



A SZARVASGOMBÁK TERMESZTÉSE ÉS FOGYASZTÓI MEGÍTÉLÉSÜK

Gulyás Viktor

**Gazdaság és Vidékfejlesztő Agrármérnök szak
Marketing szakirány
3. évfolyam**

Konzulensek: Szigeti Orsolya, Böröndi-Fülöp Nikoletta

2012



Bevezetés



- Hazánkban a szarvasgomba fogyasztásnak hosszú időre visszanyúló hagyományai vannak, de a egy ideje kikerültek köztudatból.
- Az emberek többsége nem ismeri a szarvasgombákat.
- Kapcsolatba kerültem az ország legnagyobb telepített ültetvényének tulajdonosával.





A szakirodalmakból levont információk

- A szarvasgomba fogyasztás régen hozzá tartozott a magyar kultúrához. (Hollós, L. 1911)
- A fogyasztási kultúra a világháborúk hatására kezdett hanyatlani. (Molnár, K. 2007)
- A törekvések a szarvasgombák ismét köztudatba hozására. (Farkas, M. 2011)

- A luxustermékekkel kapcsolatos kutatások a szarvasgombákra is kiterjedtek.
- Kutatás (Dr. Lehota, J. - Dr. Komáromi, N. 2007) : 1060fő ➔ 113 szarvasgomba fogyasztó ➔ 3 szegmens a klaszterelemzés módszerével.

1. táblázat - A szarvasgombás termékeket és ételeket fogyasztók aránya

Szegmens	Friss szarvasgomba	Konzerv és gombakrém	Vaj és sajt	Fűszerolaj	Csokoládé	Éttermi étel
1. szegmens	65,2	52,2	38,2	20,9	9,0	33,5
2. szegmens	83,3	75,0	75,0	66,7	50,0	66,7
3. szegmens	84,2	69,7	27,3	6,1	3,1	51,5
Átlag	72,8	69,8	39,3	21,4	11,4	42,3

Kutatásom céljai

- A kutatásaimból levont következtetésekkel tisztább képet kaphassak azokról a fogyasztókról, akik eddig nem tartoztak a szarvasgombák vásárlói közé.
- A levont információk segítségével egy hatásosabb fogyasztóelérési módszert dolgozhatok ki.
- Hatására ➡ felkelti az érdeklődést azoknál az embereknél is, akik eddig nem kóstoltak, illetve vásároltak szarvasgombát.

Hipotéziseim

- **H1:** „Az emberek többsége nincs tisztában azzal, hogy a szarvasgomba egy fűszernövény.”
- **H2:** „Az emberek azért tartják drágának a szarvasgombákat, mert nincsenek tisztában a szarvasgombák használatával.”
- **H3:** „Ha az emberek jobban megismernék a szarvasgombák alkalmazásának különböző módjait, akkor gyakrabban és szívesebben használnák.”

Anyag és Módszer



- **Szekunder kutatás**

- *könyvek, vizsgamunkák, folyóiratok, internetes források*

- **Primer kutatás**

- **Mélyinterjú**

- *A Szarvasgomba-termesztők Országos Egyesületének az elnökét kérdeztem meg.*

- **Fókuszcsoport interjú**

- *Egy kisvárosi és egy nagyvárosi*
- *Mindkét esetben: 8 fős (4 nő és 4 férfi), 30-60 év közötti, különböző foglalkozású csoporttal*

- *A csoport egyik fele kóstolt már szarvasgombás ételt, a másik fele nem.*



EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK

Mélyinterjú

- A Szarvasgomba-termesztők Országos Egyesületének az elnökével.
- Magyarországon 15-20 nagyobb termesztő van.
- A kialakított ültetvényeknek a nagysága összesen 30 ha-t tesz ki.
- A hazai és az export értékesítés aránya 20%-80%.
- Legnagyobb részesedése Franciaországnak, Spanyolorzágnak és Olaszországnak van a szarvasgomba termelés piacán.



Mélyinterjú

- A szarvasgombák eladási árai között óriási különbségek vannak.
- A termesztők a 12 hónapból 8-at ki tudnak tölteni különböző fajta szarvasgombákkal.

1. ábra - A szarvasgombák magyarországi termőideje közelítőleg

	Jún.	Júl.	Aug.	Szept.	Okt.	Nov.	Dec.	Jan.	Feb.	Márc.
Nyári Szarvasgomba	■	■	■	■	■	■	■			
Burgundiai szarvasgomba				■	■	■	■	■	■	
Nagyspórás szarvasgomba				■	■	■	■	■		
Téli szarvasgomba					■	■	■	■	■	■
Isztriai szarvasgomba				■	■	■	■	■		
Homoki szarvasgomba			■	■	■	■	■			



- Mit tudnak a szarvasgombákról?
 - Mindkét csoport esetében ➡ akik nem ettek szarvasgombás ételeket, azoknak semmilyen információjuk sem volt a szarvasgombákról.
 - Hiányolták a „megfelelő” recepteket.

- **A szarvasgombák célcsoportjai és jellemzésük:** Egy gazdag, fellengzős, magas iskolai végzettségű, fiatal vagy középkorú személy.



- **A szarvasgombák pozícionálása:** A „drága” és a „különleges” kifejezések.



- **A szarvasgombák népszerűsítése:** Az „Ínyencek eledele” és „A társasági élet kísérője” kifejezések.



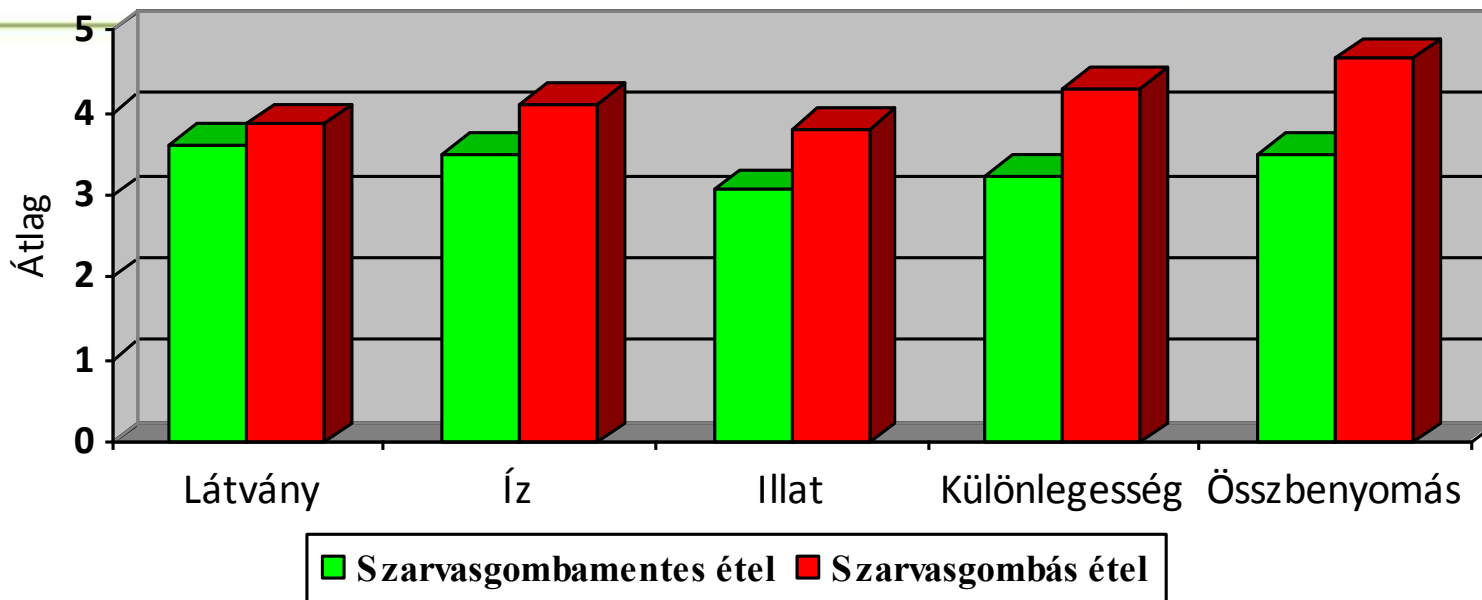
A szarvasgombás étel és egy szarvasgomba-mentes étel összehasonlítása:



- Pesztós tészta
- Akik nem fogyasztottak még szarvasgombás ételt, azok körében is, a szarvasgombás ételekkel kapcsolatban pozitívak voltak a vélemények.



2. ábra - A kis- és nagyvárosi csoportok értékelő lapjaiból levont információk összevetésének eredménye.






- Mindkét csoport magasabb pontszámmal értékelte a szarvasgombás ételt.
- A kisvárosi csoport jellemzően magasabb pontszámot adott mind a szarvasgombás, mind a szarvasgomba mentes étel esetében.



- **Marketingkommunikáció:** A csoporttagok nem bíztak meg a televízióban látott emberekben.
- **A szarvasgombákat hol vásárolnák meg szívesebben?:** A fogyasztók szívesebben vásárolnak/vásárolnának közvetlenül a termeszítőktől, de nem mennének túl messzire a várostól a vásárlás érdekében.



Hipotézisek vizsgálata

<p>H1</p> <p>„Az emberek többsége nincs tisztában azzal, hogy a szarvasgomba egy fűszernövény.”</p>	
<p>H2</p> <p>„Az emberek azért tartják drágának a szarvasgombákat, mert nincsenek tisztában a szarvasgombák használatával.”</p>	
<p>H3</p> <p>„Ha az emberek jobban megismernék a szarvasgombák alkalmazásának különböző módjait, akkor gyakrabban és szívesebben használnák.”</p>	

Következtetések és Javaslatok



- A szarvasgombák árával és konyhai használatukkal kapcsolatban részletesebb felvilágosítást nyújtani.
- Olyan receptek elérhetővé tétele, amelyeket bárki el tud készíteni, és feltüntetni az ételhez minimálisan szükséges gombamennyiséget.
- Nagyvárosok vásárcsarnokokban történő árusítás célravezető lehet.
- A televíziós reklámok helyett internet, illetve gerilla marketing használata.

Köszönöm a megtisztelő figyelmet!