



Élelmiszertudományi Kar

Élelmiszeripari Gazdaságtan Tanszék

Rések a pajzson

-

**Sörtermékekkel kapcsolatos fogyasztói szokások elemzése primer kutatások
alapján**

OTDK dolgozat

Bodolai Katalin Csilla

IV. évf. élelmiszermérnök hallgató

Témavezetők:

Bódi Barbara
PhD hallgató

Dr. Kasza Gyula
egyetemi docens

Szegedyné Fricz Ágnes
Vidékfejlesztési Minisztérium, főosztályvezető-helyettes

Budapest

2014

Tartalom

1. Bevezetés	3
2. Szakirodalmi áttekintés	4
2.1. A sör története	4
2.2. A sör magyarországi vonatkozásai	5
2.3. A sörtermelés volumene Európában	8
2.4. A sörfogyasztás mennyisége Európában	8
2.5. Hazai sörfogyasztási adatok	10
2.6. A Magyar Élelmiszerkönyv sörökre vonatkozó irányelvének módosítása	11
2.7. Kézműves - és kisüzemi sörök megkülönböztetése	12
2.8. A sör jótékony hatásai	12
3. Kutatási célkitűzések	13
4. Kutatási módszertan és minta	16
5. Kutatási eredmények és értékelésük	19
5.1. Alkoholfogyasztási szokások feltérképezése	19
5.2. A sör kulturális vonatkozásai	21
5.3. A sörfogyasztás gyakorisága	22
5.4. A sörvásárlás kedvelt helyszínei	23
5.5. Kézműves sörök ismertsége	24
5.6. Fizetési hajlandóság sörvásárlást illetően	26
5.7. A sör, mint ajándék	29
5.8. Az egyes sörtípusok kedveltsége	30
5.9. A sör preferált csomagolási formája	32
5.10. A sörrel kapcsolatos fogyasztói attitűdök	33
5.11. Klaszteranalízis eredménye	35
6. Összefoglalás és következtetések	37
7. Irodalomjegyzék	38
8. Mellékletek	40
8.1. A felmérésben alkalmazott kérdőív	40

1. Bevezetés

A hazai sörfogyasztási kultúra vitathatatlan fejlődésen megy keresztül, amely előfutára a Főzdefeszt nevű rendezvény volt, majd a kisüzemi sörökkel kapcsolatos gasztronómiai élmények mind nagyobb teret kaptak a médiában – elsősorban online médiában – is. Ugyanakkor a sörfogyasztási statisztikák nem igazolták vissza minden tekintetben ezt a fejlődést, s ma már látható, hogy a kisüzemi sörfőzés sem jelent könnyű kenyérkeresetet a legtöbbször számára. Ugyancsak érdekes jelenség volt a szaknyelven ízesített sörök, illetve a sörtartalmú – jellemzően szintén gyümölcsös ízesítésű – alkoholos italok megjelenése, amelyet a köznyelv „gyümölcsös söröknek” nevezett el. Feltételezések szerint ezek az italok számos olyan fogyasztó számára nyitották meg a sörfogyasztás kapuját, akik a sör eredeti ízétől idegenkedtek, vagy a sör férfias imázsát nem tartották összeegyeztethetőnek a női sörfogyasztással. Mindezek a jelenségek kutatási szempontból rendkívül érdekesek, hiszen rávilágítanak arra, hogy egy nagyüzemi termék is elindulhat az innováció útján, és arra is példát szolgáltat, hogy önálló termékminőségként jelenhet meg a „kisüzemi”, illetve „kézműves” jelleg a XXI. században is.

A téma sokszínűsége miatt örömmel csatlakoztam a Vidékfejlesztési Minisztérium és az Agrárgazdasági Kutató Intézet közös kutatásához, amely a BCE-ÉTK Élelmiszeripari Gazdaságtan Tanszék munkatársainak szakmai együttműködésével zajlott. A kutatás volumene – 1014 fő személyes megkérdezése országsszerte 5 helyszínen, több héten keresztül – pótolhatatlan esélyt kínált a tapasztalatszerzésre, s az együttműködés keretei olyan adatgyűjtési lehetőséget biztosítottak számomra, amely önerőből lehetetlen lett volna.

2. Szakirodalmi áttekintés

2.1. A sör története

A sörkultúra gyakorlatilag egyidős az emberiség írott kultúrájával, hiszen már az ókori népek (Egyiptom, Mezopotámia) is említést tesznek róla. Bár írásos feljegyzések nem bizonyítják, feltehetően az egyiptomiak is készítettek kezdetleges – sörnek a mai értelemben nem nevezhető – alkoholos italt. Egyiptomban az árpakenyérből készült kissé zavaros, datolyával ízesített – alapélelmiszerként szolgáló – ital mindenki számára elérhető volt társadalmi hovatartozástól függetlenül. Egyiptomban számos mítosszal hozták összefüggésbe a sört. Az Égi Tehén elnevezésű mítosz szerint az emberiség megmentése Ré főistennek köszönhető, aki Elephantiné-szigeti papok és a sör segítségével hajtotta végre nemes tettetét. Mezopotámia ugyancsak gazdag sörkultúrával rendelkezik, amelynek legrégebb írásos bizonyítéka egy kőbe vésett kép (Monument Bleu), amely búzát hántoló embereket illusztrál, s az ebből készült sört Nin-Harra istennő tiszteletére áldozzák fel (Ulichberger, 1982).



1. ábra: Monument Bleu

Mezopotámia déli része kifejezetten ideális környezeti adottságokkal rendelkezett a sör alapanyagának megtermelésére, így vált a térség legfontosabb italává. A sumér birodalomban a sörnek saját istene volt, akinek himnuszában megjelennek a sör készítésének műveleti lépései is. Jelentősége a háztartások szintjén is megnyilvánult: szokássá vált otthon a sörkészítés, a sörkészítő edényeket örökségként tartották számon. A sört – a bortól eltérően – nem csak ünnepi alkalmakkor fogyasztották, hanem a hétköznapiokon gyengébb minőségű változata is nagy kedveltségnek örvendett. Fontosságát jól példázza, hogy akkoriban több mint 200 kifejezést tartottak számon a sörkészítéssel kapcsolatban, a bor néhány szakszavával szemben. A sör minőségének szabályozása olyan fontos jelentőséggel bírt, hogy Hammurapi babiloni király törvényeinek gyűjteményében, Hammurapi törvényoszlopán is megjelent (Kalla, 2005).

A sörfőzés technológiája az európai kontinensre Közép-Keletről érkezett meg. Plinius (Kr.e.I. sz.) és Tacitus (Kr. u. I. sz.) római történetírók beszámoltak a letelepedett kelták és szászok sörfogyasztásáról. A Római Birodalom széthullásával a sörfőzés az egyházak előjoga lett, majd az V-VI. században kolostori sörfőzdék jöttek létre. Korabeli feljegyzések is bizonyítják, hogy sörfőzés tradíciója leginkább a kolostorok tevékenységéhez volt köthető. A szerzetesi épületekben csapatmunkában – egymás munkáját bírálva – finomították a sörfőzés technológiáját. Nagyobb mennyiségű és sokféle sör előállítása szintén ilyen rendházakban valósult meg elsőként. Termékeiket a környékbeli lakosoknak értékesíthették abban az esetben, ha pénzért cserébe jogot kaptak erre az illetékes hercegektől, királyoktól. Ez voltaképpen egy adózási formának felelt meg, de ettől függetlenül sokan éltek az értékesítés lehetőségével. A kolostorokban történő sörkészítés a középkori céhes sörfőzés előfutárának tekinthető. A céhes struktúra – az ipari forradalomnak köszönhetően – idővel megszűnt, s felváltották a sörfőzdék (Halász, 1998).

A legnagyobb fordulatot a komló bevonása hozta a XI. és XIII. század közötti időszakban. Ettől alakult ki a sörök ma ismert, kesernyés íze és nőtt meg a tartóssága. Az első alsó erjesztésű sör 1420-ban Németországban készült. Korábban a folyadék tetején összegyűlő élesztőt kézzel leszedték vagy hagyták kifutni. A sörfőzés rendszerint téli elfoglaltság volt, nyáron jeget használtak az ital hűtésére. Az ilyen sör később lager néven vált ismertté a német lagern „tárol” szóból. Napjainkban a lager szó általában az alsóerjesztésű söröket jelöli, míg az ale a brit típusú, felsőerjesztésű sörök gyűjtőneve. Angliában a sör a 15-16. században kezdett teret hódítani az úgynevezett felső erjesztésű fajták elterjedésével, bár egyes feljegyzések szerint a katolikus egyház már az 5. században elítélte a mértéktelen fogyasztását a sörnek. Bajorországban már a 16. század elején szankcionálták a sörkészítést az alapanyagok felhasználását tekintve (Kluger, 1931; Balázs, 2013).

2.2. A sör magyarországi vonatkozásai

A magyar nép kiváló minőségű borairól ismeretes, ugyanakkor fontos megjegyezni, hogy az ősmagyarok valószínűleg hamarabb találkoztak sörrel, mint borral. A népvándorlás adta körülmények leginkább a gabonafélék termesztésére adtak lehetőséget. A sörkészítés mesterségét a vándorló szláv népektől lesték el a magyarok. Az ősi magyar sörkészítési eljárás során börtömlőbe helyezték a megőrölt gabonát, majd vízzel felöntve jól összerázták. Ezt követően egy magas hőmérsékletű, úgynevezett „tüzes” követ raktak bele. Hozzáadásra került a komló, majd forráspontig melegítették a keveréket. Ezután lehűtötték vízzel és

elindult az erjedés folyamata. Erre bizonyítékkul szolgál X. századi volgai-bolgár esküből kiragadott mondat is, miszerint: „Addig lesz közöttünk béke, míg a kő úszni, s a komló alámerülni fog.”(Bevilaque-Borsody, 1931).

Az államalapítást követően Magyarország egyre inkább a nyugat-európai mintát (árpából malátával ízesítve) kezdte el követni a sörkészítésben. Magyarországon a sörfőzés első írásos emléke egy végakaratban jelenik meg, amelyet a Pannonhalmi Főapátság levéltárában őriznek. A rendelkezés 1152-ben íródott végrendeletben Gyöngy asszony arra ösztönöz, hogy halálát követően sör is legyen a megemlékezésén („serestor tartassék”) (Szabó-Szigeti, 1996). Egészen a 14. századig hazánkban a háztartások egyedileg főzték a sört. Érdekes tény, hogy bár napjainkban italt leginkább a férfiakhoz társítják, akkoriban ez, mint házimunka a nők privilégiuma volt. A sör a mindennapi étkezés részét képezte, nem feltétlenül alkoholos italként, hanem gyógyító és tápláló nedűként fogyasztották. Különböző megfázásos tünetek kezelésére is használták tea formájában, de nem tudatosult bennük az alkohol közérzet javító hatása. Magyarországon minden embernek engedélyezték a sörfőzést és a sör kimérését is (Kovács-Vétek, 2010). Ezt követően a 14-15. században, hazánkban is elkezdődött a kolostorokban történő sörfőzés, amely által a „sörkészítés joga” átkerült a férfiak kezébe. A korabeli feljegyzések már szakmaként ismerik el a sörfőző mesterséget. Ebben az időszakban a földesurak megteremtették a feltételeit a kellemes hangulatú sörözéseknek kocsmák, illetve ivók építésével. Későbbiekben vállalkozóknak adták át az üzemeltetés jogát, amely további jövedelemhez segítette a földbirtokosokat. A 16. században az egyes sörfőzők egyre inkább céhekbe tömörültek, s ekkor már igazán fontos szerepe volt a szaktudásnak. Szabályzatot hoztak létre, amelyben meghatározták a sörfőző személyét (iskolai végzettséghez és gyakorlati tapasztalatokhoz kötött) és a felhasználható alapanyagok milyenségét (Gaál, 1988).

A török megszállást követően (17-18. századforduló) nagyon kevés sörfőzde működött Magyarországon. Tűzveszélyesnek ítélték a meglévő egységeket is, így lakossági nyomásra bezárásuk indokoltá vált. A földesurak tulajdonában lévő úgynevezett uradalmi sörfőzdeket többségét már nem építették újjá, ugyanakkor a városban található főzdek száma és termelési volumene folyamatosan növekedett. Ezen főzdek már minden sörfőzéshez szükséges feltételt biztosítottak a készítők számára (malátaszárító, kézi- vagy vízimalom, istálló, kádak, hordók, stb.). Egy ilyen jellegű vertikum bérléséért akár 5-6000 Ft-ot is kellett fizetni az érintett városoknak. A söripar kialakulásának nagymértékben kedvezett a 19. században bekövetkezett filoxéra óriási pusztítása a szőlőültetvényeken. Tulajdonképpen ez teremtette meg a nagyüzemi sörfőzés lehetőségét Magyarországon. Ezzel párhuzamosan az ipari

forradalom is kedvező hatást gyakorolt a sörfőzés gyári körülményeinek megteremtésére. Emellett elmondható az is, hogy számos nagytekintélyű sörszakember vándorolt Magyarországra a német régiókból ebben az időszakban (Marton, 2007).

Ekkor vált gyakorlattá, hogy építési engedélyt is kaphatott egy vállalkozó, de ezek stílusa még kevésbé volt „nagyipari”, inkább a kézműves jegyeket viselte magán, s az élömunkaerő dominált. Ebben az esetben a város, már nem egy telepet adott bérbe, hanem magát a sörfőzés jogát ruházta át a vállalkozóra anyagi javakért cserébe. Az ipari sörfőzés meghonosodását segítette elő az 1840-es ipartörvény, amely szabad utat adott a söripar kialakulásának. A törvény alapján jött létre az 1843-ban hatályba lépett a Pesti Serrendtartás is, amely szerint minden magyar polgár szabadon főzhet az úgynevezett „servám” megfizetése fejében. Ennek szabad elveit a még 1872-ig fennálló céhrendszer igyekezett gátolni (Bevilaque-Borsody, 1931).

Az első nagyobb jelentőséggel bíró bajor mintára épült sörüzemet Schmidt Péter hozta létre Kőbányán 1844-ben. A terület klimatikus adottságai (hideg és száraz) optimális feltételeket teremtett a sör erjedési folyamatainak, s nem elhanyagolható szempont, hogy a raktározásnak is kedvezett. Majd ezt követően az 1860-as években új utak nyíltak meg a hazai sörgyártásban, azzal, hogy Anton Dreher átvette a kőbányai sörgyár vezetését. Az üzem hazánk egész területén értékesítette termékeit, s idővel a termelési volumen lehetővé tette a sörök exportálását is. Kijelenthetjük, hogy az Osztrák-Magyar Monarchia fennállásának idején a hazai söripar virágkorát élte (69 sörgyár). Ezt a lendületet megtörte az I. világháború, hiszen ebben az időszakban az alapélelmiszerek gyártását helyezték előtérbe. Emellett a bombázások idején sok sörgyár is megsemmisült, s így az addig felépült üzemek mindössze 2/3-a üzemelt a későbbiekben. Továbbá, a gazdasági világválság is negatív hatást gyakorolt a sörtermelésre, mivel a kisebb gyárakat felvásárolták, vagy a csőd szélére jutottak. A nagyobb gyárak előnyt kovácsoltak ebből, így például a Dreher gyár taktikus üzletpolitikájának köszönhetően a piac mintegy háromnegyedét birtokolta. A második világháborút követően ismételten elindult hazánkban a sörtermelés. Azt követő időszakban lezajlott államosítás drasztikusan megváltoztatta az akkori körülményeket. Magyarországon a sörfogyasztást leginkább a proletariátus réteg, a kommunista ideológiai erősítette meg. Ennek hatására rengeteg pénzt investáltak új üzemek létesítésére és régi gyárak felújítására, így ennek köszönhetően a 80-as évek közepére 10 millió hl/év sört állítottak elő az országban. Ez 1 fogyasztóra levetítve 100 literes éves sörfogyasztást jelentett. S nemcsak a sörfogyasztás mennyiségét tekintve történtek változások, hanem a sör fogyasztási módját figyelembe véve

is: nagymértékben megnövekedett az üveges sörök iránti igény. A sör iránti kereslet oly mértékű volt, hogy a sörgyárak nem tudták produkálni a kellő mennyiséget (Balázs, 2013). A megfelelő volumen elérése érdekében kénytelenek voltak a minőség rovására növelni a gyárak kapacitását. A sörágazatban újabb változásokat a rendszerváltás eredményezett: előtérbe kerültek a jobb minőségű import sörök, a gyárak ismételten magán kézbe kerültek. Az EU-s csatlakozást követően a piac teljes átrendeződése következett be (Járomi, 2003; Flórián, 2005). A magyar fogyasztók számára is elérhetővé váltak a jó minőségű, olcsó (gyakran olcsóbb, mint a magyar) német és cseh sörök. Napjainkban már számos multinacionális cég jelen van Magyarországon, amelyek legfőbb célja a profitorientált működés. S bár a sörtermelésre is egyre inkább hatással van a globalizáció, mégis elmondható, körülbelül 3-4 évvel ezelőtt megnövekedett a magasabb minőségű, egyedi készítésű, úgynevezett „kézműves sörök” iránti igény (Magyar Kézműves Sörök, 2014).

2.3. A sörtermelés volumene Európában

Az Európai Sörkészítők Szervezetének (The Brewers of Europe) legfrissebb jelentése (Beer statistics 2012 edition) alapján elmondható, hogy 2011-ben az „öreg” kontinens minden országában folyt sörtermelés, de volumenét tekintve eltérő arányban. Németország – több évszázados tradíciói révén – a mintegy 100 millió hl mennyiségű előállított sörével magasan az európai átlag felett áll. Kiemelendő továbbá az Egyesült Királyság, Lengyelország, Spanyolország, Hollandia, Csehország, és Belgium több tízmilliónyi éves sörtermelésével. Magyarország a középmezőnyben helyezkedik el az éves szinten előállított több mint 6 millió hektoliter előállított sörével.

2.4. A sörfogyasztás mennyisége Európában

Az Európai Unió területén 2003-ban a sörfogyasztás 1 főre vetítve közel 77 liter volt, ez a szám 2009-re nagymértékben lecsökkent (69,5 l). A köztes időszakot elemezve megállapítható (2003-2009), hogy a legtöbb sör 2007-ben került eladásra, s ez egy főre vonatkoztatva körülbelül 78,1 litert elfogyasztott sört jelentett. Az Európai Sörkészítők Szervezetének (The Brewers of Europe, 2012) aktuális jelentésében közölt adatok a sörfogyasztás mennyiségét tekintve az adott ország egész lakosságára vonatkoztatva a 1. táblázatban került összefoglalásra. Az egy főre eső sörfogyasztást tekintve elmondható, hogy legkevésbé az olasz (29 l/fő, illetve a francia (30 l/fő) nemzet preferálja az elemzett alkoholos italt. A bemutatott adatok alapján kijelenthető, hogy a cseh és a német lakosság kedveli leginkább a sört az egy főre vetített több mint 100 liter éves mennyiségével.

1.táblázat: Európai sörfogyasztási adatok 2009-2011-ig (saját szerkesztés The Brewers of Europe, 2012 nyomán)

Ország	2009 (000 hl)	2010 (000 hl)	2011 (000 hl)
Németország	98078	95683	95545
Egyesült Királyság	45141	44997	45694
Lengyelország	35992	36620	37854
Spanyolország	35876	35199	33573
Hollandia	25376	23936	23644
Belgium	18009	18122	18571
Csehország	18618	17661	18181
Románia	17600	16920	16900
Franciaország	14731	16290	15910
Olaszország	12776	12814	13410
Törökország	9231	10278	9212
Ausztria	8728	8670	8917
Írország	8041	8249	8514
Portugália	7833	8312	8299
Dánia	6046	6335	6590
Magyarország	6348	6295	6249
Bulgária	4825	4800	4820
Svédország	4455	4349	4491
Finnország	4491	4235	4220
Horvátország	3673	3438	3737
Görögország	4177	3940	3700
Svájc	3555	3538	3546
Szlovákia	3264	3111	3123
Litvánia	2794	2925	2922
Norvégia	2516	2434	2346
Szlovénia	1443	1826	1640
Lettország	1357	1455	1529
Észtország	1234	1312	1360
Luxemburg	325	301	330
Ciprus	355	340	316
Málta	104	130	127

2.5. Hazai sörfogyasztási adatok

Hazánkban az egy főre jutó sörfogyasztás a rendszerváltás követően jelentős mértékű csökkenést mutatott. Míg a szocializmusban az egy főre vonatkoztatott éves sörfogyasztás túllépte a 100 litert, addig – a statisztikai adatok szerint – az elfogyasztott éves mennyiség a 90-es évek elején mindössze 60 liter volt fejenként. A Magyar Sörszövetség 2013-as évet nyitó évértékelő sajtóközleménye alapján kijelenthető, hogy bár az elemzett év gazdaságilag nehéz volt a sörágazat szereplőinek, mégis kismértékű növekedés (1,26%) mutatkozik az értékesített termékek arányában az előző évhez képest (Magyar Sörgyártók Szövetsége, 2013). Nemzetközi és hazai kutatások is azt bizonyítják, hogy egy átlagos jövedelemmel rendelkező fogyasztó bevételi forrásainak csökkenése esetén bármiről képes (múzeum, színház, mozi) lemondani, kivételt képeznek ez alól az élvezeti cikkek (Ornstein-Levy, 1983; Csiszárík-Kocsir, 2011). Magyarországot borfogyasztó nemzetként tartják számon, ugyanakkor elmondható, hogy sörfogyasztásunk sem elhanyagolható mértékű. A KSH elemzése alapján megállapítható, hogy 2006-tól kezdve egy csökkenő tendencia figyelhető meg az összes alkoholos ital fogyasztását tekintve, ugyanakkor 2011-ben kismértékű (5dl) növekedést mutattak ki. A sörfogyasztásra kiélezve ez a növekedés nem egészen 5%-ot jelentett a 2010-es év adataihoz képest (2. táblázat). Az iparág esetleges hanyatlása – a befizetett magas adók révén – (több tíz milliárd forint) – közvetlenül érintheti a magyar gazdaságot, így kardinális kérdés a termékek iránti kereslet fenntartása. Azonban fontos kiemelni, hogy a nők kevésbé preferálják a sört, így ezen fogyasztói réteg megnyerése hatékony kommunikációs eszközök segítségével, akár a sör iránti keresletnövekedés mozgatórugója lehet (Fodor et al. 2013).

3. táblázat: Magyarországi sörfogyasztás 1 főre vonatkoztatva 2000-2011 (saját szerkesztés KSH, 2013 nyomán)

Év	Mennyiség (l/fő/év)
2000	71,6
2005	72,6
2009	72,6
2010	66,4
2011	69,1

Fontos megjegyezni, hogy bár összességében kismértékű növekedés tapasztalható a sörfogyasztásban, a prémium és középkategóriás értékesített termékek aránya csökkent a magyar fogyasztók árérzékenységéből kifolyólag (Magyar Sörszövetség: 2012 éves jelentés).

2.6. A Magyar Élelmiszerkönyv sörökre vonatkozó irányelvének módosítása

A Magyar Élelmiszerkönyv régi 2-96 számú sörökre vonatkozó irányelve módosításra került 2013-ban. Az új irányelv megváltoztatását a következők indokolták:

- új irányelv megalkotásának szükségessége az úgynevezett „megkülönböztető minőségi jelöléssel ellátott sörökre” vonatkozóan;
- ízesített sör, mint termékkategória leírásának hiánya;
- szűrést követően ízesített úgynevezett „Radler típusú” sörök megkülönböztetése;
- szükségszerű változtatások alkalmazása a Magyar Élelmiszerkönyv szerkezetét tekintve (Szilágyi, 2013).

Az új irányelv (2-702 sz.) egyértelműen megkülönbözteti és definiálja a sört és az úgynevezett ízesített sör fogalmát. Továbbá kihangsúlyozza, hogy az alkoholmentes sör – bár aromákat tartalmaz a sörjelleg elérése érdekében – nem tekintendő ízesített sörnek. A sört minőségi jellemzői (fizikai: szín) alapján az alábbi kategóriákba sorolja.

„Világos sör: sárga színű ital, habja fehér.

- Félbarna, vörös sör: vöröses barna, vörös színű ital, fehér vagy krémszínű habbal
- Barna sör: barnás, sötétbarna, fekete színű ital, krémszínű habbal. „

A termék kémiai jellemzői (alkoholtartalom) alapján az alábbi típusokat különbözteti meg.

- Alkoholmentes sör legfeljebb 0,50% (V/V)
- Alkoholszegény sör 0,51-1,50% (V/V)
- Kis alkoholtartalmú sör 1,51-2,80% (V/V)
- Sör 2,81-8,0% (V/V)
- Nagy alkoholtartalmú sör 8,0% (V/V) fölött (Magyar Élelmiszerkönyv, 2-702 irányelv)

Az új irányelvnek nem tárgya az olyan sört tartalmazó ital („Radler” típusú sör), ahol a sörhöz csak az érlelést/szűrést követően adagolnak a termék jellegét alapvetően megváltoztató bármilyen ízesítő anyagot. Ez a termék a sör kifejezést önmagában nem tartalmazhatja, csak valamilyen szó-összetételben, kihangsúlyozva, hogy a sör csupán csak az egyik alkotóeleme az ízesített alkoholos italnak. Ennek alapján az alábbi megnevezések javasolhatóak: sörkeverék, sörmix vagy sör tartalmú ital. Az ízesített söröknél ezzel szemben legkésőbb az érlelés vagy szűrés során adagolják az ízesítőanyagot meghatározott arányban, így a termék valóban sörnek minősíthető (Szilágyi, 2013).

A Magyar Élelmiszerkönyv a megkülönböztető minőségi jelöléssel ellátott sörökre vonatkozó 2-106 sz. irányelvében a különleges minőségű söröket definiálja a következők szerint:

„A különleges minőségű sörök olyan, más söröktől megkülönböztethető, különleges tulajdonságokkal rendelkező termékek, amelyek a fogyasztók számára előállítási módjuk, összetételük, érzékszervi és egyéb tulajdonságaik miatt további hozzáadott értéket jelentenek. A különleges minőségű sörökre jellemző, hogy kizárólag természetes anyagokat tartalmazhatnak. „ (Magyar Élelmiszerkönyv, 2-106 számú irányelv).

2.7. Kézműves - és kisüzemi sörök megkülönböztetése

Magyarországon körülbelül 3-4 évvel ezelőtt a sör iránt elkötelezett főzőmesterek önszerveződéses alapon valódi áttörést értek el a sörgyártásban, amely a készített sör egyediségében nyilvánult meg. A folyamatot a szakmabeliek „sörforradalomként” említik és az elkészített terméket úgynevezett kézműves jelzővel illeték. Ugyanakkor ezen termékek nem összetévesztendőek a kisüzemi sörökkel. A szocializmusban hozzávetőlegesen 500 kisüzemi sörfőzde volt jelen az országban, azonban technológiájukat, illetve a gyártás körülményeit tekintve sok esetben nem feleltek meg az európai uniós elvárásoknak, Ennek és a kirótt magas adóterheknek köszönhetően számos üzem bezárásra kényszerült a rendszerváltás követő időszakban. Jelenleg hozzávetőlegesen 60 kisüzemi sörfőzde működik hazánkban.

A kézműves sörök egy kereskedelmi forgalomban kapható sörhöz képest élvezhetőbb terméknek minősülnek mind ízében, mind illatában. A termék minőségében fellelhető hozzáadott érték a fogyasztói árban is megnyilvánul. Különlegességük vitathatatlan, ugyanakkor negatívumként említhető meg a sztenderd minőség hiánya, továbbá mikrobiológiai instabilitása. Legnagyobb előnye az egyedisége, egyben legnagyobb hátránya is, hiszen a reprodukálhatóság, s egy folyamatos minőség garantálása szinte elképzelhetetlen a kézműves sört készítők számára (Hegyesné Vecseri Beáta szóbeli közlése nyomán, 2014).

2.8. A sör jótékony hatásai

A sör nem kifejezetten az egészségre gyakorolt jótékony hatásának köszönheti kedveltségét, ugyanakkor fontos kiemelni kiváló jellemzőit ebben a tekintetben is. A sör összetételével kapcsolatos publikációk már a múlt század közepén említést tesznek gazdag B vitamin (B2, B6, B3, B5) és ásványi anyag tartalmáról, de napjaink kutatási eredményei is ezt bizonyítják (Stringer, 1946; Bamforth, 2004).

Az említett vitamincsalád jótékony hatást gyakorol az idegrendszer működésére és szerepet játszanak az anyagcsere egészséges működésében is. A gazdag ásványi anyagtartalma – cink, réz, magnézium, vas – elősegíti a bőr, haj és köröm szépségének megőrzését. Stresszoldó és

nyugtató hatással rendelkezik a készítéshez használt komló vegyületeinek köszönhetően (Hegyesné Vecseri, 2002). Nemzetközi fórumokon gyakran említést tesznek (Panel Discuisson I., 2007) preventív szerepéről a kardiovaszkuláris betegségek esetében. Mértékletes fogyasztása vérhígító hatású, így csökkenti a vérrög és az agyvérzés kockázatát. Gátolja a véralvadék lerakódását az artériákban, ezzel a szívinfarktus-esély 50%-kal is csökkenhet. Mindemellett kutatások bizonyítják, hogy a sör jótékony hatással van a csontok egészségére a benne található szilícium elem révén (Sripanyakorn, 2004). Kiváló antioxidáns hatását fenolos vegyületeinek köszönheti (Kenyhercz-Kissinger, 1977).

3. Kutatási célkitűzések

Egy esetleges termék/technológiai innováció bevezetése bármilyen élelmiszeripari vállalkozás életében kockázatos lépés lehet. A sörágazat hazai létjogosultságát megerősíti az iparban rejlő magas innovatív potenciál. A fejlesztési irányok meghatározásának legfontosabb eleme a piaci rések feltérképezése lehet. Eddigi tapasztalataink arra mutatnak rá, hogy miközben a sör klasszikus tömegtermékként régóta jelen van életünkben, kezd kibontakozni egy másik, rendkívül izgalmas alternatíva is: az innovatív, valamint a különleges minőségű kisüzemi sörök világa, illetve a sör-kategória határait átlépő, sörrel készített italok köre.

Az ágazat további fejlesztését elősegítheti a jelenlegi sörfogyasztási szokások, a szokások mögött meghúzódó attitűdök, illetve a „kortárs sörkultúra” megismerése. Kutatásomban

ennek megfelelően arra kerestem a választ, hogy valójában milyen szerepet tölt be a magyar fogyasztók életében a sör. Miközben a sörrel kapcsolatos fogyasztói attitűdöket vizsgáltam, tudatosan igyekeztem rögzíteni a nagyüzemi és kisüzemi („kézműves”) sörökkel kapcsolatos benyomásokat is. Mindezek mellett egy speciális sör típus „a gyümölcsös sörök”, illetve az alkoholmentes sörök fogyasztói elfogadottságát is szándékomban állt vizsgálni. Az egyes vélemények csoportosítása, úgynevezett klaszterezése révén fogyasztói csoportok elkülönítésére is mód nyílik. A célkitűzések elérésével javaslatok fogalmazhatók meg a jelenlegi, illetve lehetséges fogyasztói rétegek vásárlási hajlandóságának fokozása érdekében.

Mindezek tükrében a hipotéziseim a következők voltak:

I. számú hipotézis: *A sör – minőségi kategóriájától függetlenül – nem tekinthető elegáns italnak.*

A hipotézist arra a feltételezésre alapozom, hogy – amint azt a szakirodalmi elemzésben is bemutattam – a sör hazánkban nagyüzemi termékként jelent meg, és fogyasztása hagyományosan a kevésbé differenciált termékekre összpontosul. Ugyanakkor arra számítok, hogy a fogyasztók egy része már kevésbé dogmatikusan gondolkodik e termékről, így ez alapján lehetőség nyílik a réspiaci szegmentációra.

II. számú hipotézis: *A nők kevésbé preferálják a sört, mint a férfiak.*

A hipotézis a sör férfias imázsára támaszkodik. Vizsgálata során az egyes termékkategóriákat – köztük a „gyümölcsös” söröket – elkülönítetten kezelem, s ennek kapcsán ugyancsak számítok arra, hogy mélyebb ismereteket sikerül feltárni az esetleges réspiaci lehetőségekkel kapcsolatban.

III. számú hipotézis: *A „kézműves sörök” egyelőre a társadalom egy szűkebb rétege számára ismeretesek.*

Bár a köznyelvben egy ideje gyökeret vert, a *kézműves sör* kifejezést jogszabály (a Magyar Élelmiszerkönyv 2-109 sz. irányelve) először ebben az évben teszi hivatalosan is alkalmazható megnevezéssé. Ugyanakkor feltételezhető, hogy a fogyasztók szélesebb rétegeinek nem csak a fogalom jogi tartalma, hanem köznyelvi jelentése sem ismert. Megjegyzendő, hogy a kifejezés pontos alkalmazásáról a szakmában jelenleg is komoly viták folynak, mi azonban a dolgozatban ezzel bővebben nem foglalkozunk, kizárólag a fogyasztók által észlelt jelentéstartalom rögzítése és elemzése a célunk.

4. Kutatási módszertan és minta

Az adatok későbbi összehasonlítása és monitorozása érdekében módszernek egy kvantitatív eszközt, vagyis személyes megkérdezés eszközét választottuk. Az interjúk során kérdőívben rögzítettük a válaszadók által adott információkat. A kutatás kérdéseinek meghatározása a Vidékfejlesztési Minisztérium és az Agrárgazdasági Kutató Intézet munkatársainak segítségével történt.

Az elkészült kérdőívet próbafelmérés (n=10) segítségével pontosítottuk. Ennek során meghatároztuk az átlagos kitöltési időt is, amely kutatás-szervezési szempontból szükséges információnak bizonyult. A kvantitatív kutatás a kérdések összeállítása után a megfelelő mintavételi eljárás megtervezésével folytatódik. A lekérdezés történhet telefonon, személyesen, vagy az egyszerűbbnek tűnő online felületen (Lakner-Hajdu, 1999). Ebben a felmérésben mi a személyes megkérdezés eszközét alkalmaztuk.

A kérdőívben szereplő kérdéseket az adatok bevitele érdekében kódolni szükséges. Az adatokat Microsoft Excel táblába rögzítettük. A visszakereshetőséget a kérdőívek sorszámmal való ellátása garantálja. Az adattáblát az SPSS statisztikai programcsomag segítségével elemeztük ki leíró- és többváltozós statisztikai módszerek segítségével. A Pearson-féle χ^2 próbás kereszttáblák segítségével megállapítható a szocio-demográfiai, illetve egyes attitűd-jellegű kérdések hatása a sörfogyasztási szokásokra. A klaszteranalízis segítségével az egyes témát érintő vélemények/attitűdök alapján fogyasztói csoportok különíthetők el egymástól a statisztikailag szignifikáns összefüggések alapján.

A mintavétel időpontjai és helyszínei a következők voltak:

3. táblázat: *A mintavétel helyszínei és időpontjai*

Helyszín	Időpont
Debrecen	2013.07.08.
	2013.07.10.
Szeged	2013.07.09.
	2013.07.15.
Budapest	2013.07.13.
	2013.07.14.
	2013.07.16.
	2013.07.19.
Győr	2013.07.11.
	2013.07.19.
Kaposvár	2013.07.12.
	2013.07.16.

Az egyes felmérések a fent említett helyszínek vasútállomásain és közterületein kerültek lebonyolításra. A helyszínek lehetőséget biztosítottak arra, hogy az átlagosnál érdeklődőbb válaszadók is részletesen kifejtessék a véleményüket. A felmérés során törekedtünk arra, hogy a minta demográfiaiilag reprezentatív legyen a magyar lakosság tág értelemben vett középosztályára (a legszegényebb, illetve a legtehetősebb rétegek szociológiai okok miatt jellemzően „láthatatlanok” maradnak a fogyasztói kutatások számára). Az egyes társadalmi rétegek, korcsoportok, nemek ugyanakkor eltérő arányban voltak fogékonyak a felmérésben való részvételre, amely esetenként alul, illetve felülreprezentálást eredményezett. Ezt a felmérési folyamatban igyekeztünk szem előtt tartani, valamint a lehetőségekhez képest kiegyensúlyozni a későbbi szakaszokban megvalósuló mintavétel során. A válaszadók száma 1014 fő volt. A minta demográfiai összetételét az 4. táblázatban foglaltuk össze.

4. táblázat: A minta demográfiai összetétele

A minta nagysága (1014 fő) és összetétele										
Nemek megoszlása										
Nő 43,30%					Férfi 56,70%					
Életkor										
25 év alatt 39,37%		25-35 év között 22,98%			36-50 év között 17,81%			50 felett 19,84%		
Település típusa										
tanya 0,81%		község 19,94%		város 42,50%		megyeszékhely 10,27%		főváros 26,49%		
Egy háztartásban élők száma										
1 fő 14%	2 fő 24,2%	3 fő 22,7%	4 fő 23,9 %	5 fő 11,2%	6 fő 2,6%	7 fő 0,7%	8 fő 0,3%	9 fő 0,2%	10 fő 0,1%	
14 éven aluli gyermek a háztartásban										
van 21,86%					nincs 78,14%					
Van-e az Önök háztartásában olyan személy, akinek fokozottan figyelnie kell a táplálkozására (pl.: cukorbeteg vagy más okból diétán van)?										
van 21,86%					nincs 78,14%					
Iskolai végzettség										
8 általános iskolai osztály 6,74%		szakmunkásképző 10,26%			középiskola, gimnázium 38,13%			főiskola, egyetem 44,87%		
Gazdasági státusz										
aktív dolgozó, vállalkozó 50,70%		nyugdíjas, rokkant nyugdíjas 12,37%			munkakereső 6,84%		háztartásbeli 1,61%		diák 28,47%	
Érzékelt jövedelemszint										
Kiemelkedő 2,12%		Magas 11,21%			Átlagos 62,22%			Szerény 18,59%		Alacsony 5,86%
Tudnak félre tenni?										
igen 58,77%					nem 41,23%					

A megkérdezettek 57%-át nők, 43%-át férfiak alkották. A téma jellegéből adódóan mintában némiképp felülreprezentáltak a férfiak. Kor szerint hozzávetőlegesen a tervezett arányban sikerült megszólítani az egyes csoportokat, ugyanakkor elmondható, hogy az idősebbek (50 év felettiek) óvatosságuk, tartózkodásuk miatt az elvárásainknál némileg alacsonyabb számban adtak választ kérdéseinkre. A gyakorlati tapasztalatok azt mutatják, hogy a fiatalabb korosztály könnyebben megszólítható, mint az idősebbek a téma jellegétől függetlenül. Az előbbi jelenség szintén megmutatkozik a válaszadók gazdasági státuszára vonatkozó kérdésben is {nyugdíjasok (12,4%) és diákok (28,5%) aránya}, ugyanakkor az aktív dolgozók száma megközelítőleg helyesen tükrözi az egész lakosságot a legutóbbi népszámlálás adatai alapján (KSH, 2013). Az egyes közlekedési csomópontokon történő lekérdezés elősegítette, hogy bár eltérő arányban, de Magyarország összes megyéjéből (5. táblázat) sikerült válaszadókat találjunk. Községekben, illetve kisebb falvakban nem történt lekérdezés, ugyanakkor elmondható, hogy a minta eloszlása lakóhely típusa szerint megközelítőleg reprezentálja a magyar lakosságot. A felsőfokú végzettséggel rendelkezők aránya meghaladja a magyar lakosságra jellemző számot, amely valószínűleg annak tudható be, hogy jelentős volt azon válaszadóknak a száma, akik még jelenleg valamilyen egyetemen/főiskolán folytatják tanulmányaikat, továbbá eredhet a budapesti minta magas arányából is (Budapesti felnőtt lakosság közel 35 %-a rendelkezik felsőfokú végzettséggel KSH 2013-es adatai alapján). Magyarországon a 2011-es népszámlálási adatok szerint ma már az egyfős háztartások vannak többségben, míg mintánkban leginkább a kétfős háztartások dominálnak. A jövedelmi helyzet megállapítása szubjektív tényező, így ezek összehasonlítása központi statisztikai adatokkal nem lenne értelmezhető.

5. táblázat: *A felmérésbe bevont megyék résztvevőinek megoszlása*

Lakóhelye (megye)	
Bács-Kiskun	4,26%
Baranya	1,42%
Békés	1,83%
Borsod-Abaúj-Zemplén	4,97%
Csongrád	4,77%
Fejér	2,54%
Győr-Moson-Sopron	5,69%
Hajdú-Bihar	6,80%
Heves	1,42%
Jász-Nagykun-Szolnok	3,55%
Komárom-Esztergom	4,37%
Nógrád	1,02%
Pest	21,12%
Somogy	2,03%
Szabolcs-Szatmár-Bereg	3,86%
Tolna	1,62%
Vas	1,22%

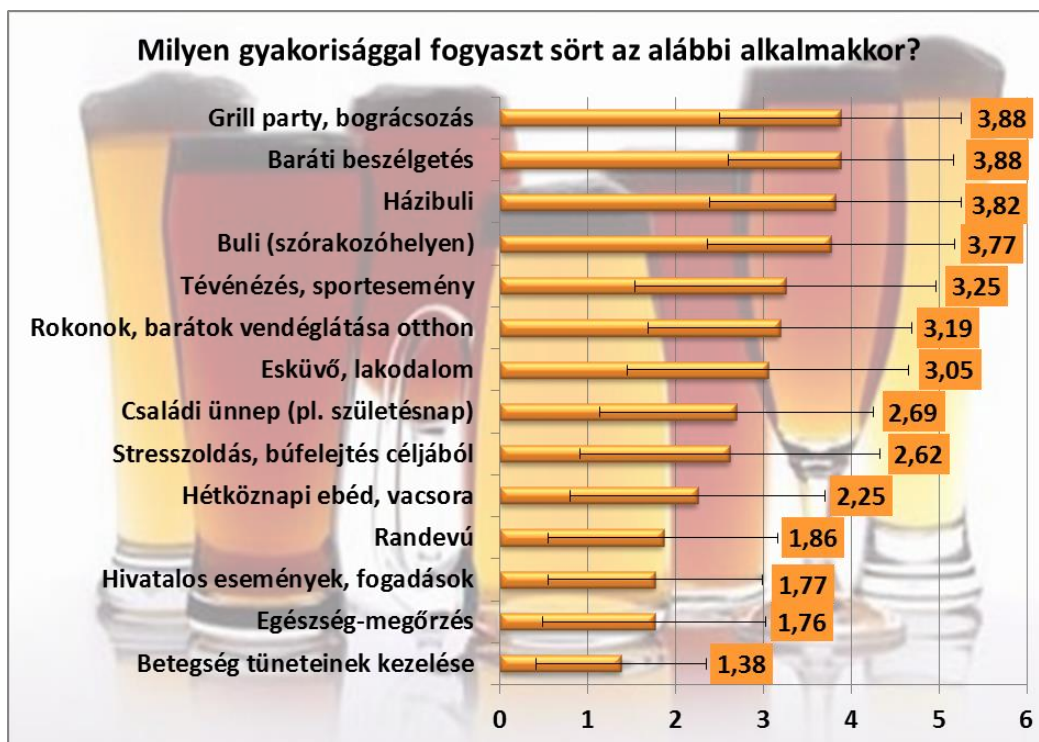
Veszprém	1,52%
Zala	0,81%

5. Kutatási eredmények és értékelésük

A részletezett eredmények többsége zárt formájú kérdés válaszaiból adódik, ugyanakkor a teljes felmérésbe (1.sz. melléklet) nyitott kérdéseket is beépítettünk. Az alkalmazott kérdések az esetek többségében attitűd-skála (Likert-skála) jellegűek voltak. A Likert-skálák közül az 5-ös osztásút választottuk a könnyebb értelmezhetőség érdekében. Magasabb érték egyértelműen erősebb egyetértést, illetve adott esetben magasabb gyakoriságot kódolt.

5.1. Alkoholfogyasztási szokások feltérképezése

Az alábbi kérdéssel arra kerestünk választ, hogy a megkérdezettek milyen események során részesítik előnyben a sört, mint alkoholos italt. A magas szórásértékek is bizonyítják, hogy a válaszadók véleménye rendkívül szélsőséges ezen a területen. Abszolút vezető, sörfogyasztásra leginkább alkalmas esemény, az eredmények alapján nem nevezhető meg, ugyanakkor szembetűnő, hogy a válaszadók leginkább egy barátokkal eltöltött „lazább” időszakban (grill party, baráti beszélgetés, buli) részesítik előnyben a sört. Nagyobb ünnepi eseményeken (esküvő, vacsora, randevú, hivatalos fogadások) a sörfogyasztás kevésbé dominál. Továbbá, a válaszokból az is kirajzolódóik, hogy a sörhöz nem társítanak egészségvédő/betegség kezelő szerepet, ugyanakkor érdemes megjegyezni, hogy egyes szakértők (Hegyesné Vecseri, 2002) szerint a sör mértékletes fogyasztása igazán jó hatással lehet szervezetünkre.



2. ábra: A sörfogyasztásra alkalmas események

Más alkoholos italokkal történő összehasonlítás során még inkább kirajzolódik, hogy a válaszadók a sörhöz ünnepélyes jelleget nem társítanak, hivatalosabb/jelentősegteljesebb események során leginkább a bor és a pezsgő fogyasztását részesítik előnyben.

5. táblázat: A bor/pezsgő fogyasztás lehetséges alkalmai

bor/pezsgő		
	átlag	szórás
Családi ünnep (pl. születésnap)	3,87	1,329
Esküvő, lakodalom	3,85	1,331
Rokonok, barátok vendéglátása otthon	3,45	1,380
Hivatalos események, fogadások	3,42	1,529
Baráti beszélgetés	3,41	1,337
Házibuli	3,38	1,474
Randevú	3,22	1,575
Grill party, bográcsozás	3,12	1,457
Buli (szórakozóhelyen)	3,03	1,464
Egészség-megőrzés	2,75	1,563
Hétköznapi ebéd, vacsora	2,66	1,513
Stresszoldás, bűfelejtés céljából	2,63	1,627
Betegség tüneteinek kezelése	1,97	1,379
Tévézés, sportesemény	1,87	1,275

Bár a megkérdezettek nem igazán társították a sörfogyasztást az egészség-megőrzéshez, mégis érdekesnek tartottuk megvizsgálni a férfiak és a nők véleménye között fellelhető-e

szignifikáns különbség. Érdekes jelenség, hogy a férfiak erősebb mértékben vélnek felfedezni kapcsolatot a sörözés és az egészség-megőrzés között.

6. táblázat: A sörfogyasztás és az egészségmegőrzés kapcsolata a válaszadók neme alapján

Neme Pearson Chi-Square: 0,000		Milyen gyakorisággal fogyaszt sört az alábbi alkalmakkor? Egészség-megőrzés					összes
		1	2	3	4	5	
	nő	80,8%	5,6%	6,5%	2,8%	4,2%	100,0%
	férfi	59,5%	11,9%	14,1%	4,1%	10,4%	100,0%
összesítés		66,8%	9,7%	11,5%	3,7%	8,3%	100,0%

5.2. A sör kulturális vonatkozásai

A sör gyakorlatilag egyidős az emberi civilizációval, ugyanakkor a magyar kulturális vonatkozásai kevésbé ismeretesek. A következő kérdésben egyes alkoholok kulturális jelentőségére szerettünk volna rávilágítani fogyasztói vélemények alapján. A megkérdezés során gyakran szembesültünk azzal, hogy a válaszadó a kérdést feltevést követően azonnal a magyar kultúrára asszociált, így némiképpen torznak tekinthetők az eredmények. Ezek alapján elmondható, hogy a megkérdezett fogyasztók leginkább a bort tekintik a kultúra részének (4,55). A sör ettől függetlenül is az emberiség kultúrájának meghatározó eleme a válaszadók véleménye alapján (3,76). A kézműves sörök hallatán – újszerűségük miatt – a válaszadók kevésbé asszociáltak az emberiség örökségére (3,35).



6. ábra: Az egyes alkoholok szerepe az emberiség kultúrájában

5.3. A sörfogyasztás gyakorisága

Az alábbi kérdéssel a sörfogyasztás gyakoriságára kerestük a választ. A válaszadók egy személyes megkérdezés során sok esetben nem válaszolnak teljesen őszintén a feltett kérdésre, s ez az állítás feltételezéseink szerint ebben a témakörben még inkább megállja a helyét. A megkérdezettek nagy aránya, 26,3%-a hetente legalább egyszer fogyaszt sört. Szintén hasonló azon válaszadóknak a száma, akik egyáltalán nem preferálják „a folyékony kenyeret”. A napi szinten sört fogyasztók tábora bizonyult a legkisebbnek (6,71%).



4. ábra: A sörfogyasztás gyakorisága a megkérdezettek véleménye alapján

Feltételezéseink szerint a női fogyasztók kevésbé részesítik előnyben a sört, így hipotézisünk bizonyítása érdekében az SPSS szoftver Chi² próbás kereszttábláival elemeztük a sör elutasítók táborát nemek alapján (7. táblázat). A hipotézis beigazolódott, hiszen valóban többségében (39.5%) a női válaszadókra jellemző a sör elutasítása.

7. táblázat: A sörfogyasztás gyakorisága nemek alapján

NEMEK	Milyen gyakran fogyaszt sört?						összes
	naponta	hetente legalább egyszer	havonta legalább két-három alkalommal	havonta legalább egyszer	ritkábban	soha	
nő	2,3%	15,4%	15,2%	7,2%	20,3%	39,5%	100,0%
férfi	10,3%	35,1%	18,2%	7,5%	13,2%	15,7%	100,0%
összesítés							

	6,9%	26,6%	16,9%	7,4%	16,3%	26,0%	100,0%
--	------	-------	-------	------	-------	-------	--------

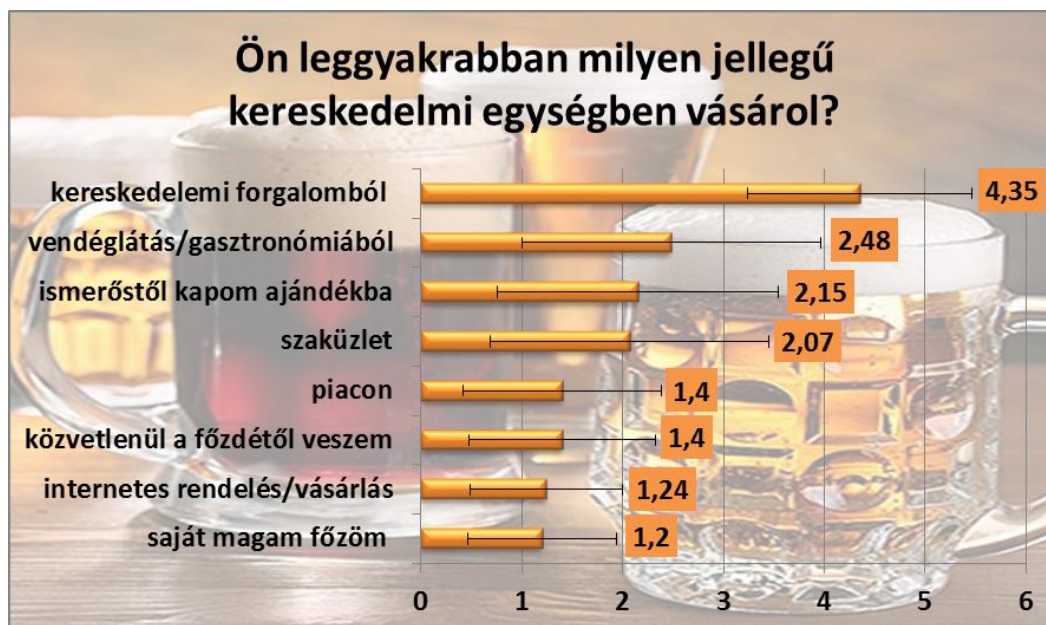
A sört elutasítók csoportjának feltérképezése érdekében további kereszttáblás elemzést végeztem a válaszadók gazdasági státusza mentén. Ennek alapján is szignifikáns különbség mutatkozott a megkérdezettek véleményében. Kijelenthetjük, hogy a sört nem kedvelők csoportjában többségében nyugdíjasok és háztartásbeli megkérdezettek vannak.

8. táblázat: A sörfogyasztás gyakorisága gazdasági státusz alapján

Az Ön gazdasági státusza Pearson Chi-Square:0,000		Milyen gyakran fogyaszt sört?						összes
		naponta	hetente legalább egyszer	havonta legalább két-három alkalommal	havonta legalább egyszer	ritkábban	soha	
	aktív dolgozó, vállalkozó	8,5%	24,2%	17,1%	6,5%	18,7%	25,0%	100,0%
	nyugdíjas, rokkant nyugdíjas	4,1%	12,2%	13,8%	4,9%	17,1%	48,0%	100,0%
	munkakereső	4,4%	26,5%	11,8%	16,2%	14,7%	26,5%	100,0%
	háztartásbeli	0,0%	25,0%	6,3%	6,3%	18,8%	43,8%	100,0%
	diák	5,7%	37,5%	19,1%	7,8%	12,0%	18,0%	100,0%
összesítés		6,7%	26,7%	16,7%	7,3%	16,3%	26,3%	100,0%

5.4. A sörvásárlás kedvelt helyszínei

A következő kérdésben a válaszadók által leginkább preferált sörvásárlási helyszíneket szeretnénk volna meghatározni. Elmondható, hogy bár egyre inkább előtérbe kerül a főzdektől közvetlenül történő vásárlás, napjainkban még a kereskedelmi forgalomból (4,35) szerzik be leginkább a sört a megkérdezettek. A fennmaradó alternatívákhoz képest viszonylag magas egyetértés mutatkozik, a vendéglátóipari egységben történő sörfogyasztással is (2,48). Elmondható, hogy kevésbé vásárolnak sört a megkérdezett válaszadók szaküzletekben (2,07) és piacon (1,4). Az eredmények alapján kijelenthető, hogy a direkt értékesítési forma (főzdektől történő vásárlás, illetve az interneten történő rendelés még nem bevett sörvásárlási forma.



5. ábra: A sörvásárlás lehetséges helyszínei

A kereszttáblás elemzés során bebizonyosodott, hogy a kisüzemi sört leginkább kedvelők többsége előnyben részesíti a főzdetől való közvetlen vásárlási formát (9. táblázat).

9. táblázat: A főzdetől közvetlenül vásárlók körének meghatározása

Ön leggyakrabban milyen jellegű kereskedelmi egységben vásárol sört? közvetlenül a főzdetől veszem Pearson Chi-Square:0,010		A kisüzemi sör különlegesebb					összes
		1	2	3	4	5	
	1	26,6%	11,7%	32,9%	15,7%	13,0%	100,0%
	2	7,7%	15,4%	30,8%	26,9%	19,2%	100,0%
	3	8,9%	11,1%	42,2%	17,8%	20,0%	100,0%
	4	0,0%	8,3%	33,3%	41,7%	16,7%	100,0%
	5	16,7%	5,6%	27,8%	16,7%	33,3%	100,0%
összesítés		22,8%	11,8%	33,3%	17,4%	14,7%	100,0%

5.5. Kézműves sörök ismertsége

A következő kérdéssel az úgynevezett kézműves sörök ismertségét, illetve a kóstolási hajlandóságot vizsgáltuk. Ahogy azt már az irodalmi részben is ismertettem a kézműves sörök nem egyenértékűek a kisüzemi sörökkel, ugyanakkor a kérdőív összeállításakor nem tettünk különbséget a két terméktípus között, így a további elemzés során egyként kezelem őket. Az eredmények alapján elmondható, hogy a kézműves söröket a válaszadók közel egyharmada már kóstolta korábban (6. ábra).



6. ábra: A kézműves sörök ismertsége a megkérdezettek körében

Feltételeztük, hogy a kóstolási hajlandóság inkább a férfi fogyasztókat jellemzi, így keresztábra segítségével szintén megvizsgáltuk, hogy van –e szignifikáns különbség a két csoport véleménye között. A táblázatból egyértelműen látszik, hogy szignifikáns differencia a férfiak és a nők válaszai között.

10. táblázat: A kézműves sörök ismertsége a női és a férfi válaszadók körében

Nemek Pearson Chi-Square 0,000		Kóstolt-e már "kézműves" söröket?		összes
		igen	nem	
nem	nő	25,7%	74,3%	100,0%
	férfi	38,5%	61,5%	100,0%
összesítés		33,0%	67,0%	100,0%

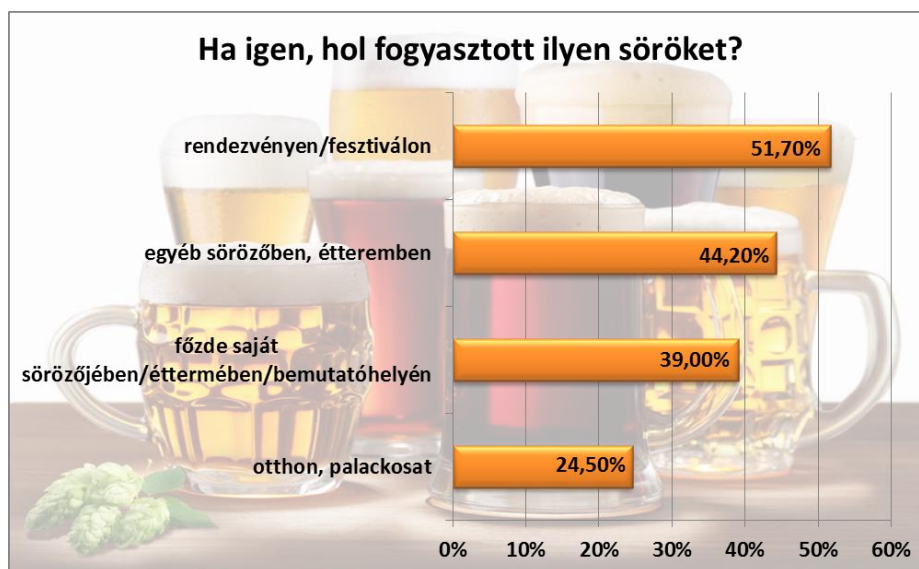
Továbbá megvizsgáltuk, hogy a kisüzemi sört kóstolók csoportjában milyen arányban mutatkoznak meg azon fogyasztók, akik az ilyen jellegű sört különlegesebbnek ítélték meg. A megkérdezettek véleményében szignifikáns különbséget találtunk a fentiek tekintetében. Az ilyen termékeket fogyasztók többségében egyetértettek azzal az állítással, miszerint a kisüzemi sör különlegesebb.

11. táblázat: A kisüzemi sör különlegességének megítélése a kisüzemi sört kipróbálók körében

Kóstolt-e már kisüzemi („kézműves”) söröket?		A kisüzemi sör különlegesebb					összes
		1	2	3	4	5	
	igen	10,3%	10,3%	32,5%	25,4%	21,5%	100,0%

	nem	35,8%	12,7%	33,9%	9,8%	7,8%	100,0%
összesítés		23,0%	11,5%	33,2%	17,6%	14,7%	100,0%

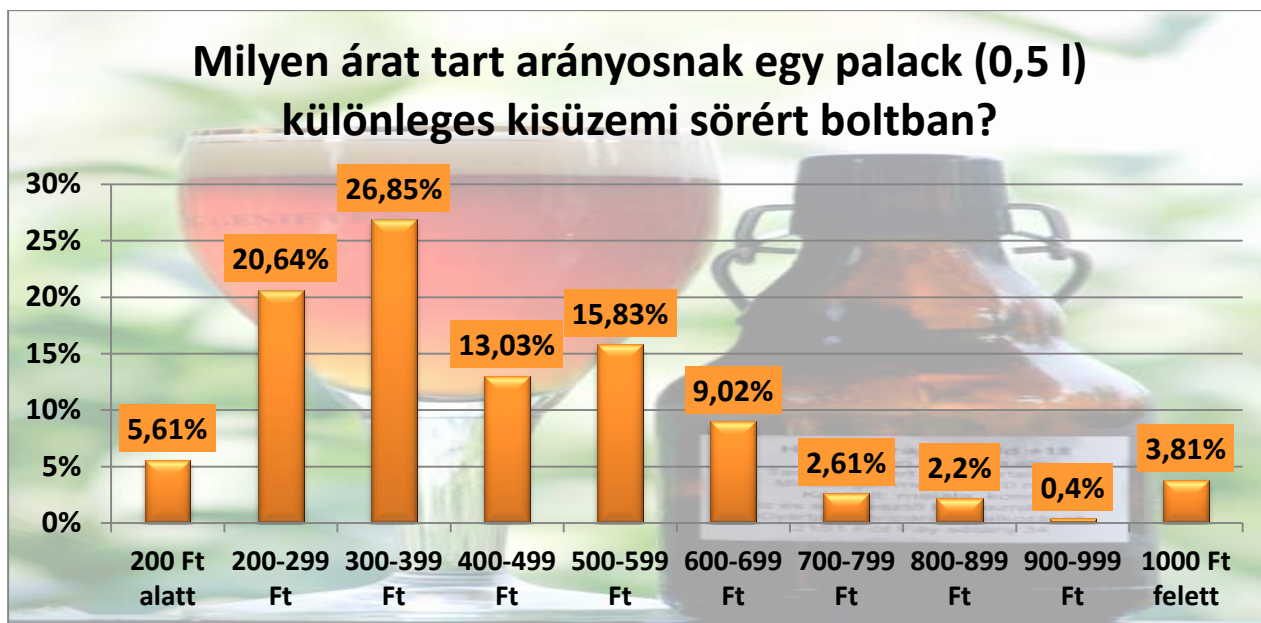
Az alábbi kérdéssel a kóstolás helyszínére szeretnénk volna rávilágítani a kézműves sör ismerők csoportja esetében. A megkérdezettek többségében (75,50%) palackozott formában tették próbára a terméket. Láthatjuk, hogy a további alternatívák körülbelül azonos arányban jelentek meg a válaszadói véleményekben.



7. ábra: A kézműves sörök kóstolási helyszínei

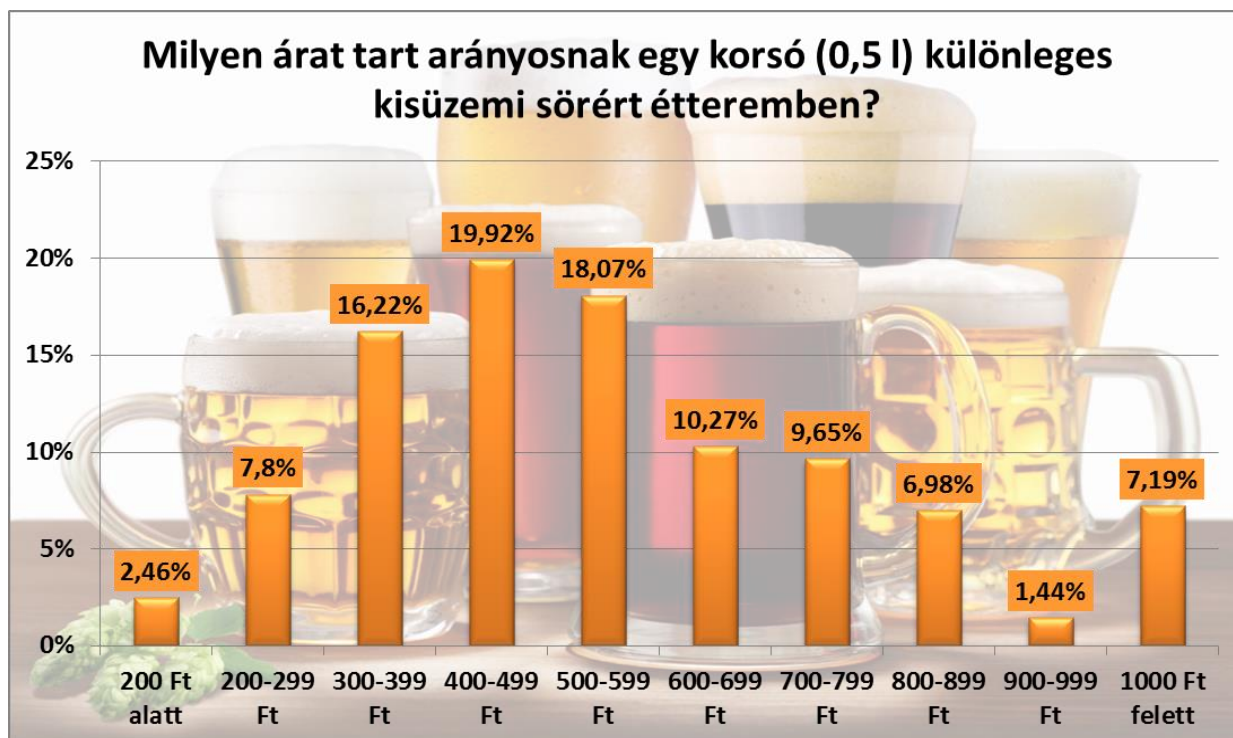
5.6. Fizetési hajlandóság sörvásárlást illetően

A következő kérdéssorral a megkérdezettek fizetési hajlandóságát vizsgáltuk meghatározott mennyiségű különleges kisüzemi sör bolti vásárlása esetében. A válaszadók tetszőleges összeget írhattak be a megadott mezőbe, s az általuk megadott válaszokból kategóriákat képeztünk a könnyebb elemezhetőség érdekében. A válaszokból megállapítható, hogy a megkérdezettek többsége (26.85%) a 300-399 Ft közötti összeget tartja ideális értékesítési árnak. A válaszadók viszonylag szintén nagyobb csoportja (20,64%) mindössze 200-299 Ft-ot fizetne 0,5 liter ilyen minőségű sörért. Az ennél magasabb – általunk képezett – árkatagóriát a válaszadók mindössze néhány százaléka fogadná el forgalmazási árként.



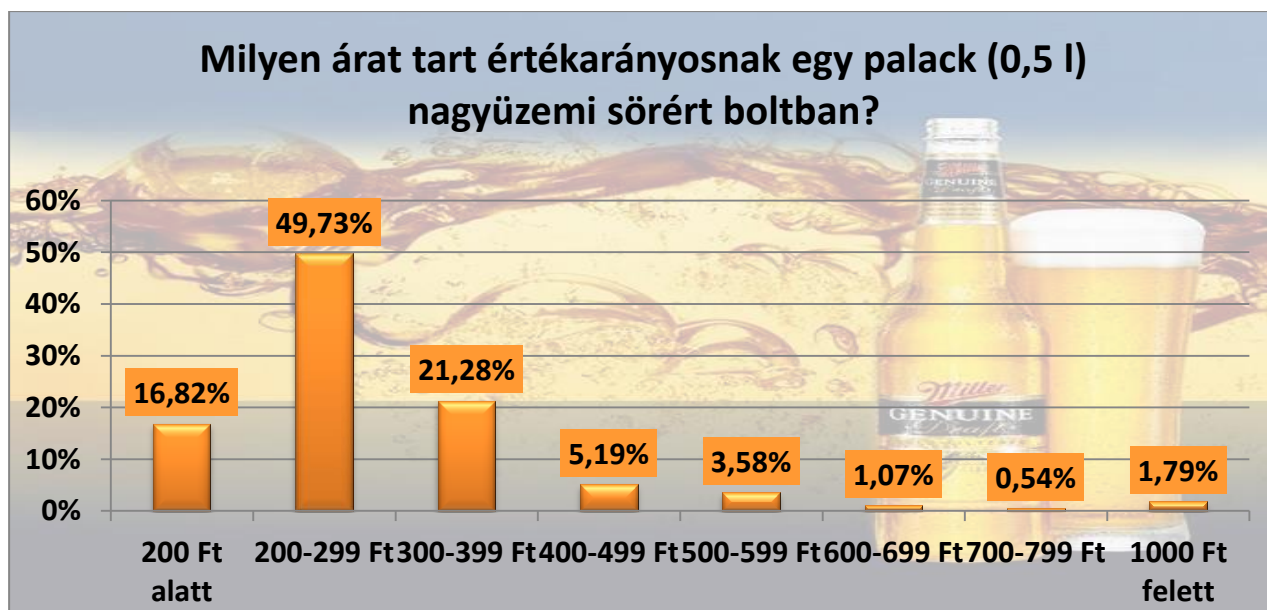
8. ábra: Fizetési hajlandóság boltban kapható kisüzemi sörök tekintetében

Az étteremben történő vásárlás esetén a válaszadók többsége (19,92%-a) 400 és 499 Ft közötti összeget tartja ideálisnak egy korsó kisüzemi sörért. Szintén hasonló arányban van jelen az ennél valamivel magasabb (18,07%) és alacsonyabb (16,22%) árkatégória is. Fontos megemlíteni, hogy a megkérdezettek viszonylag nagyobb csoportja (7,19%) akár 1000 Ft-ot is hajlandó lenne fizetni egy korsó kisüzemi sörért éttermi körülmények között.



9. ábra: Fizetési hajlandóság étteremben kapható kisüzemi sörök tekintetében

Az alábbi kérdésekkel a válaszadók fizetési hajlandóságát megvizsgáltuk nagyüzemi sörök tekintetében is. A válaszokból látható, hogy a bolti vásárlás esetén a megkérdezettek közel fele (49,73%) 200-299 Ft-ig terjedő árat tartja értékarányosnak. A válaszadók mintegy negyede (21,48%) egy 300-399 Ft-ig terjedő értéktartományt jelölne meg fogyasztói árként. A vélemények alapján elmondható, hogy mindössze néhány százalékának érne meg, ennél nagyobb összeget költeni az ilyen jellegű termékre.



10. ábra: Fizetési hajlandóság boltban kapható nagyüzemi sörök tekintetében

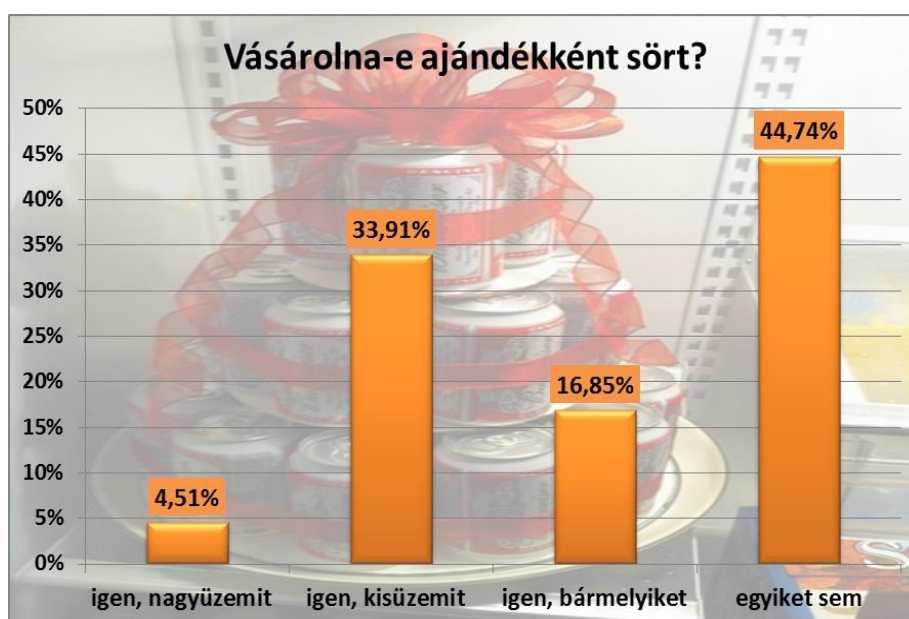
Az étteremben történő vásárlás esetén a válaszadók átlagosan egy árkategóriával feljebb helyezték a nagyüzemi sörök ideális értékesítési árát a bolti forgalmazási árhoz képest, ugyanakkor a mintában néhány százalékban (4,785) még mindig jelen van azon válaszadók véleménye, akik 200 Ft alatt tartják értékarányosnak a nagyüzemi sör árát étteremben történő fogyasztás esetén.



11. ábra: Fizetési hajlandóság étteremben kapható nagyüzemi sörök tekintetében

5.7. A sör, mint ajándék

A következő kérdéssel a válaszadók véleményét vizsgáltuk a sör ajándékként való megfelelése tekintetében. Megállapítható, hogy a megkérdezettek többsége (44,74%) – minőségétől függetlenül – nem tartja ideális ajándéknak a sört. Ugyanakkor a válaszadók egy relatíve nagyobb hányada (33,91%) úgy véli a kisüzemi sör nem csak saját fogyasztásra alkalmas, hanem ajándékként is funkcionálhat. A válaszadók egy szűkebb rétege (16,85%) úgy gondolja, hogy a sör minden formája adható ajándékként bizonyos alkalmakkor. A megkérdezettek legkisebb hányada (4,51) szerint nagyüzemi sört is szívesen ajándékozna másnak.



12. ábra: Fogyasztói vélemények a sör ajándékként való felhasználásáról

Fontosnak tartottuk megvizsgálni, hogy azon fogyasztók ajándékoznának-e sört inkább, akik maguk is rendszeres sörfogyasztók, vagy ez irányú hajlandóság a sört egyáltalán nem fogyasztók táborára jellemző. A keresztábrás elemzés során ebben a tekintetben is szignifikáns különbséget találtunk a fent említett esetben. Ennek alapján bebizonyosodott, hogy a sört egyáltalán nem fogyasztók körében a kisüzemi sörnek nagyobb „értéke” van, mint a sört napi, illetve heti szinten vásárlók körében. A sörfogyasztást kerülők magas hányada (60,6%-a) a kisüzemi sört szívesen adná ajándékba, míg ez a sört rendszeresen fogyasztók körének körülbelül egynegyedére jellemző csak.

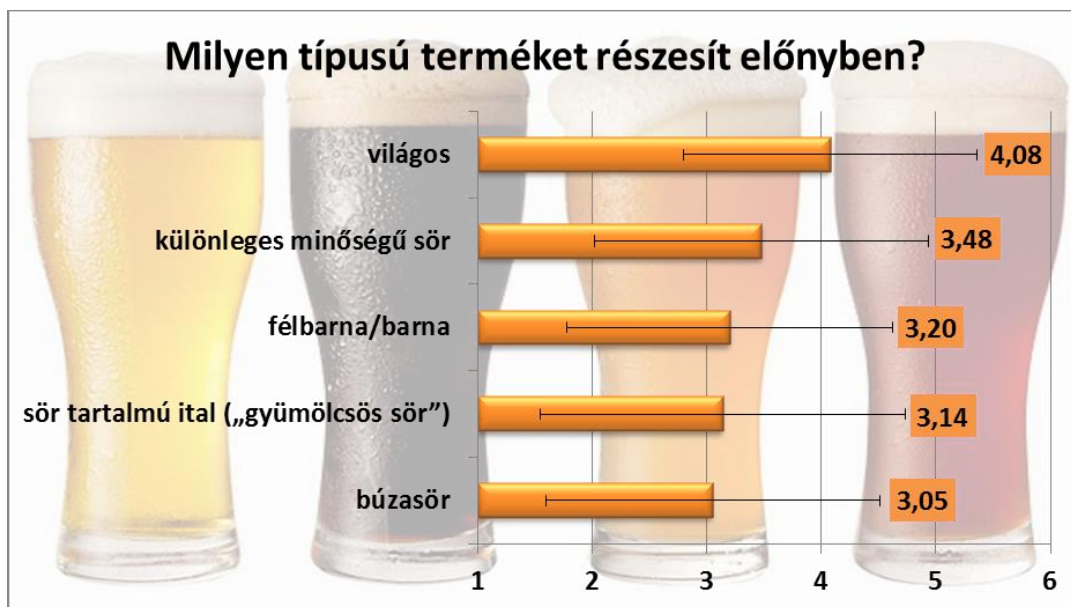
12. táblázat: A sör, mint ajándék elfogadása sörfogyasztás gyakoriságának tekintetében

Milyen gyakran fogyaszt sört? Pearson Chi-Square:0,000	Vásárolna-e ajándékként sört?				összes
	igen, nagyüzem	igen, kisüzem	igen, bármelyiket	egyiket sem	
naponta	10,9%	21,9%	25,0%	42,2%	100,0%
hetente legalább egyszer	6,9%	24,0%	25,2%	43,9%	100,0%
havonta legalább két-három alkalommal	4,5%	18,5%	21,7%	55,4%	100,0%
havonta legalább egyszer	2,8%	25,4%	15,5%	56,3%	100,0%
ritkábban	4,0%	26,4%	15,2%	54,4%	100,0%
soha	1,5%	60,6%	5,6%	32,3%	100,0%
összesítés	4,5%	33,9%	16,8%	44,7%	100,0%

5.8. Az egyes sör típusok kedveltsége

A következő kérdéssel a válaszadók által leginkább preferált sör típusot szerettük volna meghatározni. Elmondható, a megkérdezettek a világos sör kedvelték leginkább (4,08), ugyanakkor a félbarna/barna típusú söröket már kevésbé részesítették előnyben (3,20).

Érdekes jelenség, hogy a válaszadók kérdéssel kapcsolatos attitűdjeit figyelembe véve, nem tapasztalható nagyobb elégedettség a kisüzemi sörökkel szemben (16. ábra), ugyanakkor mégis előnyben részesítik sörvásárláskor a különleges minőségű söröket (bár a 2 kategória nem teljesen analóg egymással). A válaszadók körében a búzasör bizonyult a legkevésbé preferált sörtípusnak (3,05).



13. ábra: Az egyes sörtípusok preferáltsága

Feltételeztük, hogy az egyes szocio-demográfiai tényezők befolyásolhatják, hogy melyik sörtípust részesítik előnyben leginkább. Ennek alapján megállapítható, hogy szignifikáns különbség mutatkozik a válaszadók gazdasági státusza alapján a különleges sör tekintetében. Megállapítható, hogy a nyugdíjas réteg kevesebb nyitottságot mutat a különleges minőségű sörök iránt.

13. táblázat: Különleges minőségű sör kedveltsége a válaszadók gazdasági státusza alapján

Milyen típusú terméket részesít előnyben? különleges minőségű sör Pearson Chi-Square:0,003		Az Ön gazdasági státusza					összes
		aktív dolgozó, vállalkozó	nyugdíjas, rokkant nyugdíjas	munkakereső	háztartásbeli	diák	
	1	43,9%	18,7%	9,3%	1,9%	26,2%	100,0%
	2	44,7%	10,6%	12,8%	0,0%	31,9%	100,0%
	3	50,4%	4,9%	4,9%	,8%	39,0%	100,0%
	4	56,1%	6,1%	7,6%	,8%	29,5%	100,0%
	5	52,3%	4,1%	5,5%	,5%	37,6%	100,0%
összesítés		50,7%	7,7%	7,0%	,8%	33,8%	100,0%

A Magyar Sörszövetség adatai szerint csökkent a kereslet 2013-ban a magasabb árkategóriába tartozó sörök iránt, s a fogyasztók az olcsóbb söröket részesítik előnyben. A megkérdezettek válaszaiból, azonban úgy tűnik, hogy vásárlás során – saját bevallásuk szerint – nem annyira meghatározó az ár. A válaszadók szerint a vásárlásnál döntő tényező leginkább a sör típusa. Feltételezhető, hogy a fogyasztók egy meghatározott típust keresnek a boltok polcain, s majd csak utána szemlélődnek az egyes gyártók kínálatában (4,02).



14. ábra: A sörvásárlás meghatározó szempontjai

5. 9. A sör preferált csomagolási formája

A következő kérdéssel a válaszadók által leginkább preferált csomagolási formát szeretnénk volna feltérképezni. Praktikusságai szempontokat figyelembe véve egy dobozos sör talán megfelelőbb lehet egy átlagos fogyasztó számára, ugyanakkor arányaiban kevés válaszadó (23,10%) döntött a dobozos sör mellett. Bár kereskedelmi forgalomban az üveges sör gyakran a Nap hatásainak kitéve „fény” ízűvé válik, a megkérdezettek közül többen (34,10%) kedvelték ezt a klasszikus csomagolási formát. Fontos megjegyezni, hogy ezektől eltekintve a válaszadóink többségének (42,80%) irreleváns a sör csomagolása (15. ábra).

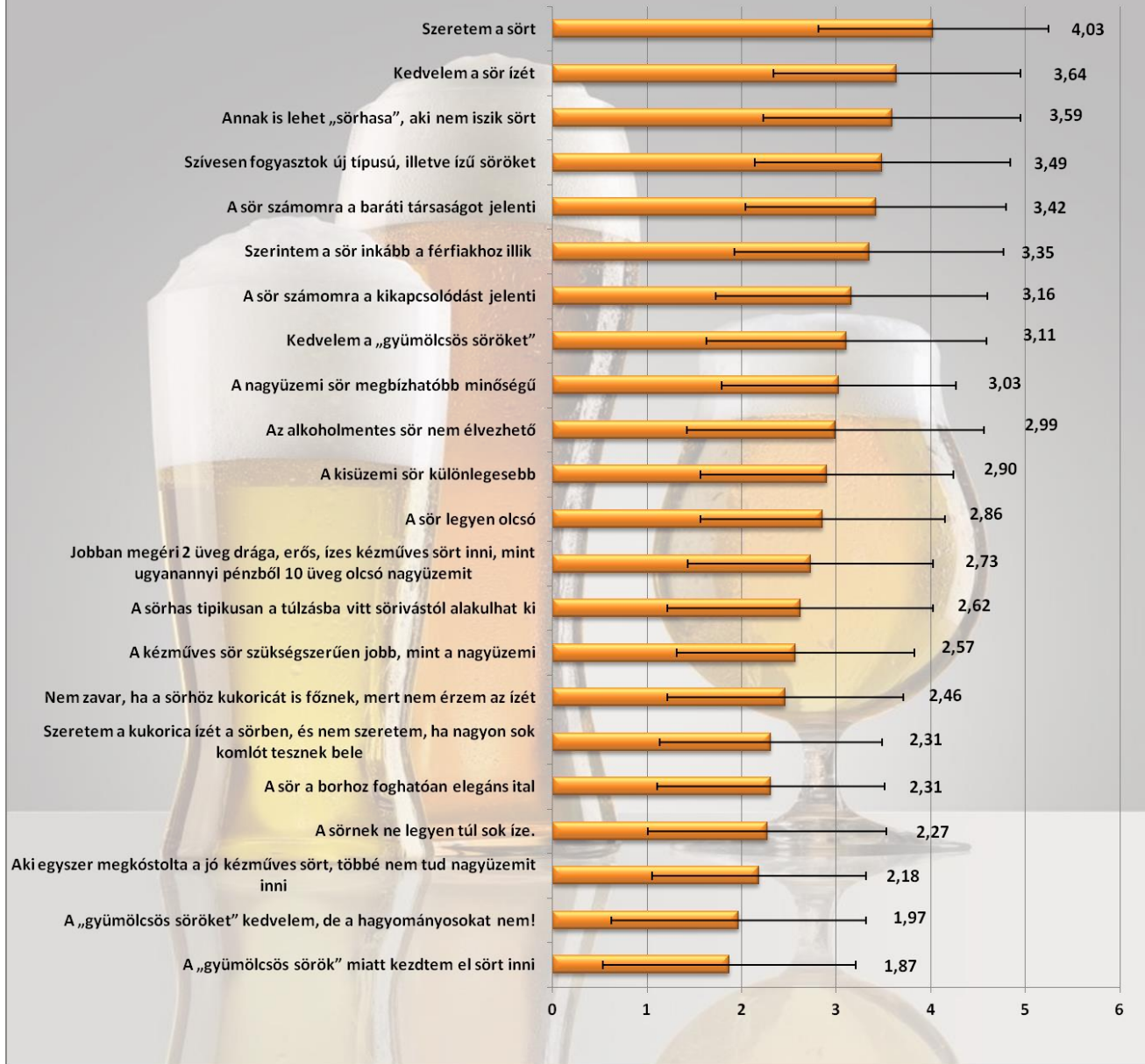


15. ábra: A megkérdezett fogyasztók által preferált sörsomagolási forma

5.10. A sörrel kapcsolatos fogyasztói attitűdök

A következő állításokkal a válaszadók sörrel kapcsolatos attitűdjeit/benyomásait szeretnénk volna felmérni. A megkérdezettek körében a sör nagy kedveltségnek örvend (4,03), ugyanakkor ízével már kevésbé voltak elégedettek a válaszadók (3,64). Látható, hogy a megkérdezettek nem feltétlenül kapcsolják össze a sörhasat a sörfogyasztással (2,69), semleges az álláspontjuk ebben a kérdéskörben. Érdekes jelenség, hogy a válaszadók a kisüzemi sört nem tekintik átlagnál különlegesebbnek (2,90; 2,57), ugyanakkor a nagyüzemi sört megbízhatósága szempontjából jobbnak gondolják (3,03). A válaszokból egyértelműen látszik, hogy szűk volt azon válaszadók aránya, akik a gyümölcsös söröket preferálják (1,97), illetve kizárólagosan csak azt fogyasztják (1,87). Az alkoholmentes sörök élvezhetőségével kapcsolatos benyomások semlegesnek tekinthetők (2,99). Bár egy kereskedelmi forgalomban kapható közép árkategóriás sör egyéb alkoholos italokkal összehasonlítva nem nevezhető drágának, a megkérdezettek mégsem gondolják azt, hogy a terméket alacsony áron kellene értékesíteni (2,86). A fennmaradó állítások is szintén a közepes átlagértéknél mozogtak, amely valószínűleg a válaszadók inhomogén válaszaiból fakad. Éppen ezért az egyes fogyasztói csoportok elkülönítése érdekében klasztereket fogunk képezni ezen attitűdöket meghatározó állítások segítségével.

Mennyire ért egyet az alábbi, kisüzemi sörökkel kapcsolatos állításokkal?



16. ábra: A sörrel kapcsolatos fogyasztói attitűdök

5.11. Klaszteranalízis eredménye

A klaszteranalízis során a fogyasztók szegmentációját végeztük el az egyes demográfiai paraméterek és bizonyos attitűdök alapján. Az elemzés segítségével 5 csoportot tudunk szignifikánsan megkülönböztetni egymástól a sörfogyasztási szokások tekintetében.

Kereszttablás elemzésük során kiderült, hogy az egyes klaszterek lakóhelye nem befolyásolja szignifikánsan sörfogyasztási szokásaikat. Meghatározó demográfiai paraméternek tekinthető a válaszadók neme, életkora és gazdasági státusza.

A témát érintő fogyasztói vélemények/benyomások és a releváns demográfiai paraméterek alapján az alábbi klasztereket tudjuk elkülöníteni egymástól.

1. Sör „gourmet”

Arányuk a mintában: (25,6%)

Ezt a fogyasztói csoportot többségében 50 év feletti, átlagos vagy magasabb műveltségű aktív dolgozó emberek alkotják. A klaszter sör iránti elkötelezettségét bizonyítja, hogy sokan köztük már próbára tették a kézműves sört, s ízét különlegesebbnek, minőségét jobbnak ítélték a nagyüzemi sörökhöz képest. Abszolút elutasító magatartást mutatnak az alkoholmentes, illetve a gyümölcsös sörök iránt. Egy jó minőségű sörért hajlandóak magasabb árat is fizetni. A sört nem tekintik kommersz terméknek. Szívesen fogyasztják a sört baráti társaságban könnyed alkoholos üdítőként, de előszeretettel hódolnak az új, különleges minőségű söröknek egy kóstolással egybekötött sörfesztiválon is. A csoport tagjairól elmondható, hogy hasonló érdeklődést mutatnak egyéb alkoholos italok (bor, pálinka) iránt is.

2. Fiatal „laikus” sörfogyasztó

Arányuk a mintában: (35,20%)

E csoport tagjai rendszeresen fogyasztanak alkoholt, de ezt legfőképpen hangulatjavítás érdekében teszik, nem feltétlenül a sör ízének élvezetéért. A klasztert többségében vegyes végzettségű 25 éven aluli fiatalok alkotják, akiknek a sör vásárlásnál a legfontosabb szempont az ár. Fogyasztásaik során az alacsonyabb árkategóriájú söröket részesítik előnyben. Emlékezetük szerint nem kóstoltak kisüzemi sört és nem is feltételezik, hogy minőségét tekintve jobb lenne nagyüzemi sörnél. Nem zárkoznak el az alkoholmentes, illetve a gyümölcsös sörök fogyasztásától sem. A sörfogyasztást rendszerint szórakozóhelyeken, illetve otthon, pl. valamilyen sportközvetítés alkalmával gyakorolják. Az egyes alkoholok kulturális vonatkozásaival nincsenek tisztában, s nem is tulajdonítanak ennek jelentőséget.

3. Antialkoholista

Arányuk a mintában: (3,00%)

A mintában részarányukat tekintve alacsony százalékban vannak jelen, ugyanakkor a csoport olyan élesen elkülönült a többi klasztertől, hogy jelenlétük bemutatása indokoltá vált. Saját bevallásuk szerint egyáltalán nem fogyasztanak alkoholt. Gazdasági státuszukat tekintve alacsonyabb végzettségű, életkorukat tekintve heterogénnek tekinthető a csoport, s jellemzően háztartásbeliek alkotják. Saját bevallásuk szerint maximum az alkoholmentes, illetve gyümölcsízesítésű sörök fogyasztása képzelhető el számukra. A sör – és egyéb alkoholos italok – ízét nem kedvelik, így feltételezhető, hogy a termékek rendszeres fogyasztásában ez is gátló tényező lehet. Elmondható, hogy az alkoholkultúrát nem tekintik az emberiség fontos örökségének.

4. Szociális sörkedvelő (23,20%)

A csoport tagjai többségében érettségizett 36 év feletti háztartásbeli vagy munkakereső nők. Viszonylagosan kedvelik a sört, de erősebb/mélyebb attitűdöt nem mutatnak iránta. A kézművesek söröket egyáltalán nem ismerik, s különlegességét is cáfolják, ugyanakkor lelkes fogyasztói a gyümölcsös söröknek. Mindemellett az alkoholmentes söröket sem vetik meg és kifejezetten jó ízűnek tartják. A sörfogyasztás számukra alkalmoszerű, semmiképpen nem nevezhető tudatosnak, rendszeresnek. Valószínűsíthető, hogy a sört leginkább egy baráti összejövetel alkalmával fogyasztják a társaság tagjainak nem tudatos ösztönzésére. Kereskedelmi forgalomból jellemzően nem vásárolnak sört saját fogyasztásra.

5. Passzív (13,00%)

A csoport tagjait többségében 36 éven aluli férfi és női aktív dolgozó, illetve háztartásbeli fogyasztók alkotják. Teljesen semleges álláspontot képviselnek minden sörféleséggel kapcsolatban. Mindössze alkalomadtán isznak sört, s akkor is irreleváns annak minősége, illetve típusa. Amennyiben alkoholt fogyasztanak, a mértékletességre törekcszenek. Nem mutatnak tudatos érdeklődést egyéb alkoholos italok iránt sem, s nem gondolják úgy, hogy bizonyos ünnepélyes alkalmak megkövetelik az esemény fényét növelő elegáns ital kiválasztását.

6. Összefoglalás és következtetések

A sörágazat az elmúlt években jelentős mértékben differenciálódott, amely tetten érhető a fogyasztói felmérés eredményeiben is. A válaszadók jelentős része továbbra is tömegterméket lát a sörben, ugyanakkor ma már jól körvonalazhatók azok a rés piacok, amelyek lendületet adhatnak az innovatív gyártók, illetve a különleges minőségű sörök készítői számára. A kutatás során sikerült bizonyítani, hogy valóban vannak olyan fogyasztók, akik a hagyományos termékek iránt nem érdeklődtek, de például a „gyümölcsös sörök” miatt megtették az első lépéseket a sörfogyasztóvá válás útján. Sajnos a jelen felmérés keretei nem elégségesek egy nyomkövetéses vizsgálathoz, de a későbbiek során érdemes lenne e válaszadók fogyasztási szokásainak változásait is megfigyelni, és feljegyezni, hogy közülük milyen arányban vannak olyanok, akik áttérnek a hagyományos, illetve a különleges sörök fogyasztására is.

A kisüzemi sörök rajongótáborára a vártnál csekélyebb mértékben van jelen a sörfogyasztó társadalomban. Ennek az ár mellett talán a sörvásárlási rutin is egyik oka lehet. Úgy tűnik ugyanis, hogy a legtöbb válaszadó számára a sör inkább olyan alaptermék, amellyel kapcsolatban alacsony szintű elvárások fogalmazhatók meg. Ennek megváltoztatásához feltételezésünk szerint a minőségi jellemzők, illetve a különleges tulajdonságok értékeléséhez szükséges tanult ismeretek fejlesztése lehet a legfontosabb út.

Mindehhez kutatásunk segítséget nyújthat a sörfogyasztói típusok csoportosításán keresztül. A definiált célcsoportok tekintetében eltérő, de jól célozható marketingeszközök alkalmazhatók, amelyekhez a dolgozat kereteit meghaladó, részletesebb elemzések is rendelkezésre állnak.

Sajnos elmondható, hogy a sör – bár sikerült kimutatnunk egy valódi „sör-gourmet” réteg jelenlétét – ma még nem hasonlítható presztízsből, eleganciában a borhoz. Érdekes módon ajándékként pedig éppen azok tudják elképzelni a különleges minőségű söröket, akik maguk kevésbé tartoznak a mindennapos sörfogyasztók közé. Várakozásainkkal ellentétben a mértékletes sörfogyasztás egészségvédő szerepe szinte egyáltalán nincs jelen a köztudatban. Ezek a tényezők mind abba az irányba mutatnak, hogy a sör imázsépítése még sok lehetőséget tartogat mind a közösségi marketing, mint pedig a gyártói márkák esetében.

7. Irodalomjegyzék

1. **Balázs G. (2013):** A sör története, Egyetemi jegyzet Sörfőző mester szakmérnök és szaktanácsadó szakirányú továbbképzési szak, Budapesti Corvinus Egyetem ISBN:978-963-503-569-4
2. **Bamforth C. W. (2004):** Beer- Health and nutrition, Blackwell Science Ltd. ISBN: 0-632- 06446-3, oldal: 92-95
3. **Bevilaque-Borsody B. (1931):** A magyar sörfőzés története. Budapest
4. **Csiszárík-Kocsir, Á. (2011):** A gazdasági – pénzügyi válság fogalmi értelmezése korcsoportonkénti és végzettség szerinti bontásban egy kutatás eredményeinek tükrében, Vállalkozásfejlesztés a XXI. században – Tanulmánykötet, Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar, 139.-154. oldal
5. **Fodor M., Mészáros-Pintér Sz., Medve A. (2013):** Hogyan adjunk el valamit Másnak, ami valójában ugyanaz – Sört a nőknek?! Vállalkozásfejlesztés a XXI. században, oldal:103-116. Budapest
6. **Fórián Zoltán (2005):**Habok hátán: avagy a söripar jelene és jövője (Online elemzés az MKB-tól) http://elib.kkf.hu/mkb/89_2005.pdf (2014.04.07.)
7. **Gaal E. (1988):** A sör, Gondolat Kiadó, ISBN: 963-282-069-X
8. **Halász Gy. (1998):** Britannica Hungarica, XVI. kötet, Tizenötödik kiadás
9. **Hegyesné Vecseri B. (2002):** A sör és az egészség, Élelmezési ipar, 0013-5909. 56.évf.(11)
10. **Hegyesné Vecseri B. (2014):** Szóbeli közlés
11. **Járomi Zsuzsanna (2003):** A sör mindenekelőtt –Termékmix 2003/3. p. 46-52.
12. **Kalla G. (2005):** A lakoma szerepe az ókori Mezopotámiában, Ókor: folyóirat az antik kultúrákról 3. szám o.:53-62. ISSN 1589-2700
13. **Kenyhercz T.M., Kissinger P.T. (1977):** A new approach to the phenolic components in beer. Application to the determination of sinapic, ferulic, and p-coumaric acids, Journal of Agricultural and Food Chemistry 25 (4), pp 959–961
14. **Kluger W. (1931):** Amit a sörről mindenkinek tudni illik, Budapest, Fortuna Kiadó
15. **Kovács G., Vétek G. (2010):** Egyperces történetek a sörről
16. **Központi Statisztikai Hivatal (2013):** 2011. évi népszámlálás – 3. Országos adatok https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/nepsz2011/nepsz_orsz_2011.pdf (2014.04.07.)
17. **Központi Statisztikai Hivatal (2013):** Statisztikai tükör –Az élelmiszer-fogyasztás alakulása 2011, 6. évfolyam 42. szám <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/stattukor/elelmfogy/elelmfogy11.pdf> (2014.04.07.)
18. **Lakner Z., Hajdu I. (1999):** Az élelmiszeripar gazdaságtana. Mezőgazdasági Szaktudás Kiadó, Budapest
19. **Magyar Kézműves Sörök** <http://www.kezmuvesorok.hu/> (2014.04.07.)
20. **Marton Sz. (2007):** A magyar középkori szeszesitalok története (kumisz, sör, pálinka). PhD – disszertáció. Szeged

21. **Magyar Sörgyártók Szövetsége (2013):** Sajtóközlemény
http://www.sorszovetseg.hu/images/kozlemenyek/2013/mssz_sajtokozlemenye_2012.pdf (2014.04.07.)
22. **Magyar Sörgyártók Szövetsége (2013):** Éves jelentés 2012
http://www.sorszovetseg.hu/images/eves_jelentes/annual_2012.pdf (2014.04.07.)
23. **Magyar Élelmiszerkönyv 2-96 sz. irányelve**
<http://www.omgk.hu/Mekv/2/296.html> (2014.04.07.)
24. **Magyar Élelmiszerkönyv 2-702 sz. irányelve**
<http://www.omgk.hu/Mekv/2/2-702.pdf> (2014.04.07.)
25. **Magyar Élelmiszerkönyv 2-106 sz. irányelve**
<http://www.omgk.hu/Mekv/2/2-106.pdf> (2014.04.07.)
26. **Magyar Élelmiszerkönyv 2-109 sz. irányelve**
<http://www.omgk.hu/Mekv/2/2-109.pdf> (2014.04.07.)
27. **Monument Bleu** (kép)
<http://www.ernestopauli.ch/wein/weinschule/TutBasel.htm> (2014.04.07.)
28. **Ornstein S.I., Levy D. (1983):** Price and Income Elasticities of Demand for Alcoholic Beverages, Genetics Behavioral Treatment Social Mediators and Prevention Current Concepts in Diagnosis Recent Developments in Alcoholism Volume 1, pp 303-345
29. **Panel Discussion I. (2007):** Does alcohol consumption prevent cardiovascular disease? Ann Epidemiol 2007;17:S37–9.
30. **Sripanyakorn S, Jugdaohsingh R, Elliott H, et al. (2004):** The silicon content of beer and its bioavailability in healthy volunteers. British Journal of Nutrition 91:403–9.
31. **Szabó E., Szigeti A. (1996):** Sörlexikon – sörtörténelem. Akadémiai, Budapest
32. **Szilágyi P. (2013):** Sör: új élelmiszerkönyvi szabályozás, Vidékfejlesztési Minisztérium
<http://elelmiszerlanc.kormany.hu/download/3/d1/70000/S%C3%B6r%20%C3%BAj%20%C3%A9lelmiszer%C3%B6nyvi%20szab%C3%A1lyoz%C3%A1s.pdf>
33. **Ulischberger E. (1982):** Sörivőknek való Mezőgazdasági Kiadó, Szombathely, ISBN: 963231424
34. **The Brewers of Europe (2012): Beer statistics 2012 edition**
http://www.brewersofeurope.org/docs/publications/2012/stats_2012_web.pdf (2014.04.07.)
35. **W. J. Stringer (1946):** II. VITAMINS IN BEER, Journal of the Institute of Brewing Volume 52, Issue 2, pages 81–90

8. Mellékletek

8.1.A felmérésben alkalmazott kérdőív

SORSZÁM **2013** Időpont:

Alkoholtartalmú italok fogyasztási kultúrája 2013

Budapesti Corvinus Egyetem – Élelmiszertudományi Kar

Tisztelt Válaszadó! A Budapesti Corvinus Egyetem Élelmiszeripari Gazdaságtan Tanszéke a Vidékfejlesztési Minisztérium és az Agrárgazdasági Kutató Intézet szakmai támogatásával felmérést végez az alkoholtartalmú italokkal kapcsolatos vásárlási szokásokról. Az Ön véleményére is kíváncsiak vagyunk. A válaszadás névtelen. Kérjük, segítse munkánkat!

Dr. Kasza Gyula (gyula.kasza@uni-corvinus.hu)

Szokott-e alkoholtartalmú italokat fogyasztani? ☐ igen ☐ nem

Milyen eredetmegjelöléseket (védett eredetű bor neve) **vagy földrajzi jelzéseket** (tájbor neve) **ismer?** Ezek a bornevek általában borvidékek, borrégiók vagy bortermő tájak, esetleg borvidéki körzetek nevei.

Eredetmegjelölés vagy földrajzi jelzés	Ismeri- e? S/I/N	Fogyasztja? I/N	Objektív minőségi szint? 1-5	Karakter, ízvilág? 1-5	Felár átlaghoz képest %	Borászat megnevezé- se
Badacsony						
Balaton						
Balatonboglár						
Balaton-felvidék						
Balatonfüred- Csopak						
Balatonmelléki						
Bükk						
Csongrád						
Debrői Hárslevelű						
Duna						
Dunántúl						
Duna-Tisza közí						
Eger						
Etyek-Buda						
Felső- Magyarország						
Hajós-Baja						
Izsáki Arany Sárféher						
Káli						
Kunság						
Mátra						
Monor						
Mór						
Nagy-Somló						
Neszmély						
Pannon						
Pannonhalma						
Pécs						

Somlói						
Sopron						
Szekszárd						
Szentendre						
Tihany						
Tokaj						
Tolna						
Villány						
Zala						
Zemplén						

Mennyire kedveli a felsorolt édességi kategóriákat? Osztályozzon 1-től 5-ig: 5: nagyon kedvezem, 1: egyáltalán nem kedvezem

Édességi kategória	Értékelés
száraz	① ② ③ ④ ⑤
félszáraz	① ② ③ ④ ⑤
félédes	① ② ③ ④ ⑤
édes	① ② ③ ④ ⑤

Emlékei szerint mikor ivott utoljára bort?

☐ egy napja ☐ egy hete ☐ egy hónapja ☐ több mint fél éve

Emlékszik-e hogy ez mennyi volt?

☐ 2 dl-nél kevesebb
☐ fél l-nél kevesebb
☐ egy l-nél kevesebb
☐ egy l-nél több
☐ nem emlékszem

Megbecsülné, hogy körülbelül hány liter bort fogyaszt el egy hónapban?

☐ kevesebb, mint 0,5 liter
☐ 0,6-1 liter
☐ 1-2liter
☐ 2-5 liter
☐ 5 liter felett

Jellemzően mennyi pénzt költ el átlagosan egy palack (0,75 l) borra, ha boltban, saját fogyasztásra vásárol? _____ Ft

Körülbelül mennyit költ, ha ajándékba vásárol egy palack bort? _____ Ft

Az alábbiakban állításokat sorolunk fel, amelyek egy részével Ön talán teljes mértékben egyetért, másokat bizonyára elutasít. Kérjük, a skálán jelezze egyetértésének szintjét. 5: teljesen egyet értek, 1: egyáltalán nem értek egyet

Állítás	Értékelés
Érdekel a bor	① ② ③ ④ ⑤
Gyerekkoromban dolgoztam szőlőben, ismerem a szőlő-bor világát	① ② ③ ④ ⑤
Szívesen foglalkozom különböző borok kóstolásával	① ② ③ ④ ⑤

Szívesen beszélgetek társaságban a borokról	① ② ③ ④ ⑤
Ha vidéken/külföldön járok, szívesen megyek el borturisztikai programokra	① ② ③ ④ ⑤
Kifejezetten érdekelnek egy-egy tájegység borai	① ② ③ ④ ⑤
Környezetem elvárja tőlem, hogy legalább egy kicsit ismerjem a borokat	① ② ③ ④ ⑤
El szoktam olvasni a borok címkéjén levő információkat	① ② ③ ④ ⑤
Általában elhiszem azt, amit a borok címkéjére írtak	① ② ③ ④ ⑤
Igyekszem tájékozódni a borokról, borvidékekről és borászatokról	① ② ③ ④ ⑤
Számomra általában nem jelent problémát, hogy azt a bort vásárooljam meg, amelyet igazán kedvelek	① ② ③ ④ ⑤
A hazai borválasztékban mindig megtalálom kedvenc boraimat	① ② ③ ④ ⑤
Inkább máson takarékoskodom, de a borban igényes vagyok	① ② ③ ④ ⑤
A magyarok tradicionálisan bort isznak	① ② ③ ④ ⑤
Szülőföldem borait különösen kedvelem	① ② ③ ④ ⑤
Nagyjából kiismerem magam a borvidékek között	① ② ③ ④ ⑤
Általában ugyanazoktól a termelőktől vásárolok	① ② ③ ④ ⑤
Vannak kedvenc fajtáim	① ② ③ ④ ⑤
Pontosan ismerem az uniós oltalom alatt álló eredetmegjelöléssel vagy oltalom alatt álló földrajzi jelzéssel ellátott borainkat.	① ② ③ ④ ⑤

Az alábbi táblázatban termékjellemzőket tüntettünk fel egymás mellett, párokban.

Kérjük, minden párnál aláhúzással jelölje, hogy melyik jellemzőt tartja fontosabbnak.

Ár	–	Termőhely
Termőhely	–	Termelő
Ár	–	Termelő
Ár	–	Fajta
Termelő	–	Fajta
Fajta	–	Termőhely
Évjárat	–	Fajta
Ár	–	Évjárat

Ön szerint hány törvényileg rögzített borvidék van hazánkban? ☐7 ☐8 ☐12

☐22 ☐32 ☐54 ☐Nem tudom

Milyen gyakorisággal vásárol bort az alábbi helyszíneken? 1-től 5-ig osztályozzon: 5: nagyon gyakran veszek itt bort; 1: sosem veszek itt bort

Hipermarket	①②③④⑤
Szupermarket/diszkont	①②③④⑤
Kis élelmiszerbolt	①②③④⑤
Bor-szaküzlet	①②③④⑤
Piac	①②③④⑤
Utcai árus, mozgóbolt	①②③④⑤
Internet, on-line bolt	①②③④⑤
Közvetlenül a borásztól	①②③④⑤

Bor, pálinka vagy sör? Melyik alkoholfajtát fogyasztja szívesebben és milyen gyakorisággal az alábbi alkalmakkor? 1-től 5-ig osztályozzon. 5: az adott eseményen mindig ezt választom; 1: az adott eseményen sosem iszom ezt. A megfelelő számot írja az alkoholfajták alá! Minden alkoholfajta alá írjon számot

Alkalom vagy ok	Sör	Bor/ pezsgő	Pálinka
Baráti beszélgetés	①②③④⑤	①②③④⑤	①②③④⑤
Betegség tüneteinek kezelése	①②③④⑤	①②③④⑤	①②③④⑤
Buli (szórakozóhelyen)	①②③④⑤	①②③④⑤	①②③④⑤
Családi ünnep (pl. születésnap)	①②③④⑤	①②③④⑤	①②③④⑤
Egészség-megőrzés	①②③④⑤	①②③④⑤	①②③④⑤
Esküvő, lakodalom	①②③④⑤	①②③④⑤	①②③④⑤
Grill-party, bográcsozás	①②③④⑤	①②③④⑤	①②③④⑤
Házibuli	①②③④⑤	①②③④⑤	①②③④⑤
Hétköznapi ebéd, vacsora	①②③④⑤	①②③④⑤	①②③④⑤
Hivatalos események, fogadások	①②③④⑤	①②③④⑤	①②③④⑤
Randevú	①②③④⑤	①②③④⑤	①②③④⑤
Rokonok, barátok vendéglátása otthon	①②③④⑤	①②③④⑤	①②③④⑤
Stresszoldás, búfelejtés céljából	①②③④⑤	①②③④⑤	①②③④⑤
Tévénézés, sportesemény	①②③④⑤	①②③④⑤	①②③④⑤

Sokan úgy gondolják, hogy az alkoholos italok hozzátartoznak az emberiség kultúrájához. Ön szerint melyik ital mennyire része ennek a bizonyos kultúrának?
Kérjük, osztályozzon 1-től 5-ig! 5: magasabb kultúrája van 1: egyáltalán nincs kulturális vonatkozása

Alkoholos ital	Értékelés	Nem ismerem/nem tudom
Bor	①②③④⑤	☐
Pálinka	①②③④⑤	☐
Sör	①②③④⑤	☐
Kézműves sör	①②③④⑤	☐
Pezsgő	①②③④⑤	☐
Vodka	①②③④⑤	☐
Whisky/whiskey	①②③④⑤	☐
Konyak	①②③④⑤	☐
Grappa	①②③④⑤	☐
Rum	①②③④⑤	☐

Keserűlikőr (pl. Unicum)	① ② ③ ④ ⑤	☐
Abszint	① ② ③ ④ ⑤	☐

PÁLINKA

Emlékei szerint mikor ivott utoljára pálinkát?

☐ egy napja ☐ egy hete ☐ egy hónapja ☐ több mint fél éve

Milyen gyakran fogyaszt pálinkát?

- ☐ naponta
☐ hetente legalább egyszer
☐ havonta legalább két-három alkalommal
☐ havonta legalább egyszer
☐ ritkábban
☐ soha

Ön szerint milyen alapanyagokból készülhet „hivatalosan” pálinka?

Több választ is megjelölhet.

- ☐ termesztett gyümölcs
☐ vadgyümölcs
☐ citrusfélék
☐ szőlő
☐ törköly
☐ zöldségfélék
☐ gabonafélék
☐ burgonya
☐ élelmiszeripari melléktermékek

Ön szerint hol állítható elő „pálinka” nevű termék a világban?

Több választ is megjelölhet.

- ☐ Magyarországon
☐ Lengyelországban
☐ Romániában
☐ Szlovákiában
☐ Szerbiában
☐ Ukrajnában
☐ Ausztriában
☐ Németországban

Az alábbiak közül jellemzően honnan szerzi be a pálinkát? 1-től 5-ig osztályozzon: 5: nagyon gyakran veszek itt pálinkát; 1: sosem veszek itt pálinkát

Helyszín	Gyakoriság
kereskedelmi forgalomból	① ② ③ ④ ⑤

közvetlenül a főzdétől veszem	① ② ③ ④ ⑤
bérfőzdében főzetem	① ② ③ ④ ⑤
vendéglátás/gasztronómiából	① ② ③ ④ ⑤
internetes rendelés/vásárlás	① ② ③ ④ ⑤
piacon	① ② ③ ④ ⑤
hivatalos bérfőzdében főzött	① ② ③ ④ ⑤
magánfőzőtől	① ② ③ ④ ⑤
saját magam főzöm	① ② ③ ④ ⑤
ismerőstől kapom ajándékba	① ② ③ ④ ⑤
pálinka-szaküzlet	① ② ③ ④ ⑤

Volt-e már az Országos Pálinkaversenyen?

☐Igen

☐Nem

Milyen szempontok fontosak Önnek pálinkavásárlásnál, ha új terméket választ és nincs lehetősége előzetesen megkóstolni? 1-től 5-ig osztályozzon: 5: nagyon fontos szempont; 1: lényegtelen szempont

Szempontok	Értékelés
Gyümölcs faj vagy fajta, amiből a pálinka készül	① ② ③ ④ ⑤
Védett eredet (pl. gönci barack, szatmári szilva stb.)	① ② ③ ④ ⑤
Az adott pálinka előállítója	① ② ③ ④ ⑤
Ismerősök ajánlásai	① ② ③ ④ ⑤
Internetes vélemények	① ② ③ ④ ⑤
Az adott pálinka alkoholfoka	① ② ③ ④ ⑤
A termék ára	① ② ③ ④ ⑤
Szép, esztétikus palack és címke	① ② ③ ④ ⑤
Elvárásainak megfelelő – nem feltétlenül magas - alkoholtartalom	① ② ③ ④ ⑤

Az alábbi, eredetvédett pálinkák közül melyiket kedveli leginkább?

Kérem, értékelje a kedveltség mértéke szerint. 1-től 5-ig osztályozzon. 1: egyáltalán nem kedvelem; 5: nagyon kedvelem. **Ha nem ismerte** az adott típust korábban, akkor értékelés helyett tegyen x jelet a jobb oldali oszlopba!

Eredetvédett pálinkák	Értékelés	Nem ismerem
Gönci barack	① ② ③ ④ ⑤	☐
Kecskeméti barack	① ② ③ ④ ⑤	☐
Szatmári szilva	① ② ③ ④ ⑤	☐
Szabolcsi alma	① ② ③ ④ ⑤	☐
Békési szilva	① ② ③ ④ ⑤	☐
Újfehértói meggy	① ② ③ ④ ⑤	☐
Göcseji körte	① ② ③ ④ ⑤	☐
Pannonhalmi törköly	① ② ③ ④ ⑤	☐

Jellemzően mennyi pénzt költ el átlagosan egy palack (0,5 l) pálinkára,
- ha saját fogyasztásra vásárolja? _____ Ft

- ha ajándékként vásárolja? _____ Ft

Értékelje az alábbi fajtákat az alapján, hogy melyiket kedveli őket.

1-től 5-ig osztályozzon: 1: egyáltalán nem kedvelem; 5: nagyon kedvelem

Pálinka típusok	Értékelés
Alma	① ② ③ ④ ⑤
Barack	① ② ③ ④ ⑤
Birs	① ② ③ ④ ⑤
Cseresznye	① ② ③ ④ ⑤
Körte	① ② ③ ④ ⑤
Meggy	① ② ③ ④ ⑤
Szamóca	① ② ③ ④ ⑤
Szilva	① ② ③ ④ ⑤
Szőlő	① ② ③ ④ ⑤
Szőlőtörköly	① ② ③ ④ ⑤
Ágyas pálinkák	① ② ③ ④ ⑤
Egyéb: _____	① ② ③ ④ ⑤

SÖR

Bár jogilag külön kategóriába tartoznak a köznyelvben „gyümölcsös sörnek” nevezett sört tartalmazó termékek, az ízesített sörök és a „hagyományos” sörök, a kérdőívben ezeket az egyszerűség kedvéért nem különböztetjük meg.

Milyen gyakran fogyaszt sört?

- ☐ naponta
- ☐ hetente legalább egyszer
- ☐ havonta legalább két-három alkalommal
- ☐ havonta legalább egyszer
- ☐ ritkábban
- ☐ soha

Ön leggyakrabban milyen jellegű kereskedelmi egységben vásárol sört? 1-től 5-ig osztályozzon: 5: nagyon gyakran veszek itt sört; 1: sosem veszek itt sört

Helyszín	Gyakoriság
kereskedelmi forgalomból	① ② ③ ④ ⑤
szaküzlet	① ② ③ ④ ⑤
közvetlenül a főzdetől veszem	① ② ③ ④ ⑤
vendéglátás/gasztronómiából	① ② ③ ④ ⑤
internetes rendelés/vásárlás	① ② ③ ④ ⑤
piacon	① ② ③ ④ ⑤
saját magam főzöm	① ② ③ ④ ⑤
ismerőstől kapom ajándékba	① ② ③ ④ ⑤

Kóstolt-e már kisüzemi („kézműves”) söröket?

- ☐ Igen
- ☐ Nem

Ha igen, hol fogyasztott ilyen söröket? Több választ is megjelölhet.

- ☐ főzde saját sörözőjében/éttermében/bemutatóhelyén
- ☐ egyéb sörözőben, étteremben

- ☐ rendezvényen/fesztiválon
☐ otthon, palackosat

Járt-e már a Főzdefeszten?

- ☐ Igen ☐ Nem

Mennyire ért egyet az alábbi, kisüzemi sörökkel kapcsolatos állításokkal?

5: teljesen egyet értek, 1: egyáltalán nem értek egyet

Állítás	Egyetértés
Szeretem a sört	① ② ③ ④ ⑤
A sör számomra a kikapcsolódást jelenti	① ② ③ ④ ⑤
A sör számomra a baráti társaságot jelenti	① ② ③ ④ ⑤
Kedvelem a sör ízét	① ② ③ ④ ⑤
Az alkoholmentes sör nem élvezhető	① ② ③ ④ ⑤
A kisüzemi sör különlegesebb	① ② ③ ④ ⑤
A nagyüzemi sör megbízhatóbb minőségű	① ② ③ ④ ⑤
A sör a borhoz foghatóan elegáns ital	① ② ③ ④ ⑤
Szerintem a sör inkább a férfiakhoz illik	① ② ③ ④ ⑤
Kedvelem a „gyümölcsös söröket”	① ② ③ ④ ⑤
A „gyümölcsös söröket” kedvelem, de a hagyományosokat nem!	① ② ③ ④ ⑤
A „gyümölcsös sörök” miatt kezdtem el sört inni	① ② ③ ④ ⑤
A sörhas tipikusan a túlzásba vitt sörivástól alakulhat ki	① ② ③ ④ ⑤
Annak is lehet „sörhasa”, aki nem iszik sört	① ② ③ ④ ⑤
Szívesen fogyasztok új típusú, illetve ízű söröket	① ② ③ ④ ⑤
A kézműves sör szükségszerűen jobb, mint a nagyüzemi	① ② ③ ④ ⑤
Aki egyszer megkóstolta a jó kézműves sört, többé nem tud nagyüzemiet inni	① ② ③ ④ ⑤
Jobban megéri 2 üveg drága, erős, ízes kézműves sört inni, mint ugyanannyi pénzből 10 üveg olcsó nagyüzemiet	① ② ③ ④ ⑤
Nem zavar, ha a sörhöz kukoricát is főznek, mert nem érzem az ízét	① ② ③ ④ ⑤
Szeretem a kukorica ízét a sörben, és nem szeretem, ha nagyon sok komlót tesznek bele	① ② ③ ④ ⑤
A sör legyen olcsó	① ② ③ ④ ⑤
A sörnek ne legyen túl sok íze.	① ② ③ ④ ⑤

Milyen árat tart arányosnak egy palack (0,5 l) korsó **különleges kisüzemi** sörért boltban?
 _____ Ft

Milyen árat tart arányosnak egy korsó (0,5 l) **különleges kisüzemi** sörért étteremben?
 _____ Ft

Milyen árat tart értékarányosnak egy palack (0,5 l) **nagyüzemi** sörért boltban?
 _____ Ft

Milyen árat tart értékarányosnak egy korsó (0,5 l) **nagyüzemi** sörért étteremben?
 _____ Ft

Vásárolna-e ajándékként sört?

- ☐ igen, nagyüzemiet ☐ igen, kisüzemiet ☐ igen, bármelyiket ☐ egyiket sem

Milyen típusú terméket részesít előnyben? 1-től 5-ig osztályozzon: 5: nagyon kedvelem; 1: egyáltalán nem kedvelem

világos	① ② ③ ④ ⑤
félbarna/barna	① ② ③ ④ ⑤
búzasör	① ② ③ ④ ⑤
különleges minőségű sör	① ② ③ ④ ⑤

sör tartalmú ital („gyümölcsös sör”)	① ② ③ ④ ⑤
--------------------------------------	-----------

Mi alapján választ sört? 1-től 5-ig osztályozzon: 5: nagyon fontos szempont; 1: lényegtelen szempont

típus (lásd előbbi kérdés)	① ② ③ ④ ⑤
gyártó/márka	① ② ③ ④ ⑤
ár	① ② ③ ④ ⑤

A üveges vagy az dobozos sört részesíti előnyben? ☐ üveges ☐ dobozos ☐ mindegy

DEMOGRÁFIA

A kutatási eredmények feldolgozása érdekében kérjük, válaszoljon az alábbi, az Ön személyével kapcsolatos kérdéseinkre – a kutatás **név nélküli** és a feldolgozás módja garantálja, hogy **az Ön személye nem beazonosítható** a felmérésben.

Neme: ☐ nő ☐ férfi

Életkora: ☐ 25 év alatt ☐ 25-35 év között ☐ 36-50 év között ☐ 50 felett

Lakóhelye (megye):

- ☐ Bács-Kiskun
- ☐ Baranya
- ☐ Békés
- ☐ Borsod-Abaúj-Zemplén
- ☐ Csongrád
- ☐ Fejér
- ☐ Győr-Moson-Sopron
- ☐ Hajdú-Bihar
- ☐ Heves
- ☐ Jász-Nagykun-Szolnok
- ☐ Komárom-Esztergom
- ☐ Nógrád
- ☐ Pest
- ☐ Somogy
- ☐ Szabolcs-Szatmár-Bereg
- ☐ Tolna
- ☐ Vas
- ☐ Veszprém
- ☐ Zala
- ☐ Budapest

Lakóhelye (település típusa):

☐ tanya ☐ község ☐ város ☐ megyeszékhely ☐ főváros, kerület _____

Hányan élnek az Ön háztartásában (Önnel együtt)? _____ fő

Van-e az Önök háztartásában 14 éven aluli gyermek? ☐ Van ☐ Nincs

Van-e az Önök háztartásában olyan személy, akinek fokozottan figyelnie kell a táplálkozására (pl. cukorbeteg vagy más okból diétán van)? ☐ Van ☐ Nincs

Az Ön legmagasabb iskolai végzettsége (folyamatban lévő is)

- ☐ 8 általános iskolai osztály
- ☐ Szakmunkásképző
- ☐ Középiskola, gimnázium
- ☐ Főiskola, egyetem

Az Ön gazdasági státusza

- ☐ Aktív dolgozó, vállalkozó
- ☐ nyugdíjas, rokkant nyugdíjas
- ☐ munkakereső
- ☐ háztartásbeli
- ☐ diák

Az Önök háztartásának jövedelemszintjére melyik állítás igaz?

- ☐ csak a legszükségesebb dolgok megvásárlását engedhetjük meg magunknak
- ☐ szerényen, de megélünk
- ☐ jövedelemszintünk átlagos, amit fontosnak tartunk, meg tudjuk venni
- ☐ jövedelemszintünk átlag feletti
- ☐ jövedelemszintünk kiemelkedő

Tudnak-e félretenni? ☐ Igen ☐ Nem