

A HAZAI TANÚSÍTÓ VÉDJEGYEK FOGYASZTÓI MEGÍTÉLÉSE 2016-BAN, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A MAGYAR TERMÉK VÉDJEGYRE KIVONAT

DR. SZAKÁLY ZOLTÁN

Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar
Marketing és Kereskedelem Intézet



#DEGTK_marketing

A kutatás logikai kerete



Ismeret



Hitelesség

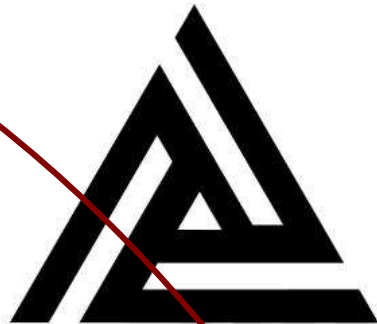


Motiváció a felár-fizetésre

Nézzük meg elsőként a spontán említéseket!



26,1%



kiváló áruk fóruma

5,4%



4,6%



4,2%



1,6%



0,4%

...de hogy néz ki a támogatott ismeret?

A magyar fogyasztók csak passzív ismeretekkel rendelkeznek a védjegyekről, ezért spontán kevesen tudják felidézni azokat, ha viszont látják, akkor a felismerési szint jelentősen javul.

Mennyire tartják hitelesnek a védjegyeket?

+17,7%



89,8%

+19,7%



89,7%

+14,5%



86,7%

+13,7%



83,6%

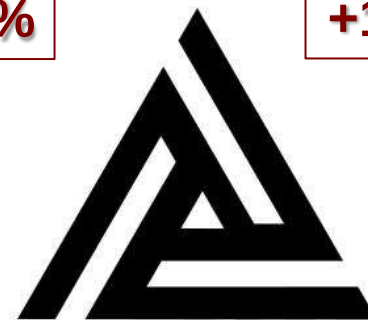
Hiteles, úgy, hogy nem tanúsít
kiválóságot

+17,9%



83,1%

+11,1%



kiváló áruk fóruma

81,9%

(Forrás: Szakály és munkatársai, 2015 és 2016.)

Hitelesség és felár-fizetési hajlandóság



73%



68%



66%

Biztos, hogy a védjegynek köszönhető?

Két tulajdonságában megegyező baromfihús közül hajlandó lenne-e a **magyar terméket** megvásárolni a **külföldivel szemben...**

...AZONOS FOGYASZTÓI ÁR esetén?



87%

...ha a magyar termék TÖBBE KERÜLNE?



67%



...ha a magyar termék TÖBBE KERÜLNE,
de a terméken VÉDJEGY TANÚSÍTANÁ
a magyar származást?



67%



0%



Magyar Termék védjegy



**Spontán ismerete
kiemelkedő**



**Támogatott ismerete
kiemelkedő**



Hitelessége magas



Kik keresik a védjegyet?



**Elsődleges élelmiszer-
beszerzők**



**Magasabb iskolai
végzettségűek**



**Egészség- és
környezettudatos nők**



**Magyar termékek iránti
elkötelezettség**

(Forrás: Szakály és munkatársai, 2016.)