

# élelmiszertrendek, megatrendek

dr. Törőcsik Mária  
egyetemi tanár  
Pécsi Tudományegyetem



# a food témakör felértékelődése

a fogyasztói társadalom egyik jele a bőséges élelmiszerkínálat

az étel, étkezés témakör iránti érdeklődés tanúi vagyunk

médiatematizálódása feltűnően megmutatkozik

semleges beszédtema, mindenki szerepet vállalhat

elfordulás a „nagy témáktól”

több tudományterület fókuszában

komoly változások terepe

# néhány változás...

túlfogyasztás (elhízás)

egyedül étkezés, étkezési keretek szétzilálódása

- nemcsak azért, mert egyre több ember él egyedül
- sokan szeretnek egyedül enni, hogy közben más tevékenységet is tudjanak végezni

nassolás, ropogtatás, „gyorsan enni valamit”

- a fogyasztók érzékelése alapján: az étkezés és a nassolás/ropogtatás közötti vonal fizikai, emocionális, szociális és kulturális tapasztalatok alapján elmosódik
- az élelmiszerek állandó elérhetősége a nassolók számára elegendő motivációt jelent ahhoz, hogy cél nélkül nassoljon, ropogtasson

útközben étkezés

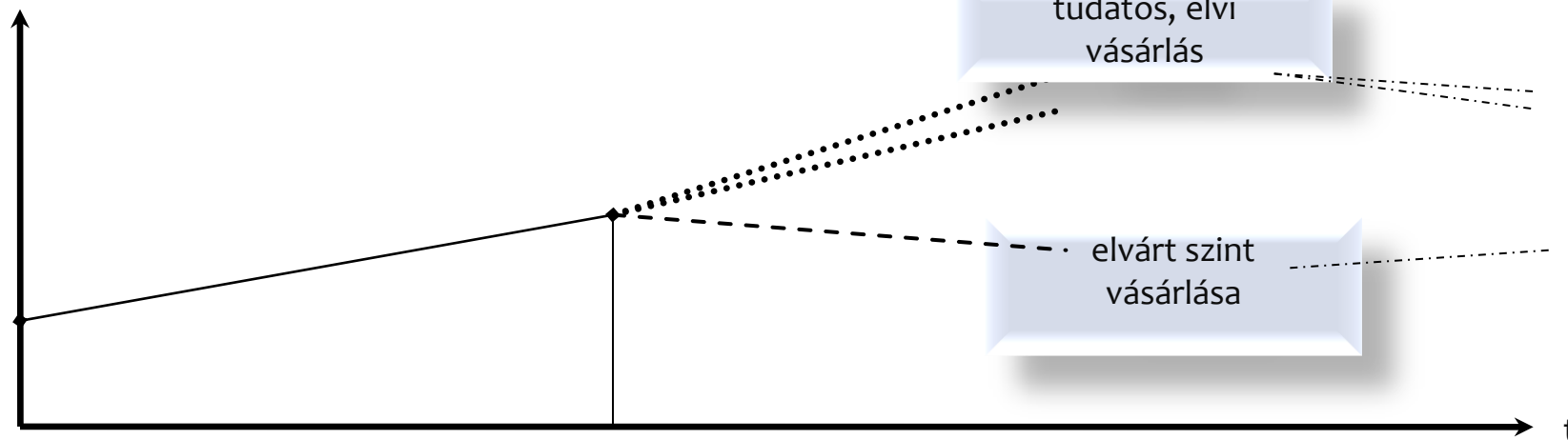
etnikai konyhák boomja

lokális felértékelődése

mert megváltozott a fogyasztó is...

# a fogyasztó „történelme”

emocionális  
döntések aránya



## kiszámítható fogyasztó

többségében jól reagál  
a racionális érvekre  
(„piacra dobjuk,  
veszi”)

örül, ha hozzájutott

## kiszámíthatatlan fogyasztó

eltérő ingerekre  
válaszol,  
termékcsoportonként  
is változóan

örülünk, ha a miénket  
vette

## válságtanult fogyasztó

konceptiózus, igényes  
vásárlás, vagy  
növekvő racionalitás a  
döntésekben

örülünk, ha egyáltalán  
vásárol

## megokosodott fogyasztó

kritika, anyagi előny  
elvárása, aktív  
fellépés, közösségi  
értékelés

örülünk, ha nem bánt

- gyökeres változás a mindennapokban, a döntési helyzetekben
- erősíti a fogyasztói hatalmat
- eszközorientált (eszközfüggőség)
- lehetőségek vs. veszélyek

ICT

- a virtuális lét eszközszükségletet feltételez
- vizualitás növekvő szerepe
- rugalmas jelenlét az online/offline terek között
- a fogyasztói részvétel, együttműködés térnyerése

reális és virtuális térben való működés

- leértékelődik a klasszikus tudás
- felértékelődik a tapasztalat, az élmény (skill society)
- az információk forrása felértékelődik
- újraértelmeződik a szakértői tudás és vélemény

tapasztalás

öko-paradigma

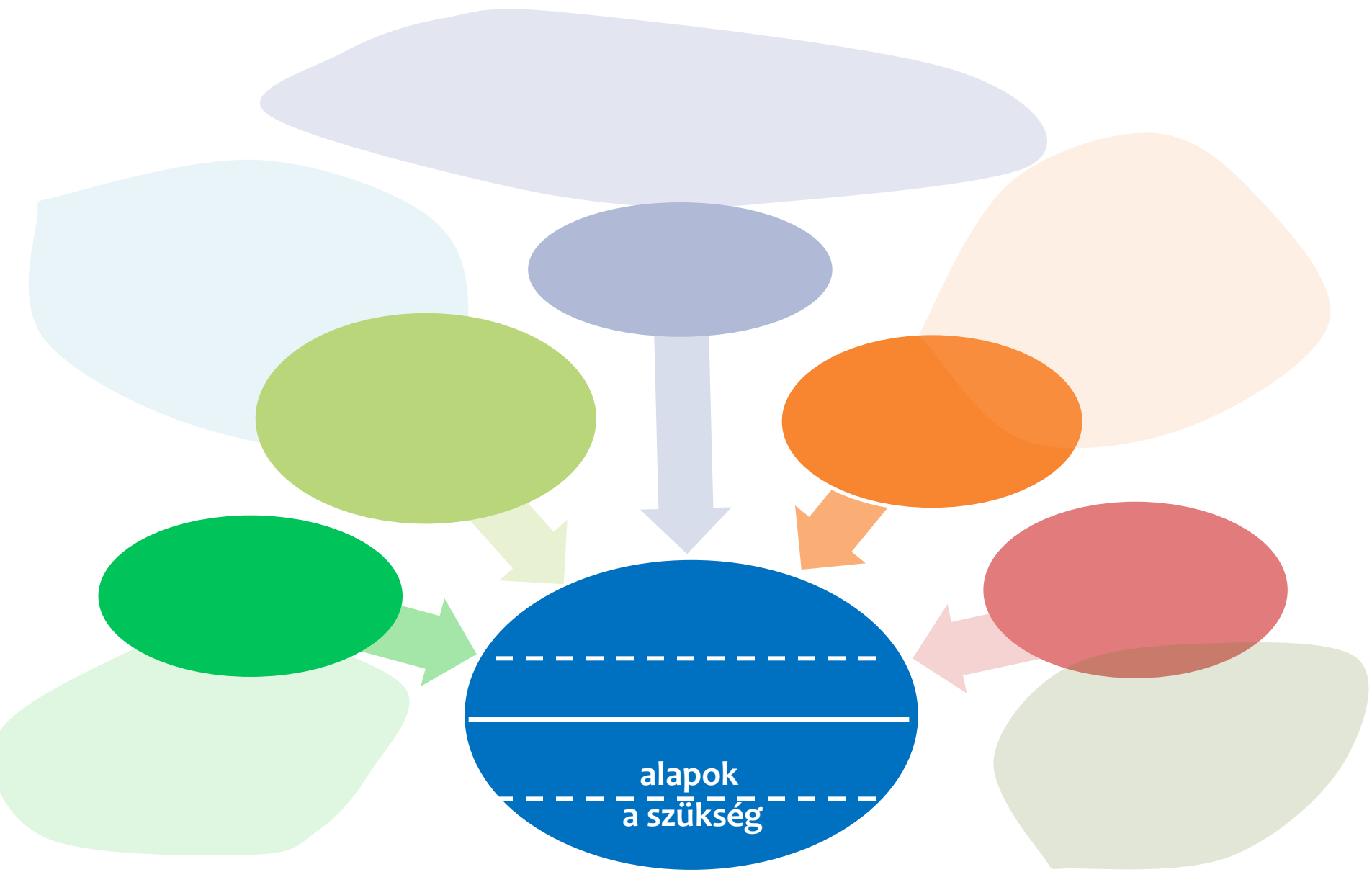
- a technikai haladással szemben állva a környezeti érzékenységet képviseli
- a női értékek térnyerését mutatja
- az összekapcsolt fogyasztók megkövetelik a vállalatoktól

megváltozott fogyasztói magatartás

individualizmus

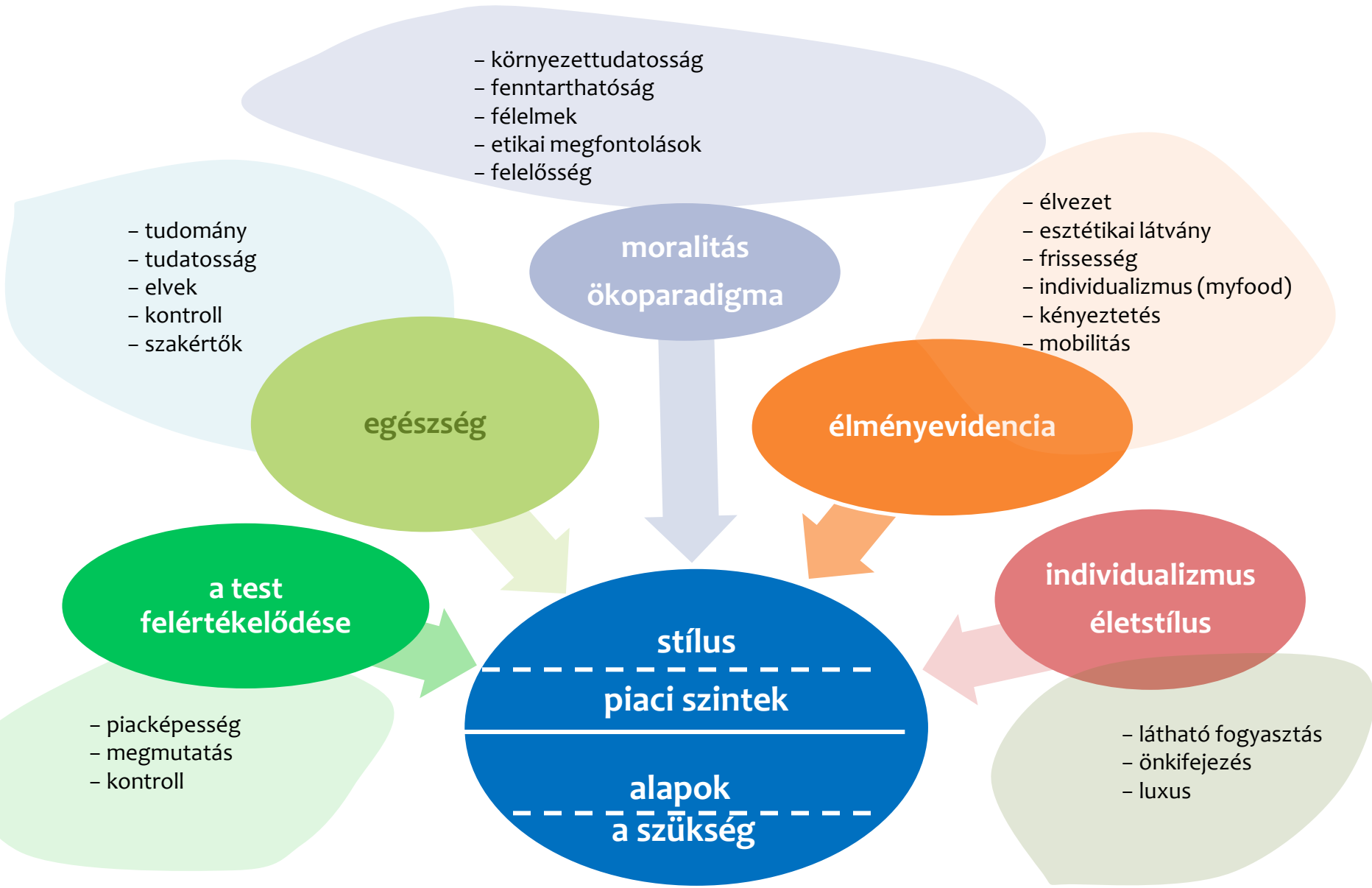
- önmegvalósítás szükséglete
- a különbözőség, a kis különbségek láttatása
- ön-celebség
- az egyre nagyobb mennyiségű megadott adat, növekszik a kontroll az egyén felett (belelátnak a hétköznapijaiba)

fogyasztás, alapelvárások, stílusok



... az alapvető, létfenntartást biztosító szükséglet kielégítése után lehet ételfogyasztási stílusról  
gondolkodni ...





# egyre fontosabb kulcsszavak...

elidegenedés a természettől és a természetes preferálása

ár/érték arány

félelem,  
fogyasztói  
ellenállás

szórakoztatás, gaming,  
gamification – unaloműzésre

márkázott személyek -  
márkanagykövet, „hirtelenhíres”  
személyek, sztárkultusz

*lokalitás*

*megosztás*

**KURÁTORSÁG**

charity culture

**transzparencia**

# összefoglalás

a táplálkozás mind racionális, mind emocionális jelentéstartalma, vonatkozása fontos kutatási terület, ami a tudományterületek közös felülete

a megatrendek hatása karakteresen tükröződik a táplálkozási magatartásban, vásárlási döntésekben

egyre diverzifikáltabb megoldások, koncepciók jelentkeznek a piacokon

a gyorsuló élethez alkalmazkodó termékek személyesebb változatai számíthatnak sikerre

a lassítás vágya felértékeli a saját/kézi munkát, a szakértelmet, a saját megoldások felfedezését