

WP4: Élelmiszer- fogyasztói magatartás

Dr Betty Chang

Camila Massri

Prof Dr Sophie Hieke

Előadja: dr. Szente
Viktória, Kislépték



2020. szeptember 22.
Zalaszentlászló



Horizon 2020
European Union Funding
for Research & Innovation

The SMARTCHAIN project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No. 773785

Cél: Mi alapján dönt a fogyasztó a különböző ellátási láncokban történő vásárlásról?

1. Szakértői interjúk (DE, HU, NL, CH, ES, EL, EU, Ghent)
2. Fogyasztói fókuszcsoportok (DE, HU, ES, EL): rural vs. urban
3. Fogyasztói kérdőív (2020. szeptember) (DE, HU, ES, EL)

Vélemények a REL-ről



Kisléptékű gazdálkodás



- „Ökobb”
- Természetesebb
- Kevésbé erőforrás intenzív (de miért kerül mégis többbe?)
- Lassabb
- Alacsonyabbak a hozamok (ezért kerül többbe)

Fogyasztók felé kommunikálni kell, hogy a termelési mód és a költségek között milyen összefüggés van

Mit szeretnének a fogyasztók?



A fogyasztó széles választékot akar egy helyen

Szupermarket



Termelői piac



Termelői bolt



Szövetkezetek



Online



Házhozszállítás, pick-up



Preferált vásárlási helyek

Miért kedvelik a fogyasztók a REL-t?



**Helyi
közösségek
támogatása!!!**



Horizon 2020
European Union Funding
for Research & Innovation

The SMARTCHAIN project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No. 773785

Mit szeretnének tudni a fogyasztók?

- ***Termelési folyamatot megismerni*** gazdaságok személyes látogatása vagy videók formájában weblapon vagy facebook oldalon
- Termékelőnyöket megismerni – pl. egészségre gyakorolt hatás, környezetvédelmi szempontok, helyi gazdaság támogatása
- Ha egy termelő értékesít a hosszú és a rövid láncon keresztül is, melyik esetben mennyi nyeresége lesz?
- Kapcsolatépítés fontos – pl. online kommunikáció

Kik a REL termékek vásárlói?



Középosztálybeli családok kisgyerek(ek)kel



Szeniorok (nyugdíjasok)



Fogyasztói elemzés Google Analytics módszerrel

“Úgy gondoltam, hogy a vásárlóim, idős, tehetős emberek, míg a Google Analytics használatával kiderült, hogy fiatal férfiak.”

- *Holland húsmarha-tartó*

Google Analytics egy honlaphoz kapcsolható ingyenes szoftver, amely az oldal látogatóiról ad információt:

- Hányan keresik? ,Mit keresnek? Meddig maradnak? Melyik lapokat nézik?
- Információ a korukról, neműkről, érdeklődési területükről, helyükről és a használt eszköz típusáról
- Honnan kerültek az oldalra?

Összefoglalás

1. A fogyasztók egészségi és környezeti előnyeit miatt vásárolják a RÉL termékeket, fontosnak vélik a helyi közösség és hagyományok támogatását.
2. A fő fogyasztói csoportok a középosztálybeli, kisgyerekes családok és az idősebbek.
3. Nehéz beszerezhetőség és az ár a fő korlátja a helyi termékek vásárlásának.
4. A „kényelmetlenség” megelőzhető a RÉL termékek koncentrált értékesítésével.
5. Tudatosítani kell a fogyasztók számára a termék előállításának folyamatát és költségeit, a RÉL termékek előnyeit a környezetre és a helyi közösségekre és a termelőkre vonatkozóan.
6. A piackutatás 2 fő módszere a vásárlókkal való közvetlen kommunikáció és a Google Analytics.



A munkacsomagban együttműködő partnerek



Daar neem je kennis van!



UNIVERSITY
OF CRETE

 **Agroscope**



UNIVERSITY OF
HOHENHEIM



Campden BRI 
food and drink innovation



in 2020
European Union Funding
for Research & Innovation

The SMARTCHAIN project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No. 773785

Köszönöm a figyelmet!

betty.chang@eufic.org

