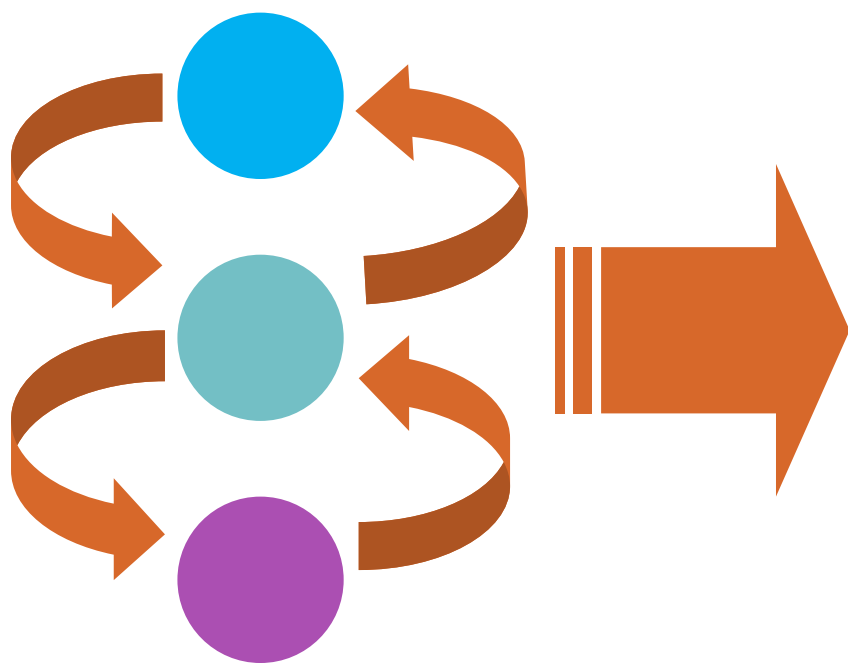




# A hagyományos élelmiszer-előállító láncok működése és piacra jutása innovatív stratégiái

Dr. Sebők András  
Campden & Chorleywood Mo. Kht.



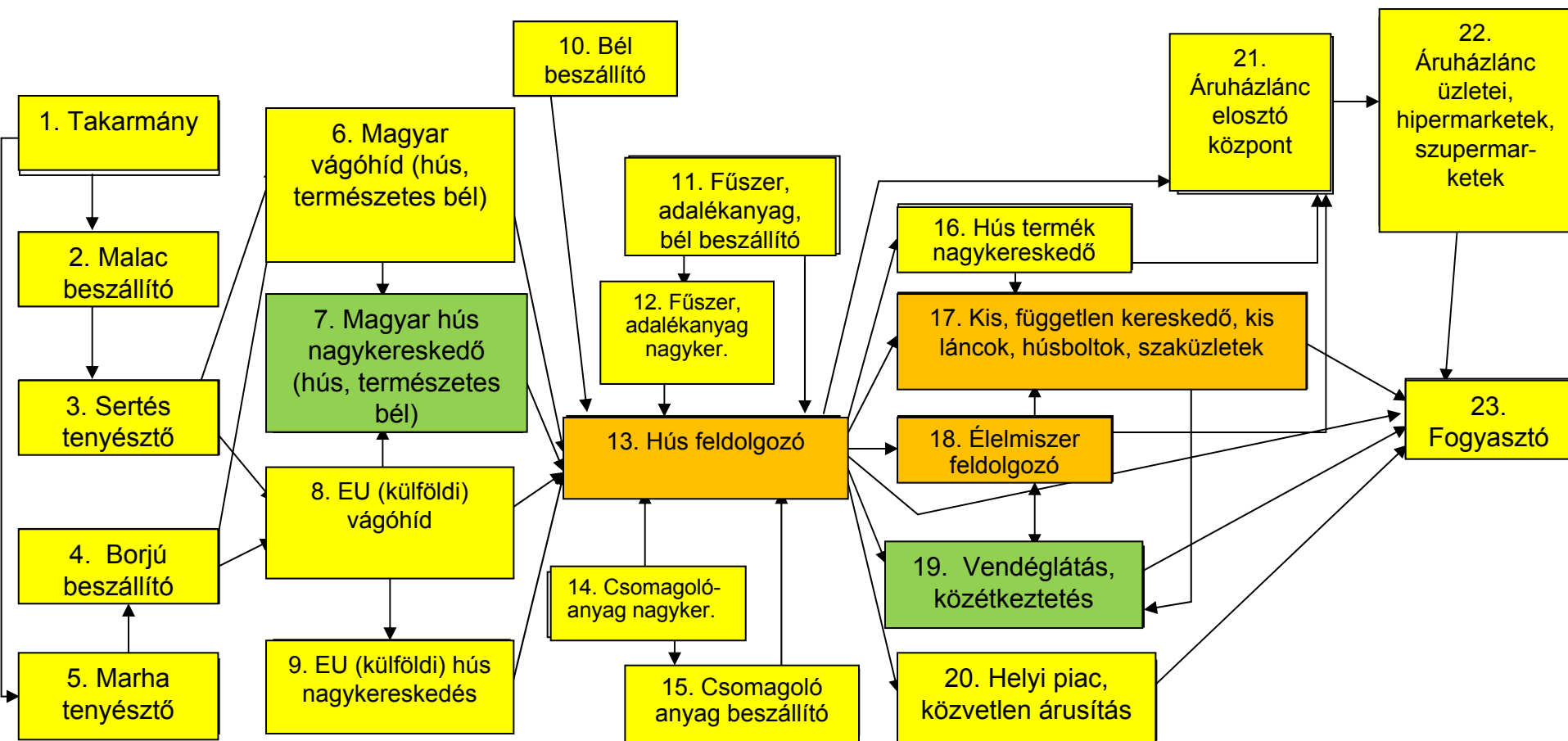


- **Lánc:**

Két vagy több szervezet együttese, amelyek közvetlenül részt vesznek a termékek, szolgáltatások, pénzügyi eszközök, információ és/vagy tudás felfelé vagy lefelé történő áramlásában egy kiindulási forrásból a vevő felé.

(Mentzer et al) 2001

# A magyar füstölt szárazkolbász ellátási lánc



# Lánc menedzsment – különböző lánc definíciók

- **Lánc menedzsment:** a többszörös kapcsolatok (amelyek a termék, szolgáltatás, pénzeszköz, információ és/vagy tudás áramlásokat kísérik) menedzselése – amely az **erőforrások, a szakértelem és a képességek** harmonizálására irányul az egész élelmiszerlánc mentén, annak érdekében, hogy **magasabb hozzáadott értéket** szolgáltatasson a láncon belüli kapcsolatok **minőségének** javításával

# Hagyományos élelmiszer előállítók

- Többségében kis- és közepes méretű vállalkozások
- A piacra jutás, a sikeres szereplés nehézségei a globális piacon;
  - Ma már nem egyes vállalatok, hanem élelmiszer ellátási láncok versenyeznek
  - A kiskereskedelmi hálózatok meghatározó piaci részesedése
  - Önmagában a jó termék nem elegendő a sikeres piaci szerepléshez

# TRUEFOOD – Tökéletesített ellátási lánc és marketing menedzsment munkacsomag (WP5)

- Mit tehetnek az élelmiszer-feldolgozó KKV-k a jobb piacra jutás érdekében?
- Az akadályok és siker tényezők megállapítása
- A sikeres megoldások példáinak adaptálása
- Innováció – a terméknel(?), folyamatnál(?) csomagolásnál, a marketing tevékenységben és a forgalmazásban
- A marketing menedzsment és ellátási lánc menedzsment képességek fejlesztése
- Innovatív lánc stratégiák
- Innovatív forgalmazási stratégiák

# Jellemző akadályok és sikertényezők (1)

- Felmérés: 7 hagyományos termékpálya
  - magyar: természetes érlelésű szárazáru, feldolgozott zöldpaprika, sütőipari termékek
  - belga: sajt, sör
  - olasz: sajt, hagyományos sonka
- Irodalomkutatás, fókuszcsoport
- Mennyiségi felmérés 91 élelmiszerlánc, 271 vállalkozás

## (2)

### Akadályozó tényezők:

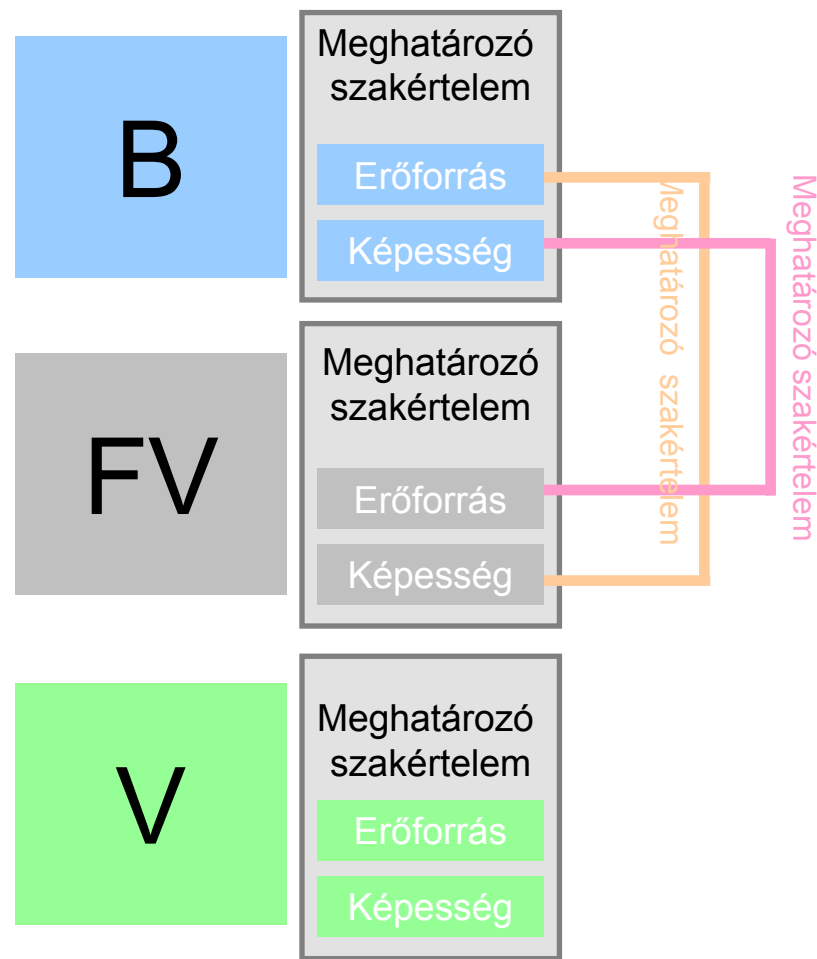
- A bizalom hiánya
  - az innováció megtérülése
  - a lánc partnerek
  - a társak
- Korlátozott erőforrások
  - pénz
  - képzett szakember
  - termelési kapacitás
  - eszközök
- Hiányos tudás
  - marketing menedzsment
  - lánc menedzsment
  - projekt és pénzügyi menedzsment
  - speciális szakértelem

# Jellemző sikertényezők

- Minőségi szemlélet
  - Megkülönböztethető, különleges minőség
- Együttműködés az erőforrások használatában
  - Közös üzem, gépek
- Hálózatépítés
  - Információcsere
  - Közös gondolkodás
  - Közös stratégia
- Kollektív tevékenységek
  - Kollektív marketing
  - Kollektív piackutatás
  - Kollektív értékesítés
  - Kollektív kutatás
  - Kollektív oktatás

# Az erőforrások, képességek és meghatározó szakértelem kombinálása

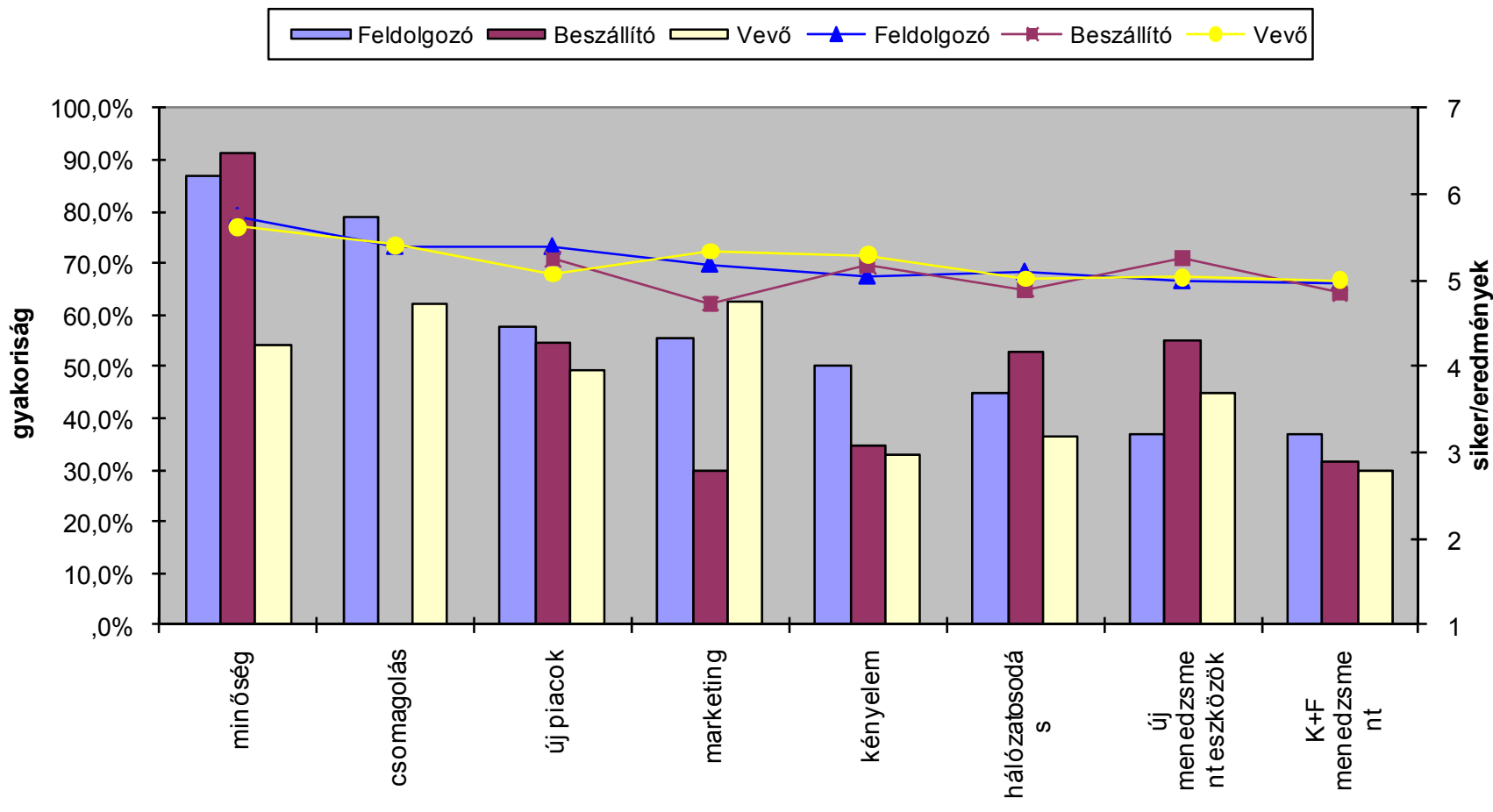
- A lánc tagjai / határterületei kombinálhatják egyes erőforrásaikat és képességeiket egy közös versenyelőny (meghatározó szakértelem) létrehozása érdekében
- Ez a szemlélet segíti őket abban, hogy olyan meghatározó szakértelmet alakítsanak ki, amelynek egyénileg nincsenek birtokában
- A lánc tagjainak / határterületeinek a meghatározó szakértelem kiépítéséhez az eltérő, de egymást kiegészítő erőforrásaikra és képességeikre kell összpontosítaniuk



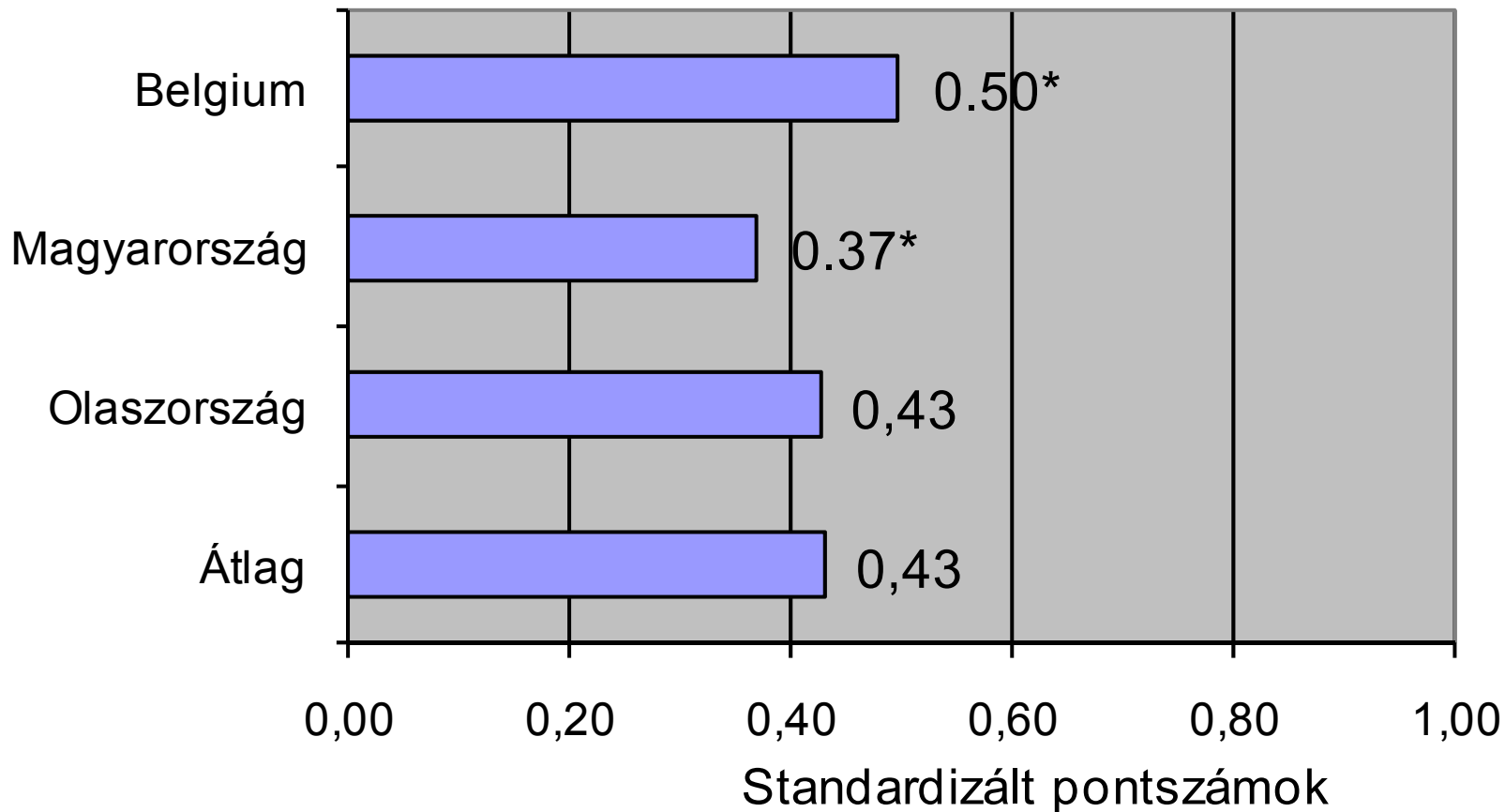
# A hagyományos élelmiszer láncok tagjai által finanszírozott innováció területei

	A tevékenységet folytatók aránya %		
	Élelmiszer-feldolgozó	Beszállító	Vevő
Termék-fejlesztés	71	62	30
Folyamat fejlesztés	69	73	22
Piackutatás	53	48	49
Szervezet fejlesztés	49	54	53

A lánc tagjainak összehasonlítása

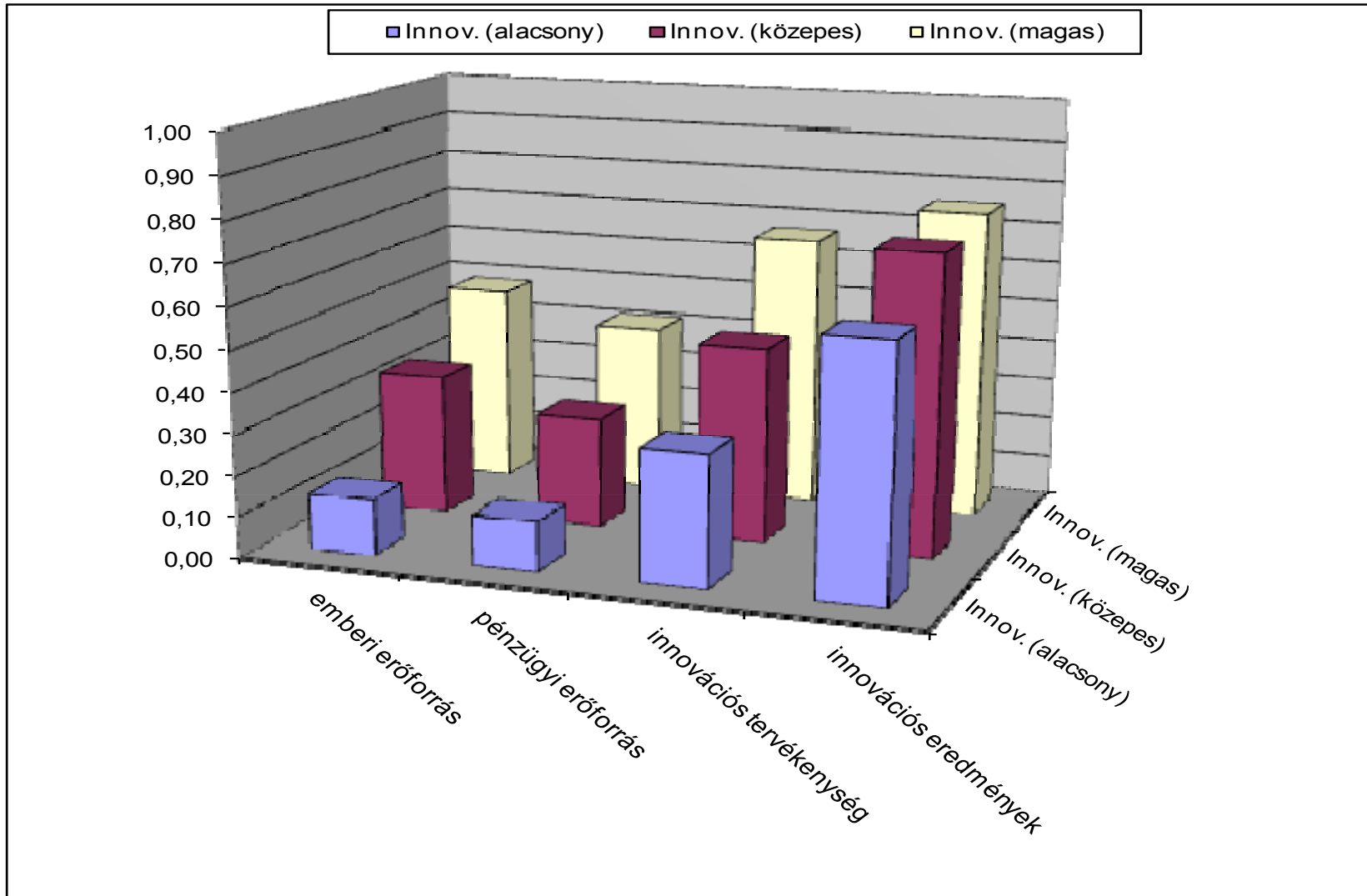


## Az együttműködés mértéke



\* Szignifikáns különbség

# Klaszterek a láncok innovációs képessége szerint



# Együttműködés és innovációs képesség

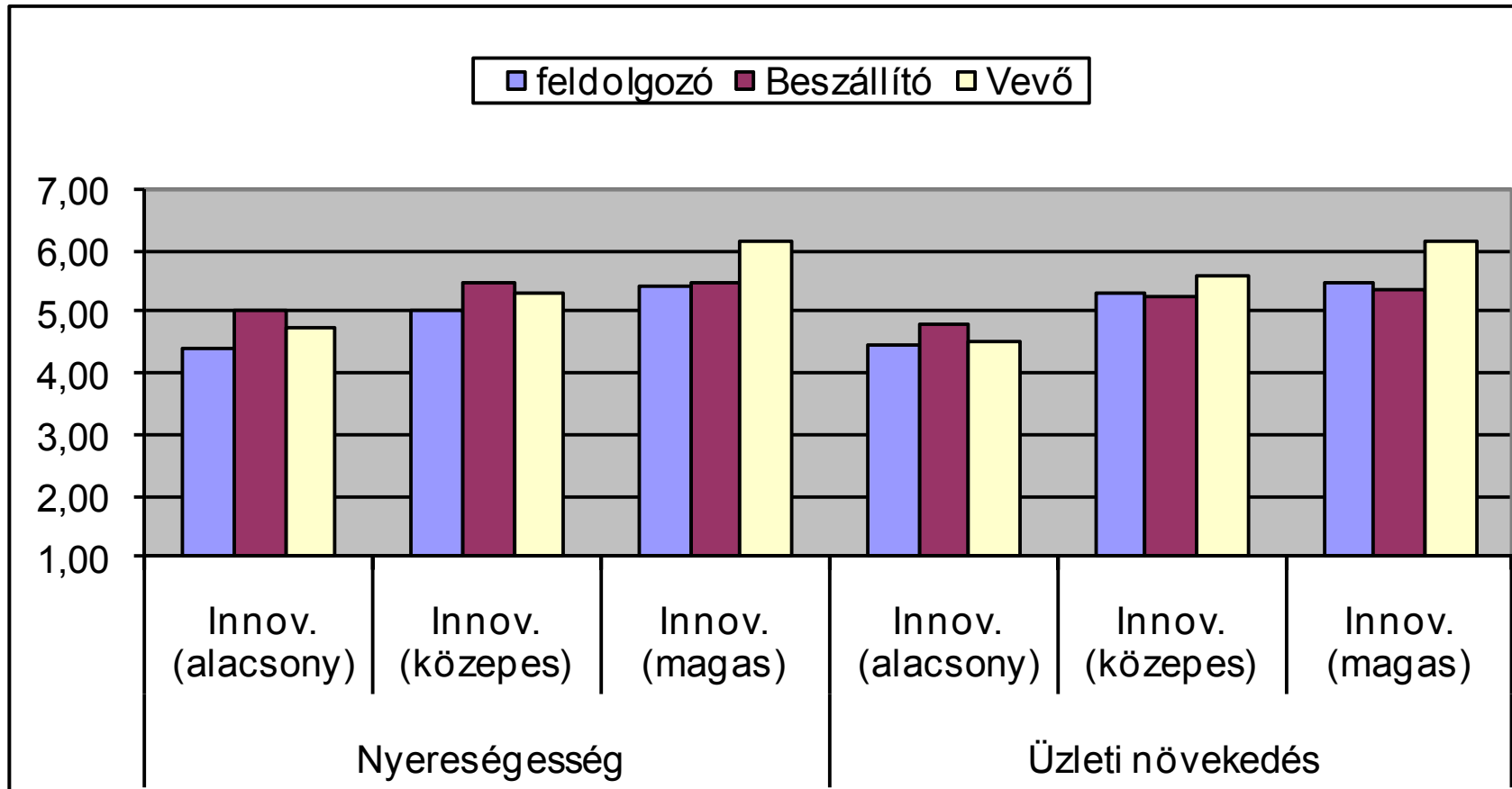
- Az intenzívebb együttműködés nagyobb innovációs képességet eredményez

- Pozitív korreláció:                   Olaszország 0,759\*\*  
  Magyarország 0,476\*

Szignifikáns           0,01%\*\*  
                              0,05%\*  
szinten

- A nagyobb innovációs képességhez magasabb érzékelt nyereség és üzleti növekedés kapcsolódik

# Az érzékelt nyereségesség és üzleti növekedés



(1=teljesen nem ért egyet; 7=teljesen egyetért)

# A láncok stratégiái

- A közös célok meghatározása
- Azokat a célokat, amelyek nem szerepelnek minden termékcsoportban, minden országban és minden lánc partner csoportban kiejtettük.

# A legfontosabb lánc célok

- A hagyományos jelleg fenntartása
  - Eredetiség: receptúra  
nyersanyag  
feldolgozási technológia
  - Gasztronómiai örökség
- A láncon belül egyensúly létrehozása
  - A kockázatok és az előnyök elosztása
  - Egymás megértése
- A minőség javítása
- A válaszadó képesség javítása
  - Válaszadási idő
  - Vevői reklamáció
- Hatékonyság
  - Forgalmazási költség
  - Nyereségesség

# Javasolt lánc stratégiák(1)

- A termék minőségének javítása
- A termék módosítása új felhasználáshoz, új piacokhoz
- A feldolgozási technológia javítása
- Az ár-érték arány javítása
- A logisztika újra tervezése
- A működés rugalmasságának javítása
- A vállalat tekintélyének, hírnevének javítása a láncban
- A teljes láncra vonatkozó márkázás
- A hálózatokban való részvétel és az abban rejlő lehetőségek kihasználásának javítása

# Javasolt lánc stratégiák(2)

- A pénzügyi erőforrásokhoz való hozzáférés javítása
- A társadalmi igényeknek való megfelelés – fenntarthatóság, etika és értékek – javítása
- A kommunikáció hatékonyságának javítása

# Innovatív disztribúciós stratégiák kidolgozása

- **Szakirodalmi áttekintés és szakértői megkeresések:**  
A hagyományos élelmiszerek disztribúciójával kapcsolatos problémák meghatározása
- **Brainstorming megbeszélések az érdekelt felekkel:**  
Innovatív ötletek összegyűjtése a hagyományos élelmiszerek disztribúciós problémáinak kezelésére és stratégiák kidolgozására
- **Innovatív disztribúciós stratégiák kidolgozása:**  
szakértői csoport a stratégiák kiválasztására, a stratégiák leírása (SWOT táblázatok + intézkedési tervek)
- **Megvalósítási tervek:** A SWOT táblázatok és az intézkedési tervek lépéseinek megvitatása a hagyományos élelmiszerek feldolgozóival
- Magyarországon, Olaszországban és Belgiumban

# A következő lépések

- Egy disztribúciós stratégia megvalósítása, alkalmazásának módja függ a vállalat/lánc erőforrásaitól és környezetétől
- SWOT elemzés és intézkedési terv kidolgozása a vállalat egyedi helyzetére

## Innovatív disztribúciós stratégiák hagyományos élelmiszerekre

Stratégia	Állapot	Stratégia	Állapot
Mindent egy csomagban	😊	Összpontosítás kisméretű célzott területre	😊
Regionális sarok áruházláncban	😊	Specialitások szaküzletei	😊
Gyorsétkeztetési láncok	😊	A hálózatokban rejlő lehetőségek kihasználása	😊
Közös disztribúció	😐	A fogyasztók bevonása	😐
Közös promóció	😐		
Agro-turizmus	😞	Mozgó elárúsítóhelyek	😞
E-kereskedelem	😞		

- Sok kiaknázatlan lehetőség van
  - együttműködés
  - hálózat – közös tevékenységek
  - innováció
  - alternatív lánc stratégiák és forgalmazási módszerek
- A KKV-k segítségre szorulnak
- Lehetőség a szakmai szövetségek számára