

# ki mit nem fogyaszt? – a nemfogyasztó új piacot nyit(hat)

Dr. Törőcsik Mária  
Pécsi Tudományegyetem



PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM  
Közgazdaságtudományi Kar

nemfogyasztás

# kék óceán stratégia

## a nemfogyasztás, mint esély

kék óceánok a ma még nem létező piacok

érték-innováció, a vevőérték vizsgálata a versenytársak helyett, innováció alacsony költséggel

újra kell definiálni az iparág vásárlói csoportját a vásárlói csoport jobb kiszolgálására helyett

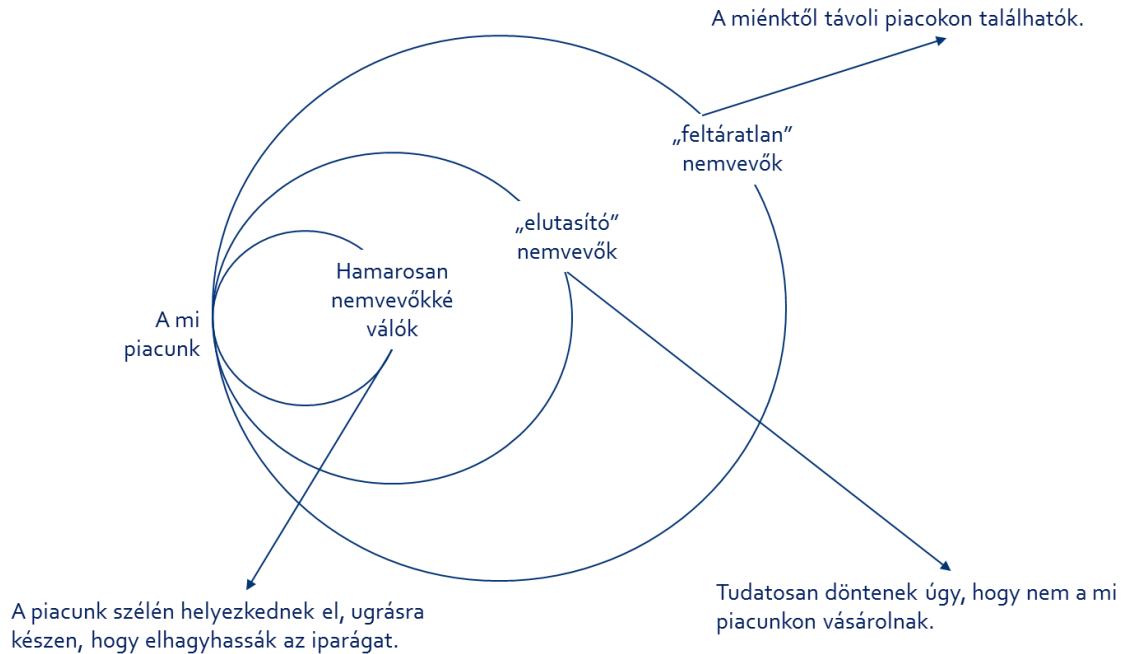
piaci határok újrafogalmazása

alternatív iparágak vizsgálata – ugyanaz a cél, de eltérő funkció, forma, iparágak közötti tér megtalálása

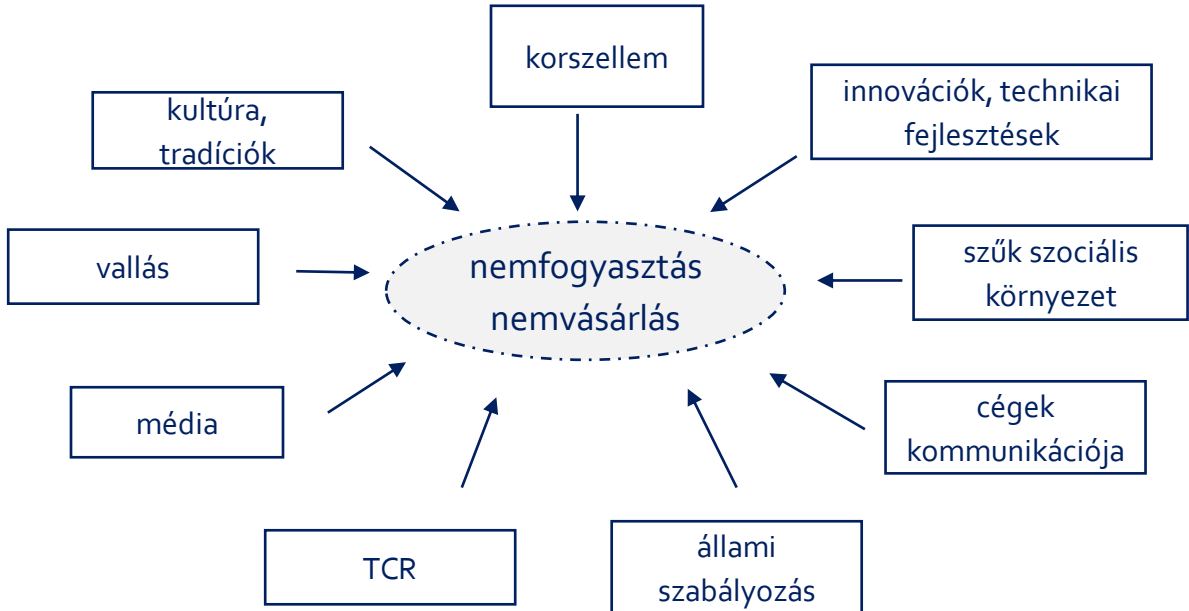
felülemelkedni az iparágakon belüli stratégiai csoportokon – az általában elfogadott ár- és teljesítmény-hierarchiából egy új jellemzőt találni

bővíteni a megszokott vásárlói köröket

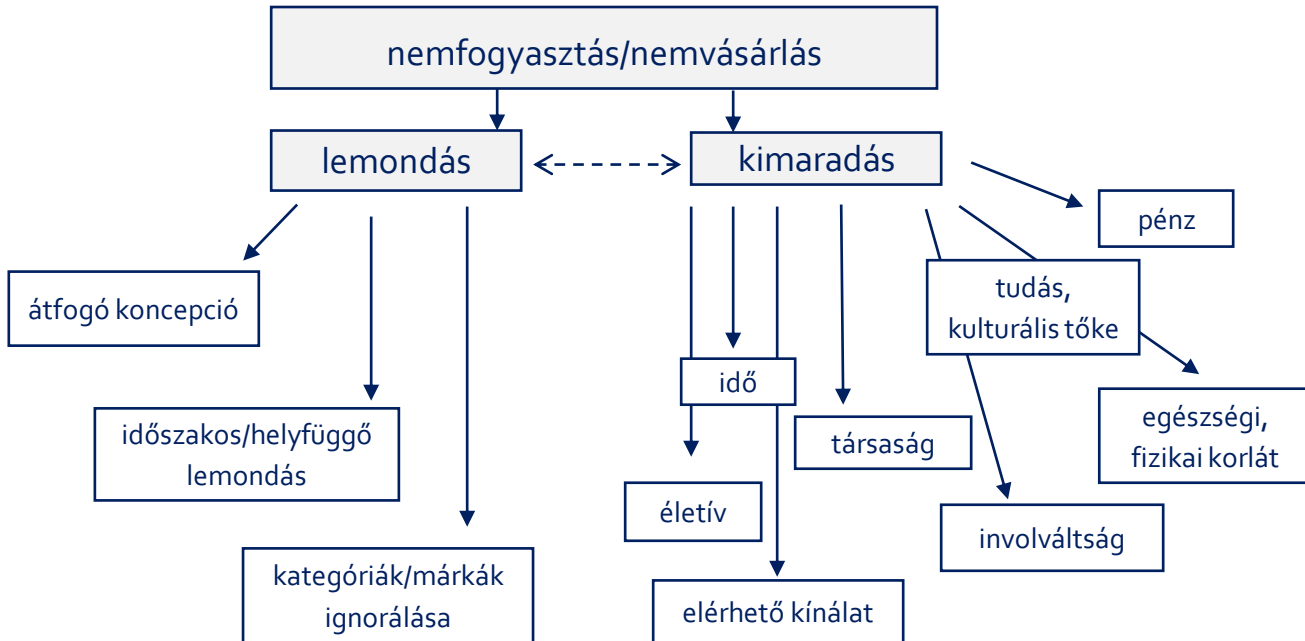
# a nemvevők három köre



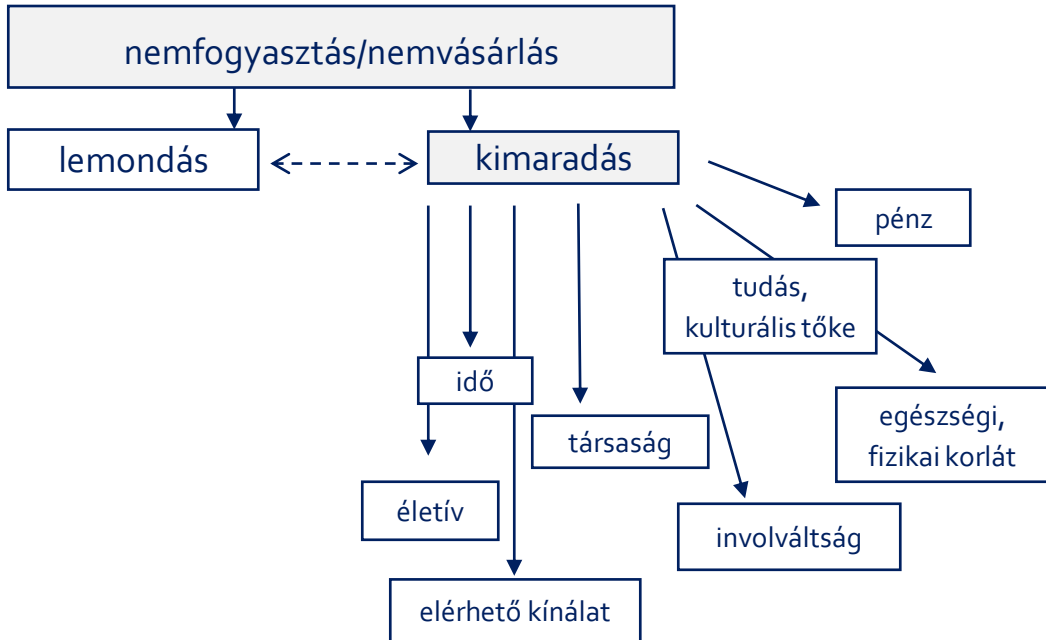
# nemfogyasztás/nemvásárlás külső tényezői



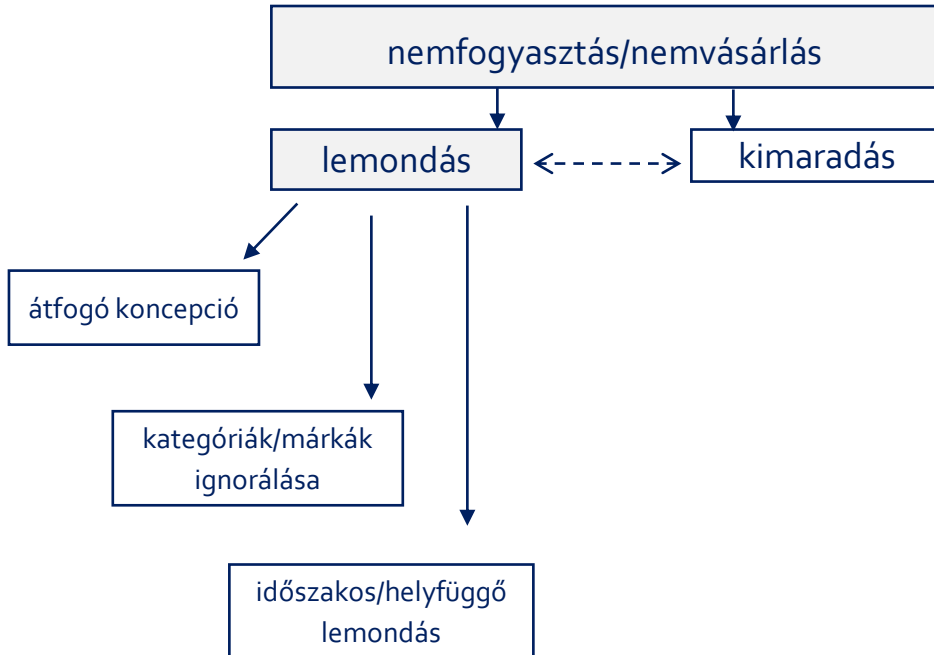
# nemfogyasztás/nemvásárlás alapesetei



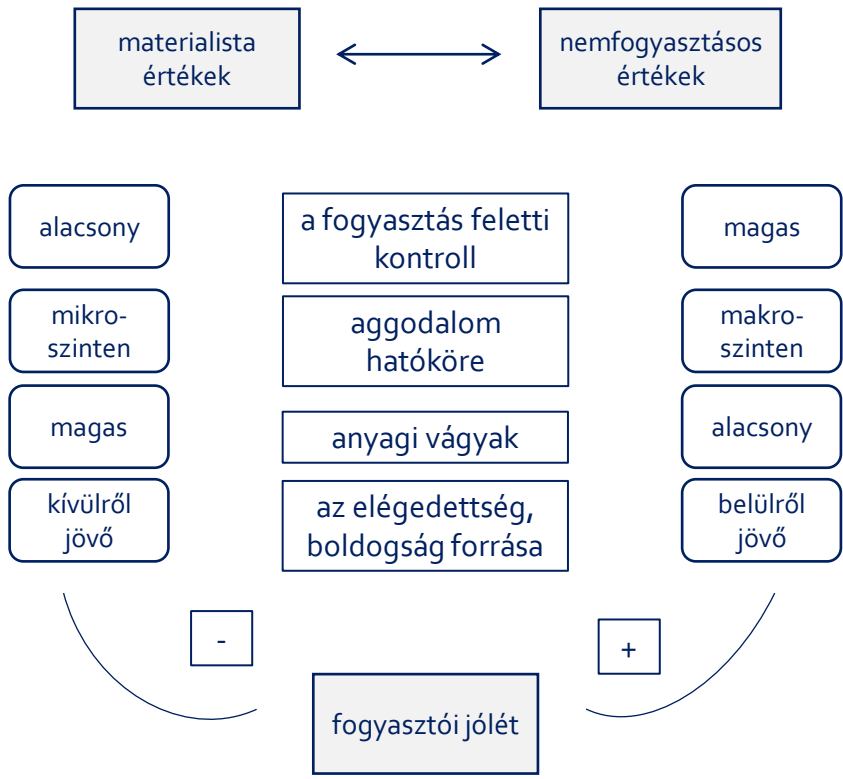
# nemfogyasztás/nemvásárlás – a kimaradás



# nemfogyasztás/nemvásárlás – a lemondás







# konceptiók, elvek miatt nemvásárló

komoly felárat is hajlandó fizetni a vásárló, ha speciális igényeit elégíti ki a márka

társadalmi érzékenységet mutató márka  
egészség- és környezettudatosság jellemző  
speciális körülmények között adott szolgáltatás  
speciális termékek

márkahűség, sőt márkakötődés, ha a márka hiteles

tudást mutat - kurátor  
ugyanazt adja, amit ígér - transzparencia

a fogyasztó érzi a vásárlásában mutatkozó erejét, elvárásaiban biztos

megállapítások

# a lassú az új gyors...

a lemondó vásárlások legszembetűnőbben az élelmiszerfogyasztási szokások változásából erednek – a **lassú** megatrendek mutatkoznak meg bennük

étkezési irányzatok – vegán

fair trade, fenntarthatóság, organikus, bio...

vásárolnak, de nem a szokott dolgokat, a szokott módon, a **trendek** vezérlik a döntéseket

egészség

individualizmus

öko-sikk

a **nemvásárlók** igényeire megfelelő érzékenységgel kell reagálni, akkor is, ha nem ezekkel lehet feltétlenül az eladási rangsorokat vezetni...

Köszönet a figyelemért!



PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM  
Közgazdaságtudományi Kar