

DIPLOMADOLGOZAT

Mikulás Viktória

2024



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Budai Campus

Élelmiszerbiztonsági- és minőségi

mesterképzési szak

Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegy – Egy védjegyrendszer
megújításának tapasztalatai fogyasztói felmérés alapján

| | |
|--|--|
| Belső konzulens: | Dr. Kasza Gyula egyetemi docens |
| Belső konzulens intézete/ tanszéke: | Élelmiszertudományi és Technológiai Intézet Állattermék és Élelmiszertartósítási Technológia Tanszék |
| Külső konzulens: | Dr. Szakos Dávid tudományos munkatárs |
| Készítette: | Mikulás Viktória |

Budapest

2024

Tartalomjegyzék

| | |
|---|----|
| 1. Bevezetés..... | 3 |
| 2. Célkitűzés | 4 |
| 3. Irodalmi áttekintés..... | 5 |
| 3.1. Védjegyek szerepe az élelmiszeriparban..... | 5 |
| 3.2. Eredetjelzők és minőségjelzők | 6 |
| 3.3. Tanúsító védjegyek..... | 6 |
| 3.4. Fogyasztói kutatások szerepe a védjegyeknél | 10 |
| 3.5. Kiváló Magyar Élelmiszer védjegy | 12 |
| 3.6. A KMÉ védjegy alakulása..... | 12 |
| 3.7. A Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegy napjainkban | 13 |
| 3.8. Az osztrák AMA-Gütesiegel védjegy | 16 |
| 3.9. A francia Label Rouge védjegy..... | 17 |
| 4. Alkalmazott módszerek | 19 |
| 4.1. Kvantitatív kérdőíves fogyasztói felmérés | 19 |
| 4.2. Kvalitatív mélyinterjú..... | 22 |
| 5. Eredmények és értékelésük | 23 |
| 5.1. Fogyasztói felmérés értékelése..... | 23 |
| 5.2. Mélyinterjú értékelése | 42 |
| 6. Következtetések..... | 45 |
| 7. Összefoglalás..... | 47 |
| 8. Köszönetnyilvánítás | 49 |
| 9. Irodalomjegyzék..... | 50 |
| 10. Ábrák és táblázatok jegyzéke | 54 |
| 11. Mellékletek..... | 56 |
| 12. Nyilatkozatok | 61 |

1. Bevezetés

A fogyasztói minőségtudatosság az elmúlt években globálisan és hazánkban is hangsúlyosan jelenik meg az élelmiszerfogyasztás területén. A vásárlói döntésekben számos szempont jelenik meg, így a termék élelmiszerbiztonsági megfelelése, eredete, ára, valamint specifikus termékjellemzők, például a speciális táplálkozási igényeket kielégítő összetétel, azonban a számos kutatás világított rá arra, hogy jellemzően az élelmiszerek minősége az elsődleges döntési szempont. Természetesen a minőség fogalma eltérő lehet a különböző fogyasztók esetében, vannak, akik számára ez elsősorban érzékszervi kiválóságot takar, mások számára a környezeti fenntarthatósági és az összetevőkre vonatkozó tulajdonságokat is magában foglal. A fogyasztói minőségorientáció formálásában az élelmiszerlánc szereplőknek, így az élelmiszerfeldolgozóknak, a kereskedelemnek a hatóságoknak és kutatóknak jelentős szerepe van, amely egyúttal a lakosság bizalmának fejlesztését is szolgálja.

A termékek minőségének garantálásában és hatékony kommunikációjában a védjegyek, különösen a tanúsító védjegyek központi szerepet töltenek be. A Kiváló Minőségű Élelmiszer (KMÉ) védjegy rendszer egy olyan hiteles hazai minőségrendszer, amelynek célja, hogy a kiváló minőségű élelmiszereket kiemelje és megkülönböztesse az egyéb termékektől. A KMÉ védjeggyel ellátott termékek segítik a fogyasztót a vásárlói döntés meghozatalában.

2018-ban a Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegy új védjegyként jött létre, azonban a hazai védjegyrendszer felzárkóztatásához megfelelő alapot nyújtott az 1998-ban létrehozott Kiváló Magyar Élelmiszer védjegy. Az EU-s versenyszabályozás értelmében a Kiváló Magyar Élelmiszer védjegy nem kapott volna állami vagy közösségi támogatást, valamint EU-s bejegyzett nemzeti minőségrendszerként sem ismerték volna el, ezért megváltozott a védjegy neve és a tulajdonos is.

Diplomadolgozatom témájaként azért választottam a Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegyrendszer megújításának vizsgálatát, mert a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatalnál (Nébih) végzett munkám során számos feladatom kapcsolódott már és kapcsolódik jelenleg is a KMÉ védjegyhez.

2. Célkitűzés

Jelen kutatás célja, hogy a Kiváló Minőségű Élelmiszer fogyasztói ismertségének és megítélésnek vizsgálatán keresztül támogassa a védjegyrendszer fejlesztését, hosszú távú sikeres működtetését. A kutatás kvantitatív kérdőíves vizsgálatot és kvalitatív mélyinterjút foglal magában. A fő kutatási kérdés, hogy az új védjegyrendszer megfelel-e a fogyasztók által támasztott elvárásoknak és mennyire összeegyeztethető a szakmai szereplők igényeivel.

3. Irodalmi áttekintés

3.1. Védjegyek szerepe az élelmiszeriparban

A fogyasztói minőségtudatosság növekedése egyre inkább megfigyelhető az élelmiszeripar területén. Az élelmiszeripari vállalkozások célja, hogy termékeik megkülönböztethetők legyenek a piacon kapható más termékekkel szemben. A fogyasztói figyelem felkeltésére és a jó minőség kommunikálására az egyik lehetőség a védjegyek alkalmazása.

Az 1997. évi XI. törvény alapján a védjegy a gazdasági verseny alapvető eszköze, az árujelzők legfontosabb fajtája, iparjogvédelmi oltalmi forma. Az árujelzők közé tartozó védjegyek fontos eszközei a gazdasági versenynek. A védjegyek feladata az áruk és szolgáltatások azonosítása és megkülönböztetése. A védjegyeknek emellett szerepe van a fogyasztói tájékoztatásban is. A gyakorlatban főként marketing eszközként használják a védjegyeket, azonban a nemzeti- és közösségi védjegyek, különösen a tanúsító védjegyek versenyszabályozási, egészségpolitikai, vidékfejlesztési és fenntarthatósági célokat is szolgálhatnak (Szabó – Lakner, 1996; Lakner et al., 2000; Lakner et al., 2004; Popovics – Gyenge, 2005; Szabó, 2006; Bramley – Kirsten, 2007; Popovics, 2009; Juhász et al., 2010; Hámori et al., 2010; Lehota et al., 2012; Székelyhidi et al., 2014; Vetter et al., 2014; Szakály et al., 2016; [http1](#)).

Nagy-Pércsi és Fogarassy (2019) szerint egy megfelelő szabályozási háttérrel rendelkező, jól felépített védjegy képes növelni a fogyasztók bizalmát a biotermékek esetén is.

A termékbe vetett bizalom hozzájárul az újbóli vásárláshoz, majd akár a márkahűség kialakulásához is. Mivel a vásárlói bizalom elnyerése minden élelmiszeripari vállalat célja, így számukra a tanúsító védjegyek alkalmazása kiváló alapot nyújthat a bizalom kiépítésében és a versenyelőny megszerzésében.

Számos árujelző elhelyezhető az élelmiszeripari termékeken, amelyek meghatározott minőségi szabványokra, származásra, alkalmazott technológiára utalnak. Azonban a felmérések eredményei azt mutatják, hogy egyszerre sok védjegy alkalmazása információs túlterheltséget jelent a fogyasztók számára. Ennek következtében a fogyasztók nem tudnak különbséget tenni az egyes védjegyek között, így megkülönböztető funkciójukat elvesztik (Meixner et al., 2007).

3.2. Eredetjelzők és minőségjelzők

A XIX. század második felében kialakult az iparjogvédelem, majd ettől kezdődően az árujelzők differenciálódtak egymástól. Ekkortól különböztetjük meg egymástól a védjegyeket, földrajzi árujelzőket és a kereskedelmi neveket. Az eredetjelzők az élelmiszeripari termékek földrajzi elkülönülésére utalnak. Eredetjelző lehet például egy származási jelzés vagy egy földrajzi árujelző: jogszabály által előírt eredet-megjelölés és földrajzi jelzés (1. ábra). A minőségjelző olyan írásbeli vagy képi eszköz, melynek a célja a megkülönböztető funkció betöltése egy termék vagy szolgáltatás esetében. A grafikai jelek alkalmazásának számos előnye van az élelmiszeripari termékek esetében, hiszen a jelentést tömören foglalják össze és megfelelő tanulást követően nyelvtől függetlenül információt hordoznak a fogyasztók számára (Szabó, 2006).

1. ábra: Oltalom alatt álló földrajzi árujelzők (Forrás: <https://mezohir.hu>)



3.3. Tanúsító védjegyek

A tanúsító védjegyek abban különböznek egy hagyományos védjegyeiktől, hogy valamilyen tulajdonságot bizonyítanak a védjegytulajdonos által megfogalmazott követelmények alapján. Ilyen tulajdonság lehet a biztonság, a minőség, vagy a napjainkban egyre fontosabb értéké váló fenntarthatóság.

Az Európai Unió tagországai számára a 89/104/EGK irányelv írja elő a tanúsító védjegyek oltalmát. Az oltalom kötelező kelléke a tanúsítási szabályzat, mely összefoglalja azokat a követelményeket, amelyeket a védjegytulajdonos megkövetel a védjegyes termékkel szemben (pl. minőségre vonatkozó paraméterek). A tanúsító védjegyek gazdasági vonatkozásait számos

nemzetközi felmérés vizsgálja. Ezen kutatások szerint a védjegyek gazdaságilag hasznosak, azonban a marketingelőnyök konkrét piaci értékéről kevés elemzés érhető el (Szabó, 2006).

A védjegyek közül megkülönböztetünk nemzeti, nemzetközi vagy közösségi szintet. Magyarországon védjegyoltalom a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatalához benyújtott védjegybejelentéssel történik, míg az Európai közösségi védjegybejelentéssel vagy nemzetközi bejelentéssel szerezhető meg. A Magyarországon bejegyzett élelmiszeripari védjegyeket az 1. táblázat foglalja össze ([http2](#); [http3](#)).

31. **táblázat:** Magyarországon bejegyzett élelmiszeripari védjegyek (Forrás: <https://portal.nebih.gov.hu/vedjegyek> alapján saját szerkesztés)

| | Megjelölés | Logó | | Megjelölés | Logó |
|-----|-----------------------------------|---|-----|---|---|
| 1. | ALFÖLD KINCSE |  | 25. | KORONÁS TOJÁS |  |
| 2. | ÁLLAMI PARTNER |  | 26. | MADE IN NYÍREGYHÁZA |  |
| 3. | BÁCSKAI BECSES |  | 27. | MAGYAR BAROMFI |  |
| 4. | DHC EGER (hologram) |  | 28. | MAGYAR JUHTEJGAZDASÁGI EGYESÜLET |  |
| 5. | EREDETI MAGYAR SZÜRKEMARHA TERMÉK |  | 29. | MAGYAR TERMÉK |  |
| 6. | ÉRTÉK ÉS MINŐSÉG NAGYDÍJ |  | 30. | MAGYAR TERMÉK |  |
| 7. | ÉRTÉKELEM |  | 31. | MÁD DŰLŐ ORIGIN CONTROL MDOC | (nincs kép) |
| 8. | GMO-MENTES TERMELÉSBŐL |  | 32. | MÁD ORIGIN CONTROL MOC | (nincs kép) |
| 9. | HADHÁZTÁJI |  | 33. | MECSEK PORTÉKA |  |
| 10. | HAND MADE PRODUCT OF HUNGARY |  | 34. | MEGBÍZHATÓ TERMÉK DÍJ Lakossági piackutatás alapján |  |
| 11. | HAZAI FELDOLGOZÁSÚ TERMÉK |  | 35. | MEZŐTÚRI MÍVES TERMÉK |  |
| 12. | HAZAI TERMÉK |  | 36. | MÉKISZ TANÚSÍTOTT MINŐSÉG |  |

| | | | | | |
|-----|---|---|-----|---|---|
| 13. | HELYI TERMÉK VILLÁNYI BORVIDÉK VÉDJEGY |  | 37. | MINŐSÉGI HELYI ÉLELMISZER SZEKSZÁRD ÉS KÖRNYÉKE |  |
| 14. | HETEDHÉT CEKKERES |  | 38. | MINŐSÉGI MAGYAR HAL |  |
| 15. | IGAZOLT MAGYAR ANGUS HÚS |  | 39. | NÁNÁSI PORTÉKA |  |
| 16. | JÁSZSÁGI |  | 40. | Q | (nincs kép) |
| 17. | KAPOSVÁR KINCSE |  | 41. | RM-RED MASTER |  |
| 18. | KECSKETEJTERMÉK |  | 42. | SZEGEDI TUDOMÁNYEGYE TEM KUTATÓI ÁLTAL FEJLESZTVE |  |
| 19. | KIVÁLÓ BÁCSKAI TERMÉK |  | 43. | TÁJGAZDA TANÚSÍTOTT TÁJJELEGŰ GAZDÁLKODÁS ÉS TERMÉK |  |
| 20. | KIVÁLÓ KARCAGI TERMÉK |  | 44. | TETÉTLÉN KINCSEI | (nincs kép) |
| 21. | KIVÁLÓ KESZTHELYI ÉTKEZÉSI BURGONYA |  | 45. | THAI HOM MALI RICE |  |
| 22. | KIVÁLÓ MINŐSÉGŰ ÉLELMISZER |  | 46. | VÁCI EGYHÁZMEGYE ELISMERT SZEMÉLYE |  |
| 23. | KIVÁLÓ MINŐSÉGŰ SERTÉSHÚS |  | 47. | VILLÁNYI REDY | (nincs kép) |
| 24. | KIVÁLÓ TERMÉK |  | 48. | VINEA CSOPAK NOBILIS DISTRICTUS - CODEX VINITORIS |  |

3.4. Fogyasztói kutatások szerepe a védjegyeknél

A védjegyekkel kapcsolatos kutatások esetében kiemelt szerepe van a fogyasztói felméréseknek, hiszen a legtöbb esetben a védjegyek célja a vásárlók orientációja. Számos ilyen jellegű kutatás fellelhető a hazai szakirodalomban is, amelyek segítik a védjegyekkel kapcsolatos ismereteink bővítését. Ezen kutatások legtöbbször adott védjegyek ismertségére vonatkoznak (Hajdu – Fekete, 2006; Fekete-Frojimovics, 2008; Juhász et al., 2010; Totth et al., 2015; Füzesi et al., 2018; Kontor et al., 2019; Totth et al., 2019; Török, 2019).

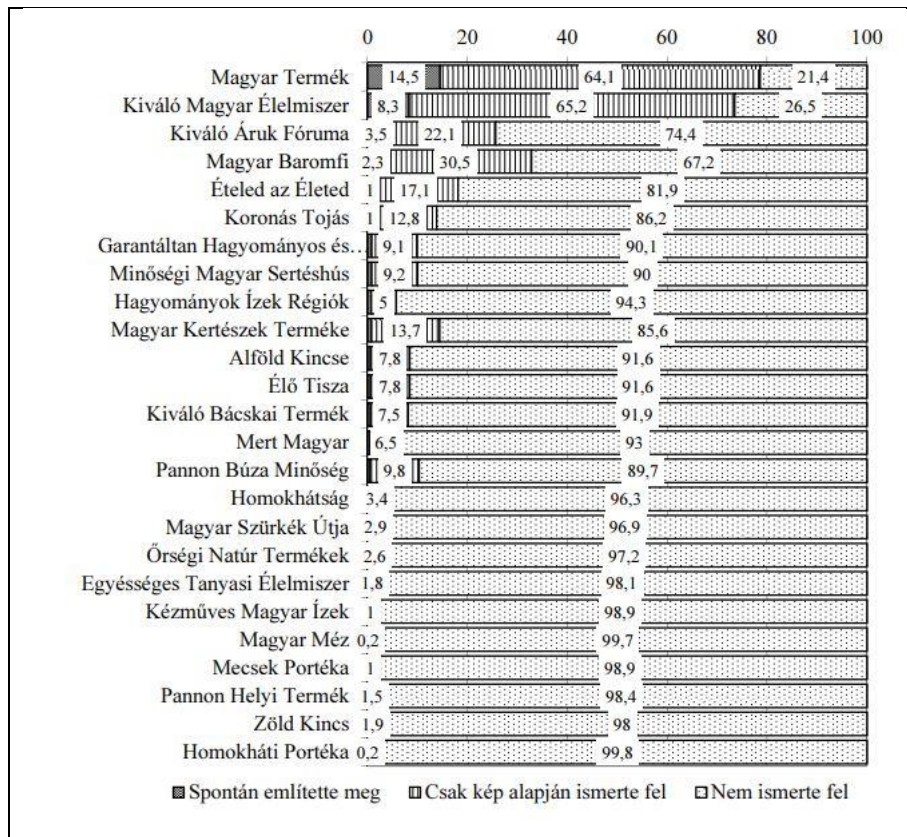
A hazai kutatások jellemző fókuszterületei a védjegyek tekintetében:

- Kiváló Magyar Élelmiszer
- HÍR védjegy
- Magyar Termék Védjegy
- Nemzeti vagy regionális védjegyek általában

Szakály és társai (2010) egy 1000 fős reprezentatív kutatást végeztek az élelmiszerjelölésekkel kapcsolatos fogyasztói preferenciákról. A kutatás számos, a magyar piacon megtalálható minőségre és eredetre utaló jelölést, illetve védjegyet magába foglalt. A felmérés eredményeként elmondható, hogy a fogyasztók pozitívan értékelik a hungarikum típusú élelmiszereket, azonban a tájjellegű termékekről hiányos a tudások. A kutatás javaslata alapján is érdemes hiteles információkkal növelni a védjegyek iránti bizalmat, fontos a fogyasztók edukálása és motiválni kell a vevőket a hazai termékek megvásárlására.

Székelyhidi és társai (2014) az élelmiszeripari védjegyek fogyasztói megítélését vizsgálta személyes megkérdezésem alapuló, nagy elemszámú (1020 fő) felmérés keretein belül. A megkérdezetteknek kép alapján történő említéssel, illetve spontán módon kellett védjegyeket felidézniük. A felmérés eredményeit a 2. ábra foglalja össze. A spontán leggyakrabban említett védjegy a Magyar Termék védjegy, melyet a válaszadók 14,5 %-a tudott felidézni. A felmérés eredményei azt mutatták, hogy a válaszadók nem átfogóan tájékozottak a védjegyeket illetően, hiszen a Magyar Termék és a Kiváló Magyar Élelmiszer védjegyen kívül kevesen tudtak más védjegyet felidézni.

2. ábra: Válaszadók megoszlása a védjegyek spontán és kép alapján történő felismerése alapján
(Forrás: Fogyasztói felmérés adatai alapján az AKI Élelmiszerlánc Elemzési Osztályán készült összeállítás)



Egy 2016-ban készült tanulmány eredményei alapján kiderül, hogy a fogyasztók általánosságban nem ismerik a védjegyek jelentéstartalmát. A kutatás eredménye arra is rámutat, hogy a magyar fogyasztókra nem jellemző védjegy információforrásként történő tudatos keresése (Szakály et al., 2016).

A védjegyekhez kapcsolódó hozzáállás javítása, ezáltal piaci szerepének növelése a fogyasztói tudatosság erősítésén és a célzottabb kommunikációs stratégián keresztül valósítható meg (Kontor et al., 2019).

3.5. Kiváló Magyar Élelmiszer védjegy

A Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegy jogelődjeként a Kiváló Magyar Élelmiszer védjegy szolgált, mely azzal céllal jött létre, hogy megkülönböztesse a kiemelkedő minőségű magyar élelmiszereket a fogyasztók számára (3. ábra). A tanúsító védjegy 1998-ban a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium döntése alapján született meg. A védjegyre olyan termékekkel lehetett pályázni, melyek minőségi paraméterei az Élelmiszerkönyv által előírt feltételekhez képest magasabb szintűek. A pályázatokat az Agrármarketing Centrum részére kellett továbbítani a védjegyre pályázó vállalatoknak. A statisztikák szerint 2010-ben több mint 80 vállalat, több mint 400 terméke viselte ezt a tanúsító védjegyet (Juhász et al., 2010).

3. ábra: A Kiváló Magyar Élelmiszer védjegy (Forrás: <https://tudatosvasarlo.hu>)



3.6. A KMÉ védjegy alakulása

Habár a 2018-ban létrehozott Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegy új védjegyként jött létre, a hazai védjegyrendszer felzárkóztatásához megfelelő alapot nyújtott az 1998-ban létrehozott Kiváló Magyar Élelmiszer védjegy. Az EU-s versenyszabályozás értelmében a Kiváló Magyar Élelmiszer védjegy nem kapott volna állami vagy közösségi támogatást, valamint EU-s bejegyzett nemzeti minőségrendszerként sem ismerték volna el a „magyar” szó és nemzeti színű logó miatt. Azonban a két évtizede működő KMÉ védjegy rövidítés már nem volt ismeretlen a fogyasztók számára, így jött létre a Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegy. A védjegy jelentős mértékű megújuláson megy a keresztül az Agrárminisztérium döntése értelmében. Az EU-s versenyszabályozás miatt kizárólag a minőség hangsúlyozásával lehet az Unió piacára lépni, ezért a korábbi származásra utaló név megváltozott. A név mellett megváltozott a védjegy tulajdonosa (Nébih), illetve a pályázati és használati feltételei is (http4; Kovács, 2003; Kasza et al., 2024).

A korábbi években született hazai tanulmányok szerint jelenleg a piacon olyan nagy számú védjegy található, hogy a fogyasztók számára nem nyújtanak egyértelműen átlátható tájékoztatói lehetőséget. Azonban a Nébih előzetes felmérése szerint (Nébih, 2019) fogyasztói igény van egy megbízható védjegyre, amely biztosítja az élelmiszerbiztonsági és minőségügyi garanciát, oly módon, hogy egy hiteles ellenőrző szervezet által véletlenszerű mintavételezéssel ellenőrzik a boltok polcain fellelhető termékek jellemzőit. Ennek a felmérésnek nyomán indult el 2018-ban az 1998-ban létrehozott Kiváló Magyar Élelmiszer védjegyrendszer újragondolása és nagymértékű átalakítása, amely azóta is folyamatban van.

A minőségi védjegyek megítélésének kulcsfontosságú tényezője a marketing szempontjából való következetesség. Ugyanakkor, a minőségi védjegyek túlzott alkalmazása ugyanazon termék esetében zavart okozhat a fogyasztók körében és csökkentheti a vásárlói bizalmat a termék iránt. Hasonlóképpen, a világos és következetes marketingstratégia létfontosságú ahhoz, hogy a védjegy elérje célját (Meixner et al., 2007).

3.7. A Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegy napjainkban

A KMÉ védjegyrendszer egy olyan szakmailag és tudományosan alátámasztott minőségrendszer, amelynek célja, hogy a kiváló minőségű élelmiszereket megkülönböztesse más termékektől. A védjegyrendszer követelményei a következők:

- a termék tulajdonságai,
- az előállítás folyamata,
- és a fenntarthatósági szempontok.

Magyarországon összesen 48 bejegyzett tanúsító védjegy található meg jelenleg, azonban a KMÉ az egyetlen EU által notifikált magyar tanúsító védjegyrendszer, amely a minőséget tanúsítja. Egy terméken csak abban az esetben tüntethető fel a KMÉ védjegy, ha a pályázatot követően megfelel a kiválósági kritériumoknak vagy más néven a speciális tanúsítási követelményeknek. A speciális tanúsítási követelmények olyan minőségi előírások, amelyeknek a KMÉ védjegyes termékeknek meg kell felelniük. Ezen követelmények a Nébih és az Agrárkamara mellett különböző érdekképviseleti szervezetek, egyetemek és iparági szereplők szakértelmével együtt születnek meg minden esetben. A speciális tanúsítási követelmények között szerepelnek az alapanyagokra vonatkozó előírások, minőségi tulajdonságok, feldolgozási módszerek és a fenntarthatósági követelmények is. A KMÉ

Védjegyiroda folyamatosan azon dolgozik, hogy ezek a termékleírások minél szélesebb körben elkészüljenek és így minél több termékkör számára váljon elérhetővé a KMÉ védjegyre való pályázás lehetősége.

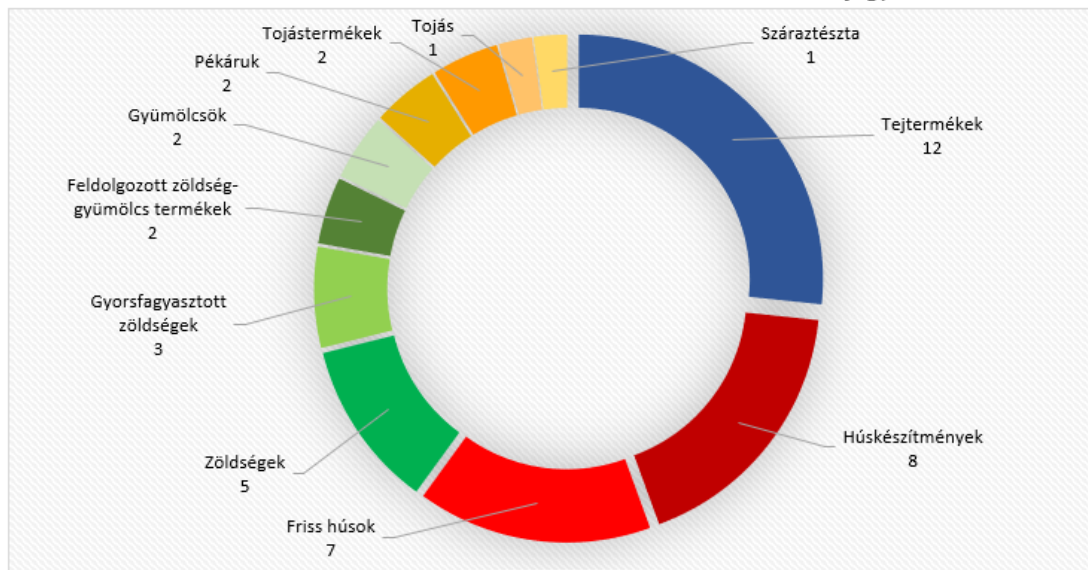
A pályázat benyújtására online módon a KMÉ weboldalán keresztül van lehetőség. A pályázat során az élelmiszerelőállítóknak termékmintát kell beküldeniük és az így beérkezett mintákat laboratóriumi vizsgálatok és érzékszervi vizsgálatok alá vetik a szakmai bírálók.

A bírálóbizottság állandó tagjai között szerepel az Agrárminisztérium, a Felelős Élelmiszergyártók Szövetsége (FÉSZ), a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara (NAK), a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal (Nébih), valamint az Országos Kereskedelmi Szövetség (OKSZ).

Amennyiben a termék megfelel a korábban felsorolt követelményrendszernek, a bizottság elfogadja a pályázatot. Emellett a bizottság szakemberei egy helyszíni ellenőrzés során megvizsgálják az élelmiszer-biztonsági és -higiéniai szabályok betartását, valamint a gyártási folyamatot. Ha az ellenőrzés során minden megfelel a követelményeknek a szakemberek szerint, a védjegy felkerülhet a termék csomagolására. Sikeres pályázatbenyújtás esetén a gyártó 3 évig válik jogosulttá az adott termék védjegyhasználatra. A KMÉ kockázatértékelésén alapuló utóellenőrzési tervének keretein belül a három év alatt legalább egyszer helyszíni auditot végeznek a hatóság kollégái, de a magasabb kockázatot tartalmazó élelmiszerek (tejtermékek, húсок) esetében ennél gyakrabban is előfordulhat ellenőrzés. Ezek az ellenőrzések a vállalatok számára előre bejelentett időpontban történnek meg, azonban a védjegytulajdonos így ösztönzi az iparági szereplők folyamatos fejlődését, ezzel garantálva az állandó magas minőséget a fogyasztók számára (<http5>).

Az élelmiszeripari vállalatok először 2020 februárjában nyújthattak be pályázatot a tej- és tejföl termékek kategóriában. 2020 szeptember óta a NAK és a FÉSZ közös munkacsoport keretében működik együtt annak érdekében, hogy a KMÉ védjegy pályázati felhívások minél szélesebb termékkálán jelenjenek meg. Ennek az együttműködésnek az eredményeként születtek meg a speciális tanúsítási követelmények egy-egy termékkategóriában. A követelményrendszer célja, hogy olyan elvárásokat támasszon a piacon megtalálható termékekkel szemben, amelyek széles körben teljesíthetők, egyúttal alkalmasak a kiváló termékek kiemelésére. Az új pályázati felhívások a Magyar Élelmiszerkönyv szakbizottságának struktúráját követik. Jelenleg a KMÉ védjegyre 11 termékkategóriában, 45féle termékre van lehetőség pályázni (4. ábra).

4. ábra: KMÉ védjegyre pályázható termékkategóriák (Forrás: <https://kme.hu>)



Összesen 132 termék rendelkezik KMÉ védjeggyel jelenleg, amelyek között egyaránt megtalálhatók gyártói (112 db) és kiskereskedelmi márkás termékek (20 db) is.

A KMÉ védjegy (5. ábra) két szinten működő védjegyrendszer, vagyis a pályázóknak lehetőségük van az alapfokozatú KMÉ védjegy mellett az arany fokozatot is elnyerni. Azon termékek, amelyek a védjegy arany fokozatát megpályázzák részt vesznek a Nébih Termékmustrán, melynek keretein belül a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal laboratóriumi és érzékszervi vizsgálatokat végez, valamint a termékek csomagolástervezésben is részt vesznek. Ezen vizsgálatok összesített eredményeként nyerhető el a KMÉ arany fokozatú védjegye. (<http6>)

5. ábra: A kétszintű KMÉ védjegyrendszer logói (Forrás: <https://kme.hu>)



3.8. Az osztrák AMA-Gütesiegel védjegy

Több EU tagállamban (pl. Ausztria, Csehország, Franciaország) látunk példát arra, hogy a kormányzat saját források bevonásával is törekszik arra, hogy a nemzeti előállítók termékeit az élelmiszeripari minőségrendszerek megteremtésével (pl. védjegyek és a földrajzi árujelzők), népszerűsítésével és a vásárlói tudatosság formálásával igyekeznek vonzóbbá tenni a fogyasztók számára (Korecká, 2019).

Ausztriában a Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegy analógja az Agrarmarkt Austria (AMA) védjegy (6. ábra). Az AMA egy osztrák agrárgazdasági és élelmiszeripari szervezet, amely a minőségellenőrzés és az élelmiszerbiztonság kérdéskörével foglalkozik. Az AMA felelős a különböző élelmiszeripari termékek minőségének és származásának ellenőrzéséért, és számos védjegyet és minősítést hozott létre az osztrák élelmiszeripar számára.

6. ábra: Az AMA védjegy (Forrás: <https://amainfo.at>)



Az AMA védjegyeknek 3 pillére van:

- a követelményeknek megfelelő, tanúsított kiváló minőség;
- a nyomon követhető eredet;
- az előállítástól a bolti értékesítésen át a fogyasztóig terjedő független ellenőrzés.

A védjegy tehát biztosítja a termékek esetében a teljes körű minőségbiztosítást a termőföldtől az asztalig. A védjegyes termékek esetében a piaci részesedés magasabb, mint azon termékeknél, amelyek nem rendelkeznek a védjeggyel. A termékkategóriák esetében a részesedés mértéke eltérő lehet, azonban a tej és tojás tekintetében ez az érték 95%. A védjegy ismertsége 95%-os, és Ausztria EU csatlakozása óta a mezőgazdasági termékek exportja nagymértékben (több mint hatszorosára) nőtt (http7).

Az AMA védjegyet az élelmiszerelőállító vállalatok önként használhatják, azonban a felhasználóknak a pályázás során bizonyítaniuk kell, hogy a termékük megfelel az előírt minőségi követelményeknek és osztrák eredettel kell rendelkezniük. A védjegy feltüntetése a védjegy-használati díj megfizetését követően tüntethető fel az élelmiszer csomagolásán.

Meixner és Haas (2016) kutatása szerint az AMA védjegy nagy népszerűségnek örvend Ausztriában, hiszen a 2016-os reprezentatív, osztrák tanulmány alapján a népesség 99%-a ismeri a védjegyet. Az általános tudás az élelmiszeripari védjegyekről alacsonyabb, azonban a felmérés alapján elmondható, hogy a fogyasztók minél nagyobb tudással rendelkeznek a védjegy háttéréről, annál inkább megbíznak benne.

Egy felmérés szerint, melynek keretein belül az Ausztriában használatos védjegyeket vizsgálták a húsipar területén, az AMA védjegy nagy népszerűségnek örvend a fogyasztók körében, amelyhez nagyban hozzájárult az aktív fogyasztói kommunikáció (Gimplinger et al., 2002).

3.9. A francia Label Rouge védjegy

Nemzeti élelmiszeripari védjegyet elsőként Franciaország hozott létre 1919-ben Appellation d'Origine Controlée (AOC) elnevezéssel. 1966-ra az ország teljesen kiépítette a védjegyrendszer mögött álló folyamatokat (Mariojouis – Wessells, 2002).

A Label Rouge (7. ábra) egy francia minőségellenőrzési rendszer, illetve védjegy, amelyet Franciaországban alkalmaznak a kiváló minőségű élelmiszerek, különösen a húsipar területén. A védjegy a francia Földművelésügyi Minisztérium tulajdonában áll. A Label Rouge célja, hogy különféle élelmiszerekre vonatkozóan garantálja a kiváló minőséget, ízletességet és hagyományos gyártási módszereket.

7. ábra: A Label Rouge védjegy (Forrás: <http://www.volaillelabelrouge.com>)



A Label Rouge minősítési rendszere a termelők és feldolgozók számára meghatározott szigorú követelményeket ír elő. A Label Rouge minősítésű védjeggyel ellátott termék általában azt jelzi, hogy az élelmiszer:

- Minőségi követelményeket teljesít: például ízre, állagra, és egyéb terméktulajdonságokra vonatkozó követelményeknek kell megfelelnie.
- Hagyományos gyártási módszereket alkalmaz: az előállítás során olyan hagyományos módszereket kell alkalmazni, amelyek megőrzik az élelmiszer jellegzetes ízét és tulajdonságait.
- Megfelel az előírt táplálkozási szabványoknak: a minősítés bizonyos táplálkozási szempontokat is tartalmazhat.

A Label Rouge védjegy célja tehát az, hogy erősítse a fogyasztói bizalmat a kiváló minőségű, hagyományosan előállított élelmiszerek iránt.

1960 óta a Label Rouge baromfit hagyományos, szabadtartású termelési módszerekkel nevelik a francia hatóságok által jóváhagyott hivatalos Label Rouge specifikáció alapján. Ezek a speciális termelési módszerek biztosítják a baromfi jólétét és környezetvédelmi szempontból is előnyösek, miközben kiváló érzékszervi tulajdonságokkal rendelkező baromfihúst állítanak elő.

Minden egyes Label Rouge termék címkéjén fel kell tüntetni a Label Rouge által tanúsított jellemzőket. A címke egy egyedi azonosító számot is tartalmaz, amely kulcsfontosságú a Label Rouge hagyományos baromfi nyomon követésében, és lehetővé teszi a baromfihús eredetének nyomon követését a kikelés pillanatától az értékesítési pontig (<http8>).

4. Alkalmazott módszerek

4.1. Kvantitatív kérdőíves fogyasztói felmérés

Jelen tanulmány a Nébih élelmiszerlánc-felügyeleti kutatási program részeként készült el. A program keretein belül 2012 óta követik nyomon a magyar fogyasztók élelmiszerbiztonsággal kapcsolatos tudását, kockázateszlelését, a közintézményekbe vetett bizalmát és velük kapcsolatos elvárásokat. Az évente elvégzett felmérésekhez készített kérdőívek olyan kérdéseket tartalmaznak, amelyek a Nébih szempontjából stratégiai jelentőségűek, például a nagyobb hatású élelmiszerbiztonsági krízisek, vagy az emberek életére kihatással lévő jogszabályi változások rendszeresen szerepelnek a témái között. A Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegy kérdésköre szintén olyan stratégiai kérdésnek számít, amely társadalmi és gazdasági vetületei ebben a kutatási programban is nyomon követhető. A KMÉ védjegy ismertségének nyomon követése elengedhetetlen a stratégiai célok kitűzése szempontjából.

A felmérés módszertana egy 1000 fős, kérdőíves kvantitatív fogyasztói kutatás, amely személyes megkérdezésen alapuló lakossági interjúkra épül. A mintavétel során minden esetben reprezentatív összetétel a cél a nemek a korosztály és a NUTS-2 régiók szerinti tekintetében. A 2023-ban elkészült kérdőív demográfiai reprezentativitásának alapjául a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) 2022-es népszámlálásának adatai szolgáltak.

Az interjú megválaszolása körülbelül 18-20 percet vett igénybe. A kérdések többsége zárt, feleletválasztós vagy öt fokozatú Likert-skálás kérdés, amely megkönnyíti az eredmények statisztikai elemzését. A kérdőív 196 változót tartalmazott, amelynek egy jelentős része a KMÉ védjegyrendszerre vonatkozó eredményeket takar. Az adatok rögzítése és hibaszűrése Microsoft Excel programmal történt, a statisztikai elemzéshez IBM SPSS szoftvert alkalmaztam. A dolgozatban bemutatásra kerülő kereszttáblák khi-négyzet próba alapján Pearson-féle p-érték szerinti szignifikanciát jelzik 95%-os konfidenciaszint mellett.

A fogyasztói interjúk időpontjait és helyszíneit a 2. táblázat foglalja össze.

2. táblázat: Az interjúk időpontjai és helyszínei *(Forrás: Nébih kutatások alapján saját szerkesztés)*

| Dátum | Helyszín | Interjú (db) |
|--------------|---------------------------|---------------------|
| 2023.05.11. | Kecskemét | 81 |
| 2023.05.11. | Győr | 80 |
| 2023.05.12. | Füzesabony | 47 |
| 2023.05.12. | Szolnok | 56 |
| 2023.05.12. | Kecskemét, Veszprém | 46, 64 |
| 2023.05.16. | Sárbogárd | 41 |
| 2023.05.17. | Füzesabony | 51 |
| 2023.05.18. | Füzesabony, Szolnok | 57, 91 |
| 2023.05.19. | Kecskemét, Sárbogárd | 53, 10 |
| 2023.05.25. | Füzesabony | 32 |
| 2023.05.26. | Füzesabony | 59 |
| 2023.06.01. | Pétfürdő | 21 |
| 2023.06.02. | Siófok | 20 |
| 2023.06.05. | Kecskemét, Székesfehérvár | 35, 20 |
| 2023.06.07. | Pétfürdő, Sárbogárd | 34, 37 |
| 2023.06.13. | Pétfürdő, Kecskemét | 20, 25 |
| 2023.06.14. | Győr | 20 |

Felmérésünkben összesen 1000 fogyasztót szólítottunk meg eredményesen. A minta összetételét a 3. és 4. táblázat mutatja be.

3. táblázat: A fogyasztói minta demográfiai összetétele

| DEMOGRÁFIA I. | | | | | | |
|--|----------------|-----------------|--------------|--------------------|--------------|---------------|
| Nemek | | | | | | |
| Nő | | | Férfi | | | |
| 51,60% | | | 48,40% | | | |
| Magyar lakosságra jellemző adatsor: nő: 51,97%; férfi: 48,03% | | | | | | |
| Korcsoport | | | | | | |
| 18-29 év | | 30-39 év | | 40-59 év | | 60 év feletti |
| 16,50% | | 14,90% | | 36,20% | | 32,40% |
| Magyar lakosságra jellemző adatsor: 18-29 év: 16,22%; 30-39 év: 15,51%; 40-59 év: 35,86%; 60 év felett: 32,40% | | | | | | |
| Lakóhely | | | | | | |
| Közép-Magyarország | Közép-Dunántúl | Nyugat-Dunántúl | Dél-Dunántúl | Észak-Magyarország | Észak-Alföld | Dél-Alföld |
| 31,60% | 11,10% | 10,10% | 9,00% | 11,40% | 14,60% | 12,20% |
| Magyar lakosságra jellemző adatsor: Közép-Magyarország: 31,42%; Közép-Dunántúl: 11,00%; Nyugat-Dunántúl: 10,23%; Dél-Dunántúl: 8,89%; Észak-Magyarország: 11,33%; Észak-Alföld: 14,63%; Dél-Alföld: 12,50% | | | | | | |

4. táblázat: A fogyasztói minta demográfiai összetétele

| DEMOGRÁFIA II. | | | | | |
|---|---|---|-----------------------|----------------------|-------------|
| Lakhely típusa | | | | | |
| Község: 18,07% | | Város: 59,71% | | Főváros: 22,22% | |
| Befejezett iskolai végzettség | | | | | |
| Alapfokú: 9,76% | | Érettségi: 35,10% | | Felsőfokú: 55,14% | |
| „Természettudományos” szakirány a felsőfokú végzettségűek között | | | | | |
| Igen: 21,29% | | | Nem: 78,71% | | |
| Gazdasági státusz | | | | | |
| Aktív dolgozó (munkavállaló): 56,59% | Vállalkozó (önfoglalkoztató): 8,38% | Nyugdíjas, rokkant nyugdíjas: 22,78% | Munkakereső: 2,25% | Háztartásbeli: 0,82% | Diák: 9,19% |
| Munkavégzés kapcsolódása élelmiszertermeléshez és élelmiszerkereskedelelemhez | | | | | |
| Igen: 20,44% | | | Nem: 79,56% | | |
| Háztartás mérete | | | | | |
| 1 fő: 17,50% | 2 fő: 35,40% | 3 fő: 20,45% | 4 fő: 15,97% | 5+ fő: 10,68% | |
| 15 éven aluli gyermek | | | | | |
| Igen: 22,19% | | | Nem: 77,81% | | |
| Különleges étrendre szorul | | | | | |
| Igen: 24,7% | | | Nem: 75,26% | | |
| Ki az Önök háztartásában az „élelmiszerfelelős”? | | | | | |
| Ön: 36,87% | | Közösen: 54,27% | | Más személy: 8,86% | |
| Jövedelemszint | | | | | |
| Nagyon alacsony: 2,55% | Szerény: 16,77% | Átlagos: 62,10% | Átlag feletti: 16,67% | Kimagasló: 1,91% | |

4.2. Kvalitatív mélyinterjú

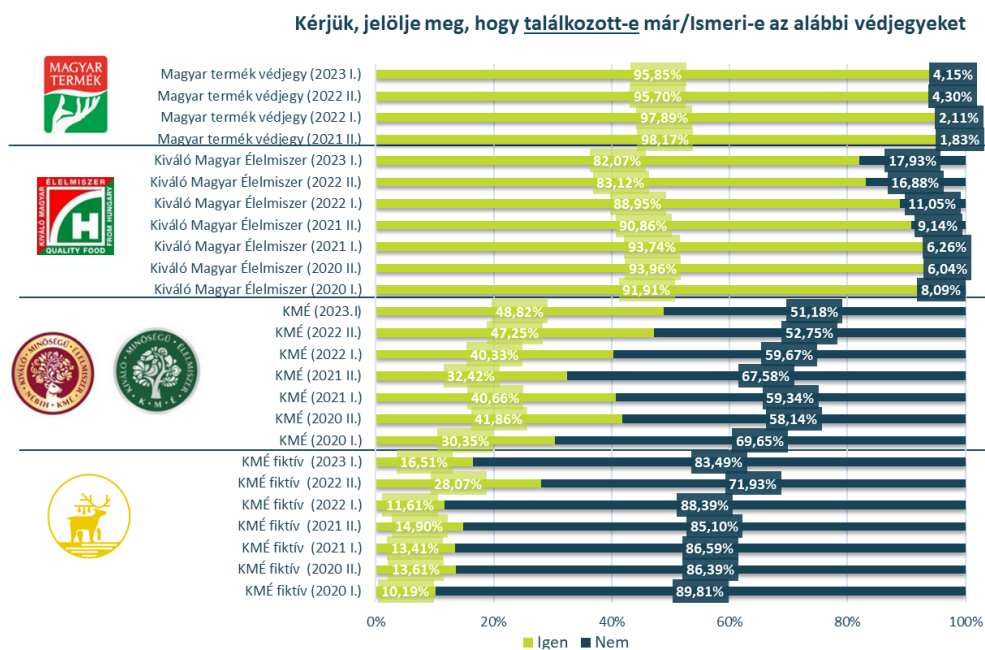
A kutatás során személyes interjút készítettem Ballagó Anikóval, a KMÉ Védjeggyiroda vezetőjével. A személyes interjú során egy strukturált, előre egyeztetett interjúvázlat alapján tettem fel a kérdéseimet a védjeggyel kapcsolatban. Az interjú során többek között megismerhettem a védjegy mögött álló szakértelmet, a két fokozat közötti különbséget és a védjeggyel kapcsolatos fejlődési irányokat is. Az interjút a résztvevő engedélyével telefonnal rögzítettem, amelyről írásos átiratot készítettem. Az interjún való részvételhez hozzájárulói nyilatkozat is készült, amely az interjút megelőzően aláírásra került. A hozzájáruló nyilatkozat a dolgozat mellékletében megtalálható.

5. Eredmények és értékelésük

5.1. Fogyasztói felmérés értékelése

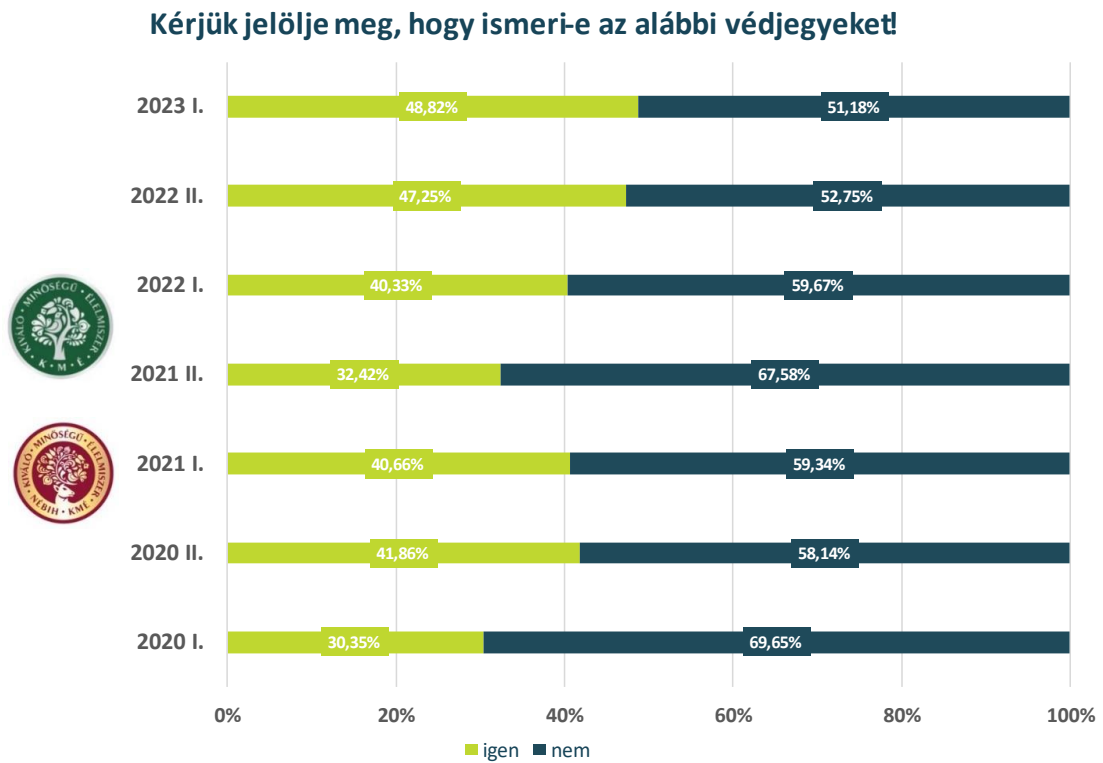
A felmérés szerint a lakosságnak több mint a fele, pontosan 52,64%-a hallott már a KMÉ védjegyről, amely pozitív eredménynek számít a közelmúltban megújult védjegyrendszer szempontjából. A 8. ábrán a kérdőívben vizsgálat védjegyek logóinak vizuális felismerési eredménye látható, amelyen jól nyomon követhető a KMÉ védjegy ismertségének alakulása évről évre. A lista végén szereplő „fiktív” védjegy valójában nem létezik, funkciója a kutatásban az, hogy megállapíthassunk egyfajta bázisértéket, amelyhez a mindenkori felmérésekben viszonyítani tudjuk a kampányban szereplő védjegyek ismertségének elmozdulását.

8. **ábra:** Vizuális felismerés eredményei (*Forrás: Nébih kutatások*)



2020. első féléve óta a védjegy ismertsége nagymértékben növekedett, az akkori eredmények szerint a megkérdezetteknek mindösszesen 30,35%-a ismerte a KMÉ védjegyet, tehát elmondható, hogy a védjegy ismertsége 3 év alatt 18,47%-kal növekedett. A féléves eredmények adatait a 9. ábra szemlélteti.

9. ábra: KMÉ védjegy ismertségének változása (Forrás: Nébih kutatások)



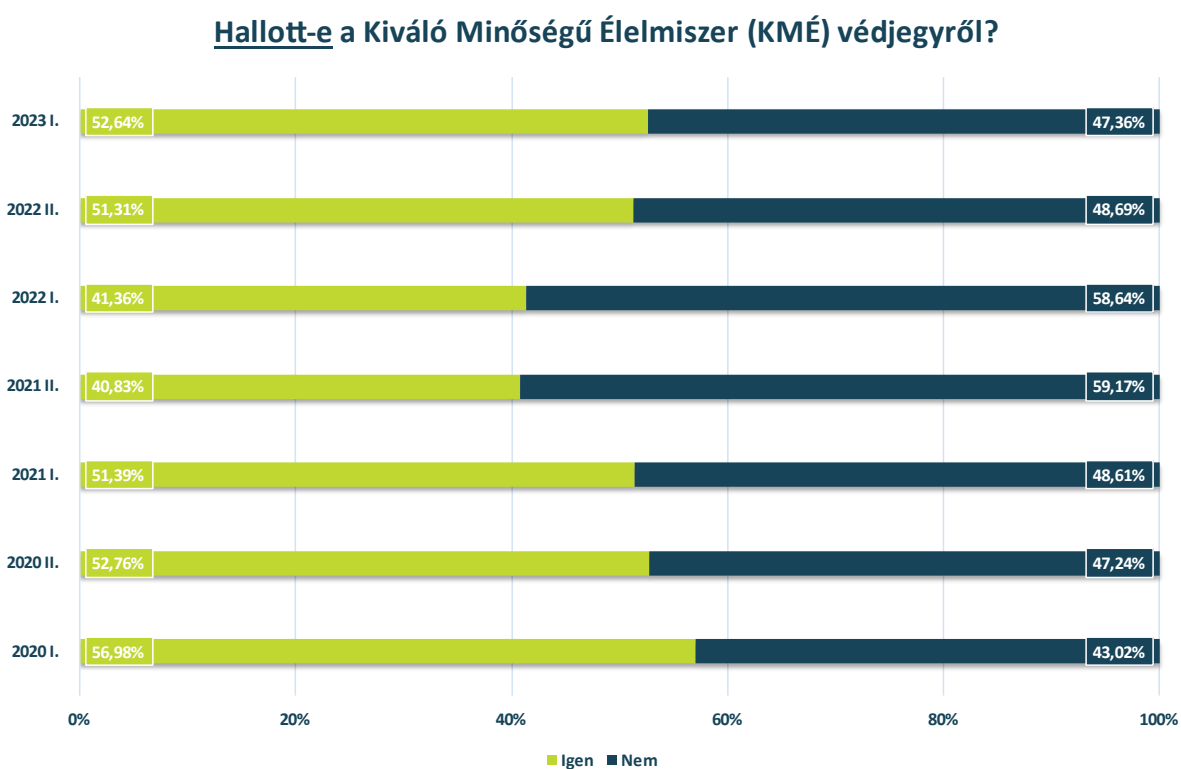
A kérdőív a védjegyek hitelességére is kitér, összevetve a KMÉ védjegyet a Magyar Termék védjeggyel, a Kiváló Magyar Élelmiszer védjeggyel, valamint egy fiktív védjeggyel. Az eredmények alapján (10. ábra) a fogyasztók a Magyar Termék védjegyet tartják a leghitelesebb védjegynek, 2023. első félévében a kitöltők 73,19%-a tartotta hitelesnek a védjegyet. A Kiváló Magyar Élelmiszer védjegyet a válaszadók 60,11%-a jelölte meg, a Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegyet pedig 42,22%-uk értékelte hitelesnek. A Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegy esetében azonban a 2023-as eredmények növekedést mutatnak a korábbi évekhez képest, 2022. első félévéhez viszonyítva 9,15%-kal több fogyasztó tartotta hitelesnek a Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegyet.

10. ábra: Védjegyek hitelessége (Forrás: Nébih kutatások)



A kérdőív kérdései között a „Hallott-e a Kiváló Minőségű Élelmiszer (KMÉ) védjegyről?” kérdésre a válaszadók 52,64%-a felelt igennel. Ez a kérdés a védjegy nevének ismertségére fókuszált. Érdekesség, hogy az első felmérés eredményei szerint 2020 I. félévében 56,96%-os volt a védjegy ismertsége, azonban ezt követően csökkenő tendencia volt tapasztalható. A 2021 I. féléves kérdőív óta folyamatos növekszik a védjegy ismertsége. Az eredményeket a 11. ábra foglalja össze.

11. ábra: „Hallott-e a Kiváló Minőségű Élelmiszer (KMÉ) védjegyről?” (Forrás: Nébih kutatások)

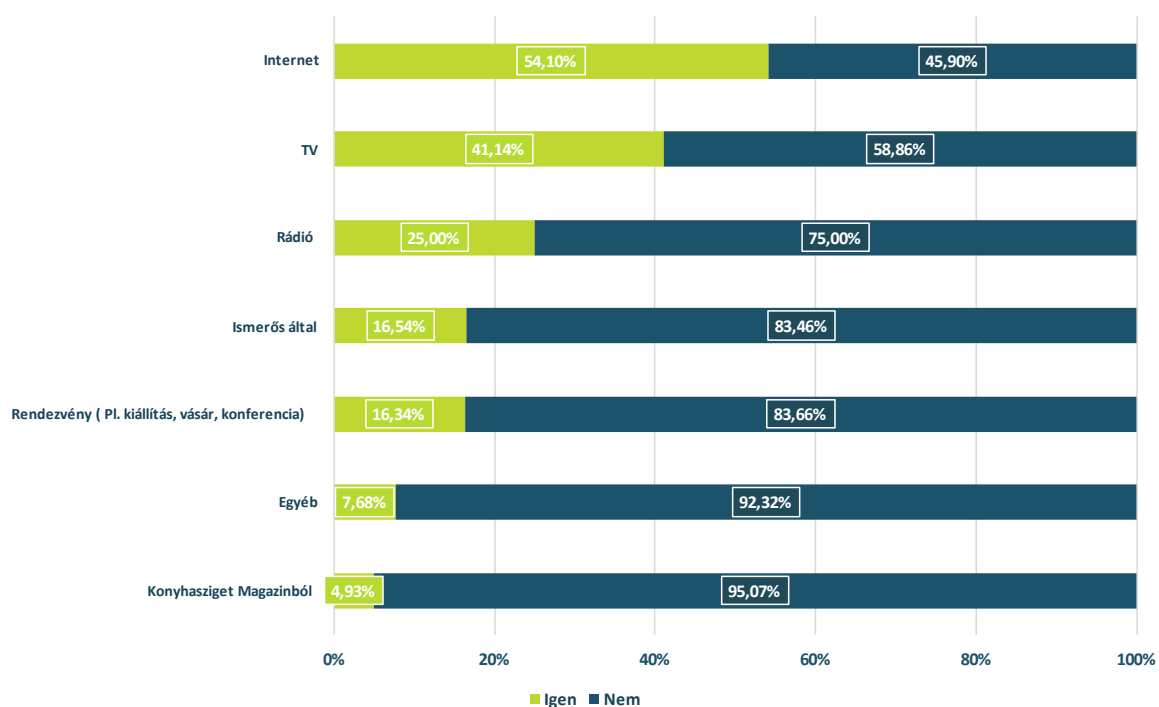


Jelentős kérdés a védjegyrendszer kommunikációs tervezésének szempontjából, hogy azok a fogyasztók, akik már hallottak a KMÉ védjegyről, honnan értesültek róla. A 12. ábra az erre a kérdésre adott válaszok eredményeit mutatja be. A legtöbb vásárló, a válaszadók 54,10%-a az interneten találkozott a KMÉ védjeggyel, ezen kívül sokan (41,14%) értesültek róla televízió keresztül, a rádióból pedig a fogyasztók 25%-a ismerte meg a védjegyet. A KMÉ védjegy népszerűsítéséhez a rendezvények, konferenciák és az ismerősök általi ajánlások is hozzájárultak.

A válaszadók közül 37 fő a megadott válaszlehetőségeken kívül, spontán is említett válaszokat. A spontán említések során legtöbbször (37,84%-ban) a termék csomagolását említették, míg többen (18,92%) a vásárlások közben találtak a védjeggyel, illetve oktatás útján (18,92%) hallottak róla.

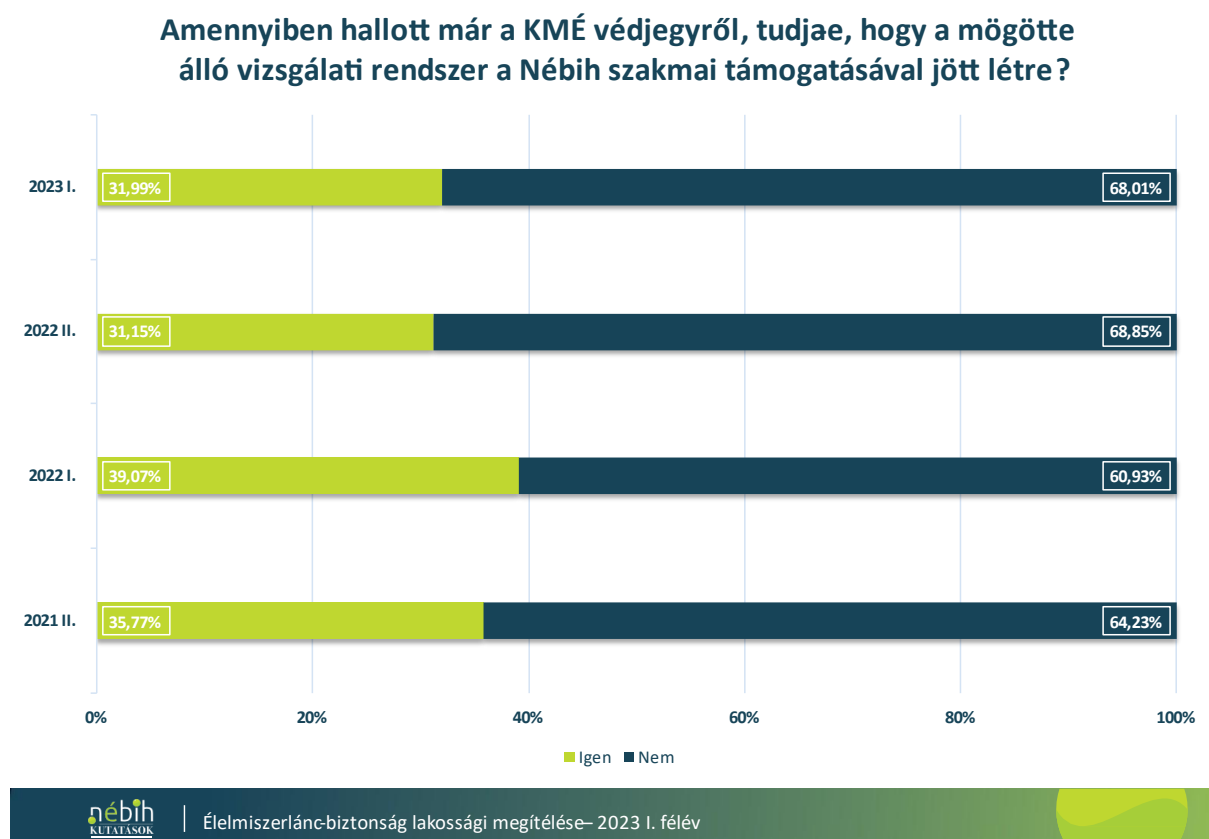
12. ábra: KMÉ védjegyről való értesülés forrása *(Forrás: Nébih kutatások)*

Amennyiben már hallott a KMÉ védjegyről, honnan értesült róla?



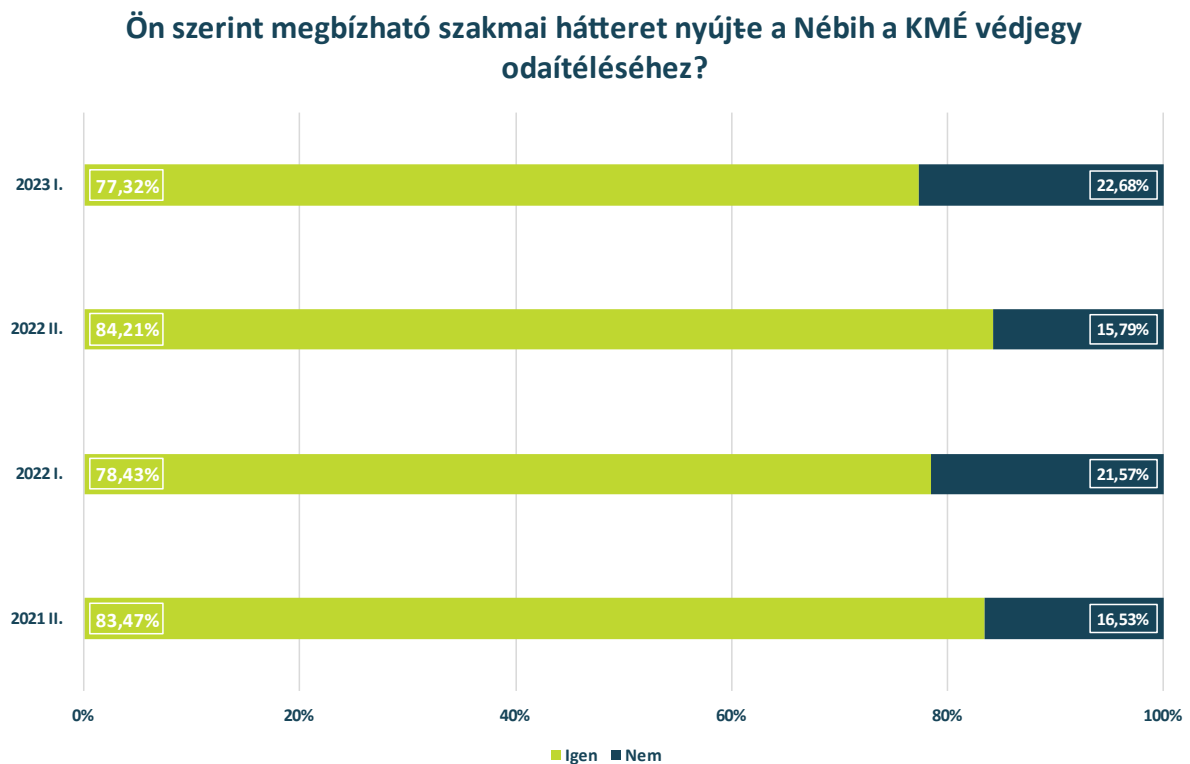
Az 13. ábra eredményei azt foglalják össze, hogy a válaszadók hány %-a ismeri a KMÉ védjegy mögött álló vizsgálati rendszert. A felmérés szerint 2023. első félévében a kérdőívet megválaszolóknak mindössze 31,99%-a tudta, hogy a KMÉ védjegy szakmai támogatását a Nébih végzi. Ez az érték csökkent 2021. második félévéhez (35,77%) és 2022. első félévéhez (39,07%) viszonyítva.

13. ábra: KMÉ védjegy mögött álló vizsgálati rendszer ismertsége (Forrás: Nébih kutatások)



A 14. ábra szemlélteti, hogy a fogyasztók szerint a Nébih megbízható szakmai háttérrel nyújt-e a KMÉ védjegy odaítéléséhez. Pozitív visszajelzés a Nébih részére, hogy a felmérések kezdete óta a válaszadóknak több mint 75%-a igennel válaszolt a kérdésre. 2023. első félévében a 77,32%-ban az igen választ jelölték meg a fogyasztók.

14. ábra: Szakmai háttér megbízhatósága a válaszadók szerint *(Forrás: Nébih kutatások)*



Arra a kérdésre, hogy mely élelmiszerek esetében lenne fontos a KMÉ védjegy 458 fő felelt. Elsősorban a húsok és tejtermékek csomagolásán lenne fontos a KMÉ védjegy feltüntetése a vásárlók számára, de sok fogyasztó szívesen látná a védjegyet a zöldségek, gyümölcsök esetében is. Ezen termékkörök mellett sok válaszadó szerint az összes élelmiszerkategóriában előnyös lenne a védjegyrendszer használata (5. táblázat).

5. táblázat: KMÉ védjegy jelentősége termékkörök szerint (Forrás: Nébih kutatások)

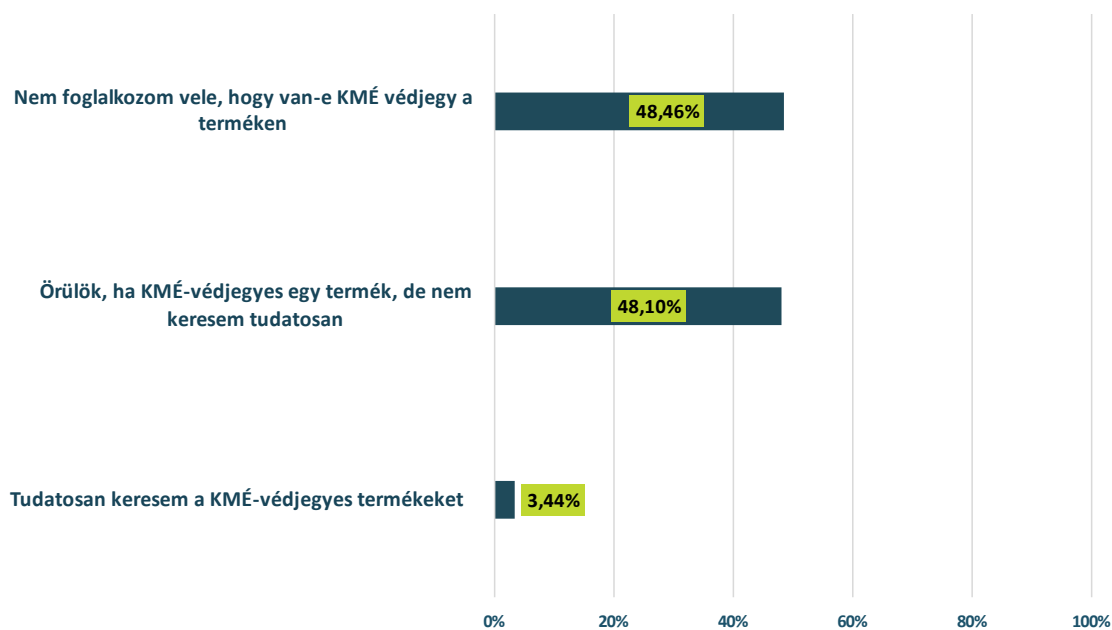
| Milyen élelmiszerek esetében lenne fontos Önnek a KMÉ védjegy (spontán említés) | | | | | | | |
|---|---------------------|---------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|----------------|---------------------|
| Említés | Válaszok megoszlása | Említés | Válaszok megoszlása | Említés | Válaszok megoszlása | Említés | Válaszok megoszlása |
| Hús | 18,27% | Sajt | 1,70% | NON-FOOD | 0,34% | Étolaj | 0,11% |
| Tejtermék | 13,62% | Bébiétel | 1,70% | Édesség | 0,34% | Tészta | 0,11% |
| Minden termék esetében | 8,63% | Liszt | 1,59% | Külföldi termékek | 0,34% | Vegán termékek | 0,11% |
| Alapélelmiszerek | 7,83% | Húskészítmények | 1,14% | Kézműves termékek | 0,34% | Fűszerek | 0,11% |
| Zöldség | 7,83% | Feldolgozott élelmiszerek | 1,02% | Állati eredetű Termékek | 0,34% | Lekvár | 0,11% |
| Gyümölcs | 6,36% | Kész-, félkész termékek | 0,91% | Konzerv | 0,23% | Vadhúsok | 0,11% |
| Tej | 5,22% | Gabona | 0,68% | Csokoládé | 0,23% | | |
| Pékáru | 3,52% | Mentes termékek | 0,68% | Cukor | 0,23% | | |
| Magyar termékek | 2,84% | Tartós élelmiszerek | 0,57% | Diabetikus termékek | 0,23% | | |
| Tojás | 2,61% | Fagyasztott termékek | 0,57% | Méz | 0,23% | | |
| Kenyér | 2,61% | Bio termékek | 0,57% | Alkoholos italok | 0,23% | | |
| Felvágott | 2,50% | Halak | 0,57% | Virslis | 0,23% | | |
| Gyorsan romló élelmiszerek | 1,82% | Szalámi | 0,45% | Szörp | 0,23% | | |

Válaszadó 458 fő;
említések száma 881 db

A felmérés szerint a válaszadók 48,10%-a örül, ha KMÉ védjeggyel ellátott a termék, de nem keresi tudatosan azt a boltok polcain (15. ábra). Egyelőre csak a fogyasztók egy szűkebb csoportjáról (3,44%) mondható el, hogy a vásárlás során tudatosan keresi a KMÉ védjegyet a termékeken.

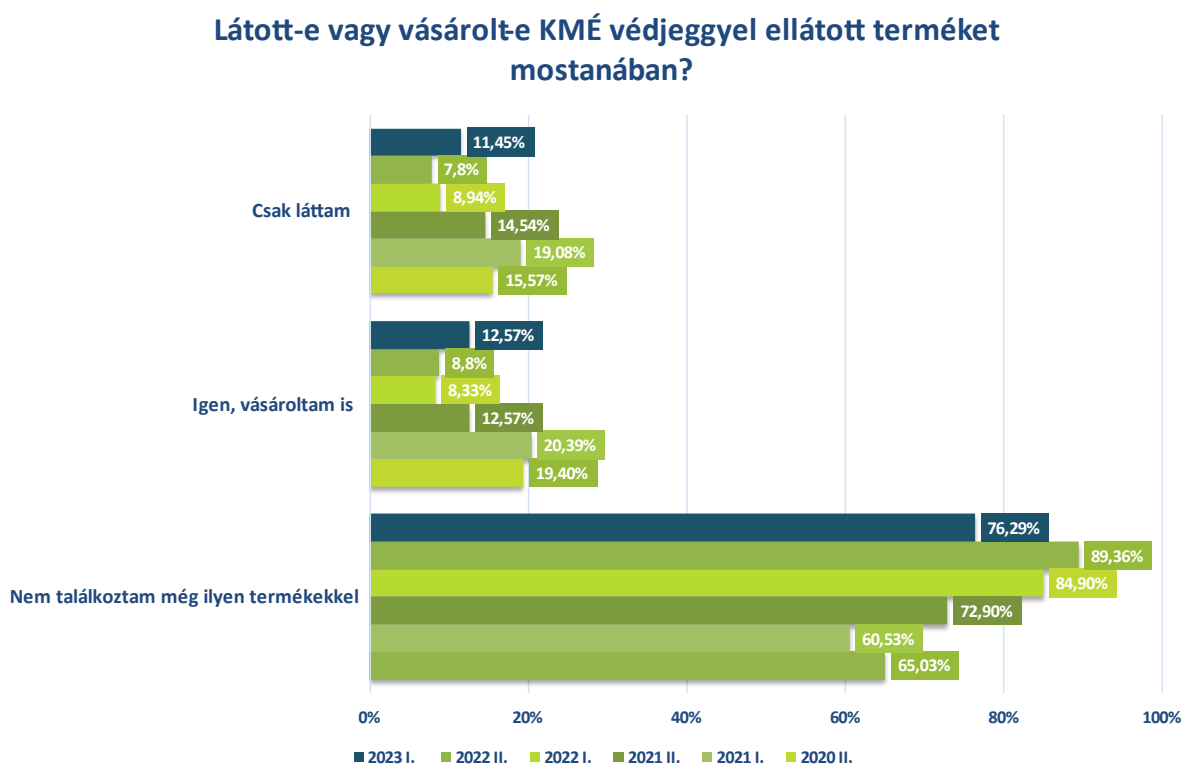
15. ábra: A KMÉ védjegyes termékek keresése (Forrás: Nébih kutatások)

Hogyan keresi a KMÉ védjegyes termékeket?



A kérdőívben szerepelt az alábbi kérdés is: „Látott-e vagy vásárolt-e KMÉ védjeggyel ellátott terméket mostanában?”. A felmérés eredményei (16. ábra) szerint 76,29%-ban a nem választ jelölték meg a kitöltők. A válaszadók 11,45%-a csak látott, 12,57%-a pedig vásárolt is KMÉ védjeggyel ellátott terméket.

16. ábra: „Látott-e vagy vásárolt-e KMÉ védjeggyel ellátott terméket mostanában?” (Forrás: Nébih kutatások)



71 fő spontán említést is tett arra, hogy milyen KMÉ védjegyes terméket vásárolt, az említett válaszokat az 6. táblázat foglalja össze. A legtöbb fogyasztó a válaszában a tejtermékeket adta meg (pl. tej, tejföl, sajt, vaj stb.). A tejtermékeken kívül jellemzően a húskészítményeket, például a virslit adták meg válaszként a spontán említés során. Ezen kívül a keksz, kenyér, ketchup, lekvár és a liszt is szerepelt a válaszok között, ezek a termékkörök azonban jelenleg nem rendelkeznek KMÉ védjeggyel.

6. táblázat: „Vásárolt-e KMÉ védjeggyel ellátott terméket mostanában?” (Forrás: Nébih kutatások)

| Vásárolt-e KMÉ védjeggyel ellátott terméket mostanában? (spontán említés) | | | | | | | |
|--|----|-----------------------------|----|--|----|--|----|
| Vásárolt élelmiszer | db | Vásárolt élelmiszer | db | Vásárolt élelmiszer | db | Vásárolt élelmiszer | db |
| Tejtermék | 14 | Ásványvíz | 2 | Magyar ESL tej | 1 | Reál félzsíros tehéntúró | 1 |
| Tej | 13 | Magyar félzsíros rögös túró | 2 | Májjas | 1 | Rizs | 1 |
| Hús | 9 | Szárasztészta | 2 | Méz | 1 | Spar hazai szeretem csemege szalámi | 1 |
| Tejföl | 9 | Csokoládé | 1 | Milfina enjoy free! Laktózmentes ESL tej | 1 | Spar prémium tejföl | 1 |
| Túró | 8 | Gazda márkázott vaj | 1 | Milfina enjoy free! Laktózmentes vaj | 1 | Virslis | 1 |
| Sajt | 6 | Húskészítmény | 1 | Mizo laktózmentes trappista | 1 | Válaszadó 71 fő; említések száma 110 db | |
| Vaj | 6 | Keksz | 1 | Mosópaszta | 1 | | |
| Magyar teavaj | 4 | Kenyér | 1 | Nádudvari sovány túró | 1 | | |
| Magyar tejföl | 4 | Ketchup | 1 | Nádudvari tejföl | 1 | | |
| Magyar trappista sajt | 4 | Lekvár | 1 | Pick Pickolino virsli | 1 | | |
| Felvágott | 3 | Liszt | 1 | Pilos tejföl | 1 | | |
| | | | | | | | |

A 7. táblázat a spontán említett KMÉ védjeggyel ellátott termékek témakörét szemlélteti. 24 fő adott választ arra a kérdésre, hogy „Látott-e KMÉ védjeggyel ellátott terméket mostanában?”. A válaszadók 20,83 %-a említette a tejet, 12,5%-uk pedig a szárasztésztát és a szalámit említette válaszában.

7. táblázat: Látott-e KMÉ védjeggyel ellátott terméket mostanában? (Forrás: Nébih kutatások)

| Látott-e KMÉ védjeggyel ellátott terméket mostanában? (spontán említés) | | | |
|--|----|---|----|
| Termék | db | Termék | db |
| Tej | 5 | Pick Téliszalámi | 1 |
| Szárasztésztá | 3 | Magyar Vaj | 1 |
| Szalámi | 3 | Kolbász | 1 |
| Hús | 3 | Fűszerpaprika | 1 |
| Tojás | 2 | Fagyasztott zöldség | 1 |
| Tejföl | 2 | Bor | 1 |
| Spar Hazai Szeretem Csemege Szalámi | 2 | Válaszadó 24 fő; említések száma 27 db | |

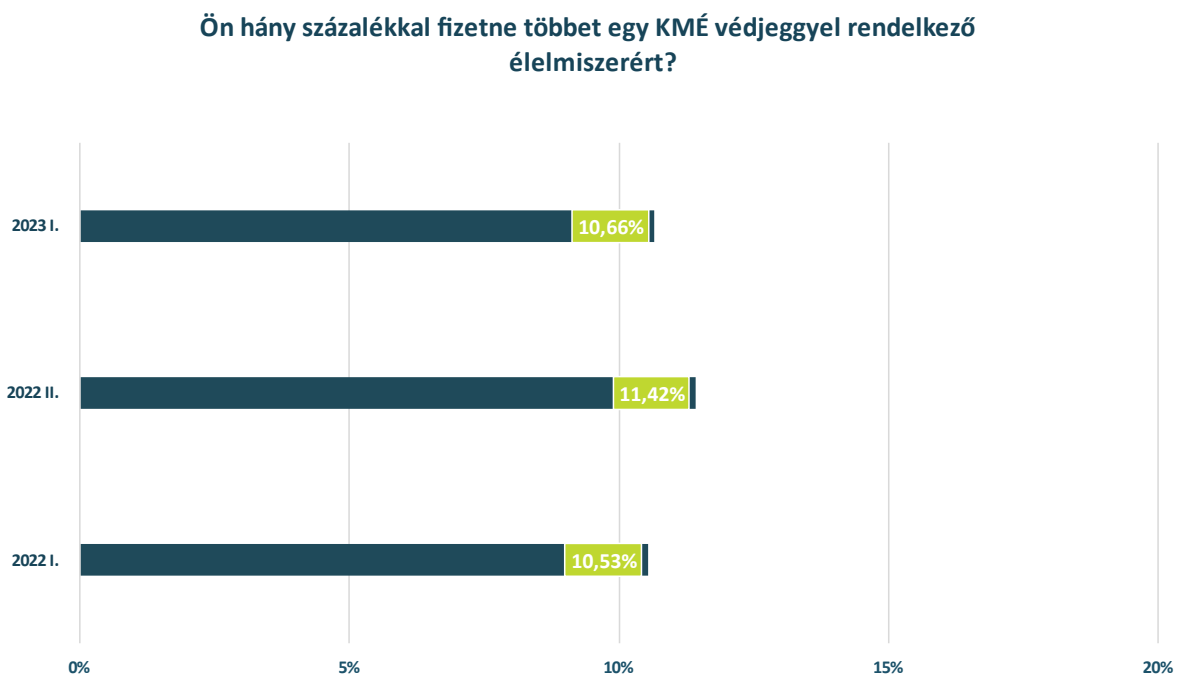
411 fő szerint bizonyos termékkörök esetében fontosabb a minőség, mint az ár, ezeket az élelmiszereket a válaszadók spontán említés során sorolták fel (8. táblázat). A legtöbb fogyasztó számára, a válaszadók 23,24%-a szerint a hús esetében fontosabb a minőség, mint az ár. Ezenkívül a zöldségeket, tejtermékeket és gyümölcsöket is sokan említették.

8. táblázat: „Mely termékkörök esetében fontosabb Önnek a minőség, mint az ár? „
(spontán említés) (Forrás: Nébih kutatások)

| Ha bizonyos termékkörök esetében fontosabb Önnek a minőség, mint az ár, melyek ezek? (spontán említés) | | | | | |
|--|-----------|------------------|-----------|---|-----------|
| Említés | Megoszlás | Említés | Megoszlás | Említés | Megoszlás |
| Hús | 23,24% | Szalámi, kolbász | 0,75% | Olaj | 0,13% |
| Zöldség | 12,19% | Vaj | 0,75% | Vegán termékek | 0,13% |
| Tejtermékek | 12,06% | Bor | 0,63% | Kész-, félkész ételek | 0,13% |
| Gyümölcs | 9,55% | Hal | 0,63% | Magvak | 0,13% |
| Pékáru | 6,28% | Kávé | 0,63% | Fűszerek | 0,13% |
| Sajt | 4,40% | Csokoládé | 0,50% | Prémium élelmiszerek | 0,13% |
| Minden termék esetében | 3,77% | Bébiétel | 0,50% | Fagylalt | 0,13% |
| Kenyér | 3,52% | Édesség | 0,50% | NON-FOOD | 2,26% |
| Felvágott | 3,27% | Gabona | 0,50% | Válaszadó 411 fő; említések száma 796 db | |
| Alapvető élelmiszerek | 2,76% | Tészta | 0,38% | | |
| Tej | 2,51% | Méz | 0,38% | | |
| Húskészítmények | 2,01% | Sör | 0,25% | | |
| Tojás | 1,63% | Konzerv | 0,25% | | |
| Mentes élelmiszerek | 0,88% | Szószok | 0,25% | | |
| Liszt | 0,75% | Szőrpök | 0,25% | | |
| Alkoholos italok | 0,75% | Bio termékek | 0,13% | | |

A felmérés eredményei szerint a fogyasztók a jó ár-érték arányt preferálják az alacsony árú termékekkel szemben. A válaszadók átlagosan 10,66%-kal lennének hajlandóak többet fizetni egy KMÉ védjeggyel ellátott termékért. Jelzésértékű lehet ez az eredmény az élelmiszerelőállító vállalatok számára, hiszen az átlagos piaci árhoz képest a védjegyes termékeiket magasabb áron értékesíthetik a fogyasztók számára.

17. ábra: „Hány százalékkal fizetne többet egy KMÉ védjeggyel rendelkező élelmiszerért?”
(Forrás: Nébih kutatások)

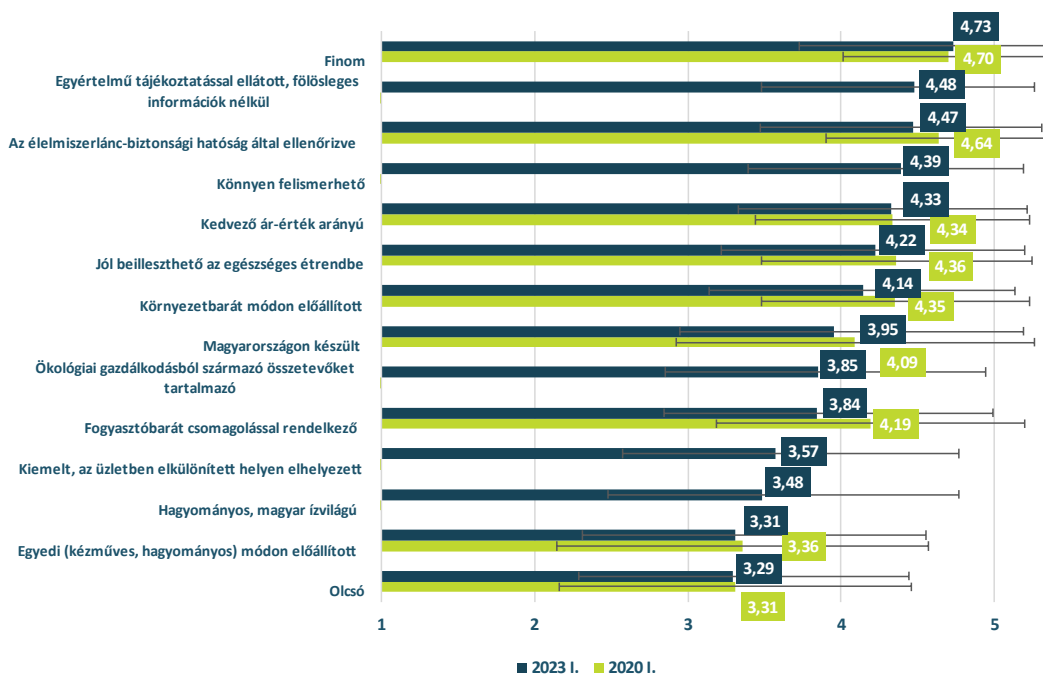


Az „Ön mit vár el egy kiváló minőségű élelmiszertől?” kérdésre adott válaszlehetőségeket a válaszadók egy 5 pontos Likert-skálán értékelték, az eredményeket a 18. ábra foglalja össze. A legmagasabb pontszámot a „Finom legyen” válasz érte el, 4,73 ponttal. Fontos szempont ezen kívül a kiváló minőségű élelmiszereknél, hogy egyértelmű tájékoztatással ellátott termék legyen (4,48 pont), a hatóság által ellenőrzött élelmiszer legyen (4,47 pont), könnyen felismerhető legyen (4,39 pont) és kedvező legyen az ár-érték aránya (4,33 pont).

A válaszadók spontán említés keretein belül is kifejhették véleményüket arról, hogy mit várnak el egy kiváló minőségű élelmiszertől. A kérdésre 35 fő válaszolt, és a válaszadók 13,89%-nak fontos, hogy ezek a termékek könnyen hozzáférhetőek legyenek. Ezen kívül többen említették (11,11%) az elérhetőséget, fenntarthatóságot (8,33%), magyar eredetet (8,33%), tiszta alapanyagokat (8,33%) és a GMO mentességet (8,33%) is.

18. ábra: A védjeggyel ellátott termékekkel szembeni elvárások (Forrás: Nébih kutatások)

Ön mit vár el egy kiváló minőségű élelmiszertől?



Az IBM SPSS szoftverrel végzett statisztikai értékelés (9. táblázat) alapján a nők magasabb arányban ismerik a KMÉ védjegyet. A felmérés szerint a nők 56,4%-a, míg a férfiaknak csak 46,7%-a felelt igennel arra a kérdésre, hogy "Hallott-e már a KMÉ védjegyről?". Ennek egyik lehetséges oka az, hogy több háztarásban a nők az „élelmiszerfelelősök”, vagyis általában ők hozzák meg a bevásárlással és ételkészítéssel kapcsolatos döntéseket.

9. táblázat: A KMÉ védjegy ismertsége a nemek megoszlása szerint ($p < 0.05$) (Forrás: Nébih kutatások alapján saját szerkesztés)

| | | Neme | | Teljes minta átlaga |
|--|------|--------|--------|---------------------|
| | | Nő | Férfi | |
| Hallott-e a Kiváló Minőségű Élelmiszer (KMÉ) védjegyről? | Igen | 56,4% | 46,7% | 51,8% |
| | Nem | 43,6% | 53,3% | 48,2% |
| Összesen | | 100,0% | 100,0% | |

A 10. táblázat alátámasztja azt a feltételezést, hogy a nők magasabb arányban döntenek az élelmiszervásárlással kapcsolatban. A felmérés alapján a magyar háztartásokban a nők 52,8%-a az elsődleges „élelmiszerfelelős”, míg a megkérdezett férfiak közül mindössze 19,3% válaszolta azt, hogy elsődlegesen ő felel az élelmiszervásárlással kapcsolatos döntésekért.

10. táblázat: Az "élelmiszerfelelős" fogyasztók megoszlása nemek szerint ($p < 0.05$)

(Forrás: Nébih kutatások alapján saját szerkesztés)

| | | Neme | | Teljes minta átlaga |
|--|-------------------------------|--------|--------|---------------------|
| | | Nő | Férfi | |
| Ki az Ön háztartásában az „élelmiszerfelelős”, vagyis ki hozza meg az élelmiszervásárlással, ételkészítéssel kapcsolatos döntéseket? | Ön | 52,8% | 19,3% | 36,9% |
| | Közösen vagy munkamegosztásba | 42,8% | 66,9% | 54,3% |
| | Más személy | 4,3% | 13,9% | 8,9% |
| Összesen | | 100,0% | 100,0% | |

Érdekesség, hogy a felmérés eredményei alapján a kor előrehaladtával magasabb arányban ismerték a válaszadók a védjegyet. A vizsgálat szerint a legfiatalabb korosztály körében a legalacsonyabb a védjegy ismertsége (44,1%), míg legmagasabb arányban (55,9%) a legidősebb korosztály hallott a védjegyről. A vizsgálat eredményeit a 10. táblázat foglalja össze.

11. táblázat: A KMÉ védjegy ismertsége korosztályok szerint ($p < 0.05$) (Forrás: Nébih kutatások alapján saját szerkesztés)

| | | Korcsoport | | | | Teljes minta átlaga |
|--|------|------------|--------|--------|--------|---------------------|
| | | 18-29 | 30-39 | 40-59 | 60+ | |
| Hallott-e a Kiváló Minőségű Élelmiszer (KMÉ) védjegyről? | Igen | 44,1% | 44,9% | 54,7% | 55,9% | 51,8% |
| | Nem | 55,9% | 55,1% | 45,3% | 44,1% | 48,2% |
| Összesen | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | |

A 12. táblázat a KMÉ védjegy ismertségét mutatja be gazdasági státuszok szerint. Az eredmények alapján a legmagasabb arányban (61,6%) a nyugdíjasok körében ismert a védjegy. Őket követik a munkakeresők 57,1%-kal, majd az aktív dolgozók, akik 50,5%-ban válaszoltak igennel a kérdésre.

12. táblázat: KMÉ védjegy ismertsége gazdasági státusz szerint ($p < 0.05$) (Forrás: Nébih kutatások alapján saját szerkesztés)

| | | Az Ön gazdasági státusza (kérjük csak egy lehetőséget jelöljön meg) | | | | | | |
|--|------|---|-------------------------------------|------------------------------------|-------------|-----------------------------|--------|------------------------|
| | | Aktív dolgozó | Vállalkozó (önfoglalkozta tó) | Nyugdíjas, rokkant nyugdíjas | Munkakereső | Háztartásbeli, GYES-GYED | Diák | Teljes minta átlaga |
| Hallott-e a Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegyről? | Igen | 50,5% | 42,9% | 61,6% | 57,1% | 37,5% | 46,6% | 51,9% |
| | Nem | 49,5% | 57,1% | 38,4% | 42,9% | 62,5% | 53,4% | 48,1% |
| Összesen | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | |

A 13. táblázat az iskolai végzettség alapján foglalja össze a „Hitelesnek tartja-e a KMÉ védjegyet?” kérdésre adott válaszok eloszlását. Az eredmények alapján a legmagasabb arányban (47,1%) a szakiskolával rendelkezők tartják hitelesnek a védjegyet, azonban ugyanennyi szakiskolai végzettségű fogyasztó válaszolt erre a kérdésre a „Nem tudom” válasszal is. Az érettségivel rendelkezők 42,5%-a, a főiskolával vagy egyetemi végzettségű fogyasztóknak pedig a 41,7%-a szerint hiteles a KMÉ védjegy. A teljes minta 42,4%-a tartja hitelesnek a KMÉ védjegyet, 49% azonban a „Nem tudom” választ jelölte meg.

13. táblázat: Hitelesnek tartja-e a KMÉ védjegyet? – iskolai végzettség szerinti megoszlás ($p < 0.05$) (Forrás: Nébih kutatások alapján saját szerkesztés)

| | | Az Ön befejezett legmagasabb iskolai végzettsége | | | | Teljes minta átlaga |
|--------------------------------------|-----------|--|------------------------------------|-----------|--------------------------------|---------------------|
| | | Általános iskola (8 vagy kevesebb osztály) | Szakiskola (szakmunkás végzettség) | Érettségi | Főiskolai, egyetemi végzettség | |
| Hitelesnek tartja-e a KMÉ védjegyet? | Igen | 20,0% | 47,1% | 42,5% | 41,7% | 42,4% |
| | Nem | 10,0% | 5,9% | 11,4% | 7,6% | 8,8% |
| | Nem tudom | 70,0% | 47,1% | 46,2% | 50,7% | 49,0% |
| Összesen | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | |

A felmérés eredményei (14. táblázat) szerint az átlag feletti jövedelemszinttel rendelkező fogyasztók 48,1%-a, az átlagos jövedelemszintűek pedig 43,7%- tartja hitelesnek a KMÉ védjegyet. Az egyéb jövedelemszinttel rendelkezők körében ennél alacsonyabb arányban tartják hitelesnek a védjegyet.

14. táblázat: Hitelesnek tartja-e a KMÉ védjegyet? – jövedelem szint szerinti megoszlás (p<0.05) (Forrás: Nébih kutatások alapján saját szerkesztés)

| | | Az Ön háztartásának jövedelemszintjére melyik állítás igaz? | | | | | Teljes minta átlaga |
|--------------------------------------|-----------|---|------------------------|---|---------------------------------|------------------------------|---------------------|
| | | Még a legszükségesebb dolgok megvásárlása is nehézségbe ütközik | Szerényen, de megélünk | Jövedelemszintünk átlagos, amit fontosnak tartunk, meg tudjuk venni | Jövedelemszintünk átlag feletti | Jövedelemszintünk kiemelkedő | |
| Hitelesnek tartja-e a KMÉ védjegyet? | Igen | 28,6% | 38,0% | 43,7% | 48,1% | 26,7% | 42,7% |
| | Nem | 19,0% | 12,4% | 7,9% | 6,2% | 6,7% | 8,7% |
| | Nem tudom | 52,4% | 49,6% | 48,4% | 45,7% | 66,7% | 48,6% |
| Összesen | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | | |

5.2. Mélyinterjú értékelése

Ballagó Anikóval, a KMÉ Védjegyiroda vezetőjével készített mélyinterjú során számos információval gazdagodtam a védjegyet illetően.

Jelenleg Magyarországon 48 élelmiszeripari védjegy található meg. A Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegy elsősorban abban különbözik a hazai piacon megtalálható védjegyeiktől, hogy tanúsító védjegyként funkcionál, aminek célja, hogy a minőséget biztosítsa a fogyasztók számára. A KMÉ az Európai Unió által notifikált, nemzeti minőségrendszer, mely szigorú hazai és uniós feltételrendszer követelményeit teljesíti.

A pályázatok során a termékek szigorú ellenőrzési és tanúsítási folyamaton mennek keresztül, amely egy szakmailag megalapozott, komplex és objektív minősítési és vizsgálati rendszeren alapul.

A KMÉ által megkövetelt kritériumokat a Speciális Tanúsítási Követelmények foglalják össze, amelyek a hatályos jogszabályokhoz képest magasabb minőségi elvárásokat támasztanak a pályázó termékkel szemben. A választható elemek esetében a pályázó szabadon választhatja ki, és mondhatja meg, hogy gyártástechnológiában, önellenőrzésben, alapanyag választásban milyen többletet vállal, vagy milyen módon járul hozzá a környezet védelméhez.

A KMÉ három alappillére a következő:

- Kiemelkedő minőséggel rendelkező termék
- Technológia
- Fenntarthatóság

A pályázat benyújtása online módon történik, a KMÉ weboldalán pedig minden szükséges információ elérhető a pályázás menetéről, amennyiben a pályázó megfelelőnek tartja a Speciális Tanúsítási Követelmények alapján a termékét a védjegyre és szeretne pályázatot benyújtani.

Az elmúlt évek tapasztalatai alapján nagy az érdeklődés a tejtermékek, húskészítmények és a száraztészták esetében. A fogyasztói felmérések tapasztalati alapján is elmondható, hogy a válaszadók minden termékköre kiterjesztenék a védjegyet, de a legfontosabb termékkörként a hústermékeket és a tejtermékeket említették a válaszadók.

A gyártói márkát tekintve kizárólag hazai tulajdonosi háttérrel rendelkező közép- és nagyvállalatok váltak jogosulttá eddig a KMÉ védjegy használatára. A kereskedelmi márkás (sajátmárkás) termékek esetében jelenleg csak a nemzetközi tulajdonosi háttérrel rendelkező kiskereskedelmi láncok kínálatában található meg KMÉ védjegyes sajátmárkás termékek.

A kétszintű védjegyrendszer közötti fő különbség, hogy a kiemelkedő szintű minőséget tanúsító arany fokozat odaítélése a Nébih által megszervezett Termékmustra alapján történik. A Termékmustra egy-egy termékköre fókuszáló összetett, számos szakember közös munkájának eredményét jelző minőségvizsgálat, amelyben a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem kutatóinak is fontos szerepe van. Azoknak a termékeknek az esetében, amelyeknél a Termékmustra nem megvalósítható (nem vethetők érzékszervi bírálat alá, például élőhal, nyers csirkemell), a termékek kizárólag a „normál / alap” KMÉ fokozatra pályázhatnak.

Az interjú szerint a KMÉ védjegy megalkotói példaként tekintettek a osztrák AMA-Gütesiegel védjegyre. Az osztrák védjegy valóban példaértékű, hiszen fogyasztó kutatások támasztják alá, hogy szinte minden osztrák állampolgár ismeri a védjegyet. Az egyik fejlesztési irány a ebben

rejlük a KMÉ védjegyek, a kommunikációs tevékenységre nagy hangsúlyt kell fektetni ahhoz, hogy a magyar fogyasztók körében is növekedjen a KMÉ védjegy ismertsége.

A védjegy számos előnyt képes nyújtani a felhasználók számára, ezek a következők:

- Növeli a termék elfogadottság, és ezáltal a keresletet, a piaci részesedést (árbevétel növekedés)
- Növeli a termék (és a vállalkozás) piaci ismertségét, és elismertségét, ezzel számukra versenyelőnyt, és jobb piaci pozíciót biztosít (reklámeszköz)
- A védjegyes termék azáltal, hogy a minőséget, a biztonságot, fenntarthatóságot „hirdeti”, előnyösebbé válik a fogyasztók számára, és nagyobb márkahűséget eredményezhet (brandépítés)
- A védjegy bizalmat épít, hozzájárul nemcsak az adott termék értékének növeléséhez, hanem a vállalkozás jó hírnevéhez (PR)
- A fogyasztói márkahűség és bizalom csökkentheti a marketingre, reklámra fordítandó költségeket („eladja magát” a termék)
- A KMÉ-n keresztül a védjegyes termék plusz kommunikációs felületet, és lehetőséget kap (reklám, eladásösztönzés, brandépítés)
- A KMÉ védjegy alkalmazása hozzájárul a magas minőség iránti elköteleződéshez, annak folyamatos jobbításához, innovációhoz (gyártmányfejlesztés, önellenőrzés, technológiai fejlesztések, fenntarthatósági beruházások ösztönzése, melyek a gazdasági stabilitást, válságállóságot, versenyképességet jelentenek)

A fogyasztói kutatások nagymértékben hozzájárulnak a KMÉ jövőbeli tervezési folyamataihoz, hiszen a felméréseken keresztül fogyasztói szemmel látjuk a védjegyet. A kutatásokon keresztül nyomon követhető a védjegy ismertségének növekedése és azok a területek, amelyek még fejlesztésre szorulnak.

A védjegyiroda vezetője szerint ilyen fejlesztési terület egyrészt a termékleírások kiterjesztése az élelmiszeripari termékek minél szélesebb körére, illetve a márkaépítés, kommunikáció és a fogyasztók edukálása.

6. Következtetések

A kutatás eredményei szerint a KMÉ védjegyet a fogyasztók 52,6%-a ismeri és vizuális felismerési aránya is viszonylag magas, amely azt bizonyítja, hogy a nemzeti minőségtanúsító védjegyrendszer ismertsége megfelelő mértékben növekszik. A vásárlók szerint minden élelmiszerkategória esetében fontos lenne a védjegyrendszer bevezetése, de a legfontosabb, hogy a hús- és tejtermékek körében bevezetésre kerüljön és információval szolgáljon. Tehát, érdemes lehet ezen adatok alapján előtérbe helyezni a fogyasztók körében nagy népszerűségnek örvendő termékkategóriákat a termékleírások elkészítése során.

A KMÉ védjeggyel szemben támasztott legfontosabb elvárás fogyasztói szemmel nézve az, hogy a védjegyes termékek kiváló érzékszervi tulajdonságokkal rendelkezzenek. Emellett a fogyasztók szerint fontos, hogy egyértelmű tájékoztatással ellátott és a hatóság által ellenőrzött termékek legyenek. A fogyasztók 77,32%-a szerint a Nébih megbízható szakmai háttérrel nyújtja a KMÉ védjegy odaítéléséhez, azonban csak 31,99%-a tudta, hogy a KMÉ védjegy szakmai támogatását a Nébih végzi. Tehát, kiemelten fontos, hogy a KMÉ védjegy kommunikációs tevékenysége során hangsúlyozza a fogyasztók felé a Nébih által biztosított szakmai háttérrel.

Lényeges eredmény, hogy a válaszadók szerint a jó ár-érték arány fontosabb, mint a termék alacsony ára és átlagosan 10,66%-kal fizetnének többet egy KMÉ védjeggyel ellátott termékért. A pályázat benyújtás során ösztönzőleg hathat ez az eredmény a vállalatok számára, hiszen védjegyes termékek magasabb áron értékesíthetők a védjeggyel nem rendelkező termékekhez képest. A védjegy további számos előnyt képes nyújtani a felhasználók számára, például növeli a termék piaci ismertségét, és a KMÉ-n keresztül a védjegyes termék plusz kommunikációs felületet is kapnak.

A védjegyet a nők magasabb arányban ismerik, ami azzal magyarázható, hogy általánosságban ők a háztartások „elsődleges élelmiszerfelelősei”, vagyis gyakrabban döntenek arról, hogy milyen alapanyagok beszerzése szükséges a vásárlások során. A kommunikációs tevékenység során fontos szempont lehet a férfi fogyasztók megszólítása is annak érdekében, hogy növekedjen a KMÉ védjegy ismertsége.

A Védjegyiroda vezetőjével folytatott interjú szerint az egyik fejlesztési irány a KMÉ védjegynek, hogy minél több élelmiszer esetében elkészüljön a speciális tanúsítási követelmény, így egyre szélesebb körben tudnak majd az élelmiszeripari vállalatok pályázatot benyújtani a védjegyre. A másik cél a KMÉ védjegy megfelelő kommunikálása és a fogyasztók

edukálása. A megpályázható termékkategóriák számának növekedésével és a védjegy gyártók közötti népszerűbbé válásával valószínűsíthető a KMÉ piaci jelenlétének növekedése, amely a marketingtevékenységek hatásaival kombinálva az eredmények szignifikáns fejlődését hozzák majd a következő években (Kasza et al., 2024).

Európán belül számos országban látunk példát a KMÉ-hez hasonló tanúsító védjegyrendszerre, ilyen például az osztrák AMA Gütesiegel vagy a francia Label Rouge védjegy. Szakirodalmi kutatások szerint az AMA védjegyet az osztrák fogyasztók 99%-a ismeri, ezért érdemes lehet példaként tekinteni erre a védjegyrendszerre és a mögötte álló kommunikációs kampányra. (Meixner - Haas, 2016).

Az elmúlt években számos jelentős esemény és folyamat zajlott le, amelyek hatással voltak az élelmiszerfogyasztási szokásokra. Ide sorolható a Covid-19 járvány, a makrogazdasági folyamatok (infláció), a mesterséges intelligencia térhódítása, az egyre nehezebben kiszűrhető ártudományoshírek, valamint háborús konfliktusok is. A dolgozatban bemutatott eredmények értékelésekor erre a kontextusra is tekintettel szükséges lennünk. A reprezentatív fogyasztói kutatási eredmények alapján a fogyasztói minőségorientáció továbbra is meghatározó tendencia, amelyben kiemelkedő szerepe van a hiteles iránymutatást nyújtó tanúsító védjegyeknek (Janssen et al., 2021; Djekic et al., 2021; Meixner – Katt, 2020; Camaréna, 2020; Cavallo, 2023).

7. Összefoglalás

Az elmúlt évek tapasztalati alapján a fogyasztói minőségtudatosság globálisan és hazánkban egyaránt hangsúlyossá vált az élelmiszerfogyasztás területén. A vásárlói döntésekben fontos szerepet játszik a termék élelmiszerbiztonsági megfelelősége, eredete, ára, valamint specifikus termékjellemzői, például a speciális táplálkozási igényeket kielégítő összetétel, azonban a számos kutatás támasztja alá, hogy jellemzően az élelmiszerek minősége az elsődleges döntési szempont.

A termékek minőségének garantálásában és hatékony kommunikációjában a védjegyek, különösen a tanúsító védjegyek központi szerepet töltenek be. A Kiváló Minőségű Élelmiszer (KMÉ) védjegy rendszer egy olyan hiteles hazai minőségrendszer, amelynek célja, hogy a kiváló minőségű élelmiszereket kiemelje és megkülönböztesse az egyéb termékektől. A KMÉ védjeggyel ellátott termékek segítik a fogyasztót a vásárlói döntés meghozatalában. A KMÉ jelentős átalakuláson ment keresztül az Agrárminisztérium döntése értelmében. A név mellett számos változás következett be a védjegyrendszer használatában és pályázati lehetőségeiben.

Diplomamunkámban a KMÉ védjegyrendszer megújítását vizsgálom kérdőívvel támogatott reprezentatív fogyasztói felmérésen keresztül. Az adatok értékelése a Microsoft Excel programmal történt, valamint a statisztikai elemzése során az IBM SPSS szoftvert alkalmaztam. A fogyasztói kérdőívek elemzése mellett a KMÉ Védjegyiroda vezetőjével készített kvalitatív mélyinterjú egészítette ki a kutatást.

A kvantitatív felmérés eredményei szerint a KMÉ védjegyet a fogyasztók 52,6%-a ismeri és vizuális felismerési aránya is magas, amely bizonyítja, hogy a nemzeti minőségtanúsító védjegyrendszer ismertsége megfelelő mértékben növekszik. A vásárlók szerint minden élelmiszerkategória esetében hasznos lenne a védjegyrendszer bevezetése, de a legfontosabb, hogy a hús- és tejtermékek körében bevezetésre kerüljön és információval szolgáljon, tehát a KMÉ védjegy kezdeti termékkörének tervezése a fogyasztói elvárásoknak megfelelően alakult. A Védjegyiroda folyamatosan azon dolgozik, hogy minél szélesebb termékkörben váljon elérhetővé a KMÉ védjegyre való pályázás lehetősége. Ballagó Anikóval, a KMÉ védjegyiroda vezetőjével folytatott interjúm során megtudtam, hogy évente nagyjából 30%-kal növekszik a pályázható termékek köre.

A legfontosabb elvárás a védjeggyel ellátott termékekkel szemben, hogy kiváló érzékszervi tulajdonságokkal rendelkezzenek. A fogyasztók számára kiemelten fontos szempont még, hogy a KMÉ védjegyes élelmiszeripari árucikkek egyértelmű tájékoztatással ellátott, a hatóság által ellenőrzött termékek legyenek. Érdekesség, hogy az alacsony ár az utolsó helyen szerepel az elvárások között, a fogyasztók inkább jó ár-érték arányt várnak el ezen termékektől. A felmérés szerint átlagosan 10,66%-kal lennének hajlandók a fogyasztók többet fizetni egy védjeggyel ellátott termékért.

Az SPSS-ben végzett statisztikai elemzésből kiderült, hogy a nők átlagosan 10%-kal magasabb arányban ismerik a védjegyet, mint a férfiak, amit feltehetőleg az magyaráz, hogy a háztartások többségében a nők az „elsődleges élelmiszerfelelősök”. Érdekes eredmény, hogy legidősebb korosztály körében a legmagasabb a KMÉ védjegy ismertsége. Mindez fontos tapasztalat a KMÉ védjegy célzott fogyasztói kommunikációs aktivitásainak tervezéséhez.

8. Köszönetnyilvánítás

Köszönettel tartozom konzulensemnek, Kasza Gyulának és Szakos Dávidnak, akik szakmai támogatást nyújtottak és javaslataikkal, ötleteikkel segítettek munkámat. Diplomamunkám elkészítése során a Nébih kutatási adatait dolgoztam fel, amelyet köszönök a Hivatal munkatársainak, hogy a rendelkezésemre bocsátottak és felhasználhattam erre a célra. Köszönettel tartozom még Ballagó Anikónak, a Kiváló Minőségű Élelmiszer Védjegyiroda vezetőjének, aki hozzájárult a személyes interjú elkészítéséhez és szakmai tapasztalatainak megosztásával támogatta munkámat.

9. Irodalomjegyzék

1. Bramley, C. – Kirsten, J. F. (2007): Exploring the economic rationale for protecting geographical indicators in agriculture. *Agrekon*, 46(1), 69-93.
DOI: 10.1080/03031853.2007.9523761
2. Camaréna, S. (2020): Artificial intelligence in the design of the transitions to sustainable food systems. *Journal of Cleaner Production*, 271(1), Paper 122574 p. 24.
DOI: 10.1016/j.jclepro.2020.122574
3. Cavallo, A. (2023): Inflation with Covid consumption baskets. *IMF Economic Review*, 1-16.
<https://doi.org/10.1057/s41308-023-00213-y>
4. Djekic, I. – Nikolić, A. – Uzunović, M. – Marijke, A. – Liu, A. – Han, J. – Tomasevic, I. (2021): Covid-19 pandemic effects on food safety-Multi-country survey study. *Food control*, 122(1), 107800, p. 122.
DOI: 10.1016/j.foodcont.2020.107800
5. Fekete-Frojimovics, Z. (2008): A "Kiváló Magyar Élelmiszer" védjegy és a szakmai szervezetek kapcsolata. *Doktori disszertáció*, Budapesti Corvinus Egyetem.
6. Füzesi, I. – Lengyel, P. – Felföldi, J. (2018): Significance of food industry trademarks and product traceability from a customer perspective. *Journal of Agricultural Informatics*, 9(2), 66-75.
7. Hajdu, I. – Fekete, Z. (2006): Examination of the knowledge and propagation willingness related to the excellent Hungarian food trademark. *Élelmezési Ipar*, 60(8/9), 213-216.
8. Hámori, J. – Horváth, Á. – Lehota, J. (2010): Examination of the consumers' ethnocentrism and products' origin in the case of Hungarian foodstuffs. *Studies in Agricultural Economics*, 112(1316-2016-102753), 37-54.
9. Gimplinger, A. C. – Salhofer, K. – Vogel, K. (2002): Consumers' perception of credence attributes in quality labelling of food. *12th Annual Meeting of the Austrian Society of Agricultural Economists*, 26-27.
10. [http1: https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99700011.tv](http1:https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99700011.tv)
11. [http2: https://www.sztnh.gov.hu/hu/vedjegy](http2:https://www.sztnh.gov.hu/hu/vedjegy)
12. [http3: https://portal.nebih.gov.hu/vedjegyek](http3:https://portal.nebih.gov.hu/vedjegyek)
13. [http4: https://portal.nebih.gov.hu/-/kivalo-minoseget-garantalo-ketszintu-vedjegyrendszer-segitheti-a-vasarlokat-a-jovoben](http4:https://portal.nebih.gov.hu/-/kivalo-minoseget-garantalo-ketszintu-vedjegyrendszer-segitheti-a-vasarlokat-a-jovoben)
14. [http5: https://kme.hu/vasarloi-oldal/kme-garancia/](http5:https://kme.hu/vasarloi-oldal/kme-garancia/)
15. [http6: https://kme.hu/a-kivalo-minosegu-elelmiszer-vedjegy-eredmenyei-2023/](http6:https://kme.hu/a-kivalo-minosegu-elelmiszer-vedjegy-eredmenyei-2023/)

16. <https://www.nak.hu/tajekoztatasi-szolgalatasi-elelmiszer-feldolgozas/98979-erdemes-peldat-venni-az-osztrak-ama-vedjegyrol>
17. <http://www.volaillelabelrouge.com/en/what-is-label-rouge-poultry/>
18. Janssen, M. – Chang, B. P. – Hristov, H. – Pravst, I. – Profeta, A. – Millard, J. (2021): Changes in food consumption during the COVID-19 pandemic: analysis of consumer survey data from the first lockdown period in Denmark, Germany, and Slovenia. *Frontiers in nutrition*, 8(1), Paper 635859, 18 p.
DOI: 10.3389/fnut.2021.635859
19. Juhász, A. – Darvasné Ördög, E. – Jankuné Kürthy, G. (2010): *Minőségi rendszerek szerepe a hazai élelmiszergazdaságban = The Role of the Quality Systems in the Hungarian Food Economy*. Budapest: Agrárgazdasági Kutató Intézet, Agrárgazdasági Könyvek.
Letöltés dátuma: 2024.03.02. forrás: http://repo.aki.gov.hu/322/1/ak_2010_01.pdf
20. Kasza, Gy. – Barna, S. – Mikulás, V. – Kunszabó, A. – Fekete, L., – Szakos, D. (2024): Minőségorientáció az élelmiszervásárlói döntésekben a kiváló minőségű élelmiszer védjegyrendszert támogató fogyasztói kutatások alapján. *Acta Argonomica Óváriensis*, 64(1), 169-180.
Letöltés dátuma: 2024.04.09.
forrás: https://ovarikar.sze.hu/images/acta/2023/64_kulonszam_I.pdf
21. Kontor, E. – Kovács, B. – Szakály, Z. – Kiss, M. (2019): A védjegyekkel kapcsolatos attitűd és az életstílusjegyek összefüggései. *Statisztikai Szemle*, 97(4), 364-386.
DOI: 10.20311/stat2019.4.hu0364
22. Korecká, M. (2019): Labels Referring to Czech Origin. *Acta Oeconomica Pragensia*, 27(1), 32-49
DOI:10.18267/j.aop.615
23. Kovács, B., (2003): A tanúsító védjegyes a minőség. *GAZDÁLKODÁS: Scientific Journal on Agricultural Economics*, 47(6), 63-68.
DOI: 10.22004/ag.econ.212141
24. Lakner, Z. – Szabó, E. – Pallóné Kisérdei, I. (2004): Minőségfejlesztés és marketing az élelmiszer-gazdaságban I. rész. *Minőség és Megbízhatóság*, 38(6), 336-344.
25. Lakner, Z. – Szabo, E. – Monszpartne, S. J. (2000): The Country and Region of Origin Effect in a Transition Economy-A Case-Study of Hungary. *German Journal of Agricultural Economics/Agrarwirtschaft*, 49(12), 411-417.
DOI: 10.22004/ag.econ.302566
26. Lehota, J. – Horváth, Á. – Rácz, G. (2012): The methodological and practical issues of lifestyle segmentation in Hungary. *Hungarian Agriculture Research*, 21(3), 18-22.
Letöltés dátuma: 2024.02.22.
forrás: https://www.agrarlapok.hu/sites/default/files/har_2012_03.pdf#page=18
27. Mariojous, C. – Wessells, C. R. (2002): Certification and quality signals in the aquaculture sector in France. *Marine Resource Economics*, 17(2), 175-180.
DOI:10.1086/mre.17.2.42629360

28. Meixner, O. – Katt, F. (2020): Assessing the impact of COVID-19 on consumer food safety perceptions—A choice-based willingness to pay study. *Sustainability*, 12(18), Paper 7270, 18 p.
DOI: 10.3390/su12187270
29. Meixner, O. – Rainer, H. – Siegfried, P. (2007): Importance and Relevance of Quality Labels in the Austrian Meat Supply Chain. *1st International European Forum on Innovation and System Dynamics in Food Networks Officially endorsed by the European Association of Agricultural Economists (EAAE)*, Innsbruck-Igls, Austria.
Letöltés dátuma: 2024. 03.01.
forrás:https://www.researchgate.net/publication/23512304_Importance_and_Relevance_of_Quality_Labels_in_the_Austrian_Meat_Supply_Chain
30. Meixner, O. – Haas, R. (2016): Quality labels in the food sector: What do consumers want to know and where are they looking for information? *International Journal on Food System Dynamics*, 7(4), 360-370.
DOI:10.18461/ijfsd.v7i4.746
31. Nagy-Pércsi, K. – Fogarassy, C. (2019): Important Influencing and Decision Factors in Organic Food Purchasing in Hungary. *Sustainability*, 11(21), Paper 6075, 21 p.
DOI: 10.3390/su11216075
32. Popovics, A. (2009): A földrajzi helyhez kapcsolódó és a hagyományos magyar termékek lehetséges szerepe az élelmiszerfogyasztói magatartásban. Doktori Disszertáció, Szent István Egyetem, Gödöllő.
Letöltés dátuma: 2024. 02. 27. forrás: <https://m2.mtmt.hu/api/citation/24640140>
33. Popovics, A. – Gyenge, B. (2005): A földrajzi jelzés oltalmában részesülő magyar termékek ismertsége. *GAZDÁLKODÁS: Scientific Journal on Agricultural Economics*, 49(1), 42-51.
DOI: 10.22004/ag.econ.206043
34. Szabó, E. – Lakner, Z. (1996): Az élelmiszer-jelölés, a marketing és a fogyasztóvédelem összefüggései. *Marketing & Menedzsment*, 30(3), 7-12.
Letöltés dátuma: 2024. 02. 28.
forrás: <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/2381>
35. Szabó, E. (2006): Az eredet-és minőségjelzők alkalmazásának lehetőségei és feltételei a marketingkommunikációban. Doktori disszertáció, Budapesti Corvinus Egyetem.
Letöltés dátuma: 2024.02.21. forrás: <https://phd.lib.uni-corvinus.hu/491/>
36. Szakály, Z. – Pallóné Dr. Kisérdi, I. – Dr. Nábrádi, A. (2010): Marketing a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek piacán. Kaposvár. Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar, 265.
Letöltés dátuma: 2024.02.20. forrás: https://www.researchgate.net/profile/Andras-Nabradi/publication/235347949_A_hagyomanyos_es_tajjellegu_elelmiszerek_gazdasagi_jelentosege_In_Marketing_a_hagyomanyos_es_tajjellegu_elelmiszerek_piacan/links/59a02cb0458515fd1fde55e1/A-hagyomanyos-es-tajjellegu-elelmiszerek-gazdasagi-jelentosege-In-Marketing-a-hagyomanyos-es-tajjellegu-elelmiszerek-piacan.pdf

37. Szakály, Z. – Soós, M. – Szabó, S. – Szente, V. (2016): Role of labels referring to quality and country of origin in food consumers' decisions. *Acta Alimentaria*, 45(3), 323-330.
DOI: 10.1556/AAlim.2015.0012
38. Székelyhidi, K. – Felkai, B. O. – Darvas, E. (2014): Védjegyek az élelmiszeriparban. *Journal of Central European Green Innovation*, 2(3), 93-110.
DOI: 10.22004/ag.econ.6598
39. Totth, G. – Hlédik, E. – Zarádné Vámosi, K. (2015): A védjegyek szerepe a vásárlási döntésekben. *Az Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXI. országos konferenciájának tanulmánykötete*. Budapest, Budapesti Műszaki Egyetem Menedzsment és Vállalatgazdaságtan Tanszék 618, 136-144.
Letöltés dátuma: 2024.02.21. forrás: <https://emok.hu/hu/tanulmany-kereso/konferenciakotetek/d-405:a-vedjegyek-szerepe-a-vasarlas-dontesekben>
40. Totth, G. – Kovács, I. – Oravecz, T. – Mucha, L. (2019): A védjegyek szerepe, és fogyasztói megítélése. *Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok*, 14(2), 215-236.
DOI:10.14232/jtgf.2019.2.215-236
41. Török, Á. (2019): A HÍR védjegy ismertsége és beágyazódottsága a magyar fogyasztók körében. *Táplálkozásmarketing*, 6(1), 81-97.
DOI: <https://doi.org/10.20494/TM/6/1/6>
42. Vetter, S. – Vasa, L. – Ózsvári, L. (2014): Economic aspects of animal welfare. *Acta Polytechnica Hungarica*, 11(7), 119-134.
Letöltés dátuma: 2024. 02. 20. forrás: https://acta.uni-obuda.hu/Vetter_Vasa_Ozsvari_53.pdf

10. Ábrák és táblázatok jegyzéke

Ábrák:

1. ábra: Oltalom alatt álló földrajzi árujelzők – 6. oldal
2. ábra: Válaszadók megoszlása a védjegyek spontán és kép alapján történő felismerése alapján – 11. oldal
3. ábra: A Kiváló Magyar Élelmiszer védjegy – 12. oldal
4. ábra: KMÉ védjegyre pályázható termékkategóriák – 15. oldal *(Forrás: <https://kme.hu>)*
5. ábra: A kétszintű védjegyrendszer logói – 15. oldal *(Forrás: <https://kme.hu>)*
6. ábra: Az AMA védjegy – 16. oldal *(Forrás: <https://amainfo.at>)*
7. ábra: A Label Rouge védjegy – 17. oldal *(Forrás: <http://www.volaillelabelrouge.com>)*
8. Vizuális felismerés eredményei – 23. oldal *(Forrás: Nébih kutatások)*
9. ábra: KMÉ védjegy ismertségének változása – 24. oldal *(Forrás: Nébih kutatások)*
10. ábra: Védjegyek hitelessége – 25. oldal *(Forrás: Nébih kutatások)*
11. ábra: „Hallott-e a Kiváló Minőségű Élelmiszer (KMÉ) védjegyről?” – 26. oldal *(Forrás: Nébih kutatások)*
12. ábra: KMÉ védjegyről való értesülés forrása -27. oldal *(Forrás: Nébih kutatások)*
13. KMÉ védjegy mögött álló vizsgálati rendszer ismertsége – 28. oldal *(Forrás: Nébih kutatások)*
14. ábra: Szakmai háttér megbízhatósága a válaszadók szerint – 29. oldal *(Forrás: Nébih kutatások)*
15. ábra: A KMÉ védjegyes termékek keresése – 31. oldal *(Forrás: Nébih kutatások)*
16. ábra: „Látott-e vagy vásárolt-e KMÉ védjeggyel ellátott terméket mostanában?” – 32. oldal *(Forrás: Nébih kutatások)*
17. ábra: „Hány százalékkal fizetne többet egy KMÉ védjeggyel rendelkező élelmiszerért?” – 36. oldal *(Forrás: Nébih kutatások)*
18. ábra: A védjeggyel ellátott termékekkel szembeni elvárások - 37. oldal *(Forrás: Nébih kutatások)*

Táblázatok:

1. táblázat: Magyarországon bejegyzett élelmiszeripari védjegyek (Forrás: <https://portal.nebih.gov.hu/vedjegyek> alapján saját szerkesztés) - 8-9. oldal
2. táblázat: Az interjúk időpontjai és helyszínei (Forrás: Nébih kutatások alapján saját szerkesztés) – 20. oldal
3. táblázat: A fogyasztói minta demográfiai összetétele (Forrás: Nébih kutatások) – 21. oldal
4. táblázat: A fogyasztói minta demográfiai összetétele (Forrás: Nébih kutatások) – 22. oldal
5. táblázat: A KMÉ védjegy használata termékkörök szerint (Forrás: Nébih kutatások) – 30. oldal
6. táblázat: Vásárolt-e KML védjeggyel ellátott terméket mostanában? (Forrás: Nébih kutatások) – 33. oldal
7. táblázat: Látott-e KMÉ védjeggyel ellátott terméket mostanában? (Forrás: Nébih kutatások) – 34. oldal
8. táblázat: „Mely termékkörök esetében fontosabb Önnek a minőség, mint az ár? „ (spontán említés) (Forrás: Nébih kutatások) – 35. oldal
9. táblázat: A KMÉ védjegy ismertsége a nemek megoszlása szerint ($p < 0.05$) (Forrás: Nébih kutatások alapján saját szerkesztés) - 38. oldal
10. táblázat: Az "élelmiszerfelelős" fogyasztók megoszlása nemek szerint ($p < 0.05$) (Forrás: Nébih kutatások alapján saját szerkesztés) – 39. oldal
11. táblázat: A KMÉ védjegy ismertsége korosztályok szerint ($p < 0.05$) (Forrás: Nébih kutatások alapján saját szerkesztés) – 39. oldal
12. táblázat: KMÉ védjegy ismertsége gazdasági státusz szerint ($p < 0.05$) (Forrás: Nébih kutatások alapján saját szerkesztés) – 40. oldal
13. Hitelesnek tartja-e a KMÉ védjegyet? – iskolai végzettség szerinti megoszlás ($p < 0.05$) (Forrás: Nébih kutatások alapján saját szerkesztés) – 41. oldal
14. Hitelesnek tartja-e a KMÉ védjegyet? – jövedelem szint szerinti megoszlás ($p < 0.05$) (Forrás: Nébih kutatások alapján saját szerkesztés – 42. oldal

11. Mellékletek

Fogyasztói kvantitatív kérdőív

Az alábbiakban védjegyeket mutatunk be, kérjük, válaszoljon a kapcsolódó kérdésekre.



Ismeri?

Igen Nem

Ismeri?

Igen Nem

Ismeri?

Igen Nem

Ismeri?

Igen Nem

Hitelesnek tartja?

Igen Nem

Nem tudom

Hitelesnek tartja?

Igen Nem

Nem tudom

Hitelesnek tartja?

Igen Nem

Nem tudom

Hitelesnek tartja?

Igen Nem

Nem tudom

Hallott-e a Kiváló Minőségű Élelmiszer (KMÉ) védjegyről? Igen Nem

Amennyiben már hallott a KMÉ védjegyről, honnan értesült róla? Több választ is megjelölhet.

Internet TV Rádió Ismerős által Rendezvény (pl. kiállítás, vásár, konferencia)

Konyhasziget Magazinból Egyéb, éspedig: _____

Amennyiben már hallott a KMÉ védjegyről, tudja-e, hogy a mögötte álló vizsgálati rendszer a Nébih szakmai támogatásával jött létre? Igen Nem

Ön szerint megbízható szakmai háttérrel nyújt a Nébih a KMÉ védjegy odaítéléséhez?

Igen Nem

Milyen élelmiszerek esetében lenne fontos Önnek a KMÉ védjegy?

Hogyan keresi a KMÉ-védjegyes termékeket? Egy választ jelöljön meg.

- Tudatosan keresem a KMÉ-védjegyes termékeket
 Örülök, ha KMÉ-védjegyes egy termék, de nem keresem tudatosan
 Nem foglalkozom vele, hogy van-e KMÉ-védjegy a terméken

Látott-e vagy vásárolt-e KMÉ védjeggyel ellátott terméket mostanában? Több választ is megjelölhet.

Az alábbi KMÉ termékekből vásároltam: _____

Az alábbi KMÉ termékeket csak láttam: _____

Nem talákoztam még ilyen termékekkel

Ha bizonyos termékkörök esetében fontosabb Önnek a minőség, mint az ár, melyek ezek?

Ön hány százalékkal fizetne többet egy KMÉ védjeggyel rendelkező kiváló minőségű élelmiszerért?
_____ %-kal fizetnék többet

Ön mit vár el egy kiváló minőségű élelmiszertől?

Osztályozzon 1-től 5-ig: 5: Nagyon fontos számomra – 1: Egyáltalán nem fontos számomra

| A kiváló minőségű élelmiszer legyen... | Osztályzat |
|--|------------|
| finom | ① ② ③ ④ ⑤ |
| olcsó | ① ② ③ ④ ⑤ |
| kedvező ár-érték arányú | ① ② ③ ④ ⑤ |
| egyedi (kézműves, hagyományos) módon előállított | ① ② ③ ④ ⑤ |
| jól beilleszthető az egészséges étrendbe | ① ② ③ ④ ⑤ |
| fogyasztóbarát csomagolással rendelkező | ① ② ③ ④ ⑤ |
| környezetbarát módon előállított | ① ② ③ ④ ⑤ |
| ökológiai gazdaságból származó összetevőket tartalmazó | ① ② ③ ④ ⑤ |
| A kiváló minőségű élelmiszer legyen... | Osztályzat |
| Magyarországon készült | ① ② ③ ④ ⑤ |
| hagyományos, magyar ízvilágú | ① ② ③ ④ ⑤ |
| az élelmiszerlánc-biztonsági hatóság által ellenőrizve | ① ② ③ ④ ⑤ |
| egyértelmű tájékoztatással ellátott, fölösleges információk nélkül | ① ② ③ ④ ⑤ |
| könnyen felismerhető | ① ② ③ ④ ⑤ |
| kiemelt, az üzletben elkülönített helyen elhelyezett | ① ② ③ ④ ⑤ |
| Egyéb, éspedig: _____ | ① ② ③ ④ ⑤ |

DEMOGRÁFIA

A kutatási eredmények feldolgozása érdekében kérjük, válaszoljon az alábbi, az Ön személyével kapcsolatos kérdéseinkre – a kutatás név nélküli és a feldolgozás módja garantálja, hogy az Ön személye nem azonosítható be a felmérésben.

Neme: Nő Férfi

Születési évszám: _ _ _ _

Lakóhelye (település típusa): Község Város Főváros

Lakóhelye (megye): _____

Az Ön befejezett legmagasabb iskolai végzettsége

Általános iskola (8 vagy kevesebb osztály)

Szakiskola (szakmunkás végzettség)

Érettségi

Főiskolai, egyetemi oklevél

Ha főiskolát vagy egyetemet végzett, van-e természettudományos végzettsége?

Van Nincs

Az Ön gazdasági státusza (kérjük, csak egy lehetőséget jelöljön meg)

Aktív dolgozó (munkavállaló)

Munkakereső

Vállalkozó (önfoglalkoztató)

Háztartásbeli, GYES-GYED

Nyugdíjas, rokkant nyugdíjas

Diák

Kapcsolódik-e korábbi vagy jelenlegi munkája az élelmiszertermeléshez, vendéglátáshoz vagy élelmiszerkereskedelemben? Igen Nem

A háztartásában lakók száma:

| |
|----|
| Én |
|----|

 fő

Van-e az Ön háztartásában 15 éven aluli gyermek? Van Nincs

Van-e olyan ok, amely miatt különleges étrendre van szüksége?

Van Nincs

Ki az Ön háztartásában az „élelmiszerfelelős”, vagyis ki hozza meg az élelmiszervásárlással, ételkészítéssel kapcsolatos döntéseket?

Ön

Közösen vagy munkamegosztásban

Más személy

Az Ön háztartásának jövedelemszintjére melyik állítás igaz?

Még a legszükségesebb dolgok megvásárlása is nehézségekbe ütközik

Szerényen, de megélünk

Jövedelemszintünk átlagos, amit fontosnak tartunk, meg tudjuk venni

Jövedelemszintünk átlag feletti

Jövedelemszintünk kiemelkedő

Hozzájáruló nyilatkozat a mélyinterjú elkészítéséhez

TÁJÉKOZTATÁS HANGFELVÉTEL KÉSZÍTÉSÉRŐL

Diplomamunkám témája a Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegyrendszer megújítása, melyben az élelmiszeripari védjegyek szerepét, valamint a Nébih által felmért fogyasztói kutatások alapján a KMÉ védjegy ismertségét vizsgálom. A mélyinterjú elkészítése során a célom, hogy a személyes vélemények és tapasztalatok alapján közelebbről is megismerjem a védjegyet és a mögötte álló tanúsítási rendszert.

Szeretném tájékoztatni, hogy az interjúról hangfelvétel készül, amelyről írásos átiratot készítek, ezt követően pedig a hanganyag megsemmisítésre kerül. Köszönöm az együttműködést!

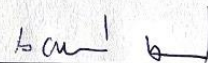
HOZZÁJÁRULÓ NYILATKOZAT

Én, Ballagó Anikó beleegyezek a kutatásban való részvételbe, amelyben részvétem teljesen önkéntes.

Ezen írásos beleegyezési nyilatkozat aláírásával hozzájárulok ahhoz, hogy az interjút hangfelvétel útján rögzítsék és írásos másolatot készítsenek róla, továbbá idézzenek az interjú során elhangzottakból.

Jelen nyilatkozat aláírásával beleegyezek abba, hogy Mikulás Viktória a „Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegy - Egy védjegyrendszer megújításának tapasztalatai” című diplomamunkája során felhasználja az interjúról készült írásos átiratot.

Kelt: Budapest, 2024. 04. 04.



nyilatkozattevő

Mélyinterjú vázlat

KMÉ védjegy mélyinterjú

Interjú kérdéssor

Diplomamunkám témája a Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegyrendszer megújítása, melyben az élelmiszeripari védjegyek szerepét, valamint a Nébih által felmért fogyasztói kutatások alapján a KMÉ védjegy ismertségét vizsgálom. A mélyinterjú elkészítése során a célom, hogy a személyes vélemények és tapasztalatok alapján közelebbről is megismerjem a védjegyet és a mögötte álló tanúsítási rendszert.

Szeretném tájékoztatni, hogy a mélyinterjúról hangfelvétel készül, amelyről írásos átiratot készítek, ezt követően pedig a hanganyag megsemmisítésre kerül. Köszönöm az együttműködést!

1. Kérem mutassa be pár mondatban a KMÉ védjegyet és a mögött álló tanúsítási szempontrendszert (minőség, biztonság, fenntarthatóság).
2. Milyen folyamatokból áll egy újonnan pályázható termék kategória bevezetése?
3. Hogyan tudnak pályázni a vállalatok a KMÉ védjegyre? Milyen feltételeket kell teljesíteniük?
4. Az elmúlt évek tapasztalatai alapján, mennyire nyitottak az élelmiszerelőállító vállalatok a pályázás során? (Van-e esetleg arra vonatkozó adat, hogy egy-egy termék kategóriából az előállított termékek hány százaléka pályázik a védjegyre?)
5. Melyik termék kategória esetében nyújtották be a legtöbb pályázatot?
6. Elsősorban milyen típusú vállalkozások termékein használják jelenleg a KMÉ védjegyet (mikro/kis/közép/nagyvállalatok; hazai/nemzetközi tulajdonosi háttér; exportorientált vagy a belföldi értékesítésre fókuszál)?
7. Milyen különbségek vannak az alap- és az aranyfokozatú KMÉ védjegy között? (Hogyan szerezheti meg egy termék az arany fokozatot?)
8. Van-e olyan nemzetközi védjegyrendszer, amelyhez hasonlítható a KMÉ védjegy mögött álló tanúsítási rendszer?
9. Véleménye szerint mit nyújthat egy termék/vállalat számára, hogyha a csomagoláson feltüntetésre kerül a KMÉ védjegy?
10. Hogyan tudnak hozzájárulni a fogyasztói kutatások a KMÉ védjegy tervezéséhez?
11. Milyen fejlesztési területei/irányai vannak a védjegynek?

12. Nyilatkozatok

MATE Szervezeti és Működési Szabályzat

III. Hallgatói

Követelményrendszer III.1.

Tanulmányi és Vizsgaszabályzat

6.13. sz. függelék: A MATE egységes szakdolgozat / diplomadolgozat / záródolgozat / portfólió készítési útmutatója

4.2. sz. melléklete: Nyilatkozat a záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

NYILATKOZAT

a diplomadolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: Mikulás Viktória
A Hallgató Neptun kódja: C8VMKV
A dolgozat címe: Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegy – Egy védjegyrendszer megújításának tapasztalatai fogyasztói felmérés alapján
A megjelenés éve: 2024
A konzulens intézetének neve: Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Élelmiszertudományi- és Technológiai Intézet
A konzulens tanszékének a neve: Állattermék és Élelmiszertartósítási Technológia Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott diplomadolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelté után nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem könyvtári repozitori rendszerében.

Kelt: Budapest, 2024. év 04. hó 18. nap

Mikulás Viktória
Hallgató aláírása

¹ A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törölnendő.

² A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törölnendő.

NYILATKOZAT

Mikulás Viktória (hallgató Neptun azonosítója: C8VMKV) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a diplomadolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

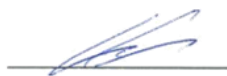
A diplomadolgozatot a záróvizsgán történő védeésre javaslom / nem javaslom¹.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem^{*2}

Kelt: Budapest, 2024. év 04. hó 15. nap



Dr. Kasza Gyula
belső konzulens



Dr. Szakos Dávid
külső konzulens

¹ A megfelelő aláhúzendó.

² A megfelelő aláhúzendó.