

FARKAS NOÉMI DÓRA: Milyen jövője van a személyre szabott élelmiszereknek?

Absztrakt

Napjaink egyik világméretű problémájának számítanak a táplálkozással összefüggésbe hozható betegségek, melyek Európában még mindig a vezető halálokok között szerepelnek. A tendencia javulásához tudatosítani kell a fogyasztókban, hogy ennek legfőbb oka a megváltozott életmód, melynek szerves részét képezi a táplálkozás. Jelentős változtatásra van szükség a lakosság étkezési szokásaiban és az ezeket célzó stratégiák hatékonyságát is javítani kell. A hosszú távú megoldás részét képezhetné a személyre szabott táplálkozás irányába történő elmozdulás, melynek egyik lehetséges alkalmazási területe a személyre szabott élelmiszerek előállítása és fogyasztása. Számos élelmiszeripari vállalat látta meg az ebben rejlő lehetőséget és kezdte el kutatási–fejlesztési tevékenységét ezen a területen, azonban az említett termékek széleskörben történő forgalmazása még nem kezdődött el. Ennek egyik oka, hogy gyártásuk egy rendkívül komplex és időigényes folyamat, mely mélyre ható multidiszciplináris ismereteket igényel, hiszen a személyre szabást befolyásoló tényezők köre és száma is igen nagy. Primer kutatásom során online kérdőíves megkérdezést végeztem Magyarországon jelenleg tevékenykedő élelmiszeripari vállalatok körében. A kapott eredmények tükrében elmondható, hogy a személyre szabott élelmiszerek tömeges előállítása és értékesítése még várat magára, a hatékony megvalósításnak számos korlátja van (infrastrukturális, illetve kompetenciabeli). Ezen túl fontos a kialakult tévhiteteket is eloszlatni, miszerint a személyre szabott marketing nem egyenlő a személyre szabott élelmiszerral.

Kulcsszavak: személyre szabott táplálkozás, személyre szabott élelmiszerek, élelmiszeripar

„Az Innovációs és Technológiai Minisztérium ÚNKP-21-3-II-DE-334 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból finanszírozott szakmai támogatásával készült.”

Abstract

One of the global problems today is the prevalence of nutrition-related diseases, which are still among the leading causes of death in Europe. For the trend to improve, consumers need to become more aware that the main reason for this is the changed lifestyle, of which nutrition is

FARKAS NOÉMI DÓRA
PhD hallgató, Debreceni
Egyetem, Gazdaságtudományi
Kar, Marketing és Kereskedelem
Intézet,
farkas.noemi@econ.unideb.hu

an integral part. Significant changes in the eating habits of the population are needed and the effectiveness of strategies to address them needs to be improved. Part of the long-term solution could be a shift towards personalized nutrition, one of the possible applications of which is the production and consumption of personalized foods. Many food companies have seized the opportunity and started their research and development activities, but the widespread selling of these products has not yet begun. One of the reasons for this is that their production is an extremely complex and time-consuming process that requires in-depth multidisciplinary knowledge, as the range and number of factors influencing personalization is very large. During my primary research, I conducted an online questionnaire survey among food companies currently operating in Hungary. In the light of the obtained results, it can be said that the mass production and sale of personalized food is still pending, and there are several limitations to its effective implementation (infrastructural and competence as well). In addition, it is important to dispel the misconceptions that personalized marketing is not the same as personalized food.

Keywords: *personalized nutrition, personalized food, food industry*

„Supported by the ÚNKP-21-3-II-DE-334 New National Excellence Program of the Ministry for Innovation and Technology from the source of the National Research, Development and Innovation Fund.”