

Tojás fogyasztói szokások

Dr. Szakály Zoltán

Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar,
Marketing és Kereskedelem Intézet

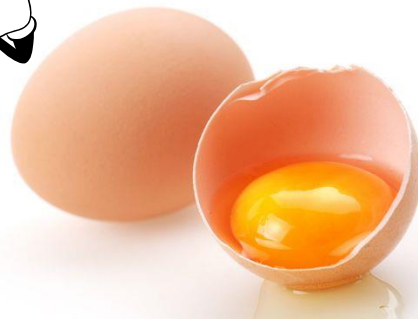
Tojás Világnapi Szakmai Konferencia

Három Gúnár Rendezvényház
Kecskemét, 2015. október 9.



Háromlépcsős marketingkutatás

Fogyasztói és vásárlói magatartás



Baromfihúsok

Étkezési tojás

Védjegyek

**Fókusz-
csoportok**

2014 ősz

**Kérdőíves
megkérdezés**

2015 február

**Fókusz-
csoport**

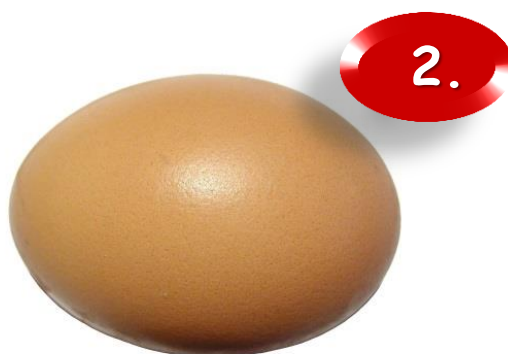
2015 április



...de mit tudunk a TOJÁSRÓL?

Az egyik legkedveltebb élelmiszer...

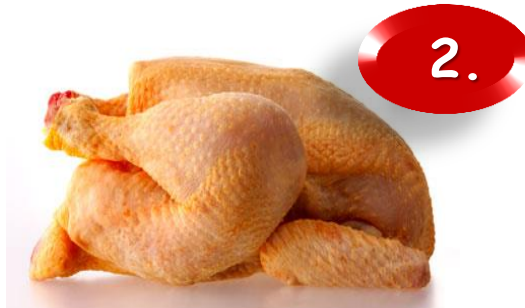
Okok	Kedveltségi arány, %	Átlagérték 1-5 skálán
Csirkehús	91,9	4,55
Étkezési tojás	90,3	4,52
Sertéshús	77,8	4,15



(Forrás: Szakály és munkatársai, 2015.)

A leggyakrabban fogyasztott...

Okok	Napi fogyasztók aránya, %	Hetente gyakran fogyasztók aránya, %
Étkezési tojás	18,8	60,0
Csirkehús	5,6	37,3
Pulykahús	1,7	5,2

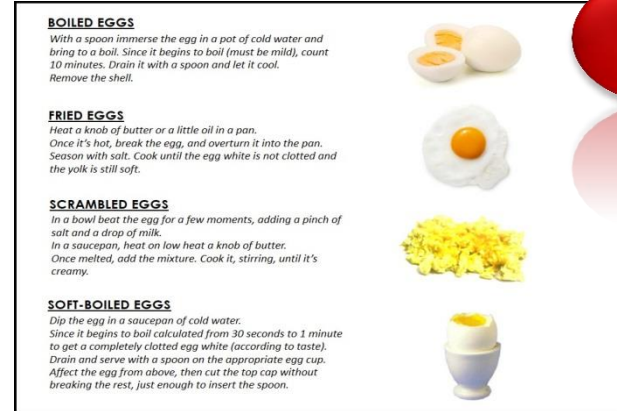


Mivel indokolható ez a jó pozíció?



1

„A tojás finom és ízletes”



2

„Sokoldalúan felhasználható”

„A tojás
tápláló és
egészséges”

what's so **healthy** about **eggs**?



healthylivinghowto.com

3

„A tojás a
tökéletes
táplálék”

(Forrás: Szakály és munkatársai, 2015.)

Nem mindegy honnan származik a tojás...



A megkérdezettek **78%-a** szerint a boltban kapható étkezési tojásra az **iparszerű tartásmód jellemző.**



A válaszadók **52%-a** gondolja úgy az étkezési tojás termelésre az **embertelen tartásmód jellemző.**



A fogyasztók **42-44%-a** gondolja úgy, hogy a bolti étkezési tojás **antibiotikumokkal és hozamfokozóval** kezelt állatoktól származik.

A photograph of a brown hen sitting on a nest made of straw. Several brown eggs are visible in the foreground, in front of the hen. The background is dark and shows some wooden posts.

Erős a „háztáji” imázs

A piac és a termelő

„A tojás az egészséges életmód része”

Ha a fogyasztó a tojásra gondol, akkor...

...egy fiatal, tudatosan élő és sportos életmódot folytató női kép jelent meg.



3



2



1



1

Ez lehet a tojás új pozíciója

(Forrás: Szakály és munkatársai, 2015.)

A tojás energia- és tápanyag-sűrűsége a napi ajánlott bevitel %-ában kifejezve 100 g-ra vetítve

Fehérje
22,5%

Vitaminok:

A 29,2%

D 36,0%

E 10,0%

B2 13,8%

B12 92,8%

Energia
6,4%

Elemek:

Ca 5,7%

P 42,7%

K 3,4%

Fe 13,9%

Zn 10,5%

Tápanyag-sűrűség

A tojáshinta



Funkcionális élelmiszer

(Forrás: Bíró és Lindner alapján saját számítás, 2015.)

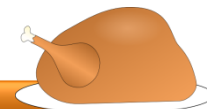
Termékek és társadalmi értékek

Csirkehús



- **Egészség**
- Fittség
- Hazaszeretet
- Család
- Élmény

Pulykahús



- **Egészség**
- Fittség
- Hazaszeretet

Közös kommunikáció

Étkezési tojás



- **Kényelem**
- **Fittség**
- Hazaszeretet
- Az evés öröme
- **Élmény**

Időkímélés és gyorsaság

Élményorientáció

Egészségtudatosság



Hogyan alakul a magyar tojás preferenciája?

Két tulajdonságában megegyező baromfikészítmény közül hajlandó lenne-e a **magyart** megvásárolni **az importtal szemben**...

...AZONOS FOGYASZTÓI ÁR esetén?



92%

...ha a magyar termék TÖBBE KERÜLNE?



50%

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



43%

Ez a
probléma!



-7%





...de mi a baj a VÉDJECCGYEL?

A „Koronás tojás” védjegy ismertsége



Spontán ismeret

Támogatott ismeret



1,0%

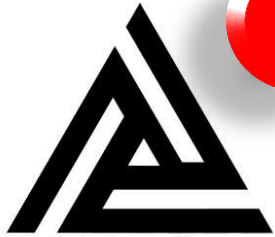
Ismertségi rés

36,5%



(Forrás: Szakály és munkatársai, 2015.)

A „Koronás tojás” védjegy a leghitelesebb



kiváló áruk fóruma

2



75%



7



3



6



4



5



(Forrás: Szakály és munkatársai, 2015.)

A védjegyről másra asszociálnak...

Nem utal a
minőségre

minőség



Nem utal a
származásra

származás

A korona, mint
magyar szimbólum

A koronát tudatosan össze kell kapcsolni a kiváló
minőséggel és a magyar származással.

(Forrás: Szakály és munkatársai, 2015.)



...mi a helyzet a MÁRKÁKKAL?

A spontán ismeret kedvezőbb...



12,2%



6,8%



5,3%



5,0%



2,2%



1,6%

A támogatott ismeret lényegesen jobb...



62,3%



56,9%



49,8%



37,0%



27,9%



14,8%

Hogyan is áll a tojás?



A fogyasztók kedvelik

A védjegy hiteles



A márkák differenciáltak



Fogyasztói tévhit

Pozicionálás hiánya

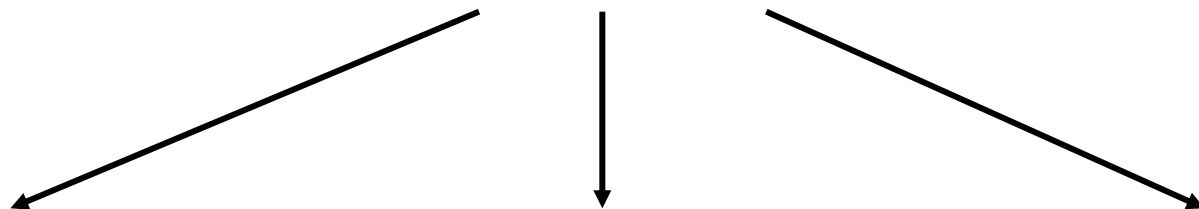


Alacsony spontán ismeret



A védjegy és a
minőség/származás
kapcsolat gyenge

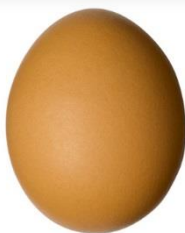
Marketingstratégia



Információ

Érzelem

Orientáció



Új pozíció kialakítása

Minőségi és magyar

Motiváció a vásárlásra

Javul a tojás piaci pozíciója

**„...a természet nem végzett
egyetemet, és neki nincs
orvosi diplomája...”
(Karinthy Frigyes)**



Köszönöm a megtisztelő figyelmet!