

A növényi alapú húshelyettesítő élelmiszerek megítélése

Terestyényi-Horváth Zsófia

Kereskedelem és marketing alapszak BA, levelező tagozat

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Kaposvári Campus Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet Kereskedelem és marketing alapképzési szak

Dr. Szendrői Katalin egyetemi docens Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék

A dolgozat célja a hazai növényi alapú húshelyettesítő termékek fogyasztói elfogadottságának és motivációinak átfogó vizsgálata volt. A szakdolgozat alapját egy komplex kutatási megközelítés adta, mely során szekunder és primer kutatási módszereket alkalmaztam. A szekunder kutatás során korábban elérhető statisztikákat, szakirodalmi forrásokat és piaci elemzéseket vizsgáltam, amelyek segítettek a kutatási probléma pontos meghatározását és a magyarországi növényi alapú húshelyettesítők piacának háttérfeltárását. A primer kutatás egy online kérdőíves adatgyűjtés volt Google Forms platformon, amelyet hólabda mintavételi technikával bonyolítottam le, 119 válaszadó részvételével. A kérdőív 19 kérdésből állt, melyek a demográfiai jellemzőkön túl a fogyasztói szokásokat, motivációkat, attitűdöket és érzékenységet vizsgálták. Az adatok elemzését Microsoft Excelben végeztem, leíró statisztikai mutatókat (százalékos megoszlás, átlag, szórás) alkalmazva, amellyel betekintést nyertem a fogyasztói magatartás főbb jellemzőibe. Ez a módszertani kombináció lehetővé tette, hogy átfogó képet kapjak a piaci tendenciákról és a fogyasztók attitűdjeiről, valamint, hogy a primer kutatás eredményeit megalapozottan értelmezsem.

Vizsgálatom eredményei rámutattak az érzékenység jelentőségére, amely egy kulcstényezője a fogyasztói döntéseknek a növényi alapú húshelyettesítők piacán. Ugyanakkor az ár mellett egyéb tényezők – például a termék érzékszervi tulajdonságai, az egészséges és természetes kép, valamint a fogyasztói bizalom – egyaránt alapvető hatással vannak az elfogadottságra. Kiemelt szerepet kaptak a fenntartások és elutasítási okok, amelyek szoros összefüggésben állnak a fogyasztói ismeretek és attitűdök szintjével.

A kutatás továbbá megerősítette, hogy a környezettudatosság, az egészségtudatosság és az állatvédelem, mint motivációk mind erőteljesen hozzájárulnak a növényi alapú étrend iránti nyitottsághoz. Ezen eredmények alapján javaslom a termékfejlesztés irányainak bővítését az ár/érték arány javításával, valamint a fogyasztói edukáció és a kommunikáció erősítését annak érdekében, hogy a fogyasztókban csökkenjenek a fenntartások és nőjön a bizalom.

Összességében a dolgozat képet ad a magyarországi növényi alapú húshelyettesítők mögötti fogyasztói attitűdökről és piaci lehetőségekről, egyúttal rámutat azokra a fejlesztési irányokra, amelyek elősegíthetik a termékek sikeres bevezetését és elterjedését a hazai piacon.