

OTDK-dolgozat

2025.

Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

**MAGYAR GINEK FOGYASZTÓ ÉRZÉKSZERV ÉS SZEMKAMERÁS
VIZSGÁLATA**

**CONSUMER-BASED SENSORY AND EYE-TRACKING ANALYSIS OF
HUNGARIAN GINS**

JÉCSAI-KRISTON KOPPPÁNY FERENC

Dr. Lenkovics Beatrix, Szakál Dorina

Kézirat lezárásának dátuma: 2025.01.14.

TARTALOMJEGYZÉK

Tartalomjegyzék	3
Táblázatjegyzék.....	5
Ábrajegyzék	5
1. BEVEZETÉS	6
2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS	8
2.1. Gin Forradalom	8
2.2. A Gin evolúciója.....	9
2.3. A Gin reneszánsza	9
2.4. A Gin fajtái	10
2.4.1. London Gin	10
2.4.2. Old Tom Gin.....	11
2.4.3. Plymouth Gin	11
2.4.4. Navy Streight Gin.....	11
2.4.5. Sloe Gin.....	11
2.5. A Gin fűszerei	12
2.6. Érzékszervi vizsgálat alapelvei és jelentősége	13
2.6.1.Érzékszervi tulajdonságok és vizsgálati módszerek.....	14
2.7. Szemkamera és működése.....	15
2.7.1. Alkalmazási területek	17
2.8. Célkitűzés	18
3. MÓDSZERTAN	19
3.1. Tudományos előzmények.....	19
3.2. Anyag és módszer.....	19
3.2.1. Szemkamerás vizsgálat	21
3.2.2. Kérdőív.....	21
3.2.3. A mérés folyamata.....	21

3.2.4. A fogyasztói érzékszervi teszt során mért adatok elemzése	22
3.2.5. A szemkamerás mérés során mért adatok elemzése	22
3.3. A vizsgált Ginek	22
3.3.1. Opera Gin	22
3.3.2. Tokaj Gin	23
3.3.3. Balaton Gin	23
3.3.4. Chameleon Gin.....	24
3.3.5. Spiced Gin	24
4. EREDMÉNYEK	25
4.1.A demográfiai kérdőív eredményei	25
4.2. Az érzékszervi bírálat eredményei	31
4.2.1 Az Opera Gin érzékszervi tulajdonságai	31
4.2.2. A Tokaj Gin érzékszervi tulajdonságai	32
4.2.3. A Balaton Gin érzékszervi tulajdonságai	32
4.2.4. A Chameleon Gin érzékszervi tulajdonságai.....	33
4.2.5. A Spiced Gin érzékszervi tulajdonságai	33
4.2.1 A érzékszervi bírálat elemzése	34
4.3. Szemkamerás mérés eredményei.....	35
5. KÖVETKEZTETÉSEK	38
6. JAVASLATOK	39
7. ÖSSZEFOGLALÁS.....	40
8. IRODALOMJEGYZÉK.....	41
9. MELLÉKLETEK.....	I

TÁBLÁZATJEGYZÉK

1. táblázat: A választások száma az egyes termékekre nézve.....	36
2. táblázat: Friedman-próba eredményei ($p = 0,562$)	37

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: A szemkamera két típusa. Balra az asztali, Tobii Pro Nano, jobbra a hordozható, Tobii Pro Glasses 3 eszköz	16
2. ábra: A vizsgálatban szereplő ginek termékfotója (termékek neve balról jobbra: Opera Gin, Seven Hills Tokaj Gin, Balaton Gin, Agárdi Chameleon Gin és Panyolai Spiced Gin)	20
3. ábra: Életkor szerinti megoszlás (%)	25
4. ábra: Iskolai végzettség szerinti megoszlás (%)	26
5. ábra: Lakhely szerinti megoszlás (%)	26
6. ábra: Gin fogyasztás gyakoriságának megoszlása (%)	27
7. ábra: Gin vásárlási szokás megoszlása (%)	27
8. ábra: Gin fogyasztás helyszínének megoszlása (%)	28
9. ábra: Gin vásárlás szempontjainak megoszlása (%)	28
10. ábra: Elég sokat tudok a ginekről.....	29
11. ábra: Tudom mi alapján kell megítélni a gin minőségét.	29
12. ábra: Azt hiszem, eleget tudok a ginekről ahhoz, hogy magabiztosnak érezzem magam, amikor vásárllok.	30
13. ábra: Nem nagyon érzem magam tájékozottnak a ginekkel kapcsolatban.	30
14. ábra: Meg tudom állapítani, hogy egy üveg gin megéri-e az árát vagy sem.....	31
15. ábra: Az Opera Gin érzékszervi tulajdonságai.....	31
16. ábra: A Tokaj Gin érzékszervi tulajdonságai.....	32
17. ábra: A Balaton Gin érzékszervi tulajdonságai	32
18. ábra: A Chameleon Gin érzékszervi tulajdonságai.....	33
19. ábra: A Spiced Gin érzékszervi tulajdonságai.....	33
20. ábra: Az öt gin márka érzékszervi profilja.....	34
21. ábra: FD adatok átlagértékének ábrázolása az egyes termékekre vonatkozóan.....	36

1. BEVEZETÉS

Jelenleg harmadik éve dolgozom a vendéglátásban, aminek köszönhetően mind a felszolgálói munkakörrel, mind pedig a bartender munkával is megismerkedhettem. Eleinte csak a munkám során, majd tanulmányaim alatt is számos itallal volt szerencsém találkozni, de semmi sem ejtett úgy rabul, mint maga a gin. Így vált egyértelművé, hogy legfőbb motivációm a saját érdeklődésem. Kutatásom területéül azért a haza gin kínálatot választottam, mert az elmúlt években a hazai piac is berobbant és szinte hónapról hónapra tűnnek fel az újabb, izgalmasabb párlatok. Először két éve voltam az Opera Gin által szervezett főzdelátogatáson, ahol közelebbről láthattam és saját füllel halhattam, hogy hogyan, miből és mennyi idő alatt készítenek gint. Az elmúlt évek során felfigyeltem arra, hogy egyre több vendéglátóhelyen fektetnek igen nagy hangsúlyt a gin kínálat kialakítására. Emellett megjelentek a gin specifikus események is, ahol olykor extrém tételeket is meg lehet kóstolni.

Személyesen is megtapasztalhattam, hogy a munkahelyemen a régen négy-öt tételes kínálatból egy impozáns 13 tételből álló, szerintem különleges választék alakulhatott ki. Amiért külön hálás vagyok, hogy ennek az összeállításában én is közreműködhettem. Időközben a szívemhez is közel került ez az ital. Ahogyan mélyebbre ástam a történelmében rádöbbenem, hogy nem csak egy egyszerű szeszes itálról van szó, hanem egy nagyon különleges spiritről, amely évszázadokig visszanyúló történelemmel rendelkezik.

Amikor tavaszi szemeszter során átgondoltam miről is szeretnék írni majd a tanulmányaim végén szinte gondolkodás nélkül a gin témát választottam. Hamar megfogalmazódott bennem az is, hogy a magyar ginek a legkedvesebbek számomra, így mindenképp ezeket venném górcső alá. Kis utánajárást követően megtaláltam a dolgozatom témáját, és a hazai ginek vonatkozásában ilyen jellegű kutatásra tudomásom szerint még nem került sor.

A kutatásomhoz a hazai piacról választottam öt tételt. Az elmúlt években sorra mutatták be a hazai pálinkafőzdek a gin különlegességeiket, a Panyolai Szilvórium Zrt., Agárdi pálinkafőzde és a Seven Hills Distillery vagy az Árpád pálinkafőzde a saját gin párlatokat készített, de felbukkantak már csak ginre szakosodott főzdek is. 2018-ban megnyílt az Első Magyar Gin Manufaktúra Zrt., mely az Opera Gin előállítója, valamint nem sokkal később, 2022-ben, az angliai World Gin Awards-on arany érmet szerző Misi's.

A lepárlók igyekeznek ötvözni a hazai sajátos ízeket a klasszikus gin fűszerekkel, így jöhetett létre az Árpád Paprika Gin párlat, a Lavender Tihany Gin, vagy a Tokaj Gin.

Ezekben a ginekben jellegzetes hazai ízek és illatok jelennek meg, ahogy azt sokszor a nevük is sugallja, például paprika, levendula vagy a tokaji aszú ízvilága. Különlegességüknek köszönhetően olyan Magyarországon készült gineket eredményeztek, melyek számos aranyérmet szereztek az utóbbi időben.

Tanulmányomban azt kívánom megvizsgálni, hogy egyes üvegek címke design-ja befolyásolja-e, és ha igen mennyire a gin fogyasztóinak elfogadottságát, tulajdonságát és vásárlási szándékát. A vizsgálatban résztvevő gineket mind a magyar piacról választottam.

Kutatásom egyik alap kérdése: Befolyásolja-e a címke az első benyomást a palackban rejlő minőségről?

A szemkamerás mérésen a Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar - turizmus-vendéglátás - képzésben résztvevő hallgatói vettek részt, akik egy fogyasztói érzékszervi tesztben is közreműködtek.

A dolgozatom végén összevetem a szemkamera által kapott adatokat és az érzékszervi teszt eredményét. A kutatásom eredményt ad arról, hogy a gin palackján található címke érdeklődést felkeltő hatása és a valós íz élmény között milyen összefüggés lehet. Vizsgálom, hogy egyes üvegek címke design-ja befolyásolja-e, és ha igen mennyire a gin elfogadottságát, tulajdonságát és a fogyasztók vásárlási szándékát.

Ezt a mai felgyorsult társadalomra tudom alapozni, hiszen, ahogy a fogyasztó megnézett egy címkét, a másodperc tized része alatt dönt róla, hogy megveszi-e, vagy sem. Attól függetlenül, hogy egyáltalán tudná, milyen az adott termék minősége, a címkéje alapján hoz döntést. Így megállapítható akár a résztvevő tudatos akarata nélkül is, hogy melyik címke tetszik számára.

2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

A gin történelmének feltárása egészen a középkori Európáig vezet vissza. Amiről főként a 11. századi feljegyzésekben található információ. Abban az időben az orvosok a gyógynövények és fűszerek gyógyhatását alkohollal igyekeztek kivonni gyógyászati célokra. A gin elődje a jenever, avagy a genever nevű ital, ami hollandul a borókát jelenti. A gin, mint ital főként a 16. században a mai Hollandia és Belgium területén volt fellelhető. Kezdetben a genevert gyógyászati célokra használták leginkább veseproblémák kezelésére. Az ital népszerűsége gyorsan nőtt, mivel a desztillációs technikák fejlődésének köszönhetően egyre jobb és nagyobb mennyiségben tudták előállítani (Internet 1).

Ezután a geneverre igen hamar felkeltette az angolok figyelmét is amikor nem sokkal később, katonáik a holland földön harcoltak a spanyolok ellen a 17. században. Ekkoriban a „holland bátorság”, azaz Dutch courage néven vált híressé, annak köszönhetően, hogy a csaták előtt a katonák gyakorta fogyasztották bátorságnövelés céljából. A háború hatására vált népszerűvé Angliában, ahol a desztillálás folyamata gyorsan népszokássá vált (Barnett, 2011).

2.1. Gin Forradalom

Angliában a gin fogyasztása és gyártása robbanásszerűen növekedett a 18. században. Ez a hirtelen ugrás valószínűleg annak volt betudható, hogy az angol kormány nem szabályozta a főzdeket és szabadon engedélyezte azok működését és a ginhez szükséges alapanyagok árát is megfizethetővé tette. Ezt az időszakot az úgy nevezett „Gin Craze” -nek hívják, köszönhetően a londoni lakosság nagy százalékának, akik mondhatni a gin rabjává váltak. Az ital mindenki számára elérhető volt még a szegényebb rétegeknek is rendkívül alacsony árának köszönhetően (Gordon, et al., 1993).

Ezt az időszakot egy rendkívüli hanyatlás követte abból az okból kifolyólag, hogy a század elején lévő „Gin Craze” számos társadalmi probléma okozójává vált, emiatt a népszerűsége érthetően megcsappant. A gin mértéktelen fogyasztása súlyos alkoholizmushoz, közegészségügyi problémákhoz és családok széthullásához vezetett. (Madden, 2004). Így a 18. század végére megkapta a „Mother’s Ruin” elnevezést, a társadalomra való destruktív hatásaiért. Ebben az időszakban a nők körében élvezett különösebb figyelmet, mely végül odáig fajult, hogy a halálozási ráta megelőzte a születéseket (Internet 1).

Ezek miatt a Brit parlament 1729-ben bevezette a nyolc közül az első Gin törvényt, amely megpróbálta szabályozni a gin előállítását, valamint forgalmazását is remélve, hogy ezzel csökkenteni tudják a társadalomra gyakorolt ártalmas hatásait.

A törvényeknek végül sikerült jelentős javulást elérni, hiszen rendkívül szigorú szabályok alá vonták a főzdeket, ami minőségbeli javulást is eredményezett. Ezek a szankciók és Aeneas Coffey lepárlója segítettek a gin presztízsének helyreállításában, így finomabb és magasabb minőségű italok kerülhettek a piacra (Internet 1).

2.2. A Gin evolúciója

A gin hírneve végül a 19. században állt helyre. Ebben hatalmas szerepet játszottak a brit katonák, akik az indiai gyarmatokon, a kínafa kérgét tartalmazó keserű italt fogyasztottak. Melyet az ottani doktorok malária ellen javasoltak, ami végül tonik néven vált világhírűvé. A keserű italt a katonák a gin fűszerességével egészítették ki, hogy ízletesebbé váljon. Így alakult ki a Brit Birodalom egyik legnépszerűbb itala a *gin-tonik* (Barnett, 2011).

A 20. század elejére a gin egyre inkább a közép és felsőosztály közkedvelt italává vált. Az iparág növekedésének következtében pedig egyre többféle és márkájú ital jelent meg a kínálatban. Az 1920 és 1933 között tartó szesztilalom alatt az Egyesült Államokban a gin volt az egyik legközkedveltebb csempészáruk egyike, a könnyű előállíthatósága miatt. Az amerikai bárkultúra kialakulása is segített hírnevének helyreállításában, ezekben az időkben vált szélesebb körben is népszerűvé, a *Negroni* és a *Martini* koktél is (Wondrich, 2010).

Az ital az 1950-es és 60-as években került újra reflektorfénybe a ma ismert klasszikus koktélokhoz köszönhetően. Széles körben vált ismét elérhetővé és ahogyan a hagyományos bárokban úgy már az otthoni koktélpartikon is megjelent (Internet 1).

2.3. A Gin reneszánsza

A 21. században a gin újfajta virágkorát éli. Az egyre népszerűbb kézműves helyi lepárlók egyedi termékei lendületet adtak az italnak. A modern főzdek különféle fűszernövények, botanikai összevetőkkel gazdagítják repertoárjukat melyek sokszínű ízvilágot eredményeznek. A kézműves ginek készítése nemcsak Európában, hanem az Egyesült Államokban, Ázsiában és Ausztráliában is gyorsan terjednek, így mára már több száz különböző márká és stílus közül válogathatnak a gin szerelmesei (Williams, 2014).

A gin már a modern gasztronómia és italkultúra oszlopos eleme. Reneszánsza nem csupán a desztillációs technológiák fejlődésére épül, hanem arra is, hogy a fogyasztóit új ízekkel és különleges élményekkel kecsegtet. A kézműves ginek fűszerezéséhez egyre több különleges összetevőt használnak, mint virág és citrusfélék legkülönlegesebb fajtái, melyek révén az újvonalas gin sokkal komplexebb, mint a korábbi évszázadokban.

Mindezek mellett azonban az is igaz, hogy a mai főzdek egyre jobban igyekeznek a fenntarthatóság felé haladni olyan lépésekkel, mint a helyi alapanyagok használata. Ennek következtében az italok regionális sajátosságokkal rendelkeznek, ami még inkább ösztönzi a fogyasztókat különböző márkák felfedezésére (Knoll, 2018).

A gin-tonik manapság is az egyik legnépszerűbb formája a gin fogyasztásának, de a folyton újuló innovatív koktéltkultúra révén sok száz új formában jelent meg. Az italt a fine dining éttermeknek hála már étel-ital párosítások keretei között is megkóstolhatjuk. Nem szabad elfeledni azonban, hogy az modern italkultúra hogyan alakította át a gin szerepét, valamint a különleges fűszerezések és a modern lepárlási technikák hogyan segítettek a gint vissza a megérdemelt helyére (Internet 1).

2.4. A Gin fajtái

A gin olyan borókaízesítésű szeszes ital, amelyet érzékszervileg megfelelő mezőgazdasági eredetű etil-alkohol borókabogyóval (*Juniperus communis* L.) való ízesítésével állítanak elő. A gin minimális alkoholtartalma 37,5 térfogatszázalék. A „gin” kifejezés kiegészíthető a „dry” kifejezéssel, amennyiben a termék a végtermék 1 literében megtalálható legfeljebb 0,1 g cukron kívül nem tartalmaz hozzáadott édesítőt (Internet 2).

A gin fejlődése során számos különféle típust különböztettek meg. Mindegyike sajátos lepárlási és ízesítésű technikák jellemzik. Az ital a sokszínűségét a lepárlási stílusok és földrajzi adottságoknak köszönheti, ez emeli ki és teszi megunhatatlanná és még színesebbé (Knoll, 2018).

2.4.1. London Gin

A „London gin” kifejezés kiegészíthető a „dry” kifejezéssel (Internet 2). Ez a típus a 19. század során kapott olyan nemzetközi figyelmet, aminek következtében azóta is az egyik legismertebb és legelterjedtebb fajtája a ginnek. Főként a boróka és a citrusfélék kombinációi dominálnak az összetevőiben, mely egy tiszta és friss íz világot tár a fogyasztó elé. A London Gin szabályai megkövetelik, hogy kiváló minőségű alapszeszből kell készülnie, továbbá kizárólag valódi botanikai összetevők kerülhetnek az üstbe és a kész termékhez nem adhatnak sem cukor sem mesterséges aromákat. Ez azonban azt eredményezi, a nevéből is adódóan, hogy egy szárazabb ízt kapunk végeredményül. A borókán túl alap fűszerei a koriander és angyalgyökér is melyek a végső harmóniát finomítják (Knoll, 2018).

2.4.2. Old Tom Gin

A gin a túlszűfolt 18. századi piac egyik jellegzetessége volt. Édességének köszönhetően, vált közkedvelté, amit cukorral és mézzel értek el, azonban ez az ízpárosítás azért jött létre, hogy kompenzálják a silány minőséget, illetve a kesernyés ízt. A minőség hiányából kifolyólag az 1751-es törvény után népszerűségének hamar leáldozott, de a modern gin kultúrának köszönhetően újra feltámadhatott, hiszen ma már nem azért használnak hozzá különféle édesítőket, hogy a rossz minőséget leplezzék, hanem azért, hogy még izgalmasabbá tegyék a gint az által, hogy a London dry-al ellentétben nem száraz, hanem édes íz világot kóstolhatunk. Egyedülálló édeskés, lágy íz profilja révén lehetővé tette, hogy a bárkultúrában történelmi helye legyen és megalapozza a modern gin kultúrát.

2.4.3. Plymouth Gin

Ez a típus egy földrajzilag védett fajta, ami azt foglalja magába, hogy csak és kizárólag az angliai Plymouth városában állíthatják elő. A London Dry-hoz hasonlóan száraz ám kevésbé fűszeres és jóval lágyabb. Inkább az olyan földes jegyek kerülnek előtérbe, mint az angyalgökök, koriander és kardamon. Mára már csak egy olyan lepárló maradt, ami Plymouth gint gyárt. A Black Friars Distillery, ami 1793 óta gyárt gint egy egykori domonkos rendi kolostorban (Internet 3). Ez a típus a brit haditengerészet hajóin, a rendszeres fogyasztás mellett fontos orvosságnak is számított (Williams, 2014).

2.4.4. Navy Streight Gin

Egy rendkívül magas alkoholtartalmú italról van szó, amely minimum 57% százalékos és a Plymouth egyik változata. Nevét a brit haditengerészettől kapta, mert ilyen vagy ennél magasabb alkohol százaléku gint engedélyeztek a hajókon. Ha bele is ömlött véletlenül a puszkaporba, a magas szesztartalomnak köszönhetően használható maradt és úgy is meg tudták gyújtani. Ízprofilja intenzív ezt természetesen a magas alkohol tartalmának köszönheti, mint ahogy azt is, hogy aromái erőteljesebbek és koncentráltabbak. Karakteres íze miatt a koktél világban is egyre keresettebb.

2.4.5. Sloe Gin

A sloe gin olyan likőr, amelyet kökény ginnel történő kivonatolásával készítenek, esetleg kökénylé hozzáadásával. A sloe gin minimális alkoholtartalma 25 térfogatszázalék (Internet 4). Ez a típus már - már a likőrökhöz közelít, amit az is jól mutat, hogy nem is tiszta ginnek, hanem gyümölcs italnak tekintik. Fő ízvilágát és színét a kökény kölcsönözi, amit cukorban és alkoholban áztatnak.

Egy édesebb, gyümölcsösebb és leginkább lágyabb, típus a hagyományosokhoz képest. Az őszi téli hideg időszakokban magában is gyakran fogyasztják, ahogy koktélokban is. Régen az angol vidék hagyományos italának tartották, népszerűsége pedig az arisztokrata körökben tetőzött.

2.5. A Gin fűszerei

A fűszerek adják meg az ital igazán egyedi komplexitását. A borókán túl számos egyedi gyógynövény járul hozzá ahhoz, hogy a gin összehatása kellően karakteres legyen. Ezen alapanyagok gondos kiválasztása és precízen kimért arányuk határozza meg, hogy egy adott tétel mely ízvilághoz sorolható.

- **Boróka (*Juniperus communis* L.):** Ez az ital lelke, e nélkül nem is tekinthető ginnek a gin. Ez a bogyós fenyőféle adja a jellegzetes kissé citrusos, fenyős, gyantás ízét. Különböző alfajai eltérő ízharmoniót kínálnak, így minden lepárló gondos odafigyeléssel válogatja meg mely fajtával dolgozzon. Jellemző, hogy az északi éghajlatokon érettebb földes íz köszön vissza, míg a déli mediterrán helyeken frissebb citrusos jegyeket hordoz magában. Így a lepárló mesterek számára fontos kérdés, hogy ezt az összetevőt miként emelik ki (Enescu, et al., 2016).
- **Koriander (mag) (*Coriandrum sativum* L.):** Második legfontosabb összetevője az italnak, amely egyensúlyba helyezi a fenyős és citrusos jegyeket. Szárított formájában megidézi az erdei méz ízét, valamint a tűlevél és a bors illatát, azonban enyhe narancshéj és fahéj ízt is felfedezhetünk. Nagyban hozzátesz a komplexitáshoz, mégpedig abban, hogy nem túl domináns, de mégis észrevehető fűszeres karaktert ad (Internet 1).
- **Angyalgyökér (*Angelica archangelica* L.):** Enyhén kesernyés, gyökeres-földes karaktert ad a ginnek. Fontos szerepe, hogy egyensúlyt tartson, a botanikus alapanyagok közt egyfajta stabilizációs szerepet tölt be. Ezt az is jól mutatja, hogy a ginben megjelenő ízek összetartóbbak és jól kiemeli a többi összetevő aromáit. E nélkül az ital akár túl könnyeddé vagy instabillá válhat (Smith and Jackson, 2015).
- **Orris gyökér (*Iris germanica* L.):** Rendkívül illatos, virágos jegyeket hordozó alapanyag mely az angyalgyökérhez hasonlóan stabilizáló szerepet tölt be a végső ízprofilban. Képes hosszabban megőrizni a gin aromáit, melyet a virágos jegyek még jobban kiemelnek. Különösen fontos a prémium ginek esetében, ahol már az ital illata és élettartalma is prioritássá vált (Williams, 2014).

- **Citrusfélék:** Leggyakrabban használt citrusok közé tartozik a citrom, narancs, grapefruit, valamint egyre nagyobb szerepet kap a yuzu is. Ezek mind a friss élénk karaktert erősítik. Ezeknek a citrusoknak jellemzően a héját használják fel a desztillálás folyamán. Természetes olajaik magas intenzitással jelennek meg a végső ízekben. Frissítő saviak kiválóan egyesülnek a boróka, fenyős jellegeivel (Internet 1).
- **Borsfélék:** A fekete és rózsabors pikáns jegyeket ad, a komplexitás fonalán. Csípős, pikáns jellegük jól kiemeli a borókafenyő vonalait, miközben egy újabb intenzív ízt ad hozzá. A modern kézműves ginekben a borsfélék igen gyakoriak, lehetőséget adnak a fűszeresség kiemelésre, így egy új trendet létrehozva (Knoll, 2018).
- **Gyógynövények:** Az illatos, virágos, sokszor gyógynövényes aromákat jellemzően a levendula, kamilla és a zsálya adja. Ezek az összetevők egy lágyabb karaktert kölcsönöznek a végső terméknek, melyek mondhatni rétegenként érezhetőek ki.
- **Egyéb fűszerek:** A fahéj és a szerecsendió meleg télies jelleget, míg a szegfűszeg egy izgalmas fűszeres csípősséget ad hozzá, amelyek sokszor visszaköszönnek az illat vagy íz jegyekben. Különösen fontosak a bárvilágban is, sok klasszikus koktél alapját is ezek a fűszerek képezik (Wondrich, 2010).

2.6. Érzékszervi vizsgálat alapelvei és jelentősége

Az érzékszervi vizsgálatok a termék érzékszervi tulajdonságainak, élvezeti értékének megállapítására irányuló értékelő, minősítő vizsgálatok, melyek során a termék külső megjelenését, színét, ízét, illatát (zamatát) élvezeti értékét vizsgáljuk, a tulajdonságairól nyerünk információkat. (Molnár, 1991)

Az érzékszervi vizsgálatok nemzetközi szabványokon alapulnak. A szabványos érzékszervi elemzés módszereket az ISO 6658:2017 tartalmazza. Az érzékszervi vizsgálatok alapját az érzékszervi észlelések képezik, amelyben az emberi érzékszervek, mint mérő műszerek vesznek részt.

Az ISO 8589:2007 szabvány írja le a szabványos vizsgálat lebonyolításhoz és érzékszervi elemzésére szolgáló vonatkozó előírásokat. A kiválasztott értékelők és szakértő érzékszervi értékelők kiválasztási kritériumait és képzési és ellenőrzési eljárásait, pedig az ISO 8586:2023 szabvány dokumentálja.

Az érzékszervi elemzésről a megfelelő érzékszervi értékelő laboratóriumi személyek kiválasztásáról az ISO 13300-1:2006 szabvány rendelkezik, és a szabvány leírja az érzékszervi elemzéssel foglalkozó vezető fő tevékenységeit és felelősségeit is. (Kókai & Sipos, 2020).

Az érzékszervi vizsgálatoknak különösen fontos szerepe van az alkoholos italok esetében, mivel ezen italok megítélése nagyban függ az érzékszerveken keresztül tapasztalt élményektől.

Az íz, illat, látvány és a textúra mind a test különböző érzékszerveivel érzékelt kulcsfontosságú tulajdonságok a minőség megítélésében. Az egyes érzékszervi tulajdonságokra specifikusan érzékeny érzékszerveinkkel érzékeljük az élelmiszerek különböző tulajdonságait.

Az érzékszervi tulajdonságok közül az egyik legfontosabb a termék íze, valamint a zamat, amely magában foglalja az íz és az aroma komplex fogalmát. (Armbruszt, et al., 2007).

Az másik kulcsfontosságú tulajdonságának tekintik, a fogyasztók a termék színét, mely több tényezőt is befolyásolhat, preferenciát, esztétikát, érzékszervi minőséget. (Tuorila et al., 2008).

A borok, sörök és párlatok mind komplex íz és aromaprofilokkal rendelkeznek, amelyek igénylik az érzékszervi vizsgálatot a fogyasztói élmény optimalizálása érdekében.

Az alkoholos italok esetében legfőbb célja ezeknek a vizsgálatoknak, hogy a termék jellegzetes tulajdonságait meghatározzák és azok állandóságát biztosítsák a gyártási folyamatok során. Ezek az információk segítenek az új termékek kifejlesztésében, a meglévők finomításában és a versenytársak termékeivel való összehasonlításában. Az érzékszervi tulajdonságok alapvető fontosságúak az italok értékelésében és elfogadhatóságában (Kókai & Sipos, 2020).

A preferenciát befolyásolja a márkaismeret. A legtöbb érzékszervi vizsgálat úgynevezett vakteszt, amikor a tesztelők nem ismerik a termékek márkáját, ezért az előírásoknak megfelelően egyedi véletlen előállított háromjegyű nem nullával kezdődő kódszámot látnak az egyes tételek mellett (Meilgaard, et al., 1991).

2.6.1.Érzékszervi tulajdonságok és vizsgálati módszerek

A látáson keresztül az információk, mintegy 70%-át kapjuk. Az ital színe nem csak esztétikai szempontból fontos, hanem a minőségről is adhat információt a kóstoló számára. Ezért sok esetben a csomagolás és a márkajelzés is eltávolításra kerül az ital ismertetését megelőzően. A hallás csupán áttételesen jelenik meg az élelmiszerek vagy italok értékelésében. Italoknál ilyen a dugó vagy kupak kinyitása, a szénsavas italok esetében. A szaglás a legérzékenyebb érzékszervünk. Nagy hangsúlyt kell fektetni a szaglás technikájára és a minták közt megfelelő mértékű szünetek beütemezésére. Többnyire a szagok, illetve illatok leírása okoz nagyobb nehézséget a bírálók számára. Az ízlelés során az ízek intenzitását és tisztaságát vizsgálják figyelve arra, hogy nincs-e kellemetlen nem kívánt illat.

A nyelv középső területét kivéve szinte mindenhol találhatóak egyes ízekre érzékeny sejtek. Jelenleg 5 alap ízt különböztetünk meg, melyek az édes, savanyú, keserű, umami és sós (Csépe, et al., 2007).

Ezek kombinációja eredményezi a harmonikus ízérzést. A tapintásnak fontos szerepe van az élelmiszerek vizsgálatában. Szilárd élelmiszereket kézzel vagy szájjal minősítjük, folyékonyakat pedig a pohárban történő mozgatással, illetve kóstolással elemezzük.

Az érzékszervi vizsgálatok módszereit két fő csoportra lehet bontani. Az egyik a résztvevők jártassága szerint, ami alapján 2 típusról beszélhetünk. Fogysztói vagy képzett, szakértői bírálatról. A másik lehetőség, hogy a módszerek típusai szerint csoportosítunk, így lehet a vizsgálat, különbségvizsgálat, leíró vizsgálat és rangsorolós vizsgálat (Kókai & Sipos, 2020).

2.7. Szemkamera és működése

Az eye-tracking, azaz szemkamerás (későbbiekben ET) technológia alapvető fontosságú a vizuális figyelem és információfeldolgozás világában. Az eszköz a szem mozgását követi, rögzíti és elemzi, hogy az alany milyen vizuális elemekre mennyi ideig koncentrálnak. Az adatok elemzésével feltárható, hogy a felhasználó, mely elemeket figyeli, milyen sorrendben tekinti meg azokat és mennyi időt tölt egy adott részleten. Az ET két fő típusra osztható (*1. ábra*), asztali és viselhető szemkövető. Az asztali rendszerek infravörös technológiát használnak, melynek segítségével rögzítik a szem és a retina visszavert fényét, így követve a szemmozgást. A viselhető eszközök jóval kompaktabbak, ami lehetővé teszi a felhasználók természetes mozgását, miközben a szemmozgást ugyan úgy rögzítik.

A fő különbség a két típus között, hogy míg az asztali eszközt laborkörülmények között tudjuk használni, addig a hordozható ideális lehet laboron kívüli mérések elvégzésére, például boltbejárás vizsgálatára. Az asztali eszközt egy laptop-hoz vagy egy számítógép monitor-hoz lehet rögzíteni, így a képernyőn kivetített vizuális stimulusok vizsgálatára van lehetőség. Segítségével minden, ami vizuálisan megjeleníthető, vizsgálható. A hordozható eszköz kinézetét tekintve olyan, mint egy szemüveg.



1. ábra: A szemkamera két típusa. Balra az asztali, Tobii Pro Nano, jobbra a hordozható, Tobii Pro Glasses 3 eszköz
Forrás: Internet 4

A szemkamerák a pupilla és szaruhártya reflexiós módszer (PCCR, Pupil Centre Corneal Reflection) elvén működnek. Ekkor az eszköz által kibocsátott közel infravörös fény – mely az emberi szem számára láthatatlan – a pupillákon keresztül jut a szembe, a szaruhártya pedig visszaveri azt. Az eszköz mindegyik típusa három fő részből áll: kamerák, projektorok és algoritmusok, melyek segítségével az eszköz szoftvere pontosan ki tudja számítani, hogy a vizsgált személy hova nézett. A kamerák feladata, hogy nagyfelbontású képet készítsen a szemekről és a reflexiós mintákról, melyeket az algoritmusok elemeznek.

Végül, az algoritmusok kiszámítják, hogy a szem helyzetét és meghatározzák azokat a pontokat, ahova a résztvevő nézett.

A begyűjtött adatok két alapvető elemre összpontosítanak. A fixációkra, amikor a szem egy adott pontra koncentrál, és szakkádokra, amikor gyorsan vált a tekintet egyik pontról a másikra. Az ezekből nyert adatok segítenek a kutatóknak megérteni, hogy az egyén hogyan dolgozza fel a látott információkat, mi az, ami különösen megragadja a figyelmét, és hogyan történik a döntéshozatal a vizuális információk alapján (Anthony Lambert, 2020).

A szemkamera szoftveréből különböző szemkövetési paraméterek kinyerésére van lehetőség, melyek az alábbiak (Szakál et al., 2022):

- Time To First Fixation (TTFF, első fixációig eltelt idő);
- First Fixation Duration (FFD, első fixáció időtartama);
- Fixation Duration (FD, fixáció időtartama);
- Fixation Count (FC, fixációk száma);
- Dwell Duration (DD; látogatások időtartama) és
- Dwell Count (DC, látogatások száma).

2.7.1. Alkalmazási területek

Az ET technológiának alkalmazására széles körű lehetőségek vannak. Például az oktatásban lehetővé teszi a tanulási folyamatok hatékonyságának növelését, azáltal, hogy a tanárok a vizuális anyagaikat a diákok figyelmi mintázatai alapján optimalizálják. A marketing területén pedig az ET technológia lehetővé teszi, hogy a hirdetések tervezése során figyelemvizsgálatok alapján javítsák a reklámok hatékonyságát. A kutatók nyomon követhetik mely elemek vonzzák leginkább a fogyasztó figyelmét, és mennyi ideig figyelik ezeket az elemeket. Így optimalizálni tudják a termékek és szolgáltatások bemutatását (Antony Lambert, 2020).

Ahogy a kutatók egyre mélyebben megértik az emberi érzékszervek működését, a marketingeseknek egyre nagyobb rálátásuk lesz, hogy a fogyasztók hogyan reagálnak a különböző érzetekre (Zurawicki, 2010).

A marketingkutatás folyamatos fejlődése mellett azt látjuk, hogy a neuromarketing módszertani lehetőségei korlátozottan tudnak megjelenni mind a tudományos kutatásokban, mind pedig a piaci gyakorlatban. Bár a tudástermelés folyamatos, mégsem tűnik egyértelműen tisztázottnak, mely kutatási problémák esetében kívánatos, ajánlott vagy éppen kérdéses az eszköz használata, ezért a szemkamerás kutatások jellemzően kiegészítő módszerként jelennek meg a kutatásokban.

A kutatási téma bizonytalansága mellett ezen kívül olyan módszertani kérdések merülnek fel az eszközzel kapcsolatban, melyek a használhatóság bizonytalanságát okozzák. Így például nem egzakt módon meghatározott, hogy milyen típusú eszközökkel és mekkora mintaszámmal érdemes mérni adott kérdésekben különböző célcsoportokat (Lázár, 2021).

2.8. Célkitűzés

Kutatásom során a célom az, hogy megállapítsam, melyik címke vonzza leginkább a vizuális figyelmet, valamint arra is kíváncsi vagyok, hogy a csomagolás alapján mennyire tudják a fogyasztók felmérni az egyes termékek árát. Ezen kérdések megválaszolására egy szemkamerás mérést fogok végezni.

Továbbá, a műszeres mérésen résztvevő hallgatók egy fogyasztói érzékszervi tesztben is részt fognak venni, ahol azt szeretném feltárni, hogy melyik magyar gint kedvelik a legjobban a magyar fogyasztók.

- Hipotézis 1.: Befolyásolja-e a palack megjelenése az első benyomást a palackban rejlő minőségről?
- Hipotézis 2.: Kiemelt jelentősége van-e a gin színének az érzékszervi bírálatkor?
- Hipotézis 3.: Van-e kapcsolat a vizsgált ginek típusa és az íze között?

3. MÓDSZERTAN

3.1. Tudományos előzmények

A szemkamerás vizsgálat egyre elterjedtebb, ami annak is köszönhető, hogy akár milliméter pontossággal tudja lekövetni a szem mozgását. Követi, hogy mely területekre, és hogy azon belül mennyi ideig figyel az emberi szem. Így a kérdőíves módszerrel ellentétben sokkal pontosabb képet kaphatunk, mert a résztvevőknek nincs ideje gondolkodni a lehetséges elvárt válaszon, mivel a szem a másodperc tört része alatt kiválasztja a neki tetsző terméket (Danner, et al., 2016).

Felgyorsult világunkban nap, mint nap több száz reklámmal találkozhatunk az utcán sétálva, a social media felületeken, vagy akár csak az internetet böngészve. A közösségi felületeken már algoritmusok segítik elő, hogy személyre szabott reklámot láthassunk (Kómár, 2020). Ennek következtében megnőtt a kereslet a szemkamerás vizsgálatoknak a csomagolásra fókuszált vizsgálatára, mert a kérdőíves felmérésekben az embereknek több idejük van gondolkodni, így nem feltétlenül tükrözi az igazságot a beküldött eredmény.

Az érzékszervi minőségi vizsgálat azonban nagyon nehéz, hiszen az eredmény nem csak a terméken múlik, hanem magán a fogyasztón is. Egyes alkoholos italokat, mint például whiskyt vagy brandyt széles körben tanulmányoznak műszerekkel is. Más desztillált italokat, mint a gint, annak ellenére, hogy világszerte széles körben fogyasztják és nagy sikernek örvend, kevés dokumentált tanulmány készült az érzékszervi profiljáról. A gin fűszereit nagyban jellemzi a boróka és a koriander, de képzett bírálók jóval több fűszert tudnak kiérezni (Riu, 2011).

Internetes kutatásaim során számos forrást találtam, ahol szeszes italok címkéjének szemkamerás vizsgálatával foglalkoztak (Liu, C. et al., 2022; Szakál, et al., 2023).

Viszont olyan tanulmány még nem készült, ami specializáltan gin palackokat vizsgál szemkamerával. Így ez egy hiánypótló tanulmány. Az ital változatossága, készítési mechanizmusai, valamint az, hogy egy-egy címke mögött mennyi munka és kísérletezés van, mindig is érdekelt.

3.2. Anyag és módszer

A mérés egy rövid előadással kezdődött, amiben a gin történelméről, készítéséről, alap fűszereiről, felhasználásáról és jelenlegi helyzetéről beszéltem. A vizsgálatban résztvevő gineket (2. ábra) mind a magyar piacról választottam. Számomra különlegesebb tételeket választottam ki, melyek mind megjelenésben, mind ízvilágban kitűnnek. Az előadást követően a résztvevők először egy fogyasztói érzékszervi teszten, majd azt követően egy szemkamerás mérésen vettek részt.



2. ábra: A vizsgálatban szereplő ginek termékfotója (termékek neve balról jobbra: Opera Gin, Seven Hills Tokaj Gin, Balaton Gin, Agárdi Chameleon Gin és Panyolai Spiced Gin)

Forrás: Saját szerkesztés

A vizsgált termékek érzékszervi bírálata az MSZ 9600:2016 a szeszes italok érzékszervi vizsgálata szabvány szerint történt, és az alábbi sorrend szerint haladt: Opera Gin, Tokaj Gin, Balaton Gin, Chameleon Gin, Spiced Gin. A bíráló csoport 36 főből állt, az érzékszervi vizsgálat során a termékek tulajdonságait a Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar - turizmus-vendéglátás - képzésben résztvevő hallgatói, értékelték, akik tanulmányaik során tanultak az alkoholos italokról előadás és gyakorlat keretében, ismerik a bírálói módokat, azonban nem képzett személyek, ezért a bírálat nagymértékben tartalmaz szubjektív elemeket.

Minden vizsgálatnál, így az érzékszervi vizsgálatoknál is kulcsfontosságú a szabvány szerinti környezet biztosítása így vizsgálatban szereplő ginek bírálatát a Budapesti Gazdasági Egyetemen az erre a célra kialakított Sommelier teremben végeztük el.

Az érzékszervi vizsgálati mintákat a bírálók vaktesztben minősítették, ezért a bírálók nem tudhatták meg, milyen gin tételre fognak minősíteni. A bírálók nem ismerték a termék márkáját, árát, és csomagolását, hanem egy nem nullával kezdődő kódolt minta alapján kérdeztem meg a véleményüket.

A kiválasztott magyar gineket véletlen módon előállított három számjegyű kódokkal láttam el és a bírálók mindannyian kaptak egy előre elkészített bírálati lapot, amelyen a kódolt számokat látták a kóstoló poharaknak megfelelő méretű körben, amelyre, ha ráhelyezték, azokat a folyamat legvégén be is tudták azonosítani.

Az összehasonlításhoz a minták térfogatának, mennyiségének és hőmérsékletének is azonosnak kell lennie. A mintákat a bírálati helyiségtől és a bírálóktól elszeparált helyen, külön előkészítő helyiségben készítettem el.

A kóstolás tételenként történt, amihez egységesen egy-egy centiliter mintaegységet töltöttem átlátszó poharakba mindegyik mintából, amelyek szobahőmérsékletűek voltak.

Ezután tájékoztattam a résztvevőket a kóstolás menetéről, és arról, hogy az értékelés az erre kialakított Google Forms felületen történt, ahol a színt, az illatot, az ízt, a lecsengést, a fűszeres jelleget, valamint ezeknek az együttes hatását pontozták (1-9) Likert-skálán.

Az új minták után megfelelő időt hagytunk az értékelések átgondolására, valamint a folyamatos hidratálásra is. A kérdőív kialakításánál az egyszerűsége törekedtem, mivel a válaszadói hajlandósága nagyban függ a kérdések megfogalmazásától (Kókai & Sipos, 2020).

3.2.1. Szemkamerás vizsgálat

A kutatásomhoz a Tobii Pro Glasses 3 (Tobii AB, Danderyd, Svédország) szemkamerát használtam, amely segít a szemkövetési paraméterekre vonatkozó adatok kinyerése a Tobii Pro Lab v.1.241 (Tobii AB, Danderyd, Svédország) szoftverrel. Amit fontos kiemelni erről a szemkameráról, hogy ez egy hordozható (dinamikus) szemkamera, ami a turizmus-vendéglátás területén alkalmazható például kiállítások vagy éttermi étlapok (Smith és mtsai., 2019) vizsgálatára a készülék 2 lencséibe 16 fényforrás és 4 kamera van beépítve, míg a keretbe egy 106°-os látómezővel rendelkező kamera található. A környezeti hangok rögzítése érdekében egy mikrofonnal is el van látva. A fej és a szem mozgásának megkülönböztetését egy gyorsulásmérő, egy giroszkóp és egy magnetométer biztosítja (Internet 5).

3.2.2. Kérdőív

Minden résztvevőt megkértünk, hogy töltsön ki egy kérdőívet, amiben kérdéseket fogalmaztam meg a demográfiai adatok összegyűjtésére, úgymint a

- nem,
- kor,
- legmagasabb iskolai végzettség és
- lakhely,

illetve kérdéseket tettem fel a gin fogyasztási kultúrájukkal kapcsolatban is, mint

- milyen gyakran fogyaszt gint,
- hol fogyaszt leggyakrabban gint,
- milyen szempontokat vesz figyelembe gin vásárlás során.

3.2.3. A mérés folyamata

Első lépésként a résztvevőket szóban tájékoztattam, hogy mi is az a szemkamera, hogyan működik és milyen információkra tehetünk szert használatával, valamint elmondtam a mérés folyamatát és hogy mit kell tenni a mérés befejezéséhez.

Ezt követően a résztvevők felvették a szemüveget, amibe a szemkamera be van építve. A készülék szoftvere egy gyors kalibrációt hajtott végre, ami után a résztvevők már szemrevételezhették is a termékeket.

Először az volt a feladatuk, hogy kiválasszák a csomagolás alapján számukra leginkább tetsző terméket, majd szintén a csomagolás alapján meg kellett állapítaniuk, hogy ár szerint hogyan rangsorolhatók a termékek, a rangsorolást pedig a termékek átrendezésével tették meg. Minden résztvevőnek korlátlan idő állt rendelkezésre a feladat elvégzésére.

A feladat befejezését követően eltávolították a szemkamerát a fejükről, majd a méréssel kapcsolatban egy kérdőívet fognak kitölteni.

3.2.4. A fogyasztói érzékszervi teszt során mért adatok elemzése

A válaszokat az általános mutatók segítségével dolgozom fel (átlag, max., min., szórás) majd diagramon ábrázolom. Ezt a demográfiai, gin fogyasztási és az érzékszervi teszt adataival is megtettem. Majd ezeket összevettem és a levontam a következtetéseim.

3.2.5. A szemkamerás mérés során mért adatok elemzése

A választás és az FD (Fixation Duration, az adott pontra eső fixációk időtartama, [s]) értékek közti összefüggést vizsgáltam. Ennek megfigyelésére azért van szükség, mert a választási feladatoknál az esetek több, mint 90%-nál az tapasztalható, hogy amelyik termékre nagyobb vizuális figyelmet fordítanak a résztvevők, végül azt fogják választani.

A rangsorolás eredményeit Friedman-próbával elemeztem, hogy lássam, tapasztalható-e szignifikáns különbség az egyes termékek között. Az elemzéshez az XLSTAT (Lumivero, Denver, USA) szoftvert használtam.

3.3. A vizsgált Ginek

3.3.1. Opera Gin

Az Opera Gin egyike a hazai piacon készülő legelső, úttörő ginek közül. Az Újpest peremén található kézműves manufaktúrában születik meg az a nem mindennapi íz, és aromavilággal bíró prémium gin. A gin megalkotásakor fontos szempont volt, hogy a gin fő komponensének számító boróka hazai, ellenőrzött forrásból érkezzen, így garantálva annak magas minőségét és kifogástalanságát. Az Opera Gin nem csak klasszikusnak számító fűszerekkel – angelika gyökér, fahéj, koriander, szegfűszeg- operál, - hanem egy igazán egyedi, már-már hungarikumnak számító mák is került az italba, mely egyedi karakterrel ruházta fel. A gin rendkívül tiszta, komplex és letisztult fogyasztását akár önmagában, akár koktélok alapjául is bátran ajánljuk. A hazai ginek között kiemelkedő, így nem érdemes kihagyni.

Két év tervezés, előkészítés és kemény munka után 2018. április 17-én megalakult az Első Magyar Gin Manufaktúra, így ők lettek az első igazi mikro ginleparló Magyarországon. Azóta tiszta kukorica szeszből, természetes növényekkel és 11 féle fűszerrel párolják ginjüket. A budapesti városfalak közt elfeledett lepárlási hagyományokat élesztették újjá.

Az első pillanattól kezdve egyértelmű volt a küldetés: a legmagasabb minőség elérése a gin eredetének megtagadása nélkül. Ezért az Opera Gin nemcsak a London Dry Gin szabványainak felel meg, hanem a nemes hagyományos magyar ízeket is megidézi. Védett receptjükhöz tartozó botanikai alapanyagok kiválasztásakor olyan összetevőket kerestek, amelyek kiemelik ginjük eredetét, egyben olyan egyedi ízvilágot és aromát is nyújtanak, ami még ismeretlen a ginivók számára (Internet 6).

3.3.2. Tokaj Gin

Vezető fűszerei a borókán túl a marokkói koriander, feketeribizli, pink grapefruit, kubeba és rózsabors, zempléni erdei fenyőörügy, homoktövis, illetve természetesen a hárslevelű szőlő és bodzavirág. Hosszú, komplex gin, ahol már rögtön az illatán érezni, hogy ez valami teljesen más. Az összesen 21 felhasznált fűszer tökéletes összhangban van, nem dominálja túl egyik sem a másikat, ezért is élvezhető olyan hosszan, akár csak az illatolása is ennek a ginnek. Szobahőmérsékleten, tisztán, illetve G&T-ben kifejezetten száraz indian tonikkal javasolt fogyasztani. Egykörös, oszlopos lepárlási technológiával készül, ahol a fűszerek egy részét 24 órán keresztül áztatják az üstben, majd az ezt követő lepárlási napon további fűszerekkel gazdagítják a macerátumot, ill. egy speciális gőzkosárban friss alapanyagokat helyeznek el. Így az egykörös lepárlási módszer valójában több technológiát ötvöz, és ad egy nagyon komplex végeredményt. Különlegessége továbbá, hogy a ginek világától alapvetően életidegen a fermentatív aromatika, mely az egyes alapanyagok külön fermentálásán (erjesztésén) alapszik, de ez két alapanyagnál is megvalósul, ugyanis a hárslevelű szőlőt és a bodzavirágot is külön fermentálva és lepárolva adják hozzá az üstben kavargó ízekhez és illatokhoz (Internet 7).

3.3.3. Balaton Gin

A Balaton hazánk egyik legismertebb, emblematikus tájegysége. Az idelátogató vendégeket szinte kivétel nélkül elvarázsolja a környék egyedi hangulata különleges atmoszférája. A termék azt a páratlan hangulatot szeretné megidézni fogyasztóink számára.

Ez a kézműves magyar gin, képes magában foglalni egy adott tájegység minden rá jellemző kincseit és visszatükrözni annak ízeit, aromáit. A Balaton Gin egy könnyed aromájú, lágy ital, amely a környéken termő jellegzetes összetevők egyvelegéből jött létre.

A borókán túl a legfőbb összetevői muskotályos szőlő, birs, bodza, levendula és egyéb természetes fűszerek (Internet 8).

A bodza virága édes aromájával varázsolja gyümölcsössé a párlatot. A birs jellegzetes, enyhén citrusos íze frissítővé és kiváló long drink alapanyaggá teszi az italt. A muskotályos szőlő a Balaton talán legismertebb gyümölcs típusa, amely már nem csak egy jó borral tud elvarázsolni, a Balaton Gint is ez teszi a többi gabonapárlatnál lágyabbá és selymesebbé. A levendulát a tudományos és a népi gyógyászat is elismeri, nyugtató és gyógyító hatásai mellett. Tihany és környékének ismertető jegye, kiváló fűszer, amely ital karakterét adja, szép lecsengéssel téve kerekké az íz élményt (Internet 9).

3.3.4. Chameleon Gin

Ezt az Agárdi Sloe típusú gint a visszafogott borókás tónusok mellett a finom citrusosság uralja. Illatában és ízében az egzotikus jegyek kényeztetik érzékeinket. Az ital egyedi színét természetes virágból nyeri, mely tonikkal, vagy citrommal keverve lila színre változik (Internet 10).

3.3.5. Spiced Gin

Kézműves jellegének köszönhetően minden egyes palack Spiced Gin nagy gondossággal, kiemelt figyelemmel készül. Különleges ízélményét fűszernövények sokasága és élénk színe adja. Önmagában vagy long - drinkként széles lehetőségeket nyújt (tonikkal, citrom- és lime karikával, mentával, hibiszkusz virággal).

Ízvilága az északi típusú ginek felé hajlik, a boróka és egyéb gyógy- és fűszernövények találhatóak benne. A zöld szín természetesség és egyediség ötvözete. Az összetevők komplexitása miatt mindenki megtalálhatja benne saját ízvilágát (Internet 11).

4. EREDMÉNYEK

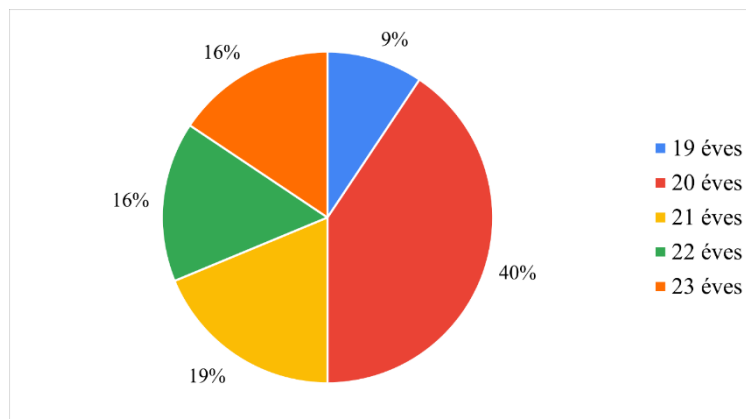
A kutatás szemkamerás vizsgálatán 32 fős csoportot vizsgáltam, ez a csoport a vizsgálat megkezdése előtt egy kérdőívet töltött ki demográfiai adatokról, illetve a gin tudásukról.

4.1.A demográfiai kérdőív eredményei

Az első négy ábrán az alap demográfiai adatok láthatóak. Vizsgálom, hogy a válaszadóknak hogyan alakul a nemek, az életkor, az iskolai végzettség és a lakóhely szerinti megoszlásuk.

A nemek szerinti megoszlás úgy alakult, hogy a válaszadók 53 %-a férfi és 47%-a nő, azaz a nők és férfiak aránya nagyon közel áll egymáshoz, Ezek alapján kijelenthető, hogy a kutatásban mindkét nem reprezentatívan jelenik meg.

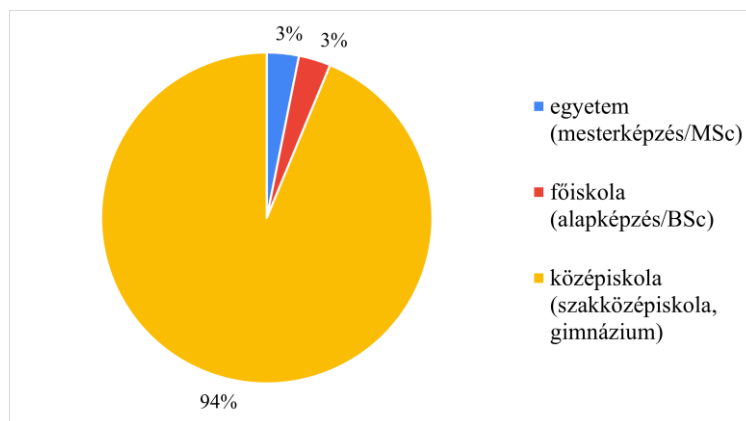
Az életkor szerinti megoszlást a 3. ábra mutatja be. Ez alapján kijelenthető, hogy a válaszadók életkora 100%-ban 19 és 23 év között alakul. Életkort tekintve egy homogén egységet alkotnak.



3. ábra: Életkor szerinti megoszlás (%)

Forrás: Saját kutatás, 2024, n=32

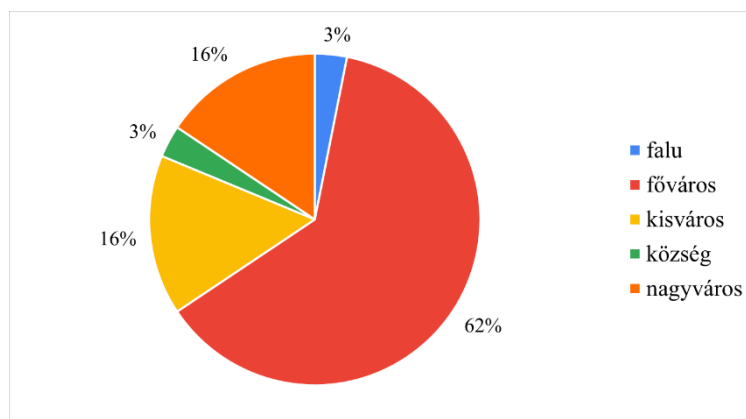
A 4. ábra bemutatja a résztvevők iskolai végzettségét, amiből jól látható, hogy a válaszadók 94%-ának még nincs felsőfokú végzettsége. Viszont nem figyelmen kívül hagyható, hogy a 6%-a vagy már rendelkezik egy alapfokú végzettséggel, vagy már egy mesterképzést is elvégzett.



4. ábra: Iskolai végzettség szerinti megoszlás (%)

Forrás: Saját kutatás, 2024, n=32

A lakóhely szerinti megoszlás (5. ábra) alapján az mondható el, hogy a válaszadók közel két harmada, 62%-a, a fővárosban lakik életvitelszerűen. Továbbá 16-16%-a lakik a kitöltőknek nagyvárosban vagy kisvárosban, illetve 3-3%-a lakik faluban vagy községben.

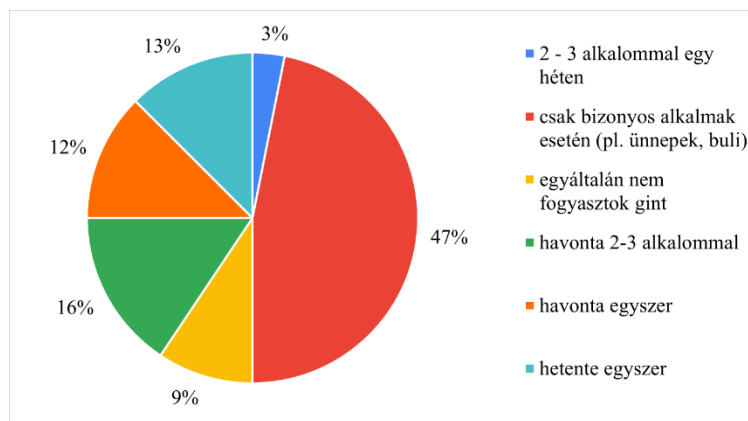


5. ábra: Lakhely szerinti megoszlás (%)

Forrás: Saját kutatás, 2024, n=32

A kérdőív következő részében arra voltam kíváncsi, hogy a kitöltőknek milyen gin fogyasztási, valamit vásárlási szokásaik vannak. Az itt megadott válaszok alapján tudták a rájuk legjellemzőbb állítást kiválasztani.

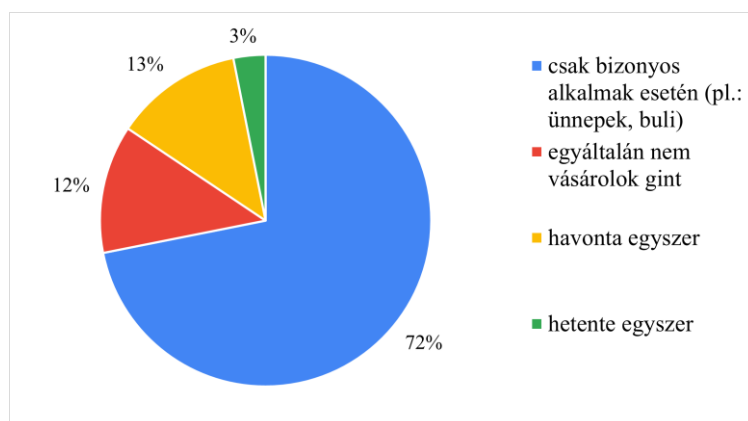
Az első kérdés ebben a szakaszban a gin fogyasztásának gyakoriságára irányult. Jól kimutatható (6. ábra) hogy a többség, 47%-a, csak bizonyos alkalmak esetén fogyasztja az italt, mint ünnepek vagy születésnapok. A válaszadók 3%-a heti rendszerességgel, 2-3 alkalommal, míg 16%-a havonta 2-3 alkalommal, 13%-a heti, 12%-a havi gyakorisággal, míg 9%-a pedig egyáltalán nem fogyaszt gin alapú italt.



6. ábra: Gin fogyasztás gyakoriságának megoszlása (%)

Forrás: Saját kutatás, 2024, n=32

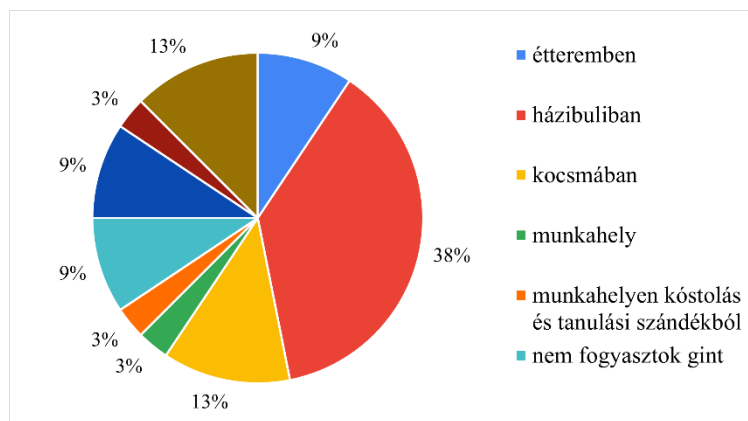
A következő kérdés a gin vásárlási szokásokra irányult (7. ábra), ahol ugyan az fedezhető fel, hogy a túlnyomó többség, 72%-a ugyan úgy csak bizony alkalmak esetén vásárol gint, mint ünnepek vagy születésnapok. A további válaszadók kevésbé megosztottak 3%-a hetente, 13%-a havonta, míg e szerint a kérdés szerint 12%-a pedig egyáltalán nem fogyaszt gint.



7. ábra: Gin vásárlási szokás megoszlása (%)

Forrás: Saját kutatás, 2024, n=32

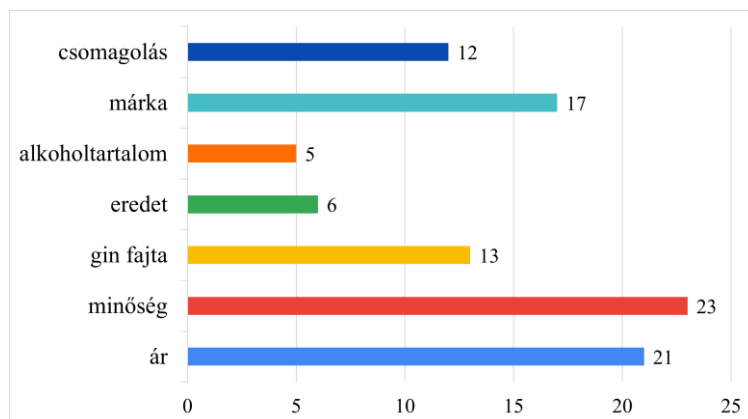
A harmadik kérdés ebben a szakaszban a fogyasztás helyszínének megismerésére szolgál (8. ábra). A válaszadók többsége, 38%-a házibulikban fogyasztanak, 13-13%-a kocsmában vagy vendégségben. Ugyanúgy, 9-9%-a, otthon vagy egyáltalán nem fogyaszt gint. Míg a válaszadók 3%-a szórakozóhelyen, munkában tanulás szándékából, vagy egyszerűen csak a munkahelyén fogyasztanak gint vagy gin alapú italt.



8. ábra: Gin fogyasztás helyszínének megoszlása (%)

Forrás: Saját kutatás, 2024, n=32

A 9. ábrán az látható, hogy vásárlás során milyen szempontokat vesznek figyelembe a kitöltők. Ennél a kérdésnél a válaszadók akár az összes a számukra releváns opciót bejelölhették, illetve egy „egyéb” mező is volt hagyva, ha egy résztvevőnek más szempont is mérvadó, de a listán nem szerepelt. A három legfontosabb szempontnak a minőséget, 23-an, az árat, 21-en, illetve a márkát 17-en választották. A legkevésbé befolyásoló tényezők az alkoholtartalom 5, az eredet 6 és a csomagolás 12 válasszal.

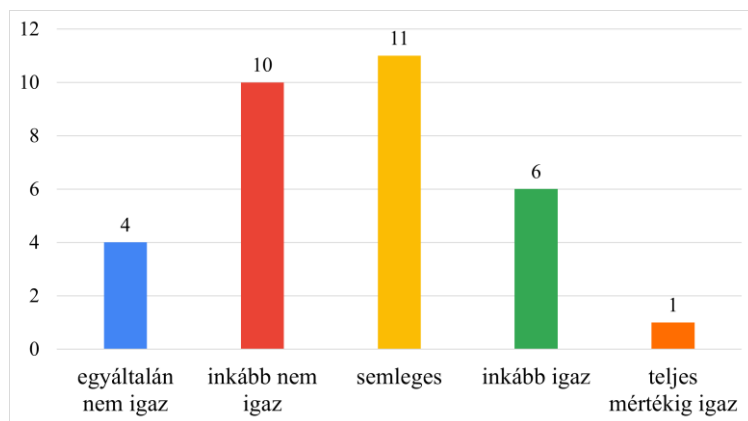


9. ábra: Gin vásárlás szempontjainak megoszlása (%)

Forrás: Saját kutatás, 2024, n=32

A kérdőív harmadik, egyben utolsó szakaszában a kitöltők gin tudásáról próbáltam információt kapni öt kérdés segítségével, amire minden esetben egy öt tagú skálán kellett választ adniuk, ahol az 1-egyáltalán nem értek egyet, az 5-nagyon egyetértek érték volt. A kérdésekre saját belátásuk szerint kellett válaszolniuk.

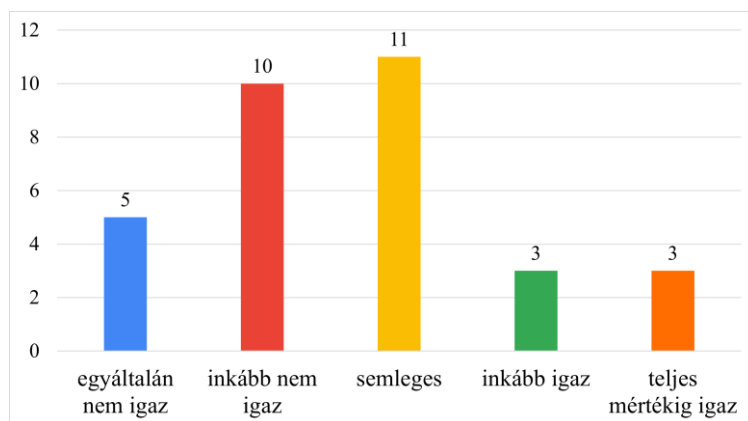
A 10. ábrán az látható, hogy a csoportból 11-en semlegesek, 10-en inkább nem, 6-an inkább igen, 4-en egyáltalán nem, és egy valaki pedig teljesen egyetértett a kérdéssel.



10. ábra: Elég sokat tudok a ginekről.

Forrás: Saját kutatás, 2024, n=32

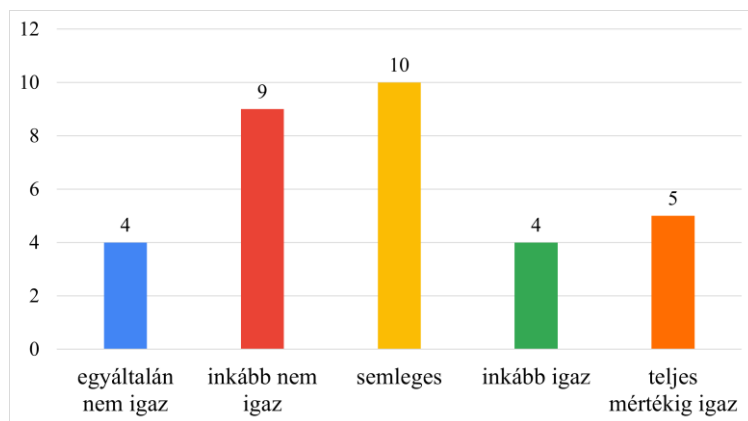
Arra a kérdésre, hogy tudják-e mi alapján kell megítélni a gin minőségét (11. ábra) már magabiztosabb választ adtak. A csoportból 11-en semleges, a 10-en inkább nem, 5-en egyáltalán nem, illetve 3-3 válaszadó pedig inkább vagy teljesen egyetértett.



11. ábra: Tudom mi alapján kell megítélni a gin minőségét.

Forrás: Saját kutatás, 2024, n=32

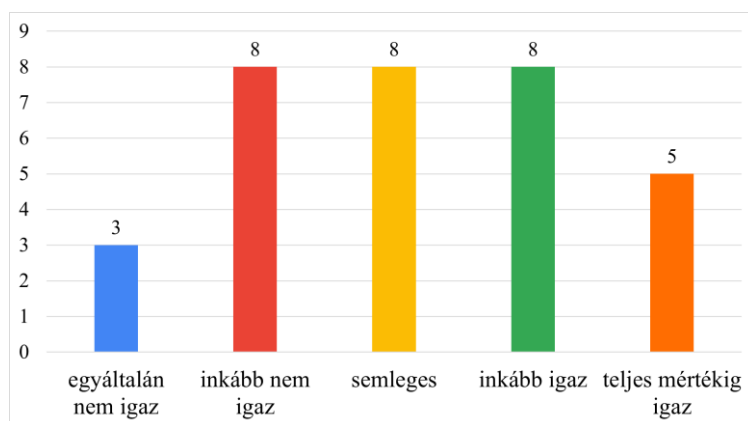
Arról, hogy eleget tudnak-e a ginekről ahhoz, hogy magabiztosan vásároljanak (12. ábra) már megosztóbban válaszoltak. A csoportból 10-en semleges, a 9-en inkább kevésbé, 5-en teljesen, 4-4 személy egyáltalán nem vagy inkább egyetértettek a kérdéssel.



12. ábra: Azt hiszem, eleget tudok a ginekről ahhoz, hogy magabiztosnak érezzem magam, amikor vásárlók.

Forrás: Saját kutatás, 2024, n=32

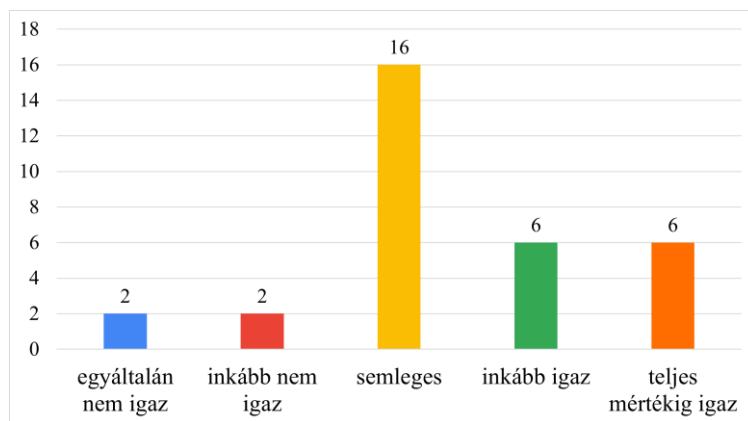
A legmegosztóbb kérdés a ginekkel kapcsolatos tájékozottságukra kérdezett rá (13. ábra) amivel 8-8-an inkább igen, semlegesen vagy inkább nem érzik magukat tájékozottnak. E mellett 5-en teljes mértékig, míg 3-an egyáltalán nem értettek egyet.



13. ábra: Nem nagyon érzem magam tájékozottnak a ginekkel kapcsolatban.

Forrás: Saját kutatás, 2024, n=32

Arra pedig, hogy képesek-e megítélni, megéri-e egy üveg gin az árát (14. ábra) közel egyhangúan válaszolta ugyanis a csoport fele, 16-an semlegesen, 6-6 egyaránt az inkább igen vagy teljes mértékben és 2-2 válaszadó pedig inkább nem vagy egyáltalán nem tudja megállapítani.



14. ábra: Meg tudom állapítani, hogy egy üveg gin megéri-e az árát vagy sem.
Forrás: Saját kutatás, 2024, n=32

4.2. Az érzékszervi bírálat eredményei

Minden gint egy random kóddal láttunk el annak érdekében, hogy a kóstolás után az eredményeket be tudjuk azonosítani. Az Opera Gin a 292-as kódot, a Tokaj Gin a 741-es kódot, a Balaton Gin a 876-os, Chameleon Gin a 318 -as míg a Spiced Gin a 976-os kódot kapta. A kóstolás során a bírálók kérdőívben rögzítették a válaszaikat, ahol a kód megadása után tudtak választ adni a kérdésekre, melyekre egy kilenc tagozatú skálán fejthették ki a véleményüket, ahol az „1” azt jelentette egyáltalán nem tetszik, a „9” pedig azt, hogy nagyon tetszik.

4.2.1 Az Opera Gin érzékszervi tulajdonságai

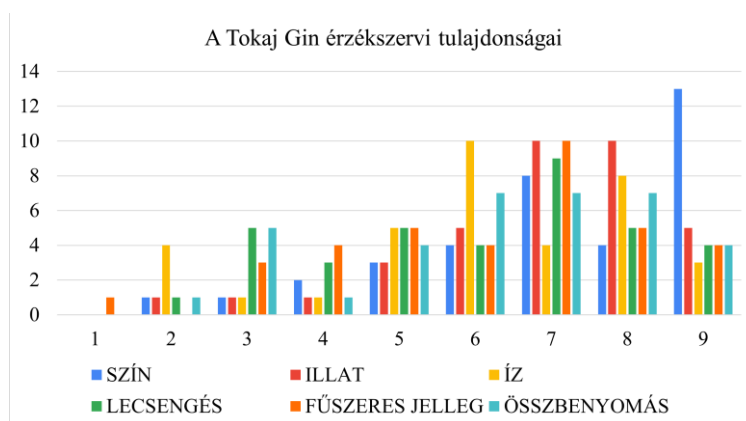
Az Opera Gint jelöltem be a tételek közül az alap ginnek, így ezzel kezdem az érzékszervi bírálatot. Jól látható a 15. ábrán, hogy szinte minden mutató átlag feletti eredményt ért el. Közel a csoport fele az ízt, az összbenyomást, és a teljes ízhatást is hét pontra értékelte.



15. ábra: Az Opera Gin érzékszervi tulajdonságai
Forrás: Saját kutatás, 2024, n=36

4.2.2. A Tokaj Gin érzékszervi tulajdonságai

A 16. ábrán a látható, hogy a Tokaj Gin is hasonlóan jó értékeléseket kapott, mint az Opera Gin. A csoport közel fele a színét értékelte kilenc pontra. Az illatát a fűszeres jelleget hét pontra értékelték. Az íze és illata is magas pontszámot kapott a terméknek, hosszú komplex ízhatása miatt, valamint kiemelkedik a hárslevelű szőlőt és a bodzavirág illata.



16. ábra: A Tokaj Gin érzékszervi tulajdonságai
Forrás: Saját kutatás, 2024, n=36

4.2.3. A Balaton Gin érzékszervi tulajdonságai

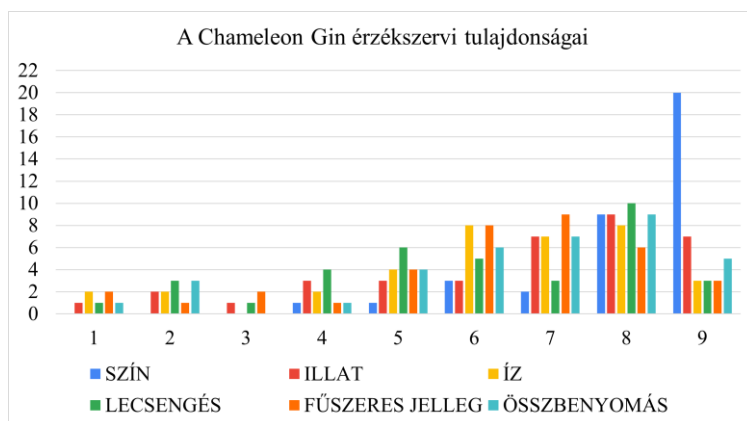
Jól látható (17. ábra) a Balaton Gin eredményein, hogy az összbenyomást 13 értékeléssel, és a teljes ízhatás 14 értékeléssel kiemelkedő. Az illat is kiemelkedően magas pontszámot kapott, köszönhetően, hogy ennek a kézműves magyar ginnek a borókán túl legfőbb összetevői a muskotályos szőlő, a levendula és a birs. Az is látható, hogy kategóriánként öt-öt résztvevőtől kapott hat pontot.



17. ábra: A Balaton Gin érzékszervi tulajdonságai
Forrás: Saját kutatás, 2024, n=36

4.2.4. A Chameleon Gin érzékszervi tulajdonságai

Kiemelkedően jól teljesített a szín kategóriában a Chameleon Gin (18. ábra). A csoport közel kétharmada 9 pontra értékelte az egyedi színét. Ezt a gint visszafogott borókás tónusok jellemzik ennek köszönheti a lecsengésnél kapott magas pontszáma.



18. ábra: A Chameleon Gin érzékszervi tulajdonságai
Forrás: Saját kutatás, 2024, n=36

4.2.5. A Spiced Gin érzékszervi tulajdonságai

A 19. ábrán látható, hogy a színe közel a csoport felének tetszett, ám minden más mutatója alább marad. Az íz és illat világa az északi típusú gineket tükrözi, boróka gyógy- és fűszernövények jellemzik.

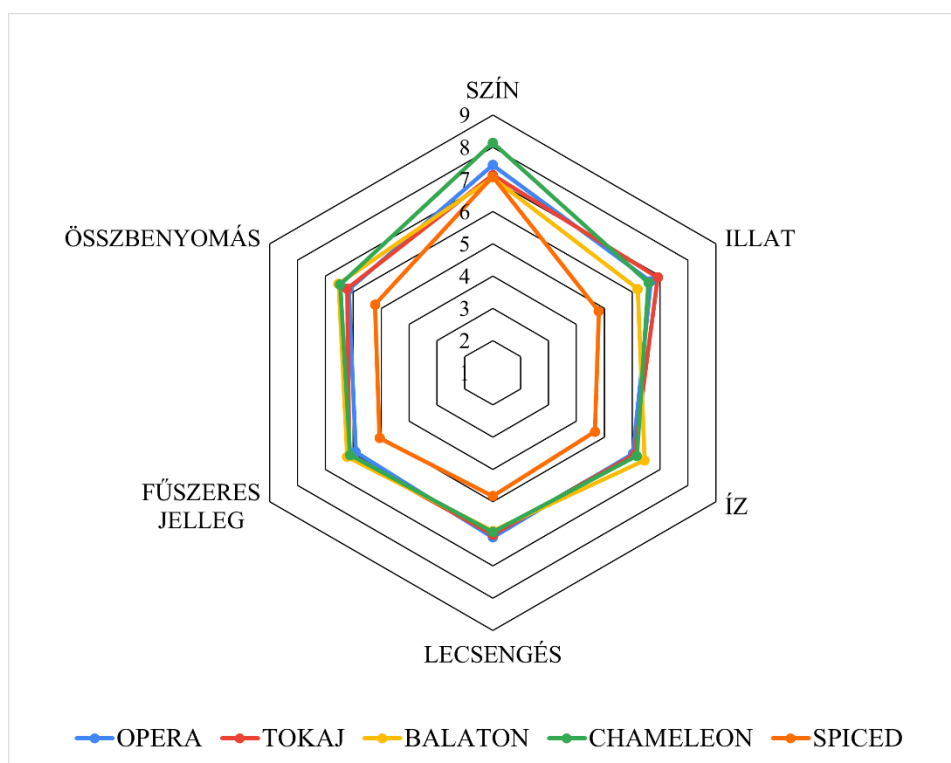


19. ábra: A Spiced Gin érzékszervi tulajdonságai
Forrás: Saját kutatás, 2024, n=36

4.2.1 A érzékszervi bíráló elemzése

A 20. ábrán látható egy összegzés, ahol az adatokat tételenként és kategorikusan átlagoltam, így egy kerek összképet kapva az eredményről. Négy márka esetében három érzékszervi megítélésben nem volt szignifikáns eltérés: íz, lecsengés, összbenyomás.

A Spiced Gin színe jó értékelést kapott, de más mutatói lemaradtak a többihez képest. Minimális eltérést mutatnak az adatok az illatnál és az összbenyomásnál. A Chameleon Gin színe kiemelkedően tetszett a résztvevőknek. Az illatot elemezve a Tokaj Gin és a Spiced között különbség adódott. Az összbenyomást elemezve látható különbségek születtek, de az Opera Gint egyiktől sem lehet elkülöníteni. Jól kivehető az is, hogy a szín minden tételnél magasabb értékelést kapott a többi tényezőhöz képest, ez különösen a Chameleon és a Spiced Gin esetében jelentős, ugyanis azok színe eltér a megszokott áttetszőtől. Az illatjegyekben, ha nem is kimagaslóan, de a Tokaj Gin lett a legkedveltebb.



20. ábra: Az öt gin márka érzékszervi profilja
Forrás: Saját kutatás, 2024, n=36

4.3. Szemkamerás mérés eredményei

Az 1. táblázat mutatja be azt, hogy az egyes termékeket hányszor választották a mérésben résztvevő személyek, míg a 21. ábra az egyes termékekre eső FD értékek átlagát szemlélteti. E kettő együttes vizsgálata azért fontos, mert általában elmondható, hogy a résztvevők azon terméket választják, amelyikre a nagyobb vizuális figyelmet fordítják. A táblázat alapján jól látható, hogy a legkevesebbszer a G5 jelöléssel ellátott Seven Hills Tokaj Gint választották (3 fő), ezt követi szintén alacsony választási számmal a G2 jelölésű Panyolai Spiced Gin (4 fő). A legtöbben – közel a résztvevők harmada – a Balaton Gint (G3) választotta (9 fő), melyet szorosan követ az Opera Gin (G1) és az Agárdi Chameleon Gin 8 – 8 választással. Úgy gondolom, hogy nagyobb résztvevő szám mellett a választásban mutatkozó értékek jobban elkülönülnének, az FD átlagértékek és a választás közti összefüggés jobban vizsgálható lenne, így érdemes lenne a jövőben nagyobb résztvevő számmal elvégezni ezt a kutatást. Az 21. ábrát vizsgálva, az nincs összhangban teljes egészében a választási arányokkal. A résztvevők a legnagyobb vizuális figyelmet a G4 jelöléssel ellátott Agárdi Chameleon Ginre fordították, ami bár a választási számok szerint nem az első helyen áll, de ahhoz nagyon közel helyezkedik el. Az FD átlagértékek alapján a legkisebb vizuális figyelem a G2 jelölésű termékekre (Panyolai Spiced Gin) esett, ami szintén nem az utolsó helyen áll, de ahhoz közel helyezkedik el, az utolsó előtti helyet foglalja el a sorrendben.

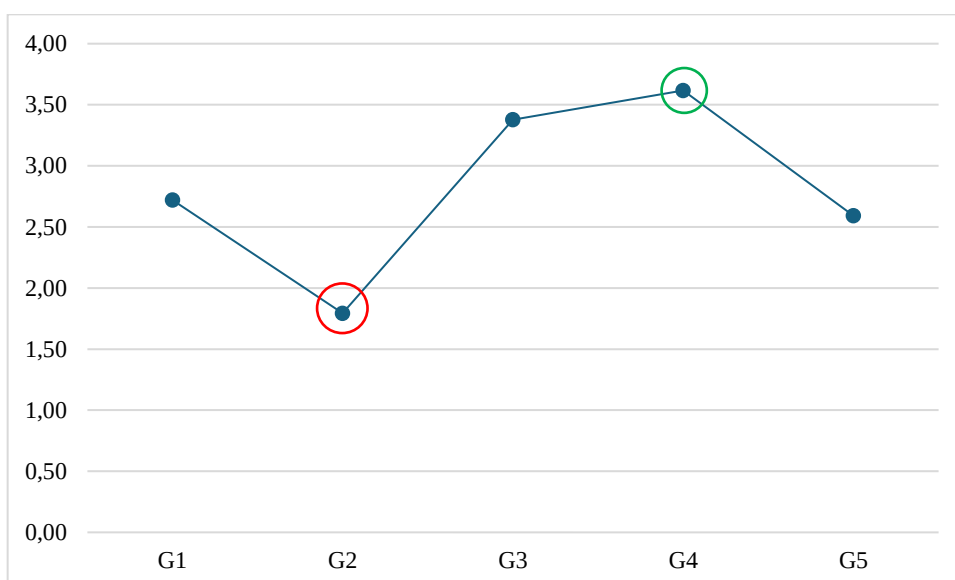
Nemek tekintetében jelentős különbséget tapasztaltam. Az Agárdi Chameleon Gint (G4) csak nők választották, míg a Panyolai Spiced Gint (G2) csak férfiak. Ennek oka feltehetőleg a gin színe és a termék külső megjelenése. Az Agárdi Chameleon Gin (G4) egy lilás-kékes színű termék, melynek csomagolása nőies, kifinomult jegyeket hordoz, így nem meglepő, hogy a nők inkább ezt a terméket részesítették előnyben. A Panyolai Spiced Gin (G2) egy élénk zöld ital, melynek címkéje fekete és férfias vonásokat tükröz. Illetve, fontos megemlítenem, hogy azok, akik a Balaton Gint (G3) választották, mind arról számoltak be, hogy a választásuk hátterében az állt, hogy a termék csomagolása egyszerű, letisztult, az apró részletek miatt pedig magas minőséget mutat. A Seven Hills Tokaj Gin (G5) termék esetében többen azt a visszajelzést adták, hogy azért nem választották ezt a terméket, mert a csomagolás egyszerűsége miatt a termék olcsónak tűnik. A későbbiekben látható lesz, hogy ez az ár szerinti rangsorolásban is tükröződik.

1. táblázat: A választások száma az egyes termékekre nézve

Termék jele	Választás mennyisége (darab)
G1	8
G2	4
G3	9
G4	8
G5	3

(Jelölések: G1: Opera Gin; G2: Panyolai Spiced Gin; G3: Balaton Gin; G4: Agárdi Chameleon Gin; G5: Seven Hills Tokaj Gin; piros szín: legkevesebbet választott termék, zöld szín: legtöbbet választott termék)

Forrás: Saját kutatás, 2024, n=36



21. ábra: FD adatok átlagértékének ábrázolása az egyes termékekre vonatkozóan

(Jelölések: G1: Opera Gin; G2: Panyolai Spiced Gin; G3: Balaton Gin; G4: Agárdi Chameleon Gin; G5: Seven Hills Tokaj Gin; piros szín: legkevesebbet választott termék, zöld szín: legtöbbet választott termék)

Forrás: Saját kutatás, 2024, n=36

A rangsorolás kapcsán kiemelendő, hogy egyetlen résztvevő sem tudta pusztán a termék szemrevételezése alapján felállítani az ár szerinti helyes sorrendet, annak ellenére sem, hogy a résztvevők között volt olyan, aki a munkájából adódóan nap, mint nap találkozik a mérésben szereplő termékekkel. Illetve, többen arról számoltak be, hogy az egyes termékek csomagolása vitte el őket a nem megfelelő sorrend kialakítása felé.

A vizsgálatban szereplő termékek közül a legdrágább a Seven Hills Tokaj Gin (G5), amit összesen 13 hallgató ítelt meg a legolcsóbbnak és mindössze nyolc hallgató gondolta úgy, hogy ez a termék a legdrágább.

Azon résztvevők, akik úgy gondolták, hogy ez a termék a legolcsóbb, arra hivatkoztak, hogy a termék címkéje annyira egyszerű volt, hogy bennük ezt az érzetet keltette, valamint páran úgy nyilatkoztak, hogy a címke olcsó hatást kölcsönöz a terméknek. A legolcsóbb termék az Opera Gin (G1), amit többen rosszul állapítottak meg, ugyanis a legolcsóbb jelzővel mindössze hat hallgató illette ezt a terméket, míg a legdrágább, és a második legdrágább helyre összesen 14 hallgató sorolta be. Ez utóbbi a résztvevők indoklása szerint annak köszönhető, hogy a termék címkéje rendkívül díszes, annak dizájnja drága hatást kölcsönöz a terméknek.

A Friedman-próba alapján (2. táblázat) megállapítható, hogy az öt termék esetében nem volt szignifikáns különbség tapasztalható ($p = 0,562$), azonban a kapott eredmények alapján kialakult sorrend ár tekintetében jelentősen eltér a valós sorrendtől. A valós sorrend a következő volt: Opera Gin (G1), Panyolai Spiced Gin (G2), Balaton Gin (G3), Agárdi Chameleon Gin (G4) és Seven Hills Tokaj Gin (G5). A 2. táblázat alapján jól látható, hogy az alapvetően legdrágább terméket ítélték a legolcsóbbnak, ami a címke egyszerűségének tudható be. A második legolcsóbb terméket (G2) pedig a második legdrágább helyre sorolták be.

2. táblázat: Friedman-próba eredményei ($p = 0,562$)

Termék jelölése	Friedman-próba eredményei
G5	2,609
G1	2,969
G4	3,031
G2	3,172
G3	3,219

(Jelölések: G1: Opera Gin; G2: Panyolai Spiced Gin; G3: Balaton Gin; G4: Agárdi Chameleon Gin; G5: Seven Hills Tokaj Gin; piros szín: legkevesebbet választott termék, zöld szín: legtöbbet választott termék)

Forrás: Saját kutatás, 2024, $n=32$

5. KÖVETKEZTETÉSEK

Nemek tekintetében jelentős különbséget tapasztaltam. Az Agárdi Chameleon Gint csak nők választották, míg a Panyolai Spiced Gint csak férfiak. Ennek oka feltehetőleg a gin színe és a termék külső megjelenése. Az Agárdi Chameleon Gin egy lilás-kékes színű termék, melynek csomagolása nőies, kifinomult jegyeket hordoz, így nem meglepő, hogy a nők inkább ezt a terméket részesítették előnyben. A Panyolai Spiced Gin egy élénk zöld ital, melynek címkéje fekete és férfias vonásokat tükröz. Összeségében a szín is nagyon meghatározó tényező lehet, főként egy marketing stratégia megalkotásában, amikor a célközönségről döntenek. Így elmondható, hogy a bírálat során kiemelt jelentőséget kaphat a gin színe.

Kiemelendő, hogy bár alacsony létszámú csoporttal dolgoztam, a választást a gin külső megjelenése nagyban befolyásolta. Azon résztvevők, akik úgy gondolták, hogy a Tokaj Gin a legolcsóbb, arra hivatkoztak, hogy a termék címkéje annyira egyszerű volt, hogy bennük ezt az érzetet keltette, valamint páran úgy nyilatkoztak, hogy a címke olcsó hatást kölcsönöz a terméknek. A legolcsóbb termék az Opera Gin, amit többen rosszul állapítottak meg, ugyanis a legolcsóbb jelzővel mindössze hat hallgató illette ezt a terméket, míg a legdrágább és a második legdrágább helyre összesen 14 hallgató sorolta be. Ez utóbbi a résztvevők indoklása szerint annak köszönhető, hogy a termék címkéje rendkívül díszes, annak design-ja drága hatást kölcsönöz a terméknek.

Válaszolva a kutatási kérdésekre, hogy fontos-e a megjelenés bármilyen termék esetében: Igen. A hazai piac kis mérete miatt nagyon nagy hangsúlyt kell fektetniük a főzdeknek, hogy megfelelő és kifejező csomagolással adják át a lepárló mester által palackba zárt művet, és alkotói attitűdöt. Sok mindent el lehet mondani a ginről, ám azt biztosan nem, hogy egy egyszerű és unalmas ital lenne. Reneszánszának hála még nagyobb figyelmet kap ez az ital. Így a címke design-ja lehet a döntő a kevésbé informált vevő részéről, hogy azt a belső minőséget, amit magában hordoz, hogyan adják át akár a származási régiójának egy tájképével.

Elmondható még az is, hogy fontos a gin típusa, is, ami a Chameleon Ginnél fedezhető fel igazán, ugyanis ez egy sloe típusú gin, amely köményes, édeskésebb, gyümölcsös jegyeket hordoz, nem pedig azt a klasszikus kesernyés jelleget, mint klasszikus társai, így sokkal könnyebben fogyasztható és nagyobb célközönségnek is a kedvencévé válhat. Ennek köszönheti az összeségében jobb érzékszervi és szemkamerás eredményeit is.

6. JAVASLATOK

A kapott eredményeket tovább árnyalhatná, ha egy kor és foglalkozás szerint reprezentatívabb mintán is el tudnánk végezni a vizsgálatot. Ugyanis megfigyelhető, hogy az italfogyasztási trendeken az idősebb korosztályok eltérő preferenciákat képviselnek.

Későbbiekben lehet szükség egy olyan tanulmányra is, amely azt vizsgálja, hogy a témában kevésbé jártas fogyasztók számára mely fűszereket lehet felismerni egy vezetett kóstoló alkalmával, mert erre most nem kaptunk választ, de a lepárlóknak egy érdekes visszacsatolás lehet arról, hogy amit megvalósítani akartak, az az átlag fogyasztó számára mennyire felismerhető.

Egyre többen keresik a kiváló hazai gineket, és megjelentek a már csak ginre szakosodott főzdék is. A jövőben szeretném azt is megvizsgálni, milyen küldetéssel és fenntarthatósági törekvésekkel, valamint környezetbarát szemlélettel, rendelkeznek a főzdék a gin alapanyag kiválasztásától kezdve, egészen a gin csomagolásáig.

További céljaim, hogy kutatásomat kiterjesztve elemezzem tovább a gin fogyasztást mivel, hazánkban egyre gyarapodnak a ginnel kapcsolatos tematikus események, a különleges gin kóstolók, fesztiválok és rendezvények, különleges gin bárók nyílnak, melyek telt házzal üzemelnek.

7. ÖSSZEFOGLALÁS

A vásárló benyomását leginkább befolyásoló tényező a palack megjelenése. Az agy milliszekundumok alatt dönti el, hogy az üveg címkéje, alakja vagy az ital színe felkelti-e az érdeklődését, és ha igen, akkor akár impulzív vásárláshoz vezethet.

Ez azonban sokkalta árnyaltabb, nem mindegy milyen a palack alakja, alacsony vagy hosszúkás, esetleg emlékeztet-e valamire a címke színei és stilisztikai megjelenése. Emellett befolyásoló tényező még sokszor, hogy megjelenik milyen versenyeken ért el rangos helyezést. Akár az is döntő lehet, hogy belelát az üvegbe a vevő, vagy sem. Ha igen milyen a színe, hiszen az sem mindegy, mert lehet egy színnel inkább női míg más színnel inkább a férfi célközönségre tudnak hatást gyakorolni. Számos olyan tényező, melyekre a szemkamerás vizsgálat nélkül nem tudnánk választ kapni.

Mintámban vendéglátásban dolgozók és tanulók szerepeltek, de még az ő ismereteik is korlátozottak voltak a ginről. Ezért véleményem szerint kiemelt fontosságú, hogy a belső minőséget, amit az ital magában hordoz, megfelelő csomagolással és megjelenéssel párosítsák az értékesítés sikerének érdekében.

Számomra egyértelművé vált, hogy bár van érdeklődés a ginek irányába, többen nyitottak az újdonságok felé, azonban a többségnek kevés háttér ismerete van róla és sokszor ragadnak le egyszerűbb tételeknél ahelyett, hogy nyitnának újdonságok felé. Bízom benne, hogy tanulmányommal, ha keveset is, de hozzá tudok adni a hazai gin kultúra fejlődéshez.

8. IRODALOMJEGYZÉK

Armbruszt, S. & Füge, K. & Gubicskóné Kisbenedek, A. & Szabó, Z. & Szekeresné Szabó, Sz. & Polyák, É. 2015. *Élelmiszer minőségbiztosítás*. Budapest: Medicina Könyvkiadó Zrt.

Barnett, R. (2012). *The Book of Gin: A Spirited History from Alchemists' Stills and Colonial Outpost to Gin Palaces, Bathtub, and Artisanal Cocktails*. New York: Grove Press.

Csépe, V. & Györi, M. & Ragó, A. szerk., (2007): *Általános pszichológia 1. Észlelés és figyelem*, Budapest: Osiris Kiadó.

Danner, L. & De Antoni, N. & Gere, A. & Sipos, L. & Kovács, S. & Dürschmid, K., 2016. Make a choice! Visual attention and choice behaviour in multialternative food choice situations. *Acta Alimentaria*, 45(4), pp. 515–524. <https://doi.org/10.1556/066.2016.1111>

Enescu, C. M. & Houston Durrant, T. & Caudullo, G. & de Rigo, D., 2016. Juniperus communis in Europe: distribution, habitat, usage and threats. In: San-Miguel-Ayanz, J. & de Rigo, D. & Caudullo, G. & Houston Durrant, T. & Mauri, A. (Eds.), *European Atlas of Forest Tree Species*. Publication Office of the European Union: Luxembourg, p. 104.

Gordon, B. M. & Schivelbusch, W. & Jacobson, D. 1993. Tastes of Paradise: A Social History of Spices, Stimulants, and Intoxicants. *The American Historical Review*, 98(5). p. 1570. <https://doi.org/10.2307/2167079>

Knoll, A., 2015. *Gin: The Art and Craft of the Artisan Revival*. London: [Jacqui Small](#)

Kókai, Z. & Sipos, L., 2020. *Élelmiszeripari kézikönyv 7. Érzékszervi vizsgálatok* [e-könyv] Budapest: Nemzeti Agrárgazdasági Kamara. Elérhető: https://oszkdk.oszk.hu/storage/00/03/01/71/dd/1/Ellelmiszeripari_kezikonyv_7_Erzeszervi_vizsgalatok.pdf [Hozzáférés dátuma: 2024.10.10.]

Lázár, E., 2021. A szemkamerás kutatás módszertani lehetőségei. In: Kosztópulosz, A. & Kuruczleki, É. szerk., 2020. *Társadalmi és gazdasági folyamatok elemzésének kérdései a XXI. században*. Szeged: Szegedi Tudományegyetem, Gazdaságtudományi Kar, pp. 265-280. <https://doi.org/10.14232/tgfe21sz.18>

Liu, C. & Shamra, C. & Xu, Q. & Viejo, G. C. & Fuentes, S. & Torrico, D. D., 2022. Influence of Label Design and Country of Origin Information in Wines on Consumers' Visual, Sensory, and Emotional Responses. *Sensors* 22(6), pp. 1-13. <https://doi.org/10.3390/s22062158>

Madden, S., 2004. Craze: Gin and Debauchery in an Age of Reason. *Alcohol and Alcoholism*, 39(1) p. 72. <https://doi.org/10.1093/alcalc/agh017>

Meilgaard, M. C., & Carr, B. T. & Civille, G. V., 1999. *Sensory Evaluation Techniques*. Third Edition. [e-könyv] Boca Raton: CRC Press, Elérhető: <https://doi.org/10.1201/9781003040729> [Hozzáférés dátuma: 2024.10.16.]

Molnár, P., 1991. *Élelmiszerek érzékszervi vizsgálata*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
MSZ 9600:2016. *Útmutató a szeszes italok érzékszervi vizsgálatához*. Magyar Szabványügyi Testület <http://www.mszt.hu> [Hozzáférés: 2024.05.12].

Riu, M., 2011. Sensory Analysis in Quality Control: The Gin as an Example. [e-könyv]
In: Akyar, I. ed., 2011. *Wide Spectra of Quality Control* <https://doi.org/10.5772/21599>

Sindhvani, S. & Minissale, G. & Weber, G. & Lutteroth, C. & Lambert, A. & Curtis N. & Broadbent, E. 2020. A Multidisciplinary Study of Eye Tracking Technology for Visual Intelligence. *Education Sciences*. 10(8), pp. 1-17. <https://doi.org/10.3390/educsci10080195>

Smith, D. T., 2018. *The Gin Dictionary*. London: Octopus

Smith, J. K. & Guliuzo, J. D. & Benedict, J. D. & Chaparro, B. S., 2019. An Eye-Tracking Analysis of a Restaurant Menu. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*, 63(1), 1522–1526. <https://doi.org/10.1177/1071181319631347>

Szakál, D. & Fekete-Frojimovics, Zs. & Hannan, A. & Zulkarnain, A. H. B. & Rozgonyi, E. & Fehér, O., 2023. Do we pay more attention to the label that is considered more expensive? Eye-tracking analysis of different wine varieties. *Progress in Agricultural Engineering Sciences*. 19(1) pp. 35-50. <https://doi.org/10.1556/446.2023.00069>

Szakál, D. & Fehér, O. & Szlovencsák, L. & Gere, A., 2022. Élelmiszer-választás előrejelzése szemmozgás adatok alapján. *Élelmiszer, Tudomány, Technológia*, 72(1-2), pp. 2-5. Elérhető: <https://journal.uni-mate.hu/index.php/ett/article/view/4641>

Tuorila, H., Parkkinen, K., & Tolonen, K. 2008. *Aistit ammattikäyttöön*. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit

Williams, O., 2014. *Gin Glorius Gin: How Mother's Ruin Became the Spirit of London*. London: Headline

Wondrich, D., 2010. *Imbibe! From Absinthe Cocktail to Whiskey Smash, a Salute in Stories and Drinks to „Professor” Jerry Thomas, Pioneer of the American Bar*. California: TarcherPerigee

Zurawicki, L. (2010). Neuromarketing: Exploring the brain of the consumer. In *Neuromarketing: Exploring the Brain of the Consumer*. <https://doi.org/10.1007/978-3-540-77829-5>

Internetes hivatkozások:

Internet 1.: <https://www.diffordsguide.com/g/1108/gin/history-of-gin-1728-1794>

[Hozzáférés dátuma: 2023.05.24.].

Difford, S., n.d. History of (1728-1794) London' s gin craze

Internet 2.: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX%3A02008R0110-20181220>

[Hozzáférés dátuma: 2023.05.24.].

AZ EURÓPAI PARLAMENT ÉS A TANÁCS 110/2008/EK RENDELETE (2008) a szeszes italok meghatározásáról, megnevezéséről, kiszerezéséről, címkézéséről és földrajzi árujelzőinek oltalmáról, valamint az 1576/89/EGK tanácsi rendelet hatályon kívül helyezéséről

Internet 3.: <https://roadster.hu/orvossagnak-indult-az-egyik-legizgalmasabb-parlat-lett-belole-igy-szuletett-gin/>

[Hozzáférés dátuma: 2023.05.24.].

Gyana, D., 2020. Orvosságnak indult, az egyik legizgalmasabb párlat lett belőle – Így született a gin

Internet 4.: <https://www.tobii.com/products/eye-trackers/wearables/tobii-pro-glasses-3>

[Hozzáférés dátuma: 2023.06.15.].

Tobii.com 2024. Tobii Pro Glasses 3 Real insights from the real world

Internet 5.: <https://www.tobii.com/>

[Hozzáférés dátuma: 2023.06.15.].

Tobii.com 2024. Tobii Pro Glasses Explore human behavior and decision - making

Internet 6.: <https://idrinks.hu/opera-gin>

[Hozzáférés dátuma: 2023.08.09.].

Opera Gin

Internet 7.: <https://sevenhillsdistillery.com/tokaj-gin-573>

[Hozzáférés dátuma: 2023.08.09.].

Seven Hills Distillery kézműves gin

Internet 8.: <https://lavendertihany.hu/shop/balaton-gin/?srsltid=AfmBOopXzIKwWTGMAqeeMLP9GkgJfHwL7OHkuo3Up2fNz8W-tOWPUriE> [Hozzáférés dátuma: 2023.08.09.].

Lavender Tihany látványműhely

Internet 9.: <https://idrinks.hu/balaton-gin>

[Hozzáférés dátuma: 2023.08.24.].

Balaton Gin

Internet 10.: <https://agardi.hu/termek/agardi-chameleon-gin-05l/>

[Hozzáférés dátuma: 2023.08.24.].

Agárdi Pálinkafőzde

Internet 11.: <https://panyolai.hu/adatlap/spiced-gin/>

[Hozzáférés dátuma: 2023.08.24.].

Panyolai Szilvórium Zrt.

Szabványok:

ISO 6658:2017 Általános útmutató az érzékszervi elemzés használatához. Módszertan.

ISO 8589:2007 Érzékszervi elemzés – Általános útmutatás a tesztszobák kialakításához

ISO 8586:2023 Érzékszervi elemzés — Érzékszervi értékelők kiválasztása és képzése

ISO 13300-2:2006 Érzékszervi elemzés – Általános útmutatás az érzékszervi értékelő laboratórium személyzetének

9. MELLÉKLETEK

Szemkamerás vizsgálat kérdései:

- Az Ön neve
- Az Ön kora
- Az Ön legmagasabb iskolai végzettsége
- Az Ön lakhelye
- Ön milyen gyakran fogyaszt gint? (gin tonikként vagy tisztán)
- Ön milyen gyakran vásárol gint?
- Ön hol fogyaszt leggyakrabban gint?
- Gin választásnál milyen szempontokat vesz figyelembe?
- Elég sokat tudok a ginekről.
- Tudom mi alapján kell megítélni a gin minőségét.
- Azt hiszem, eleget tudok a ginekről ahhoz, hogy magabiztosnak érezzem magam, amikor vásárlók.
- Nem nagyon érzem magam tájékozottnak a ginekkel kapcsolatban.
- Meg tudom állapítani, hogy egy üveg gin megéri-e az árát vagy sem.

Érzékszervi vizsgálat kérdései:

- Mennyire tetszik a megkóstolt gin színe?
- Mennyire tetszik a megkóstolt gin illata?
- Mennyire tetszik a megkóstolt gin íze?
- Mennyire tetszik a megkóstolt gin lecsengése?
- Mennyire tetszik a megkóstolt gin egyedi fűszer jellege?
- Mennyire tetszik a megkóstolt gin összességében?