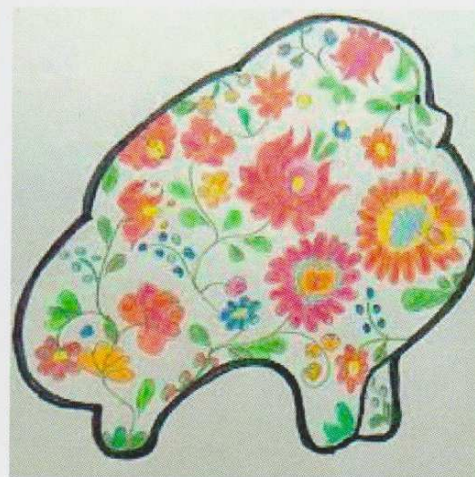




MTT 1966

**MAGYAR TÁPLÁLKOZÁSTUDOMÁNYI TÁRSASÁG
XLIII. VÁNDORGYŰLÉSE
PROGRAM FÜZET ÉS AZ ELŐADÁSOK ÖSSZEFOGLALÓI**



Mezőkövesd, Zsóryfürdő

2018. október 4 - 6.

Felelős kiadó: Magyar Táplálkozástudományi Társaság elnöke
www.mttt.hu

Budapest, Szentkirályi u. 14.

Szerkesztők: Biró Lajos, Gelencsér Éva, Lugasi Andrea, Rurik Imre

ISBN 978-615-5606-06-09

A Vándorgyűlés helyszíne:

Balneo Hotel Zsóri Thermal & Wellness <https://balneo.accenthotels.com/hu>

3400 Mezőkövesd, Fülemlüle út 2.

A VÉDJEGYEKKEL KAPCSOLATOS FOGYASZTÓI ATTITÚD ÉS AZ ÉLETSTÍLUSJEGYEK KAPCSOLATA

Dr. Kiss Marietta, Kovács Bence, Prof. Dr. Szakály Zoltán, Dr. Kontor Enikő
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Kereskedelem Intézet

A kutatás célja: Kutatásunk középpontjában az élelmiszer-védjegyek fogyasztói magatartást befolyásoló szerepe áll. A kutatás elsődleges célkitűzése a tágabb témakörön belül, hogy feltárja, milyen kapcsolat áll fenn aközött, hogy a fogyasztók mennyire érzik hitelesnek a védjegyeket, illetve mennyire tartják fontosnak az információk feltüntetését a termék csomagolásán, valamint a fogyasztók ezek alapján kialakuló, védjegyekre irányuló attitűdje között. Moderátor változóként különböző életstílusjegyek hatását is vizsgáljuk a három fent említett tényezőre (hitelesség, fontosság, attitűd).

Anyag és módszer: A primer kutatás alapját egy 2016-ban lebonyolított, 505 fős országos, reprezentatív fogyasztói megkérdezés szolgáltatja. A kérdőív 11, a védjegyek minőségbiztosíték-szerepével kapcsolatos (hitelesség), 3, a termék csomagolásán szereplő információk fontosságára vonatkozó, 5, a védjegyekkel kapcsolatos fogyasztói attitűdre irányuló és 24 fogyasztói életstílus-állítást tartalmaz. A vizsgálatban az életstílusjegyeket faktorelemzéssel tárjuk fel. A látens változók (a védjegyek hitelessége, a csomagoláson szereplő információk fontossága, védjegyekkel szembeni attitűd, valamint az életstílus) közötti kapcsolatokat strukturális egyenlet modellezéssel (SEM) vizsgáljuk.

Eredmények: Eredményeink szerint a védjegyek hitelessége, a termékcsomagoláson feltüntetett információk fontossága és a védjegyekkel kapcsolatos fogyasztói attitűd közepesen erős ($0,57 < \beta < 0,69$), szignifikáns ($p < 0,001$ minden esetben) pozitív kölcsönös kapcsolatban áll egymással. Az életstílus-állítások alapján öt életstílusjegyet sikerült azonosítani (bizonytalan, trendkövető, hűség és minőségorientált, takarékos, feladatorientált), azonban közülük csupán kettő (trendkövető, hűség és minőségorientált) áll szignifikáns ($p < 0,001$ minden esetben), közepesen erős ($0,28 < \beta < 0,59$) kapcsolatban (mely pozitív irányú) mind a védjegyek hitelességével, mind a csomagoláson feltüntetett információk fontosságával, mind pedig a fogyasztók védjegyekkel kapcsolatos attitűdjével.

Következtetések: A fogyasztók védjegyekre vonatkozó attitűdje vizsgálataink szerint jelentős mértékben pozitív irányban összefügg a védjegyek hitelességével és a csomagoláson feltüntetett információ vélt fontosságával. Azaz a fogyasztók minél inkább a minőség biztosítékaként tekintenek a védjegyekre, illetve minél inkább igénylik az információk csomagoláson való feltüntetését, várhatóan annál pozitívabb attitűdöt mutatnak a védjegyek irányába. Ebből következően erősíteni szükséges a védjegyek minőségjelző imázsát, illetve a termékválasztás során mutatott fogyasztói tudatosságot. Várakozásainknak megfelelően a fentebb vázolt összefüggés azonban nem a teljes mintára érvényes, csupán azokra, akik odafigyelnek a vásárlásra, szeretnek vásárolni, egyértelmű preferenciákkal rendelkeznek a megvásárolandó termékekkel kapcsolatban, melyek szerint nem az alacsony ár a döntő tényező a számukra, hanem inkább a minőség, a lojalitás és a trendkövetés.

Köszönetnyilvánítás: Az absztrakt és a prezentáció elkészítését az EFOP-3.6.2-16-2017-00001 azonosító számú, Komplex vidékgazdasági és fenntarthatósági fejlesztések kutatása, szolgáltatási hálózatának kidolgozása a Kárpát-medencében című projekt támogatta.

Levelező szerző e-mail címe: kiss.marietta@econ.unideb.hu