



Még a kutyatartók nagy része sem viszi magával a kutyáját étterembe, hotelbe, és minden negyedik magyar elkerüli a kutyabarát vendéglátóhelyeket – derült ki a Marketing Professzorok Kft. online kutatásából.

Manapság igen divatos a kutyabarát minőség megteremtése a vendéglátóegységek körében, egyre több étterem, szálloda teremti meg annak lehetőségét, hogy a vendégek magukkal hozzák kedvenceiket egy-egy vacsorára vagy nyaralásra. De vajon valós piaci igényeken nyugszik ez a trend, vagy egyszerűen divat lett kutyabarátnak lenni? Máté Balázs, a Marketing Professzorok online ügynökség vezető tanácsadóját is megdöbbenítették az általuk végzett kutatás eredményei: „Úgy gondolom, hogy az emberek véleményét ebben a kérdésben csakis egy névtelen kutatásban ismerhetjük meg, mivel senki nem mer erről őszintén beszélni. Politikailag nem korrekt ugyanis bármi rosszat mondani a kutyatartással kapcsolatban. De mindenképpen érdemes elgondolkodni azokon a válaszokon, amit 1004 magyar felnőtt adott a kérdéseinkre”.

A kutatásban egyébként felülreprezentáltak voltak a kutyások az átlag magyar valósághoz képest, hiszen a válaszadók 77%-a tart kutyát. Ennek ellenére a kutyabarát helyek megítélése korántsem volt pozitív minden esetben. A kutyatartók fele egyébként soha nem vinné magával étterembe a kutyáját, és csupán 5,2%-a nyilatkozott úgy, hogy mindig a kutyájával megy mindenhova, így nem tudja nélkülözni egy-egy étterem meglátogatása során sem. Ez a teljes lakosságra vetítve kevesebb, mint 2,5%. Mindemellett a felmérésben megnézték, hogy hány ember nem veszi zokon, ha az általa választott étteremben a szomszéd asztalnál kutyust is vendégül látnak. A teljes lakosság 24,5%-a soha nem választana kutyabarát éttermet és még a kutyások egy része sem ragaszkodik kedvencéhez egy étteremben. Csak a vendégek csak 43% tartja teljesen elfogadhatónak a kutyabarát helyek létezését. Ezzel kapcsolatban Máté Balázs hozzátette: „Ha marketing szempontból közelítjük meg az eredményeket, akkor rájövünk, hogy egy kutyabarát hely elveszítheti a potenciális vendégek egynegyedét, vannak aki higiénias szempontok miatt kerüli ezeket az éttermeket, szállodákat, mások esetleg allergiások a kutyaszőrre, így kényszerűségből döntenek így, ugyanakkor a kutyatartók sem feltétlenül igénylik ezt a szolgáltatást.”

Hasonló eredmények jöttek ki a szállásadókat illetően is. Arra a kérdésre, miszerint mennyire zavarja Önt az a tudat, hogy kutyabarát helyen szállt meg, és Ön előtt esetleg egy kutya is feküdhett az ágyban, nagyon sokan elutasítóan válaszoltak: a vendégek majdnem 70%-a

nem akar feltétlenül ott aludni, ahol lehet, hogy korábban egy kutya feküdt. Biztató egyébként, hogy a kutyatartók gondolkodása egyre felelősségteljesebb, így talán elkerülhetőek a konfliktusok kutyások és nem kutyások között. A kutyatartók 80%-a gondolja úgy, hogy foglalkoznia kell azzal, hogy ne zavarja a kutyája mások étkezését és körülbelül ugyanennyien gondoskodnak arról is, hogy a kutyájuk ugatása ne zavarja a szomszédokat, például egy szállodában sem. Abban viszont kutyások és nem kutyatartók egyöntetűen (94%) egyetértenek, hogy a szigorúbb törvényi szabályozással, a kutyások és a nem kutyások szétválasztásával megoldhatóak lennének a problémák, és a felelőtlen kutyatartókat is komolyabban kellene a hatóságnak venni. Máté Balázs végül kifejtette: „A kutatás eredményei alapján a vendéglátóhely tulajdonosok számára egy valós, árnyaltabb kép bontakozik ki. Nem is biztos, hogy nyer az, aki állatbarát hotelt, éttermet, kávézót nyit, mivel egy konfliktusokkal terhelt darázsfészekbe nyúl. A mégis állatbarát vendéglátóhely üzemeltetése mellett döntőknek érdemes megkülönböztetni az étterem állatbarát részét az állat mentestől, az állatbarát szobákat az állat mentestől. Így csökkenthetik mind a konfliktusokat, mind pedig az érzékenyebb vendégek kiesését.”

A kutatás módszertana és a pontos részletek az alábbi linken megtekinthetőek:

<https://www.marketingprofesszorok.hu/kutyabarat-etterem-hotel-kutatas.html>