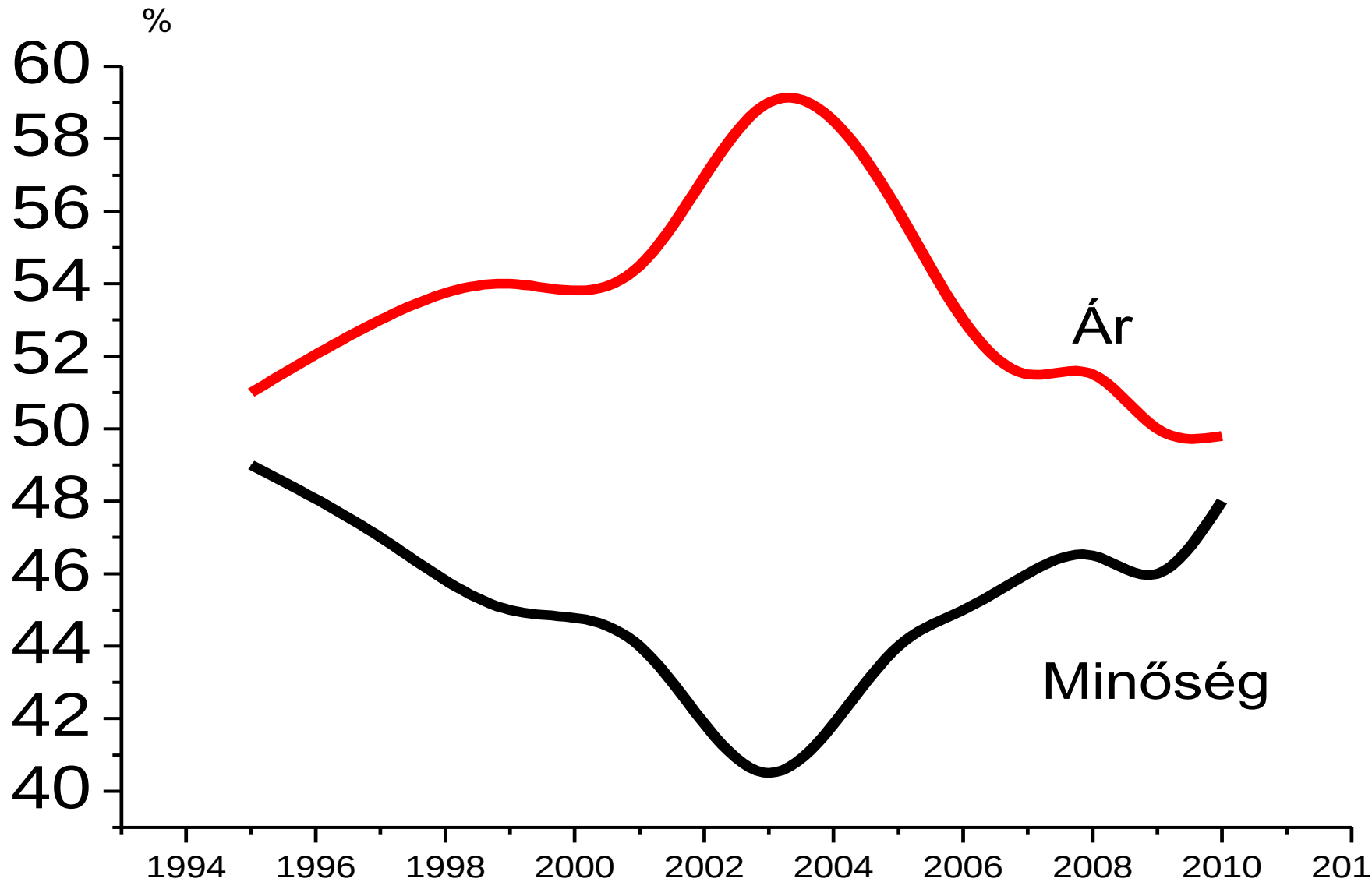
Az nyer, aki feldolgoz és kereskedik



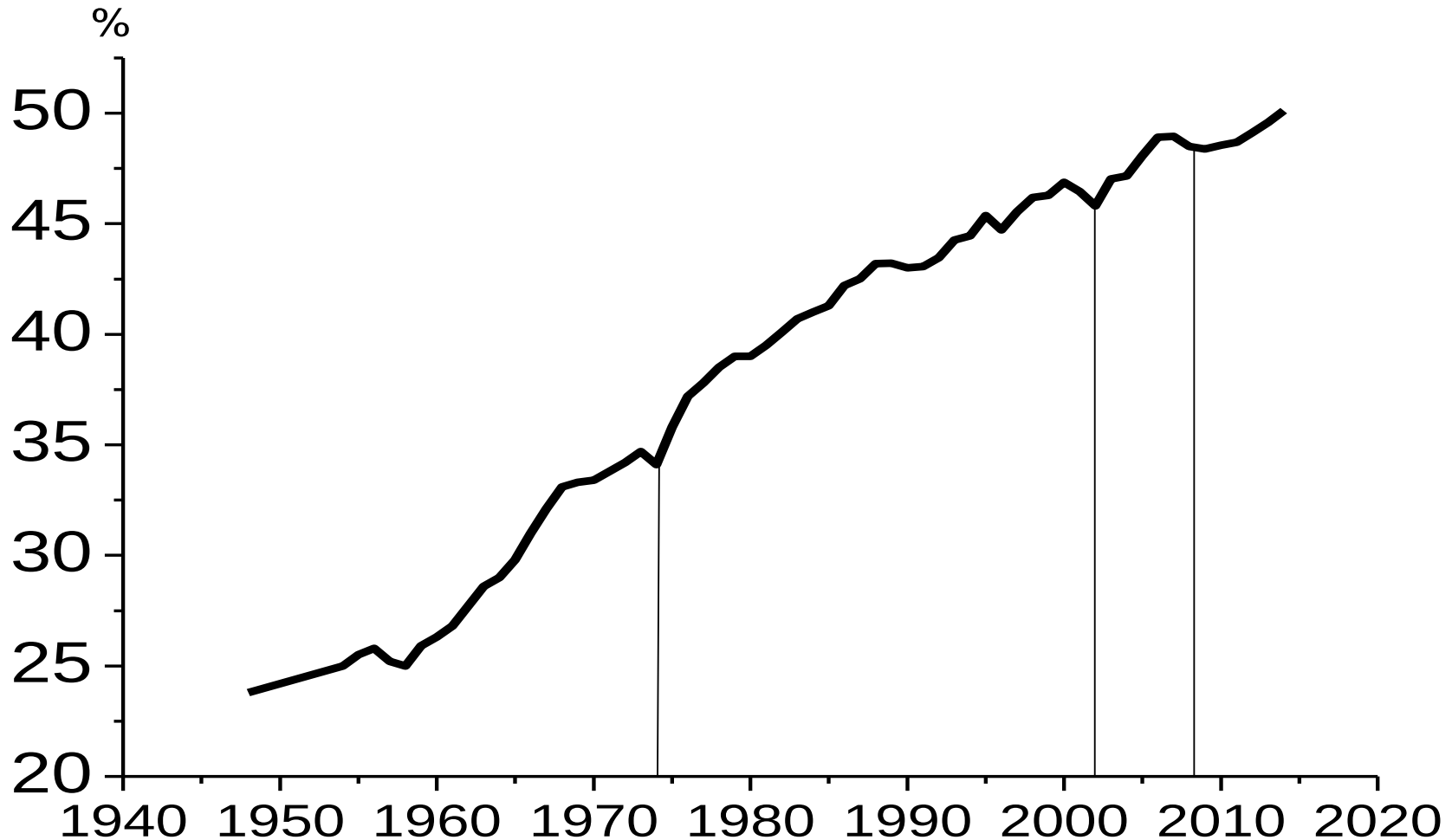
Az Elbától nyugatra...



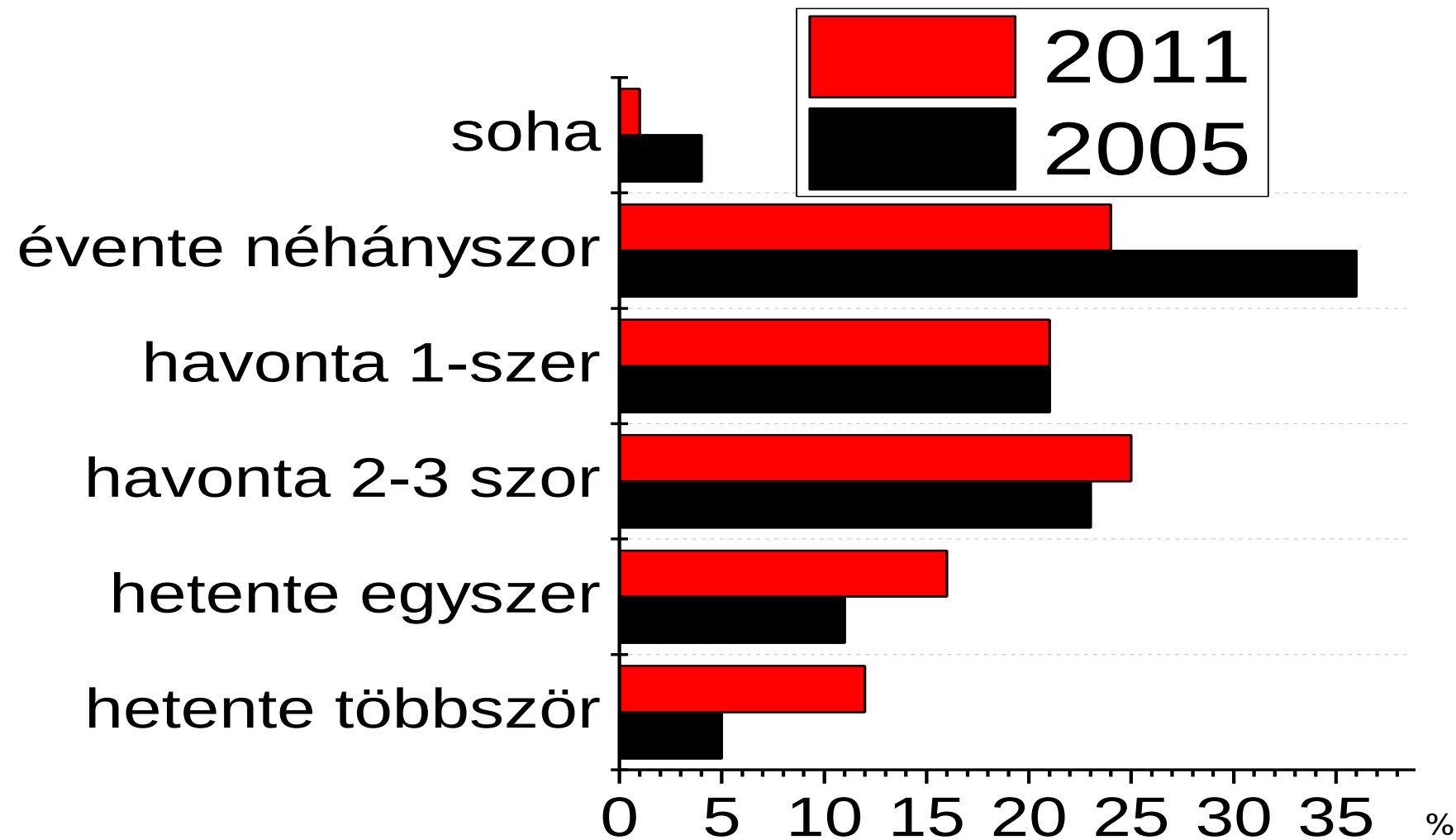
Melyik a fontosabb ?



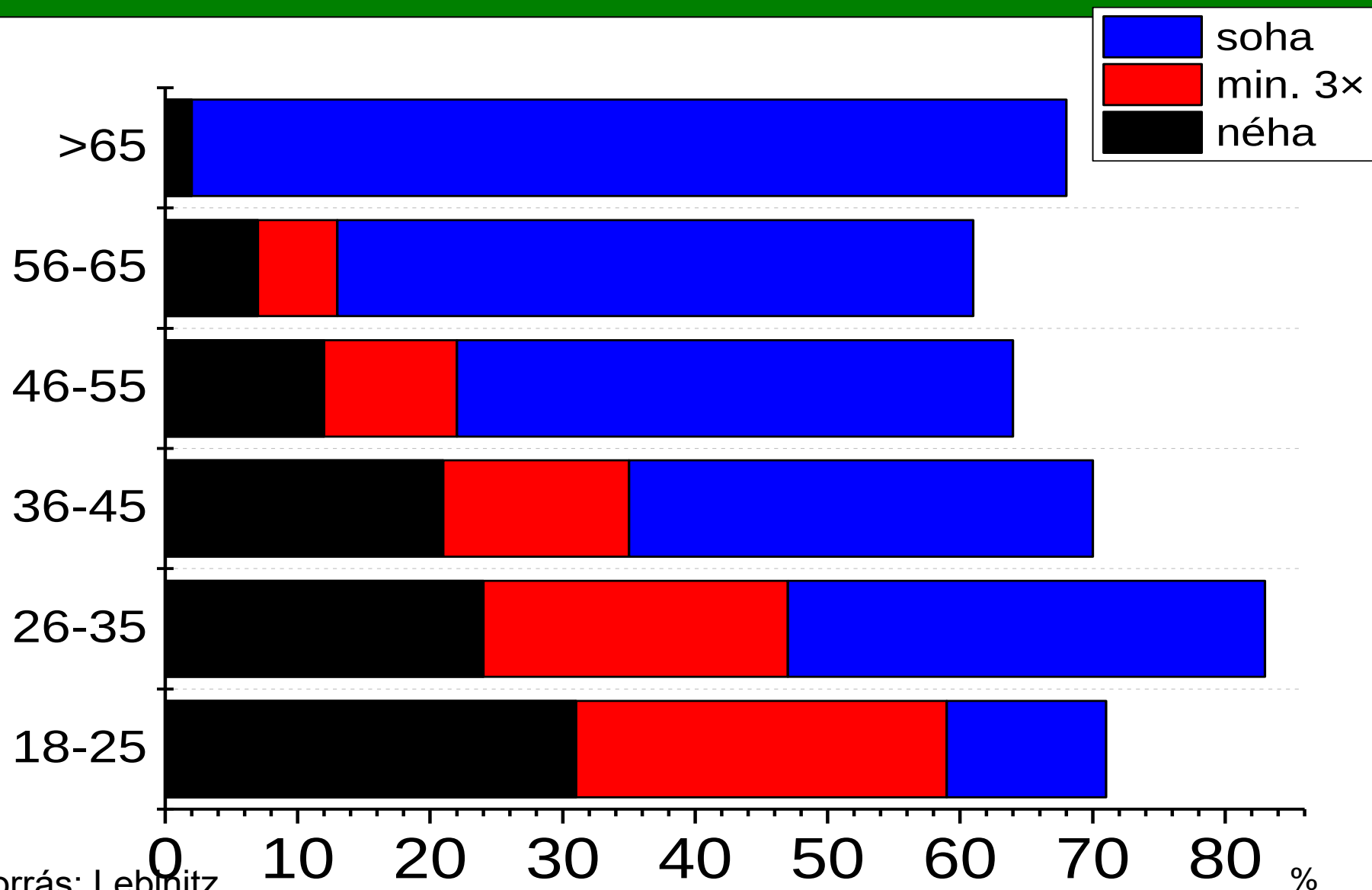
A házon kívüli étkezésre fordított kiadások aránya (USA)



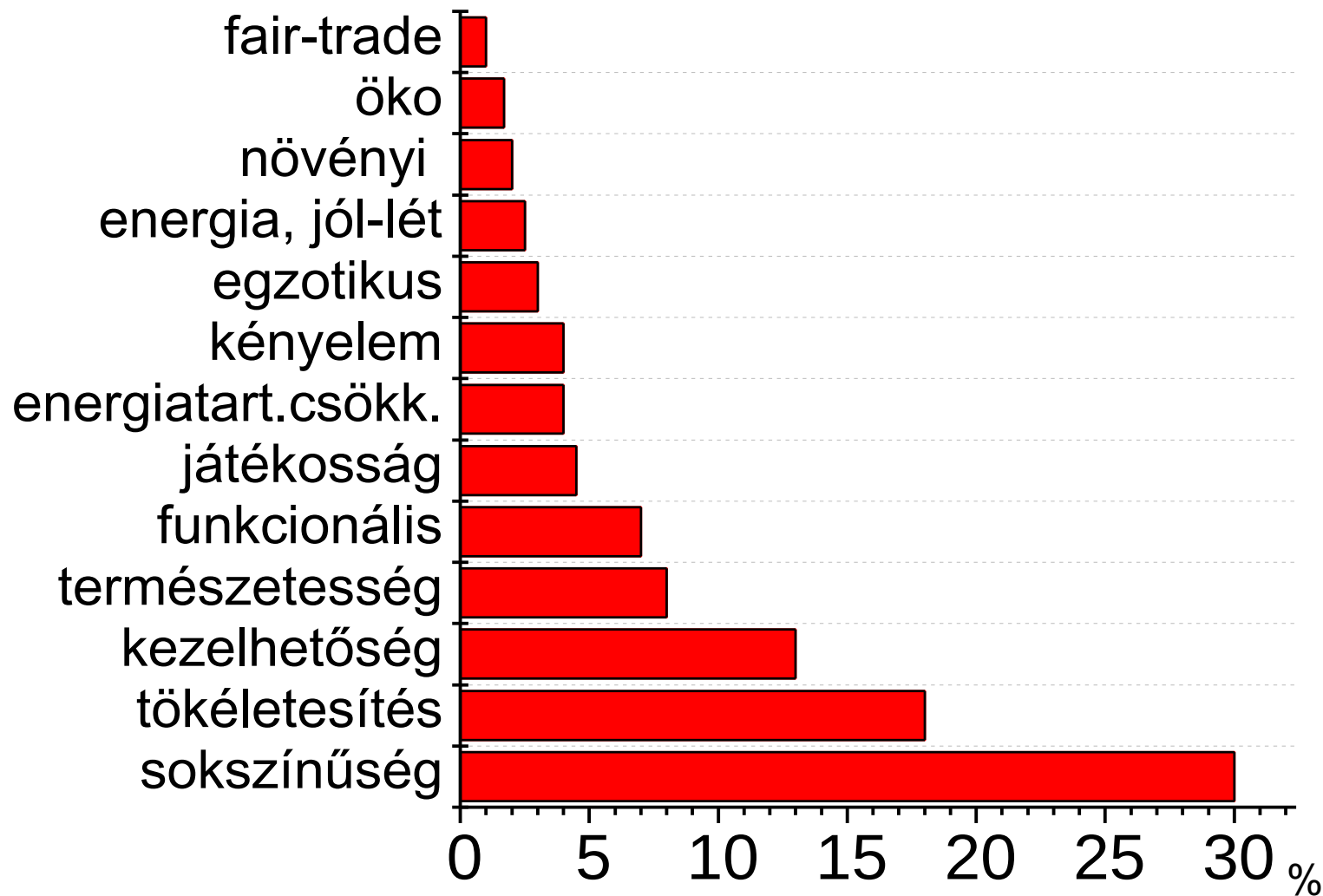
Éttermi étkezések Ausztriában



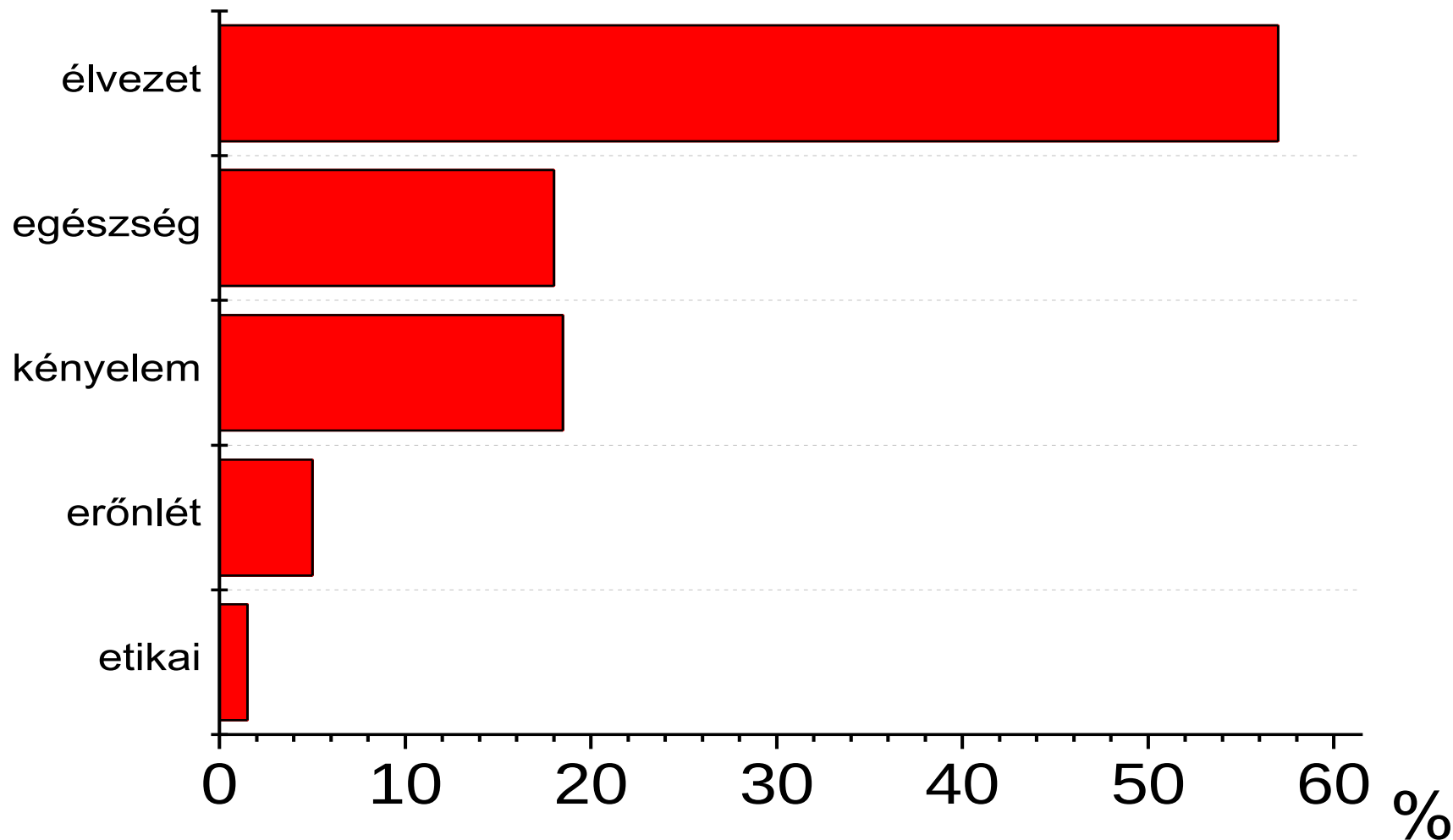
Az utcán evő generáció



Az innovációk céljai

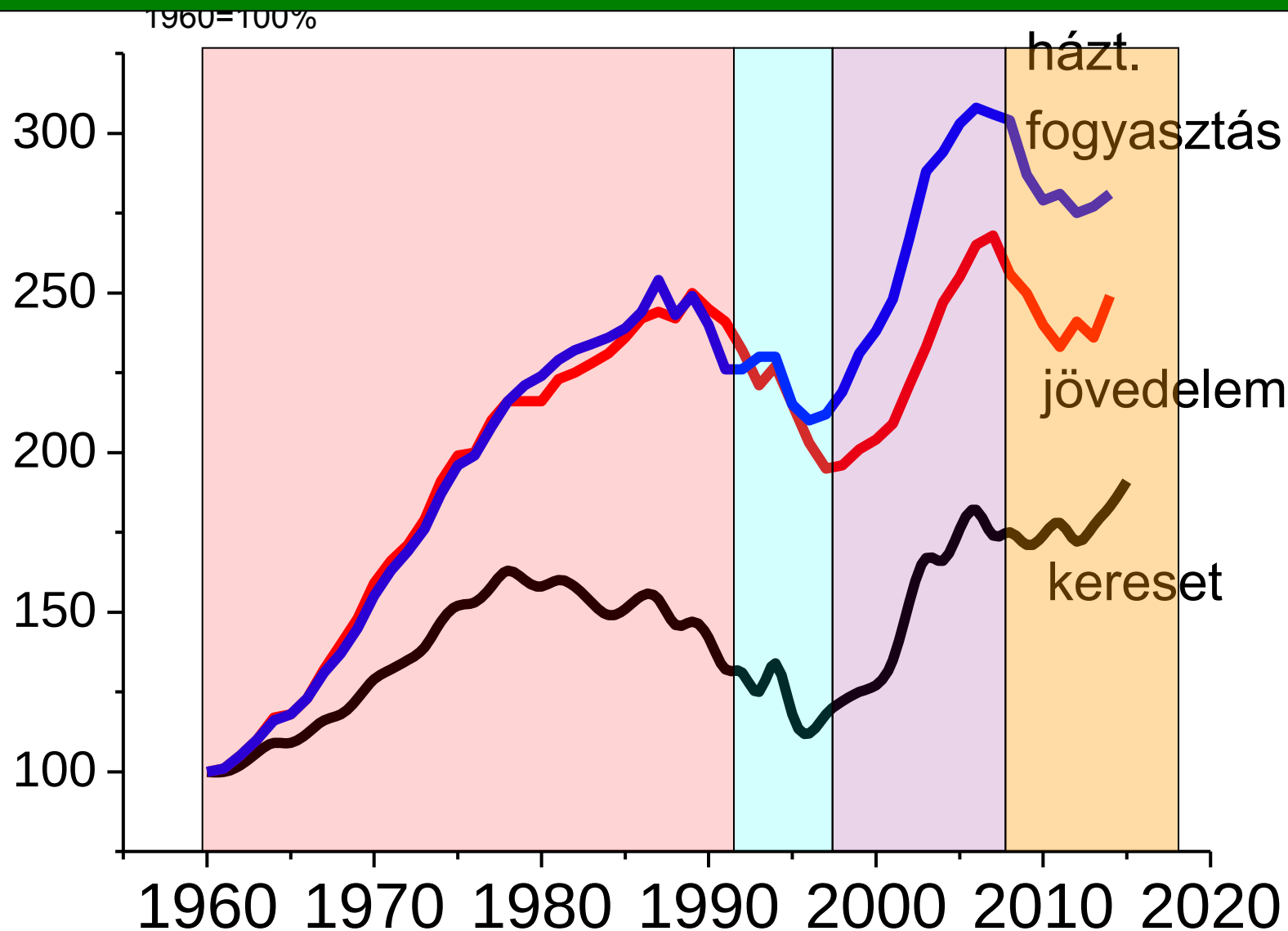


Az örömkereső világ



2. Mi van Magyarországon?

A magyar piac dinamikája



Forrás: Ksh.gov.hu hosszú távú idősorok

Két felmérés Magyarországon...

Cluster -	%	Cluster -	%
felső plusz	4	elit	2
befutott	14	felső közép	10
hedonista	17	feltörekvő	6
felső klasszik	2	vidéki ért.	7
városi alsó -	7	kádári	17
szegény	25	sodródók	13
szegény	13	munkás	17
underclass	18	leszakadtak	23

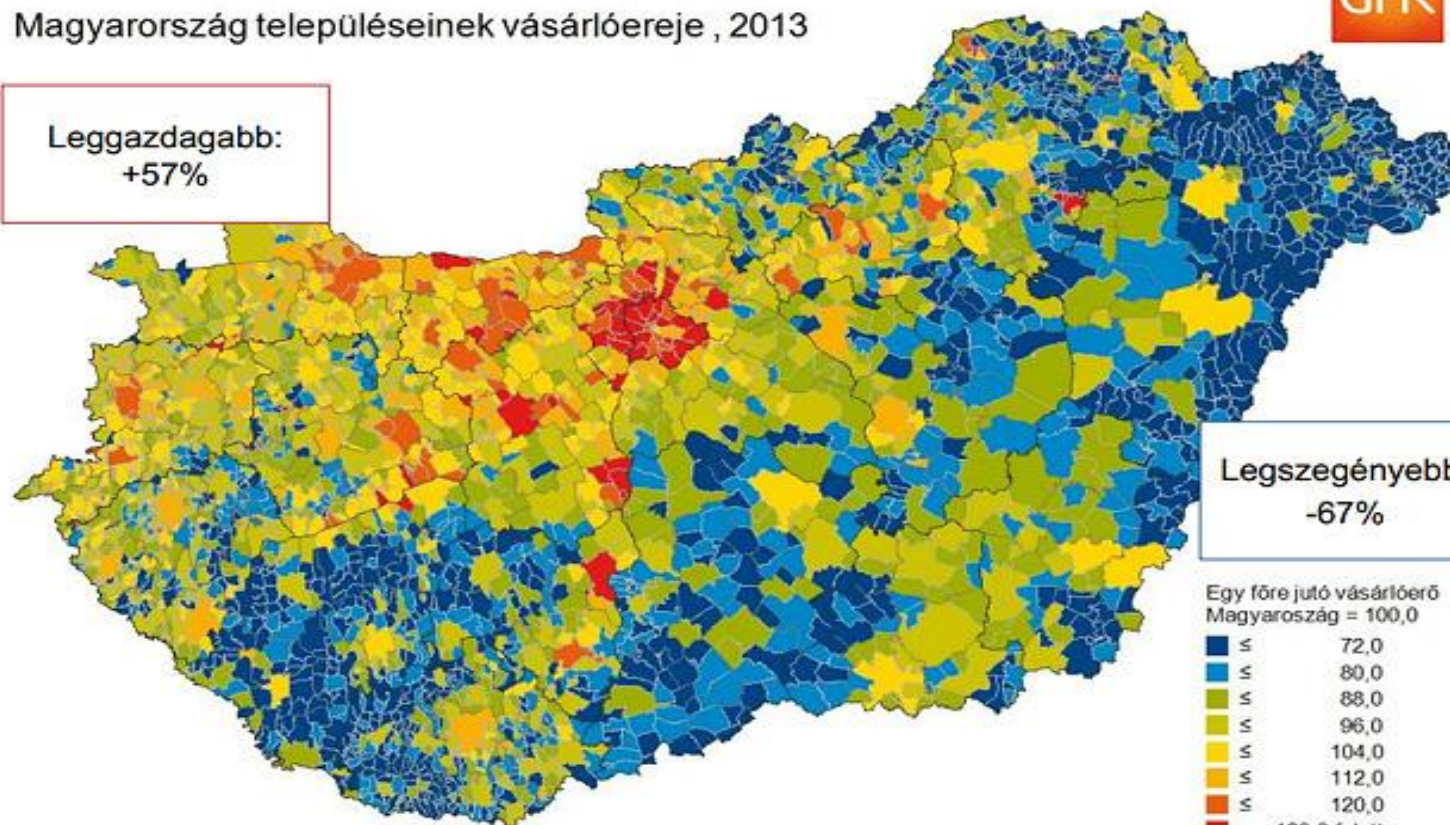
Cluster -2008	%	Cluster- 2014	%
felső plusz	4	elit	2
befutott	14	felső közép	10
hedonista	17	feltörekvő	6
felső klasszik	2	vidéki ért.	7
városi alsó -	7	kádári	17
szegény	25	sodródók	13
szegény	13	munkás	17
underclass	18	leszakadtak	23

Forrás: GfK, Kózák A. Doktori értekezés



Magyarország településeinek vásárlóereje , 2013

Leggazdagabb:
+57%



Legszegényebb:
-67%

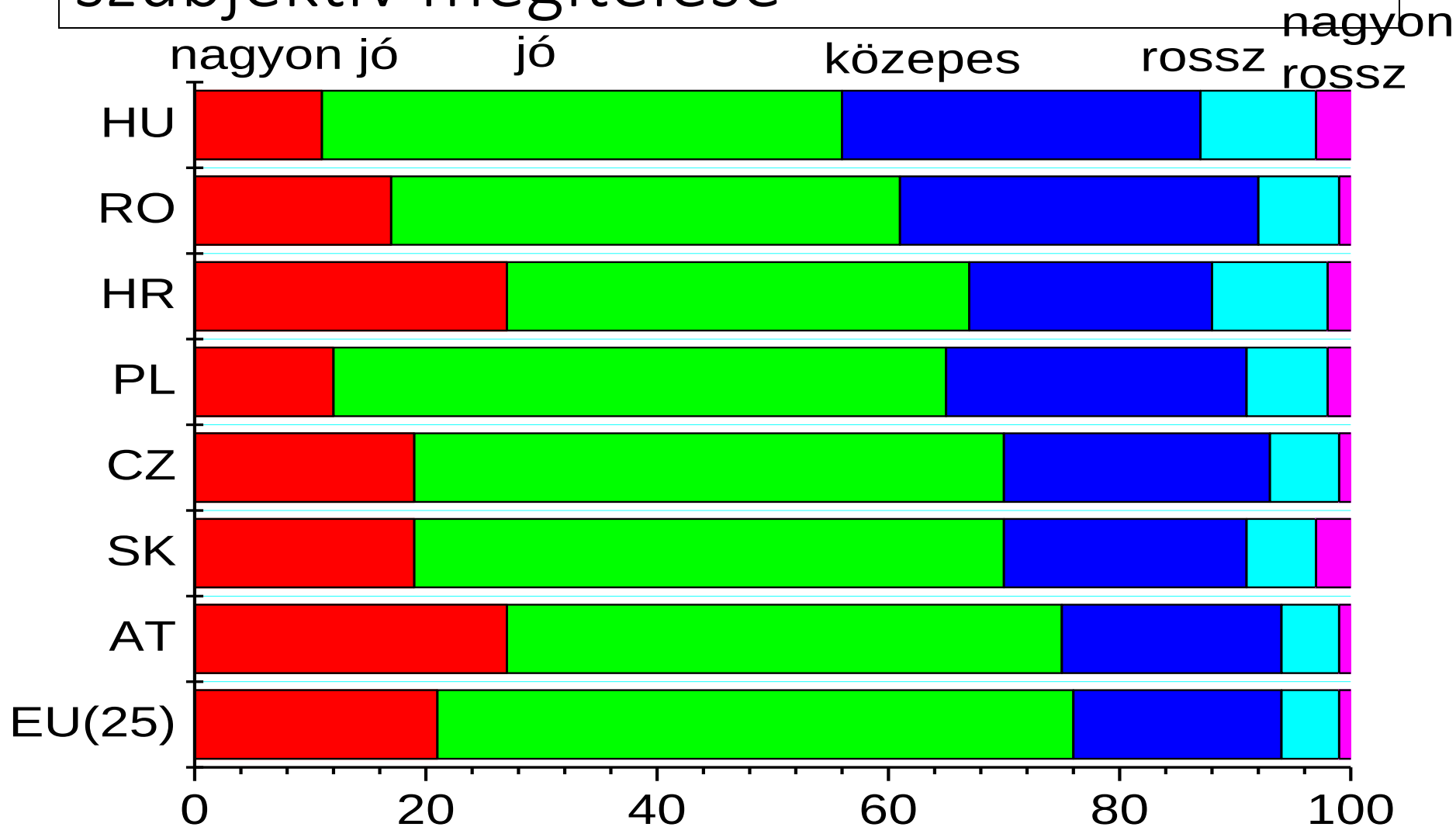
Egy főre jutó vásárlóerő
Magyarország = 100,0

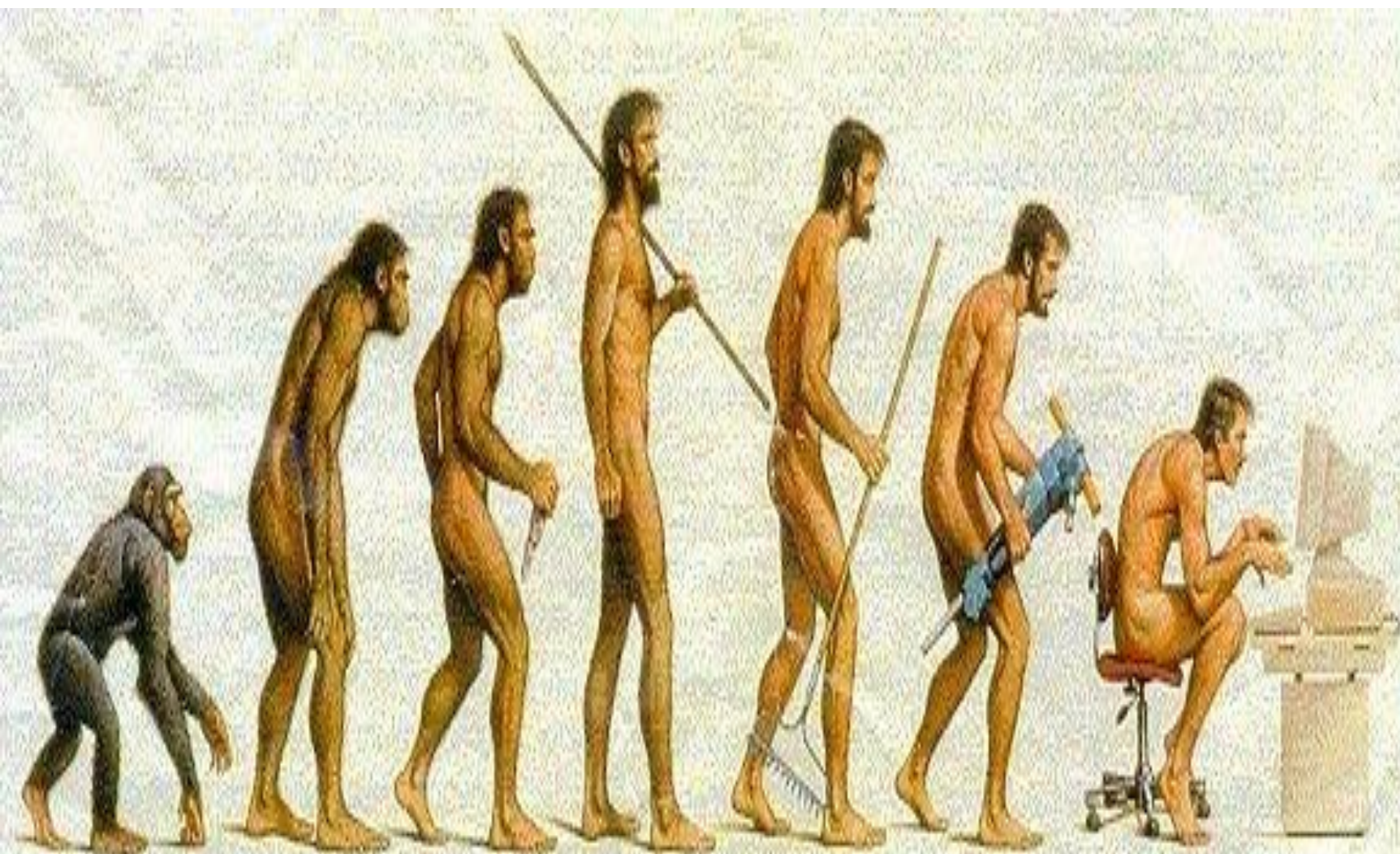
≤	72,0
≤	80,0
≤	88,0
≤	96,0
≤	104,0
≤	112,0
≤	120,0
	120,0 felett

A múlt...



Európa betegei? – az egészségi állapot szubjektív megítélése







A szerény kisember-32%



- legfeljebb érettségi;
- vesztesnek ÉRZI magát;
- vásárlás központi fontosságú:
szabadidő+önmegvalósítás;
- panaszkultúra;



Mire vágyik?

- „Társadalmi elismertség = Elismerjük, hogy jól vásárolt= még ura a helyzetnek, „mikrokörny
- Hallgassák meg;
- Biztonság;
 - társadalmi;
 - egyéni.



A vágytól a termékig...

- Olcsóság;
- Biztonság;
- Nostalgia
- Társas
kapcsolatok
- Úgy érezze, hogy olcsó;
- Kiszámítható, átlátható világ;
- Termékcsomagolás-és íz;
- fogalmak, személyek
- Piac- és kisbolt: találkozóhely is.

- egyszerű felirat,
- egyszerű közlések;
- természetesség;
- még van benne
nosztalgia a
vidéki élet után;
- magyar gyártó, utolérhető, közel van,
figyel a vevőkre,



A fiatal kozmopolita- 13%

- Felsőfokú végzettség;
- Nem annyira sok pénz, mint gondolnánk;
- Több pénz mint



- Az egészség még nem kényszer,
hanem csak divat
- Külföldi tapasztalatok is.



Mire vágvik?



- Siker és elismertség = Megfelelni a társadalmi elvárásoknak;
- Kevés időt tölteni a konyhában;
- Élvezni az életet;
- Trendi dolgokat csinálni a szabadidőben;
- Úgy élni, ahogy azt külföldön látta;
- A fogyasztás önkifejező erejű is;
- Kicsi csoport, de ő diktálja a divatot.

A vágytól a termékig...

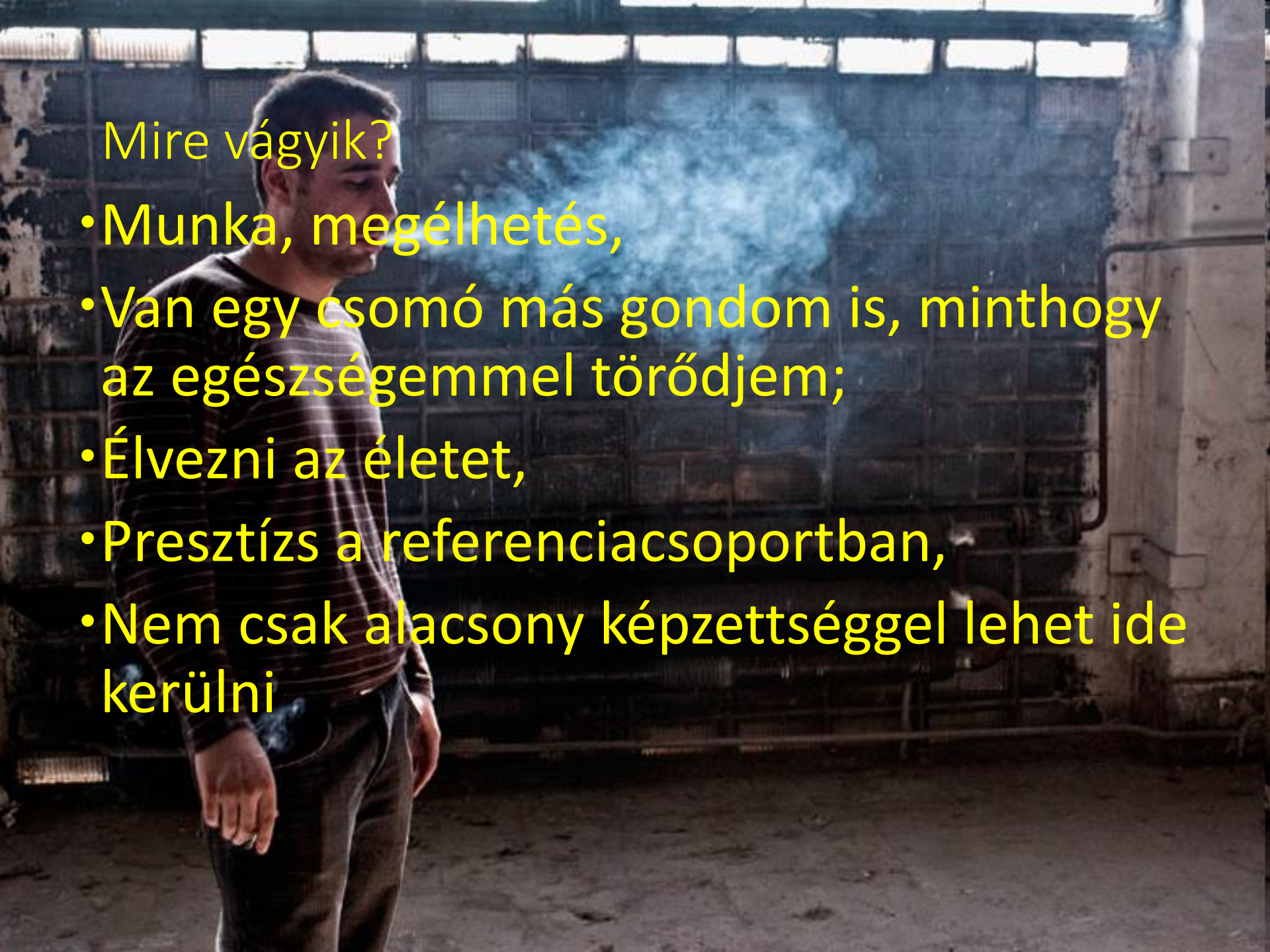
- Siker és elismertség;
- Külföldi példák
- Élményhabzsolás
- „Trendi” termékek;
- Különlegességek
- Termékekhez kapcsolódó szolgáltatások
- Gyorsan elkészíthető, egyszerű vagy különleges termékek

- Alacsony energiatartalom;
- Világkonyha;
- Sok idő a vendéglátóhelyeken;
- Sport, szabadidő;
- Presztízsfogyasztás;
- Internet;



A fiatal lúzer 20%



A man with short dark hair, wearing a dark and light brown striped long-sleeved shirt and dark jeans, stands in profile facing right. He is in a dark, industrial-looking space with a brick wall and a large window with multiple panes in the background. A plume of white smoke or steam rises from behind him, partially obscuring the wall. The floor is dark and reflective.

Mire vágyik?

- Munka, megélhetés,
- Van egy csomó más gondom is, minthogy az egészségemmel törődjem;
- Élvezni az életet,
- Presztízs a referenciacsoportban,
- Nem csak alacsony képzettséggel lehet ide kerülni

A vágytól a termékig...

- Tartozni valahová, és arra büszkének lenni;
- Nemzeti jelképek;
- Kistermelés támogatása;
- Lokálpatriotizmus;
- Egyszerű felirat, rövid, hatásos kommunikáció

Igényes konzervatív középosztály -8%

- Hagyományok, életminőség;
- Belülről irányított ember- morál és autonómia;
- Legalább az
élelmiszerfogyasztásban
maradjon meg a korábbi nivå;
- Patriotizmus



- Minőség;

- Patriotizmus;

- Etika;

- Magas hozzáadott érték;

- Tradíció;

- Lokális termékek;

- Igényes párbeszéd;
- Értéktörzés és hagyomány;
- Fogyasztás-értékkifejezés is.
- Internet



3. Merre tovább?

Tíz parancsolat

1. Végezz valódi, a tényleges vásárlási szituációt és a fogyasztó döntését a lehető legjobban megközelítő piackutatást!
2. Őrizkedj a kóklerektől!
3. Hogy fog eljutni a termékem a fogyasztóhoz?
4. Kerül a bonyolult és/vagy kiforratlan technológiákat!
5. Mindig készíts több alternatívát a beruházás-gazdaságossági számítások során!

5. Mindig kérdezd meg: eléggé ütésálló a projektem?
6. Fontosságának megfelelően kezeld a piac megszerzésének és használatának költségeit!
7. Mindig vedd figyelembe az időtényező kockázatát és a tanulási görbét!
8. A készletet is finanszírozni kell!
9. Minőségtanúsítás, nyomonkövetés
10. Legyél ott az info-kommunikációs világban!