

**JAVASLATOK A KALOCSAI
FŰSZERPAPRIKA, MINT HUNGARIKUM
NÉPSZERŰSÍTÉSÉRE AZ EURÓPAI
PIACON**

**Tudományos Diákköri Konferencia
2013**



Tartalomjegyzék

1. Bevezetés, célkitűzés ismertetése	7
2. Kalocsa város bemutatása	9
2.1 Földrajzi elhelyezkedés, rövid leírás	9
2.2 A város története	9
2.3 Kalocsa gazdasági helyzetének áttekintése	10
3. A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. jelenkori helyzete	11
4. A kalocsai fűszerpaprika, mint eredetvédett termék.....	12
4.1 A kalocsai fűszerpaprika, mint hungarikum – az eredetvédelem alkalmazása.....	13
4.2 Oltalom Alatt Álló Eredetmegjelölésű (OEM) termék	13
4.3 Oltalom Alatt Álló Földrajzi Jelölésű (OFJ) termék.....	14
4.4 Kiváló magyar élelmiszer védjegy	15
4.5 Hanyatlás erősödése, profit az OEM és OFJ védelemből	15
5. Tapasztalatok, információk gyűjtése	16
5.1 A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt.-vel folytatott interjú	16
5.2 A Kalocsai Paprikafesztiválon tapasztaltak ismertetése	19
5.3 Az OMÉK rendezvényen tapasztaltak ismertetése	21
5.4 A 17. Csabai Kolbászfesztiválon szerzett tapasztalatok	25
6. Kutatások, vizsgálatok	25
6.1 Az online kérdőív bemutatása, az eredmények összegzése	26
6.2 A paprikateszt megvalósítása, kiértékelése.....	29
7. A piaci konkurensok bemutatása	37
7.1 A Szegedi Paprika Zrt. bemutatása, jelenkori helyzete.....	37
7.2 Kistermelők a jelenkori piaci helyzetben.....	38
8. Javaslatok, ötletelések.....	41
8.1 A márkajelzés hatása a vevőben	43
8.2 Termécsatolás a siker záloga, a paprikapálinka	49
8.3 Termécsomagolás bemutatása, új ötletek.....	50
8.4 A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. új weblapjának javaslata	55
8.5 A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. új Facebook oldala	59
8.6 A szín javítása (Hovorkáné Horváth Zsuzsa alapján)	61
8.7 Arculat és design egységesítése	62
9. Összegzés.....	62



10. Források, hivatkozások	63
11. Mellékletek	66
11.1 Kalocsa város részletesebb bemutatása.....	66
11.2 A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. által forgalmazott termékek	66
11.3 Az online kérdőív további válaszainak kiértékelése	71



Táblázat- és ábrajegyzék

1. ábra: Paprikavásár Kalocsán 1925-ben [6]	7. oldal
2. ábra: Paprikafűzés a kalocsai faágas-szín mellett az 1950-es évek elején [6]..	7. oldal
3. ábra: Kalocsa Magyarország térképén [3]	9. oldal
4. ábra: A kalocsai főszékesegyház és az érseki kastély [5].....	10. oldal
5. ábra: Oltalom Alatt Álló Eredetmegjelölésű (OEM) termék [10]	14. oldal
6. ábra: Oltalom Alatt Álló Földrajzi Jelölésű (OFJ) termék [10].....	14. oldal
7. ábra: Fűszerpaprika Kutató-Fejlesztő Nonprofit Közhasznú Kft. [12].....	15. oldal
8. ábra: Kiváló Magyar Élelmiszer védjegy [10].....	15. oldal
9. ábra: Kalocsai Paprikafesztivál [11]	21. oldal
10. ábra: OMÉK 2013 - Hungexpo.....	21. oldal
11. ábra: Nemiroff és Pertsovka vodka [15]	22. oldal
12. ábra: Harmakom Szövetkezet termékei - (Harmakom Szövetkezet engedélyével)	23. oldal
13. ábra: Módosított csuprok – (Harmakom Szövetkezet engedélyével)	23. oldal
14. ábra: A hajósi B.W.A. Kft. arculata [27]	24. oldal
15. ábra: A hajósi B.W.A. Kft. termékei - (B.W.A. Kft. engedélyével).....	24. oldal
16. ábra: 17. Csabai Kolbászfesztivál [30]	25. oldal
17. ábra: Az örlemény beszerzésének mutatói.....	27. oldal
18. ábra: A sorrend kimutatása	27. oldal
19. ábra: Hasznos ötletek presztízs növelésére	28. oldal
20. ábra: 21-23 éves egyetemistákból álló zsűri	30. oldal
21. ábra: Teszt, amikor a csomagolások bemutatása melletti eredmények születtek	31. oldal
22. ábra: Vakteszt eredmények	32. oldal
1. táblázat: Vakteszt eredménye az összes empirikus jellemzőt összegezve.....	32. oldal
23. ábra: Csomagolások bemutatása melletti eredmények	33. oldal
2. táblázat: Csomagolások bemutatása melletti eredmények az összes empirikus jellemzőt összegezve.....	33. oldal
24. ábra: Vakteszt + csomagolások bemutatása melletti eredmények	34. oldal



3. táblázat: Vakteszt + csomagolások bemutatása melletti eredmények az összes empirikus jellemzőt összegezve.....	34. oldal
25. ábra: Fajlagos ár alakulása.....	35. oldal
4. táblázat: Dívány.hu internetes oldal által kapott eredmények [17]	36. oldal
26. ábra: Paprikapálinka	37. oldal
27. ábra: Földművelés.....	39. oldal
28. ábra: Paprikaszedés és szütyőzés napjainkban Szakmáron	40. oldal
29. ábra: A Stühmer Desszert paprikával ízesített terméke	42. oldal
30. ábra: Kalocsai Paprika Múzeum épülete [15].....	42. oldal
31. ábra: Kalocsai Paprika Mintabolt [21].....	43. oldal
32. ábra: KAGE rózsa, régi paprika embléma [8]	44. oldal
33. ábra: Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. hivatalos logója [8].....	44. oldal
34. ábra: „Kalocsai” logó, mely a Kalocsai fűszerpaprika Zrt. termékein használt márkajelzés [29].....	44. oldal
35. ábra: „Kalocsai” márkajelzésű termék [8].....	45. oldal
36. ábra: „Kalocsai” márkajelzésű Kalocsai fűszerpaprika-őrlemény megjelenései [31] [32].....	45. oldal
37. ábra: „Kalocsai” márkajelzésű Kalocsai fűszerpaprika-őrlemény jelenlegi megjelenése.....	46. oldal
38. ábra: Papírtasakos kiszerezés [8].....	46. oldal
39. ábra: Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. épületei [15].....	47. oldal
40. ábra: Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. honlapjának fejléce [8]	47. oldal
41. ábra: Szegedi Paprika Zrt. terméke [26]	47. oldal
42. ábra: Új, immáron egységes logó	48. oldal
43. ábra: Nem egységes feliratozás a tubusokon	48. oldal
44. ábra: Kutatásunk során talált egyedi üvegek – 1. The Kraken Rum, 2. Pilvas Ouzo, 3. egyedi borosüveg, 4. saját készítésű kalocsai paprikapálinkás üveg, [33] [34] [35] [36].....	49. oldal
45. ábra: Paprikapálinka üvegterv	50. oldal
46. ábra: Antik csomagolás [20]	50. oldal
47. ábra: A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. már 2001-ben használt csomagolása (bal oldalt), és a napjaink megjelenése (jobb oldalt - 2013. 09.20. Auchan áruház).51. oldal	



48. ábra: Harmakom Szövetkezet – Csupros kiszerelés	52. oldal
49. ábra: Csupor terv [19]	54. oldal
50. ábra: Fonott kosárka.....	54. oldal
51. ábra: Ökodesign csomagolás	55. oldal
52. ábra: Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. kezdőoldala [8]	56. oldal
53. ábra: Paprikafutár kezdőoldala [24].....	57. oldal
54. ábra: Szegedi Paprika ZRt. kezdőlapja [26]	57. oldal
55. ábra: Lehetőséges kezdőlap tervezet.....	58. oldal
56. ábra: Termékválasztás.....	59. oldal
57. ábra: Régi Facebook oldal [11].....	60. oldal
58. ábra: Új Facebook oldal tervezet	61. oldal
59. ábra: „Kalocsa Aranya” termékek [8].....	67. oldal
60. ábra: „Különleges” termékek [8]	67. oldal
61. ábra: „Kóser paprika” termékek [8].....	68. oldal
62. ábra: „Csemege” termékek [8].....	68. oldal
63. ábra: „Édesnemes” termékek [8]	68. oldal
64. ábra: „Gasztro Delikátesz és Gasztro édes” termékek [8]	69. oldal
65. ábra: „Rózsa” termék [8]	69. oldal
66. ábra: Auchan áruházban értékesített termékek	71. oldal
67. ábra: Nemek aránya	71. oldal
68. ábra: Életkorok megoszlása	71. oldal
69. ábra: A lakóhelyek megoszlása.....	72. oldal
70. ábra: Vásárlási szokások.....	72. oldal
71. ábra: A Kalocsai fűszerpaprika-őrlemény használata.....	73. oldal
72. ábra: Paprika fajták alkalmazási mutatói	73. oldal
73. ábra: Helyettesítő termékek	74. oldal
74. ábra: Uniós oltalom.....	74. oldal



1. Bevezetés, célkitűzés ismertetése

Magyarország egyik meghatározó hungarikuma a kalocsai fűszerpaprika. A jelen piaci helyzetet vizsgálva elmondhatjuk, hogy a korábban népszerű termék veszített presztízséből, mára jelentősen csökkentek az eladási mutatói. A kialakult helyzetet szeretnénk felvázolni TDK munkánk során, majd javaslatokat dolgozunk ki a fűszerpaprika piaci helyzetének javítására. Ehhez vesszük alapul a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. gazdálkodási irányelveit.

Kezdetben ismertetjük Kalocsa városát, mely Szent István óta a magyarság egyik kiemelkedő kulturális központja. Az érseki város nemcsak történelmében gazdag, de hagyományai, valamint gazdasági szerepköre is jelentős. Azonban igazán híressé a fűszerpaprika tette, mely az 1700-as évektől kezdődően jelent meg a régióban. Nagyobb arányú szántóföldi termesztése hazánkban a XIX. század első felében bontakozott ki. Ekkorra már porrá őrölve nemzetközi kereskedelmi cikké vált. [23] Néhány archív képet láthatunk az 1. és a 2. ábrán.



1. ábra: Paprikavásár Kalocsán 1925-ben [6]



2. ábra: Paprikafűzés a kalocsai faágas-szín mellett az 1950-es évek elején [6]



Munkánk során a jelenlegi piaci helyzetet elemezzük mind a kistermelők, mind a nagytermelők szemszögéből. Elmondható, hogy állami beavatkozás és a termelők számára kedvező hitelkonstrukció nélkül az ágazat hanyatlik, annak ellenére, hogy az Európai Bizottság 2012. július 3-án bejegyezte a „Kalocsai fűszerpaprika-örlemény” elnevezést az oltalom alatt álló eredetmegjelölések és földrajzi jelzések nyilvántartásába. [13] Ezért a fűszerpaprika piaci újrapozicionálásra, valamint új fogyasztói csoportok bevonására volna szükség ahhoz, hogy a piaci helyzetét stabilizálják, majd később pozitív irányba mozdíthassák el. Mindezt megfelelő termékkapcsolással, illetve arculattal, valamint új gazdasági szemléletmóddal érhetnék el.

Ahhoz, hogy átlássuk a felmerülő igényeket, kérdőíveket, interjúkat és minőségtesztet készítettünk a lehetséges célcsoportokkal. A kapott eredményeket kiértékelve határoztuk meg a fejlesztési irányelveket. Új célcsoportok körében kellene népszerűsíteni az örleményt, reklámokkal, illetve a piacra történő új termékek bevezetésével. A csomagolás korszerűsítésére lenne szükség, új design elemek segítségével. Ahhoz, hogy az imént említett termékek eladhatóak legyenek a fogyasztók körében, szükség lenne a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. hivatalos weblapjának fejlesztésére, gyors, felhasználóbarát e-kereskedelem kiépítésére, a fiatal generációk körében közkedvelt közösségi oldalakon történő hirdetésekre, valamint a médiában a nagyobb figyelemfelkeltésre.

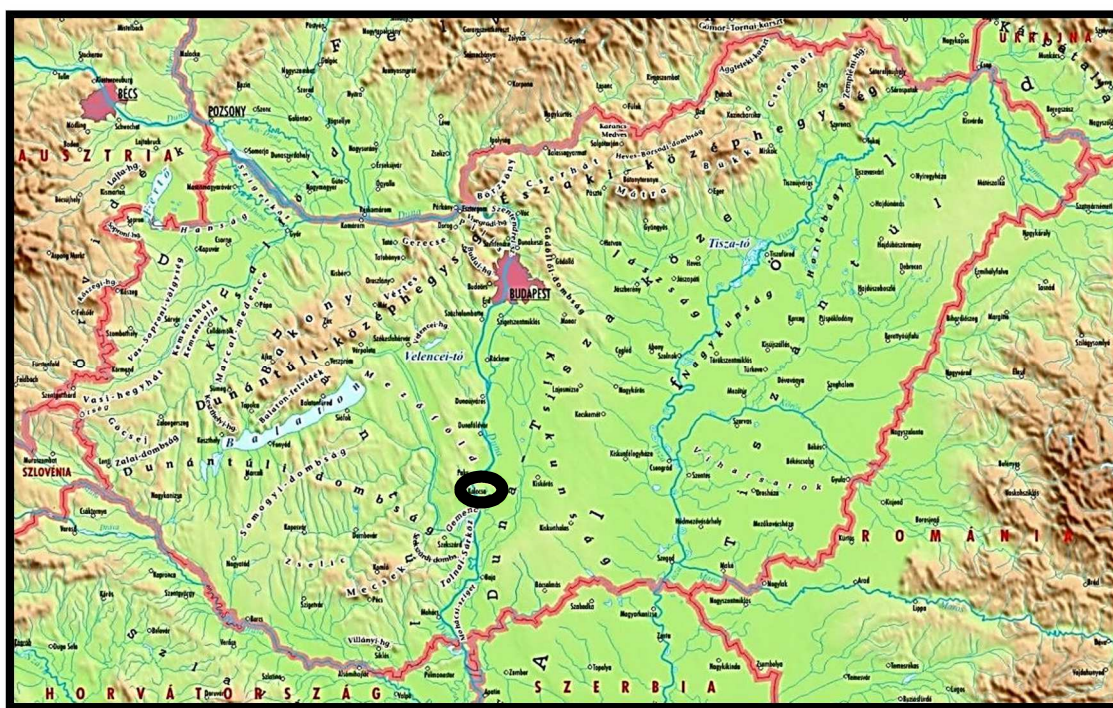
Dolgozatunk célja Kalocsa város hírnevének öregbítése, illetve a híres Kalocsai fűszerpaprika-örleménynek javaslatokkal elősegíteni az új gazdasági alapokra helyezését.



2. Kalocsa város bemutatása

2.1 Földrajzi elhelyezkedés, rövid leírás

Kalocsa város Bács-Kiskun megye nyugati oldalán található, 110 km-re Budapesttől délre, közvetlenül a Duna mellett fekszik (3. ábra). Megközelíthető az 51. sz. közúton, az 54. sz. közúton, az M9-es autópályán, fekvéséből adódóan hajóval a Dunán, valamint közvetetten a Budapest-Kelebia vasútvonalon. Rendelkezik repülőtérrel is, korábban katonai célokat szolgált, manapság nyílt napokat tartanak a helyén. 19 település tartozik vonzáskörzetébe, területe 53,18 km². A várost a Duna egyik mellékága, a Vajas, két nagyobb részre osztja. Lakóinak száma 18.110 fő, ami az évek előrehaladásával folyamatosan csökken. Mégis a megye legsűrűbben lakott települése. [1] [2]



3. ábra: Kalocsa Magyarország térképén [3]

2.2 A város története

Kalocsát 1000 éves városként is szokták emlegetni, hiszen közel egyidős a magyar állammal. A honfoglalást követően Árpád fejedelem szálláshelye volt, a kutatások szerint a település a fejedelmek székhelyeként működött. Itt hoztak létre elsőként püspökséget és a közeli Halom dombján egy királyi kúria is létezett. Később az egyházmegye érseki rangra emelkedett, így Esztergommal azonos, nagyhatalmú érsekséggé vált. Az említett fejlődés mellett Kalocsa az ország egyik vezető városává



nőtte ki magát. Felépült az első székesegyház és a létrehozott új egyházmegyék szintén Kalocsa érseki tartományához kerültek. A 12. századtól átalakítások történtek az egyházi rendszerben, de Kálmán idejére visszaköltözött a káptalan és az egyházfő is, melynek köszönhetően felépült a második kalocsai székesegyház. A mai székesegyházat a 4. ábrán tekinthetjük meg. Az új épületben helyet foglaló ereklyék, valamint a korabeli építészeti megoldások híressé tették azt. A törökök 1529. augusztus 15-én foglalták el a várost, majd teljesen lerombolták, így jelentősen veszített korábbi jelentőségéből. 1602-ben a kálvinista hajdúk rombolták le, végül a törökök 1686-ban távoztak a településről. Az elkövetkezendő időkben Kalocsa rendkívül lassan fejlődött, 1921-től vált rendezett tanácsú várossá, addig nagyközségként működött. Az ipari fejlődés az 1960-as években indult meg. [1] [4]



4. ábra: A kalocsai főszékesegyház és az érseki kastély [5]

2.3 Kalocsa gazdasági helyzetének áttekintése

A világon elsőként 1917-ben Kalocsán indult meg a fűszerpaprika-nemesítés, itt létesült a világ első paprikakísérleti állomása [1]. Később a fűszerpaprika-feldolgozás tette igazán híressé a várost. Elmondható, hogy a fűszerpaprika piaca koncentráldott, jelenleg a Zrt. az egyik piacvezető Magyarországon, a hazai termelés mintegy 40 %-os részesedésével. A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. adja a világ fűszerpaprika termelésének kb. 2-3 %-át, míg a világ exportjának 4-5 %-át. 150 fő dolgozik a cégnél napjainkban. A másik fontos értéke a népművészete (virágos pingálás). A fürdőzők igényeit kielégítve 2002 óta termálfürdő működik a városban. Régebben üzemelt a Karamell Sütő- és Édesipari Rt., mely híres volt a több évtizede speciális receptúra alapján készített



ropiról, illetve a Diabette termékeiről, valamint a Cherry Love konyakmeggyről, mely elnyerte a brüsszeli Világkiállítás nagydíját. A várost ismerhetik még a KALOplasztik Műanyag és Gumiipari Kft.-ről. Ezen cég gyártja a külső és utastéri műanyag karosszéria elemek egy részét, amelyek megtalálhatók minden magyar Suzuki gépkocsiban, valamint egyes Opel modellekben. [1]

3. A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. jelenkori helyzete

1999. január 1-jén vette fel új nevét a Kalocsai Fűszerpaprika Rt., amely a hazai feldolgozás legrégebbi képviselője a kalocsai tájörzetben. A Zrt. meghatározó szerepet tölt be Magyarországon, 20 nyersanyag felvásárló telephelyén veszi át a mezőgazdasági termelőktől a nyerscsöves fűszerpaprikát. 2000-3000 kistermelővel tartanak termeltetési kapcsolatot, akik 2000 hektáron termesztik a növényt. Az ország legnagyobb szárítókapacitásával rendelkezik a cég. Tulajdonában van a világ egyik legnagyobb és legkorszerűbb paprikamalma, aminek 6000-8000 tonna az évi teljesítménye. Malomköves, hengerszékes és gyorsórló technológiával üzemel. A piaci helyzetének leírására szolgáló adatokat egy céginformációs adatbázisból nyertük ki. A 2012-es évi adatokat tekintve elmondhatjuk, hogy a Zrt. nettó árbevétele 2 226 536 ezer Ft volt. Alaptőkéje 1 milliárd Ft felettire és 3 milliárd Ft alattira tehető. Piaci helyzetének javítása érdekében fokozottan helyezi előtérbe a termékei minőségét, a termékbiztonságot, az azt elősegítő műszaki, technológiai fejlesztéseket. [25]

Korszerű technikával és speciális technológiákkal elégítik ki a vevők magas igényeit. Kiemelendő az új csíracsökkenő berendezés, mely mikrobiológiailag tisztább terméket, az EU új termékminőségi előírásainak teljesítését biztosítja. Népszerű termékeit kereskedelmi és díszdobozos csomagolásban, valamint 25-50 kg-os zsákban kisserelve hozza forgalomba Magyarországon, valamint a világ 20-25 országában. Jelentős belföldi forgalmazói: TESCO, AUCHAN, CBA, COOP, PROFI, HONIKER, REAL. Számptalan kiállítási díjat nyertek a kalocsai termékek, közülük sok megkapta a Kiváló Áruk és a Kiváló Magyar Élelmiszer védjegyeket is. A termelés 60 %-a exportálásra kerül, a legfőbb felvevő piaca Németország. Jelentősebb mennyiséget szállítanak még Ausztriába, Svájcba, Dániába, az USA-ba és a környező országokba is. A termékek kifogástalan minőségét az ISO 9002 szabvány szerinti auditált minőségügyi és a HACCP termékbiztonsági rendszer garantálja. A fűszerpaprika termeltetése, feldolgozása és forgalmazása adja a termelés mintegy 70-80 %-át. Éves szinten kb. 2



ezer tonna fűszerpaprika őrleményt, 1-2 ezer tonna konzervet, 350-400 tonna szárítmányt, illetve ételízesítőt, fűszerkeveréket dolgoz fel és forgalmaz. Emellett fűszerpaprika vetőmagokat állít elő, amelyekből a nyersanyag termelő partnerei részére a minőségi vetőmagot biztosítja. Konzervgyártási tevékenységük leginkább a savanyúságok (csemege uborka, vegyes savanyúságok, alma-, és cseresznyepaprika) előállításra, kisebb volumenben gyümölcskonzervek (meggy, szilva) készítésére specializálódott. A Paprika Ház a „múzeumi tevékenység, kulturális örökség védelme” tevékenységi körben nyújtott szolgáltatás keretei között látogathatják a vendégek. A Zrt.-nek saját lovagrendje van, a Kalocsai Szent István Paprika Lovagrend. [6] [7] [8]

4. A kalocsai fűszerpaprika, mint eredetvédett termék

Az eredetvédelem védjegy és a fóliás termesztés növelheti a fűszerpaprika termőterületét – állt az agrotrend.hu internetes portál hírei között 2011. december 06-án. De mi is ez az uniós oltalom, amit ad a Kalocsai fűszerpaprika-őrleménynek az Európai Unió?

A Bizottság jelenleg több mint 1000 bejegyzett elnevezést tart nyilván. Ezek között mindössze tíz fűszer, ezen belül öt fűszerpaprika szerepel.

- Védelmet nyújt az elnevezés használatával való visszaélések ellen. (A védjegyzett termék kizárólag a termékelőírásban meghatározott területen állítható elő – földrajzi eredetvédelem.)
- Uniós szimbólumok használata előnyös, mivel ez az európai köztudatban is a legmagasabb minőségű termékek közé emelik az árucikket. Így a fogyasztók tudják, hogy a termék sajátos jellege kizárólagosan ahhoz a földrajzi területhez köthető. Minden Kalocsai fűszerpaprika-őrlemény elnevezéssel forgalomba hozott termék címkéjén megjelenik az 5. ábrán bemutatott szimbólum. Ezzel a későbbiekben részletesen is foglalkozunk.

Jelenleg az uniós nyilvántartás 11 magyar földrajzi árujelzőt tartalmaz. Ezek a Kalocsai fűszerpaprika-őrlemény, Szegedi téliszalámi, Budapesti téliszalámi, Csabai kolbász/Csabai vastagkolbász, Gyulai kolbász/Gyulai pároskolbász, Hajdúsági torma, Makói (vörös)hagyma, Gönci kajsziparack, Szegedi paprika, Magyar szürkemarhahús és az alföldi kamillavirágzat szerepel.



Az eredetvédetség a későbbiekben akár felemelheti a hazai fűszerpaprika termelést és a fóliás termesztés elterjedését eredményezheti. Ezen termékeket kizárólag fémzárolt vetőmag felhasználásával termesztetik.

Somogyi György paprikanemesítő elmondta, hogy „a gazdálkodók körében egyre népszerűbbé válnak a fólia alatt termesztendő fűszerpaprika fajták. A magas festéktartalmú fajták egyaránt léteznek csípős és nem csípős változatban is. A decemberben elvetett magokból kikelő palánták már februárban ültethetők és az első termés májusban szüretelhető. Ennek előnye, hogy a feldolgozás legköltségesebb része, a szárítás a legmelegebb nyári hónapokra esik, így jelentős energia megtakarítás érhető el” – tudatta a szakember.

„A betakarítási időszak a fóliás fűszerpaprika esetében akár november végéig, december elejéig is tarthat, ezzel az egy négyzetméteren előállított fűszerpaprika örlemény mennyisége az egy-két kilogrammról akár három kilogrammra növelhető” – tette hozzá Somogyi György. [9]

4.1 A kalocsai fűszerpaprika, mint hungarikum – az eredetvédelem alkalmazása

A Magyarországhoz kapcsolódó (élelmiszeripari) termékeket a köznyelvben hungarikumokként illetik, azonban az elnevezés tisztázása mind a mai napig várat magára. A hungarikum termék definiálása törvényesen még nem történt meg, így nincs meghatározva az sem, hogy milyen jellegű árucikkek nevezhetők így. Mindezek ellenére a hungarikum szó hallatán az emberek nagy része a kiemelkedően magas minőségű, magyar termékekre asszociál.

Általában hungarikumnak tekintik mindazon kiemelkedő minőségű magyar termékek körét, ahol ez a magas termékszínvonal elismerésre került bármiféle védjegy és/vagy eredetvédelmi oltalom formájában. [10]

4.2 Oltalom Alatt Álló Eredetmegjelölésű (OEM) termék

Ahhoz, hogy a termék megkapja az OEM címet és teljes mértékben megfeleljen a közösségi rendeletnek, a kérelmezőnek részletesen ki kell térnie a következőkre:

- A termék elnevezése
- A termék leírása
- A földrajzi terület meghatározása



- A földrajzi területről való származás igazolása
- A termék előállítási módja
- A termék és a földrajzi környezet kapcsolata
- Az ellenőrző szervek megnevezése
- A földrajzi árujelző feltüntetése a terméken
- A közösségi és/vagy nemzeti rendelkezések által megállapított követelmények [10]



5. ábra: Oltalom Alatt Álló Eredetmegjelölésű (OEM) termék [10]

Az Európai Bizottság 2012. július 3-án bejegyezte a „Kalocsai fűszerpaprika-örlemény” elnevezést az oltalom alatt álló eredetmegjelölések és földrajzi jelzések nyilvántartásába. [13]

4.3 Oltalom Alatt Álló Földrajzi Jelölésű (OFJ) termék

Az OEM-hez képest már egy tágabb kategória, hiszen ide tartozhat minden olyan termék, amelynek a termelése, vagy a feldolgozása, vagy az előállítása a meghatározott földrajzi területhez tartozik, s ennek köszönheti azt a különleges tulajdonságát, ami alapján meg lehet különböztetni a többi terméktől (például az éghajlat, a napos órák száma és az éves átlagos hőmérséklet).

Jelenleg az Európai Unió 565 darab Oltalom Alatt Álló Földrajzi Jelzésű terméket tart nyilván.

Tehát elmondható, hogy azok az országok, amelyek élen járnak jellegzetes termékeik OEM védelmének megszerzésében, azok az OFJ védjegyet is nagy számban igénylik. [10]



6. ábra: Oltalom Alatt Álló Földrajzi Jelölésű (OFJ) termék [10]



4.4 Kiváló magyar élelmiszer védjegy

„A Kalocsai Paprika és Vegykísérleti Állomást 1917-ben, a Szegedi Paprika és Vegykísérleti Állomást 1927-ben létesítették a két fűszerpaprika termelési körzetben azzal a feladattal, hogy az egyre nagyobb mértékben exportált fűszerpaprika-őrlemény tételeket vegyileg megvizsgálja, majd minősítő bizonylattal látja el. Emellett alapvető feladatául jelölték meg a növénynemesítő tevékenységet, a termelők nemesített vetőmaggal történő ellátását. Feladata volt a szakszerű termelés, feldolgozás területén a termelők szaktanácsadással, szakmai kiadványok útján történő oktatása, hogy e két speciális tájörzet minél jobb minőségű, exportképes végterméket állítson elő.” – 7. ábra. [12]



7. ábra: Fűszerpaprika Kutató-Fejlesztő Nonprofit Közhasznú Kft. [12]

„A kutatási eredményeket hasznosítva referencia üzemében magas színezéktartalmú, Rubin extra különleges fűszerpaprika őrleményt is előállít ISO 9001 : 2000 minőségirányítási- és HACCP rendszerben, mely termék 1998-ban elnyerte a Kiváló Magyar Élelmiszer védjegy használatát.” – 8. ábra. [8]



8. ábra: Kiváló Magyar Élelmiszer védjegy [10]

A KME védjegyhasználatra jogosultak listáján 85 vállalat 407 terméke szerepel, a védjegyet az Agrármarketing Centrum gondozza. Sajnos a KME jelzést nem viseli a Kalocsai Fűszerpaprika-őrlemény, pedig ennek a logónak a csomagoláson történő megjelenítésével is lehetne növelni a termék piaci jelentőségét. [10]

4.5 Hanyatlás erősödése, profit az OEM és OFJ védelemből

Az eredetvédelem véd az elnevezéssel való visszaélések ellen, mivel a termék előállítása kizárólag a termékleírásban meghatározott területen, az ott szereplő kritériumok alapján történhet. Tanos Károly, az ISZKRA Mezőgazdasági Kft. vezetője



szerint fontos, hogy a termőterület határait jól jelöljék ki, ugyanis volt, hogy a kalocsai paprikaüzem beszállítási területéhez tartozott még Szolnok is.

Mindemellett arról sem feledkezhethetünk meg, hogy a kalocsai paprika sokat veszített presztízséből az elmúlt évtizedek során. Későbbiekben kitérünk erre, illetve elemezzük, hogy a piacot hogyan indíthatná be a térség.

– „Beszédes adat, hogy míg annak idején több mint négyszáz, addig ma alig negyven hektáron termesztnek paprikát Kalocsa határában, tehát tizedére esett vissza a termelés. Vállalatunk sem foglalkozik már fűszerpaprika-termesztéssel, de dolgozóink bérelnék földeket a cégtől e célra, s gépi bémunkával is hozzájárulunk a jó paprikaterméshez” – tájékoztatott Tanos Károly.

– „Ám e termelők sem a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt.-nek adják le a termést, hanem többnyire egy hajósi feldolgozónak, mivel a korábbi években nagyon megromlott a helyi fölvásárló kapcsolata a termesztőkkel. Úgy látom, a néhány éve föllállott új vezetőség Németh József úrral az élen sokat tesz a termelők visszacsábításáért. Úgy vélem, fáradozásait siker koronázza majd, és emberséges hozzáállással, korrekt üzleti magatartással végül visszanyerik a kalocsai paprikatermesztő partnereik bizalmát” – ismertette véleményét a vállalatvezető.

„Csökken a hazai fogyasztás is, mivel a fiatalok paprikában szegényebb étrenden élnek, a mediterrán, kínai és más ételek térhódítása figyelhető meg. A korábbi nagy fölvevő magyar húsipar is romokban, és ma már csak egyetlen konzervgyárunk készít paprikás ételeket, a szegedi, ahol inkább az ott termelt paprikát használják” – tájékoztatott Németh József.

A védjegy nemcsak Magyarországon, de az európai köztudatban a legmagasabb minőségű termékek közé emelheti e terméket, miáltal az nagyobb bizalmat élvez. Ám ettől nem várhatunk ugrásszerű előrelépést, de közép és hosszú távon már származhat belőle előnye a kalocsai paprikaágazatnak. Szembetűnő az az adat, miszerint az uniós nyilvántartásban egyébként több mint ezer bejegyzett elnevezés között immár tizenegy magyar földrajzi árujelző található meg. [13]

5. Tapasztalatok, információk gyűjtése

5.1 A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt.-vel folytatott interjú

Hazánk fűszerpaprika termesztésének drasztikus csökkenése, a kiváltó okok



A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. termelési igazgatójával, Romsics Józseffal folytatott interjúból, illetve egyéb internetes hírekből arra a következtetésre jutottunk, hogy hazánkban a fűszerpaprika termesztés iránti kedv drasztikusan csökken. Sok befolyásoló tényező járult hozzá a jelenlegi helyzethez.

Vegyük végig az egyes okokat, vagyis vázoljuk fel, hogy milyen út vezetett a kialakult állapothoz!

1. Elsősorban fontos megemlíteni, hogy a fűszerpaprika, mint hungarikum annak ellenére volt kizárva az úgynevezett SAPARD fejlesztési programokból, hogy az Állam is rendelkezett arányrészvénnel a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt.-ben. Így jelentős támogatásoktól esett el a szekció, romlottak a lehetőségei. Emellett, hogy nem ítélték kellő összeget a fejlesztési programból, a termelési körülmények is fokozatosan romlottak. Így lett fontos kérdés az öntözhetőség, az öntöző berendezések, illetve az öntözővíz megléte.
2. A meglévő típusok mellett kevés újfajta került napvilágra, ugyanis fontos lenne a hazai fűszerpaprika fajtafenntartása is. A termesztési kedv drasztikus csökkenése elsősorban abban keresendő, hogy a növény a termesztése során rendkívüli élők munkát igényel. Ezen helyzet tovább fokozódik a betakarítási időszakban. Ugyanis a gépi betakarítás kevésbé hatékony, viszont az új törvényeknek köszönhetően megszűnt a kalákában, illetve családi- és rokoni kapcsolatokban történő paprikaszedés. A fűszerpaprika kézi erővel történő betakarítása várhatóan tovább fog csökkenni, ugyanis a fiatalabb generáció már nem hajlandó dolgozni ilyen munkakörben, míg az idős generáció hamarosan kihal.
3. A szántóföldi növényekkel ellentétben rendkívül magas összegeket emészt fel hektáronként a ráfordított összeg. 800-900.000 Ft értékben történik ráfordítás a fűszerpaprika termelése során, míg pl. a búza esetén ez 200-300.000 Ft környéke. A késztermékek áraiban nem térül meg az élők munka, a ráakodó adók, járulékok, valamint a vegyszerek költsége. Így a fűszerpaprika termésátlaga 8-10 tonna/ha-ra csökkent a 12-14 tonna/ha-ról. Ha az exporttal történő eladásokat vizsgáljuk, elmondható, hogy az árak stagnálnak, illetve kisebb mértékben növekedést mutatnak. Az árfolyam folyamatosan ingadozik, számottevő nyereség nem várható. A banki kamatok drasztikus emelkedése, valamint maga a gazdasági válság, rendkívül rossz hatással volt a növény piacára.



A fűszerpaprika, mint hungarikum termelésének megtartása érdekében hozandó szükséges intézkedések

A fűszerpaprika-termelés korábbi szintekre történő hozását különféle intézkedések segítségével érhetjük el:

1. A kutatásokba fektetett összegeket tovább kell növelni, ha van rá mód akár állami támogatás segítségével is, ugyanis ennek következtében várható eredményes munka. A program fő célja lehet a hozam vizsgálata, a tenyészidő, a festéktartam, valamint a fajták kérdése. Ugyanis rövidebb tenyészidőt kell elérnünk, amellett, hogy nagy hozammal és magas festéktartalommal rendelkezzenek a paprikák.
2. A fűszerpaprika vetőmagjának költsége az összes termelési költség több mint 10%-a. Ezért lenne építő gondolat, ha a termelők által vásárolt fémzárolt vetőmag árát számla felmutatása ellenében államilag visszatérítenék. Így a termelési költség jelentősen csökkenthetővé válna, valamint redukálna a feketekereskedelem, mely egyre jobban virágzik a vetőmag piacon. Az említett intézkedés biztos piacot eredményezne a nagy múltú Fűszerpaprika Kutató számára, illetve ellenőrzött körülmények között tartaná a mára kialakult válságos helyzetet. A vetőmag ára mellett további költségeket jelent a teljes termelési ciklus. Ezért lenne hasznos egy új finanszírozási konstrukció, amely a termelőket védené. Eredményeképpen nem nehezedne hatalmas teher a termelőre, előfinanszírozás történne. Az elgondolt finanszírozási forma kiterjeszthető lenne a feldolgozókra, illetve árusokra is.
3. A korábbiakban már volt szó az öntözéssel kapcsolatos kérdésekről. Erre nyújtana megfelelő megoldást az öntözhetőség megteremtése szerte az országban, valamint a korábbi rendszerek javítása. Új berendezések kiépítésével, valamint az öntözővíz ártámogatásával új értelmet nyerne a termelés. A piacot tovább kellene szélesíteni. Nemcsak Magyarországon, hanem a déli határvidéken fekvő területeken is ösztönözni kellene a termelési kedvet. Ugyanis kiváló viszonyokkal rendelkeznek, alkalmasak jó minőségű nyerscsöves fűszerpaprika előállítására.
4. A fűszerpaprika örlemény előállításának legnagyobb költségét a növény termesztése és betakarítása adja. Ezért kellene törekedni arra, hogy kézi erővel történjen a feldolgozás, ennek köszönhetően csak kiváló minőségű alapanyagok kerülnének a cégekhez. Annak érdekében, hogy biztosítva legyen a tradicionális kézi betakarítással történő munkavégzés, legalizálni kellene törvényrendelet segítségével. A gépi feldolgozást azonban a háttérben folyamatosan fejleszteni



kellene, hiszen, mint minden más területen, itt is a gépi munka fog előtérbe kerülni.

5. A költségcsökkentést egyéb területeken is lehetne ösztönözni. Jelentős részét képezi a feldolgozási költségnek az ott felhasznált gázenergia. Redukálni kellene a felhasználását, illetve olcsóbbá kellene tenni annak eladási árát. Azonban fontos megemlíteni a biomassa, szalma, fa apríték fogalmakat, hiszen ezek lesznek az idő előrehaladtával a jövő energiaforrásai. Becslések szerint az energiaköltség 50%-a kiváltható lenne fa aprítékkal, mezőgazdasági melléktermékekkel, esetleg napraforgó héjjal.
6. Az Állam, illetve Kalocsa város Önkormányzatának támogatásával pozicionálni kellene a kiérdemelt helyére a fűszerpaprikát. Megfelelő marketing, valamint eredményes menedzsment eszközök segítségével kell elérni, hogy újra hírnévre tegyen szert mind hazánkban, mind a külföldi területeken egyaránt.
7. A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt.-ben működtetett szárító-, illetve feldolgozó, őrlő berendezések rendkívül korosak, elavultak. Felújításra, valamint újabb berendezések beszerzésére lenne szükség. Ennek eredményeképpen javulnának a mutatók, nagyobb mennyiségű nyersanyag feldolgozására lennének képesek. Jobb minőségben, kevesebb energiát felhasználva. A piac megtartása, valamint újabb vevők megnyerése érdekében lenne szükség új csomagoló gépek beszerzésére. Aromazáró és visszazáró képességű csomagolásokat kellene előállítani, amikhez elengedhetetlen a korszerű gépek megléte.

5.2 A Kalocsai Paprikafesztiválon tapasztaltak ismertetése

A fesztivál rövid bemutatása

2013. szeptember 13-15. között rendezték meg Kalocsán a már több éve hagyománnyá vált Paprikafesztivált. A korábbiakkal ellentétben 3 napossá bővült a népszerű rendezvénysorozat, így még több vendéget tudott a térségbe vonzani. A legnagyobb érdeklődést minden évben a szombati nap váltja ki - nem volt ez alól kivétel az idei év sem - ugyanis ekkor került sor a már régóta bevett szokásként megrendezett Paprikás Ételek Főzőversenyére. Magyarország különféle tájegységeiről érkeztek csapatok, mindemellett találkozhattunk külföldi nevezőkkel is. Összesen kb. 50 csapat indult a versenyen, hogy összemérjék tudásukat a főzés területén. Miután mindenkinek kötelessége volt kalocsai paprikát alkalmazni az ételek készítése során, így felvetődött a kérdés, vajon mit gondolnak a termék felhasználói, illetve fogyasztói? Mennyire



időtálló a kalocsai hungarikum? Célunk a válaszok megtalálása volt a felmerülő kérdésekre.

A résztvevők válaszai

A rendezvényen 5 különböző csapatból választottunk embereket, akiket megkértünk arra, hogy az alábbi három kérdésre válaszoljanak:

- Mióta ismeri Ön a kalocsai paprikát?
 - Milyen véleménnyel van a paprika ízéről, színéről, hírnevéről?
 - Milyen ételekben jellemző, hogy felhasználja ízesítés gyanánt?
1. Elsőként egy 22 éves fiatalemberrel folytattunk beszélgetést a felvetett kérdések segítségével. Elárulta, hogy kalocsai lakos, így már gyermekkorától ismeri a kalocsai paprikát, mint fűszernövényt. Nemcsak hallott róla, hanem családi szinten termesztik is azt. Ebből kifolyólag jó véleménnyel volt a növényről, valamint az abból készített őrleményről is egyaránt. Íz világát és színét tekintve is világelsőnek nevezte. Elmondása szerint elsősorban pörkölteket használják.
 2. Miután találkoztunk egy helyi lakossal, örömmel láttuk, hogy van versenyző a Vajdaságból is. Az általunk összeállított kérdéssort ismét feltehetük. A megkérdezett hölgy kb. 50-es éveiben járt, elmondása szerint 8-9 éve ismeri a kalocsai paprikát. Ízét finomnak vélte, színét pedig kiválónak, természetesen világhírű minősítéssel. Minden ételben, ahol paprika szükséges kizárólag a kalocsait használja, így elégedetten vettük tudomásul, hogy jó terméket juttatunk a piacra.
 3. Következő alanyunk egy 21 éves kalocsai lány volt. Kb. 13 éve ismeri a kalocsai paprikát. Elmondása szerint gondban van az ágazat, ugyanis manapság egyre kevesebb mennyiséget adunk el a fűszerpaprika őrleményből. Ehhez járulhatott hozzá a nagy botrány, amikor kiderült, hogy sok esetben nem jó minőségű, külföldi paprikát kevertek a kalocsai néven eladott őrleményhez. Ennek ellenére kiváló terméknek tartja, gyakorlatilag minden paprikás ételben használ kalocsait.
 4. Találtunk csapatot Túrkevről is. A csapat vezetője egy 50 év körüli férfi volt. Bevallása szerint már közel 40 éve ismeri a kalocsai paprikát. Főként az íze miatt kedveli, a színét átlagosnak tekinti. Elsősorban pörkölteket, levesekben használja előszeretettel.
 5. Végül beszélgettünk egy csapattal, akik a Nyírségből jöttek Kalocsára. A megkérdezett 60 év körüli hölgy közel 30 éve ismeri a híres paprikát. Elmondása



szerint tökéletes, jó minőségű fűszere az ételeinek. Levesekben, pörköltekből, illetve a töltött paprika készítése során is alkalmazza.



9. ábra: Kalocsai Paprikafesztivál [11]

Az interjúk befejeztével arra a következtetésre jutottunk, hogy nemcsak a helyiek fűszernövénye a kalocsai paprika, ugyanis minden megkérdezett ismerte, legyen az magyarországi, vagy külföldi személy. Hírneve nagy, azonban beárnyékolta kissé a múlt, főleg a kiobbant botrány csorbította meg. Ennek ellenére pozitív tulajdonságokkal bír mind ízét, mind színét tekintve. Gyakorlatilag minden paprikás étel elkészítése során felhasználják, a világ egyik meghatározó fűszernövénye.

5.3 Az OMÉK rendezvényen tapasztaltak ismertetése

A piac helyzetének feltárásában, az értékesítés lehetőségeinek vizsgálatában nagy segítségünkre volt a 2013. szeptember 18-22-ig megrendezésre kerülő Országos Mezőgazdasági és Élelmiszeripari Kiállítás (OMÉK 2013) - 10. ábra.



10. ábra: OMÉK 2013 - Hungexpo

A kiállításon fűszerpaprika termelőket, értékesítőket, pálinkaházakat és a Vidékfejlesztési Minisztériumot kérdeztük meg a Kalocsai fűszerpaprika jelenlegi helyzetéről, a támogatásokról, a piac fellendítésének lehetőségéről.



Elsőként a **CBA üzletlánc** standját kérdeztük meg. Mivel főképp üdítőitalokkal és pálinkákkal volt jelen, ezért a paprikaőrlemény helyett a paprikapálinka értékesítéséről kérdeztük meg őket. Szerintük a paprikapálinkában nincs nagy üzlet, nem érné meg foglalkozni vele az országban. A képviselő szerint ezzel szemben a volt Szovjetunió területén a paprikából készült vodkának, Nemiroff és Pertsovka (11. ábra) már nagy kultúrája van, amit hazánkban a paprikapálinka nem ért el.



11. ábra: Nemiroff és Pertsovka vodka [15]

Majd az **Arrabona TÉSZ Értékesítő Szövetkezet** standját kérdeztük meg, hogy foglalkoznak-e kalocsai fűszerpaprika őrleménnyel. Tőlük azt tudtuk meg, hogy 2013 májusában alakultak, és azóta friss zöltségek értékesítésével foglalkoznak, de Kalocsai paprika még nincs az értékesített termékeik között, sem őrleményként, sem nyers formában. Gondolkodnak rajta, de mivel egy új cégről van szó, így még nem fedték le teljes egészében a piacot. Irányelvük szerint az első osztályú termékeket inkább áruházakban adják el, a rosszabb minőségűt az iparnak szánják.

A **Csalló Pálinka Manufaktúra** szerint nem éri meg paprikapálinkával foglalkozni, ők csak a minőségi gyümölcspálinkát részesítik előnyben.

A **Vidékfejlesztési Minisztériumtól** személyesen nem kaptunk választ, de egy előre elkészített lapra tehetjük fel kérdéseinket. Itt kitértünk a paprikával foglalkozó kistermelők, valamint az értékesítők támogatási helyzetére, a piac alakulására. Azonban eddig még nem érkezett megfelelő reakció.

Majd a nagy konkurens, a szegedi fűszerpaprika egyik standja következett. A **Harmakom Szövetkezet** (12. ábra) ügyvezető elnöke, Komjáti Endre válaszolt a felmerülő kérdéseinkre. Az említett szövetkezet irányelve az, hogy felkarolja a kistermelőket, akik egy szegedi kutatók által kikísérletezett hibrid, folyton növényvetőmaggal dolgoznak, melyből fólia alatt akár több éven keresztül termő, embermagasságú „paprikafák” nőnek. „Ezeket a paprikákat a Jézuska érleli” – mondta Komjáti Endre. „Magas minőség, kiváló technológia.” – hangoztatta ismét az ügyvezető igazgató. Ettől válik a Harmakom Szövetkezet szegedi paprikája minőségi terméké, csakúgy, mint a Szegedi Fűszerpaprika Zrt. termékei.



12. ábra: Harmakom Szövetkezet termékei - (Harmakom Szövetkezet engedélyével)

„A piac már régen felosztásra került, így nincs harc az értékesítési területek között.” – mondta Komjáti Úr. Itt nem az dönt, hogy a vevő melyik paprikához jut hozzá (mert a boltokban már megtalálható mind a két nagy konkurens cég paprikája), hanem az, hogy melyiket tartja jobb minőségűnek, melyik arculata meghatározóbb a vevő számára. A szövetkezet által felvásárolt paprikát kézzel válogatják, a csutát eltávolítják a darálásra váró termékek közül. A 12. ábrán látható oltalom alatt álló termék design-ja megfelelő volt, de a minőség megtartása miatt változtatni kellett rajta, mivel ezek a csuprok nem zárnak légmentesen, így félő volt, hogy a bár belül tasakban tartott paprika minősége hamar megromolhat. A 13. ábrán látható tárolóedényekre váltott az értékesítő, melynek a csatját kézzel készítik, így biztosítva a zárás minőségét.



13. ábra: Módosított csuprok – (Harmakom Szövetkezet engedélyével)

„A díszdobozos kiszerelést a férj megveszi a háziasszonynak, aki eldönti, hogy a minőség megfelelő-e számára. Amennyiben igen, akkor a jóval olcsóbb, tasakban tartott termékkel utántöltik a csuprot.” – mondta.



Ismételten egy konkurens cég következett. A hajósi **B.W.A. Kft.** ügyvezető igazgatója, a holland származású, de magyarul jól tudó Anton Michailovitch Weij adott interjút nekünk (14. ábra).



14. ábra: A hajósi B.W.A. Kft. arculata [27]

A cég Hollandiába először Spanyolországból szállított be termékeket, majd a nyugati piac bizonytalanná vált, így keresni kellett egy minőségi, biztos forrást. A választás Magyarországra esett, azon is belül a dél-alföldi régióra, ahol nagy hagyományokkal bír a paprikatermesztés. A Kalocsától 20 km-re fekvő, nagyrészt svábok által lakott településen építettek telephelyet. A nagyközség 2008. július 1-én megkapta a városi címet. „Hozzánk inkább azért hozzák a termelők a paprikát, mert nem olyan magasak az elvárások, mint Kalocsán, vagy Kecskeméten.” – mondta Weij. „Akik szerződésesek, azoknak adjuk a vetőmagot, illetve biztosítjuk az átvételt számukra. Az erős, csipedett formában 150 Ft/kg-os áron kerül felvásárlásra, a csemege 125 Ft/kg a csutával együtt.”



15. ábra: A hajósi B.W.A. Kft. termékei - (B.W.A. Kft. engedélyével)

Az előállított termékeket főképp nyugaton értékesítik. A paletta nagy része a 15. ábrán látható. A majonézes kellemesen édes és kevésbé csípős termékektől kezdve az egészen erős, karamellel és bátyai hagymával ötvözött ínycsengő számos különlegesség vásárolható. Ezeket Magyarországon csupán néhány boltban értékesítik.



A karakteres ízek, a külföldi piac és a megfelelő arculat biztosítja a cég számára az évek óta tartó töretlen eladási mutatókat.

Összefoglalva elmondhatjuk, hogy az arculat és a karakteres íz az, amik egy terméket eladhatóvá tesznek a piacon.

5.4 A 17. Csabai Kolbászfesztiválon szerzett tapasztalatok

A fesztiválon 2013.10.26-án, szombaton voltunk (16. ábra), és megkérdeztük a főzőmestereket, szakácsokat és bölléreket véleményét a használt örlemény fajtájáról. A beszélgetések során elsődlegesen azt szeretnénk volna megtudni, hogy a kolbász elkészítése során melyik örleményt használják szívesebben. A tapasztalt, kolbászkészítéssel és főzéssel foglalkozók paprikaválasztásánál az elsődleges szempont az íz, mivel az eladásra szánt termék ízét nem ronthatják le rosszminőségű adalékanyagok hozzáadásával. Másodlagos szempont a szín, mivel vásárlás során az elsődleges benyomást a termék színe kelti. Az illat is nagyon fontos, de a sorrendben csak a harmadik, majd az utolsó helyen a szemcsefinomság áll.

Sajnos a kalocsai paprikát nem sokan használják, mivel náluk inkább a szegedi termék terjedt el.



16. ábra: 17. Csabai Kolbászfesztivál [30]

6. Kutatások, vizsgálatok

A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt.-vel folytatott interjú során szerzett információkra, a Kalocsai Paprikafesztiválon tapasztaltakra, az OMÉK rendezvényen szerzett információkra, valamint a Csabai Kolbászfesztiválon hallottakra támaszkodva ki kellett kérni a közönség véleményét, mivel láttuk, hogy nem a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. a piac



vezető fűszerpaprika forgalmazója. Először online kérdőívet, majd később vaktesztet hajtottunk végre.

6.1 Az online kérdőív bemutatása, az eredmények összegzése

Elérkeztünk dolgozatunk egyik meghatározó részéhez, a kérdőív bemutatásához, illetve annak kiértékeléséhez. A kérdőíveket számos tudományterület alkalmazza adatgyűjtés céljából. Előre rögzített kérdéseket tesz fel különböző csatornákon. Jelen esetben az online változatot részesítettük előnyben.

Nyitott, illetve zárt kérdéseket egyaránt feltettünk, ugyanis így kaphatunk átfogóbb képet a lakosság gondolatairól. A nyitott kérdések ismérve, hogy jobb belátást nyerhetünk a válaszadók gondolataiba, ugyanis megoszthatják velünk saját véleményüket is a témával kapcsolatban. A zárt kérdésekkel ugyanakkor előre behatárolt lehetőségek közé szorítjuk a megkérdezetteket. Lehet szó feleletválasztásról, sorrendállításról, szelektív válaszadásról is egyaránt.

A kérdőívkészítés legfőbb szabályai:

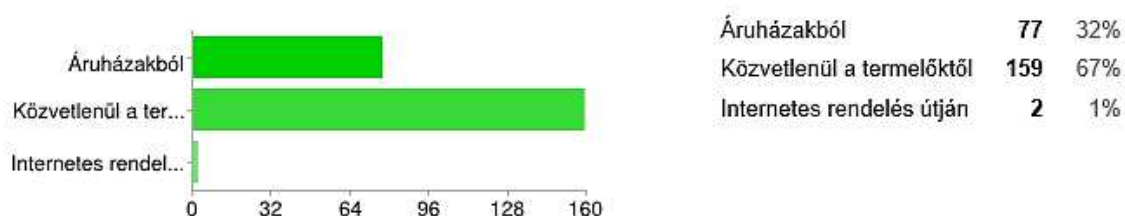
1. Egyszerű, könnyen érthető bevezető kérdéssel kell kezdeni.
2. Viszonylag kevés kérdést tegyünk fel, ne legyen sok idő a kitöltése.
3. Változatos kérdéseket tegyünk fel.
4. Tömören, röviden kérdezzünk, úgy, hogy mindenki számára egyértelmű legyen a kérdés.
5. Minden szóba jöhető válaszra gondoljunk, ahol annak megadása szükséges.
6. Nem szabad befolyásolnunk a megkérdezetteket.
7. Fel kell hívni a figyelmet, hogy nem kötelező jellegű a kérdőív kitöltése.
8. Abban az esetben, ha a válaszadás név és cím nélkül történik, tiszteletben kell tartani az utasítást.
9. A válaszok alkalmasak legyenek arra, hogy azokat számszerűen is fel tudjuk dolgozni a kiértékelés során.
10. Technikailag könnyen kitölthetőnek kell lennie egy optimális kérdőívnek.
11. Segítségével fel kell kelteni a figyelmet az adott téma fontosságára. [18]

Az általunk készített kérdőívről elmondhatjuk, hogy rendkívül népszerű volt a lakosság körében. 2 nap leforgása alatt 274 ember töltötte ki önként. Így elmondható, hogy sok, különböző szemléletű ember véleményét tartalmazó kérdőívről van szó, melyből már jól kivehetőek a válaszok, jobban segít a kiértékelésben. Célunk az volt, hogy rálátást kapjunk arról, vajon hogyan is vélekedik a lakosság a kalocsai fűszerpaprikáról, a



konkurensokról, illetve a népszerűsítő lehetőségekről. A következőkben a legfontosabb pontjait ismertetjük kérdőívünknek. A többi kérdést a Mellékletben csatoltuk dolgozatunkhoz.

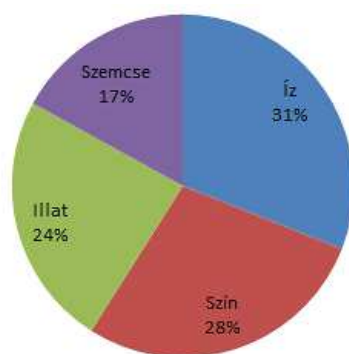
Ha az előbbi kérdésre (Szokott-e fűszerpaprika őrleményt vásárolni?) tett válasza "igen", kérjük adja meg, honnan szerzi be az őrleményt?



17. ábra: Az őrlemény beszerzésének mutatói

A 17. ábrán bemutatott kérdésből lesűrhető, hogy a válaszadók rendkívüli többsége közvetlenül a termelőktől szerzi be az őrleményt, míg internetes rendelés útján csupán 1 %. Az áruházakból történő vásárlás 32 %-t ért el. Így szintén bebizonyosodott, hogy szükség van az e-kereskedelem bevezetésére, valamint fellendítésére. Segítségével megtöbbszörözödhetne az eladási mutató, sokkal kényelmesebbé lehetne tenni a vásárlást, így elnyernék a vevők elégedettségét is.

Tegye sorrendbe az alábbi vásárlási szempontokat! Ugyanolyan sorszám nem lehetséges a különböző szempontokra! 1. = legfontosabb, 4. = nem fontos



18. ábra: A sorrend kimutatása

A vásárlóknál az elsődleges szempont a paprika íze lett. Ezt követi a szín, majd az illat, végül pedig a szemcseméret. A 18. ábra az összesített helyezéseket mutatja, ahol sorrendtől függően súlyozást hajtottunk végre, majd a kapott értékeket összegeztük és egy közös diagramon ábrázoltuk.



A felsoroltak közül mit tartana jó ötletnek, hogy a kalocsai fűszerpaprika növelje presztízsét?



19. ábra: Hasznos ötletek presztízs növelésére

A 19. ábrán bemutatott kérdés volt az egyik legfontosabb a sorban. Segítségével rálátást kaphattunk azzal kapcsolatban, hogy a lakosság szerint milyen formában, minek a segítségével lehetne növelni a kalocsai fűszerpaprika népszerűségén, presztízsén. 194 szavazattal a reklámozás nyert tv-ben, interneten, újságokban. Jelzés értékű lehet ennek hiánya, ugyanis a sokkal gyakoribb reklámok jobban tudatosítanak az emberek körében, hogy milyen fontos termékkel állnak szemben, amikor kalocsai fűszerpaprika örlemény akad a kezük közé. Emellett fontosnak tartják a kóstoltató promóciókat nagyobb áruházakban, ahol szintén sok ember érintkezik közvetlenül a paprikával. A harmadik helyen végzett az e-kereskedelem fellendítése, ami teljes mértékben arra utal, hogy a lakosság körében igény lenne ezen vásárlási forma létrehozására. Az új termékcsoportok, új csomagolási design és fejlesztések meglepően kevesebb szavazatot kaptak, így azt is mondhatnánk, hogy nem a termék csomagolásával, illetve minőségével van problémája a lakosságnak, csupán nincsenek kellően tájékoztatva. Ha jelen állapoton módosítás történne, gyakorlatilag pozitívabb pálya kezdődhetne a vállalat számára.

Mindent összevetve elmondható, hogy a kérdőív teljesítette az elvárásokat. Sok ember körében járt, nagy számban töltötték ki. Hasznos információkat kaptunk arról, hogy a lakosság hány %-a ismeri a kalocsai fűszerpaprikát, valamint azt, hogy uniós oltalom alatt áll. Kielemezhetjük a fogyasztási és vásárlási szokásokat is egyaránt. Hatalmas segítséget jelent az új javaslatok miatt, hiszen ezek építő jellegű gondolatokat tartalmaznak, amikkel talán új kilátásba lehetne helyezni a paprika jövőjét, még jobb marketinggel, valamint erőfeszítések árán, újra népszerűvé, európai szinten elismertté tenni.



6.2 A paprikateszt megvalósítása, kiértékelése

Fűszerpaprika tesztünk során kizárólag édesnemes és csemege fűszerpaprika örleményeket kóstoltattunk meg a jelenlévő 21-23 év közötti fiúkból és lányokból álló vegyes társasággal, melynek létszáma 8 fő volt. A népszerű Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. által előállított terméken kívül a Szegedi Fűszerpaprika Zrt. oltalom alatt álló paprikája, valamint több különböző területről származó minőségi termék is jelen volt.

Sajnos a magyar márkájú termékek között fellelhetünk Kínából és Spanyolországból származóakat is.

A kóstoltatás során a tesztelők a paprikát önmagában ízlelték meg. Úgy véltük, hogy befolyásolhatta volna az eredményeket más termék hozzátársított aromája, mint a zsír, a hagyma vagy a sajt jellegzetes íze. Szerettük volna, ha tényleg csak a paprika ízét érzékelik a jelenlévők. Ásványvíz természetesen elérhető volt mindenki számára.

Először vaktesztet hajtottunk végre. A zsűri (20. ábra) mind a 12 terméket osztályozta 10-es skálán íz, szín, illat és szemcsefinomság szerint. Miután mind a 12*4 adat a papírlapokra került, kiküldtük a tagokat, majd a termékek sorrendjét és számozását megváltoztattuk, valamint a csomagolásokat is kiraktuk az asztalra, így ismét kezdődhetett a tesztelés. Ismételten a 12*4 adat a cetlikre került. A tagok természetesen nem befolyásolták egymást a véleményalkotásban, mindenki saját döntéseket hozott. A teszt után mindenkit csípős paprikapálinkával kínáltunk, hogy véleményt mondhassanak a szanki szilvába ágyazott italról. A teszt összességében jó hangulatban zajlott.

A vizsgálat részletes bemutatása előtt ki kell emelni, hogy a „Házi – 2012 őszi” nevű termék minőségileg már kissé romlott volt, mivel rossz körülmények között tárolták egy éven keresztül (25-30°C, magas páratartalom). Így sem íz világában, sem színében nem tükrözi a valóságban házilag előállított minőségi terméket. A jelenlévőkkel végzett fókuszcsoporthozos beszélgetés során megtudtuk, hogy az íz a legfontosabb az örlemény kiválasztása során, majd következik a termék színe, mellyel élénkvrössé válnak a vele elkészített ételek. Az illat került a sorrendben a harmadik helyre, majd a szemcseméret volt az, ami a legkevésbé befolyásolja a vásárlókat a beszerzés során. A sorrendet kérdőívezésünk során is megkérdeztük, a kapott eredmény megegyezik. Így a pontozás során már az értékeket súlyozhattuk, a kapott sorrendnek megfelelően. Súlyozótényező az íznel 0,4 volt, színnél 0,3, illatnál 0,2, majd a szemcsefinomságnál 0,1 (a számok összege egyet ad eredményül). Ennek megfelelően nekiláttunk a kiértékeléshez.



20. ábra: 21-23 éves egyetemistákból álló zsűri

A Magyar Élelmiszerkönyv előírásai szerint az őrölt fűszerpaprika őrlemény négy minőségi osztályba sorolható az érzékszervi jellemzők szerint:

1. „Különleges fűszerpaprika-őrlemény:

Homogén őrlésű, egyöntetű megjelenésű, megfelelő őrlési finomságú, élénk, tűzpiros színű, fűszeres illatú, édeskés, jellemző íze a paprikáknak.

2. Csemege fűszerpaprika-őrlemény:

Homogén őrlésű, egyöntetű megjelenésű, megfelelő őrlési finomságú, piros, világosabb piros, vagy sárgáspiros alapszínű sárgásbarnás árnyalattal, jellegzetes illatú és ízű.

3. Édesnemes fűszerpaprika-őrlemény:

Homogén őrlésű, kissé mozaikos megjelenésű, megfelelő őrlési finomságú, piros színű, világosabb piros, sárgáspiros, illetve enyhén sárgásbarnás árnyalatú, jellegzetes illatú és ízű.

4. Rózsa fűszerpaprika-őrlemény:

Homogén őrlésű, kissé mozaikos megjelenésű, megfelelő őrlési finomságú, fakópiros alapszínű sárgásbarnás árnyalattal, jellegzetes illatú és ízű, enyhén csípős.” [16]

A felsoroltak közül kettőt, az édesnemest és a csemeget kóstoltattuk, majd a kirészletezett eredményeket kaptuk. A vizsgált termékeket a 21. ábrán láthatjuk.



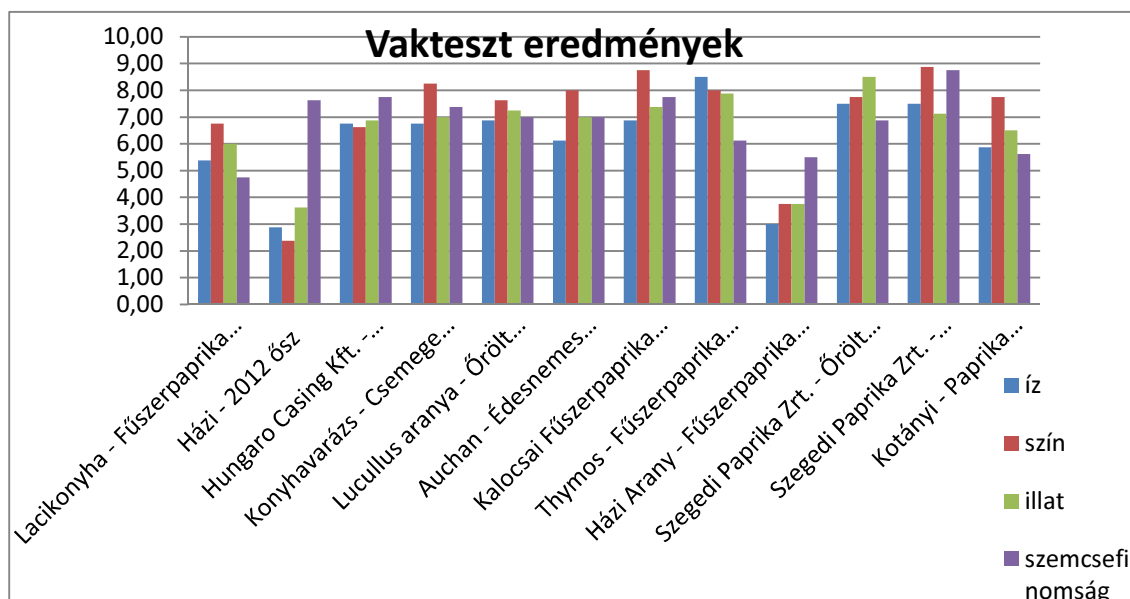
21. ábra: Teszt, amikor a csomagolások bemutatása melletti eredmények születtek

A 21. ábrán látható termékek rendre, balról jobbra haladva a következők:

- 1. Lacikonyha – Fűszerpaprika őrlemény (édesnemes)
- 2. Házi - 2012 őszi
- 3. Hungaro Casing Kft. - Édesnemes fűszerpaprika őrlemény
- 4. Konyhavarázs - Csemege fűszerpaprika őrlemény
- 5. Lucullus aranya - Őrölt Fűszerpaprika (édesnemes)
- 6. Auchan - Édesnemes fűszerpaprika őrlemény
- 7. Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. terméke (oltalom alatt álló)
- 8. Thymos - Fűszerpaprika édesnemes
- 9. Házi Arany – Fűszerpaprika őrlemény (édesnemes)
- 10. Szegedi Paprika Zrt. - Őrölt Paprika (édesnemes)
- 11. Szegedi Paprika Zrt. - Szegedi paprika (oltalom alatt álló)
- 12. Kotányi - Paprika (édesnemes)

Vakteszt:

A vakteszt során a 8 személytől a négy tulajdonságra kapott 1-10 közötti pontszámokat átlagoltuk és súlyozótényezővel történő korrigálás nélkül egymástól függetlenül egy diagramban ábrázoltuk (22. ábra). Elmondhatjuk, hogy az ízt, színt, illatot és a szemeseffinomságot tekintve külön-külön más sorrend állítható fel.



22. ábra: Vakteszt eredmények

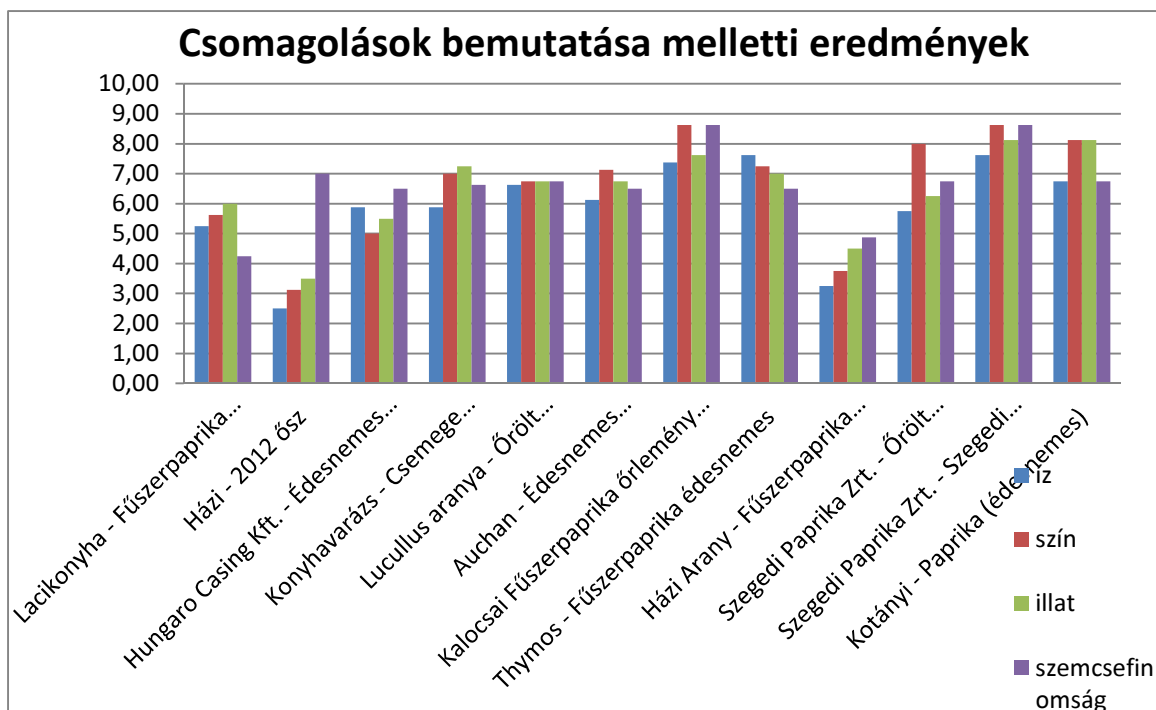
Korrekt eredményre úgy juthattunk, hogy termékenként az egyes tulajdonságokra a nyolc fő által adott értékeket (íz: 1-10, szín: 1-10, illat: 1-10, szemcsefinomság: 1-10) átlagoltuk, majd azokat az egyes súlyzótenyezők beszorzásával termékenként összeadtuk. Így már a vakteszten kialakítható egy rangsor, melyet az 1. táblázat mutat.

1. táblázat: Vakteszt eredménye az összes empirikus jellemzőt összegezve

1	Thymos - Fűszerpaprika édesnemes	7,99
2	Szegedi Paprika Zrt. - Szegedi paprika (oltalom alatt álló)	7,96
3	Szegedi Paprika Zrt. - Őrölt Paprika (Édesnemes)	7,71
4	Kalocsai Fűszerpaprika-örlemény (oltalom alatt álló)	7,63
5	Konyhavarázs - Csemege fűszerpaprika örlemény	7,31
6	Lucullus aranya - Őrölt Fűszerpaprika (édesnemes)	7,19
7	Auchan - Édesnemes fűszerpaprika örlemény	6,95
8	Hungaro Casing Kft. - Édesnemes fűszerpaprika örlemény	6,84
9	Kotányi - Paprika (édesnemes)	6,54
10	Lacikonyha – Fűszerpaprika örlemény (édesnemes)	5,85
11	Házi Arany – Fűszerpaprika örlemény (édesnemes)	3,63
12	Házi - 2012 ősz	3,35

Csomagolások bemutatása melletti vizsgálat:

A csomagolások bemutatása melletti vizsgálat során a 8 személytől a négy tulajdonságra kapott 1-10 közötti pontszámokat átlagoltuk, majd súlyzótenyezővel történő korrigálás nélkül egymástól függetlenül egy diagramban ábrázoltuk (23. ábra) ugyanúgy, mint a vaktesztnél. Elmondhatjuk, hogy az ízt, színt, illatot és a szemcsefinomságot tekintve külön-külön más sorrend állítható fel.



23. ábra: Csomagolások bemutatása melletti eredmények

Korrekt eredményre ismételten úgy juthattunk, hogy termékenként az egyes tulajdonságokra a nyolc fő által adott értékeket (íz: 1-10, szín: 1-10, illat: 1-10, szemcsefinomság: 1-10) átlagoltuk, majd azokat az egyes súlyzótenyezők beszorzásával termékenként összeadtuk. Így már kialakítható egy rangsor, melyet a 2. táblázat mutat.

2. táblázat: Csomagolások bemutatása melletti eredmények az összes empirikus jellemzőt összegezve

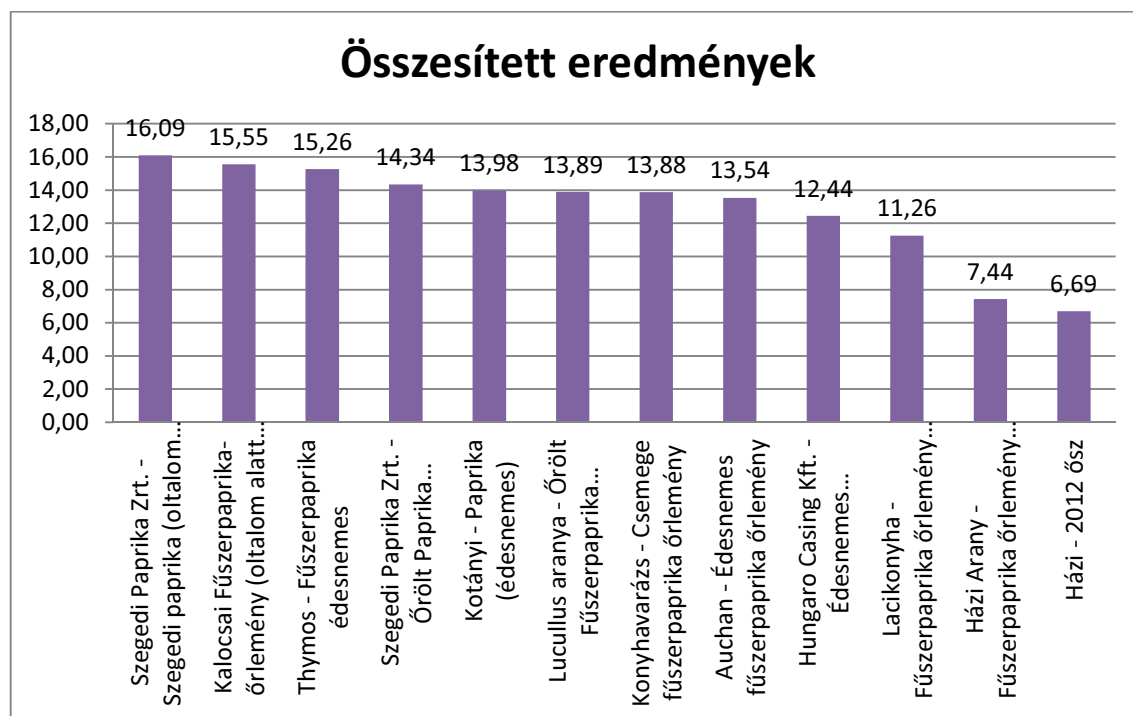
1	Szegedi Paprika Zrt. - Szegedi paprika (oltalom alatt álló)	8,13
2	Kalocsai Fűszerpaprika-örlemény (oltalom alatt álló)	7,93
3	Kotányi - Paprika (édesnemes)	7,44
4	Thymos - Fűszerpaprika édesnemes	7,28
5	Lucullus aranya - Örölt Fűszerpaprika (édesnemes)	6,70
6	Szegedi Paprika Zrt. - Örölt Paprika (Édesnemes)	6,63
7	Auchan - Édesnemes fűszerpaprika örlemény	6,59
8	Konyhavarázs - Csemege fűszerpaprika örlemény	6,56
9	Hungaro Casing Kft. - Édesnemes fűszerpaprika örlemény	5,60
10	Lacikonyha – Fűszerpaprika örlemény (édesnemes)	5,41
11	Házi Arany – Fűszerpaprika örlemény (édesnemes)	3,81
12	Házi - 2012 ősz	3,34

Összegezve a két teszten kapott eredményeket:

Most nézzük meg azokat az eredményeket, ahol összegeztük a vakteszt, illetve a csomagolások bemutatása melletti vizsgálat során kapott értékeket. A két teszten az



átlagolással, majd a súlyzó tényezők használatával kapott eredményeket összeadtuk, így már kirajzolódik a valós végeredmény, amit a 24. ábra szemléltet.



24. ábra: Vakteszt + csomagolások bemutatása melletti eredmények

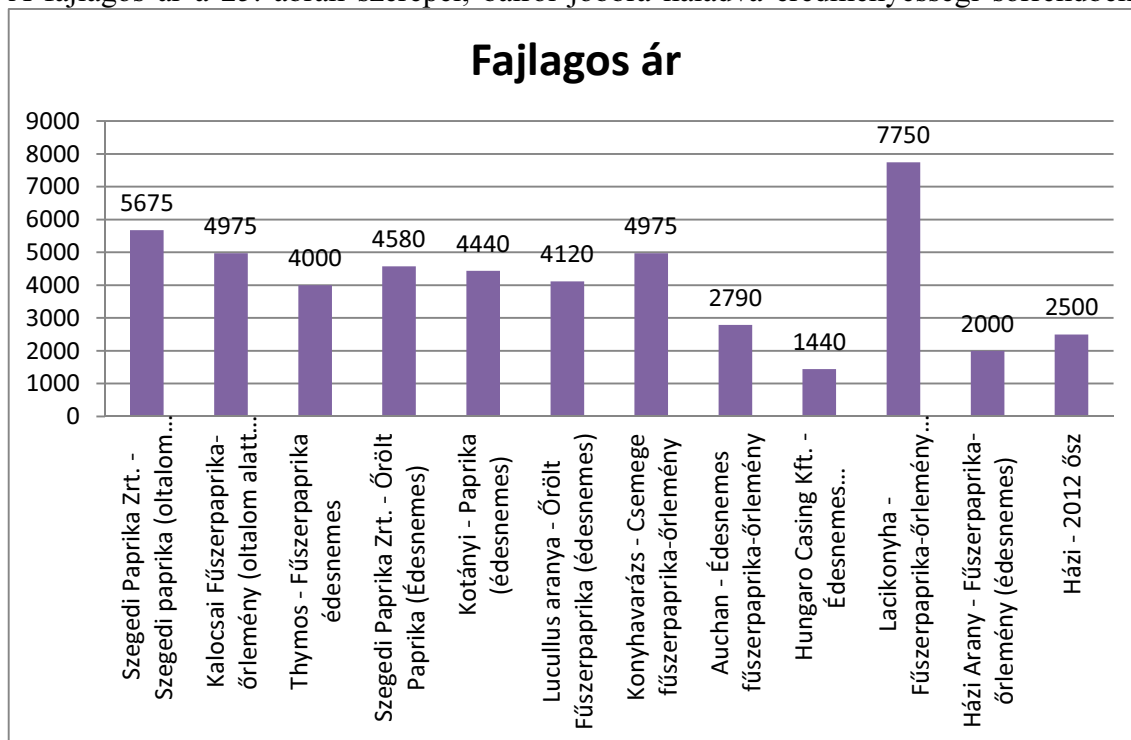
A 3. táblázatban szereplő árak a 2013. szeptember 20-i Auchan áruházbeli értékek.

3. táblázat: Vakteszt + csomagolások bemutatása melletti eredmények az összes empirikus jellemzőt összegezve

	Termék neve	Pont	Ár [HUF]	Tömeg [g]	Fajlagos ár
1	Szegedi Paprika Zrt. - Szegedi paprika (oltalom alatt álló)	16,09	454	80	5675
2	Kalocsai Fűszerpaprika-őrlemény (oltalom alatt álló)	15,55	199	40	4975
3	Thymos - Fűszerpaprika édesnemes	15,26	100	25	4000
4	Szegedi Paprika Zrt. - Őrölt Paprika (Édesnemes)	14,34	229	50	4580
5	Kotányi - Paprika (édesnemes)	13,98	444	100	4440
6	Lucullus aranya - Őrölt Fűszerpaprika (édesnemes)	13,89	206	50	4120
7	Konyhavarázs - Csemege fűszerpaprika őrlemény	13,88	199	40	4975
8	Auchan - Édesnemes fűszerpaprika őrlemény	13,54	279	100	2790
9	Hungaro Casing Kft. - Édesnemes fűszerpaprika őrlemény	12,44	144	100	1440
10	Lacikonyha - Fűszerpaprika őrlemény (édesnemes)	11,26	155	20	7750
11	Házi Arany - Fűszerpaprika őrlemény (édesnemes)	7,44	100	50	2000
12	Házi - 2012 ősz	6,69			2500



A fajlagos ár a 25. ábrán szerepel, balról jobbra haladva eredményességi sorrendben.



25. ábra: Fajlagos ár alakulása

Az összesített eredményeket kiértékelve elmondhatjuk, hogy a szegedi termék a kalocsai különlegesség előtt van.

Dolgozatunkban szeretnénk javaslatokat tenni a termék piaci helyzetének javítására, így a következőkben a fűszerpaprika helyzetét javító ötleteket mutatunk be.

A dívány.hu internetes oldal 2013. augusztus 28-i tesztjeit összehasonlítva elmondhatjuk, hogy a mi eredményeink az ő eredményeiket megcáfolták, ugyanis a Kalocsai fűszerpaprika-őrlemény a második helyet érte el a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem 8 fős hallgatói körében, míg a náluk kapott eredmény azt mutatja, hogy csaknem minden fűszerpaprika jobb tőle. Az ő eredményeik a 4. táblázatban láthatók.



4. táblázat: Dívány.hu internetes oldal által kapott eredmények [17]

Termék	Pont	Ennyiért vettük	Fajlagos ár	Itt vettük	Termelőhely
Auchan, édesnemes fűszerpaprika-őrlemény	15,5	279	2790	Auchan	Magyarország, Szerbia
Le Gusto, csemege fűszerpaprika-őrlemény	14,5	259	2590	Aldi	Magyarország
Lucillus, Őrölt fűszerpaprika	12	209	4180	Tesco	Magyarország, Spanyolország
Lacikonyha, fűszerpaprika őrlemény	11,5	369	3690	Auchan	Magyarország
Spice cellar (Tesco), paprika mild	11,5	249	2490	Tesco	Spanyolország
Mikado, paprika classic	10,5	499	1996	Lidl	Magyarország, Szerbia
Szegedi, őrölt paprika	10	367	7340	Tesco	Magyarország, Szerbia
Tesco, csemege fűszerpaprika-őrlemény	9,5	299	3986	Tesco	Magyarország
Auchan, édesnemes fűszerpaprika őrlemény (ezüst csomagolás)	9,5	144	1440	Auchan	Magyarország, Szerbia
Kalocsa paprika, csemege fűszerpaprika őrlemény	9	299	7475	Tesco	Magyarország
Kotányi, paprika	7,5	469	4690	Auchan	Spanyolország

Ugyan mi nem profi szakácsokat és főzőmestereket kértünk meg a teszteléskor, csupán egyetemi hallgatókat, azonban több szempontot vettünk figyelembe, valamint az egyéb befolyásoló tényezőket kiiktattuk (pl. zsír, kenyér).

A márka szerepe a teszt során:

Megfigyelhető, hogy amikor a teszt során a csomagolást is láthatta a zsűri, akkor a márkának jelentősége volt az eredmény kialakulásában. A Szegedi eredetvédett terméknel és a Kalocsainál is. Az összesített pontszám a Szegedinél a vakteszt során 7,96, csomagolások bemutatása mellett 8,13 volt. Az előbbi érték a Kalocsainál 7,63, az utóbbi 7,93 volt. Markánsabb eredményeket kaphatnánk a csomagolások bemutatásával történő tesztnél egy jobb, designosabb megjelenéssel.

Paprikapálinka:

A szanki 50 fokos szilvapálinkába ágyazott Kalocsa környéki (szakmári) erőspaprikából készült pálinkával kínáltuk meg a jelenlévőket, majd kértük ki a véleményüket. A pálinkáról készült képet láthatjuk a 26. ábrán. A pálinka egyöntetűen elnyerte a jelenlévők tetszését.



26. ábra: Paprikapálinka

A pálinkáról alkotott vélemények a következők: A kezdeti erős, kaparó pálinka íz világ elmarad. Miután elfogyasztották a tagok, a torokban elkezd csípni, mely különleges, exkluzív érzetet nyújt.

A tesztelők tudomásunkra adták, hogy szerintük jó lenne, ha lehetne ilyen magyaros különlegességet kapni a boltokban, még hozzá elérhető áron.

Piackutatásunk során azt tapasztaltuk, hogy kalocsai paprikapálinkával a magyar üzletekben nem találkozhatunk. Az juthat hozzá könnyedén, akinek van pálinkafőzéssel foglalkozó ismerőse. Sajnos a városokban, és a vendéglátóipari egységekben a paprikapálinka, mint termék nem kapható. Ezen termék piacra való bevezetését gondoltuk végig, pálinkásüveget terveztünk, és ajánlottunk értékesítő üzleteket és vendéglátóipari egységeket dolgozatunk során. Javaslatokat tettünk az ital népszerűsítésére.

7. A piaci konkurensok bemutatása

A következőekben két konkurens piaci szereplőt mutatunk be, tekintve az online kérdőív és a vakteszt eredményét.

7.1 A Szegedi Paprika Zrt. bemutatása, jelenkori helyzete

A Szegedi Paprika Fűszer- és Konzervgyártó Zrt. hagyományos tevékenysége a fűszerpaprika őrlmények gyártása és forgalmazása. Több mint 250 éves múltta tekint vissza Szegeden a fűszerpaprika termesztés és őrlménygyártás. Az online céginformációs adatbázisból kiderül, hogy a 2012. évi éves nettó bevétele 5 109 635 ezer Ft ami több, mint duplája a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. bevételeinek. Az alaptőke hasonlatos itt is,



kb. 1 milliárd és 3 milliárd Ft közöttire tehető. Az előállított termékeket 5 minőségben (különleges, csemege, édesnemes, csípős csemege, rózsza) fogyasztói (50g, 100g, 250g, 1000g, zacskós és díszdobozos paprikák) és zsákos kisserelésekben forgalmazzák. Konzervipari termékeik főként húsalapanyagúak. Készítelkonzerveket, májkrémeket, vagdalt húsokat is előállítanak. Házas ízű ételeket készítenek babból, lencséből, káposztából és halból. A modern aluseal csomagolásoknak köszönhetően a címeres májkrémjeik prémium minőséget képviselnek. A Zöld Paprika pástétomok szintén a Szegedi Paprika Zrt. termékei közé tartoznak. Az említett termékcsalád 2004-ben elnyerte a Magyar Termék Nagydíj dicsérő oklevelét. A "Boszorkány Étélizesítő" szintén fontos termékük, mely 1999-ben megkapta a "Kiváló Magyar Élelmiszer" tanúsítványt. Fontosnak tekintik a minőséget és a vevői elégedettséget, ezért alkalmazzák az ISO 22 000:2005 "Élelmiszer-biztonsági irányítási rendszert", az IFS szabványt és a HACCP előírásait. A folyamatos piackutatások, gyártmányfejlesztések a fogyasztói elvárásoknak megfelelő termékeket eredményeznek. „A Szegedi Paprika Zrt. termékeit belföldön szinte valamennyi multinacionális és hazai kereskedelmi hálózat forgalmazza. Export területen jelentős a környező országokba irányuló forgalom, mely fűszerpaprika őrlemény esetén kiterjed Románia, Németország, a Skandináv országok, Svájc, Ausztria, Csehország és Szlovákia területére; a konzerv termékek esetében pedig Oroszország, Észtország, Németország, Csehország és Szlovákia, valamint Szerbia és Románia területére. A Szegedi Paprika Zrt. az Európai Unió Vidékfejlesztési programjában az EMVA keretében 60.782.500 Ft támogatást nyert gépbeszerzéshez.” [25] [26]

7.2 Kistermelők a jelenkori piaci helyzetben

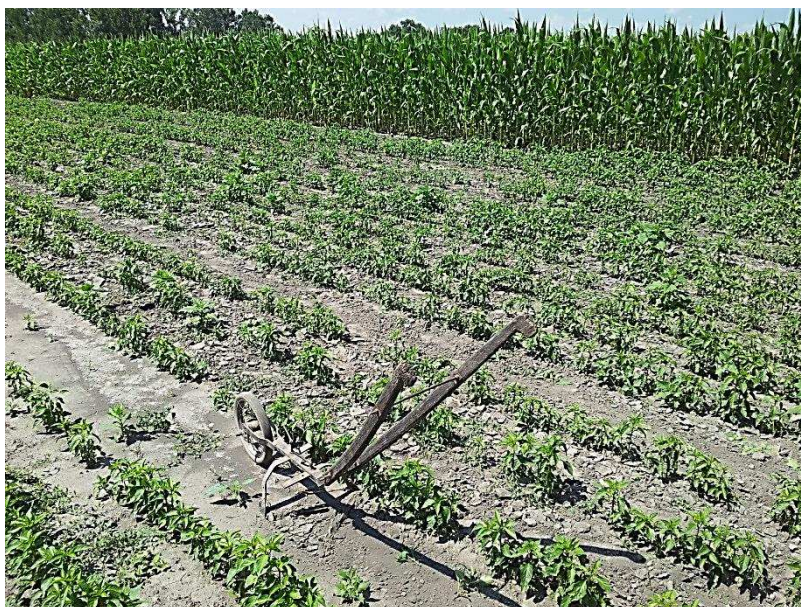
Magyarországon a rendszerváltás után a földek jelentős része a kistermelőkhöz került, a vidéken élők jelentős része az Állami Gazdaságok és a Termelőszövetkezetek felbomlása után gépekhez és földekhez juthatott, így egyénileg tudták folytatni a mezőgazdasági munkálatokat. Több mint 20 év eltelte után a helyzet jelentősen átalakult. Jelenleg a jó minőségű földeket felvásárolják a nagygazdák, a kisgazdáknak nem éri meg a termelés. Az előállított termékeket külföldről beszállítani már sokkal olcsóbb, mint a határokon belül előállítani.

Ma közel 700 ezer egyéni gazdaság vesz részt a termelésben, kisebb vagy nagyobb mértékben, de a magyar háztartások csaknem egyharmada-egynegyede érintett a mezőgazdaság ügyében. [28]



Azok közül a termelők közül, akik a rendszerváltás környékén foglalkoztak paprikával még ma is jelentős részük nem mondott le erről a sok munkával járó növényről. Ezek az emberek már egy piacot alakítottak ki maguk körül, a fűszerpaprika örlemény eladása biztosított számukra minden évben. A fogyasztók szívesebben vásárolnak az ismerős kistermelőktől, őstermelőktől, mivel a minőség biztosított, és az ár alacsonyabb, mint a cégektől megvásárolt termékek esetén, hisz ezekre az állam nem ró ki adót. Tudják azt, hogy a termékbe nem kerül bele a csuta, a külföldi paprika, illetve gondosan kézzel át van válogatva darálás előtt.

Nézzük meg, hogyan is állítja elő egy kiskazda a fűszerpaprika örleményt, és hogyan értékesíti a terméket a piacon. A 27. ábrán egy szakmári kistermelő fél hektáros paprikaföldjét láthatjuk művelés közben, valamint a földet locsoló berendezést.



27. ábra: Földművelés

A kistermelőnek önerőből kell megoldani a vetőmagvásárlást, a föld előmunkálását még ősszel (szántás, trágyázás, tárcsázás), majd jöhet a fogasolás, hogy a földet a vetés számára elegendően simává, egyenletessé tegyék. Tavasszal ebbe a jól megmunkált földbe jöhet a vetés, gyűrűshengerezés. Utóbbi azért kell, hogy a földet tömörítsék, biztosan kikeljenek a magok. A kikelt paprikát egészen a szedésig folyamatosan



művelni kell, kapálni, tolozni, locsolni (heti kétszer 1-2 órán át esőszerű locsolás). A paprikát növekedése során műtrágyázni és lombtrágyázni is kell, sőt még a megjelenő levéltetvek ellen is szükséges a védekezés.

Időjárástól függően augusztus végén, szeptember elején kezdődhet a paprikaszedés. Ilyenkor vidéken mindenki összeszedi az ismerősöket, kalákában mennek dolgozni a földekre. Ez nagyon hosszantartó és fárasztó munka. A leszedett és alaposan kiválogatott paprikát úgynevezett szütyőkben a ház oldalára akasztják, ez a folyamat az úgynevezett utóérlelés. A termék ilyenkor még pirosabbá válik, és amelyikben esetlegesen van valamiféle gombás betegségnek a kezdeménye, az elrothad. Paprikaszedést és szütyőzést mutat be Szakmár környékén a 28. ábrán.



28. ábra: Paprikaszedés és szütyőzés napjainkban Szakmáron

A néhány hétig utóérlelt, kissé összeszáradt paprikáról a termelő leszedi a csutát, kiválogatja belőle az esetlegesen megrothadt darabokat, majd szárítóüzembe viszi, hogy teljesen kiszáradjon a termék. A szárítás után jöhet a darálás, majd a csomagolás.

Kalocsa környékén a kistermelők 2500-2900 Ft/kg áron értékesítik jelenleg a terméket. Szembetűnő, hogy alacsonyabb, mint a 24. ábrán és a 4. táblázatban látható cégek általi értékesítési ár (igaz, hogy a fajlagos árak az üzletben fordítottan arányosak a termék kiszerezési mennyiségével, de az is elmondható, hogy a kistermelőtől általában tetszőleges mennyiséget vehet a vevő azonos fajlagos áron).



A nagytermelők ezzel szemben napszámosokkal kapáltatnak, így nem tudják mindig ellenőrizni azt, hogy milyen alapos a munka, illetve a földeken történő kultivátorozás sem annyira hatékony, mint a kapás munkálatok. A szedés sokszor géppel történik, ahol nem szabályozható, hogy a még zöld paprika ne kerüljön bele a pirosak közé.

Előnyök és hátrányok:

Kistermelőktől történő vásárlás előnyei:

- saját magának is termel az eladáson kívül, így garantált a minőség
- gondos, kézi átválogatás
- olcsóbban értékesítik a terméket, mivel nincs rajta állami adó

Boltból történő vásárlás előnyei:

- széles választék
- designos csomagolás
- könnyű beszerezni

Kistermelőktől történő vásárlás hátrányai:

- nehéz hozzájutni

Boltból történő vásárlás hátrányai:

- fogyasztó nem tudja, milyen körülmények között állítják elő
- fogyasztó nem tudja, esetlegesen külföldi termékkel keverik-e az értékesített árut

8. Javaslatok, ötletelések

Ebben a fejezetben javaslatokat teszünk a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. arculatának javítására, az eladási mutatók emelésének lehetőségére. A kérdőívből és a vaktesztből kiderül, hogy a Szegedi Paprika Zrt. a fő vetélytárs, emellett jelentős csoport vásárol termelőktől is, akik olcsóbb áron tudják értékesíteni a terméket. Szeretnénk, hogyha az örleményt többen vásárolnák, ötleteinkkel a szegedi konkurenst szeretnénk megelőzni.

Vezető pozíciót lehetne kialakítani a piacon úgy, hogy az egyes, már régóta elismert magyar termékekben kalocsai paprikát használnának az elkészítésük során és ezt fel is tüntetnék a csomagoláson. Példa erre a „Csabai Kolbász Kalocsai Paprikával”, vagy a McDonald’s palettáján megjelenhetne néhány termék, mint például "Kalocsai burger", "Alföldi betyár burger kalocsai paprikával", "Extra erős kalocsai". A hozzávaló örleményt a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. olcsón adná a gyártóknak, így ez a piac



elsősorban nem pénzbevétel lenne a cégnek, hanem reklámozhatnák magukat olyan termékekkel, amiket egyébként sokan fogyasztanak az ország minden területén.

Érdemes lenne kísérletezni egy szintén népszerű magyar termék, a túró rudi előtérbe hozatalával. A **paprikás túró rudi** termékkapcsoláson is gondolkodtunk. A tejtermékeknel maradva megállapíthatjuk, hogy tejfölben, joghurtban, kefirben is alkalmazható lenne. Véleményünk szerint volna benne ráció.

A Stühmer Desszert - Kalocsai erős paprikával ízesített meggyes csokoládékrém, étcsokoládéba töltve (29. ábra) termékhez hasonlóan a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. is készíthetne **desszerteket, édességeket**.



29. ábra: A Stühmer Desszert paprikával ízesített terméke

A Kalocsa város térségében elterülő híres **Bakód-Pusztán**, ahol rengeteg lakodalmat és kirándulást tartanak, szintén lehetne Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. által előállított termékeket ajándékozni kis csomagolásokban, így reklámot csinálva maguknak.

A kalocsai **Paprika Múzeumba** (30. ábra) az iskolások számára ingyenes látogatásokat szervezni, ezzel is elősegítve a felnövő nemzedék márkához való kötődését. A jelenlévőknek ingyenes, kis kiszerelésű termékmintát adni, hogy azt szüleiknek hazaszállítva egy pörkölt vagy akár más paprikás étel is elkészíthető legyen, így reklámozva a terméket.



30. ábra: Kalocsai Paprika Múzeum épülete [15]



Törzsvásárlói kártyák kiállítása a Kalocsai Paprika Mintaboltokban (31. ábra).



31. ábra: Kalocsai Paprika Mintabolt [21]

A **garantáltan minőségi termék** kifejezésére jobban el kellene terjeszteni a 61. ábrán bemutatott kóserolt jelzést, hisz így a vevő biztosítva lenne, hogy egy kiváló minőségű terméket vásárolt. Azt, hogy mit jelent a kóserolt termék, a fogyasztóknak jobban el kellene mondani például TV-s hirdetésben, prospektusokon keresztül. (Kóserolt: zsidó néptől származik, jelentése: a minőség biztosított, gondosan átválogatott és előállított termékről van szó.)

A Kalocsai fűszerpaprika-örleményt jobban kellene **hirdetni** a média különböző területein. A médiában előforduló reklámokat 4 fő csoportra bonthatjuk: nyomtatott média, sugárzott média (televízió, rádió), online média, promóciós eszközök.

A következőekben jobban kirészletezett ötleteket teszünk és leírjuk, hogy milyen előnyökkel és hátrányokkal járna az újítás bevezetése.

8.1 A márkajelzés hatása a vevőben

A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. szervezetének, vezetőségének és piacgazdálkodásának változása mellett az arculat is folyamatosan módosult, jelenleg több logó is hozzáköthető a céghez. A márka összefoglalja a termék és a szervezet arculatát, szlogenjét és mindazt, amit a fogyasztók, alkalmazottak és egyéb érintettek képzelnek a márkanév hallatán az adott termékről és szervezetről (előnyök, értékek, kultúra, közösség). A márka a cég iránti bizalmat, a minőséget jelenti a vevőben. **A márkát építeni kell!** A grafikus megjelenítés, vagyis a logó a terméknek épp olyan fontos tényezője, mint a minősége, hisz ez a termék nem megérintható, mint egy ruhadarab a vásárlás során.

A kalocsai központtal rendelkező Kalocsa környéki Agráripari Egyesülést 1977. január 1-jén alakította meg a Kalocsai Állami Gazdaság, a Kalocsai Paprika- és Konzervipari Vállalat, valamint hét mezőgazdasági szövetkezet. Egységes grafikus megjelenítése a 32. ábrán látható.



PAPRIKA RT.

32. ábra: KAGE rózsza, régi paprika embléma [8]

A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. jelenlegi hivatalos logója megtalálható mind a 36. ábrán látható Kalocsai fűszerpaprika-örlemény csomagolásán, mind a 35. ábrán látható Kalocsai márkajelzésű termékek csomagolásán, mely a régi KAGE embléma átalakításával jött létre. Ezeken a termékeken a színes mellett vagy csak fekete, vagy csak fehér színben tüntetik fel a csomagolás alsó vagy felső részén. A 33. ábra mutatja be a jelenlegi formáját.



33. ábra: Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. hivatalos logója [8]

A 34. ábrán látható a „Kalocsai” márkajelzés, mely a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. termékein használt. Ezt általában egyszerűbb alakban tüntetik fel a termékeiken.



34. ábra: „Kalocsai” logó, mely a Kalocsai fűszerpaprika Zrt. termékein használt márkajelzés [29]

Most vizsgáljunk meg egy terméket, hogy azon a Zrt. és a cég által használt egyszerűsített „Kalocsai” márkajelzések hogyan is jelennek meg. A 35. ábrán látható egy „Kalocsai” márkajelzésű termék előlapja.



35. ábra: „Kalocsai” márkajelzésű termék [8]

Elmondható, hogy a Kalocsai márkajelzésű termékek előlapján a logó le van egyszerűsítve, nem az eredetit használják, ami helytelen, hiszen teljes egészében meg kellene jelenni a termékeken. Illetve a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. márkajelzése is kicsiben megtalálható a termék hátoldalán. Ez a jelölés a cég összes terméken megtalálható.

Most nézzük meg és elemezzük az eredetmegjelölésű Kalocsai fűszerpaprika-őrlemény csomagolását, a 36. ábra bemutat két régebbi verziót.



36. ábra: „Kalocsai” márkajelzésű Kalocsai fűszerpaprika-őrlemény megjelenései [31] [32]

A jelenlegi fűszerpaprika őrlemény csomagolása ezektől annyiban tér el, hogy nem található meg rajta a „Kalocsai” márkajelzés, csak a Zrt. logója. Helyette a téglalapba a következő van írva: „Hagyományos feldolgozású”, és mivel az Európai Bizottság 2012. július 3-án bejegyezte a „Kalocsai fűszerpaprika-őrlemény” elnevezést az oltalom alatt álló eredetmegjelölések és földrajzi jelzések nyilvántartásába [13], így a kötőjel sem maradhat el a fűszerpaprika őrlemény kifejezésből, és az OEM jelzés megjelenése sem. Ezt a termékcsomagolást a 37. ábrán láthatjuk.



37. ábra: „Kalocsai” márkajelzésű Kalocsai fűszerpaprika-őrlemény jelenlegi megjelenése

Sajnos a jelenlegi csomagolás nem található meg a honlapon, csak a régi.

Fűszerpaprika őrleményt a cégtől még papírtasakos kiszerelésben is lehet kapni, ahol az arculat ismételten eltérő, csak a Zrt. márkajelzése található meg rajta. Ezt mutatja be a 38. ábra.



38. ábra: Papírtasakos kiszerelés [8]

A céggel még kapcsolatba hozható két márkajelzés. A 39. ábra bemutat egy képet arról, hogy az utcáról hogyan is láthatók a Zrt. épületei. A jobb oldali épületen feltűnik a Paprikajancsi elnevezésű embléma, aminek jelentéséről kutatásaink során csak annyit találtunk, amit a honlapon írnak: „A paprika e néhány évszázad alatt oly mélyen összefonódott a nemzeti hagyományainkkal, hogy jeles étkeinken kívül a kalocsai hímzés mintáit, népdalainkat, közmondásainkat említsük, nem csoda hát, ha Paprika Jancsi a ravasz paraszt képében jelenik meg.” [8]



39. ábra: Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. épületei [15]

A másik logó, ami a Fűszerpaprika Zrt. hivatalos honlapján jelenik meg és a honlap is ehhez kapcsolódó domain névvel fut, az a Paprika lovagrend, a PaprikArt márkajelzése. A 40. ábra bemutatja a jelenlegi honlap fejlécét.



40. ábra: Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. honlapjának fejléce [8]

Látható, hogy a cégnek jelenleg nincs egységes arculata, nincs kiválasztott logója. A **Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatal** honlapján 2013.10.22-én folytatott keresésünk során nem találtuk védjegyoltalom alatt a termék logóját, szemben a Szegedi Paprika Zrt. által használt egységes márkajelzéssel. A cégnek az erős arculathoz szüksége lenne egy egységes logóra, amit mindenhol használ, mivel a mai nagynevű cégek mindegyike így tesz és így tud elérni sikereket a piacon.



41. ábra: Szegedi Paprika Zrt. terméke [26]



A Szegedi Paprika Zrt. a 41. ábrán lévő csomagolásán a jobb alsó sarokban tünteti fel a cég márkajelzését, középen az egységes, fűszerpaprikára jellemző jelölést, mely az őrleményeken szerepel. Egyéb márkajelzésekkel is futtatja a cég a különböző termékeit, például ezek Uzsi, Snack, Házias ízek, Zöld Paprika, King Hungary, Bomba ár, Menü néven futnak.

Egy új **logón** is gondolkodtunk, ami a cég által készített termékekre kerülne rá kivétel nélkül, melyben egyszerre megjelenik Kalocsa szelleme, egyszerre mutatja azt, hogy a cég fő profilja a fűszerpaprika. A Zrt. megőrizné a több, mint 10 éve meglévő, a 33. ábrán látható márkajelzést. A termékeken lehetne magának a Zrt.-nek is a logója ugyan úgy, mint ahogy eddig, kicsiben, ugyan úgy, mint a Szegedi Paprika Zrt. termékeinél. Az épületen csupán az eredeti céglogót célszerű megjeleníteni. Az általunk kidolgozott fűszerpaprika őrleményeken szereplő logót a 42. ábra mutatja. De szeretnénk kiemelni, hogy ez **csak ötletterv**, mi nem ajánljuk senkinek, hogy használja ezt, nem is kritizáljuk a cég arculatát, csupán ötleteket mondunk a helyzet javítására.



42. ábra: Új, immáron egységes logó

A 43. ábrán látható, hogy maguknak a krémeknek sincs egységes megjelenésük. Rajtuk a betűk különböző méretűek, sőt még az egyik tubus kupakja is nagyobb, mint a többi. Ez gyártástechnológiai szempontból megközelítve is rossz.



43. ábra: Nem egységes feliratozás a tubusokon



8.2 Termécsatolás a siker záloga, a paprikapálinka

Mint arról korábban is szóltunk, a kalocsai fűszerpaprika népszerűsítésének egyik legfontosabb tényezője a fiatalság körében történő terjeszkedés lenne. Ezen célt szolgálná a régi hagyományokkal bíró, ám mégsem kellően támogatott paprikapálinka, melynek új íze, új üvege, valamint kellően kialakított reklámozási modulja javítana a helyzeten.

Jó ötletnek bizonyulna, ha termécsatolás keretein belül az örlemény mellé ajándékba adnának a piaci bevezetés során egy 5 cl-es pálinkát.

A 2013.09.18-22-ig megrendezésre kerülő OMÉK kiállításon megkérdezett pálinkaházak és értékesítői csoportok (gondolunk itt a CBA és a Tesco Magyarország áruházláncokra) azt mondták, hogy a paprika pálinkában szerintük nincs akkora üzlet, mint egy minőségi gyümölcspálinkában. A neves pálinkaházak szerint nem éri meg foglalkozni vele, ugyanis csak ágyas pálinkát lehet előállítani belőle, így attól függ az íz világa, hogy milyen pálinkát használnak alapnak.

Kalocsa környékén mindenki ismeri a paprikapálinkát. Mióta legálisan lehet otthon előállítani (2010. szeptember 27-e óta), sok pálinkatermelő foglalkozik vele, s megajándékozza az itallal a rokonokat, ismerősöket.

Egy pálinkafőzéssel foglalkozó szanki ismerősünket megkértük, hogy készítsen nekünk paprikapálinkát csipős fűszerpaprikából, melyet 50 fokos szilvapálinkába ágyazott. Az elkészült terméket teszteltük, a 8 megkérdezett ember véleményét kiértékeltek.

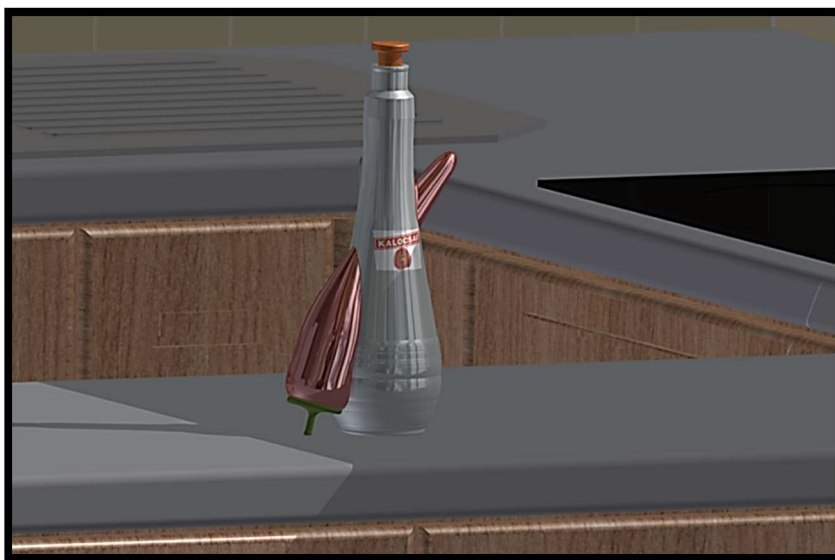
Akkor tudna igazán betörni a piacra egy ilyen jellegű termék, ha megfelelően felkeltené a figyelmet, minőségi csomagolással a vevő tetszését elnyerné. Interneten kutatva a 44. ábrán található egyedi üvegeket találtuk, melyből meríthettünk ötleteket.



44. ábra: Kutatásunk során talált egyedi üvegek – 1. The Kraken Rum, 2. Pilvas Ouzo, 3. egyedi borosüveg, 4. saját készítésű kalocsai paprikapálinkás üveg, [33] [34] [35] [36]



Ötletelésünk és kutatásunk eredményeképpen egy saját üveget terveztünk, mely nem szokványos, a paprikamotívumot tartalmazza, visszazárható parafadugóval. Egy konyhai installációban helyeztük el ötletünket. A kapott egyedi designt a 45. ábrán láthatjuk.



45. ábra: Paprikapálinka üvegterv

Az üveg 500 ml-es, átlátszó, a paprikaforma pirosra és zöldre festett. A terméket természetesen kisebb kiszerelésben is forgalomba kellene hozni, például az előbb említett termékcsatlós keretein belül. Hangsúlyozzuk, hogy az üveg tervezetét gyártástechnológiai szempontból is vizsgálni kellene, szükség esetén módosítható. Lehetséges lenne akár egy paprika alakú üveg is, mely szintén piros és zöld színekre volna festve, megfelelő talppal ellátva, a záró rész pedig szintén parafa lenne.

8.3 Termékcsomagolás bemutatása, új ötletek

Egy antik csomagolást láthatunk a 46. ábrán.



46. ábra: Antik csomagolás [20]



A jelenlegi Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. csomagolásának stílusa (37. ábra) már a 2001-ben Romsics Imre által írt Kalocsai Paprika Anno... Paprika- és Cégtörténet könyvben fellelhető, és azóta csak kisebb változtatásokat végeztek el rajta, mint például az Oltalom Alatt Álló Eredetmegjelölés (OEM) elhelyezése, és a kalocsai motívumok megjelenítése. A módosított csomagolást a 47. ábrán láthatjuk.



47. ábra: A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. már 2001-ben használt csomagolása (bal oldalt), és a napjaink megjelenése (jobb oldalt - 2013. 09.20. Auchan áruház)

A termék népszerűsítéséhez, a figyelemfelkeltő arculathoz elengedhetetlen a stílusos, deletisztult csomagolás használata. A kinézet módosításán kívül egy új, átütő formai ötlet bevezetésére is szükség volna. Új tároló, a **csupros megoldás** alkalmazása célravezető lenne.

Az OMÉK kiállításon a Harmakom Szövetkezet ügyvezető elnökével, Komjáti Endrével folytatott beszélgetésünk során arra jutottunk, hogy a csupros, légmentesen visszazárható csomagolás bevezetése minden fűszerpaprika örleménnyel foglalkozó értékesítő vállalatnak előnyös lehet. Ők már megvalósították ezt az ötletet, és háromszoros áron tudják értékesíteni, mint a tasakos kiszerelést. Az említett visszazárható csomagolásukat a 48. ábrán láthatjuk.



48. ábra: Harmakom Szövetkezet – Csupros kiszerelés

Természetesen a Szövetkezet kezdeti porcelántartója sem zár légmentesen, de több megfontolás alapján egy visszazárható, csupros kiszerelést valósítottak meg a későbbiek során.

Nézzünk egy egyszerű példát. A férj a feleségének akár születésnap, akár névnap ajándéknak egy drágább, minőségibb csupros kiszerelésű örleményt vesz, amiből könnyedén kiskanállal a termék elérhetővé válik a sütés-főzés során. Egy designos, akár porcelánból, akár üvegből készült, az értékesítő cég címerével és OEM jellel felmatricázott csupor a konyhában az esztétikát is javíthatja, szemben a tasakos, visszazárhatatlan kiszereléssel, ahol a termék könnyedén kiszóródhat, minősége romolhat. A légmentesen visszazárható csupor a konyhában jelenlevő magas páratartalom ellen is véd.

Amikor a háziasszony a későbbiek során ismét fűszerpaprikát vesz, már megveheti például a harmadannyiba kerülő tasakos kiszerelést, és azt áttöltheti a csuporba, amiből ismét könnyedén hozzájuthat.

A csupros kiszerelést a külföldi turisták is szívesen megvásárolnák, derült ez ki a 2013.09.28.-án a Deák téren megrendezésre kerülő WAMP – Vasárnapi Művészeti Piacon megkérdezett külföldi turisták igényéből. Mivel ekkor volt a Deák téren az olasz díszvendégekkel megszervezett Budapesti Design Hét is, így még több embert tudtunk megkérdezni.

A vevőben mikor fűszerpaprikát vásárol, elsődlegesen két fogyasztói jellemző dominál. Először a márka, a márkahűség, amihez hozzájárul, hogy annak a terméknek milyen a designja, a híre a piacon (ez akár már tudat alatt jelentkezik), majd tudatosan a termék



minősége. Az idealizált vevő csak ezután nézi a termék árát. Tehát az egykoron vásárolt matricás minőségi csupor által keltett vevői kép jön elő akkor, amikor a fűszerpaprika őrleményeket válogatja valaki, és aztán egy tudatos fogyasztói jellemző dönt, a minőség.

Amennyiben a drágább és csuporban értékesített termék minősége egy kicsivel jobb, mint a tasakos terméké, akkor a vevő a későbbiekben ismételten megveszi a márkát, a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. őrleményét, és észre sem fogja venni azt a kis minőségi romlást, ami valójában a tasakos termékénél van a csuporban értékesítettéhez képest.

Minden egyes minőségjavító lépés nagyobb kiadásokkal jár egy cégnél. A termék minőségének lineáris javítása mellett az előállítási költség csaknem exponenciálisan növekedne, az eladott mennyiség pedig lassan gyarapodna. A cég gazdálkodásában rövidtávon nem hozható a minőségjavítás költsége nullszaldósra, mivel a fogyasztás hirtelen nem emelkedne meg párhuzamosan a fejlesztésekkel, a cég pedig a saját palettáján szereplő termékek árának minimális növelésével sem tudná ezt a plusz kiadást behozni. Egy új, figyelemfelkeltő ötlet piacra dobásával az eladások növelhetők lennének, a Marshall kereszt egyensúlyi pontja pozitív irányba térne ki. Erre jelentene megoldást a csupros kiszerezés bevezetése. Így egy minőségibb, felsőkategóriás, a piacon erősebb terméket állíthatna elő a vállalat, amit a fogyasztók előszeretettel vásárolnának.

Választásunk egy légmentesen visszazárható csuporra esett, egy átlátszó üveg matricával, ahol a fogyasztó gyönyörködhet a termék színében és szemcsefinomságában. A modellt nem készítettük el, mivel ötletelésünk, kutatásunk során az elképzeléseinkhez teljesen hasonlót találtunk a GrabCAD.com oldalon, ami mindenki számára ingyenesen elérhető. Az elkészítőt szeretnénk megemlíteni a munkánk során, felhasználóneve „hazet”, a képet is ő renderelte (49. ábra).



49. ábra: Csupor terv [19]

Saját egyedi tervet is készítettünk, így egy kívülről fonott üvegkosárkát is bemutatunk, ami az 50. ábrán látható. Természetesen erre kerülne fel a kalocsai minta, illetve a különféle jelölések.



50. ábra: Fonott kosárka

Ha a vevőnek már a márkáról és a termékről megvan a kialakított képe, azt nehéz átalakítani. Több évnek, akár több tíz évnek kell eltelni, míg a termék hírnevét tudnánk növelni a köztudatban, és a magasabb kiadások csak akkor jönnének vissza. Egy ilyen ötlet, mint a „minőségi termék egy designos csuporban” ugrásszerűen megnövelhetné a vevőkben az elégedettséget, majd később hasonló ötletekkel növelhetné a cég a magasabb árkategóriájú termékek palettáját.

Az ökocsomagolás kevésbé terheli környezetünket, továbbá utal a termék múltjára, eredetére, ezáltal a hagyományt is kiemelve. Olyan csomagolással tudjuk ezt létrehozni, ami többször használható, olyan természetes anyagból készült, ami kevésbé szennyezi a környezetet, gyártási folyamata környezetbarát. Egy ilyen csomagolás elkészítésében egy terméktervező segítette csomagolásfejlesztésünket. Farkas Nikoletta által készített designt láthatunk az 51. ábrán.



51. ábra: Ökodesign csomagolás

8.4 A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. új weblapjának javaslata

A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. weblapjának módosításán is gondolkodtunk. Legnagyobb probléma az oldallal, hogy 2008-ban frissítették utoljára, így nincs leírva, hogy az Európai Bizottság 2012. július 3-án bejegyezte a „Kalocsai fűszerpaprika-örlemény” elnevezést az oltalom alatt álló eredetmegjelölések és földrajzi jelzések nyilvántartásába [13]. Ugyan a szegedi termék is 2010. november 3-a óta OEM termék, de az ő honlapjukon sincs feltüntetve olyan helyen ez a kitüntetés, ahol mindenki könnyedén megláthatja.

A domainnév „www.paprikart.hu” nem a Zrt.-t tükrözi, hanem egy külön névvel fut, a PaprikArt -tal. A kezdőoldalon rengeteg a szöveg és kevés az interaktív felület. Nincs kapcsolatban a jelenleg nagyon elterjedt közösségi oldalakkal, illetve video-megosztó portálokkal. A cég neve mellett két oldalt különböző logók jelennek meg, de egyik sem magának a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt.-nek a logója. A kezdőoldalt látjuk az 52. ábrán.



 English  German

Kalocsai Fűszerpaprika Zrt.



BEMUTATKOZÁS PAPIKA HÁZ SZOLGÁLTATÁSAINK TERMELTETÉS AKCIÓK KAPCSOLAT

BEMUTATKOZUNK



Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. a hagyományos kalocsai tájörzsetben a fűszerpaprika feldolgozás és A forgalmazás legrégebbi képviselője. A jogelődök története az 1930-as évekre vezethető vissza. A Kalocsakörnyéki Agrárpári Egyesülés 1977-ben jött létre. 1990. január 1-től részvénytársaságként működik. Az 1997 évi privatizációt követően 100 %-ban magyar tulajdonú. Erdményesen, versenyképesen vesz részt a fűszerpaprika termelés hazai és export világpiacán. A fűszerpaprika piac koncentrációdott, a Zrt. Magyarországon piacvezető, a hazai termés mintegy 40 %-os részesedésével. A részvénytársaság a világ fűszerpaprika termelésének 2-3 %-át, a világ exportjának 4-5 %-át adja. Az Zrt. központi telepe Kalocsán a Paprika Gyár, további telephelyei: Miske, Dunapataj. Az Zrt. tevékenységében az élelmiszer - feldolgozás a meghatározó. A termelés mintegy 70-80 %-át a fűszerpaprika termeltetése, feldolgozása és forgalmazása adja. Éves szinten 2,0 – 1,5 ezer tonna fűszerpaprika őrlményt, 1,2 ezer tonna konzervet, 350-400 tonna szárítmányt, illetve ételízesítőt, fűszerkeveréket dolgoz fel és forgalmaz. Fűszerpaprika vetőmagot állít elő, melyből a nyersanyag termelő partnerei részére a minőségi vetőmagot biztosítja. Konzervgyártási tevékenysége alapvetően savanyúság konzervek (csemege uborka, vegyes savanyúságok, alma-, és cseresznyepaprika) előállítása, kisebb volumenben gyümölcskonzervek (meggy, szilva) gyártása. Saját előállítási fűszerek (szemes, leveles, por alakú), szárítmányok, csiracsköntésést végzi, továbbá hazai és külföldi vállalkozások részére nyújt ilyen szolgáltatást. A Paprika Ház a „műzeumi tevékenység, kulturális örökség védelme” tevékenységi körben nyújtott szolgáltatás keretét között látogathatják a vendégek. A Zrt-nek saját lovagrendje van, a Kalocsai Szent István Paprika Lovagrend.

Termékeink

- ▶ Fűszerpaprika-örlemény
- Savanyúság konzervek
- Gyümölcsbefőttek
- Fűszerkeverékek
- Halászlé
- Szárítmányok
- Paprikakrémek, ételízesítők

Rólunk

- HÍREINK
- KÉPGALÉRIA

Ajánlatunk

Rólunk írták

Kalocsai Paprika

Hagyományaink, értékeink, büszkeségeink

Üdvözljük Önt, a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. oldalain!

Kellemes böngészést kívánunk!

Reméljük, itt megtalálja azokat a fontos információkat, melyek segítenek Önnek megismerni termékeinket, megismerkedhet a fűszerpaprika történetével, üzemeinkkel, gyártási módszereinkkel. Bepillantást nyerhet a Paprika Múzeumunkba, és megismerheti a Szent István Kalocsai Paprika Lovagrendet és azok tagjait. Ha paprikás ételt szeretne főzni, és receptre

52. ábra: Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. kezdőoldala [8]

Kevés a választható nyelv. Akár a szomszédos országok nyelveivel is bővíthető lenne, vagy a még sok ember által használt franciával, spanyollal.

Az oldalon lehetne közvetlenül elérhető webshop, ahol termékeket rendelhetnének a vásárlók, akár regisztráció nélkül is az email cím és az elérhetőség megadásával. A fogyasztó vehetne kisebb vagy nagyobb tasakos, akár vödrös és zsákos kiserelésű fűszerpaprika őrlményekeket, egyéb termékeket. Egy ilyen webshop például a paprikafutár.hu, ami az 53. ábrán látható. Ennek alapján a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. is készíthetne hasonlót, vagy egy link közvetlenül a Zrt. oldaláról a paprikafutárra vinne, ahol rendelni lehetne a termékekből.



53. ábra: Paprikafutár kezdőoldala [24]

A jelenlegi oldalon nincsenek friss információk, friss hírek, képek, a galériát 2008-ban frissítették utoljára.

Baloldalon a linkek nem feltűnőek, könnyedén beleolvadnak a környezetükbe. A weboldal nem hangsúlyozza Kalocsa város jelentőségét, nem látszik belőle, hogy ez egy nagy múltú, több mindennel foglalkozó város.

Most szeretnénk bemutatni a nagy vetélytárs, a Szegedi Paprika Zrt. weboldalát. A kezdőlapra (54. ábra) történő lépés előtt a nyelvet kell kiválasztani, majd egy kis zenei aláfestéssel megjelenik az interaktív, könnyen áttekinthető oldal. Középen egy márkajelzés, a Zrt. logója, mögötte mozgóképen régi archív képek kerülnek bemutatásra. Baloldalon youtube videó található, középen kevés, lényegre törő szöveg helyezkedik el.



54. ábra: Szegedi Paprika ZRt. kezdőlapja [26]



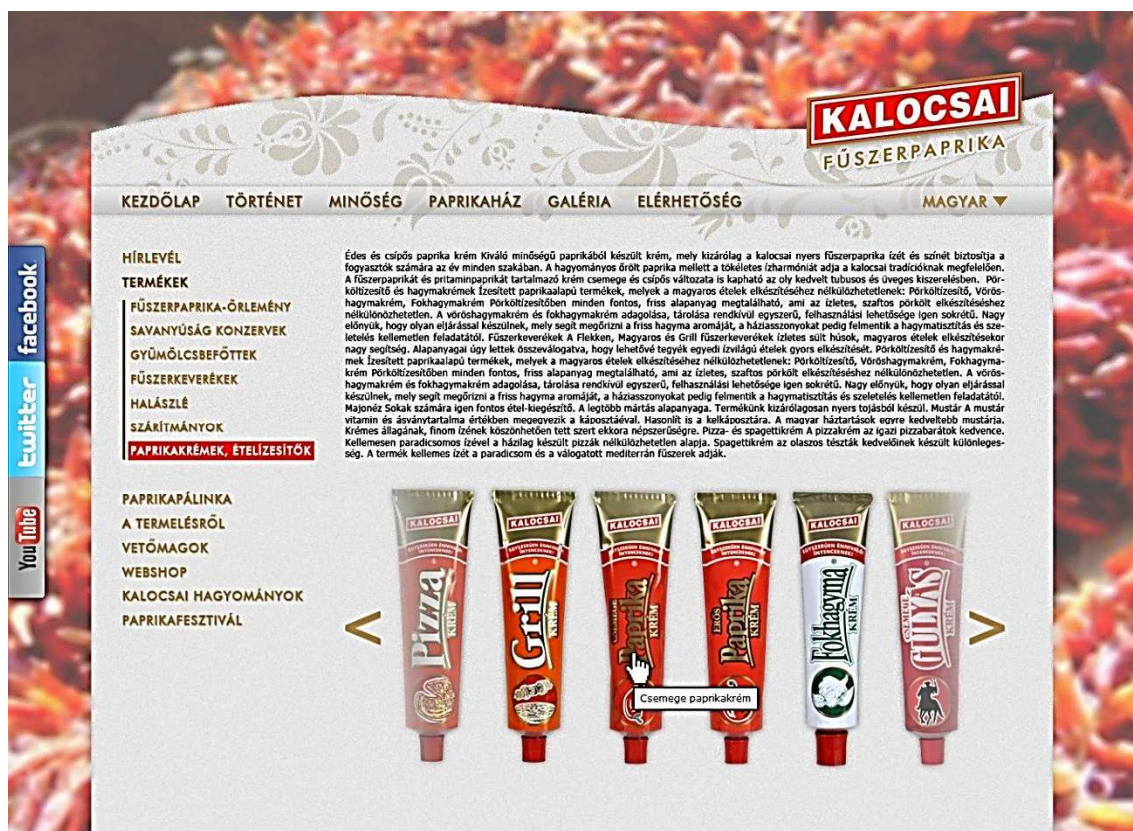
Ötletelésünk során egy kalocsai mintás megjelenítés mellett állapodtunk meg, mely hangsúlyozza a 2 éve újra felkapott motívumot is. Az 55. ábra egy lehetséges kezdőlap tervet mutat be a Facebookon történő like-olás lehetőségével.



55. ábra: Lehetséges kezdőlap tervezet

A kurzor a Facebook közösségi oldalra juttat el minket gyorsan és könnyedén. Itt egyből like-olhatjuk is a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. oldalát és így még gyorsabban hozzájuthatunk az új akciókhoz az üzenőfalunkon.

Szoftverergonómiai kutatásunk során arra jutottunk, hogy a termékeket is egy interaktív környezetben kellene kijelölni, ráklikkeléssel egy leírást találnánk róluk, majd egy link segítségével közvetlenül a webshopra vinne, ahol azonnal rendelhető is lenne a termék. Az 56. ábra egy látványképet mutat be arról a felületről, ahol a termékek fel vannak sorolva fényképekkel együtt.



56. ábra: Termékválasztás

Mint látható a baloldalon, a Facebookon kívül megjelenítettünk több linket is, melyek közvetlenül a YouTube-ra, Twitterre kalauzolnak minket. Ezen a felületen írtunk a krémekről általánosságban, majd ha a kurzort a termékre visszük, akkor megjelenik magának a terméknek a neve is, rákattintással pedig az, hogy jelenleg melyik boltokban érhető el a termék, milyen tulajdonságokkal rendelkezik.

Összegezve a mi tervezetünket egy ergonomikus, letisztult és felhasználóbarát oldalt sikerült designolni.

8.5 A Kalocsa Fűszerpaprika Zrt. új Facebook oldala

A mai generáció egyik jellemzője, hogy sok időt tölt el napi szinten a számítógép előtt, főleg az interneten történő böngészés során. Elmondható, hogy minden olyan cég, amely fontosnak tartja a marketinget és a termékek népszerűsítését, nem engedheti meg magának a lehetőségek kiaknázatlanságát. Tökéletes ellenpélda erre a Kalocsa Fűszerpaprika Zrt. A vállalat 2011-ben csatlakozott a Facebook nevű közösségi oldalhoz. Azonban azóta sem rendelkezik jelentősebb arculattal. Egyszerűnek mondható képpel jeleníti meg magát a gyárat, mint felhasználót. A borítókép hiánya szintén az érdektelenséget, a hiányt kelti bennünk. A legnagyobb probléma azonban az oldal



frissítettségének hiánya. 2012 óta nem történt jelentősebb hír közzététele, így a látogatók száma is fokozatosan megcsappant. Az arculatot az 57. ábrán mutatjuk be.



57. ábra: Régi Facebook oldal [11]

Így adott volt a feladat, vagyis készítsünk egy merőben újabb, sokkal érdekesebb oldalt a cégnek. Aprólékos munkát végezzünk, legyen minden a helyén, keltse fel a látogatók figyelmét!

Első szempontként említhető a profilkép, valamint a borítókép kérdése. A böngésző személyek először a képekkel érintkeznek, csak ezt követően tudnak utánanézni a cég legfőbb adatainak. Az említett szempontokat előtérbe helyezve lett az oldal profilképe egy a cég tulajdonában lévő feldolgozógép, illetve az ott tevékenykedő munkás. A profilkép tükrözi a méltán híres, Európában egyedülálló technológiát, a precíz munkát. Míg a borítóképen egy idős asszony látható, aki az utóérlelt paprikát vizsgálja. Ezen kép jelentése a tradíció, a hagyományok ápolása, a minőség megőrzése. A két kép új szemléletmódot adott az oldalnak!



58. ábra: Új Facebook oldal tervezet

Az általunk készített oldalt pár nap leforgása alatt 122-en like-olták, míg a 2011 óta üzemelőt csupán 103-an. Elmondhatjuk, hogy pozitív munkát végeztünk. Természetesen a hírek is folyamatosan frissülnek. Fesztiválok bemutatásával, termékek promóciójával tartjuk fenn az állandó érdeklődést. Remélhetőleg az újonnan készített oldal segítségével még többen hallanak a kalocsai paprikáról, illetve a méltán híres Kalocsai Fűszerpaprika Zrt.-ről.

8.6 A szín javítása (Hovorkáné Horváth Zsuzsa alapján)

„A magyar fűszerpaprika őrlemények színét és színezéktartalmát nem a külföldről behozott alapanyag felhasználásával, hanem megfelelő mennyiségű oleoresin hozzáadásával javíthatnánk. Hiszen az eddigi eredmények azt mutatják, hogy 10 g őrleményhez hozzáadott 0,0907 g oleoresin hozzáadásával, már érzékelhető, 0,2484 g-mal már jelentős javulást érhetünk el. Ez a mennyiség még nem járna olyan olajtartalom növekedéssel, amely fokozná az őrlemény avasodását, vagy gondot okozna az Élelmiszerkönyvben előírt, olajtartalomra vonatkozó 17 %-os felső határ betartása szempontjából, ugyanakkor elkerülhető lenne az őrlemények gombatoxin fertőződése. Emellett az eljárás nem lenne költséges, hiszen 9000 Ft-os kg-kénti oleoresin egységárral számolva az 1 kg őrleményre eső költség hozzáadása nem haladná meg a 90 Ft, illetve 180 Ft-ot, ugyanakkor a minőségi javulás eredményeként eladási egységárat növelni lehetne 300-400 Ft-tal.” [23]



8.7 Arculat és design egységesítése

Összegzőképpen elmondhatjuk, hogy egy **designer** bevonásával a leírt, javító intézkedéseket lehetne egységesíteni és új ötletekkel előállni, eddigi terveinket tökéletesíteni. A pálinkásüveget és a csupros kiszereleést egységes, egymáshoz design-ban hasonlító üvegben lehetne értékesíteni. A Facebook oldalt és a weblapot egységesíteni kellene még több újítással, még több új ötlet bevezetésével. A cég márkajelzését, weblapját és csomagolását **nem szeretnénk kritizálni**, csupán javító ötleteket, észrevételeket tettünk dolgozatunk elkészítése során.

9. Összegzés

Dolgozatunkban sok területet vizsgáltunk, hogy átfogó képet kapjunk a fűszerpaprika piacának jelenlegi helyzetéről. Elmondhatjuk, hogy a hazai termeltetés és feldolgozás két jelentős szereplője a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt., illetve a Szegedi Paprika Zrt. A kalocsaiak rendkívül korszerű technológiát képviselnek a mai napig, azonban szükség lenne a gépek, illetve technológia modernizálására. Emellett nagyobb hangsúlyt kellene fektetni a reklámokba, hirdetésekbe, hogy a terméke mindenki számára ismert legyen. Ezen célok elérésére tett javaslataink reméljük, hogy a későbbiekben akár hasznos segítségként is szolgálnak a helyes irány megtalálásához. Úgy gondoljuk, hogy a fiatalabb generáció megszólítása nagyban hozzájárulna a sikerhez.

Munkánkat szeretnénk a későbbiekben továbbfejleszteni. Abban az esetben, ha elnyerjük a Zrt. figyelmét, szívesen segítünk a rendelkezésünkre álló lehetőségeinkkel, szeretnénk, ha Kalocsa méltó figyelmet kapna, olyat, amelyet megérdemel!

Szeretnénk köszönetet mondani konzulensünknek, aki segített a téma helyes kidolgozásában. Köszönetet szeretnénk mondani a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. igazgatójának, aki segített átfogó képet adni a Zrt. működéséről, illetve hasznos tanácsokkal látott el munkánk elkészítése során. Fontos volt barátunk segítsége, aki a weblap elkészítésében nyújtott támogatói munkát, tapasztalatait átadva nekünk. Egy szaktársunknak köszönetet mondunk a segítségéért, aki hasznos ötletekkel járult hozzá a munka elkészítéséhez, terméktervező tudásával a csomagolás elkészítésében segédkezett. Szeretnénk a zsűri tagjainak is köszönetet mondani.



10. Források, hivatkozások

- [1] Wikipédia - <http://hu.wikipedia.org/wiki/Kalocsa> (2013. szeptember 22.)
- [2] Kalocsa város hivatalos honlapja –
www.kalocsa.hu/rovatok/fomenu/gazdasag/gazdasagi_kornyezet/kozlekedes/
(2013. szeptember 26.)
- [3] Blogspot honlapja -
http://4.bp.blogspot.com/_P83eArQZjRI/SushVliwOZI/AAAAAAAAABLE/aSMzFVSg8M0/s1600-h/mo-domborzati.jpg (2013. szeptember 14.)
- [4] KaloEb honlapja - <http://www.kaloeb.hu/kalocsa-rovid-tortenete>
(2013. szeptember 23.)
- [5] Femina honlapja –
http://www.femina.hu/utazas/az_oroszag_4_leggyonyorubb_epulete
(2013. szeptember 23.)
- [6] Kalocsai Paprika Anno... - Paprika- és Cégtörténet – (Romsics, 2001, G & G Kft.)
- [7] Opten Informatikai Kft. honlapja -
<http://www.opten.hu/opten/light/cegtar/ceglight.php?c=03+10+000011&cnev=Kalocsai+F%C5%B1szerpaprika+Z%C3%A1rtk%C3%B6rt%C5%B1en+M%C5%B1k%C3%B6z%C5%B1s%C3%A9gi+R%C3%A9gi%C3%A9rt%C3%A9s%C3%A9g&all=ok&lang=> (2013. szeptember 30.)
- [8] Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. honlapja - <http://www.paprikart.hu/>
- [9] AgroTrend honlapja - <http://www.agrotrend.hu/hirek/agrargazdasag/az-eredetvedelem-es-a-folias-termesztes-novelheti-a-fuszerpaprika-termoteruletet>
(2013. október 17.)
- [10] Az EU eredetvédelmi szabályozásában rejlő lehetőségek a hungarikum típusú termékek számára – http://korny.uni-corvinus.hu/phd/3-konf/torok_phdcikk.pdf
(Török)
- [11] Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. hivatalos facebook oldala –
<https://www.facebook.com/pages/Kalocsai-F%C5%B1szerpaprika-Zrt/158563237537716?fref=ts> (2013. szeptember 28.)
- [12] Fűszerpaprikakutató honlapja – Névjegy - <http://fuszerpaprikakutato.hu/nevjegy/>
(2013. október 5.)



- [13] KaloHírek.hu – 2012 július 12 – Eredetvédett lett a kalocsai fűszerpaprika
http://kalohirek.hu/hir/kalocsa/2012-07-12/36780/eredetvedett_lett_a_kalocsai_fuszerpaprika (2013. szeptember 27.)
- [14] Kormányportál honlapja –
<http://www.kormany.hu/hu/videkfejlesztési-miniszterium/elelmiszerlanc-felugyeletert-es-agrar-szakigazgatásért-felelős-allamtitkarság/hirek/unios-oltalom-alatt-a-kalocsai-fuszerpaprika-orlemeney> (2013. szeptember 15.)
- [15] Google térkép honlapja - <https://www.google.hu/maps/> (2013. október 09.)
- [16] Magyar Élelmiszerkönyv – Codex Alimentarius Hungaricus 2-8720 számú irányelv, Fűszerpaprika-örlemény
- [17] Dívány.hu honlapja - <http://divany.hu/alapkonyha/2013/08/28/paprikateszt/> (2013. október 15.)
- [18] Wikipédia - <http://hu.wikipedia.org/wiki/K%C3%A9rd%C5%91%C3%ADv> (2013. szeptember 18.)
- [19] GrabCAD honlapja - <https://grabcad.com/library/jar-of-honey-1> (2013. október 01.)
- [20] Galéria Savaria honlapja - <http://galeriasavaria.hu/termek/keszletek/egyeb-regiseg/379941/4142-F0-Antik-kalocsai-paprika-pleh-doboz/> (2013. október 01.)
- [21] Kalocsai Néplap hivatalos weboldala – http://www.kalocsaineplap.hu/hu/kalocsa/fuszer_paprika_kalocsa_minta_bolt_termek (2013. október 7.)
- [22] Civil gazdaságélénkítő javaslat (Budapest, 2009. március 25.)
- [23] Fűszerpaprika örlemények érzékelt és mért színjellemzői – (Hovorákné, Budapest, 2007)
- [24] Paprikafutár honlapja - <http://www.paprikafutar.hu/> (2013. október 10.)
- [25] Opten Informatikai Kft. honlapja -
<http://www.opten.hu/opten/light/cegtar/cegligh.php?c=06+10+000253&cnev=Szegedi+Paprika+F%C5%B1szer-+%C3%A9s+Konzervgy%C3%A1rt%C3%B3+Z%C3%A1rtk%C3%B6rt%C5%B1len+M%C5%B1k%C3%B6d%C5%91+R%C3%A9szv%C3%A9nyt%C3%A1rsas%C3%A1g&call=ok&lang=> (2013. október 26.)
- [26] Szegedi Paprika Zrt. honlapja - <http://www.szegedipaprika.hu/>
- [27] B.W.A. Kft. honlapja - <http://www.bwa-kft.hu/> (2013. október 28.)



- [28] Tudatosvásárló honlapja - <http://tudatosvasarlo.hu/cikk/vedjuk-meg-hazai-kistermeloket> (2013. október 01.)
- [29] GasztroTérkép - <http://www.gasztroterkep.hu/tagok/kalocsai-fuszerpaprika-zrt-d64ce8d6017f0d3ab6d528cf5dfd616ae05c32b4> (2013. október 02.)
- [30] Csabai Kolbászfesztivál hivatalos facebook oldala – <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=633630196680670&set=o.235215709851668&type=1&theater> (2013. november 02.)
- [31] ShopMania honlapja – <http://www.shopmania.hu/etel/p-kalocsai-fuszerpaprika-75g-csemege-csipos-c-2559277> (2013. október 24.)
- [32] Online szupermarket honlapja – http://szuperabc.hu/Kalocsa_csipos_csemege_fuszerpaprika_orlemenye_75_g (2013. október 24.)
- [33] GrabCAD honlapja – <https://grabcad.com/library/the-kraken-black-spiced-rum> (2013. október 02.)
- [34] Italshop honlapja – http://italshop.hu/termek/pilavas_ouzo_kolona.html (2013. október 02.)
- [35] Mommo honlapja – http://www.mommo.hu/media/Kulonleges_borosuveg_2 (2013. október 02.)
- [36] Apród honlapja – <http://aprod.hu/hirdetes/kalocsai-mintas-palinkas-uvegek-IDvHgZ.html> (2013. október 02.)



11. Mellékletek

A TDK dolgozathoz közvetlenül kapcsolódó információkat az alábbi fejezetben gyűjtöttük össze.

11.1 Kalocsa város részletesebb bemutatása

A város oktatási rendszere

A városban számos oktatási intézmény található, melyek többsége jelentős történelmi múlttal bír. Kalocsát országszerte elismerik az oktatás magas színvonala miatt, több híres kutató és tudós származik innen. Minden hétköznapi közel 5000 fővel lesz több a város lakossága, hiszen összesen 5000-6000 diák látogatja valamelyik oktatási intézményt. Megtalálható 5 általános iskola, 5 középfokú- és szakmunkás iskola, valamint egy felsőoktatási intézmény is. [1]

Látnivalók, nevezetességek bemutatása

Kalocsa rendkívül gazdag a látnivalók terén. Nem véletlenül vált fontos turisztikai célponttá. A belváros magjában található a Nagyboldogasszony-főszékesegyház, az Érseki palota, a Katona István ház, a Hotel Kalocsa és a Szentháromság téren található szobor park. Ezen nevezetességek szinte vonzzák a külföldi turistákat. A kultúra szintén virágzik, ugyanis számos múzeum található a városban. Ide sorolható a Magyar Fűszerpaprika Múzeum, a Népművészeti tájház, a Schöffler Múzeum, a Városi Képzőművészeti Gyűjtemény, valamint a Visky Károly Múzeum. Rengeteg könyvtár, illetve levéltár várja az érdeklődőket. A szórakozás szerelmeseinek szintén adottak a lehetőségek, hiszen a város az Otthon mozi mellett rendelkezik 2006 óta színházzal is. Számos fesztivál várja a közönséget, ilyen például a Kék Madár Fesztivál, a Duna-menti Folklórfesztivál, valamint legjelentősebb a Kalocsai Paprika Fesztivál. [1]

11.2 A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. által forgalmazott termékek

A Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. palettáján rengeteg paprikakülönlegesség található meg, ezeket szeretnénk a következőkben bemutatni.

Kalocsa Aranya:

„Ha nem elég a legjobb minőség, van még jobb! A legkiválóbb színező, ízű és aromájú termékünk. Csípmentes és csípős változatban kapható, tetszetős aromazáró csomagolásokban. 100 g-os kiszerelésben.” Az 59. ábrán láthatóak a kiszerelések típusai. [8]



szóródobozos

diszdobozos



molinózacskós



tasakos



fóliás

59. ábra: „Kalocsa Aranya” termékek [8]

Különleges:

”A legjobb a különleges paprika, amelyet fénylően piros színéről és kiváló ízhatásáról ismerhetünk föl. A legjobb színező hatású, kitűnő ízű, kellemes fűszeres aromájú fűszerpaprika őrlemény. Csípmentes és csípős változatban egyaránt kapható. 100, 250 g 1x100, 2x100, 3x100 g 50 g 1000 g 50, 100, 250 g-os kiszerelésben.” A 60. ábrán láthatóak a kiszerelések típusai. [8]



fémdobozos

diszdobozos



molinózacskós



zsákos



fóliás

60. ábra: „Különleges” termékek [8]

Kóser paprika:

„Nagyon jó a színező hatása, kitűnő ízű, aromájú. Weisberger rabbi által kóserölva. Csípmentes és csípős változatban kínáljuk. A kis kiszerelések igen ízletes csomagolásban kaphatók. 50 és 100 g-os kiszerelésben. Minden kóser paprika zacskó a minta szerinti bélyegzővel van ellátva, és egyedileg sorszámozott.” A 61. ábrán láthatóak a kiszereléseken feltüntetett jelzés. [8]



fóliás

61. ábra: „Kóser paprika” termékek [8]

Csemege:

„Nagyon jó a színező hatása, kitűnő ízű, aromájú. Bármely ételhez ajánlott a csemege paprika, amelyet a piros szín, jó ízesítő hatás jellemez. Csípmentes és csípős változatban kínáljuk. A kis kiszerelések igen ízléses aromazáró csomagolásban kaphatók. 1x100, 2x100, 3x100 g 100, 250 g 100, 250, 1000 g 50, 100, 250, 1000 g-os kiszerelésben.” A 62. ábrán láthatóak a kiszerelések típusai. [8]



62. ábra: „Csemege” termékek [8]

Édesnemes:

„Az édesnemes paprika világos piros színével elsősorban pörkölteket, húskészítmények ízét, zamatát erősíti megfelelően. Többféle kiszerelésben kapható.” A 63. ábrán láthatóak a kiszerelések típusai. [8]



63. ábra: „Édesnemes” termékek [8]



Gasztro Delikátesz és Gasztro édes:

„Jó színező hatású, az íze és aromája kitűnő. Csípmentes és csípős változatban kapható. 100, 250 g-os kiszerelésben 50, 100, 250, 1000 g-os kiszerelésben.” A 64. ábrán láthatóak a kiszerelések típusai. [8]



64. ábra: „Gasztro Delikátesz és Gasztro édes” termékek [8]

Rózsa:

„Színező hatása megfelelő, íze, aromája kitűnő. A rózsapaprika fakópiros alapszínű, sárgás-barnás árnyalattal enyhe, csípős ízzel bármely erős ételhez alkalmazható, de kiemelten a birka- és nyúl pörkölt készítése esetén dicsérik használatáért a szakácsot. Csípmentes és csípős változatban egyaránt készítjük. 100 g-os kiszerelésben.” A 65. ábrán láthatóak a kiszerelés típusa. [8]



65. ábra: „Rózsa” termék [8]

Paprikaőrlemény zsákos kiszerelésben is kapható.

Emellett rengeteg más terméket is készítenek, amelyeket már Magyarország sok boltjában elérhetünk. A honlapon felsorolt termék:

- Savanyúságkonzervek: Csemegeuborka, cseresznyepaprika (csípős), ecetes almapaprika csípős és nem csípős ízben, vegyes darabos savanyúság (csípős), vegyes saláta (csípős), cékla, káposzta
- Gyümölcsbefőttek: Magozott meggybefőtt, szilvabefőtt
- Fűszerkeverékek: Kalocsai Arany ételízesítő, Halászlé fűszerkeverék



- Paprikakrémek, ételízesítők: Gulyáskrém, Paprikakrém (csípős), Paprikakrém (édes), Fokhagymakrém, Majonéz, Majonézes tormakrém, Mustár, Pizzakrém, Flekken mustár, Grillkrém, Spagettikrém, Asztali torma, Darált erőspaprika

Sajnos a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. honlapján nincs internetes webáruház, illetve a termékek sem frissek, az oldal nem naprakész.

Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. termékei a megjelölt üzletekben

A weboldalon néhány fő üzletláncot megjelölnek, ahol forgalmazzák a termékeket (CBA, Auchan, Reál élelmiszer, METRO). Közülük a CBA-ban és az Auchan-ben megvizsgáltuk, hogy jelenleg a Zrt. milyen termékeit lehet kapni, és hogy a Zrt. honlapja mennyire van összhangban a jelenlegi termékekkel. A Reál élelmiszer és a Metro sajnos nem foglalkozik e-kereskedelemmel.

A CBA üzlet internetes e-kereskedelmi felületén vizsgálódtunk, hogy mégis milyen Kalocsai termékeket forgalmaznak a fűszerpaprika örleményen kívül, de nem találtunk erre vonatkozó információkat. Megtalálhatóak viszont „Kalocsai csemege csípős”, „Kalocsai paprika édesnemes”, „Kalocsai paprika különleges” termékek.

Egy budapesti Auchan üzletben is jártunk, és megvizsgáltuk a helyszínen, hogy milyen Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. által előállított termékek szerepelnek az üzletlánc palettáján. Megtalálható a „Kalocsai” márkajelzésű termékek közül ketchup, majonéz, mustár, csemegeuborka (több féle), édesnemes paprikaörlemény, darált paprika és paprikakrém.

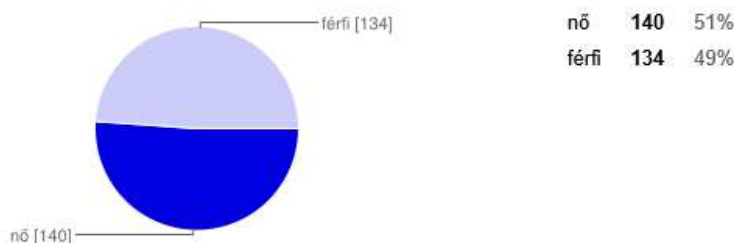
Sajnos az új termékekről nem értesítenek minket a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. honlapján, ott csak az alaptermékek találhatóak. Példa erre a 66. ábra bal oldalán bemutatott majonéz, ami a Zrt. honlapján nem jelent meg, ott csak a 66. ábra jobb oldalán láthatót tüntették fel (2013.09.20.).



66. ábra: Auchan áruházban értékesített termékek

11.3 Az online kérdőív további válaszainak kiértékelése

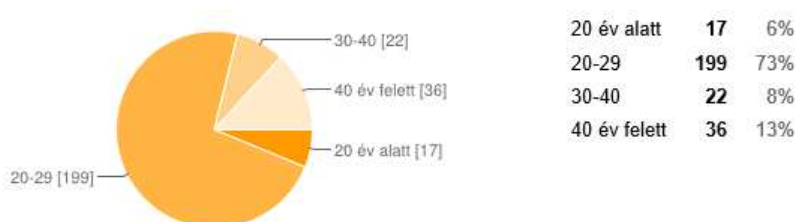
Válassza ki nemét!



67. ábra: Nemek aránya

A 67. ábrán látható diagramból látható, hogy szinte egyenlő a nemek aránya, így talán még precízebb a kapott eredményünk. 140 nő, valamint 134 férfi töltötte ki az online kérdőívet 2 nap alatt, mely adatok rendkívül jónak mondhatóak.

Adja meg életkorát!



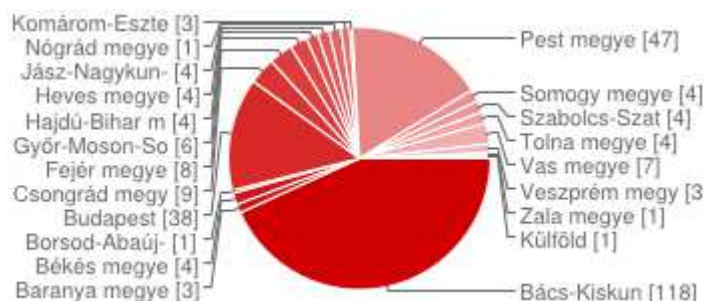
68. ábra: Életkorok megoszlása

A kapott információ birtokában elmondhatjuk, hogy a válaszadás a 20-29 év közötti korosztályban volt a legnépszerűbb, ugyanis a 274 válaszadóból 199 fő vallotta magát ennyi idősnek. A többi korosztályt tekintve azt állapíthatjuk meg, hogy a 40 év feletiek aktívabbak voltak a témában, mint a fiatalabb 20 év alattiak. Ezzel máris rávilágítottunk azon problémára, hogy a fiatalok nem igazán érdekeltek a kalocsai fűszerpaprika jövőjét



illetően. Ezen kellene valamelyest módosítani, új célként meghatározni a későbbi irányelveket tekintve.

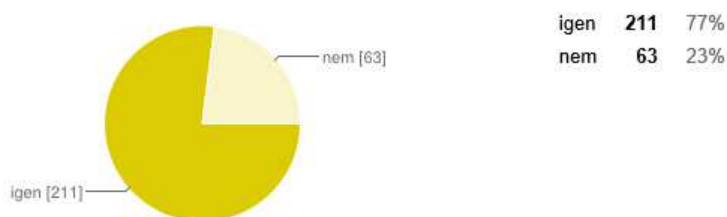
Adja meg lakóközterét!



69. ábra: A lakóhelyek megoszlása

A 69. ábrán bemutatott kérdésben a válaszadók lakóhelyére voltunk kíváncsiak, ugyanis fontos arról információt szerezni, hogy az ország melyik területéről származnak. Arra a következtetésre juthatunk, hogy elsősorban Bács-Kiskun megyéből akadtak jelentkezők, akik szívesen megosztották gondolataikat a témával kapcsolatban. A második, illetve harmadik helyen Budapest és környéke végzett, az ország központi része. A többi megyéből már kevesebben segítettek munkánkat, azonban akadt egy személy, aki külföldiként töltötte ki tesztünket, nevezetesen Angliából.

Szokott-e vásárolni fűszerpaprika örleményt?

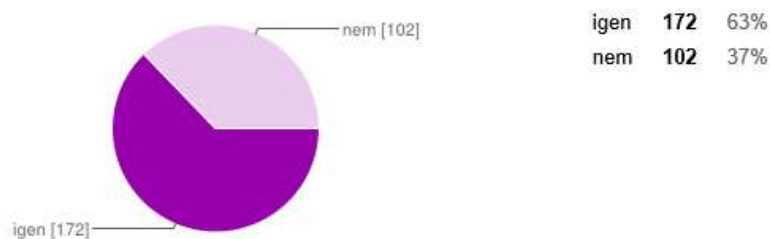


70. ábra: Vásárlási szokások

Megállapíthatjuk, hogy a válaszadók 77%-a, vagyis 211 ember szokott vásárolni fűszerpaprika-örleményt. Igen jónak mondható adat, vagyis népszerű termék a lakosság körében.



Ön használ-e Kalocsai fűszerpaprika-őrleményt?



71. ábra: A Kalocsai fűszerpaprika-őrlemény használata

A válaszadók 63 %-a, vagyis 172 fő állította azt, hogy használ kalocsai fűszerpaprika őrleményt. A kapott eredmény jónak mondható, persze cél a lakosság minél nagyobb arányú elnyerése, jó minőségű termékkel történő ellátása.

Ha nem a Kalocsai fűszerpaprika-őrleményt részesíti előnyben, akkor mely terméket/termékeket használja az alábbiak közül?

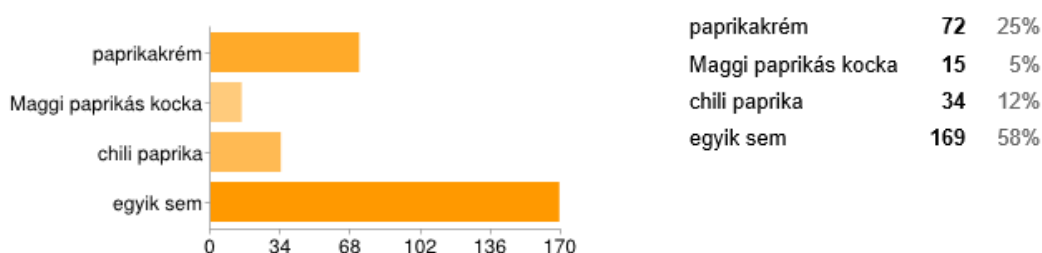


72. ábra: Paprika fajták alkalmazási mutatói

A 72. ábrán bemutatott kérdésre adott válaszokból arra a következtetésre juthatunk, hogy azok, akik nem használnak kalocsai fűszerpaprika őrleményt, leginkább a házi készítésűt részesítik előnyben. Bízva az otthoni aprólékos, minőségi feldolgozásban. El kellene érni azt, hogy az emberek megbízzanak a Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. termékeiben, ugyanis a cég korszerű technológiával állítja elő termékeit, így nem mondható jelentősebb különbség egy házi vagy egy ipari készítésű őrlemény között. Szembetűnő adat még a Szegedi Paprika Zrt. által forgalmazott őrlemény, mely a kalocsai legfőbb vetélytársa napjainkban is. Emellett csupán a Kotányi márka volt képes jelentősebb számú szavazókat gyűjteni.



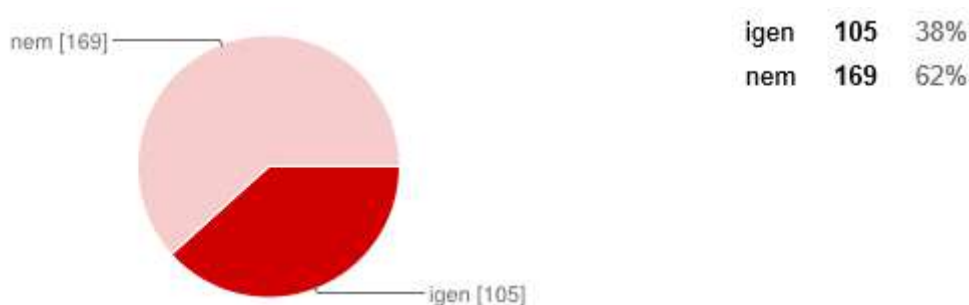
Ön szerint mely termékek helyettesíthetik a fűszerpaprika őrleményt az alábbiak közül?



73. ábra: Helyettesítő termékek

A 73. ábrán bemutatott grafikonról leolvasható, hogy a válaszadók döntő többsége nem tudna alternatívát állítani a felsoroltak közül, vagyis pótolhatatlan a fűszerpaprika őrlemény a főzés során. Talán a paprikakrém tudná helyettesíteni, de nem jelentős arányban.

Tudta-e, hogy a Kalocsai fűszerpaprika-őrlemény uniós oltalom alatt áll?



74. ábra: Uniós oltalom

A 74. ábrán bemutatott kérdés egy nagyon fontos problémára hívta fel a figyelmet. A megkérdezettek több mint 62%-a nem tudta, hogy uniós oltalom védi a híres Kalocsai fűszerpaprika-őrleményt. Így érthető, hogy miért is lenne szükség bizonyos lépésekre, hogy a lakosság jobban tájékozott legyen a témában, majd később hirdetői is lehessenek a kalocsai aranyoknak.

Milyen új termékek segíthetnék a Kalocsai fűszerpaprika-őrlemény nagyobb ismertségét, egyéb észrevételek?

A kérdőív kiértékelés során mindig a nyitott kérdés a legizgalmasabb. Itt olvashatóak a személyes, saját vélemények és javaslatok. Ezek közül szeretnénk párat idézni:

- „Paprika pálinka. Aki ivott belőle az megemlegeti, külföldön különösen jellemző.”
- „A paprikás túró rudi bejőhet”



- „Forgalomba hozhatnának saját kolbászt”
- „Paprikás kácsi a boltokban”
- „Lehetne nagyobb mennyiség vásárlása esetén műanyag tárolóedényt adni hozzá. Ha a gyártónak több terméke is van, akkor lehetne fűszeres csomagokat összeállítani a korábban említett tárolóedényekkel. Esetleg valahány vonalkód beküldése után postázhatnák az ajándékot. Így a vásárló "rá lenne kényszerítve", hogy ugyanazt a terméket vegye.”
- „Adhatnának ajándék műanyag paprika tárolót, az előzőekhez hasonlóan, de ez csak egy darab edény lenne. A különlegessége viszont abban rejlene, hogy paprika alakú lenne. Akár egy egész termékcsaládot rá lehetne építeni, mint fokhagyma, bors stb. alakú edények. Még az asztalon is jól mutatna, de legalább humoros lenne.”
- „Lehetne konyhai eszközökkel, tárgyakkal népszerűsíteni, pl.: konyhai köpeny, konyharuha, edényfogó kesztyű stb.”
- „Krémek, paszták vagy a kozmetikába való bevonása (pl. az Ilcsinek több paprika kivonatos arcpakolása van)”
- „Azért nem vettem még ilyet, mert ahol vásárolok, még nem láttam. (zöldségpiac, Aldi, Lidl, Tesco, stb.)”
- „Az összes főzőműsorba szállítanám a kalocsai fűszerpaprikát, majd a műsorok végén, mint hivatalos támogató, bemondatnám.
- „Zsíros kenyér sátor a Sziget Fesztiválon”

A válaszadóknak ismételten szeretnénk köszönetet mondani a kérdőív kitöltéséért.