



MISKOLCI
EGYETEM
UNIVERSITY OF MISKOLC

„Társadalmi Innovációk generálása
Borsod-Abaúj-Zemplén megyében”
TÁMOP-4.2.1.D-15/1/KONV-2015-0009



„MÉRLEG ÉS KIHÍVÁSOK” IX. NEMZETKÖZI TUDOMÁNYOS KONFERENCIA

TERMÉKEK ÉS SZOLGÁLTATÁSOK PIACI POTENCIÁLJÁNAK
KOMPLEX VIZSGÁLATI MODELLJE – A CSEREHÁTI TÉRSÉG ESETE

Piskóti István - Molnár László - Gulyásné Kerekes Rita -
Nagy Szabolcs - Karajz Sándor - Bartha Zoltán - Kis-
Orloczki Mónika

2015. október 15-
16.

T-M-DELL
MISKOLCI EGYETEM

SZÉCHENYI 2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

CÉLOK

- 1. Módszertan kidolgozása:** komplex elemzési modell kidolgozása egy adott térség számára meghatározó jelentőségű termékek és szolgáltatások körének meghatározására, s azok piacképességének, piaci potenciáljának vizsgálatára
- 2. Empirikus kutatás:** Cserehát példáján alkalmaztuk a modellünk egyes elemeit

KUTATÁSI KÉRDÉSEK

- Hogyan, milyen tényezők vizsgálatával, értékelésével határozhatóak meg egy térség fejlesztésének, versenyképessége növelésének kívánatos gazdasági súlypontjai és azt reprezentáló termékei, szolgáltatásai?
- Milyen módszertan segítheti az adott „helyi” termékek és szolgáltatások piac-képességének vizsgálatát?
- Hogyan valósíthatóak meg ezen elemzések a Cserehát térségében?
- Hogyan és mely piacok célozhatók meg?
- Milyen esélyekkel és módszerekkel vihetők piacra a kiválasztott termékek, tevékenységek?

ALKALMAZOTT MÓDSZEREK

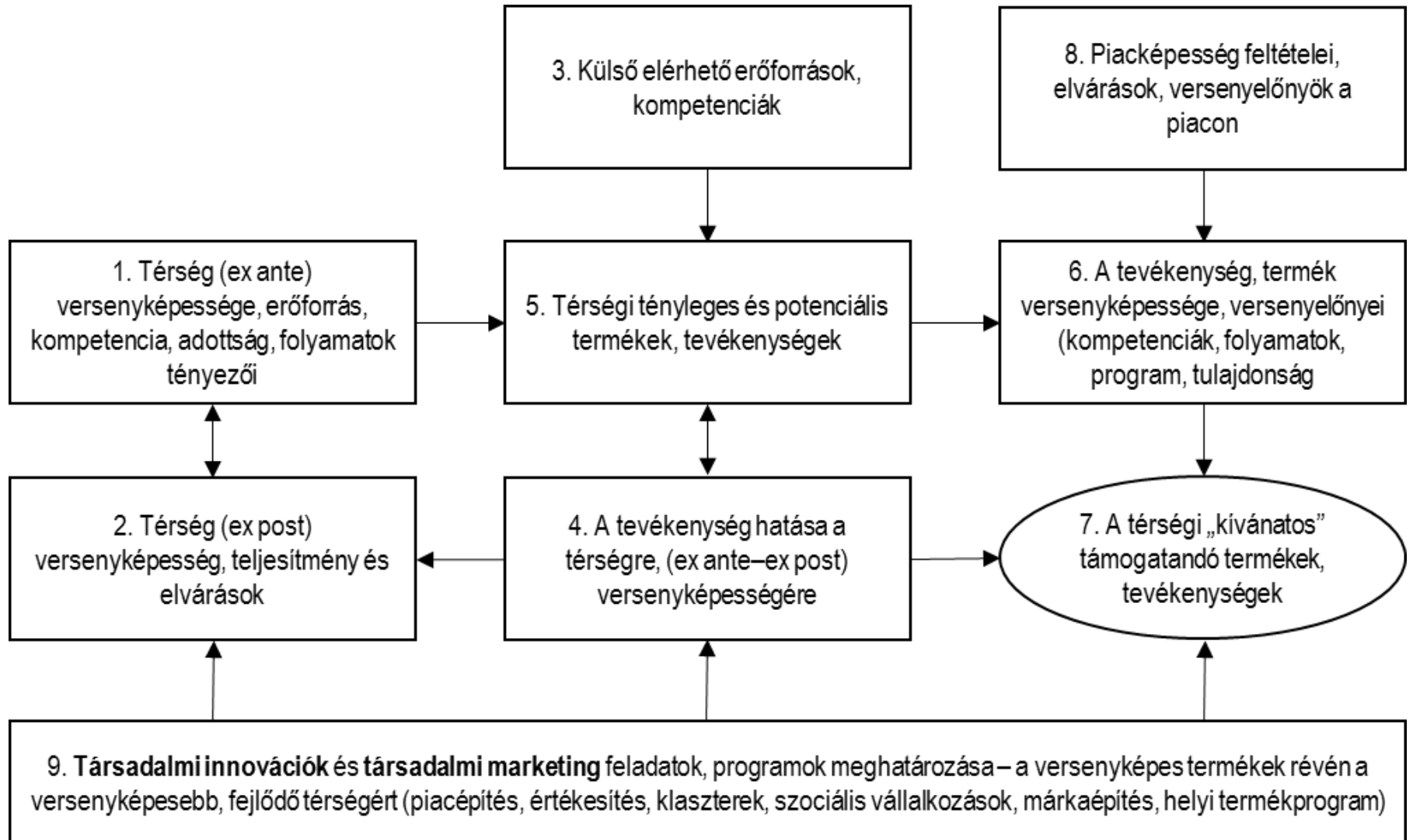
- Szakirodalom elemzés
- Modellalkotás
- Kvalitatív kutatás
 - Szakértői interjúk: **kínálati oldal vizsgálata (termelők, kereskedők)**
 - Fókuszcsoportos interjúk: **keresleti oldal vizsgálata (fogyasztók)**

TÉRSÉGI VERSENYKÉPESSÉG

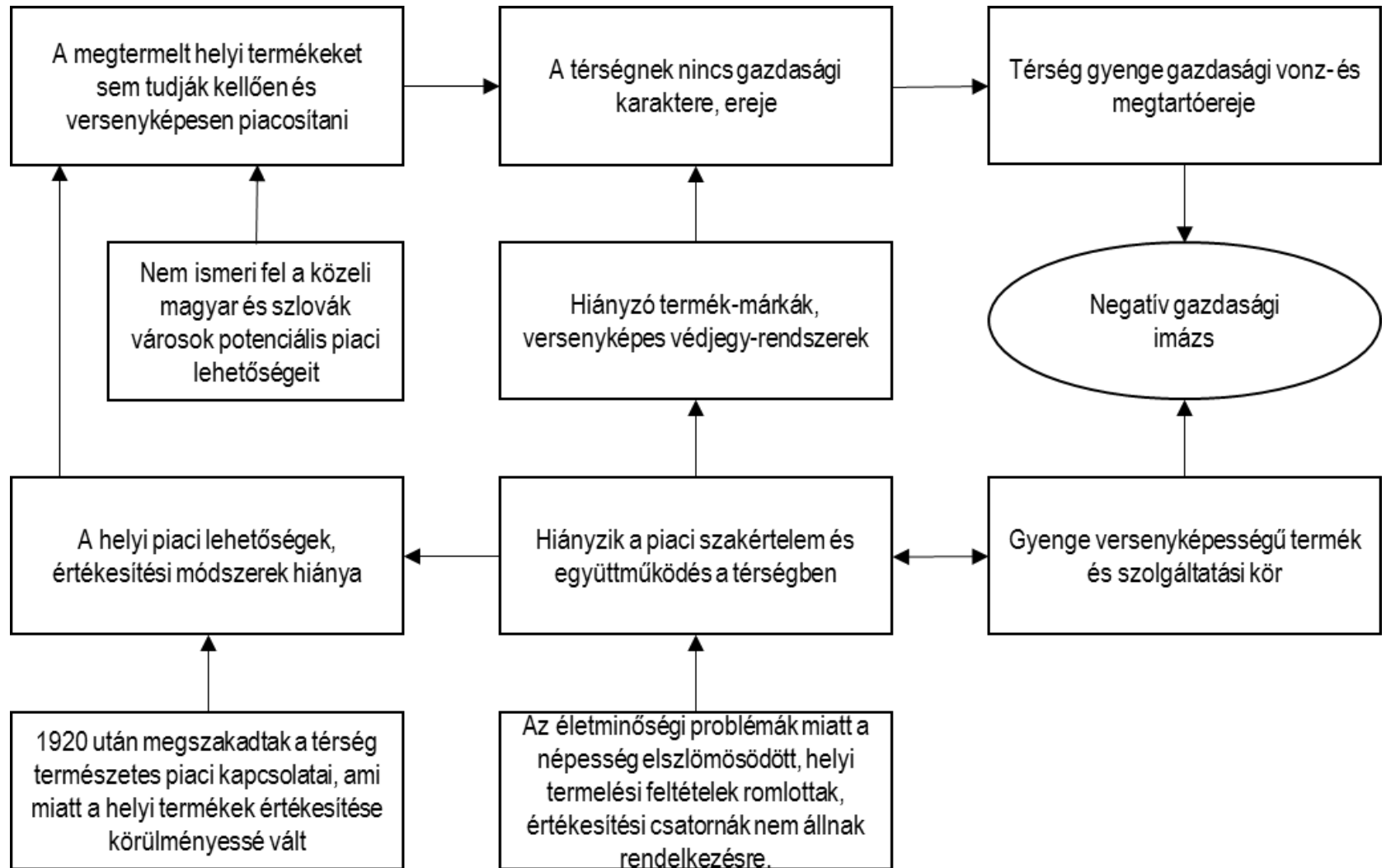
- Porter-féle öttényezős modell
- Porter-féle marketingorientált szemlélet (gyémánt modell)
- Az öttényezős és a gyémánt modell integrálása
- Török-féle átfogó versenyképesség
- Horváth-féle regionális versenyképesség
- Rechnitzer-féle versenyképességi mutatók
- EU-féle egységes versenyképességi fogalom (EU versenyképességi piramis)
- Lengyel piramismodellje
- További mikroökonómiai felfogások (vállalatok, iparágak versenyképessége)
- A makroökonómiai felfogások (régiók, városok, országok versenyképessége)

>>> Több irányból megközelíthető a fogalom: ex ante és ex post versenyképességi dimenziók együttes figyelembe vétele javasolt

MODELL KONCEPCIÓ



TÉRSÉGI ADAPTÁCIÓ – PROBLÉMA FA



- **Fókuszcsoportos interjúk**
 - Potenciális helyi fogyasztók
 - Potenciális nagyvárosi fogyasztók
- **Szakértői mélyinterjúk**
 - Zöldség-gyümölcs termelő
 - Tejtermék előállító
 - Méhész
 - Szőlő- és bortermelő
 - Húsipari termékek gyártója
 - Házi tojás termelő
 - Piac üzemeltetőt

NÉHÁNY MEGÁLLAPÍTÁS

- Sok esetben preferált a helyi termékek vásárlása, elégedettek a minőséggel, de sok esetben kényelmesebb a multi
- Nem jellemző az együttműködés a termelők között, de nem zárkoznak el tőle: „*csereháti csemegék*”
- Éttermek, borházak is szívesen vásárolnak helyi termékeket (divat), de nem hajlandóak többet fizetni érte, vagy csak „*szólamkét alkalmazzák*”
- A termelők nem mindig tudják kiszolgálni teljes körűen a vevőket, de nagy gondot nem csinálnak belőle
- A helyi termékeknek jobb a minősége, de drágábbak is

NÉHÁNY MEGÁLLAPÍTÁS

- A termelők körében nincs tudatos marketingkommunikáció, legfeljebb költségkímélő megoldásokhoz nyúlnak, esetleg közösségi média
- A személyes eladás, kapcsolat, kommunikáció kiemelkedő fontossággal bír
- A vevők szívesen fogadják a helyi termelők együttes megjelenéseit (helyi piac, termelői nap, bio piac, stb.)

KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

- A probléma megoldásának a kulcsa: **a kooperáció, földrajzi és szakterületi együttműködések, hálózatok, klaszterek és stratégiai szövetségek kialakítása**
- Nem csak belső, hanem egy tudatos, sokszereplős külső partnerségek kellene hozzá, különösen a szakmai szövetségek, civil kezdeményezések

TI KEZDEMÉNYEZÉSEK CÉLJAI

- *Egyrészt* módszertani válaszok kidolgozása:
 - **Termelési és értékesítési tapasztalatátadás**, jó gyakorlatok megismertetése, amelyek az érintettek bevonásával segítik felismerni azokat a meglévő, de elfeledett, vagy kihasználatlan erőforrásokat és lehetőségeket, melyek helyben rendelkezésre állnak
 - A helyben rendelkezésre álló ipari, kézműipari, mezőgazdasági, erdőkiélési és erre alapozható elsődleges élelmiszer-feldolgozási **erőforrások szisztematikusan feltárása**
 - Kívánatos lenne ezeket az erőforrásokat a **külső erőforrásokkal összekapcsolni és a hálózatosodást elősegíteni** (csereháti települések és a Miskolci Egyetem különböző szervezeti egységeinek támogatásával), a marketing- és értékesítési lehetőségek bemutatásával.

TI KEZDEMÉNYEZÉSEK CÉLJAI

- *Másrészt az együttműködés felállítása, kialakítása mellett*
 - Konkrét **termékfejlesztési ötletek**, folyamatok
 - Azt támogató **márkaépítés, védjegyrendszer**
 - Ezekre épülő gazdasági imázst erősítő **kommunikációs-PR tevékenység** kialakítása, megvalósítása
- SZAKMAI FELADATOK
- TOVÁBBI PROGRAMLEHETŐSÉGEK
- VÁRHATÓ EREDMÉNYEK HATÁSOK

**Köszönöm megtisztelő
figyelmüket!**