

INNOVÁCIÓS LEHETŐSÉGEK A SZŐLŐ- ÉS BORALAPÚ TERMÉKEK TERÜLETÉN

TERMÉKFEJLESZTÉSI JAVASLATOK AZ EGÉSZSÉGIPAR ÉS A TURIZMUS SZÁMÁRA

VÁRHELYI TAMÁS

Eszterházy Károly Egyetem,
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Gazdaságtudományi Intézet
varhelyit@hotmail.com

Összefoglalás

A gasztronómiai szakemberek az egészséges táplálkozás szerepének növekedését jósolják. Ma már köztudott, hogy a mérsékelt borfogyasztás az egészséges életmód szerves része. Ezt a trendet, illetve közvélekedést lehet kihasználni innovatív szőlő- és boralapú fejlesztésekkel. Ezek egy része élelmiszeripari jellegű lehet: borcsokoládé, egészséges ivólé. Szintén ismert, hogy a borturizmus egyre sikeresebb és jelentősebb (Getz, Brown, 2006), napjaink magyar turizmusának is a legdinamikusabban fejlődő területe. A rendezvényturizmus mellett elsősorban éppen a wellnesssturizmussal kapcsolódik össze. A wellness iparág egyik legfontosabb része a kezelések kínálata, a szőlő és bor a wellnesskezelésekhez használt termékek értékes alapanyaga is lehet. Elsősorban a wine spahotelekről és a szőlő- és boralapú spa-kezelésekről lehet beszélni – ezekhez érdemes termékfejlesztésekben gondolkodni.

Kulcsszavak: szőlő és bor alapú termékek, innováció, termékfejlesztés, borturizmus, wellness

1. Bevezetés

A bor- és szőlőalapú termékek innovációja egy kellőképpen ki nem használt területe Magyarországnak, illetve az Egri borvidéknek. Pedig mind az éghajlati jellemzők, mind a helyi adottságok és hagyományok alapján indokolt lenne komolyabban foglalkozni a kérdéssel. A nemzetközi iparági vizsgálatok egyértelművé

teszik ennek fontosságát (Colin, 2000, Várhelyi, 2012). Ráadásul ezek nagymértékben befolyásolják a borturizmust és a marketinget is – márpedig most ezen a téren komoly feladatok előtt áll Eger: be kell vezetni a piacra az eddig ismeretlen Bikavér grand superior prémium kategóriát.

A minőség biztosítása és a fogyasztókkal történő megismertetése mellett ugyanolyan fontos a borgazdaság minél versenyképesebbé, jövedelmezővé tétele is. Erre alkalmas lehet a bor- és szőlőalapú termékek fejlesztése. Különösen a borkészítés során keletkező melléktermékek hasznosítása olyan terület, amelyben ha sikerül előrelépni, akkor javíthat a borászatok széles skálájának a jövedelmezőségén, hiszen a törköly veszélyes hulladéknak minősül, amelynek elhelyezése többletköltséget okoz a bortermelők számára – és ez a költség a várhatóan szigorodó ellenőrzések miatt még nőni fog. A jelentős mennyiségben keletkező törköly ugyanakkor energiatermelés céljára is használható lenne – a nemzetközi gyakorlatban vannak olyan jelentős borászatok, ahol ezt teljes körűen megoldják. A törköly értékét tovább növeli, hogy nagy koncentrációban tartalmaz polifenolokat, amelyek kifejezetten kedvező élettani hatásai miatt egészségvédő, illetve prémium egészségtermékek fejlesztésének alapját képezhetik. Ezeket a fejlesztéseket a borvidék jellemzői, a kis és közepes borászatok meghatározó volta miatt csak központi, sok borászatot kiszolgáló fejlesztéssel lehet gazdaságosan megoldani.

A vendéglátás és a marketing szempontjából is fontosak a boralapú termékek. Ilyenek már ma is kaphatóak: a minőségi boros csokoládék, a borlekvárok, borzselék. Mintegy két éve kifejlesztésre került a minőségi borok egészségügyi pozitív hatásáért felelős polifenol-tartalmat megőrző borzselé prototípusa is, amely például Szaúd-Arábiában egy élelmiszeripari kiállításon nagy sikerrel lett bemutatva.

Az egészségipar, ezen belül az egészségturizmus megújulása és kimagasló világsikere nagymértékben ezekhez hasonló termékek kifejlesztésével magyarázható. Ezért kiemelten foglalkozunk a bor- és a szőlőalapú termékek innovációjának más ágazatokhoz történő kapcsolódásával. Más régiókban már léteznek szőlőmagalapú termékek, amelyeknek a spa- és wellnessiparágban lehet meghatározó jelentőségük. Ezzel még szorosabban összekapcsolható a borturizmus hazánk vezető turisztikai termékével, az egészségturizmussal. Ilyen termékekre az Egri borvidéknek is szüksége lenne. Ezek kifejlesztése egyértelműen az innovatív fejlesztések kategóriájába tartoznak: ezek az élelmiszeripari, illetve az interdiszciplináris termékfejlesztések, amelyekre javaslatot teszünk, és amelyek hátterét, feltételeit is megvizsgáljuk.

2. A növényi alapú termékfejlesztés jellemzői

Termékfejlesztésként két fejlesztési metódust lehet azonosítani. Az egyik a hagyományos kémiai, biokémiai, élelmiszeripari megközelítés. Ennek során a megcélzott terméket a kiválasztott alapanyagokból kémiai, biokémiai eljárásokkal kísérleti laboratóriumokban, illetve ipari helyszíneken alakítják ki. Ideális esetben e laboratóriumokban analitikai mérések is lehetségesek, azaz molekuláris szinten is kontrollálni lehet az eredményt. Ebbe a kategóriába tartoznak, és egyben a szőlő- és boralapú fejlesztések számára jó példaként szolgálnak a gyógynövényalapú fejlesztések is (Babulka, 2002).

A kémiai, biokémiai és biológiai alapú fejlesztések a borágazatban értelemszerűen elsősorban a borkészítés folyamatát, illetve a bor minőségének javítását szolgálják, azonban ezek teremthetik meg a boralapú termékfejlesztés technológiai alapját is. A jelen munkában ennek részleteivel így nem foglalkozunk, csak utalunk arra, hogy ez tette lehetővé a bevezetőben említett borzselé prototípusának kifejlesztését is. Egyrészt a szerző, illetve Csutorás Csaba ötlete alapján, vákuumtechnika használatával elérhető lett, hogy olyan biológiailag aktív polifenoltartalmát megőrizni tudó termék jöjjön létre, amely helyettesítheti a vörösbort a marhahúst egyre nagyobb mennyiségben fogyasztó muszlim középosztály számára, másrészt az eredmények az analitikus mérésekkel jól bizonyíthatóak és prezentálhatóak. Az így kipróbált módszer alkalmas biológiailag aktív spatermékek, így masszázsolaj készítésére is. A kémiai értelemben vett termék azonban még nem tekinthető piaci terméknek, ehhez más jellegű termékfejlesztésre is szükség van.

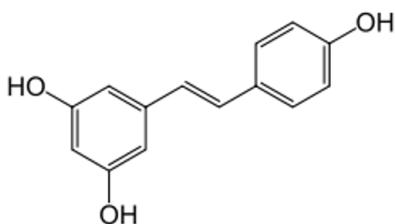
A komplex termékfejlesztés keretében a területre jellemző termékfejlesztést a spatermékekfejlesztés konkrét példáján keresztül mutatjuk be. Mind a világ turisztikai trendjei, mind a magyar, illetve az egeri adottságok miatt kézenfekvő a borturizmus és az egészségturizmus kombinációja. Ennek komoly nemzetgazdasági jelentősége is lehet, hiszen hazánk mind a két területen jó adottságokkal rendelkezik, és a szinergiákat kihasználva ismertebbé válhatna a nemzetközi piacon annál, mint amilyen ismert e két ágazat jelenleg. Az összekapcsolásnak alapvetően két típusa lehet: a borturizmus-desztináció fürdő-, illetve spaszolgáltatást is kínál, vagy a szőlőt és a bort integrált módon beépítik a wellness kínálatába.

Az első típus gyakorlatilag azt jelenti, hogy a kóstolások után másnap a vendégek többsége szívesen elmegy egy jobb nevű termálfürdőbe. A magyar borturizmus-desztinációk nagyobb része rendelkezik ilyen kínálattal. Így Eger térsége akár borkóstolás és fürdő típusú csomagokat is kínálhat.

A másik típusnál azt a közkeletű vélekedést használják ki, hogy a bor – különösen a vörösbor – mértékletes fogyasztása egészséges. Ezt ma elsősorban a szervezetben káros, a rosszindulatú daganatok kialakulásában is szerepet játszó szabadgyökök megkötésével, illetve az érfalak megóvásával magyarázzák. Korábban gyógyszerként is használták, roboráló, vérképzést segítő hatást tulajdonítva neki. Így ha a borból, szőlőből különféle termékeket készítenek, akkor azok az alkohol nélkül bizonyára szintén jó hatással vannak az egészségre, illetve az egészség megőrzésére. Erre az alapra egyrészt spakezelési termékcsaládok (fizikai termékek és szolgáltatási, kezelési formák), másrészt speciális spahotelek, wellnesshotelek építhetők fel.

A spatermékcsalád gerince a szőlőmag és olajának felhasználása a wellnesssturizmusban. A szőlőmag hatóanyagainak kedvező biológiai hatása elismert, elsősorban a daganatos, illetve kardiovaszkuláris megbetegedések megelőzésének terén. Az egyik legfontosabb hatóanyaga a rezveratrol.

1. ábra: a rezveratrol képlete



A legfontosabb termék a szőlőmagolaj és az ennek felhasználásával készült produktumok, de a spa-kban az olaj mellett peelingre is használják. A termékfejlesztés fizikai termékek előállítására vonatkozó része ebben a szakaszban a kémiai, biokémiai termékfejlesztés, az olaj felhasználásával és adalékanyagokkal például masszázsolajat, arcpakolást lehet készíteni. Valójában azonban a komplex termékfejlesztésnek nem ezeknek a fizikai termékeknek az előállítása a legfontosabb része, hanem ezek rendszerbe kapcsolása.

A komplex rendszer lényege, hogy ki kell dolgozni a fizikai termékek felhasználásának módját, csomagolását, meg kell alkotni ennek és az egész szolgáltatásnak a designját, ami a termékek kiszerezésétől a felhasználó spa-k kinézetéig és a marketingben is használt arculati elemek megalkotásáig egy széles spektrumot ölel fel. Így le kell írni a masszázások, egyéb kezelések folyamatát, összetett kezeléseket kell kifejleszteni és márkázni, meg kell alkotni az üzleti modellt, ki kell találni a minőség biztosításának módját.

A bor-spa kapcsolat fontossága miatt egy sikeres külföldi példát is leírunk. Ilyen a tradíciói miatt kiemelhető Caudalie cég, illetve úttörő fejlesztései. A Caudalie francia céget 1993-ban alapította Mathilde és Bertrand Thomas, miután egy Bordeaux-i Egyetemen folytatott kutatás kimutatta, hogy a borgyártás melléktermékeként visszamaradt kiperéselt szőlő rengeteg, a bőr szempontjából értékes hatóanyagot tartalmaz. A szőlőmag erőteljes szabadgyökfogó tulajdonságát állították termékeik központjába, így természetes hatóanyagtartalmú, hozzáadott színezékektől mentes kozmetikumokat kezdtek el gyártani. A Caudalie cég teljesen természetes, nagy tisztaságú kozmetikumokat kínál, és jelenleg a legnépszerűbb natúrkozmetikumok között tartják számon (lásd pl. <http://kremmania.hu/markak/caudalie>). A céghez tartozó wine-spa hotel a Les Sources de Caudalie.

1. kép: Caudalie borterápiás spa egy isztambuli luxushotelben.



Forrás: saját felvétel

3. Javasolt fejlesztések

Mind a borászati ágazatba, mind az egészségturizmusba áramló jelentős állami támogatásnak (illetve a kormányzat által oda irányított EU-s támogatásnak) az eddigieknél sokkal célzottabbnak, a világtrendekre jobban épülőnek kell lenni ahhoz, hogy Magyarország legalább részben vissza tudja nyerni a II. világháború előtti pozícióit. Ez például a hagyományos infrastruktúrafejlesztések támogatása helyett a fürdővárosok, fürdők komplexebb, a jövedelmezőségre is jobban tekintettel lévő fejlesztését jelenti,

valamint az eddigieknél sokkal professzionálisabb, modernebb marketingmunkát feltételez. Ezek mellett azonban további fontos lépések is szükségesek, ideértve a drasztikusan újraértelmezett formájú és méretű termékfejlesztést. Utóbbi az, aminek egy megvalósulása lehetne Egerben a szőlő- és boralapú termékekből álló termékcsalád.

Megvizsgáltuk a boralapú italok fejlesztésének lehetőségét is. Egerben már ma is többen főznek minőségi törkölypálinkát, így ezzel részletesen nem foglalkozunk. Az egészséges termékek felértékelődése miatt azonban javasolható egy helyi alapanyagokra épülő gyógylikőr kifejlesztése. Szintén szóba jöhet a borzselé kapcsán említett technológiával egy dúsított, egészségre pozitív hatású anyagokat tartalmazó gyógybor kifejlesztése is. Megvizsgáltuk a borlepárlás, brandykészítés lehetőségét, de arra jutottunk, hogy ehhez a jelenleginél komolyabb tudásra lenne szükség, és a kevésbé sikeres magyar próbálkozások alapján úgy gondoljuk, hogy ezt az irányt rövid távon nem érdemes preferálni. Valamivel egyszerűbb azonban az erősített borok területén történő termékfejlesztés, amelynek a technológiája borpárlatot is használ, így inkább ezt javasoljuk megvalósítani. Leginkább egy portóihoz hasonló borjellegű termék kifejlesztését látjuk megalapozottnak, mert mindig van egy olyan réteg, amelyik az edesebb italokat szereti. Így ez a termék választékbővítésnek is tekinthető.

Egyes helyhez köthető termékfejlesztéseknek akár területfejlesztési szempontból is mérhető hatása lehet (Könyves, Tikász, 2008) Az alábbiakban néhány konkrét, innovatív fejlesztési javaslatot írunk le, melyek Egerhez is köthetők. Természetesen a fejlesztéseket akár Egerben, akár más hasonló adottságú borvidéken meg lehet valósítani.

Egri borbonbon készítése

Az elemzések alapján az egyik javasolható, egyszerűen, gyorsan megvalósítható (de ezzel együtt mérsékelt eredményekkel kecsegtető), megfontolásra érdemes projektjavaslat az egri márkás minőségi borbonbon fejlesztése. A borbonbon kapcsolódhat a meglévő brandekhez (Bikavér – ilyen borból célszerű készíteni –, illetve 1552), így egyrészt ezek segítik a gyors piaci bevezetését, másrészt maga a borbonbon erősítheti a brandeket, azaz jó marketingeszköz lehet Eger számára.

Szőlészeti-borászati melléktermékek hasznosítása

A szőlőtörköly, a borkészítés folyamán a szőlőfürtök vagy bogyók kipréselése után visszamaradt szilárd szár, héj és mag elnevezése. Ebből a borászati melléktermékből Magyarországon évente több ezer tonna keletkezik, amelynek kevesebb, mint felét

hasznosítják újra, pedig veszélyes hulladéknak minősül. A koncentráltan és nagy mennyiségben keletkező szőlőtörköly ugyanakkor kihasználatlan nyersanyagforrás is, mivel nagy koncentrációban tartalmazza a polifenolokat, ezen belül is a rezveratrolt, amely különlegesen kedvező élettani hatásai miatt a gyógyászati kutatások középpontjában áll (Zimmermann, 2001). Ezekből a tényekből és felismerésekből kiindulva ez a projektjavaslat egy olyan ártalmatlanítási eljárás kidolgozását tűzi ki célul, amely egyszerre nyújt lehetőséget a borászati szerves melléktermékek nagy mennyiségben történő újrahasznosítására két különböző módon: bioenergia-termelés tüzelőanyagaként, illetve új fejlesztésű, piacképes, egészségszvédő élelmiszeripari termékek alapanyagaként.

Polifenolokkal dúsított gyümölcslevek fejlesztése

Az előző projektjavaslat bázisán, mintegy ráépülő projektként javasolható, hogy a borászati melléktermékekből kivonható polifenolok egyik felhasználása egy egri márkás minőségi gyümölcslécsalád fejlesztése legyen. A polifenolokkal dúsított gyümölcslevek kapcsolódhatnak a meglévő brandekhez (Egri Bikavér, Egri Csillag, esetleg 1552), mert ezek segítik a gyors piaci bevezetését, és hozzájárulhatnak az üzleti sikerhez is.

Masszázsolaj, illetve spa- és wellnesstermékcsalád fejlesztése

Szintén a megelőző javaslat bázisán, a termékfejlesztés típusai fejezetben leírtaknak megfelelően javasolható a polifenoltartalmat megőrző szőlő- és boralapú masszázsolaj, illetve termékcsalád kifejlesztése. Azt a közkeletű vélekedést lehet kihasználni, hogy a bor – különösen a vörösbor – mértékletes fogyasztása egészséges. Így ha a borból, szőlőből különféle termékeket készítenek, akkor azok az alkohol nélkül bizonyára szintén jó hatással vannak az egészségre, illetve az egészség megőrzésére. Erre az alapra egyrészt spakezelési termékcsaládok (fizikai termékek és szolgáltatási, kezelési formák), másrészt speciális spahotelek, wellnesshotelek építhetők fel. Ezen lehetőségek közül talán legfontosabb az egész kapcsolódást hitelesen megalapozó, magas polifenoltartalmú spatermékcsalád kifejlesztése.

A termék Eger brandjeihez kötve akár nemzetközileg is sikeres lehet, és nagymértékben hozzájárulhat a wellnessiparág egészének jövedelmezőségéhez is. Meg kell jegyezni, hogy a javasolt módszer révén nagyságrendekkel több hatóanyag lehet a termékekben, mint ha – a bevett gyakorlat szerint – egyszerűen borral keverik össze az alapanyagokat. Erre a tényre akár nemzetközi marketinget is lehet alapozni.

4. Konklúzió

Mind a táplálkozásban, mind a turizmusban egyre fontosabbak az egészségesség szempontjai. Egészségügyi szempontból ki kell emelni a borfogyasztás pozitív és elismert hatásait. A borturizmus nagy lépésekkel fejlődik Magyarországon, de éppen erre alapozva még számos lehetőség feltáratlan, illetve a mainál sokkal jobban kihasználható. Ezek közül a spatermékek fejlesztése, a hálózatosodás elősegítése, valamint a komplex turisztikai termékek fejlesztése és együttes piacra vitele emelhető ki. Emellett számos egészséges termék fejlesztése kezdeményezhető a borkészítés melléktermékeiből kivonható hatóanyagokra alapozva – néhány ilyen termékre javaslatot tettünk, de ezek mellett további lehetőségek is vizsgálhatók.

Az egészségturizmusban előtérbe kerültek a kezelések, amelyekhez egészséges alapanyagokból készült termékeket használnak. Sajnos azonban alig léteznek ilyen hazai termékek, így ezek kifejlesztése elsődleges jelentőségű lenne. Amennyiben ez nem következik be, akkor az egészségturizmus bevételének várható növekedése következtében realizálódó haszon jelentős része a külföldi márkatulajdonosokhoz fog kerülni, és az ágazat bevételnövekedése ellenére a hazai jövedelmezősége nem fog javulni. Éppen ezért nagyon fontos, hogy sikerül-e ilyen komplex termékeket, márkákat kialakítani. Ezek egyébként a környező országokba akár exportálhatók is lennének.

Hivatkozások

- Babulka, P. (2002): Gyógynövények népi használata és értékelésük néhány szempontja.
- Colin Michael Hall: Wine tourism around the world: development, management, and markets. Butterworth-Heinemann, 2000.
- Getz, D, Brown G: Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis. Tourism Management, vol 27 issue 1. February 2006, 146–158.
- Szabó Bernadett(szerk), Könyves E, Tikász I: A falusi turizmus helyzete és gazdasági kérdései. MTA Társadalomkutató Központ, Budapest, 2008.
- Várhelyi T: Borturizmus (főiskolai jegyzet), Líceum Kiadó, Eger, 2012.
- Zimmermann, M. (2001): Burgenstein's Handbook of human nutrition. Micronutrients in the prevention and therapy of diseases. Thieme Stuttgart–New York.