

Aktuális védjegyismereti adatok

Prof. Dr. Szakály Zoltán - Dr. Soós Mihály
Debreceni Egyetem, GTK,
Marketing és Kereskedelem Intézet

Magyar Termék Tavaszi Szakmai Nap

**Budapest, Danubius Hotel Helia
2015. május 6.**



Az alapkoncepció

Túl sok védjegy és termékmegjelölés van a hazai élelmiszerpiacon



Ez az állapot a fogyasztók körében zavart, bizonytalanságot és bizalmatlanságot vált ki



A védjeggyel ellátott termékek keresettsége és vásárlási hajlandósága alacsony



ANYAG ÉS MÓDSZER

A kutatási terv felépítése



Ennek tisztázására
**országos fogyasztói
felméréseket** indítottunk
2009 és 2015-ben.



Címkéken keresett
információk

Védjegyek ↓ Jelölések



Az információk
fontossága

Bizalom ↓ Bizalom



Célkitűzésünk a minőség- és
eredetjelölésekkel
kapcsolatos fogyasztói
preferenciák megismerése
volt.



Spontán és támo-
gatott ismeret



Felárfizetési
hajlandóság



(A kutatás az INNOTÁRS és a TÁMOP támogatásával 2009 és 2015-ben készült.)

Tekintetkövetés





EREDMÉNYEK

Milyen információkat keres a fogyasztó?



Fogyasztói ár (80,5%)



Minőség-megőrzési idő (78,9%)

A termék neve (77,2%)



Védjegyek, jelölések?
(34,8%)



(Forrás: Szakály és munkatársai, 2009 és 2015.)

Mennyire fontosak az információk?



Minőség-megőrzési idő (80,5%)



Fogyasztói ár (77,3%)



Származási hely (57,0%)

**Védjegyek, jelölések?
(46,6%)**



(Forrás: Szakály és munkatársai, 2009 és 2015.)

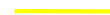
Tekintetkövetés



Férfi



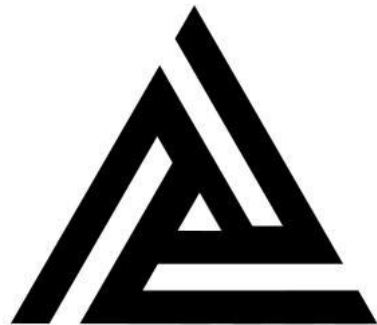
Nő



Nézzük meg elsőként a spontán említéseket!



34,0%



kiváló áruk fóruma

5,6%



2,8%



2,0%



1,0%



0,9%

(Forrás: Szakály és munkatársai, 2009 és 2015.)

...de hogy néz ki a támogatott ismeret?



90,7%



64,3%



kiváló áruk fóruma

60,0%



56,0%



36,5%



27,3%

(Forrás: Szakály és munkatársai, 2009 és 2015.)

Egyre többen állunk a magyar élelmiszerek mellé...

Két tulajdonságában megegyező élelmiszer* közül hajlandó lenne-e a **magyar élelmiszert** megvásárolni **a külföldivel szemben...**

...AZONOS FOGYASZTÓI ÁR esetén?

2009-ben 77%

92%

...ha a magyar termék TÖBBE KERÜLNE?

2009-ben 25%

50%

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

2009-ben 31%

52%

Ez a
probléma!

2%



(* 2015-ben „baromfitermék” szerepelt a kérdőívben.)

(Forrás: Szakály et al., 2009 és 2015,)

Hogyan hat ez a felárfizetési hajlandóságra?



44,0%



40,3%



38,9%



38,6%



36,8%



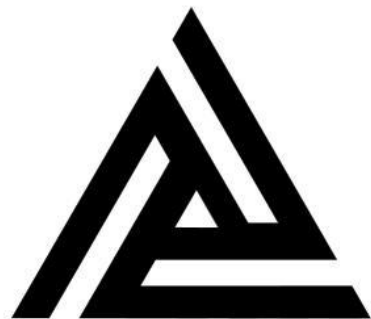
34,5%

(Forrás: Szakály és munkatársai, 2009 és 2015.)

Védjegyek hitelessége



4,13



kiváló áruk fóruma

4,13



4,09



4,09



4,08



4,08

(Forrás: Szakály és munkatársai, 2009 és 2015.)

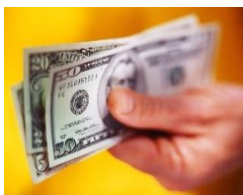
Hogyan állnak a védjegyek?



A védjegyek fontosak



Rásegítéssel felismerik



Magasabb felár-fizetési hajlandóság, de jellemzően a termékért



Ismeret nem kielégítő, kivéve a Magyar termék védjegy



Alacsony spontán ismeret

Hitelesség 4,0 feletti

Mit jelentenek az eredmények?



Bizalom



Információ



Vásárlási hajlandóság

(Forrás: Szakály és munkatársai, 2009 és 2015.)



Mi a feladat?



Integrált védjegy-stratégia

Magas védjegy-érték

Marketingstratégia

Információ



Bizalom fejlesztése

Érzelem



Tudatosítás

Orientáció



Motiváció a vásárlásra

Stratégiai célkitűzések

(Forrás: Szakály és munkatársai, 2009 és 2015.)

Köszönöm a megtisztelő figyelmet!



szakaly.zoltan@econ.unideb.hu
soos.mihaly@econ.unideb.hu

