

SZAKDOLGOZAT

Harci Tamás Márton

2024.



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Budai Campus

**pálinkamester szaktanácsadó szakirányú továbbképzési
szak**

**A KÓSERSÁG ÉS MEGJELENÍTÉSÉNEK ÉRTÉKE A ZSIDÓ ÉS NEM
ZSIDÓ VÁSÁRLÓK SZÁMÁRA**

Belső konzulens: dr. Temesi Ágoston
egyetemi tanár

**Belső konzulens
intézete/tanszéke:** Mezőgazdasági és
Élelmiszeripari Vállalati
Gazdaságtan Tanszék

Készítette: Harci Tamás Márton

Budapest

2024.

A kóserság és megjelenítésének értéke a zsidó és nem zsidó vásárlók számára

Harci Tamás Márton

pálinkamester szaktanácsadó szakirányú továbbképzési szak

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Budai Campus, Mezőgazdasági és Élelmiszeripari
Vállalati Gazdaságtan Tanszék

Belső témavezető: dr. Temesi Ágoston, egyetemi tanár, Magyar Agrár- és Élettudományi
Egyetem Budai Campus, Élelmiszertudományi és Technológiai Intézet

Tartalmi kivonat:

A kóser termékek iránti kereslet globális szinten folyamatosan nő, viszont kevés információ áll rendelkezésünkre a vásárlók jellemzőiről és motivációikról. Nem-hipotetikus kutatási módszert alkalmazva arra kerestem a választ, hogy milyen demográfiai sajátosságokkal és értékrenddel rendelkeznek azok a vásárlók, akik hajlandóak extra díjat fizetni a kóser termékekért. A kutatás során a magyar vásárlók körében jól ismert eseti termékként a pálinkát választottam, amelynek kóser változata - bár nagyságrendileg kisebb számban, de - a kereskedelemben szintén elérhető.

Az adatok gyűjtéséhez BDM (Becker-DeGroot-Marschak) eljárást használtam (ajánlattétel, random ár meghatározása, döntési szabály), mely biztosította, hogy a kísérletben részt vevő a tényleges fizetési hajlandóságát tükröző ajánlatot tegyen. Az adatgyűjtés Budapesten történt, 163 kísérleti résztvevő bevonásával, akiknek majdnem fele zsidó identitású válaszadó volt.

Az eredményekből kiolvasható, hogy a kóser termékekért mindenekelőtt a zsidó identitású személyek voltak hajlandóak felárfizetésre. A treatment információ mindkét identitási csoportnál pozitív hatással bírt a fizetési hajlandóságra. Kiemelt jelentőségű az a kapott eredmény, hogy azok a nem-zsidó válaszadók, akiknek egyébként fontos a kóser terméktulajdonság, még a zsidóknál is nagyobb felárfizetési hajlandósággal bírnak. Ez a csoport jelentősen nagyobb felárfizetési hajlandóságot mutatott a kóser pálinkáért (52,6 %-ot), mint a konvencionális termékért.