

MEGHÍVÓ

XI. NEMZETKÖZI TÁPLÁLKOZÁSMARKETING KONFERENCIA

„NYÍLT INNOVÁCIÓ ÉS KÖZÖS ÉRTÉKALKOTÁS A FOGYASZTÓKKAL – KOMPLEX EGÉSZSÉGÉRTÉLMELMÉZÉS AZ ÉLELMISZER-GAZDASÁGBAN”

Szervező:

Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Kereskedelem Intézet

Társzervező:

Magyar Tudományos Akadémia, Debreceni Akadémiai Bizottság



A RENDEZVÉNY HELYSZÍNE: Debrecen, Kölcsey Központ

IDŐPONTJA: 2015. november 11.

Mottó:

„A legnagyobb kockázat az, ha nem vállalsz semmilyen kockázatot. Egy gyorsan változó világban az egyetlen stratégia, ami biztosan sikertelen, az, ha soha nem kockáztatsz.” (Mark Elliot Zuckerberg)

A nyílt innovációs paradigma a kutatás-fejlesztési folyamatot nyitott rendszerként értelmezi, amelynek során a vállalatok az új értékek teremtéséhez nemcsak belső, hanem külső forrásokat is igénybe vesznek. A nyílt innovációs folyamat magában foglalja azt is, hogy a termékek fejlesztésének generálójá magá a termékek felhasználója, vagyis legtöbb esetben a fogyasztó. Ez az úgynevezett felhasználó-vezérelt innovációs folyamat, ahol a felhasználó a termék ötlet kidolgozásától egészen az új termék bevezetéséig aktív részese az innovációs láncnak.

Tapasztalataink szerint az igazán sikeres vállalatok kiemelten fontosnak tartják a fogyasztók bevonását az innovációs és fejlesztési folyamataikba. A megkérdezett vállalatvezetők szerint a fogyasztóknak a cég üzletpolitikáját és jövőjét érintő stratégiai döntésekben ma már nagyobb a súlya, mint az igazgatótanács tagjainak (IBM, 2013). Ez a hozzáállás jól tükrözi azt a szemléletet, amelynek végeredménye a közös értékalkotás, amely segíti a vállalatokat a fogyasztói igények mélyebb megértésében, a marketing stratégiák kidolgozásában, végeredményként a verseny- és piacképesebb termékek előállításában. De mire van szüksége a fogyasztónak manapság? Azt mondhatjuk, hogy a legnagyobb igény az egészségesség trendjének megfelelő termékek iránt mutatkozik. Az élelmiszer innovációs irányokat is ez a fogyasztási trend határozza meg.

A hazai élelmiszer-kiskereskedelemben évente átlagosan 32 500 új termék jelenik meg (Nielsen, 2015), és tizenkét hónap után mindössze 8 000 marad a piacon, vagyis a bevezetett készítmények 25%-a.

A TÁMOP-4.2.6-15/1-2015-0001 KOMPLEX INNOVÁCIÓ - Egészségipari hálózat a hatékonyság növelése érdekében” pályázat keretében megrendezésre kerülő konferencia fogyasztói magatartáskutatások és sikeres vállalati marketingstratégiák segítségével választ keres arra, hogy milyen módszerekkel csökkenthető az új élelmiszerek magas bukási aránya a piacon, illetve hogyan növelhető az innovatív (köztük az egészségvédő) élelmiszerek értékbeli részesedése a vállalatok termékeinek értékesítésén belül.

A Konferencia fontosabb témakörei

1. A nyílt innováció alkalmazásának és a fogyasztó bevonásának lehetőségei az élelmiszeriparban
2. Egészségmagatartás, tudatos táplálkozás és funkcionális élelmiszerek
3. A komplex egészségértélmézés hatása a piaci innovációra
4. Mitől lehet sikeres egy vállalati stratégia? Me-too vagy me-only termékek? Fenntarthatóság? Fogyasztó-vezérelt termékfejlesztés?
5. Rövid ellátási láncok, élelmiszerpazarlás és az ökológiai lábnyom kapcsolata
6. A digitális világ kihívásai és a vállalati innovációra gyakorolt hatása

A rendezvény alatt folyamatos program a kiállítók termékeinek kóstoltatása a kijelölt standokon, ahová **várjuk a kiállítók jelentkezését.**

A rendezvényen való részvétel és kiállítás díjtalan, de regisztráció köteles!

Regisztrálni a www.taplalkozasmarketing.hu honlapon lehet!

A rendezvénnyel kapcsolatban felmerülő kérdéseit várja Dr. Soós Mihály.

e-mail: soos.mihaly@agr.unideb.hu,

Tel: +36 (20) 299-8310

+36 (30) 884-0478

SZÉCHENYI 2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

PROGRAM

08³⁰–10⁰⁰

Regisztráció

10⁰⁰–10¹⁰

Megnyitó – Dr. Pető Károly (DE)
Prof. Dr. Szakály Zoltán (DE)

Plenáris előadások

Levezető elnökök: Prof. Dr. Popp József (DE), Dr. Totth Gedeon (BGF)

10⁰⁰–10²⁵

Prof. Dr. Szakály Zoltán (DE): Nyílt innováció és közös értékalkotás a fogyasztókkal az élelmiszer piacon

10²⁵–10⁵⁰

Prof. Dr. Törőcsik Mária (PTE): Az egészség trendjének érvényesülése az élelmiszer piacon

10⁵⁰–11¹⁵

Őri Ágnes (Unilever Magyarország Kft.): Fenntarthatóság és funkcionális élelmiszerek

11¹⁵–11⁴⁰

Csongovai Tamás (CO-OP Hungary Zrt.): A kereskedelem elvárásai az innovatív és egészségtudatos termék körökben

11⁴⁵–12¹⁰

Dr. Prokisch József (DE): Élelmiszeripari innováció a gyakorlatban – Sikerek és kudarcok

12¹⁰–12²⁰

Meglepetés program

12²⁰–13²⁰

Szünet

13²⁰–13³⁰

Szakály Sándor Innovációs Díj átadása

13³⁰–13⁴⁵

Szabó Imre (Havita-Tész Szövetkezet): Gyümölcsös disznó cukorrépából – Derecskei recept

Táplálkozásmarketing a tudomány oldaláról

Levezető elnökök: Prof. Dr. Lehota József (DE), Dr. Polereczki Zsolt (DE)

13⁴⁵–14⁰⁰

Kiss Virág (DE) – Prof. Dr. Szakály Zoltán (DE): Egészségmagatartás és tudatos táplálkozás a fiatalok körében. Ígéretes célcsoport?

14⁰⁰–14¹⁵

Dr. Kovács Ildikó (SZIE) – Dr. Komáromi Nándor (SZIE) – Prof. Dr. Lehota József (SZIE): A vállalatok társadalmi felelősségvállalásának fogyasztói megítélése

14¹⁵–14³⁰

Fehér András (DE) – Prof. Dr. Szakály Zoltán (DE): A digitális élelmiszer-fogyasztók kora – Új perspektíva az élelmiszeripar számára

14³⁰–14⁴⁵

Vita

14⁴⁵–15⁰⁰

Szünet

Táplálkozásmarketing a gyakorlat oldaláról

Levezető elnökök: Avramucz Attila (Univer Product Zrt.), Palotás Gábor (Univer Product Zrt.)

15⁰⁰–15¹⁵

Avramucz Attila – Palotás Gábor (Univer Product Zrt.): Úszni a kék óceánban is kell. Minden nap – Az Univer K'enni Jó zöldségkrém termékcsalád piaci bevezetésének tanulságai

15¹⁵–15³⁰

Bódi Krisztina (Kométa'99 Zrt.): Sikeres innovációs megoldások a Kométánál

15³⁰–15⁴⁵

Dr. Polereczki Zsolt (Pharmapolis Innovatív Élelmiszeripari Klaszter): Piacorientáció és fejlesztési igények a hazai élelmiszeripari kisvállalkozások körében egy K+F szolgáltató szemszögéből

15⁴⁵–16⁰⁰

Vita

16⁰⁰–16¹⁰

Zárszó

SZÉCHENYI 2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE