



Magyar Agrár-és Élettudományi Egyetem
Károly Róbert Campus

Szakdolgozati összefoglaló

Konzulens:

Szabóné Dr. Benedek Andrea
Egyetemi docens

Készítette:

Vasali Zsófia Fanni
Kereskedelem és marketing
alapképzési szak
Marketingkommunikáció szakirány
levelező tagozat

2023

A szakdolgozatom a mindennapokban jelenlévő, érdekes témáról készítettem el. A kávé az egyik legnépszerűbb élvezeti cikk, ugyanúgy napjainkban, mint régen. Habár a piacon régóta jelen van ez a termék, mégis aktuálisnak mondható. A kávépiac folyamatosan igazodik az új trendekhez, így folyamatosan új termékekkel/szolgáltatásokkal áll elő a fogyasztói igények kielégítésére. A dolgozatomban szerettem volna bemutatni, a fogyasztási és vásárlási szokások befolyásoló tényezőit. Megismerni a márkázás, csomagolás szerepét a termék esetében. Valamint az árazás és a kommunikációs eszközök fontosságát. Ezeket a tényezőket megismerni, felkutatni a kávé piacán. Mivel mind meghatározó szerepet játszik, a termékek vásárlása során. Az irodalmi áttekintés után, bemutattam a primer kutatásomat, amely keretében az online kérdőíves megkérdezést alkalmaztam. Ezzel a módszerrel viszonylag sok kitöltőhöz eljuthatott a kérdőívem. A kutatásom során megszerettem volna vizsgálni a kávéfogyasztás különböző tényezőit. A kávévásárlás folyamatát, a különböző vásárlási döntéseket mélyebben megérteni. A kutatásom során a kávéfogyasztás, mint tevékenység mélyebb megértése és annak különböző aspektusainak felfedezése volt az egyik célom. Ezzel jobban belelátni a fogyasztók szokásaiba. Másik kutatási célom a kávévásárlásnak a leginkább befolyásoló tényezőinek a felkutatása, hogy a vásárlási döntési folyamat különböző pontjait jobban megismerjük a kávé, mint termék esetében. A különböző marketingtevékenységek fontossága a vásárlás folyamán, volt egy kutatási célom, ami által megismerhetjük a különböző tevékenységek fontosságának mértékét. A márkázás szerepét, a csomagolás fontosságát, a reklám befolyását a vásárlás során. Utolsó kutatási célom a kávéfogyasztás megismerése a különböző korosztályú/társadalmi helyzetű személyek esetében. A különböző társadalmi helyzet befolyással lehet a kialakult szokásokra, megismerhetjük, hogy egyes vásárlóknak mely tényezők a legfontosabbak és miért.

Kérdőívemet 236 fő töltötte ki, ezen minta alapján dolgoztam. A kitöltött kérdőívek alapján, sikerült válaszokat kapnom a felállított hipotézisekre. ezek a hipotézisek a következők voltak:

H1: A kávévásárlás során a vásárlók számára a legfontosabb tényezők

H1.a: íz

H1.b: ár

H1.c: minőség.

H2: A fiatalabb korosztály (18-25 év közötti korosztály) számára nagyobb befolyásoló tényező a reklám.

H3: Az információgyűjtés a legtöbb válaszadó körében a családtól, ismerősöktől történik.

H4: A kávéfogyasztók többsége a hatása miatt fogyaszt kávé.

A beérkezett válaszok elemzése után, levonhattam a következtetéseket, és megállapíthattam, hogy beigazolódtak-e az általam felállított hipotézisek. Az első hipotézisem beigazolódtott, a kávévásárlás során a legmeghatározóbb tényezők a termék szempontjából, az íz, ár, minőség. Az is kiderült, hogy a csomagolás a legkevésbé fontos tényező. Átlagot számolva kiderült, hogy melyek a legfontosabbal és hogy melyek a kevésbé fontos tényezők. A kávé íze a legfontosabb 3,46-os átlaggal, azután jön a minőség és az ár. Középen szinte ugyanakkora átlaggal a koffeintartalom és a márka áll. A legkevésbé fontos a kávé csomagolása a kitöltők számára, 1,82-es átlaggal. Ezután a másik kettő hipotézisem nem igazolódtott be. A fiatalok körében nem befolyásoló tényező a reklám ennek a terméknek az esetében. Valamint, az információ szerzése az internetről történik a legtöbb kitöltő körében, és csak a második helyen vannak az ismerősök és családtagoktól történő információgyűjtés. A negyedik hipotézisem a beérkezett válaszok alapján, nem igazolódtott be. A kitöltők nagyobb arányban választották azt, hogy az íze miatt fogyasztanak kávé. A kávé hatása miatt történő fogyasztásra, kevesebb válasz érkezett be, de ez volt a második legtöbb válasszal rendelkező opció. A hatására 117 válasz érkezett be, viszont ebből 86 válaszadónak egyaránt fontos ok a kávé fogyasztására az íz a hatás mellett. A szakirodalmi áttekintés és a primer kutatás után kijelenthető, hogy a fogyasztók többsége szereti és fogyasztja a kávé. A kávévásárlás során, rengeteg tényezőt figyelembe vesznek. Mivel mind az ár, a márka, a reklámok meghatározó szerepet játszanak a kávé vásárlása során. A vásárlók számára fontos tényező lehet egy kávémarca ismertsége, a márka által hangsúlyozott üzenet a termékről. Elmondható, hogy egy igen érdekes, a mindennapokban is jelenlévő, az emberek által ismert termékről írtam a témámat.