

MEGHÍVÓ

A BUDAPESTI CORVINUS EGYETEM
TÁJÉPÍTÉSZET ÉS KÖRNYEZETMODELLEZÉS
DOKTORI ISKOLÁJA
meghívja Önt

SIPOS LÁSZLÓ

„Ásványvíz-fogyasztási szokások elemzése és ásványvizek érzékszervi vizsgálata”
című PhD értekezésének

2009. május 27-én du. 14.00 órakor
tartandó nyilvános vitájára.

Témavezető: Székely Géza, CSc

**Helyszín: Budapesti Corvinus Egyetem,
1118 Bp. Villányi út 35-43., G épület, alagsor, „TUDÁSKÖZPONT”**

BÍRÁLÓ BIZOTTSÁG:

Elnöke:

Biacs Péter, DSc

Tagjai:

Hajdu Istvánné, CSc

Lehota József, DSc

Örsi Ferenc, DSc

Panyor Ágota, PhD

Opponensei:

Piskóti István, CSc

Gilingerné Pankotai Mária, CSc

Titkár:

Podruzsik Szilárd, 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/360/>

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

*Dr. Csemez Attila sk
egyetemi tanár
Doktori Iskola mb. Vezetője*

Összefoglalás

A magyarországi élelmiszerpiac és ezzel együtt az alkoholmentes italpiac szerkezete jelentősen átalakult az elmúlt két évtizedben. A palackozott vizek fogyasztása negyvenszeresére nőtt a 80-as évekhez képest, 2007-ben 100 l/fő/év volt. Az ásványvízfogyasztással kapcsolatban eddig feltáratlan, hogy a növekedés meddig és milyen ütemben folytatódik, illetve az ásványvízfogyasztás gyakorisága, -kedveltsége hogyan alakul.

PhD dolgozatom fő célkitűzése a magyar ásványvízpiac ökonometriai elemzése, valamint a fogyasztói szokások vizsgálata primer kutatási módszerek alkalmazásával, fókuszba állítva a nappali tagozaton tanuló egyetemisták fogyasztási szokásainak és döntési folyamatainak megismerését. **Szekunder** kutatásaimban bizonyítottam, hogy a Bass-modell a magyarországi ásványvízfogyasztás alakulásának leírására és előrejelzésére megfelelő. A modell alapján a közeli évek megbízhatóan prognosztizálhatóak. Számításokkal igazoltam, hogy a magyarországi ásványvízfogyasztás exponenciális növekedésű, valamint hogy az ásványvízfogyasztás gyakorisága és kedveltsége logisztikus alakulású az 1979-2007-ig terjedő időszakban. A modellek alapján megtettem az előrejelzést. **Primer** kutatásomban először kvalitatív fókuszcsoportos, majd szakértői és fogyasztói mélyinterjúk módszereket alkalmaztam. Később ezekre alapozva érzékszervi kutatásokat, valamint a kvantitatív módszerek közül conjoint analízist és kérdőíves felmérést végeztem.

A márkaválasztás presztízs-szerepét bizonyítottam. Eredményeim rámutattak arra, hogy társas szituációk esetén az ásványvizek vásárlásánál/fogyasztásánál különösen hangsúlyos a fogyasztás társadalmi beágyazottsága. További eredményként hét döntési tényezőt azonosítottam: az íz, az ár, a márka, a szénsavasság, a tanúsító védjegy/díj, a nyereményjáték és a csomagolás. Meghatároztam a célcsoport fogyasztói döntéstényezőinek egymáshoz viszonyított fontosságát. A conjoint elemzést klaszteranalízissel kombinálva feltártam és jellemeztem az egyes fogyasztói szegmenseket.

Érzékszervi tesztekkel bizonyítottam, hogy az általam vizsgált fogyasztók nem tudnak érzékszervi különbséget tenni a jellegzetesen hasonló alacsony ásványianyag-tartalommal rendelkező szénsavmentes vizek között. Megállapítottam, hogy az ásványianyag-tartalom érzékelését a vizek természetes szénsavtartalma befolyásolhatja. Alátámasztottam, hogy a fogyasztók által rendszeresen fogyasztott, általuk kedvencként megnevezett vizeket ritkán ismerik fel, valamint bizonyítottam, hogy az érzékszervi észlelést a márka ismerete egyetemisták esetében nagy valószínűséggel nem befolyásolja. Igazoltam hogy a ProfiSens szoftver hatékonyan alkalmazható a palackozott vizek vizsgálatánál, valamint összeállítottam a palackozott vizekre alkalmazható érzékszervi leíró kifejezések rendszerét.