

Fogyasztási szokások a lisztérzékenyek körében, és a finom gluténmentes kenyér története: a Glulu márkaépítése

Consumption patterns of gluten-intolerant people and the story of delicious gluten free bread: the branding of Glulu

PROKISCH LILLA

A lisztérzékenység súlyos élelmiszerintolerancia, amit Magyarország lakosságának 1,5-2%-ánál diagnosztizáltak. A lisztérzékenységre egyetlen gyógymód az élethosszig tartó gluténmentes diéta. Teljesen ki kell zárni az étrendből a búzában, rozsbán és árpadban megtalálható fehérjét: a glutént. Ezzel elkerülhetőek a nem diagnosztizált lisztérzékenység eredményeként kialakuló súlyos megbetegedések. Mióta kiderült, hogy lisztérzékeny vagyok, folyamatosan foglalkozom gluténmentes kenyerek és sütemények fejlesztésével. A célom kezdetben az volt, hogy a fogyasztók igényeit felmérve kifejlesszek egy igazán ízletes gluténmentes kenyeret, illetve ezek alapján saját vállalkozás, péküzem elindítását is célul tűztem ki. Először egy kérdőíves kutatásban 438 lisztérzékeny, gluténmentes diétát tartó személy adatközlése és véleménye alapján megállapítottam, hogy mit és mennyiért vásárolnak a lisztérzékenyek. Megállapítottam, hogy mire van igazán szükségük, milyen elvárásaik vannak a termékekkel kapcsolatban. Sikerült a saját receptjeim alapján olyan gluténmentes kenyeret sütnöm, amelynek nincsen rossz utóíze, és visszaadja a kenyérvetés örömét a lisztérzékenyeknek. Ezzel jelentkeztem az !gen – Innovatív Generáció – Debrecen nevű versenybe, ahol négy segítőt kaptam az ötletem – a gluténmentes pékáru gyártó üzem – megvalósításához. A márka a Glulu nevet kapta, amely a glutén szóból és a Lulu becenevemből született. 2015. márciusában alakultunk csapatná, azóta pedig már a saját vállalkozásunk, a Glulu Pékmanufaktúra Kft. tulajdonosai vagyunk. A Kft-t öten alapítottuk. A küldetésünknek azt tekintjük, hogy az összes lisztérzékeny számára „egy falatnyi boldogságot” nyújtsunk a termékeinkkel. Már heti öt alkalommal gyártunk termékeket a saját üzemünkben, illetve folyamatosan dolgozunk az eladáson, a marketingen és további termékek fejlesztésén. A termékeinket kérdőíves kutatásban hasonlítottam össze a többi gluténmentes termékkel. A kutatással arra kerestem választ, hogy a lisztérzékenyek mennyire vannak megelégedve a piacon kapható gluténmentes pékárukkal, illetve, a Glulu termékeink minőségben különböznek-e a többi gluténmentes versenytárustól a fogyasztók megítélése szerint. A kérdőíves kutatásban résztvevő 187 megkérdezett a Glulu termékeit szignifikánsan finomabbnak, designosabbnak értékelte, mint a piacon kapható termékeket.

Kulcsszavak: gluténmentes, Glulu, finom, lisztérzékeny, pékáru fogyasztás

Gluten intolerance is diagnosed at the 1,5-2% of Hungary's population, and should be taken serious. The only cure is a life-long lasting gluten-free diet for those, who suffer from coeliac: it means one must stop eating the protein found in wheat, rye and barley. The reason of coeliacs have to go on a diet is, that they can only avoid the non-diagnosed coeliac disease caused serious illnesses this way for the future. I have been experimenting with gluten-free bread recipes since it turned out that I have gluten intolerance. First of all, my plan was to create the most delicious gluten-free bread recipe, considering the consumer needs. My goal was to launch an own entrepreneurship and a gluten-free bakery. At first I made a survey, where I asked 438 people, who are on a gluten-free diet. I found out what kind of food they buy and for how much. I also got to know what the gluten intolerants desire, and what their expectations are in connection with gluten-free goods. Successfully I made a gluten free bread based on my own recipes, which does not have a bad after taste. "It gives back the happiness of eating gluten free for the gluten intolerants" – as I always say. Then I applied to the !gen – Innovative Generation – Debrecen titled competition with the idea of launching a gluten free bakery, with my own recipes. I got four people besides me to manage my idea into reality. The brand name – Glulu – came from the gluten word and my nickname: Lulu. We met each other in 2015, and since then, we have been managing our enterprise, the Glulu Bakehouse Ltd. It was founded by the five of us. Our mission is to make sure that all of the gluten intolerants receive "a bite of happiness". We produce goods every week days in our factory. Five times a week. We are working eagerly on sales, marketing and the product development. I made another survey, in which I asked the people who filled it in, to compare our Glulu products with the other ones on the market. My aim was to find out how high the satisfaction is with the gluten-free bakery goods among the gluten intolerants on the Hungarian market. And that how does the Glulu products' quality differ from the other goods in the consumers' opinion. The 187 people who filled in my survey considered our Glulu products significantly better than the other gluten-free ones on the market.

Keywords: gluten-free, Glulu, delicious, gluten-intolerant, bakery product consumption

1. Bevezetés

„... *Úgy kell a boldogság, mint egy falat kenyér...*”

/József Attila/

„...*Úgy kell a boldogság, mint egy falat kenyér...*” – írta József Attila. Aki pedig lisztérzékeny, úgy vágyik egy falat (finom) gluténmentes kenyérré, mint a boldogságra.

A tanulmányom témája: a lisztérzékeny emberek gluténmentes termékek, pékáruk fogyasztási/vásárlási szokásai, illetve a debreceni gluténmentes péküzem: a Glulu története. A témaválasztásomnak az oka, hogy lisztérzékeny vagyok, illetve, hogy a Glulu Pékmanufaktúra Kft.-nek az egyik tulajdonosa is.

Nekünk, lisztérzékenyeknek, szigorú gluténmentes diétát kell tartanunk életünk végéig, hogy az egészségünket megőrizhessük. Vagyis nem ehetünk glutén (búza, árpa, rozs) alapú termékeket. Így például a magyarok által kedvelt fehérkenyér és a különböző friss pékáruk is ki vannak zárva. Szerencsére vannak olyan gabonák (pl. rizs, kukorica, cirok, köles, hajdina), amelyeket lehet fogyasztani, így van rá lehetőség, hogy a búzás termékekhez hasonlókat készítsünk. Ez persze nem egyszerű. Rengeteg kísérletezés árán képes az ember finom ételeket az asztalra tenni. A másik probléma, hogy nehéz beszerezni a drága gluténmentes alapanyagokat, a késztermékeket pedig még bonyolultabb. A tanulmányomban a lisztérzékenyek számára ehető pék-/termékekkel kapcsolatos fogyasztási, vásárlási szokásait mérem fel. Illetve azt, hogy mit hiányolnak a gluténmentes piacról, mik a problémáik a kapható termékekkel.

Tizenöt éves korom óta tudok a lisztérzékenységről, így a saját bőrömmön tapasztaltam meg a gluténmentes diéta problémáit, nehézségeit. Rájöttem, hogy a finom és friss gluténmentes kenyér a hiánytermék a piacon – tehát az (egészséges) emberek számára legalapvetőbb étel, a legnehezebben beszerezhető, illetve -elkészíthető termék egy lisztérzékeny számára. Megpróbáltam erre a problémára megoldást találni, úgy, hogy saját magam sütök kenyeret. Évekig kísérleteztem, mire egy olyan receptet készítettem, amely már sikert aratott más lisztérzékenyek körében is, akikkel kóstoltattam.

Ezzel a gluténmentes recepttel jelentkeztem az Igen – Innovatív generáció Debrecen nevű versenybe, ötletgazdaként 2014 márciusában. Lett egy – velem együtt – öt főből álló csapat, akik az ötletemet akarták képviselni. Három hónappal később a receptjeimből termékek lettek, Glulu márkanév alatt. A sok közös munkának meg is lett a gyümölcse: a versenyt júniusban sikeresen megnyertük. Azóta saját vállalkozásunk és üzemünk van. Folyamatosan felmérve a fogyasztók igényét kutatunk, fejlesztünk és innoválunk. A Glulu termékeknek a szlogenje: „Egy falatnyi boldogság” pedig József Attila: Amit a szívedbe rejtessz című versének idézete alapján született.

2. Szakirodalmi áttekintés

„A lisztérzékenység, azaz a glutén-intolerancia, az orvosi szóhasználatban coeliakia (magyarul: cöliákia) egy autoimmun-betegség. A szervezet az ételben előforduló glutén hatására a bélbolyhokat megtámadó és károsító ellenanyagot termel. **A lisztérzékenység súlyos fogyatékoság, kezelésének nincs gyógyszeres módszere. Az egyedüli terápia az egész életen át tartó gluténmentes diéta (MÁRIÁSS, 2014).**

A glutén igen kis mennyisége is fenntarthatja a tüneteket, a speciális étrendnek napi 10 mg-nál mindenképpen kevesebbet kell tartalmaznia szemben egy átlagos normál étrend 10.000 mg feletti gluténtartalmával. Tilos a búza, a rozs, az árpa és ezek feldolgozásával, keresztesítésével előállított gabonafélék, és ezen gabonákból készült termékek fogyasztása.

A glutén a kalászos gabonafélékben lévő siker, amely két fehérje (gliadin és glutenin) keveréke. A lisztérzékenység leggyakoribb formájában a glutén fogyasztása emésztőrendszeri panaszokat és súlyos tápanyag-felszívódási zavarokat okoz (HORACSEK, 1995). Emiatt kell a lisztérzékeny fogyasztóknak odafigyelni arra, hogy mit esznek. Mielőtt megvásárolnák az ételiszereket, meg kell nézni, hogy azok milyen allergénanyagokat tartalmaznak. Könnyebbé teszi a fogyasztók

számára, ha látják a gluténmentes jelzést, feliratot az áruk csomagolásán. „Fontos, hogy a különböző termékeket megfelelő módon címkézzék fel annak biztosítása érdekében, hogy a lisztérzékenységben szenvedők megfelelően használják azokat.” – olvashatjuk az Európai Unió 41/2009/EK rendeletében, mely a coeliákiával diagnosztizált személyek számára gyártott és forgalmazott élelmiszerek jelölésére vonatkozik (PROKISCH –RIDEG, 2015).

Ha az élelmiszer bármely komponense allergénanyagot tartalmaz – de az nem derül ki egyértelműen az összetevők megnevezéséből (pl. módosított keményítő) – akkor arra utalni kell (HORACSEK, 2011). Egy termék akkor gluténmentes, ha gluténmentes alapanyagokból készült, és ki van zárva a gyártás során előforduló szennyeződés lehetősége is. A gluténmentesség igazolásához hiteles bizonyítéknak számít az akkreditált laboratóriumi vizsgálati eredmény. Mind a laboratóriumra, mind a mérési módszerre ki kell, terjedjen az akkreditáció. Ha a gluténmentesség mérés által igazolva van, és a termék be van jelelve különleges táplálkozási célú élelmiszerként az Országos Élelmezés és Táplálkozástudományi Intézet (OÉTI) – nél, akkor viselheti a „gluténmentes” jelzöt. A legismertebb embléma: egy búzakarász áthúzva. A jelölés azt jelenti, hogy a glutén mennyisége nem haladja meg a 20 mg/kg-os határértéket. Ma már Magyarországon is több olyan laboratórium van, ahol ezeknek megfelelően végeznek gluténtartalom-mérést, így a jelzésekkel is elláthatják ezen áruk csomagolását (TÁPLÁLÉKALLERGIA CENTRUM, 2011). Példa néhány magyar márkára, amelyek igazoltan gluténmentesek: Glulu, Barbara, Mester család, Fehértói csemege, Civita, Pick, Kométa, Gála. A Magyar Táplálékallergia és Táplálékintolerancia Adatbank évente frissítve jelenti meg az általuk regisztrált allergénmentes termékek listáját, például a gluténmentesekét is (ALLERGIA ADATBANK ALAPÍTVÁNY, 2014; PROKISCH – RIDEG, 2015).

A Mintel (amerikai piackutató cég) szerint 2012 óta 63%-kal nőtt a termékek száma és eladása a gluténmentes piacon. Az Egyesült Államokban – ahol már gluténmentes kutyatáp is létezik – hatalmas hasznot hoz az áthúzott búza embléma feltüntetése egy terméken az élelmiszeripari vállalatoknak: 2014-ben 16,4%-kal nőtt a gluténmentes termékek eladása, és 23,3 milliárd dolláros éves bevételnél tart éppen a gluténmentes piac (LUKÁCS, 2014). **A gluténmentes ropogtatnivalók a legsikeresebbek a különböző termékcsoportok közül. Ezen termékek eladása 163%-kal nőtt az utóbbi két évben, amely 2,8 milliárd dollárt jelent. Míg a gluténmentes kenyerek eladása csupán 1%-kal nőtt ez idő alatt (TOPPER, 2014).** Emellett Európában is kétszámjegyű emelkedést mutat a gluténmentes termékek értékesítése, Nagy-Britanniával az élen. Már a családi üzemeltetésű olasz és ír boltokban is külön polcon találhatjuk az allergénmentes termékeket: pl. Schar, Glutano, Ds-gluten, Bezgluten (EGÉSZSÉGES TÁPLÁLKOZÁS, 2014).

Az allergénmentes (vagy bio) termékek piacán a vásárlók alacsony száma erősíti a versenyt a piaci szereplők között. Valamennyi kereskedelmi csatorna beépítette a kínálatába az allergénmentes termékeket, így az eladók száma igen magas. Magyarországon, ha a kisboltokban nem is, de a hiper-, szupermarketekben az allergénmentes (pl. glutén-, laktóz-, cukormentes) termékek kínálata folyamatosan bővül, amelyeket külön polcsoron találhatunk meg. Külön érzékenyeknek, diétázóknak szóló szaküzletek nyílnak országszerte (LENGYEL, 2008). Például a Mester család – diétázók boltja megtalálható több városban is: Budapesten, Baján, Szegeden, Miskolcon, Pécsen és Debrecenben. Illetve a Bijó Élelmiszer Kft. üzlete megtalálható Budapesten, Debrecenben és már Hatvanban is, ahol franchise-ként működik. Ha az üzletnek megfelelő az elhelyezkedése, és jó áron, széles választékban kínál finom (gluténmentes) termékeket, biztos a siker. Erre példa a DiétABC Budapesten, ahol a széles gluténmentes termékekínálat mellett frissen sütött pékárut, cukrászsüteményeket és fagyaltot is lehet kapni gluténmentes tölcsérrel. A gluténmentes diétát egy életen át be kell tartania minden lisztérzékenynek. Ezzel a betegséggel diagnosztizált emberek száma folyamatosan nő, ezért igény mindíg lesz a gluténmentes élelmiszerekre (PROKISCH – RIDEG, 2015).

3. Anyag és módszer

A tanulmányomban szekunder, illetve primer adatgyűjtést végeztem. Szekunder adatgyűjtésnek nevezzük a már korábban összegyűjtött, feldolgozott adatokat. Szekunder adatok között szerepel egy publikációm, melynek első szerzője voltam, és amelyhez kérdőív kutatást kellett végezni. A primer kutatás olyan adatok, információk halmaza, melyet még más nem dolgozott fel és valamilyen szekunder kutatás előz meg. A primer kutatást további két csoportra szoktuk bontani: kvalitatív (minőségi) és kvantitatív (mennyiségi) módszerekre. Ez azt jelenti, hogy megpróbáljuk feltárni, a fogyasztók vásárlási szokásai hogyan térnek el egymástól, és miért viselkednek úgy ahogy. A kvalitatív kutatás eredményei nem számszerűsíthetőek, nem lehet általános következtetéseket levonni. Ezzel szemben a kvantitatív kutatás eredményei számszerűsíthetőek, általánosíthatók a vizsgált alapsokaságra. Kvantitatív kutatás: pl. a kérdőív is. A kvantitatív módszereknek két fajtáját különböztetjük meg: függőségi- és kölcsönös függőségi kapcsolat. A függőségi kapcsolaton belül találkozhatunk kategorikus- és metrikus változókkal. Ha a vizsgált változóink metrikusak (azaz mérhetőek, számszerűsíthetőek), akkor készíthetünk varianciaelemzést. Az én adataim kategorikusak, ezért a Khi-négyzet próbával, majd a Wilcoxon próbával vizsgáltam a két sorrendi skálás kérdésem közötti kapcsolatot: az általában elérhető gluténmentes pékárukkal- és a Glulu gluténmentes pékárukkal való elégedettséget. Ezen két kérdéstípus preferenciális sorrend kategóriába sorolható, vagyis a számok relatív pozíciót jelölnek, de különbségük nem értelmezhető (SAJTOS – MITEV, 2007). Miután kiderült, hogy van kapcsolat a két vizsgált tényező között (a Khi-négyzet próba segítségével), az volt a célom, hogy megtudjam, van-e szignifikáns különbség az egyes értékelhető kategóriák (pl. íz, csomagolás, elérhetőség, választék, állomány, szavatosság) között. A tanulmányhoz szükséges kutatásom egy kérdőív kutatásból áll. A kérdőíveket csupán lisztérzékenyek, gluténmentesen diétázók vagy lisztérzékenyekkel szoros kapcsolatban álló személyek töltötték ki. A kérdőív kutatás online történt – a legismertebb közösségi oldalon lett megosztva lisztérzékeny csoportokban. A Glulu, illetve a gluténmentes pékáruk fogyasztási és vásárlási szokásait és az azokkal való elégedettséget mérte fel. Azt vizsgáltam, hogy az újdonsült Glulu – bevezetési életciklusban lévő, jelenleg szűk körben ismert – termékeinket hogyan fogadták a fogyasztók, milyen visszajelzések érkeztek velük kapcsolatban illetve, hogy a lisztérzékeny fogyasztók hány százaléka nyitott arra országszerte, hogy megkóstolja termékeinket.

3.1. A kérdőív kutatás

A gluténmentes kenyerekkel, péktermékekkel kapcsolatos fogyasztási szokások felmérése, a Glulu termékek ismertségének- és a fogyasztói attitűdöknek vizsgálata a márka felé

A kérdőíves kutatás célja az volt, hogy a lisztérzékenyek, illetve a gluténmentes diétát folytató fogyasztók vásárlási szokásait, igényeit, véleményüket és a Glulu márkaismertségét mérjem fel. Ez a kutatás a Glulu Pékmanufaktúra Kft. megalapítása után készült. Az eredmények kiértékelésével pedig ugyancsak az a cél (mint az első kutatásban is), hogy segítséget adjak a Glulu Pékmanufaktúra Kft.-nek az új termékek fejlesztési irányainak meghatározásához és a fejlesztett termékek marketingterveinek megalapozásához, illetve, hogy megtudjam, van-e szignifikáns különbség a Glulu termékeink és a többi a piacon kapható gluténmentes péktermék között.

A kérdőíves kutatásban 187 ember vett részt. Csupán lisztérzékeny-, illetve saját elhatározásból diétázó emberek tölthették ki magát a kérdőívet, amelyet jeleztem a kérdőív megosztásakor. Az első kérdésben kiszűrtem a nem lisztérzékeny kitöltőket, amely szűrő kérdés így szól: Mi okból tartja a gluténmentes diétát? (1. Azért, mert lisztérzékeny vagyok.; 2. Nem vagyok lisztérzékeny, ám tartom a gluténmentes diétát, mert jobban érzem magam tőle.)

Az adatfelvétel módja online történt. A kérdőívet néhány – a Facebook-on található – lisztérzékeny csoportban lehetett kitölteni. Tehát a második kutatásom nem reprezentatív, nem is az volt a cél, hanem, hogy a szűk csoport véleményét vizsgáljam meg a gluténmentes pékárukról és a

Glulu termékekről. A Glulu Pékmanufaktúrának a termékeire való visszacsatolás gyanánt szolgálnálunk minden vevő számát. Mivel kategorikus változókat vizsgáltam, ezért varianciaanalízist nem tudtam készíteni, hogy megtudjam, van-e szignifikáns különbség a vizsgált tényezők között. A Khi-négyzet próba, illetve a Wilcoxon-próba nyújtottak segítséget a kutatásban. Először megnéztem, hogy van-e kapcsolat a gluténmentes péktermékekről való vélemények és a Glulu péktermékek között. Majd azt néztem meg, hogy az egyes kritériumok (pl. íz, csomagolás, elérhetőség, választék, állomány, szavatosság) szignifikánsan különböznek-e a két vizsgált tényező között.

A kérdőív kérdéseire adott válaszok kiértékelése az SPSS-ben, és azok függvényeinek megszerkesztése a Microsoft Excel program segítségével történt.

A vizsgált tényezők (és egyes tényezők kapcsolatának) felsorolása:

1. „A baj nem jár egyedül.” Vagyis annak a vizsgálata, hogy milyen gyakorisággal párosul más ételintoleranciával a lisztérzékenység.
2. A fogyasztói vélemények vizsgálata a Magyarországon kapható gluténmentes péktermékekről összehasonlítva a Glulu péktermékeivel való elégedettséggel (íz, csomagolás, elérhetőség, választék, állag és szavatosság szerint).
3. Öröklődő betegség, de vajon az a jellemző, hogy többen lisztérzékenyek a családon belül?

A kérdőív eredményeiből levont következtetések leírása a tanulmány „Következtetések és javaslatok” című fejezetében találhatóak meg.

4. Eredmények

4.1. A 2. kérdőív eredményeinek kiértékelése

A gluténmentes kenyerekkel, péktermékekkel kapcsolatos fogyasztási szokások felmérése, a Glulu termékek ismertségének- és a fogyasztói attitűdöknek vizsgálata a márka felé

4.1.1. „A baj nem jár egyedül.”

A kérdőív lekérdezésekor külön kértem, hogy csupán lisztérzékenyek vagy gluténmentes diétát folytató személyek töltsék ki. Mert a célom az volt, hogy megtudjam, hogy milyen gyakorisággal párosul más ételintoleranciával a lisztérzékenység. Nagyon fontos információ ez a Glulu Pékmanufaktúránk számára is. Arra törekszünk, hogy a termékeket minél többen tudják fogyasztani. Ez okból glutén- és laktózmentes minden termékünk, de kíváncsi voltam, hogy melyik ételérzékenység fordul elő gyakran a glutén és a laktóz mellett.

A kérdőív összes elemszámának (n=187) körülbelül a 45%-a (84 fő) rendelkezik még más ételintoleranciával is. Arra voltam kíváncsi, hogy a 84 személy és a kérdőív összes elemszáma között külön-külön hogyan oszlanak el a különböző lehetséges ételérzékenységek.

A kutatási eredményeim szerint a legtöbb lisztérzékeny – aki más élelmiszerre is érzékeny – laktózérzékenységben (tejcukor-érzékenységben) is érintett. Majd a sorban a kazein intolerancia (tejfehérje érzékenység), tojásintolerancia, egyéb ételérzékenység (pl. szója, szezám, alma, dinnye, paprika, inzulinrezisztencia, adalékanyagok, tartósítószer, fruktóz, szorbit, fehérje), cukorbetegség, csonthéjas magvakra való allergia és az egyéb gluténmentes gabonákra vagy keményítőre való érzékenység követi. Megvizsgáltam az összes elemszám arányában a lisztérzékenységen felüli ételintoleranciák eloszlását, illetve leszűkítve a kört azokra, akiknek biztosan van más ételérzékenysége a lisztérzékenység mellett, hogy közöttük milyen arányban oszlanak el a különböző érzékenységek.

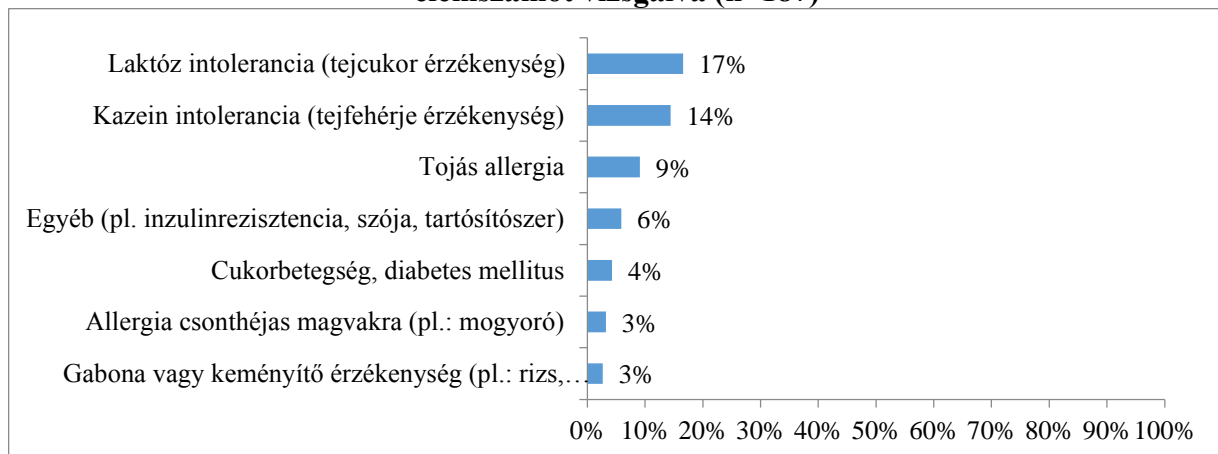
A tejcukor-érzékenység (laktózérzékenység) gyakran társulhat gyulladáscsökkentő bélbetegségekkel és lisztérzékenységgel (BUZÁS, 2015). „Hazánkban – több mint tízezer emberre kiterjedő vizsgálat alapján – az egészséges lakosság 14%-a, közel másfél millió ember tejcukorérzékeny. Az ázsiaiak (a pásztornépek kivételével) és az ázsiai eredetű amerikai indiánok viszont felnőttkorban szinte kivétel

nélkül laktózérzékenyek. Svédországi statisztikai adat szerint az ott élők között 3% a tejcukorérzékeny, de pl. Finnországban ez az arány már 14%. A közép-afrikai népekre jellemző a felnőttkori 100%-os laktóz érzékenység, de itt is találunk tejfogyasztó pásztornépeket. Az európaiak között 10-30%-ra becsülik a tejcukorérzékenyek arányát (II).” A laktózérzékenységet a lisztérzékenység egyik tüneteként tartják számon, a gasztroenterológusok egy vérvétellel szokták kivizsgálni az ételintolerancia lehetőségeket, akiknél a tünetek fennállnak.

Ha száz európai emberből harminc laktózérzékeny, akkor a vizsgálatom alapján legalább még három-hat személy emellett lisztérzékeny is. Fordítva pedig, ha száz európai emberből húsz lisztérzékeny, akkor még közülük kettő-négy személy ugyanúgy laktózérzékeny is. Vagyis a lekérdezett elemszám 17%-a szenved laktózinintoleranciában (1. ábra), a 84 személynek pedig, akik glutén- és más ételintoleranciában szenvednek, a 37%-a.

A Glulu Pékmaufaktúrában nem az a célunk, hogy minden termékünk teljesen „allergénmentes” legyen, hanem, hogy legyenek olyan termékeink is, melyeket több ételintoleranciában érintett ember is tudja fogyasztani. A kutatás azt mutatja, hogy kazein érzékenységben és tojás allergiában szenvednek a legtöbben a laktóz és a glutén mellett, így ezen összetevők elhagyására kell figyelni a további fejlesztett termékeinkben.

1. ábra: A lisztérzékenység mellett más ételintoleranciában való érintettség megoszlása a teljes elemszámot vizsgálva (n=187)



Forrás: Saját kutatás, 2015

4.1.2. A fogyasztói vélemények vizsgálata a Magyarországon kapható gluténmentes péktermékekről összehasonlítva a Glulu péktermékeivel való elégedettséggel (íz, csomagolás, elérhetőség, választék, állag/ állomány és szavatosság szerint).

A Glulu Pékmanufaktúrában a célunk, hogy örömet okozzunk a fogyasztóknak azzal, hogy finom gluténmentes termékeket készítünk, így nagyon fontos az ő véleményük, visszajelzéseik a termékeinkről. Mivel még induló, úgymond startup vállalkozás, ezért nem ismernek minket olyan sokan. Kíváncsi voltam arra, hogy szignifikánsan különböznek-e a Glulu gluténmentes pékárak a piacon kapható más gluténmentesektől azok szerint, akik kóstolták már a termékeinket. Mivel a 187 emberből összesen tizenhárman tudták értékelni a Glulu termékeket, így nem reprezentatív az eredmény. Vagyis nem hagyatkozhatunk erre az eredményre, ám nem is az volt a célom. Azt szerettem volna megtudni, hogy a vállalkozásunknak sikerülhet-e megvalósítani a céljait a jövőre való tekintettel, hogy a fogyasztókat elégedetté és boldoggá tegyük a megbízható minőségű és garantáltan gluténmentes termékeinkkel.

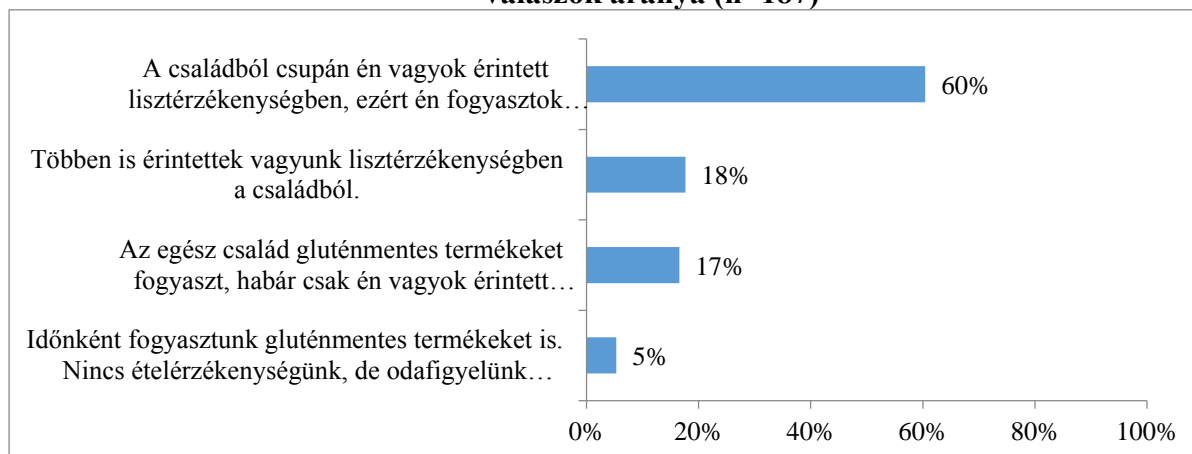
A kiértékeléshez az IBM SPSS 22-es programcsomagot használtam, ahol először Khi-négyzet próbával megállapítottam, hogy van kapcsolat a két vizsgált tényező – vagyis a Glulu pékmanufaktúra termékei és a többi gluténmentes pékáru – között. Majd megnéztem, hogy szignifikánsan van-e különbség közöttük: a páros Wilcoxon-próba segítségével. Hat kategóriára osztottam a terméktulajdonságokat: ízre, csomagolásra, elérhetőségre, választékra, állagra/ állományra és szavatosságra, melyeket Likert skála segítségével kértem, hogy pontozzák a kérdőív kitöltői.

A célunk, hogy a Glulu márkát és termékeket emberközeli, szimpatikus és szerethetővé tegyük, azzal, hogy a szép csomagolás alatt igazán finom terméket kínálunk a fogyasztóknak. A hat kategóriából szignifikáns különbséget állapítottam meg az íznel, a csomagolásnál és a választéknál. Vagyis szignifikánsan magasabbra értékelték a Glulu termékeket a kérdőívet kitöltő fogyasztók. Tehát a célunk eddig sikerült. Amikor a felmérést végeztem még öt termékünk volt, két viszonteladónk és nem volt alkalmazottunk sem. Ma, két-három hónappal később több, mint tizenöt féle termékünk-, öt viszonteladónk és két alkalmazottunk van. Habár a kutatásom nem aktuális, és nem is reprezentatív, mégis egy biztosíték arra, hogy jó úton vagyunk a céljaink és a küldetésünk megvalósításában a Glulu Pékmanufaktúrával.

4.1.3. Öröklődő betegség, de vajon az a jellemző, hogy többen lisztérzékenyek a családon belül?

Ha valakiről kiderül, hogy lisztérzékeny, akkor leszűrjük az egész családját, hogy esetlegesen kitől örökölhette vagy örökölte-e más valaki is közülük. Mivel ez egy autoimmun betegség, amely örökletes, azt feltételeznék az ember, hogy a legnagyobb arányban a „Többben is érintettek vagyunk lisztérzékenységekben a családból.” választ fogják megjelölni. Ehelyett a lekérdezett személyek 60%-a csupán ő maga lisztérzékeny a családból és a 18%-a jelölte, hogy több családtag is érintett (2. ábra). A Glulu számára ez azt jelenti, hogy nagyon sokan vannak, akik csak egyedül esznek gluténmentes termékeket egy háztartásban, így a kisebb kiszerezésű termékeket jobban preferálják. Tanulság: csomagoljuk a Glulu termékeket úgy, hogy mindig frissen tudja fogyasztani az is, aki nem eszik sokat. Ezért: általában 100 g-osával kaphatóak a ropogtatnivalók, sós és édes pékárak. A kenyeret viszont 450 g-os kiszerezésben áruljuk, de külön rendelésre tudunk 330 g-osat és akár 160 g-os mini kenyeret, zsemlet is készíteni.

2. ábra: A "Milyen mértékben érintett lisztérzékenységben az Ön családja?" – kérdésre adott válaszok aránya (n=187)



Forrás: Saját kutatás, 2015

Az első – vagyis a szűrő – kérdésre adott válaszok eredményéből megtudhatjuk, hogy az összes elemszám kicsit több, mint 10%-a, aki nem lisztérzékeny, mégis gluténmentesen eszik. Pár éve fedezték fel az NCGA, azaz a nem-cöliakiás gluténszenzitivitást egyes betegeknél. Ez azt jelenti, hogy vérből nem kimutatható a lisztérzékenység, ám annak a tüneteit produkálja, így nem fogyaszt gluténtartalmú ételeket, akik ebben érintettek. Amerikában már most nagy divat a gluténmentes diéta, sokan jobban érzik magukat tőle, ez biztosan nem véletlenül van (UMBERTO, 2014).

5. Következtetések és javaslatok

Én mind a gyártó, mind a fogyasztó oldaláról tekintem a gluténmentes termékek, alapanyagok árát. Még a Glulu Pékmanufaktúra kft. megalapítása előtt is képes voltam egy nap alatt öt-hat üzletbe ellátogatni, hogy minden szükséges alapanyagot a lehető legjobb áron szerezzem be az otthoni sütéshez. Most ugyanezt csináljuk, csak a nagykereskedésekkel és a gyártókkal tárgyalunk, hogy a lehető legkedvezőbb áron történjen a beszerzése a Glulu termékekhez szükséges alapanyagoknak. A kiskereskedések, ahol korábban vásároltam, mára már viszonteladói a Glulu termékeknek. Ezen üzletekből, közvetlenül a fogyasztótól, illetve az eladóktól, kapjuk a legtöbb visszajelzést a Glulu termékekkel-, illetve a további fogyasztói igényekkel kapcsolatban. Személyes tapasztalatunk, hogy szükséges a folyamatos kutatás, fejlesztés és innováció a gluténmentes élelmiszerek piacán. A friss gluténmentes pékáruk piaci résnek számítanak, különösképpen Debrecenben. Addig a legjobb, amíg nincs sok versenytárs a piacon.

A nyugati országokban jóval több gluténmentes terméket találhatunk az üzletek polcain, mint Magyarországon. A cél a folyamatos bővülés, ezért egyre több vállalkozás/ termék lépett be 2015-ben is a gluténmentes piacra Magyarországon (pl a Glulu Pékmanufaktúra, az Aglutén márka, a Free Pékség). Sőt nem csak a szaküzletekben és a hipermarketekben, hanem már a Family Frost-nál is lehet gluténmentes termékeket kapni: a termékkatalógusban áthúzott búzakalász emblémával jelzik, ha az étel gluténmentes. A kiszállítás pedig egyszerű: hűtőautóik segítségével a fogyasztók számára házhöz viszik a náluk kapható termékeket.

Az egészségturizmus egyik új trendje közé tartozik a gluténmentes ételek ismerete (PICHLER, 2011). Az éttermek, szállodák, (kórházak) számára egyre fontosabb, hogy tisztában legyenek a lisztérzékenységgel, vagyis a számukra fogyasztható ételekkel és azok elkészítési/ tárolási módjával. Mivel nem nagy vagy nem feltétlenül mindennapos az igény a gluténmentes ételekre (pl. kenyérré) a szállodákban, ezért fontos, hogy sokáig eltarthatóak, ehetőek és mindemellett finomak legyenek. Ezért a fagyasztott gluténmentes termékek egyik fő célpiaca maga a turizmus kellene, hogy legyen. A Glulu kenyerek egyelőre nem tarthatóak el sokáig. A célunk a közeljövőben, hogy fagyasztott

pékárut is tudunk árulni. Egyelőre még csak a friss termékek gyártása a feladata a Glulu Pékmanufaktúrának, ám még a termékek bevezetési életciklusában tartunk.

Arra következtettem a tanulmányom kutatási eredményeiből, hogy a Glulu Pékmanufaktúrának van jövője. Azt gondolom, hogy további fogyasztói kutatások, kóstoltatások, fókusz-csoport vizsgálat szükséges ahhoz, hogy mindig újdonságokkal és remek termékekkel tudjunk a magyar piacra lépni és a Glulu márka ismertségét bővíteni.

Irodalomjegyzék

- Buzás D. (2015): A laktóztoleranciáról: Múlt és jelen – I. rész, Ferencvárosi Egészségügyi Szolgáltató Kiemelten Közhasznú Nonprofit Kft., 156. (38)
- Egészséges Táplálkozás (2014. Okt. 28.): „Gluténmentes Burger a Mcdonald's-ban”, http://www.kosarmagazin.hu/inet/kosar/hu/cikkek/2014/october_14/glutenmentes_termekek.html
- Horacsek M. (2011): „Amit az élelmiszerek címkézéséről, jelöléséről alapvetően tudni érdemes” http://www.oeti.hu/download/amit_az_elelmiszerek_cimkezeserol.pdf
- Horacsek M. (1995): Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézet, „A gliadin kimutatása élelmiszerekben” <http://www.chemonet.hu/hun/food/phd/kerteszhoracsek.html>
- Lengyel P. (2008): „Biomarketing” http://elib.kkf.hu/edip/D_14087.pdf
- Lukács A. (2014 július): HVG, „Nyakunkon a gluténterror: kényszer és üzlet” http://hvg.hu/plazs/20140701_Glutenhorror
- Máriáss M. (2014): „Lisztérzékenység tünetei és kezelése” http://www.hazipatika.com/betegsegek_a_z/liszterzekenyseg/316
- Pichler J. (2011): Fejlődési trendek, irányok http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turizmusmenedzsment/ch08s08.html
- Prokisch L. – Rideg A. (2015): A lisztérzékeny fogyasztók vásárlási szokásainak felmérése és a gluténmentes termékek kínálatának jellemzése Magyarországon. *Sugo Szemle*. 2 (1) 41-59.
- Sajtos L. – Mitev A. (2007): SPSS Kutatási és adatelemzési kézikönyv, Alinea kiadó, Budapest
- Táplálékallergia centrum (2011): „A gluténtartalom jelöléséről röviden” https://www.taca.hu/download/a_glutentartalom_jeloleserol_roviden.pdf
- Topper A. (2014): Mintel, Gluten-free foods surge 63% in last two years <http://www.mintel.com/press-centre/food-and-drink/gluten-free-foods-surge-63-percent>
- Umberto V. (2014): Gluténmentesen, A Lisztérzékenyek Érdekképviseletének Országos Egyesülete hivatalos lapja. 2014 aug. 18 (2) A gluténfüggő betegségek fejlődése, A coeliakiától a nem-coeliakiás glutén szenzitivitásig

Internetes hivatkozások

II: <http://www.laktozerzekeny.org/a-tejucukorerzekenysegről.html>