

MARKETINŠKI I TEHNOLOŠKI ASPEKTI BRENDIRANJA GASTRONOMSKIH PROIZVODA U PREKOGRANIČNOM REGIONU

Toma Dašić¹

Naučni saradnik, Ivan Stojković²

Rezime: Rad ima za cilj da na praktičnom primeru pokaže da se kroz implementaciju inovativnih pristupa u oblasti marketinga i tehnologije hrane usmerenih na razvoj i zaštitu tradicionalnih gastronomskih proizvoda kroz sertifikaciju i brendiranje mogu povećati diverzitet ponude i komparativne prednosti prekograničnog područja. Sertifikacija i zaštita prekograničnih proizvoda koji odražavaju poseban karakter regiona je prikazana kroz tradicionalne gastronomske proizvode „Leskovačke specijalitete sa roštilja“ zaštićene u okviru projekta koji je uspešno realizovan kroz Interreg-IPA program prekogranične saradnje Bugarska-Srbija. Brendiranjem već prepoznatljivih gastronomskih proizvoda zaštitnim žigom unapređuje se njihova reputacija i dodaje nova ekonomska vrednost kroz garanciju kvaliteta i specifičnih karakteristika proizvoda. Specifične karakteristike proizvoda rezultat su upotrebe sirovina proizvedenih na navedenom području i njihovom pravilnom izboru. Tehnološki postupci proizvodnje „Leskovačkih specijaliteta sa roštilja“ izvode se po tačno opisanim postupcima uz poštovanje zakonskih propisa. Normativi i način serviranja gastronomskih specijaliteta propisani su na osnovu dugogodišnje tradicije ugostiteljstva u regionu Jugoistočne Srbije.

Ključne reči: brendiranje, žig garancije, Leskovački specijaliteti sa roštilja, tehnologija hrane, prekogranična saradnja

¹ Visoka poslovna škola strukovnih studija Leskovac, Republika Srbija;
dasic.toma@vpsle.edu.rs

² Inovacioni centar Tehnološko-Metalurškog Fakulteta Beograd, Republika Srbija;
ivantehno@gmail.com