

MEGHÍVÓ

A BUDAPESTI CORVINUS EGYETEM
TÁJÉPÍTÉSZET ÉS DÖNTÉSTÁMOGATÓ RENDSZEREK
DOKTORI ISKOLÁJA
meghívja Önt

MAJOR ANITA

*Az egyetemi és főiskolai hallgatók sörfogyasztói szokásainak vizsgálata Internet
alapú megkérdezéssel*

című PhD értekezésének

2008. október 29-én de. 10.00 órakor
tartandó nyilvános vitájára.

Témavezető: Hajdu Istvánné, CSc

**Helyszín: Budapesti Corvinus Egyetem,
1118 Bp. Villányi út 35-43. TUDÁSKÖZPONT- ELŐADÓTEREM**

G épület, alagsor 2. ajtó

A Bíráló Bizottság összetétele:

Elnöke:

Hrubos Ildikó, CSc

Tagjai:

Lehota József, DSc

Szirmai Péter, CSc

Rezessyné Szabó Judit, PhD

Szabóné Pataki Eszter, PhD

Opponensei:

Székely Géza, CSc

Totth Gedeon, CSc

Titkár: Rezessyné Szabó Judit, PhD

Az értekezés megtekinthető

a Budapesti Corvinus Egyetem Budai Entz Ferenc Könyvtárában és Levéltárban
(Budapest, XI., Villányi út 35-43. K. ép. I. em.),
elektronikus változata a <http://phd.lib.uni-corvinus.hu/310/>
címen

*A nyilvános vitában minden jelenlévő részt vehet
és írásban előzetesen is észrevételt tehet*

*Dr. Harnos Zsolt sk
egyetemi tanár
Doktori Iskola Vezetője*

Major Anita: Az egyetemi és főiskolai hallgatók sörfogyasztói szokásainak vizsgálata Internet alapú megkérdezéssel

ÖSSZEFOGLALÁS

Az Internet és az abban meglévő lehetőségek napjainkra behálózták a világot - nemcsak a magánéletünket, hanem a vállalatok szakmai, gazdasági lehetőségeit is. Magyarországon egyelőre elképzelhetetlennek tűnik az a gyakorlat, ami az Amerikai Egyesült Államokban már létező szokás: népszavazás az interneten elhelyezett kérdőív segítségével. Hazánkban még gyermekcipőben járnak azok a kezdeményezések, melyek egy bizonyos termék vagy szolgáltatás fogyasztóit, felhasználóit célozzák, véleményük, igényeik pontosabb megismerése, magatartásuk és motivációik feltárása érdekében.

Kutatásom céljából ezért tűztem ki az internetes eszközökben, megkérdezésekben rejlő lehetőségek feltárását, a magyar fogyasztók nyitottságának és együttműködő-készségének felmérését e - napjainkban még (jóllehet egyre kevésbé) - rendkívülinek tekinthető megkérdezési mód esetében.

Különösen izgalmasnak és mindenekelőtt szakmailag fontosnak találtam az internetes megkérdezések létjogosultságát bizonyítani a magyar élelmiszeripari megkérdezések, fogyasztói vizsgálatok körében, a sörfogyasztók szokásainak vizsgálata példáján. Az elvégzett kutatás során a következő fő eredményekre jutottam:

- Összehasonlítottam és bemutattam a különböző internet alapú megkérdezéses módszerek alkalmazásának sajátosságait, javaslatot tettem azok (optimális) alkalmazására;
- Konkrét, élelmiszeripari példán szemléltettem módszerem helytállóságát és eredményességét;
- Igazoltam, hogy az „Internet alapú” megkérdezéssel megfelelő vizsgálati mintanagyság biztosítható, az adatfeldolgozás és értékelés során a hagyományos megkérdezésekkel ellentétben a hibák kiküszöbölhetők;
- Bizonyítottam, hogy a vizsgálati módszer alkalmas réteg- és trendjellemzők feltárására, azok okainak vizsgálatára, értékelésére, ami alapján folyamatos/periodikus vizsgálattal hosszútávon helytálló prognózisok készíthetők bármely termék piacára (vizsgálatom nyomán a magyar sörpiacra nézve);
- Kutatásommal feltártam a magyar sörfogyasztás és sörszektor néhány jellemzőjét, összevettem a jellemző piaci trendeket és kutatói prognózisokat és hipotéziseket. Adataimmal alátámasztottam az elmúlt évek piaci trendjeit és fogyasztási jellemzőit.
- Rámutattam az egyetemisták, főiskolások interneten történő - kutatási célú - elérésének és megkérdezésének fontosságára, különös tekintettel a magyar élelmiszer és sör szektor számára;
- Létrehoztam a termékcsoport-szimpátia mutatókat, amellyel kísérletet tettem egy, a termékcsoportok kedveltségében, fogyasztási és vásárlási szokásaiban mutatkozó szignifikáns és kevésbé jelentős különbségek kisimítására alkalmas mutatószám bevezetésére. Kutatásaim igazolták e mutatók létjogosultságát, egyidejűleg eredményeim alapján a mutatókat csak ágazat és termék specifikusan lehet bevezetni, széleskörű (ágazati háttérű) kutatási háttérre alapozva.

Az egyetemisták és főiskolai hallgatók a ma és a jövő sörfogyasztói körének kiemelt szegmense. Életkoruk és tapasztalatuk nyomán már önálló, markáns képpel és értékrenddel rendelkeznek a fogyasztásukat és preferenciáikat illetően. Általuk, egy (a doktori kutatás kereteit meghaladó) széleskörű kutatással a teljes magyar népességre vetítve felismerhetővé válhatnak a várható változások.

2248 értékelhetően kitöltött kérdőív mutatja, hogy a magyar élelmiszerfogyasztók nyitottak rá, hogy élelmiszerfogyasztásuk jellemzőit, motivációs rendszerüket akár interneten keresztül is felmérjék a kutatók és vállalatok. Különösen nagy előnye lesz a jövőben ennek a módszernek a megbízhatóság, gyorsaság és egyszerűség. Az internet alapú megkérdezéses módszereknek van tehát létjogosultsága a Magyarországon használt módszerek között - sőt, hatásfoka várhatóan növekedni fog a számítógépek és internet hozzáférési lehetőségek terjedésével hazánkban -, így módszerem széleskörű, termékfajtától független alkalmazására nyílik mód.