

Piackutatás eredménye

„Bor és szarvasgomba”kóstolóház és élményprogram című pályázathoz

"Nem mezőgazdasági tevékenységek elindításának támogatása - Mezőgazdasági tevékenységek diverzifikációja, mikrovállalkozás indítása" című pályázat alapján (felhívás kódszáma: VP6-6.2.1-16)

A új tevékenység elindításához megvizsgáltuk a piaci környezetet, illetve megismertük a célcsoportunk véleményét a tervezett tevékenységgel kapcsolatban. Elől járóban a makrokörnyezetet vizsgáljuk, majd a fogyasztók véleményének összesített eredményit elemezzük ki. Előzetesen tanulmányoztunk meglévő piackutatási eredményeket a borfogyasztási szokásokat illetően, így azok eredményét szeretnénk volna kiegészíteni. A szekunder adatokból tudjuk, hogy milyen típusú borokat fogyasztanak leginkább a magyarok, milyen gyakorisággal, milyen szempontokat vesznek figyelembe a vásárláskor. Azonban kiemelendő, hogy amikor nem otthon vagy vendégségben fogyasztanak, akkor a harmadik gyakori helyszín a borászatoknál, pincéknél való fogyasztás. Kutatásunkkal ezen adatokat egészítettük ki a pályázati tematika alapján.

Borfogyasztás gyakorisága a bor íze és színe szerint

- a legtöbben (53%) havonta néhány (1-3) alkalommal isznak csak bort, a borfogyasztók negyede heti rendszerességgel, míg egy kisebb csoportjuk (13%) naponta fogyaszt bort
- a férfiak gyakrabban isznak bort, mint a nők, a napi fogyasztók leginkább férfiak
- a borfogyasztók között az édesebb (édes, félédes) fajták szélesebb körben elterjedtek
- a száraz bort fogyasztják a legkevésbé (56%)

Borvásárlási szempontok

- az első öt jellemzőnek közel azonos a súlya: bor színe, magyar bor legyen, édessége, a szőlőfajta és az ár.
- az ár és a borvidék a legszélesebb körben mérlegelt szempontok

A borfogyasztás körülményei

- jellemzően ott hon, vagy vendégségben fogyasztanak bort
- vendégségben fogyasztás inkább Dunától keletre, inkább rurális környezetben (falu, kisváros) és a magasabb végzettségűek körében elterjedt

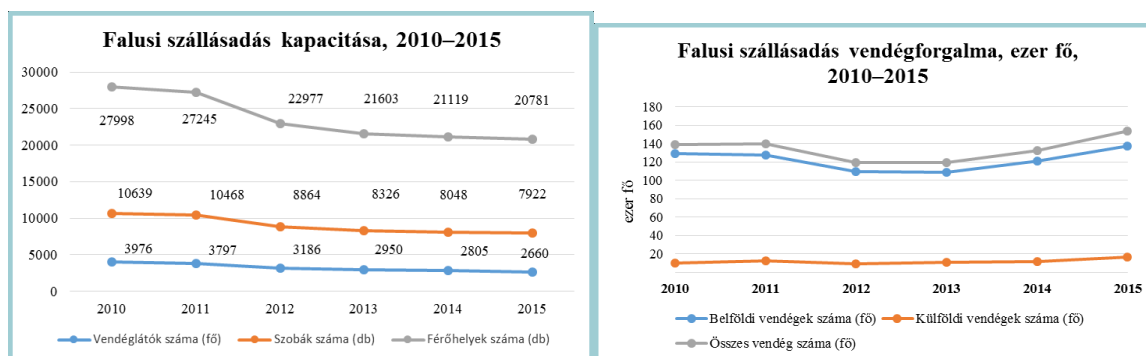
Bormarketing munkát támogató piackutatás a magyar borpiacon | Országos fogyasztói borkutatás – Tanulmány – 2013.

1. Makrokörnyezet

Vállalkozásunk a **Villányi Borvidéken** jön létre, mely magas ismertséggel és látogatottsággal rendelkező borvidék Magyarországon. Az új tevékenység Palkonyán egy 320 fős faluban jön létre, mely elsősorban a falusi turizmust szolgálja. A szekunder kutatásunk eredményei alapján a **falusi turizmus** Európa és Magyarország szerte növekvő bevételt és munkalehetőséget jelent a vállalkozóknak, míg a látogatóknak pedig egyre szélesebb élményt és kikapcsolódási lehetőséget nyújt. Néhány meggyőző információ (Forrás: Parlament által kiadott Infojegyzet 2016. június 28. *A Képviselői Információs Szolgálat Infojegyzete áttekinti a falusi turizmussal kapcsolatos szakpolitikai álláspontokat, valamint bemutatja az ehhez fűződő nemzeti tanúsító védjegy-rendszert.*)

- AZ EuroGites számításai szerint a falusi turizmus Európában összesen 900 ezer munkahelyet biztosít és évi bruttó 150 milliárd euró bevételt termel.
- 2015-ben Magyarországon 210 ezren vették igénybe a falusi szállás-helyeket, ahol 329 ezer vendégéjszakát tölthettek el.

- Ugyanekkor a belföldi vendégek átlagosan 2,6, a külföldi vendégek pedig 2,9 vendégéjszakát tölthetnek el falusi szálláshelyen
- Magyarországon a falusi szálláshelyekre jellemző a belföldi vendégek meghatározó túlsúlya.
- A falusi szálláshelyeket is segíti az általános forgalmi adóról szóló 2007. évi CXXVII. törvény, amely a kereskedelmi szálláshely-szolgáltatás ÁFA-mértékét 18%-ban állapítja meg.
- Falusi vendégasztal: falusias, tanyásias vagy vidéki környezetben a házi élelmiszerekhez és gasztronómiai hagyományokhoz kapcsolódó tevékenységek bemutatása, és az elkészített élelmiszerek felkínálása helyben fogyasztásra a gazdaság helyén.



Forrás: Infoszolg/KSH Statinfo

Jól látszik, hogy a falusi szállásadás vendégforgalma növekszik, nagyobb arányban a belföldi vendégek száma növekszik, ám a külföldiek esetében is tapasztalható egy enyhe növekedés. Meggyőződésünk azonban, hogy a szálláshelyek növekedése mellett szükség van más **élményszerű kínálati elem** is felmutatni a falusi környezetbe érkezőknek a szállás mellett. Jelenleg a **gasztronómiai élmény, az étkezés (az evés) és a helyi termék hívószó** lehet az ide látogatóknak, mindez egy egyedi kínálati környezetben, helyi alapanyagokkal.

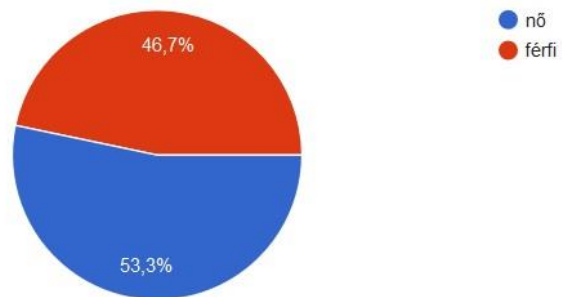
2. Piackutatás eredménye

2016. októberében online kérdőíves megkérdezést folytattunk a potenciális vásárlóink, fogyasztóink körében összesen 138 elemszámmal (N=138). A kérdéseket a közösségi oldalon osztottuk meg, valamint a mintavételt a „hólabda-effektussal” növeltük, vagyis további ismerősök között történt a kérdőív megosztása.

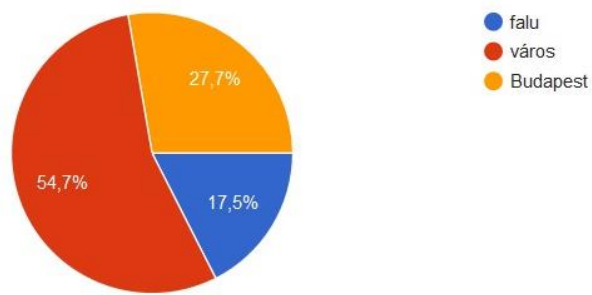
2.1. Demográfiai jellemzők

A megkérdezettek a következő **demográfiai jellemzőkkel** lehet leírni:

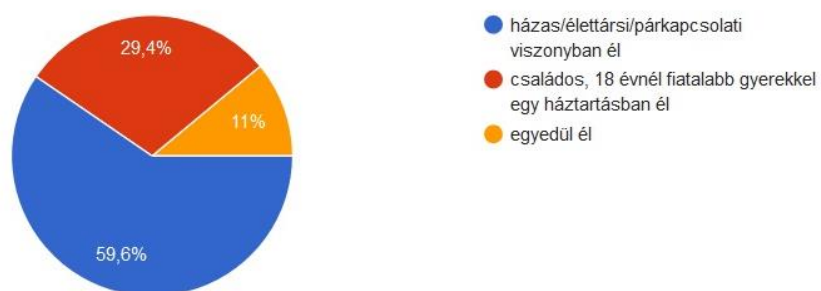
válaszadó neme (137 válasz)



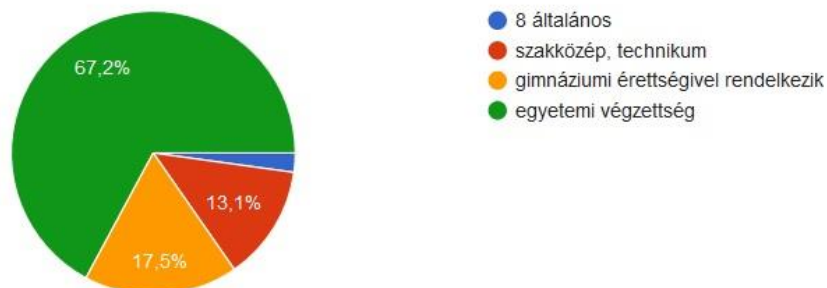
válaszadó lakhelye (137 válasz)



családi állapot (136 válasz)



válaszadó iskolai végzettsége (137 válasz)



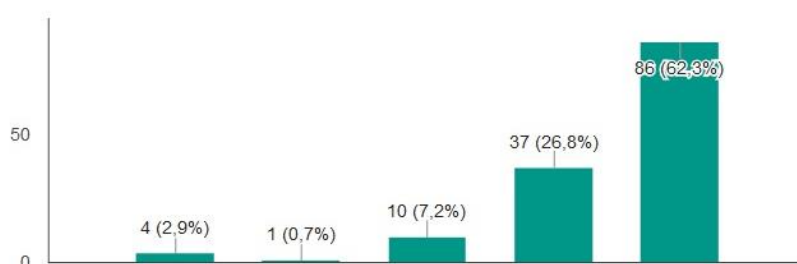
Jól látszik, hogy a potenciális vendégkörünk inkább városi, vagy fővárosi valamint párkapcsolatban él, házas, illetve gyermekkel rendelkezik. Iskolai végzettséget tekintve legjellemzőbb a diplomával rendelkezők köre, valamint az érettségivel rendelkezők. Feltételezésünk szerint ezen réteg rendelkezik nagyobb elkölthető jövedelemmel, és a városi környezetből szívesen utaznak a falusi környezetben.

2.2. Borfogyasztási szokások

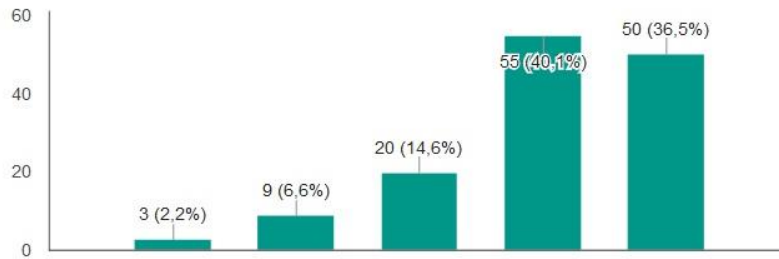
Megkérdeztük a válaszadóktól mennyire fontos számukra, hogy a bort kulturált körülmények között tudják kóstolni elsősorban fókuszálva a pincék által kínált kóstolókra. Projektünkben a kulturált kóstoltatás a célja.

Kérem értékelje, mennyire tartja fontosnak a bor kulturált fogyasztását, megfelelő körülmények közötti kóstolását?

(138 válasz)



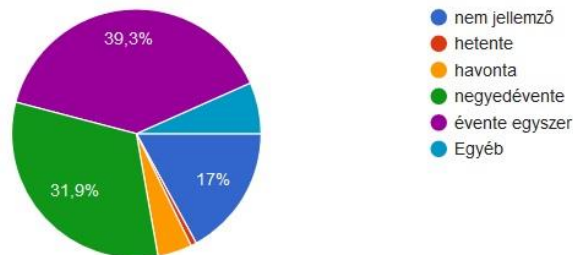
Hogyan értékelné a borhoz való viszonyát? (137 válasz)



A válaszadók 1-5 között kellett értékelnie a fontosságot, ahol az 1: egyáltalán nem fontos, míg az 5: nagyon fontosnak tartom a kulturált környezetben való fogyasztását. A nagy többség a kulturált borfogyasztást preferálja. A megkérdezettek leginkább borkedvelők, illetve borrajongók.

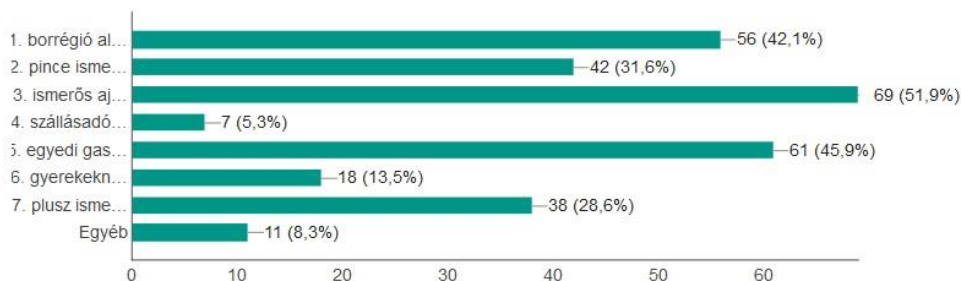
Kérem értékelje, milyen gyakran látogat helyi pincék által nyújtott borkóstolókat? (135 válasz)

(135 válasz)



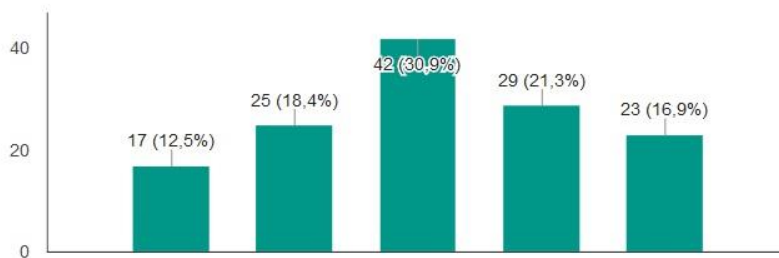
Milyen szempontok szerint választ ilyenkor borkóstolási eseményt? (több válasz is lehetséges) (133 válasz)

(133 válasz)



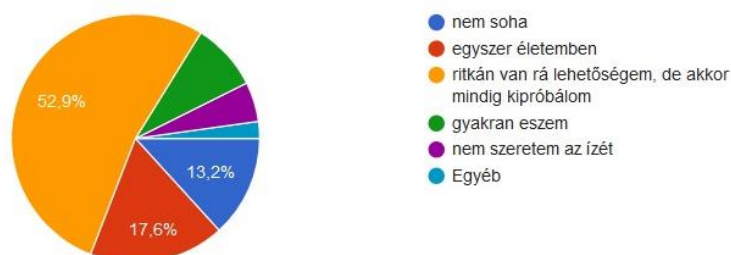
Az eredmények jól mutatják, hogy a többség évente egyszer jár helyi pincék által nyújtott borkóstolóra, ám egyharmada negyedévente jár. A borkóstolási esemény kiválasztásakor leginkább az ismerős ajánlása valamint a bor mellé az egyedi gasztronómiai élmény kínálása döntő jelentőségű. Harmadik legfontosabb szempont a borrhíó. Tehát ma már nem elég a bor

Hogyan értékelné a szarvasgombához való viszonyát? (136 válasz)



Kóstolt-e már szarvasgombával ízesített/elkészített ételt? Ha igen, milyen gyakran?

(136 válasz)



A szarvasgombával kapcsolatos ismereteket is felmértük. Jól látszik, hogy a válaszadók többsége semlegesen értékelte a szarvasgombához való viszonyát, ami azt jelenti, hogy nincsenek ismeretei a gombáról, nem kötődik hozzá ismeret és érzelm sem. Ezt alátámasztja a következő eredmény is, ahol látszik, hogy a legtöbben ritkán találkoznak a szarvasgombával, de nyitottak annak kipróbálására vagy már egyszer ettek is belőle/vele készült ételt.

2.4. Bor és szarvasgomba kóstolóház-konceptió értékelése

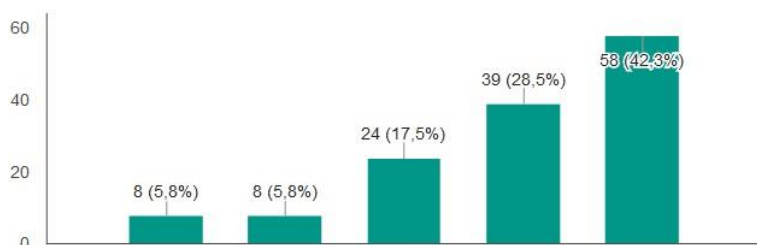
A következőkben a kóstolóház koncepcióját teszteltük, arra való nyitottságot, érdeklődést, részvételi affinitást. Ezenkívül a tematika egyediségét és innovatív tartalmát is teszteltük. Az eredmények alapján egyértelmű, hogy a szarvasgombával kapcsolatban van érdeklődés, a megkérdezettek nyitottak a bővebb és mélyebb ismeretek megszerzésére. Egyértelműen részt vennének a bor és szarvasgomba kóstolón a látogatók. Maga a koncepció teljes mértékben egyedi és innovatívnak minősített. A továbbiakban megvizsgáljuk, hogy a bor és szarvasgomba kóstolóház koncepciót milyen demográfiai jellemzőkkel bíró válaszadók támogatják leginkább, ami a célzottabb szolgáltatás kínálást és a kommunikációt segítheti.

Mennyire nyitott arra, hogy bővítse ismeretét a szarvasgombáról? (137 válasz)

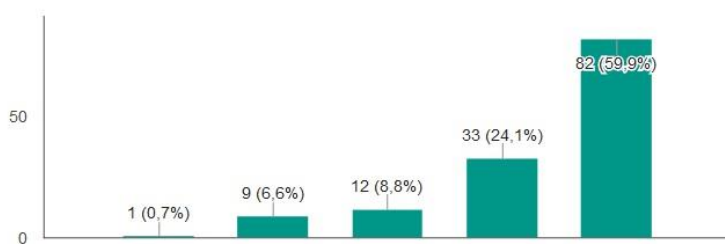


Bor-, és szarvasgombát bemutató kóstolóházat tervezünk nyitni, ahol eredeti gasztronómiai élményt kínálunk e két alapanyaggal falusi környezetben. Mennyire érdeklí Önt ez a téma?

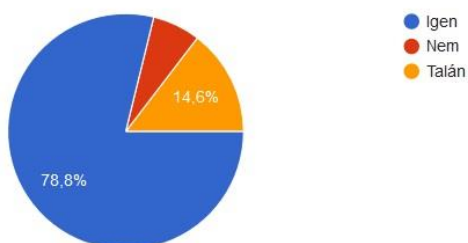
(137 válasz)



Mennyire tartja egyedinek ezt a tematikát? (137 válasz)

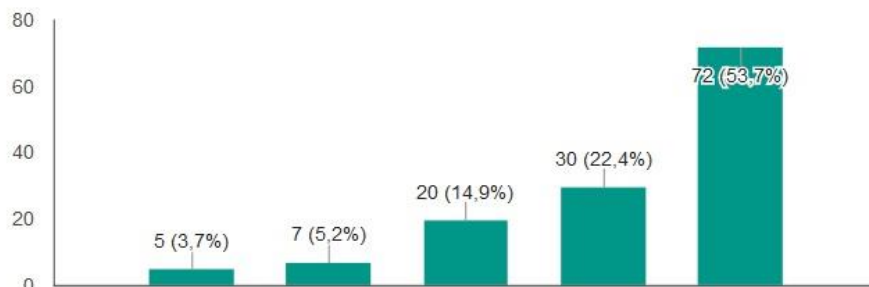


Részt venne egy "bor és szarvasgomba" kóstolón? (137 válasz)



Mennyire tartja innovatívnak a két alapanyag kóstoltatását, élményprogramként való kínálását?

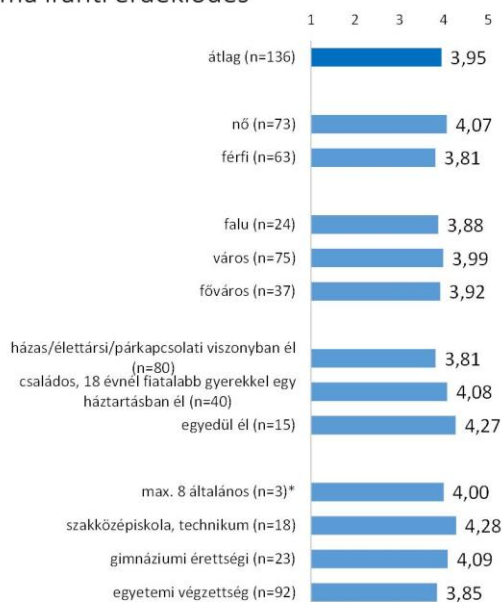
(134 válasz)



2.5. Demográfiai háttérelmzése a Bor és szarvasgomba kóstolóház-konceptió támogatóiról

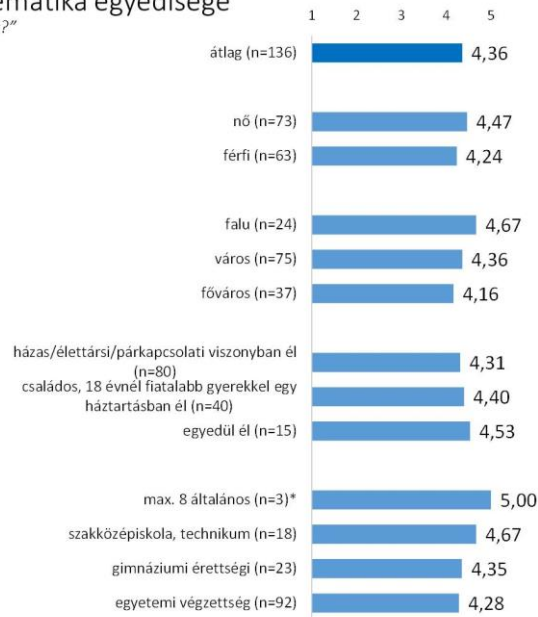
„bor és szarvasgomba” téma iránti érdeklődés

„Mennyire érdekli Önt ez a téma?”



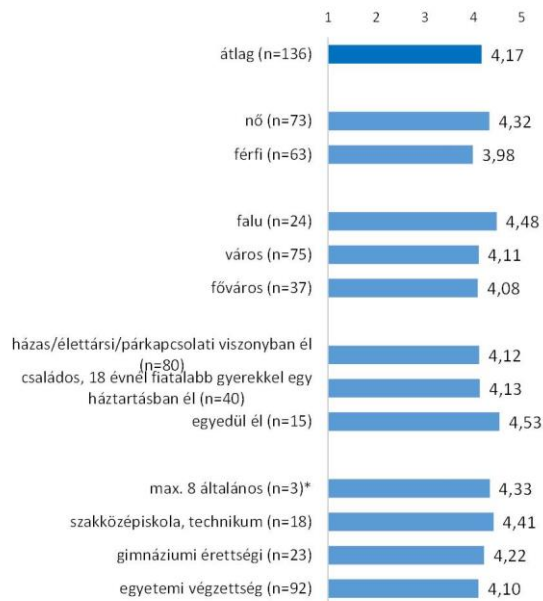
„bor és szarvasgomba” tematika egyedisége

„Mennyire tartja egyedinek ezt a tematikát?”



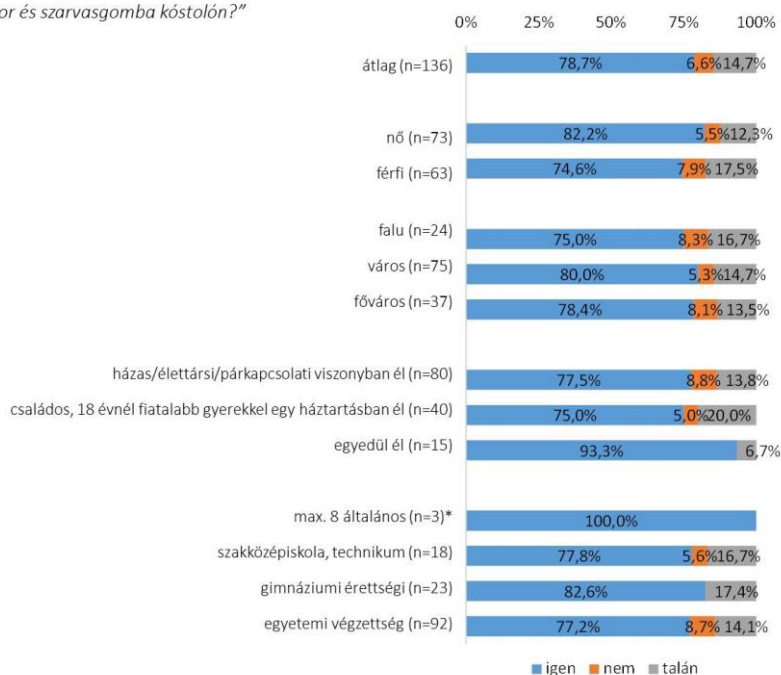
„bor és szarvasgomba” kóstoltatása, mint élményprogram

„Mennyire tartja innovatívnak a két alapanyag kóstoltatását, élményprogramként való kínálását?”



„bor és szarvasgomba” kóstolón való részvételi szándék

„Részrt venne egy bor és szarvasgomba kóstolón?”



3. Összegzés

A kutatásunk eredményei jól mutatják, hogy a „bor és szarvasgomba” tematika egyedi és innovatív, az emberek nyitottak az ezzel kapcsolatos gasztronómiai élményprogram felé. Az eredmények azt mutatják, hogy kulturált borfogyasztásra van igény, míg a szarvasgombával kapcsolatban egyelőre nincs megfelelő ismeret, tudás, ám annak megismerésére nyitottság mutatkozik. A két alapanyag bemutatása egy falusi környezetben pedig kimondottan újszerű és nagy érdeklődésre számíthat, ami a projekt hatékonyságát támogatja.