

REZÜMÉ

Az elmúlt három évben kezdtem egyre inkább felfigyelni a hazai kézműves sörökre. Eleinte azt gondoltam, hogy minden sör majdnem ugyanolyan és nincs bennük semmi különleges. Ezt a nézetet megváltoztatta az a pillanat, mikor kezembe került a Mad Scientist egyik sörkülönlegessége. Magával ragadtak az egyedi ízek és csomagolások és egyre mélyebbre kezdtem ásni magam a témában, így a dolgozatomat is ennek a témának szeretném szentelni.

A kutatásom célja, hogy megismerjem a kézműves sörök fogyasztói magatartását, feltárjam a vásárláshoz vezető elhatározás befolyásoló tényezőit. A dolgozatomban ezekkel a szempontokkal kapcsolatosan három kérdésre keresem a választ:

K1: Hogyan vélekednek a fogyasztók a kézműves sörökről és milyen gyakorisággal fogyasztják azokat?

K2: Melyek a kézműves sör fogyasztásának fő mozgatórugói?

K3: A kézműves sör fogyasztói elfogadására főként milyen személyiségtípusok hajlamosak?

Ezen tényezők felismerésével a kis sörfőzdék tulajdonosai és üzemeltetői jobban ki tudják szolgálni vásárlóikat, egyszerűbb utat mutatva a lojalitás elérése felé.

A szekunder kutatásom magyar és nemzetközi szakirodalmak alapján készítettem.

A vizsgálatom alapja, pedig az Ajzen-féle Theory of Planned Behavior modellben gyökerezik, amely választ ad a kézműves sörökkel szembeni fogyasztói elfogadásra. A modell kialakulásának áttekintését követően részletezem a modell korlátait és azokat a problémákat, amikre megoldást nyújt.

Kvalitatív kutatás keretein belül, a központi modellt felhasználva, készítettem egy egyetemi hallgatókból álló fókuszcsoporthoz interjút, és emellett szerencsém volt a Mad Scientist Sörfőzde pincemesterével is egy strukturált interjút készíteni.

A vizsgálatot folytatva, kvantitatív adatokat gyűjtöttem egy online kérdőív segítségével, amely eredményeivel kívánom alátámasztani a modell hitelességét. Elemeire bontva vizsgálom a modell alkotóelemeit és ezen részek közötti összefüggéseket kívánom validálni. Ezeket négy hipotézisben fogalmaztam meg:

Hipotézis 1 (H1): A kézműves sörök fogyasztása iránti attitűd pozitív hatással van a fogyasztási szándéokra.

Hipotézis 2 (H2): A kézműves sörökkel kapcsolatos szubjektív normák pozitív hatást gyakorolnak a fogyasztási szándéokra.

Hipotézis 3 (H3): A kézművesek sörökkel kapcsolatos észlelt viselkedési kontroll pozitív hatással van a fogyasztói szándéka.

Hipotézis 4 (H4): A kézműves sörök fogyasztási szándéka pozitívan befolyásolja a tényleges fogyasztást.

A kutatásommal szeretnék az általam kedvelt kézműves sörök világába nagyobb betekintést nyerni és megérteni a fogyasztók gondolkodásmódját.