

Projekt team

Projektmenedzser:

Dr. Szabó Gábor
szabo.gabor@ke.hu

Szakmai vezető:

Dr. Szakály Zoltán
szakaly.zoltan@ke.hu

Pénzügyi vezető:

Dr. Wickert Irén
wickert.iren@ke.hu

Alprojektvezető:

Dr. Balogh László
balogh.laszlo@ke.hu

Alprojektvezető:

Prof. Dr. Romvári Róbert
romvari.robert@ke.hu

Projektasszisztens:

Taradán Lívía
taradan.livia@ke.hu



A projekt adatai

Pályázati kiírás neve:

Tudományos képzés műhelyeinek támogatása

A projekt azonosítószáma:

TÁMOP 4.2.2/B-10/2010-0019.

A projekt címe:

A Kaposvári Egyetem tudományos képzési tevékenységeinek és szakmai műhelyeinek fejlesztése

Kedvezményezett:

Kaposvári Egyetem • 7400 Kaposvár, Guba s. u. 40.

Támogató:

Nemzeti Fejlesztési Ügynökség
(1077 Budapest, Wesselényi u. 20-22.)

Közreműködő szervezet:

ESZA Társadalmi Szolgáltató Nonprofit Kft.
1134 Budapest, Váci u. 45. „c” épület • www.esza.hu

Támogatás összege:

147 500 000 Ft

Projekt teljes költségvetése:

147 500 000 Ft

A projekt időtartama:

2011.07.01 – 2013.05.31.

A projekt megvalósítás helyszíne:

7400 Kaposvár, Guba S. u. 40.

Kapcsolattartó és elérhetőségei:

Dr. Szabó Gábor, projektvezető
szabo.gabor@ke.hu • telefon: 82 505 800 / 3609



Nemzeti Fejlesztési Ügynökség
www.uf.gov.hu
06 40 620 620



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.

TÁMOP-4.2.2/B-10/1-2010-0019

„A Kaposvári Egyetem tudományos képzési tevékenységeinek és szakmai műhelyeinek fejlesztése” c. projekt GTK2 szakmai műhelyének eredményei a főbb projektelemek kapcsán



ÚJ SZÉCHENYI TERV

1) Képzési programok lebonyolítása

A lebonyolított képzési alprogram célja a GTK 2 szakmai műhelyben tevékenykedő kutatói utánpótlás kutatói kvalitásának javítása, felkészülés a nemzetközi, impakt faktoros publikációk elkészítésének módszertanára, valamint a kutatócsoportban tevékenykedő jelenlegi, és potenciális jövőbeni vezetők menedzsment képességeinek javítása. Ennek megfelelően a marketingkutatás és elemzés módszertanához kapcsolódó képzések kerültek megtartásra a projekt időtartama alatt 8 témakörben 2-2 alkalommal.

- *Agrárgazdaság az új évezredben: új szerkezet, új szervezés és menedzsment*
- *Általános marketingkutatás – adatgyűjtés, elemzés módszertana*
- *Kutatásmódszertan: adatelemzés*
- *Etikett – Protokoll*
- *A magyar egészség gazdaság – A magyar lakosság lelki egészsége*
- *Általános ökonometria*
- *Motivációs tréning 1.*
- *Motivációs tréning 2.*

2) K+F programok (lebonyolított kutatási programok főbb pontjai)

A projekt során megvalósításra kerülő kutatás a vállalati marketing szemlélet fejlesztési lehetőségeinek komplex vizsgálatára terjedt ki. A kutatási program az alábbi részterületekből (alprogramokból) tevődik össze:

1. alprogram: Élelmiszer fogyasztói piacok szegmentálása

Az 1. alprogram fő célkitűzése az élelmiszerfogyasztók életstílus alapján történő szegmentálása, illetve a potenciális célpiacok kiválasztása a funkcionális (egészségvédő-, bio- és hagyományos-) élelmiszerek piacán.

2. alprogram: A piaci szívóhatás érvényesülése a vállalati innovációban
Az alprogram megvalósítása során az élelmiszeriparban tevékenykedő kis- és középvállalkozások innovációs tevékenységének mozgatórugói kerültek górcső alá, kiemelt figyelmet fordítva a fogyasztói információk beépülésének lehetőségeire.

3. alprogram: Speciális (helyi élelmiszerek) értékesítésének marketing jellemzői. A 3. alprogram célja a speciális élelmiszerekkel kapcsolatos fogyasztói attitűdök és a fogyasztói magatartást befolyásoló tényezők vizsgálata volt.

A fentiekben megnevezett alprogramokban meghatározott célok elérése érdekében a kutatás során 3 fókuszcsoportos interjú – melyek alapján összeállíthatóvá vált a kérdőív –, egy országos 1 000 fős reprezentatív

kérdőíves fogyasztói felmérés és 30, a funkcionális-, a hagyományos- és a biotermékek előállításában jeleskedő kis- és közepes vállalkozás illetékeseivel készített, telefonos mélyinterjú került lebonyolításra, melyek főbb eredményei az alábbiak szerint foglalhatók össze:

Az elvégzett kutatások – a fókuszcsoportos interjúk és a reprezentatív kérdőíves megkérdezés – eredményeként egyrészt rendelkezésre állnak azok az életstílus-szegmensek, amelyek a három vizsgált élelmiszerkategória potenciális célcsoportjait képviselik. Másrészt információkat kaptunk a három speciális élelmiszercsoport értékesítési stratégiájának kidolgozásához.

Kutatásokat végeztünk a Villány-Siklós Borvidéken, továbbá élményszegmensek témakörben a Dél-Dunántúl jelentősebb „gazdaságaiba” látogattunk el, végül, de nem utolsósorban a Tamási kistérség turizmusát vizsgáltuk. A mélyinterjúk és a kérdőíves megkérdezés során – többek között – a borászok és a gazdaságok által végzett marketingtevékenységről szerzett információk és tapasztalatok beépítésre kerültek a tanórai anyagokba és a publikációkba.



3) Vendéglőadók meghívása

A projekt keretében megvalósuló kutatási tevékenység területén tevékenykedő, hazai és nemzetközi ismertséggel rendelkező gyakorlati és akadémiai szakemberek – úgymint Prof. Dr. Törőcsik Mária, Prof. Dr. Lehota József, Dr. Langer Katalin, Prof. Dr. Biacs Péter és Dr. Totth Gedeon – által lebonyolított előadássorozat „A modern élelmiszermarketing összefüggéseit” mutatta be különös tekintettel a területen kutató PhD hallgatóknak, valamint TDK tevékenységet végző nappali tagozatos hallgatóknak. A vendéglőadók az alábbi témákban tartották a képzéseket (kurzusonként 3-3 alkalommal): „Élelmiszerfogyasztói magatartástrendek”, „Az élelmiszergazdasági marketing és kutatásmódszertan aktuális kérdései”, „Fogyasztói magatartás

pszichológiája”, „Funkcionális élelmiszerek piaci tendenciái, minőség és szabályozás aspektusai” és „A közösségi marketing eszközök alkalmazása, hatékony menedzsment eszközök”.

4) Humán erőforrás fejlesztés (bevont oktatók, kutatók, PhD hallgatók, demonstrátorok)

A kutatási tevékenységben összesen 25 fő vett részt, amelyek összetétele a következők szerint alakult:

szakmai vezető 1 fő; altémavezető 1 fő; egyetemi docens 2 fő; egyetemi adjunktus 2 fő; tanársegéd 2 fő; PhD hallgató 6 fő; hallgató (demonstrátor) 11 fő

5) Tudományos disszemináció (rendezvények, konferencia részvételek, együttműködések más egyetemekkel)

A projekt során feltárt kutatási eredmények a hazai és a nemzetközi disszeminációs tevékenységet célozták meg. A témakörben az alábbi konferenciák kerültek megrendezésre:

- VIII. Nemzetközi Táplálkozásmarketing Konferencia
- „Táplálkozástudományi kutatások” – PhD konferencia

A kutatásban résztvevő tudományos fokozattal rendelkező kutatóknak és hallgatóknak a projekt keretében lehetőségük nyílt hazai és nemzetközi konferenciákon való részvételre, úgymint (a teljesség igénye nélkül):

- *Érzések Marketingje*
- XIX. Országos MÉTE Tudományos Diákköri Konferencia
- *Élelmiszer Szakma Napja*
- *Marketing Műhely Sorozat III.*
- *Magyar Táplálkozástudományi Társaság 37. Vándorgyűlése*
- *Magyar Termék Konferencia*
- *BioFach2013*

A GTK 2 szakmai műhely a TÁMOP-4.2.2/B-10/1-2010-0019 számú projekt kapcsán az alábbi kiemelt partner egyetemekkel és intézetekkel működött együtt:

Debreceni Egyetem Agrár- és Gazdálkodástudományok Centruma Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar; Szent István Egyetem; Szegedi Tudományegyetem MK; Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar; Educons Univerzitet FABUS; Agrárgazdasági Kutató Intézet; Semmelweis Egyetem ETK; Pécsi Tudományegyetem KTK; Nyugat-Magyarországi Egyetem Mezőgazdaság- és Élelmiszertudományi Kar