

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Élelmiszertudományi és Technológiai Intézet

Mezőgazdasági és Élelmiszeripari Vállalati Gazdaságtan Tanszék

Csokoládé-, kávé-, teakészítő mester szakmérnök / szaktanácsadó szakirányú

továbbképzési szak

M. Bai Judit

Bonbon és történelem, avagy mi is szeretnénk évszázadok csokifalatjait?

Számos magyar műhely nyer csokoládéival nemzetközi szintű versenyeken. Különleges kulináris eseményekké váltak a csokoládé-bor kóstolók is. A kastélyok kedvelt látnivalók a turisták körében, ahol nemcsak arra vágnak, hogy ismereteiket élményszerűen gyarapítsák, hanem arra is, hogy minél több, az adott hely jellegzetességeit figyelembe vevő termékeket vásároljanak, fogyasszanak. A két elem összekapcsolásából született meg egy „Kastély csokoládé-manufaktúra” létrehozásának ötlete, és a Nemzeti Örökségvédelmi Fejlesztési Nkft belső piacán, gyakorlatilag versenytárs nélküli saját terméket előállító potenciális gazdasági láb megteremtése.

A reprezentatív ajándéktárgyként és shop termékként is funkcionáló édesség kapcsán arra keresem a választ, hogy van-e hajlandóság a látogatóban bonbont vásárolni, ha igen, milyen kiszerelésben, milyen volumenben hajlandó érte fizetni.

A cél az, hogy a kutatás megfelelő alapot szolgáltatson ahhoz, ami egy új üzletág indításához szükséges, és amelynek eredményei alapján megalapozott üzleti terv készíthető.

Az egykori kastélyok gazdasági fenntarthatóságát az biztosította, hogy uradalmi központok is voltak egyben, szántók, legelők, erdők, állatállomány jellemezte a gazdaságot, amelynek bevételeiből lehetett finanszírozni a főúri közegehez méltó életvitelt. A ma – főként múzeumként funkcionáló épületek – üzemeltetési költségének fedezetét is elő kell teremteni, a jegy- és rendezvény bevételek mellett általánosan elterjedt a kávézók és múzeumi shopok nyitása, amelyek szintén hasznos bevételi források. Az Edelényi kastélyszigeten a szükséges háttér infrastruktúra rendelkezésre áll, így befektetésként az eszközök, alapanyagok költségét szükséges biztosítani.

Három helyszín került kiválasztásra (Edelény, Tiszadob, Majk), három század (18., 19., 20. század) és három személy (Jean Francois L'Huilliert, az Andrássy lányok és az Esterházy család), akiknek egy bonbon fantázia megalkotása a cél az élettörténetük és karakterük ismeretében.

Kérdőíves kutatás eredményét dolgozza fel a munka, amelynek fontos eleme, hogy a kastély egykori tulajdonosához köthető termék vásárlásra ösztönző-e, amellet, hogy milyen típusú és ízesítésű bonbonokat preferálnának vásárlás esetén a látogatók.

A dolgozat része az Esterházy család egyik ma élő leszármazottjával, Esterházy Györggyel készített interjú, amelynek fókuszában édesség- és csokoládéfogyasztási szokásai, és a csokoládéval kapcsolatos élményei vannak.

A munka irodalmi feldolgozásában villanásnyi érdekességeken keresztül kitér a csokoládé történetére és a szó eredetére.

Az életutak ismeretében három bonbon elkészítésének ötlete született meg.

A munka gyakorlati haszna a vásárlói igények felmérése. A bonbon javaslatok elkészítésével egy érzékszervi vizsgálat lehet a következő lépés, majd ezek eredményeként az elkészült termékek értékesítése marketingkoncepció mentén, amely az egyes szereplők sztorijára épül.

