

SZAKDOLGOZAT

PÁLVÖLGYI ÁRON SZAKDOLGOZAT

Pálvölgyi Áron

2023



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Élelmiszertudományi és Technológiai Intézet
Gabona és Iparinövény Technológia Tanszék

**Felár-fizetési hajlandóság
kézműves csokoládé termékek esetében
fogyasztói felmérés alapján**

Pálvölgyi Áron

Budapest

2023

**Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Élelmiszertudományi és Technológiai Intézet**

**Szak neve: Csokoládé-, kávé-, teakészítő mester szaktanácsadó szakirányú
továbbképzési szak**

Szakedolgozat készítés helye: Gabona és Iparinövény Technológia Tanszék

Hallgató: Pálvölgyi Áron

A szakedolgozat címe: Felár-fizetési hajlandóság kézműves csokoládé termékek esetében
fogyasztói felmérés alapján

Konzulens: Dr. Kasza Gyula

Beadás dátuma: 2023. május 2.



Badakné Dr. Kerti Katalin
tanszékvezető



Dr. Kasza Gyula
konzulens



Badakné Dr. Kerti Katalin
szakfelelős

TARTALOMJEGYZÉK

1. BEVEZETÉS	1
2. A MUNKA CÉLJA	3
3. IRODALMI ÁTTEKINTÉS.....	4
4. ANYAGOK ÉS MÓDSZEREK	10
5. VIZSGÁLATI EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK.....	12
6. ÖSSZEFOGLALÁS	39

PÁLVÖLGYI ÁRON SZAKDOLGOZAT

1. BEVEZETÉS

A kézműves csokoládéknak divatja van a fogyasztók és a gyártók körében is, tapasztalataim szerint. A csokoládékészítés hobbiként is művelhető, és „kicsiben”, egyszemélyes műhelyben is elkezdhető, és sok örömet ad, illetve önálló vállalkozás is alapítható rá. A magyarországi kézműves csokoládégyártók is többnyire hobbiként kezdték, és abból nőttek ki a vállalkozásaik.

Széles társadalmi rétegekhez ugyan nem jut el, de a minőségre fogékony fogyasztók rátalálnak és vásárolják a kézműves csokoládékat.

A XXI. században igényünk van rá, hogy visszataláljunk a gépek világából az emberi világba, ahol a hangsúly nem a tömegtermelésen, hanem az élményen van. Vissza a gyökerekhez, a természetes alapanyagokhoz, a hagyományokhoz. A kézműves csokoládéműhelyek jellemzően törekszenek a minőségi munkára, miközben a kreativitásukat is kiélhetik.

A tömegtermelésben a kibocsátási mennyiség növelése, a profitmaximalizálás megelőzi a minőséget. Persze ezt a nagy multinacionális vállalatok nem feltétlenül ismerik el, mindkettőt fontosnak tartják, amelyek mellett még az etikus gyártás, a társadalmi felelősségvállalás is egyre hangsúlyosabb szerepet kap. A kézművesek egyértelmű célja, hogy a minőség újból fontosabb legyen a mennyiségnél. Fogjuk látni, ezt a fogyasztók honorálják is, legalább is a csokoládé esetében mindenképpen. Fogyasztóként úgy látom, hogy a kézműves csokoládék jelenléte erősödik az utóbbi évtizedben Magyarországon, még ha a teljes csokoládépiac kis hányadát teszik is ki.

A kézművesség ösztönzésére a települések felől is jelentkezik igény! Például a Magyar Önkormányzatok Szövetségének célja a **„városi kézművesség, a kisipari foglalkoztatás és műhelyek visszahozása a városokba, kézműves képzés és mentorálás a városiasság megújításához”**. (MÖSZ, 2021)

A dolgozat célja kideríteni, hogy a fogyasztók számára mennyire vonzó a kézműves csokoládé a nem-kézműves csokoládéhoz képest.

A szóhasználatról: A dolgozatban a csokoládé és a közkeletű, rövid „csoki” elnevezést egyaránt használom. A kézműves termék meghatározását a későbbiekben ismertetem, de hogyan nevezzük el a nem kézműves csokoládét? Ipari, nagyipari, nagyüzemi, bolti, gyári, sorozat-, széria-, tömeg- ? Jelen dolgozatban a „nagyüzemi” kifejezés mellett döntöttem.

A szakdolgozat típusa: önálló kutatás (fogyasztói felmérés) eredményeinek bemutatása.

A munka kezdetén az alábbi hipotéziseket állítottam fel, célom ezeket igazolni.

1. Az emberek többsége szereti a csokoládét, a nagyüzemit és a kézművest egyaránt.
2. Az emberek hajlamosak úgy nyilatkozni, hogy előnyben részesítik a kézműves termékeket a nagyiparival szemben, de ez nem biztos, hogy a tényleges vásárlásaikban is megjelenik.
3. A kézműves csokoládék magyarországi piacán nagy fejlődési potenciál van a fogyasztók elérését tekintve.
4. Feltételezem, hogy azok a fogyasztók, akik amúgy is vennének csokoládét, 30-40 % -kal többet is hajlandók fizetni, ha van lehetőségük a kézművest választani.

2. A MUNKA CÉLJA

Érdekes megvizsgálni, hogy a kézművesek, akik hobbiból, szerelemből kezdtek el csokoládét gyártani, mennyire találkoznak a fogyasztók igényeivel.

A kézműves technológia akár olcsóbb is lehetne, hiszen kevesebb benne a gép, és jellemzően csak 1-2 ember munkáját kell megfizetni. A nagy csokigyárak, édességgyártók pedig hatalmas üzemeket tartanak fenn, munkavállalók százaival, de a méretgazdaságosság miatt alacsonyabb áron tudják teríteni a termékeiket. Mégis, vizsgáljuk meg, hogy az emberek mennyire értékelik a kézműves hozzáadott értéket? Egyáltalán többre tartják-e, vagy inkább megveszik a könnyen elérhető csokit a „kasszazónában”?

A munkának nem célja bemutatni a teljes magyarországi kézműves csokoládépiacot és műhelyeket, manufaktúrákat, ez meghaladná a dolgozat kereteit. De természetesen néhány gyártót név szerint is fogok említeni a példa kedvéért.

A dolgozat fő kérdése a felár-fizetési hajlandóságot vizsgálja a kézműves csokoládé termékek esetében a nem kézműves termékekhez képest. Ezt néhány kérdéssel meg lehetett volna oldani, pl. „*Mennyivel hajlandó többet fizetni egy kézműves csokoládéért?*”, de ahhoz, hogy értékelhető válaszokat kapjunk, a fő kérdést egyéb, rávezető és levezető kérdésekkel is meg kellett támogatni, és így a fogyasztói viszonyulásról is árnyaltabb képet kapunk. Például fontos alapozó kérdés, hogy egyáltalán a megkérdezettek szoktak-e a kézműves csokoládét vásárolni, és ha igen, milyen gyakran.

Tehát a felár-fizetési hajlandóságon túl a munkának egy általánosabb célja is volt: kideríteni, hogy általában hogyan viszonyulnak a megkérdezettek a kézműves csokoládéhoz.

3. IRODALMI ÁTTEKINTÉS

Élelmiszermérnök képzés ma négy egyetemen zajlik Magyarországon a felvi.hu honlap szerint (MATE, Szeged, Debrecen, Széchenyi István Egyetem). A négy egyetemi könyvtár online adatbázisában utánanéztam, és nem találtam nyomát, hogy kézműves csokoládéről készült volna már szakdolgozat.

Készült egy általános felmérés **a csokoládé fogyasztói megítéléséről** (Laskai, Olsovszkyné 2016), de ez a kézműves csokoládé megítélését nem vizsgálta. Idéz viszont egy tanulmányt, amely **a kézműves csokoládéfogyasztás főbb jellemzőit** kutatta, de csak Hajdú-Bihar megyében (Karnai, Szűcs, 2015). Ez utóbbi felmérésben azt találták, hogy a *„kézműves csokoládét magasabb arányban vásárolják a nők (67,8%), mint a férfiak (48,2%). Megállapították továbbá azt is, hogy a kézműves csokoládévásárlás során a legbefolyásolóbb tényező az íz, utána pedig a minőség. Az ár és a márka közepesen fontos, míg a csomagolást tartották a legkevésbé befolyásoló tényezőnek. Arra a következtetésre jutottak, mivel e termékkört elsősorban ajándékozás céljából vásárolják, hogy egyedi csomagolástechnikák alkalmazása, helyi nevezetességekkel ellátva lehet célszerű.”*

Bevezetésként nézzük meg mennyi csokoládét fogyasztanak a magyarok: *„A NielsenIQ kiskereskedelmi indexe szerint 2022 februárja és 2023 januárja között a magyar fogyasztók 29 milliárd forintért vásároltak **szeletes csokoládét**, ami 16%-os emelkedés az előző év azonos periódusához képest. Mennyiségben közel **7 ezer tonna** fogyott, ami azonban 3%-os visszaesés a korábbi időszakhoz viszonyítva. (...) 2022-ben közel **45 milliárd forintért vásároltunk táblás csokoládét**, ami 12%-os értékbeli növekedést jelent a kategória számára 2021-hez képest. Mennyiségben **több mint 12 ezer tonna** landolt a hazai fogyasztók kosarában, ez viszont 1%-os visszaesést jelent. Emellett a tavalyi évben az átlagár-növekedés mértéke 13% volt, így már kilogrammonként 3600 forintot fizettünk e termékekért.”* (Szalai, 2023)

A kézműves csokoládé termékek összesített magyarországi volumenéről nem találtam adatot.

A bolti csoki fogyasztására több alkalmat is megkülönböztet az édességgyártó szakma, külön kategóriát kapott pl. az „on-the-go snacking”, ami az útközbeni nassolást jelenti, vagy az „away-from-home”, nem otthoni csatorna, pl. iskolai büfék, sportrendezvények, fesztiválok, mozik (Kátai, 2021). Ezzel szemben a kézműves csokoládé szinte csak **ajándékként** kerül szóba.

A dolgozatban egyes termékek aktuális árai is szerepelnek, ezért megemlítem, hogy a csokoládénál is megfigyelhető az a (sok más élelmiszernél is létező) **áremelési gyakorlat**, amikor a termék csomagolási kiserelését csökkentik azonos ár mellett. Példa: Boci csokiból ma létezik 100 g, 90 g és 87 g kiserelés is. Biztosak lehetünk benne, hogy nem a 87 g volt az induló kiserelés... Egy kézműves példa: A Harlequin csokoládénál jellemzően 1700 Ft egy tábla kézműves csokoládé. Az ár nem változott, de 2021-ben 85 grammos volt egy tábla, 2023-ban már csak 75 grammos a saját honlapjuk tanúsága szerint. Ez 13,3 %-os **egységár növekedést** jelent.

Vegyük sorra a kétféle termék/gyártás jellemzőit, (néhol *szándékosan provokatív*) ellentétpárokkal:

1. táblázat: A kézműves és a nagyüzemi csokoládé különbségei (saját munka)

KÉZMŰVES	NAGYÜZEMI
szívvel-lélelkel, szeretettel	„lelketlen”
középpontban a minőség	középpontban a mennyiség
egyedi	tömeges
élmény-orientált	profit-orientált
közvetlen emberi kapcsolat is létrejöhet a gyártó és a vásárló között	a gyártó és a vásárló térben, időben távol egymástól
drágább	olcsóbb
kevesebb összetevő (adalékanyag mentes)	több összetevő (adalékanyagok)
gyártási volumen (kibocsátás) kicsi	gyártási volumen nagy
kevés helyen lehet vásárolni	szinte minden élelmiszerüzletben lehet vásárolni
1-2 fő gyártja egy műhelyben, a termék névhez, archoz is köthető	több alkalmazott, nem tudjuk, kik gyártják
rövidebb (garantált) eltarthatósági idő	hosszabb (garantált) eltarthatósági idő

Néhány területről részletesebben is beszéljünk. A kézműves és a nagyüzemi szerintem négy fő területen tér el egymástól:

- alapanyag

- gyártási technológia
- gyártási mennyiség
- értékesítési lánc

Nem feltétlenül igaz, hogy a kézműves jobb minőségű alapanyagból dolgozik, mert a kézműves is még egy nagy halmaz, sokféle gyártót jelent, más-más szakmai politikával. De a Magyar Élelmiszerkönyv szerint „*A kézműves technológiával, ennél fogva aránylag kisebb mennyiségben előállított termékek esetében elvárható, hogy mesterséges anyagokat vagy édesítőszereket, ízfokozókat ne használjanak fel.*”

A gyártás tekintetében a kézművesség határa körülbelül ott van, amíg nem a gép határozza meg a terméket. A technológia és az alapanyag összefüggésére egy példa: az étcsokoládénak mindössze négy összetevője van, a kakaómassza, a kakaóvaj, a cukor, valamint egy pici lecitin emulgeálószerként. Ez a nagyüzemi és kézműves csokoládéra egyaránt igaz. De vannak olyan kézműves gyártók, akik még lecitint sem használnak, mert náluk „*a kenőgyúrás (konsolás) több napig tart*”. (Csokoladia, pl. Venezuela termék). De nem használ lecitint a ChocoCard sem. A konsolást gép végzi, de ettől a kézműves jelleg még nem vész el. (A kézműves definícióra később még visszatérünk.)

Különbözhet még: a csomagolás, a design, de erre mindenki odafigyel, a nagyok és a kézművesek egyaránt.

Az értékesítésről az egyik kézműves gyártó ezt írja: „*Célunk, hogy édességeink a luxusra, a prémium minőségre vágyó vásárlók számára **könnyen elérhetőek** legyenek, de ne váljanak tucat termékké. Ezért a Képeschoco termékek **a nagyobb áruházak polcain egyáltalán nem fellelhetőek**. Hisszük, hogy az igazán különlegeset, az egyedit, a prémium kategóriájú édességeket a vásárlók **a kis kézműves boltokban keresik.***” (Képeschoco, 2023)

Náluk a magabiztosság sem hiányzik, amikor azzal a szlogennek hirdetik a termékeiket, hogy „*egy fokkal jobb a tökéletesnél*”. (Képeschoco, 2023)

A következők előtt tisztáznunk kell a „bean-to bar” fogalom jelentését: „babból tábla”, esetünkben értsd kakaóbabból táblacsokoládé. Amikor a gyártó nem a csokipasztillát veszi meg alapanyagként, hanem a kakaóbabot, és ő végzi már a kakaóbab feldolgozást is. Ez a nagy multiknál nem egyedi, de a kézműveseknél még mindig ritka. Aki ezt az utat választja, általában azt mondja, hogy bele kellett tanulniuk ebbe, hogy a termőhelyet is ők választják

ki, a teljes feldolgozást, és benne a pörkölést is maguk végzik, és természetesen büszkék arra a tanulási folyamatra, amin végigmentek.

Foki Izabellától mint bean-to-bar gyártótól megkérdezték, hogy végzett-e **piackutatást**, hogy hol, kinek és hogyan fog értékesíteni. A válasz: „*Nem, és azóta be is bizonyosodott, hogy teljesen felesleges lett volna. A nagy átlagot lehet monitorozni, de azt a kis kört, amely a mi termékeinket választja, nem. Jártunk gasztronómiai fesztiválokra, ahol vagy x vagy 3 x vagy fél x volt a forgalom – hogy miért? Kiszámíthatatlan. Kicsik vagyunk, emiatt nem is kell túl sok vásárlót megszólítanunk. Van webáruházunk, és pár kávézó is ránk talált.*” (Szigeti, 2023)

Ugyanebben a cikkben az árról pedig így fogalmaz: „*A mi táblánk 2800 forint, értem, hogy nem lehet minden héten ezt enni. Azt szoktam mondani, hogy van a csokoládé és az édesség, a kettő nem ugyanaz. A csokit sokan gyerekélelmiszernek tartják, de ez, amit mi készítünk, nem az. Ahogy a parmezánt sem sajtként kell használni, hanem fűszerként, ízesítőként.*” Azt vallja, hogy a kakaóbabból mindenki mást hoz ki, akárcsak a borászok a szőlőből. Ők évi két tonna készterméket állítanak elő: táblás csokit, bonbont, drázsét. Megjegyzés: Azóta kicsit drágult, már 2900 Ft a saját webshopjukban. (80 vagy 85 g-os táblát kapunk ezért.)

A ChocoCard jó példa arra, hogy lehet kézműves egy műhely, az éves termelési mennyiségük mégis tonnában mérhető. Náluk viszont a csomagoláson nem szerepel a kézműves jelölés. Erről így nyilatkoztak: „*Fontos tudni azonban, hogy a „bean-to-bar” önmagában nem feltétlenül jelent magasabb minőséget. Bár nincs teljes konszenzus a kérdésben, a bean-to-bar mellett (a kávéhoz hasonlóan) a „craft” vagy „speciality” csokoládé az, ami figyelemre érdemes. Egyelőre. Nyilvánvaló, a használatlalt ezek is elköpnek, ahogy a „kézműves” kifejezés is.*” (ChocoCard, 2023)

A kézműves technológiában benne van a lehetőség, hogy minden termék más, és ez egyben az előnye is. A nagyüzemi technológia előnye pedig, hogy egy termék mindig ugyanolyan, a vásárló részéről az elvárt, megszokott, kiszámítható minőség. Bár vannak a márkanev „mögött”, a háttérben receptúra változások, amelyekről az átlagos fogyasztók nem is tudnak, pl. a pálmaolaj használatának elterjedése is ezt eredményezte. Amikor a vásárlók a megszokott ízt várják, de rosszabbat kapnak.

A termékpalettáról:

A táblás Milka úgy hirdeti magát, hogy „Gyengédség **számtalan** ízben és formában”



1. kép: Táblás Milka (Internet)

A „számtalan” kifejezés arra utal, hogy szinte nincs határa a termékpaletta szélesítésnek. Milka táblás csokoládéból jelenleg 43-féle termék elérhető Magyarországon, és ez még csak a táblás, és csak egy márka a sok közül! (Milka, 2023) Egy szupermarketben az összes nagy márka megtalálható egy helyen, külön, hosszú polcos sorokat töltenek meg vele. De a kézműves termékkínálat szintén számtalan lehet, és teret ad az improvizálásnak is.

Lehet-e tudni, hogy amit eszem, az kézműves-e? Nem mindig. A Magyar Élelmiszerkönyv 2-109 számú irányelve meghatározza a kézműves élelmiszerek általános jellemzőit. Az irányelvet 2013-ban hagyták jóvá, és egy 2016.12.21-i változat érhető el hatályosként a Magyar Élelmiszerkönyv oldalán. Az irányelv a következő meghatározást adja: *„Kézműves/kézműves élelmiszernek nevezhető az az egyedi jelleggel bíró termék, amelynek előállítása során a különös gondosság, a „művesség”, a kézzel végzett és a szaktudás által irányított munkafolyamat dominál. Kézműves terméket elsősorban kézi technológiával állítanak elő. Egyes munkafolyamatok gépesíthetők, azonban az előállításnak a közvetlen emberi irányításon és a kézi munkavégzésen, emberi erőfeszítésen, tapasztalaton kell alapulnia.”*

Fontos tudni, hogy az irányelv nem kötelező, csak ajánlás. De ha a gyártó szeretné használni a „kézműves” jelölést, akkor viszont számára kötelező.

„A szabályozás célja olyan fizikai, kémiai és érzékszervi jellemzők, valamint előállítási technológiák meghatározása, amelyek **egyértelműen megkülönböztetik a kézműves**

technológiával készült termékeket az ipari módszerekkel és méretekben előállítottaktól.” (Magyar Élelmiszerkönyv)

Az irányelv kitér a felhasználható összetevőkre, az alkalmazható összetevőkre, a csomagolásra és jelölésre is. A jellemző termék kategóriákat ágazonként tárgyalja (pl. kézműves sütőipari termékek, fagylalt, lekvárok, gyümölcszörpök; tejtermékek), de a kézműves csokoládét nem említi. A honlap szerint a Sütőipari és Cukrászati Szakbizottság munkatervében szerepel ennek az irányelvnek a felülvizsgálata.

Amikor egy kézműves üzem növekedni kezd...

Mivel az egész dolgozat a kézműves és a nagyüzemi csokoládé összevetéséről szól, megemlítem azt a jelenséget, amikor egy kézműves üzem nagyüzemmé válik. Hol billen át? Mikor veszíti el a kézműves jellegét? Példa az eredetileg 4 embert foglalkoztató kézműves csokiüzem Székkutason.

2015-ben még így fogalmaztak: *„A Premium Choco Kft-t azzal a céllal hoztuk létre, hogy olyan kézműves bonbonokat és táblás csokoládékat készítsünk, melyek formai megjelenésüket és felhasznált alapanyagaikat tekintve is egyedi élményt nyújtanak.”* (Premium Choco, 2015)

2019: Csokigyár épül Székkutason. *„A várható napi késztermék előállítás elérheti majd a 4 tonnát.”* (Kovács, 2019)

2023: *„Mára mintegy napi 5000 kg csokoládé előállítására alkalmas üzemként működünk.”* (Choco Moon, 2023)

A Prémium Choco ma már a Choco Moon kézműves ágazata.

Ma 7 dolgozójuk és 3 üzletkötőjük van, így összesen 10 fő az egy műszakban az alkalmazottak száma. *„Mi is azon vagyunk, hogy minél több munkaerőt tudjunk foglalkoztatni, de ez nem megy egyről a kettőre, főleg nem egy induló vállalkozás esetében, aki kézműves termékek gyártásáról ipari szintű gyártásra tér át.”* (Bíró, 2022)

Székkutasra került a Piros Mogyorós gyártása. Egymillió darabot készítettek 2022-ben az új receptúrás, új csomagolásos Piros Mogyorós 80 grammos verziójából, 2023-tól a 25 dkg-osat is gyártják. (Ács, 2023)

A fentiekből is látszik, hogy van, aki kézműves gyártóként indul, de viszonylag gyorsan nagyipari szereplővé válik. Ez is egy lehetséges út. (Bár a példából látszik, hogy a gyors fellendüléshez az állami támogatások jelentősen hozzájárultak.)

4. ANYAGOK ÉS MÓDSZEREK

A szakdolgozat témáját 2020 októberében választottam. Mivel a fő feladat új, önálló munkaként egy fogyasztói felmérés volt, először ezt kellett előkészíteni. Összeállítottam ehhez egy kérdéssort, internetes online terjesztést és kitöltésre készülve.

A kérdéssort úgy építettem fel, hogy általában a csokoládéfogyasztás felől haladjunk konkrétan a kézműves csokoládék felé. Többnyire zárt, feleletválasztós kérdéseket alkalmaztam.

Tudtam, hogy szükségem lesz olyan kérdésekre is, amelyekre forint összegekkel válaszolnak. Ki kell deríteni, hogy mennyit fizetnek vagy fizetnének a nem-kézműves és a kézműves csokoládéért. Az összehasonlíthatóság érdekében 100 gramm tábla csokoládét vettem alapul. A „*mennyit hajlandó fizetni*” típusú kérdések mind nyitottak voltak, a válaszadók maguk írták be számmal vagy betűkkel, amit gondoltak. Ezeket a kérdezés lezárása után számszerűsítettem, egységesítettem, hogy statisztikai összegzésre alkalmasak legyenek.

A kérdőívet és a kikérdezést a **Google Forms** programmal készítettem el, a válaszok értékelését a **Microsoft Excel** segítségével végeztem.

Akkoriban a COVID járvány miatt fel sem merült más módszer, mint az online kitöltés. Személyes találkozást a válaszadókkal, vagy akár kóstolást nem terveztem, bár kétségtelen, hogy hasznos lett volna. A felmérésben résztvevők közül néhányan vissza is jelezték, hogy szívesen kóstolnának!

A felmérés 2021. március 31. és április 16. között zajlott, és 163 db válasz érkezett.

Abban a félévben sajnos mégsem tudtam a szakdolgozatomat befejezni, majd az egyetemen passzív féléveket töltöttem.

A 2022/2023. tanév tavaszi félévében rugaszkodtam neki újból a szakdolgozat befejezésének. Ha már így alakult, megpróbáltam a történeteket előnyre fordítani: **Megvoltak a 2021-es kikérdezés eredményei, és 2023-ben megismételtem a kutatást. Úgy döntöttem, hogy a dolgozatban mind a kettőt bemutatom.**

A 2023. évi felmérés során a 2021-ben használt kérdéssort vettem elő, és az akkori válaszok alapján néhány kérdést pontosítottam, néhol a választható válaszlehetőségek körét bővítettem.

A 2023-as felmérésbe betettem teljesen új kérdéseket is, köztük a **Van Westendorp modellhez** tartozó kérdéseket. Ez segít meghatározni az árintervallumot, amit a fogyasztók hajlandók elfogadni, benne az optimális árat.

2021-ben 18 kérdésből, **2023**-ban 34 kérdésből állt a felmérés.

A második felmérés 2023. április 3 – 16. között zajlott, és 102 válasz érkezett.

A kérdések közötti eltérést egyenként, az Eredmények fejezetében mutatom be. Az értékeléskor abból indulok ki, hogy mindenki igazat mondott, a valóságnak megfelelően válaszolt. Néhány emberről tudom, hogy kicsoda (ismerősök, kollégák), mert visszajeleztek, hogy kitöltötték, és jellemzően tetszett nekik a téma. A többi kitöltő a névtelenségben maradt: ismerősök ismerősei vagy idegenek. A válaszadók között domináns a fővárosi, diplomás réteg, közülük is a nők. Korosztály tekintetében pedig a velem egyidősek, a negyvenes éveikben járók válaszoltak jellemzően. Részletesebben az eredményeknél ismertetem. A saját felmérés eredményeinek bemutatása sok helyet igényel a szakdolgozatban, ezért szerkesztettem rövidebbre a szakirodalmi bevezető fejezetet.

A mintavétel a szándék alapján véletlenszerű lenne, hiszen bárki kitölthette. De gyakorlatilag nem véletlenszerű mintavétel zajlott:

„A nem véletlenszerű (non probability sample) mintavételi formák nem biztosítják a reprezentativitást, így a belőlük levonható következtetések korlátozottak. Az egyes elemeknek kisebb vagy nagyobb esélye van bekerülni a mintába.

Egyszerűen elérhető alanyok módszere, kényelmi, vagy esetleges (accidental or convenience sampling) mintavétel, amikor ismerősök, munkatársak körében stb. könnyen, kényelmesen elérhető alanyokra támaszkodunk a vizsgálat kivitelezésekor. Alkalmazható, ha a kutatót éppen azok érdeklik, akik adott időpontban jelen vannak, vagy egyéb eljárások kivitelezése nem megoldható. Alkalmas kérdőívek tesztelésére, **nagyobb reprezentatív vizsgálat megalapozásához.**” (Boncz, 2015, 33. oldal)

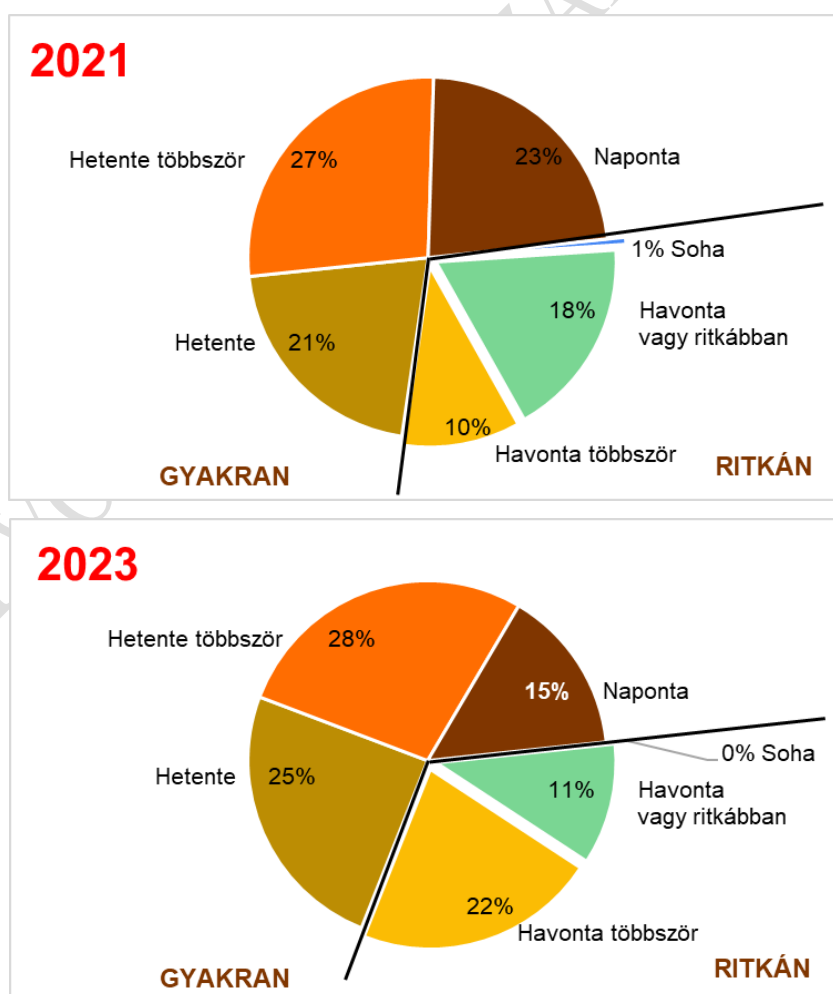
A kérdőív egyben döntés arról is, hogy mit *nem* vizsgálunk. Érdekes lenne számos kérdéssel bővíteni, de meg kell húzni egy határt, az értékelhetőség és a feldolgozhatóság érdekében. Nem különböztettem meg a csokoládét és a csokoládés termékeket. A kézműves csokoládé kategóriát a felmérésben nem bontottam kisebb halmazokra.

5. VIZSGÁLATI EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK

Az alábbiakban bemutatom a felmérés kérdéseit és az érkezett válaszok összesítését, és ahol szükséges, külön értelmezem és értékelem is. A kérdések itt ugyanabban a sorrendben szerepelnek, ahogy a kérdőívben is voltak. A fejezetben az összes ábra a saját munkám, ezt külön nem jelölöm.

1. Általában milyen gyakran fogyaszt csokoládét?

Mivel a felmérés fő kérdése a csokoládévásárláshoz kapcsolódik, erre a bevezető kérdésre feltétlenül szükség volt ahhoz, ha a válaszadók és a csokoládé viszonyát kívánjuk feltérképezni. **Gyakori** csokoládéfogyasztóknak nevezem azokat, akik naponta, hetente többször vagy hetente esznek csokit. **Ritkán** fogyasztóknak nevezem azokat, akik pedig a hetinél ritkábban. A 2021-es felmérésben a gyakran / ritkán csokoládét fogyasztók aránya 71:29. A 2023-as felmérésben ez 67:33. A válaszadók közül nagyságrendileg duplaannyian esznek csokit gyakran, mint akik ritkán. Lásd 1. ábra



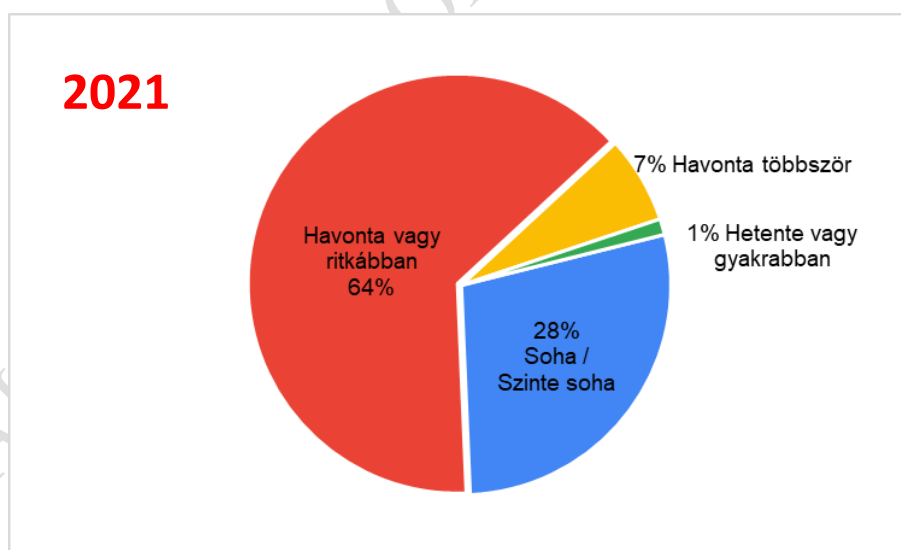
1. ábra: A csokoládé fogyasztás gyakorisága 2021-ben és 2023-ban

Csak egyvalaki válaszolt úgy, hogy soha vagy szinte soha nem eszik csokit. Ebből még nem következtethetünk a *csoki nélkül élők* számára vagy arányára, mert a téma iránt egyáltalán nem érdeklődők a felmérés címét meglátva rögtön dönthettek amellett, hogy el sem kezdik a kitöltést.

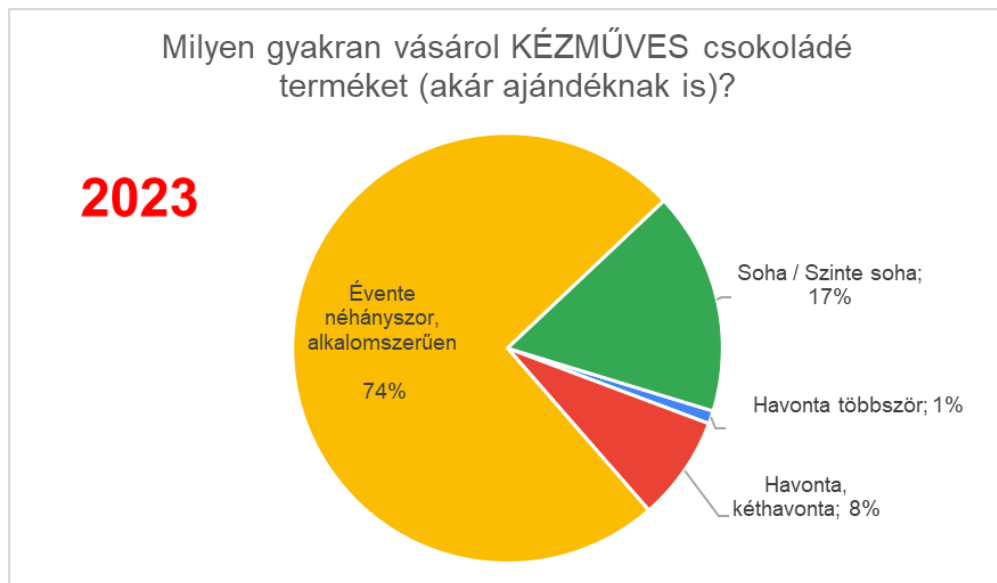
2. Milyen gyakran vásárol KÉZMŰVES csokoládé terméket?

A 2021-es válaszokból az derült ki, hogy a csokoládé vásárlásokon belül a kézműves termék vásárlása viszonylag ritka, mert akkor a válaszadók mintegy kétharmada a „*havonta vagy ritkábban*” lehetőséget jelölte meg. A „*havonta vagy ritkábban*” válaszlehetőség még magában foglalta az évente néhány alkalmat, az alkalmoszerű vagy másként fogalmazva a csak az ünnepek alkalmával történő vásárlást is. Lásd 2. ábra.

Ezért a 2023-as kérdéssornál már több válaszlehetőségre bontottam a havinál ritkább alkalmakat is. Felkínáltam a „kéthavonta” válaszlehetőséget is, de ez sem volt népszerű. Legtöbben az „évente néhányszor, alkalmoszerűen” lehetőséget jelölték be. Változott a kérdés is, mert kibővítettem az „(akár ajándéknak is)” megjegyzéssel. Lásd 3. ábra.



2. ábra: A kézműves csokoládé vásárlás gyakorisága 2021-ben



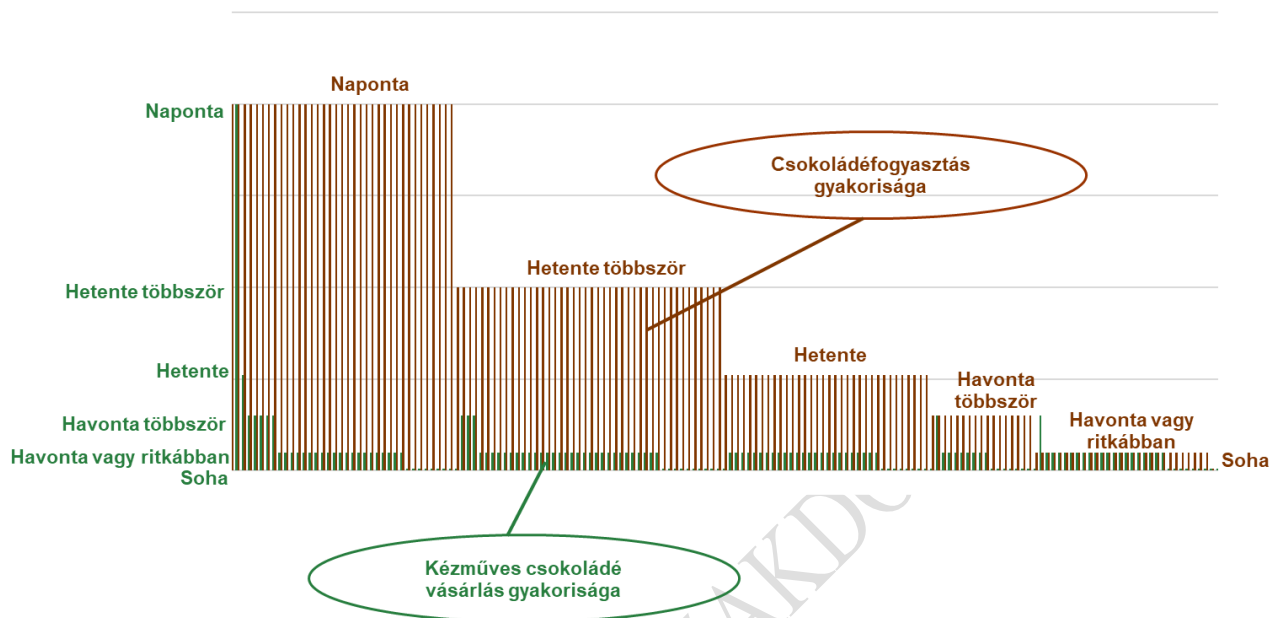
3. ábra: A kézműves csokoládét vásárlók megoszlása a vásárlás gyakorisága szerint 2023-ban

2023-ban a „havonta többször” lehetőséget egyetlen ember jelölte meg, az ennél gyakoribbat pedig senki. Figyelembe véve, hogy a résztvevőknek nagyságrendileg a fele gyakori csokifogyasztó, a kézműves aránya az összes csokifogyasztásban nagyon csekély.

Az előző válasszal összevontan értékelve bátran kijelenthetjük, hogy **a válaszadók nagyon nagy többségének életében a csokoládé nem a kézműves, hanem a tömegtermelésben készült csokoládét jelenti.** De ez nem is meglepő. A supermarketekben külön sor van a nagyipari csokoládéknak, beszerzésük sokkal könnyebb. A magyarországi kézműves csokoládék piacának méretét nem vizsgáltam, de a fogyasztók szemszögéből nézve a csokoládé késztermék piacon belül a kézműves hányad elenyészőnek tűnik.

A 4. ábrán a 162 barna függőleges vonal mutatja a 162 válaszadó csokifogyasztási gyakoriságát, a zöld vonalak pedig a kézműves termék vásárlás gyakoriságát.

Látszik, hogy a napi csokifogyasztók között is van olyan (közülük 24%), aki soha nem vásárol kézműves terméket. A hetente többször csokizók is jellemzően a havinál ritkábban vesznek kézműves csokoládét.



4. ábra: A csokoládéfogyasztás és a kézműves csokoládévásárlás egymáshoz viszonyított aránya a vásárlás gyakoriságát tekintve 2021-ben

Egyetlen egyvalaki jelölte meg, hogy *naponta vásárol kézműves csokoládét*. A kutatást megelőzően nem feltételeztem volna, hogy lesz ilyen válasz. Az ő esete abszolút egyedinek tűnik, mert ő róla azt tudjuk, hogy egy 50-es éveiben járó, diplomás férfi, aki naponta vásárol és naponta fogyaszt kézműves csokoládét, és csak saját fogyasztásra vásárol, ajándékozásra nem! Ez a kombináció annyira egyedi, hogy kevéssé hihető. Akár félre is érthette a kérdést, ezt már nem tudjuk ellenőrizni.

3. Milyen gyakran fogyaszt kézműves csokoládét?

Ez a kérdés csak annyiban különbözik az előzőtől, hogy a vásárlásban az is benne van, ha másvalaki számára vesszük ajándékot. A fogyasztásban meg az is benne van, ha mi kapjuk ajándékba, vagy mi magunk készítjük. A fogyasztás alatt itt az evést értem, de ezt a kérdőívben külön nem magyaráztam meg. Nem definiáltam, hogy a saját fogyasztás csak a

válaszadó személyét jelenti, vagy az együtt élő szűk család tagjait is. A családon belüli napi élelmiszervásárlásokat nem szoktuk ajándéknak tekinteni.

Nyolc főtől kaptam olyan választ, hogy gyakrabban esznek kézműves csokit, mint vásárolnak. Ennek két oka lehet: többször kapnak ajándékba, vagy maguk készítik. Két olyan ember volt, aki a megjegyzésben jelezte, hogy maga is csokikészítő. De vásárolnak is, tehát árat ők is megjelölték, hogy mennyit hajlandók adni a kézműves csokoládéért.

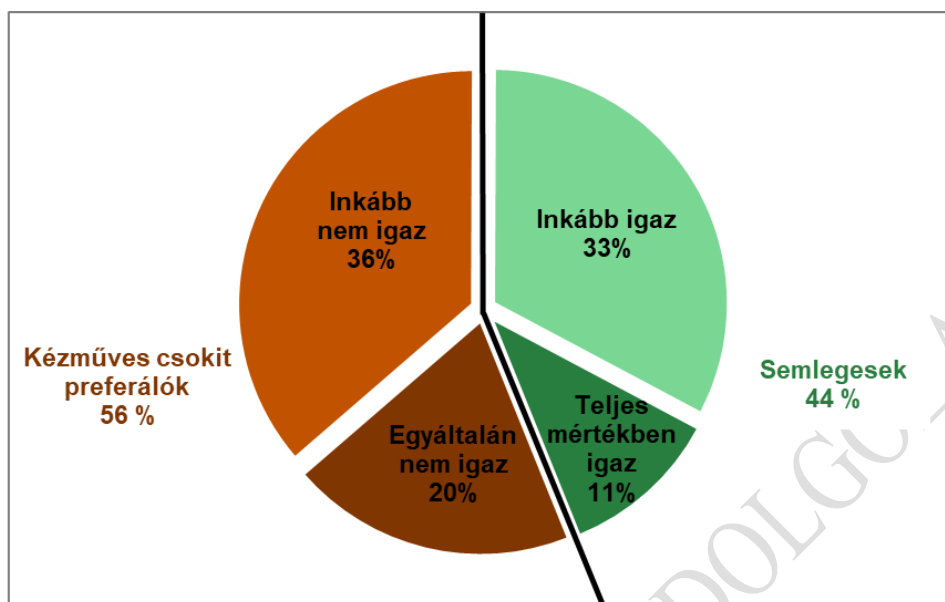
A „havonta vagy ritkábban” válaszlehetőség itt 61% lett, a vásárlásnál kapott 64%-kal szemben, a különbség utalhat pl. az ajándékozásra. A „soha / szinte soha” pedig a fogyasztásnál 26 %-ot, a vásárlásnál 28 %-ot képvisel.

Össességében 99%-ban hasonló adatokat kaptam, mint a Milyen gyakran *vásárol* kézműves csokoládét? kérdésnél. A korrelációs együttható kiszámítása 0,99 eredményt adott. Ezért az itt kapott válaszokat külön nem ábrázolom.

Tehát szinte azonos adatokat kaptam, de ez nem feltétlenül jelenti azt, hogy a csokivásárlás és a csokievés adatai is azonosak. Inkább arról lehet szó, hogy a kérdés feltevése nem jól sikerült. Kimondhatjuk, hogy a 2. és a 3. kérdés megkülönböztetése nem hozott szignifikáns eredményt.

2023-ban az jött ki, hogy 65% havonta vagy ritkábban eszik kézműves csokoládét, 35% soha vagy szinte soha. Ábrával nem szemléltetem, mert nagyon hasonló kördiagrammot látnánk, mint a 2. kérdésben. Néhány válasz érkezett, akik sokkal gyakrabban esznek kézműves csokit, de ők maguk is csokikészítők.

4. Mennyire igaz Önre ez az állítás? Nekem mindegy, hogy kézműves vagy sem, a lényeg, hogy csoki legyen.



5. ábra: A kézműves csokoládéhoz való hozzáállás 2021-ben

Itt a 2021. évi és a 2023. évi kérdés teljesen azonos volt, így az összesítés is könnyebb.

A nagyon hasonló adatok miatt csak a 2021-eshez készítettem ábrát. Lásd 5. ábra. Teljes mértékben a kézműves terméket előnyben részesítők aránya 20 % mindkét felmérésben. Őket az inkább a kézműves felé billenőkkel kiegészítve a kézműves csokoládét preferálók aránya együttesen 56% (2021) és 58% (2023).

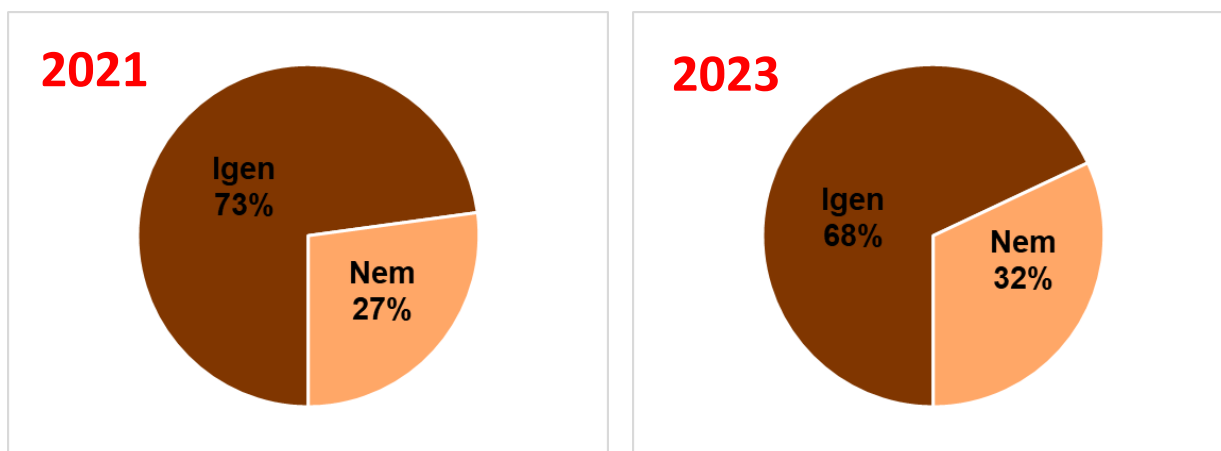
A többiekre (42%, illetve 44 %) nem mondhatjuk, hogy ők a nagyüzemi csokoládét preferálnák, csak azt, hogy nekik „mindegy”. Ezért hívom őket ebben a kérdésben semlegeseknek.

Ennek a kérdésnek igazán azokban a vásárlási helyzetekben lenne jelentősége, amikor a vevő egymás mellett látja/látná a nagyipari és a kézműves csokoládét. Ekkor a többség a kézművest venné meg. De ez általában nem valós szituáció, mert ezeket **nem lehet** azonos helyen megvásárolni! **A két termék kategória értékesítési helyeinek szinte nincs is közös halmaza**, de ezt nem vizsgáltam. Ez mindenképpen külön kutatási téma lehetne.

Kivétel pl. néhány benzinkút, ahol tömegcsokit és a pénztárnál kézműves csokit is lehet kapni. Repülőterek, ajándékboltok jöhetnek még szóba. Lásd Mészáros Gábor példája, a ChocoMe kézműves márkával, aki virágboltokban kezdett forgalmazni, mert az első perctől kezdve ajándék kategóriának szánta a termékeit (előadása a képzésen hangzott el).

Online vásárlásnál előfordulhat, hogy egymás mellett látjuk a kétféle terméket, de csak akkor, ha tudatosan keressük.

5. kérdés: Általában többre értékelem a kézműves csokoládét a nagyüzemi csokoládéhoz képest.

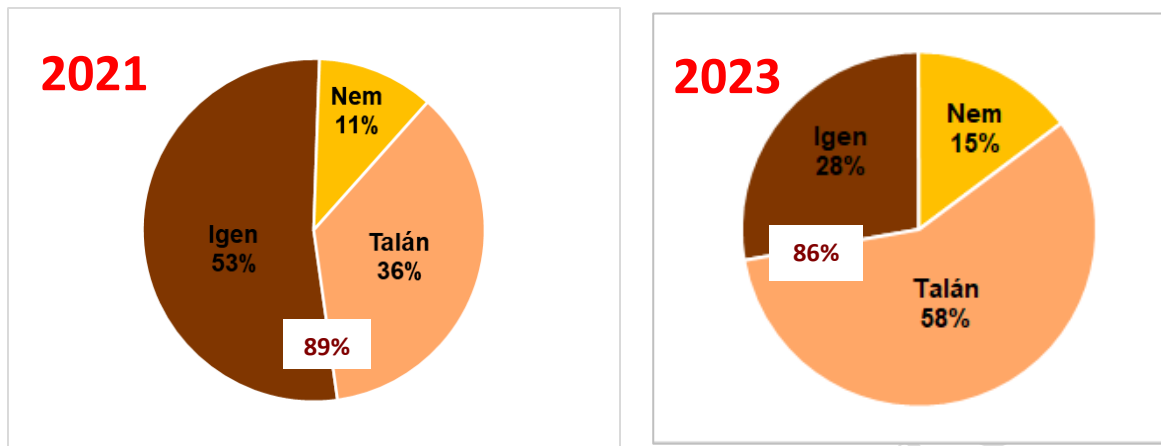


6. ábra: A kézműves csokoládét többre értékelők aránya 2021-ben és 2023-ban

A kérdés úgy van megfogalmazva, mintha sugallná a jó választ, pedig itt sincs jó vagy rossz válasz. Következetes vagy tudatos válaszadók esetén nagyon hasonló válaszokat kellett volna kapnom, mint az előző kérdésre. Igazából az előző kontrollkérdésének is tekinthető. Mégis, míg ott 56-58 % között volt a kézművest előnyben részesítők köre, itt már 68-73 %. Lásd 6. ábra.

Ez viszonylag elméleti kérdés, nem konkrét fogyasztásra kérdez rá, de jelez egy kihasználható lehetőséget, egy erős potenciált!

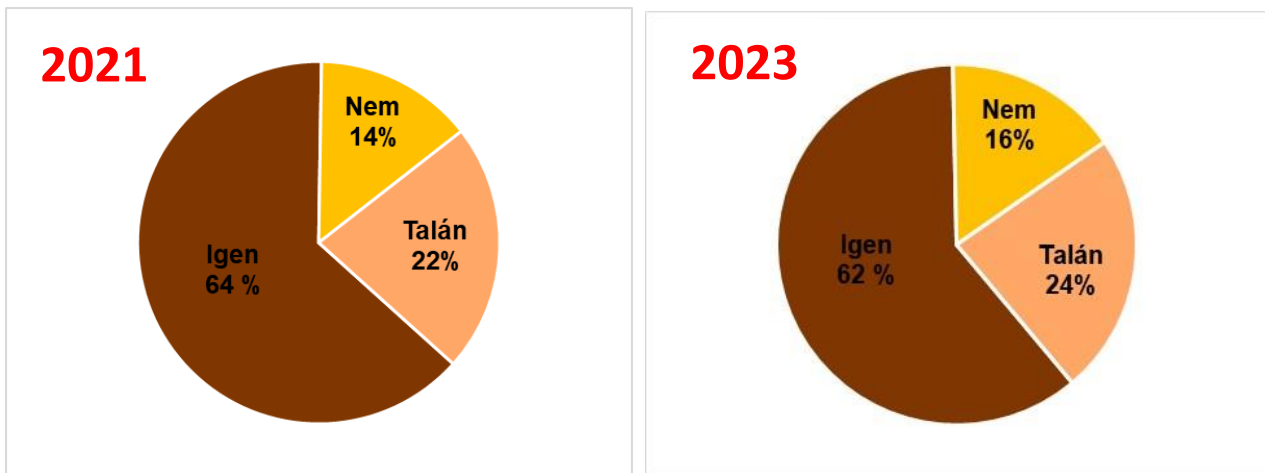
6. kérdés: Többször vásárolnék kézműves csokoládét, ha könnyebben hozzájutnék.



7. ábra Kézműves csokoládé vásárlási hajlandóság a könnyebb hozzájutás esetén

2021-ben a válaszadók több mint fele monda azt, hogy többször vásárolna kézműves csokoládét, ha könnyebben lehetne hozzájutni. Ezt úgy lehet értékelni, hogy a fogyasztók szívesen vennének belőle többször, de nincs szem előtt, nem elérhető azokon a vásárló helyeken, ahol amúgy is megfordulnak. **Az igen és a talán válaszok együttesen 89 %-ot adnak ki**, és csak 11 % az elzárkózó, akik számára a kézműves csoki nem különösebben vonzó termékkategória. 2023-ban sokkal kevesebb az igen! De **az igen és a talán válaszok együtt 86%-ot adnak**, ez a piaci lehetőséget egyértelműen jelzi. Lásd 7. ábra.

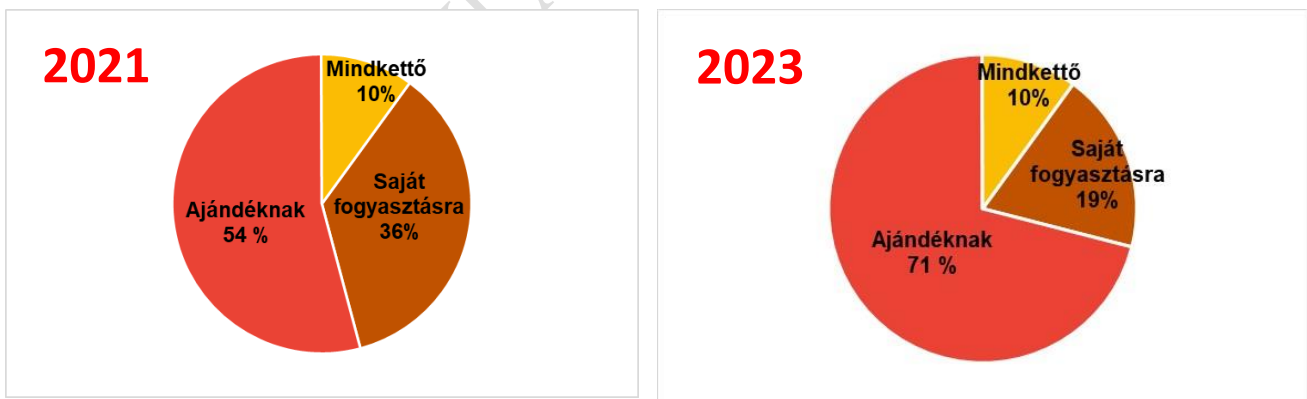
7. kérdés: Többször vásárolnék kézműves csokoládét, ha olcsóbb lenne.



8. ábra: Kézműves csokoládé vásárlási hajlandóság olcsóbb ár esetén

A két felmérés nagyjából azonos eredményt hozott. Lásd 8. ábra. A válaszadók 62-64 %-a mondta azt, hogy többször vásárolna kézműves csokoládét, ha az olcsóbb lenne. Az igen és a talán válaszok összege azonos volt, 86 % mindkét évben. Csak 14-16 % az elzárkózó, akik számára ez nem igazán vonzó termékkategória.

8. kérdés: Milyen céllal vásárol kézműves csokoládét?



9. ábra: A kézműves csokoládé vásárlások megoszlása azok célja szerint

A válaszadók több mint fele csak ajándékozási céllal vesz (vagy venne) kézműves csokoládét, 2023-ban még többen. Lásd 9. ábra. Mindkét célt 10 % jelölte meg. A tényleges piaci jelentőség mértékének feltérképezéséhez érdemes ezt a választ a gyakorisággal is

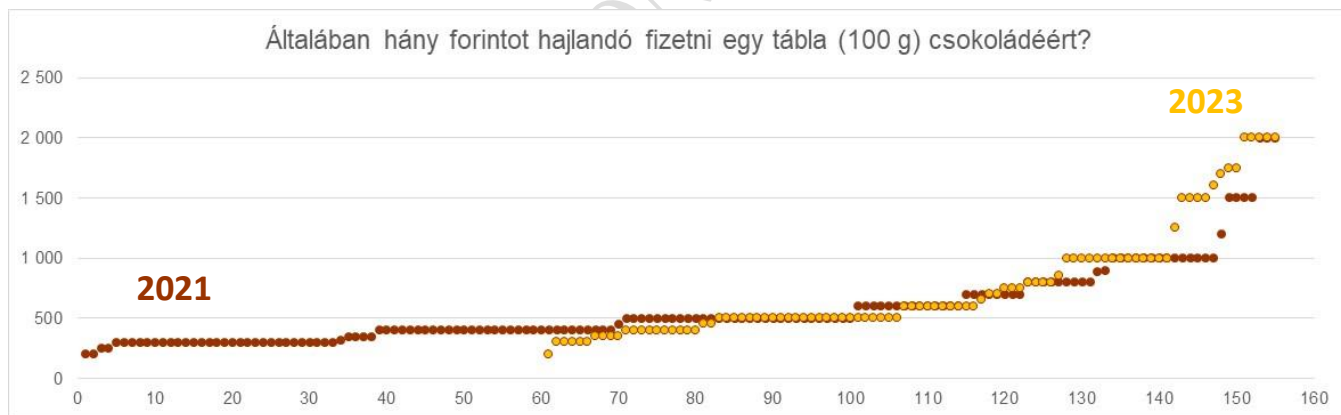
összevetni, de tudjuk, hogy a kézműves csokivásárlás alapvetően egy ritkán előforduló esemény a válaszadóink életében, akár ajándéknak, akár saját célra történik.

9. kérdés: Ha szokott kézműves csokoládét vásárolni, hogyan oszlik meg a saját célra, illetve ajándékozási céllal való vásárlás? Összesen 100%-ot osszon szét!

Átlagosan **70% ajándékozási és 30% saját fogyasztás** jött ki, de nagy szórással. De, sokszor az előző kérdésre adott saját válaszuknak ellentmondóan, össze-vissza válaszoltak, ez lehet kérdezői hiba is, ezért messzemenő következtetéseket nem vonnék le belőle. Eredményként mindenképpen csak azt rögzíteném, hogy az ajándékozási cél a domináns a saját fogyasztásra történő vásárlással szemben.

A **10. kérdés** az első olyan, ahol konkrét forint összeg beírásával kellett válaszolni:

Általában hány forintot hajlandó fizetni egy tábla (100 g) csokoládéért?



10. ábra: Fizetési hajlandóság egy tábla (100 g) csokoládéért

A 10. ábrán kb. 160 válaszadó szerepel 2021-ben és 100 fő 2023-ban, utóbbiakat jobbra rendeztem a jobb vizuális összehasonlítás kedvéért.

A válaszok mindkét évben **200 – 2000 Ft** között szórnak.

Az ábrán 1-1 pont az egyes válaszadókat jelenti.

1-1 válaszadó (aki maga is csokikészítő) 3000-4000 Ft-ot jelölt meg, őket az adatsorból kivettem, hogy ne torzítsák a normál fogyasztók átlagát.

Érték megadása helyett a válaszadók 2 %-a válaszolta azt szövegesen, hogy nincs felső határ, vagy nem számít, ha jó a minőség.

A hivatalos KSH infláció csak az élelmiszerekre 4% körül volt 2021-ben, 2022. márciusról 2023. márciusra az élelmiszer főcsoportban pedig **42,6 % volt az áremelkedés.** (KSH, 2023) Az elmúlt két év inflációja láthatóan kevésbé érintette a válaszokat. A kért fizetési hajlandóság nem követte az árak emelkedését. Az infláció leginkább a válaszok átlagán látszik, ami 2021-ben **577 Ft** volt, 2023-ban pedig **762 Ft**.

Tájékoztatásul kigyűjtöttem néhány példát a **tényleges kiskereskedelmi árakra 2023 áprilisában 100 gramm egységárra:**

2. táblázat: Éticsokoládé táblák egységára (100 g) 2023. áprilisban

Auchan Kedvenc étcsokoládé 50 %	249 Ft
Tibi étcsokoládé, töltött (többféle)	355 Ft
Boci étcsokoládé, 52 %	499 Ft
Schogetten étcsokoládé, 50 %	515 Ft
Despar Premium étcsokoládé 74%, 85% vagy 90%-os kakaótartalommal (azonos áron)	649 Ft
Belgian étcsokoládé 85 %	999 Ft

Forrás: Spar, Auchan webshopok

A válaszadók tehát reális válaszokat adtak, az általuk beírt összegek valósak, annyiért valóban lehet kapni 100 gramm étcsokoládét, az átlagár is reális eredmény. Emlékeztetőül: a korábban idézett NielsenIQ kutatásban 360 Ft volt a 2022. évi egységár 100g táblás csokoládéra.

Mivel itt általánosan kérdeztem a csokoládéra, ebben benne vannak a nagyüzemi és a kézműves termékek is.

A következő kérdés viszont már csak a kézművesre vonatkozik. A két év adatait elemezzük külön, mert a kérdések különböztek!

11. kérdés

2021: Hány forintot hajlandó fizetni egy tábla (100 g) KÉZMŰVES csokoládéért?

Itt az összehasonlítás érdekében fogalmaztam úgy, hogy „tábla”, annak ellenére, hogy a kézműves csokoládékban jellemző a bonbon is.

Itt az értékek **300 – 3000 Ft** között szórnak. Akinek az előző kérdésnél nem volt felső határ, azok itt is megismételték ezt.

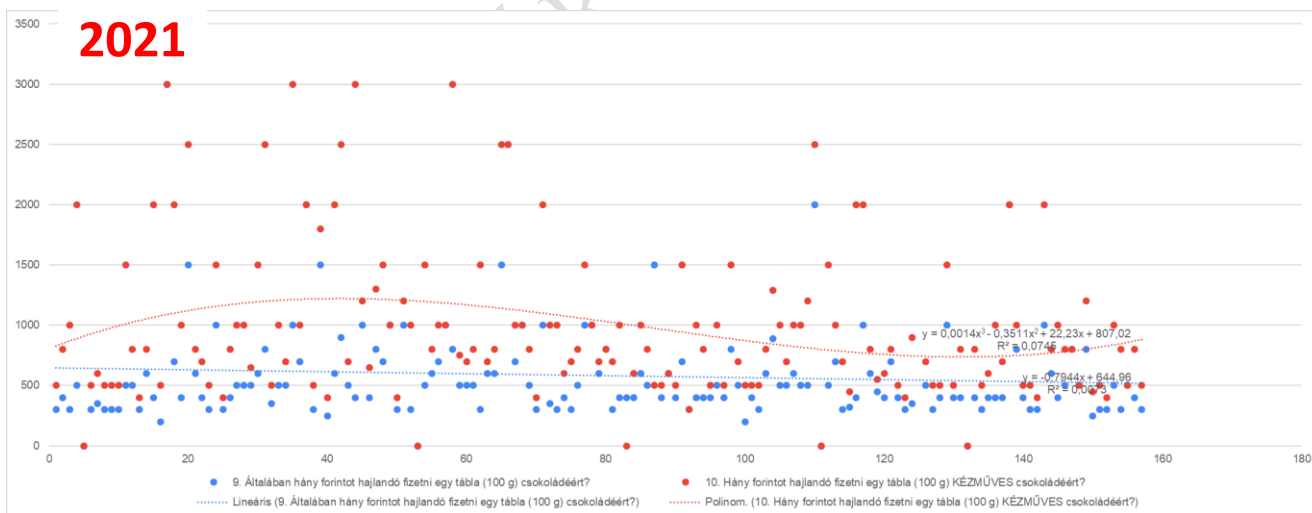
Az átlag 1024 Ft.

A felár-fizetési hajlandóságot a két átlag érték összehasonlítása adja meg. $1024 / 577 = 1,77$ értéket kapunk, ez 177 %-ot jelent, vagyis **77 %-os felár-fizetési hajlandóságot** fejez ki. Ez a duplája annak, amit a hipotézisben feltételeztem.

A 11. ábrán az összes válasz szóródása látszik.

Kék pontok: csoki általában, Piros pontok: kézműves csoki.

A csoki árának kék trendvonala látszik 600 Ft környékén, a kézműves csoki piros trendvonala pedig 1000 Ft környékén.



11. ábra: Fizetési hajlandóság 100 g csokoládéért és kézműves csokoládéért 2021-ben

Aki szövegesen olyan választ adott, hogy „1000-2000 Ft között”, ott nem a középértéket, hanem a felső értéket vettem figyelembe, mert úgy szólt a kérdés, hogy mennyit hajlandó

fizetni. És ha így adja meg a választ, az azt jelenti, hogy max. 2000 Ft-ot még hajlandó fizetni érte.

Egy másik számítási módszer:

A felárfizetési hajlandóságot **először személyenként** kell összesíteni, és a személyenkénti felár-fizetési hajlandóságot átlagolni. Ez a módszer realisabb képet ad, és ez **83 %-os felár-fizetési hajlandóságot** eredményez. Szerepel viszont az adatsorban négy nagyon kiugró adat, 3 db ötszörös szorzó (értse 300 Ft-ot adna egy átlagos csokiért, de 1500-at egy kézművesért), és 1 db hétszeres szorzó. Ezeket kivettem, csökkentendő a torzító hatást. Így is **72 %-os felár-fizetési hajlandóságot** kaptam átlagosan.

Mivel nagyon nagy a szóródás (92%), vagyis az eltérés az átlagtól, ezért az eredmény megbízhatóságát is ki kell számolni. 99 %-os konfidencia intervallummal számoltam, és ezt az eredményt kaptam: Ha végeznénk 20 újabb felmérést ugyanennyi válaszadóval (ugyanabból a sokaságból), akkor 19 felmérésnél az átlagos felárfizetési hajlandóság a **+57% és a +86% közé esne**, és csak 1 felmérésnél lépne ki a felárfizetési hajlandóság ebből az intervallumból.

Még két korrelációt számoltam:

Mondhatjuk-e azt, hogy a nők többet hajlandók fizetni a kézműves csokiért, mint a férfiak? Nem, ennek a kérdőívnek az eredményei alapján nem mondhatjuk.

Mondhatjuk-e azt, hogy akinél a kézműves táblacsoki felárfizetési hajlandóság nagyobb, azok az ajándék kézműves bonbonválogatásért is hajlandók többet fizetni? (Következő kérdés.) Nem, ezt sem mondhatjuk, ilyen összefüggést nem lehetett kimutatni. Egy lehetséges magyarázat: Ajándékozás esetén sokaknak megvan egy felső határ, hogy mennyit szánnak ajándéokra maximum. De ezzel nem biztos, hogy a csokit értékelik, inkább a megajándékozott személyt.

Most következzen a 2023-as adatsor.

A következő 4 kérdés ez volt: Hány forintot hajlandó fizetni egy tábla (100 g) **nagyüzemi / kézműves** csokoládéért, ha **saját fogyasztásra / ajándéknak** szánja? A kérdés négy kombinációját külön-külön kellett megkérdezni az értékelhető válaszok érdekében.

3. táblázat: Fizetési hajlandóság kérdésmátrix

	Ajándéknak	Saját fogyasztásra
Nagyüzemi	11. kérdés	12. kérdés
Kézműves	13. kérdés	14. kérdés

Egyedi válaszok:

- Nincs értékhatár (2%)
- Van olyan csokikészítő, aki egyáltalán nem vesz nagyüzemi csokit, és magának kézművest sem. Vásárol viszont kézműves csokit ajándékozási céllal. Érdekes, hogy ő mennyit hajlandó fizetni érte, aki tudja, hogy milyen munka és költségek vannak mögötte: ő ezt az értéket **2500 Ft**-ban jelölte meg a 100 g-os tábláért.
- Csokikészítő: Nagyüzemrit nem vesz. Kézműves csokiért saját célra 4000 Ft-ot ad, ajándékozási céllal 5000 Ft-ot.
- Nem csokikészítő, a munkája nem kapcsolódik az élelmiszerkészítéshez, de ő mondta a legnagyobb összeget: 2000-3000 Ft-ot is hajlandó kiadni egy jobb minőségű nagyüzemi csokiért, és 6000 Ft-ot egy kézművesért.

A 4 kérdés egy közös ábrában jót tenné az összehasonlításnak, de áttekinthetetlen volt, ezért kettesével ábrázolom, a vásárlási célok szerint.

A 12. ábrán a kék vonal jelzi, hogy mennyit hajlandók fizetni a nagyüzemi csokiért, a piros vonal pedig, hogy mennyit hajlandók fizetni a kézműves csokiért. Kb. 100 fő válasza szerepel benne, a vízszintes tengelyen a válaszadók „sorszama” látszik. A kézműves csokoládé esetében közölt fizetési hajlandóság növekedése szerint ábrázoltam.



12. ábra: Fizetési hajlandóság saját fogyasztás esetén

A kék fölötti és a piros alatti rész az az árkülönbség, amennyivel az emberek többet hajlandók fizetni a kézműves csokoládéért a nagyüzemihez képest, *ha saját maguknak veszik.*



13. ábra: Fizetési hajlandóság ajándékozás esetén

Tendenciájában nem lehet nagy különbséget kimutatni a vásárlási célok között. Lásd 12. és 13. ábra.

Vannak, akik a kézművesért se fizetnének többet, mint a nagyüzemiért, és vannak, akik felárfizetéssel hajlandók elismerni a kézműves jelleget. De ez a hajlandóság éppúgy megvan akkor is, amikor saját célra vásárolnak, és akkor is, amikor ajándékba. A felár mértéke között pedig nem látszik jelentős különbség.

15. kérdés:

Ha ajándéknak szánja, legfeljebb hány forintot hajlandó fizetni egy doboz kézműves csokoládéért (pl. bonbon válogatás)?



14. ábra: Fizetési hajlandóság 1 ajándékdoboznyi kézműves csokoládéért 2021-ben

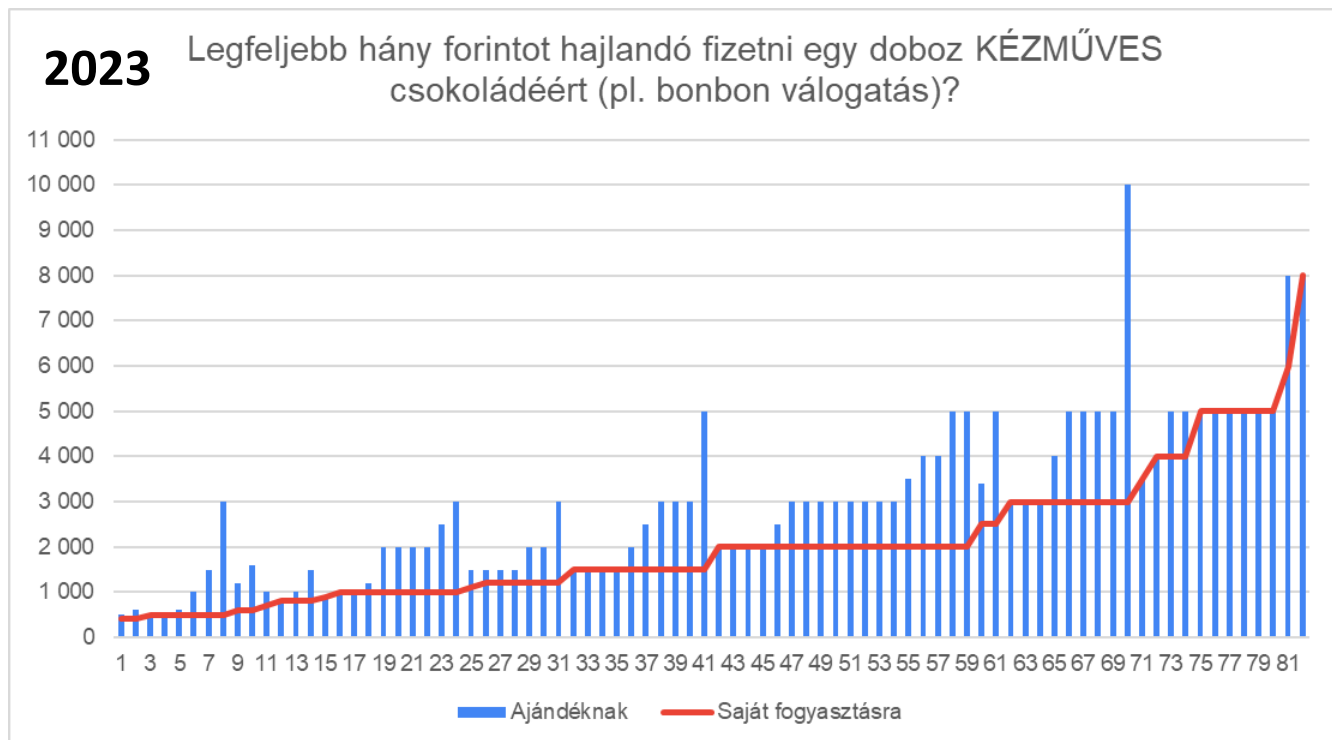
Lásd 14. ábra. Itt is megvolt az a 2 %-nyi válasz, hogy bármennyit. A többi válasz **500 Ft és 10 000 Ft** között szóródik. **A kérdés jelentősége, hogy itt nem határoztam meg a mennyiséget** (hány dekagramm összesen, vagy hány darab bonbon van benne). Lehet kisdoboz vagy nagydoboz, a lényeg, hogy ajándékozásra alkalmas. Ezt a kérdést lehet úgy is értelmezni, hogy egyáltalán mennyit hajlandó valaki egyszerre egy kézműves csokoládé termékre költeni maximum, annak méretétől függetlenül. Az átlag érték **2705 Ft** lett.

A 2023-as adatok:

Egyedi válasz: Van, aki nem fogadta el, hogy „mennyiség nélkül” kérdezzük árat, és beírta, hogy saját részre 1000 Ft /100g, ajándéknak 1500 Ft/100 g nála a felső határ.

Itt álljunk meg egy pillanatra. A csokigyár szempontjából mindegy, hogy a vásárló maga eszi meg, vagy továbbadja. Mi lenne, ha már ő is így kínálná? Önnek 1000 Ft, de ha másnak adja, akkor csak 1500 Ft-ért viheti el. De mind a kettőt én fizetem ki! Ha nekem megér 1500-at is ajándékozási céllal, akkor miért ne lennék hajlandó megadni ezt az árat az eladónak, ha magamnak veszem? Lehet, hogy a kérdéssel túlságosan provokáltuk és sugalltuk, mintha ajándékokra többet illene szánni, miközben ugyanarról a termékről van szó! **Ezért az én saját szubjektív válaszom az, hogy ha nálam van egy felső határ, akkor az AZONOS a saját részre és az ajándék céllal történő vásárlás esetén.** Ha betévedek egy kézműves

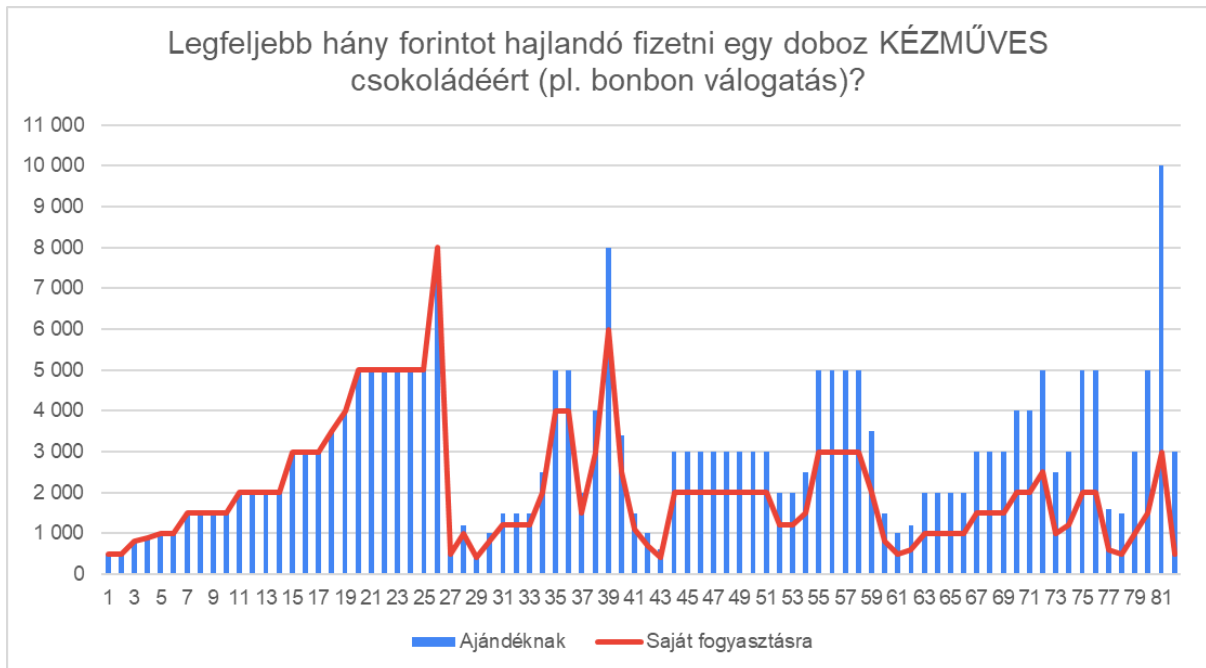
csokiműhelybe, akkor nem csak ajándéknak, de magamnak is veszek valamit. Meg is kóstolom, hogy mit adok ajándékba. Nálam ebben a vásárlási helyzetben nem életszerű, hogy a két vásárlási cél miatt a fizetési hajlandóságom különböző legyen.



15. ábra: Fizetési hajlandóság 1 doboz kézműves csokoládéért 2023-ban

A 15. ábra értelmezése: A válaszok a saját fogyasztásra történő vásárláshoz tartozó ár szerint vannak sorba rajzolva (emelkedő piros vonal). Minden egyes kék oszlop egy válaszadót jelent. Nézzük először a piros vonalat az 1000 Ft alatti tartományban (1-23. válaszadók). Vannak olyanok, ahol a kék oszlop *nem, vagy alig* megy a piros fölé, tehát nem szánnak rá nagyobb összeget, se saját fogyasztáskor, se ajándékozáskor. Minél magasabbra megy a kék oszlop a piros vonal fölött, annál nagyobb a felár-fizetési hajlandóság. Ez jól megfigyelhető a 2000-es, 3000-es, 5000-es árnál is. Előbb látszanak azok, akik megadják ezt az árat és nem tesznek különbséget a saját fogyasztás és ajándékozás között, utánuk vannak feltüntetve azok, akik felárat is hajlandók fizetni. Hangsúlyozom, hogy itt nincs egzakt mennyiség (hány gramm), csak az 1 doboz, akár kicsi, akár nagy, de úgy látszik, a 10 000 Ft egy lélektani határ, annál többet nem szánnak kézműves csokoládéra a felmérésben résztvevők.

Ugyanez az adatsor, csak másképp ábrázolva, a felár nagysága szerint rendezve a 16. ábrán látható.



16. ábra: Fizetési hajlandóság 1 doboz kézműves csokoládéért 2023-ban a felár nagysága szerint rendezve

Az első 26 válaszadó nem hajlandó semennyivel se többet fizetni a kézműves termékért, ha az ajándéknak lesz. Más értelmezéssel: akármennyit szánnak is ajándékra, azt maguktól sem tagadják meg.

A 63. válaszadótól fölfelé pedig a felárfizetési hajlandóság 100% (akik megadják a dupláját), vagy még annál is nagyobb.

Értékben a legnagyobb különbség **7000 Ft** (= 10 000 Ft – 3000 Ft.)

Arányban a legnagyobb különbség a **hatszoros** (= 3000 Ft / 500 Ft).

Az átlagos felár-fizetési hajlandóság **+59%** (beleszámolva azokat is, akiknél ez nulla.)

Az optimális ár meghatározásához a Van Westendorp modellt alkalmaztam.

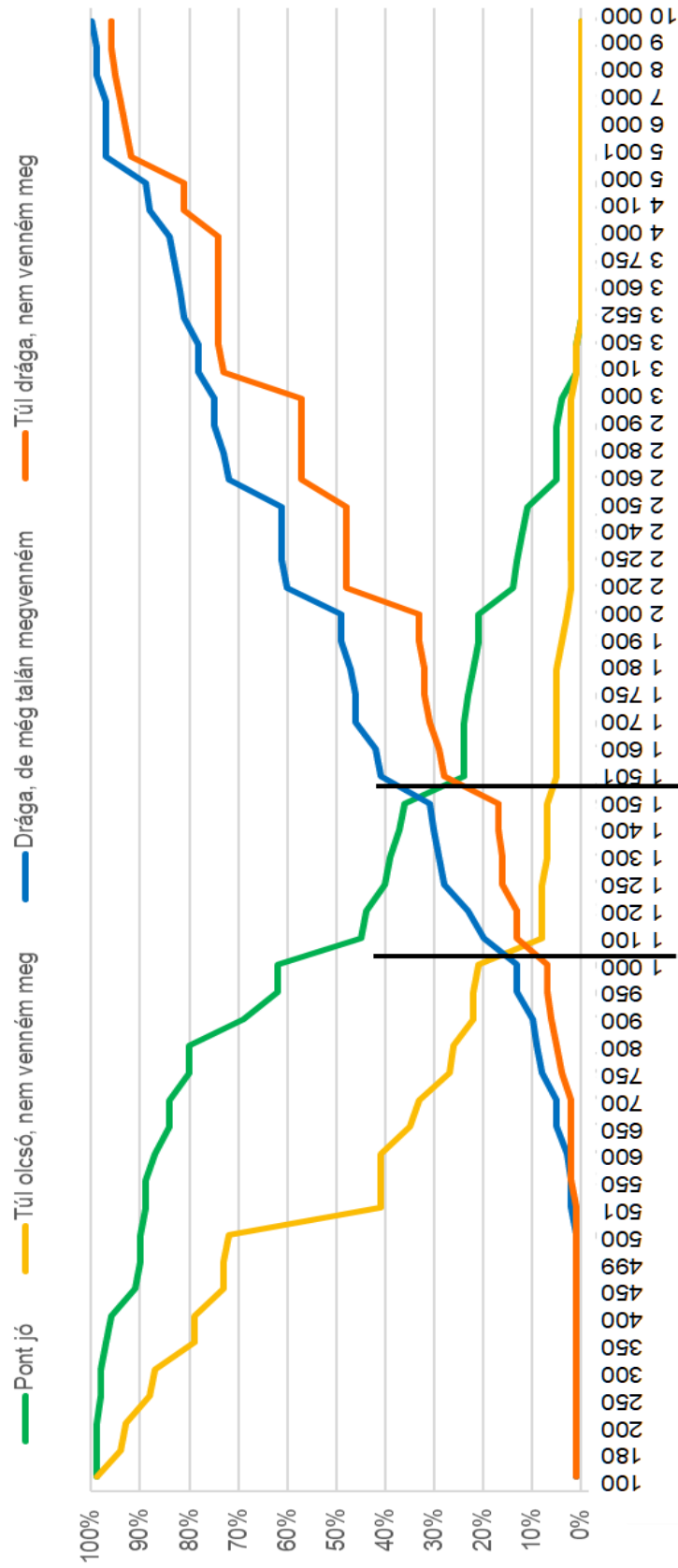
A modell szerint négy kérdést teszünk fel a fogyasztóknak, és ezzel körülhatároljuk az optimális árat, amit 100 g KÉZMŰVES csokoládéért lehet kérni/hajlandók adni:

- (16.) Mi lenne az az ár, amit már olyan drágának tart, hogy nem venné fontolóra a megvásárlását? (túl drága)
- (17.) Mi lenne az az ár, ami már olyan alacsony, hogy úgy érezné, a minősége nem lehet túl jó? (túl olcsó)
- (18.) Mi lenne az az ár, amit már elkezdene drágának tartani, ami még nem zárja ki a vásárlást, de el kellene gondolkodnia, hogy megvásárolja-e? (drága)
- (19.) Mi lenne az az ár, amit kedvező árnak, jó vételnek tartana? (olcsó, jó ár-érték arány)

Miután az adatsorok már rendelkezésre álltak, egy cseh marketinges tanácsadó angolnyelvű blogját használtam segítségnek, ahol a legjobb magyarázatot találtam a modell megrajzolásához. (Luptak, 2023)

A 17. ábrát a jobb láthatóság kedvéért a következő egész oldalra tettem.

Kézműves csokoládé ára (100 g)



17. ábra: Fizetési hajlandóság 100 g kézműves csokoládéért 2023-ban, a Van Westendorp modell szerint

Eredmények:

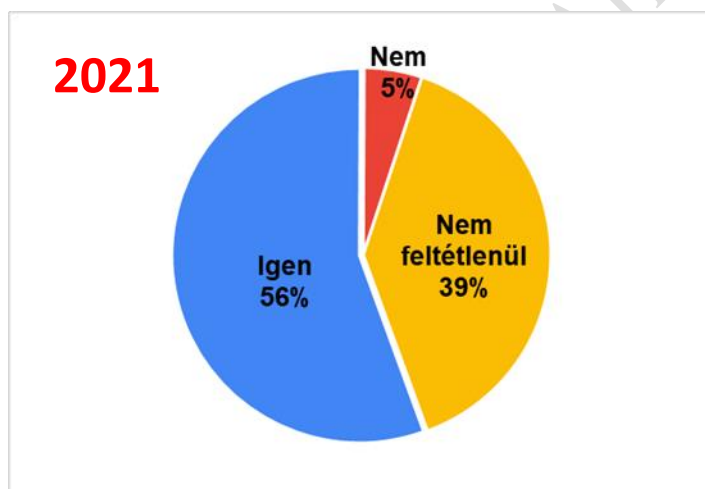
Jelen felmérés szerint az optimális ár 1100 Ft körül van a fogyasztók szemszögéből.

Az **optimális ártartomány pedig 1100 – 1500 Ft közé** esik.

Az **olcsóság határa 1000 Ft körül van**, ez alatt már úgy érzik a válaszadók, hogy nem kapnának jó minőséget 10 dkg kézműves csokoládéért. A **drágaság határa pedig 1500 Ft körül** van. Sokan „1500 Ft fölött” vagy „1501 Ft” választ adtak arra kérdésre, hogy mi lenne már túl drága.

20. kérdés: Értékesebb számomra az a csoki, amiről tudom, hogy kézzel készítették.

A 2021-es eredmény:



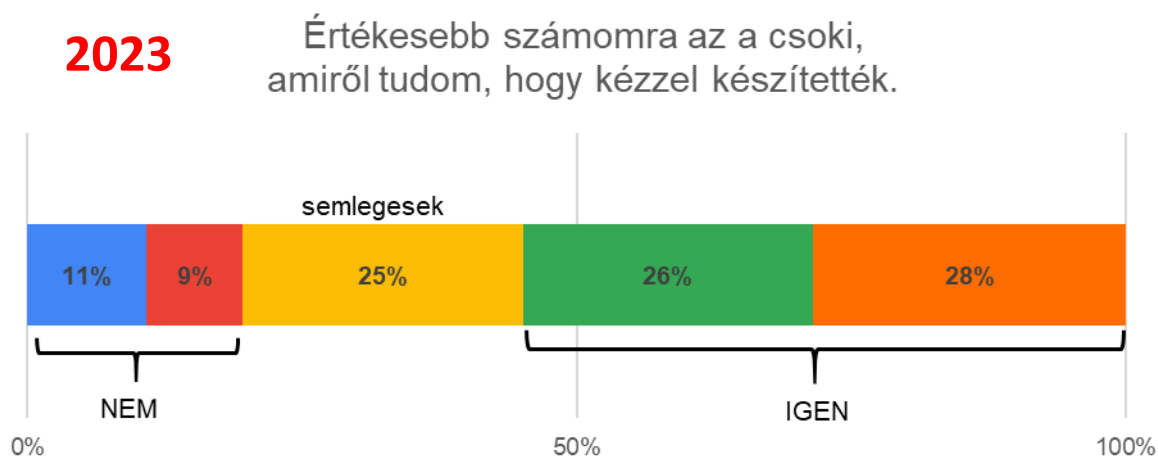
18. ábra: Értékesebb számomra az a csoki, amiről tudom, hogy kézzel készítették, 2021

Ez a kérdés ugyanazt kérdezi, mint az 5. kérdés, csak kicsit másképp fogalmazva, és szándékosan több egyéb közbeszúrt kérdés után, kontrollként.

Itt úgy tűnik, vonzó lett a „nem feltétlenül” válaszlehetőség. Lásd 18. ábra.

A 4. kérdésnél is 56 % jött ki arra, akiknek **nem mindegy**, hogy kézműves vagy sem. Így ezzel az ellenőrző kérdéssel megerősítettük, hogy legalább 54% (2023) vagy 56 % (2021) mindig a kézműves mellett teszi le a voksát, akárhogy alakítjuk is a kérdést.

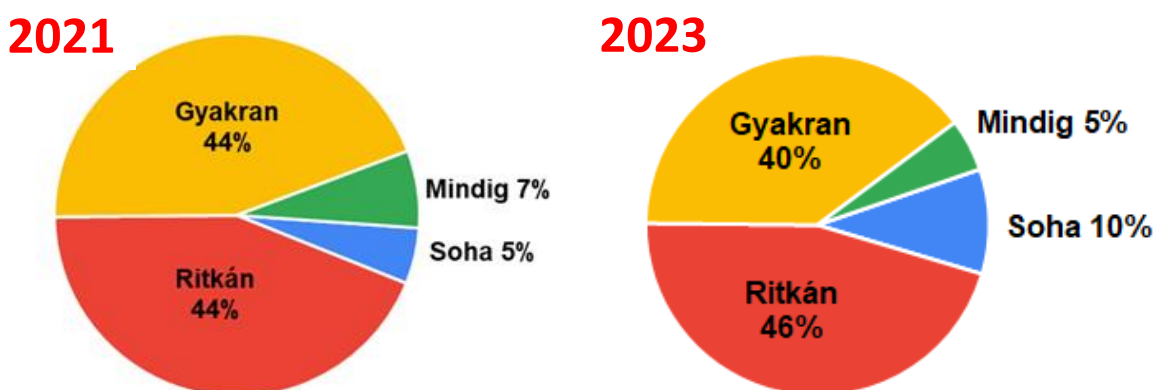
2023-ban már inkább egy 5-fokú skálában kértem a válaszokat az **egyáltalán nem értek egyet** és a **teljes mértékben egyetértek** között.



19. ábra: Értékesebb számomra az a csoki, amiről tudom, hogy kézzel készítették, 2023

A 19. ábrán az látszik, hogy 54 % értékesebbnek tartja a kézzel készült csokoládét, és csak 20 % nem ért egyet az állítással, hogy a kézzel készített értékesebb lenne.

21. kérdés: Amikor ajándékozási céllal veszek csokit, kifejezetten keresem a kézműves termékeket.

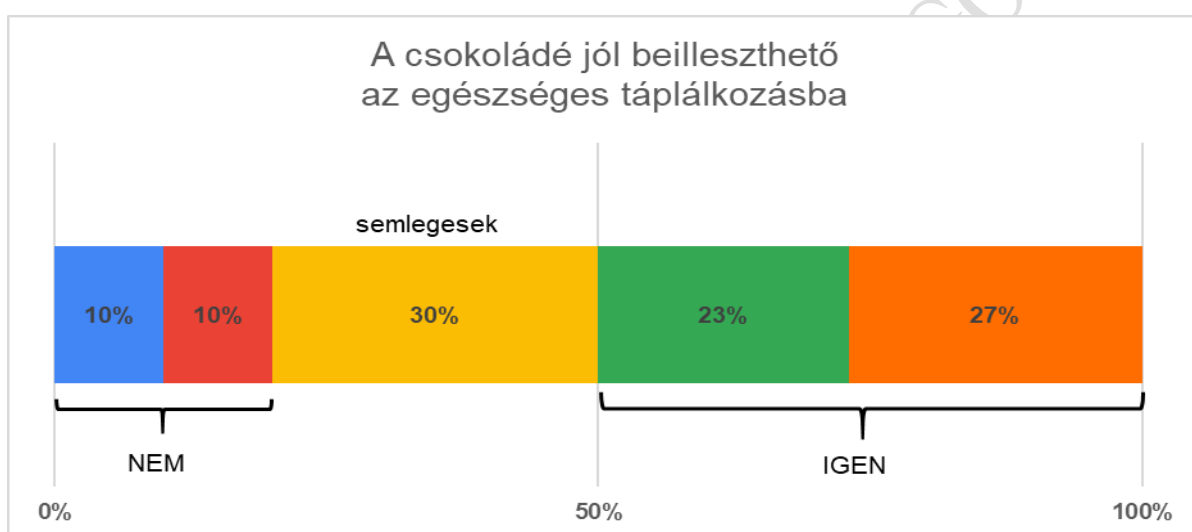


20. ábra: Kifejezetten a kézműves termékek keresésének gyakorisága ajándékozási célú csokoládévásárlás esetén

Hasonló eredményt kaptunk a két évben. Lásd 20. ábra.

A „gyakran” válasz megjegyzésre szorul. Nem csak arról van szó, hogyha ott van az orra előtt, akkor a kézművest veszi meg, hanem arra, hogy kifejezetten keresi, kutatja, utánajár. Hajlok rá, hogy nem a tényleges cselekvésre kaptunk itt bizonyítékot, hanem a szándékra, a hajlandóságra. A 2. kérdésnél azt láttuk, hogy a kézműves csokoládé vásárlás az emberek nagy többségének életében egy ritkán előforduló tevékenység. Ezen belül szűkítjük most a kört csak az ajándékozásra. Tehát a „gyakran” választ is csak az eleve ritka tevékenységhez képest szabad értékelni.

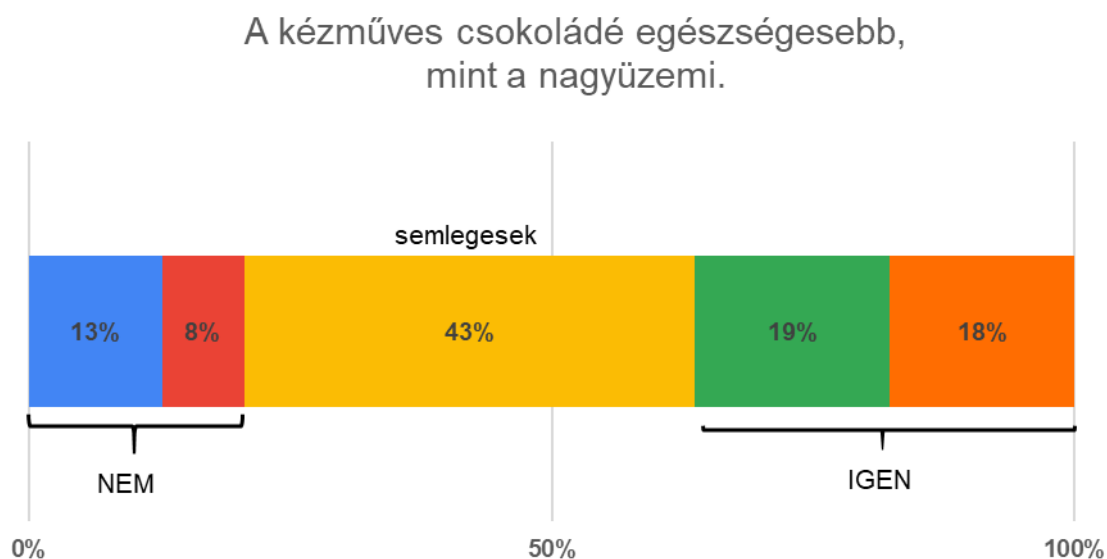
22. kérdés: A csokoládé jól beilleszthető az egészséges táplálkozásba



21. ábra: A csokoládé beilleszthetősége az egészséges táplálkozásba

Lásd 21. ábra. 50 % szerint igen, 20 % szerint nem, és 30 % nem tudja, vagy bizonytalan, vagy nem akar állást foglalni abban a kérdésben, hogy a csokoládé jól beilleszthető-e az egészséges táplálkozásba.

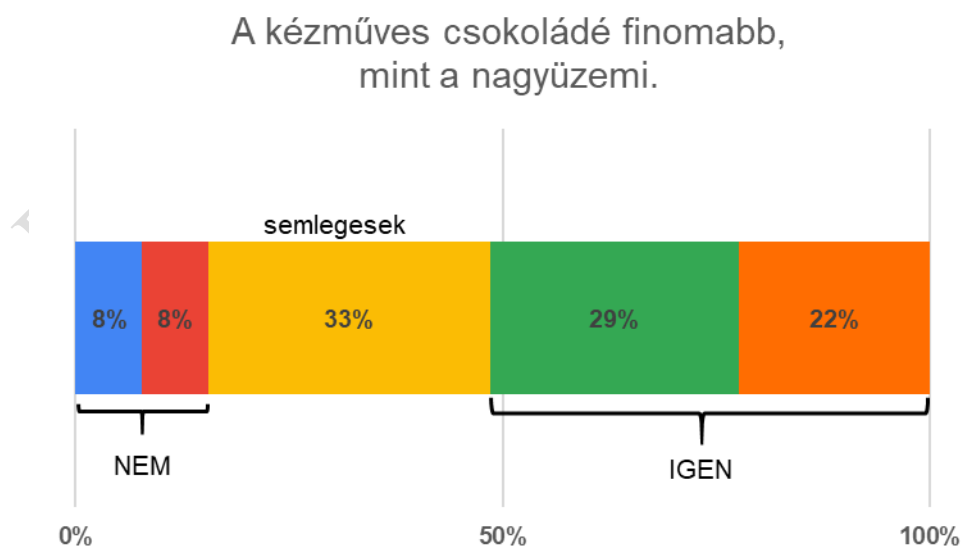
23. kérdés: A kézműves csokoládé egészségesebb, mint a nagyüzemi



22. ábra: A kézműves csokoládé egészségességének megítélése a nagyüzemihez képest

Ahogy a 22. ábra mutatja, 37 % állítja, hogy a kézműves csoki egészségesebb, 21 %, hogy nem egészségesebb, de a legnagyobb arányt a semlegesek képviselik 43 %-kal.

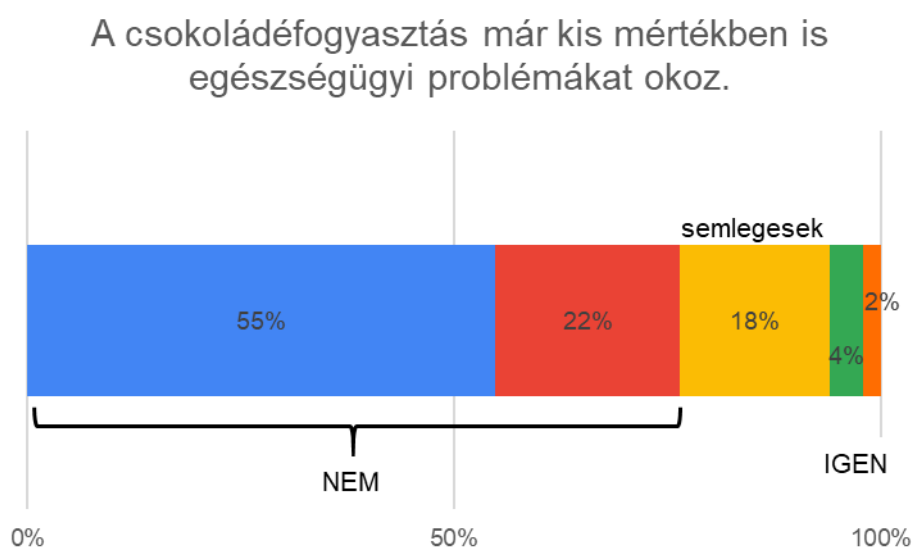
24. kérdés: A kézműves csokoládé finomabb, mint a nagyüzemi.



23. ábra: A kézműves csokoládé finomságának megítélése a nagyüzemihez képest

A 23. ábrán az látható, hogy 51 % szerint finomabb a kézműves, 16 % szerint nem finomabb a kézműves. Ez utóbbit értelmezhetjük úgy is, hogy a nagyipari csoki is épp eléggé finom, nem is érezni a különbséget.

25. kérdés: A csokoládéfogyasztás már kis mértékben is egészségügyi problémákat okoz



24. ábra: A csokoládéfogyasztás mint egészségügyi probléma okozó

A 24. ábra szerint a válaszadók 77%-a nem ért egyet azzal az állítással, hogy a csokoládéfogyasztás már kis mértékben is egészségügyi problémákat okoz. Másképp fogalmazva: 55 % nagyon határozottan állítja, hogy ha tudunk mértéket tartani, akkor a csokoládé nem okoz egészségügyi problémákat, és még további 22 % van, akik inkább egyetértenek ezzel. Csak 6 % van azon a véleményen, hogy már kis mértékben is okoz egészségügyi problémákat a csokoládé.

Ezzel véget értek a témához tartozó kérdések.

Statisztikai adatok a válaszadókról

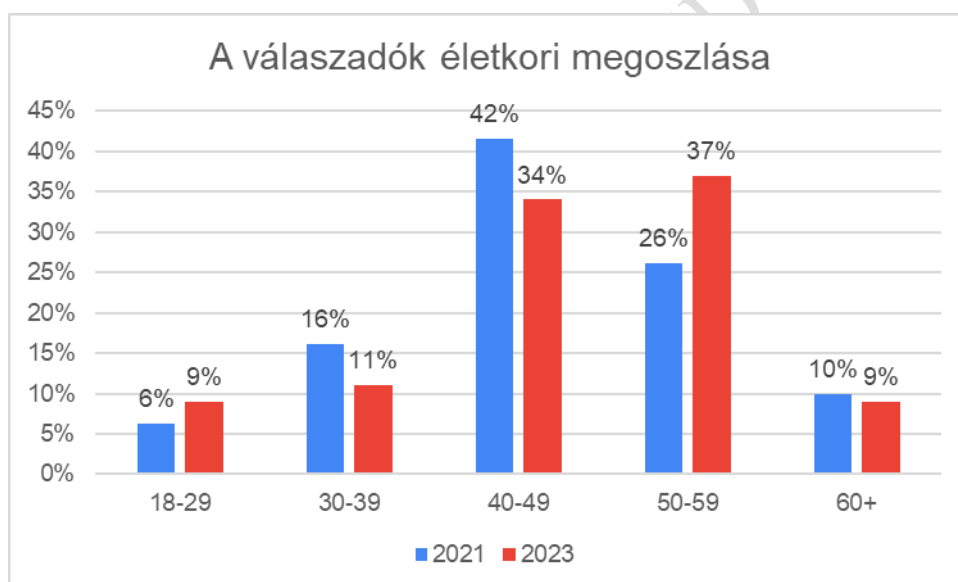
2021-ben a 163 kitöltő 79 %-a fővárosban vagy más városban élt. 81 % felsőfokú végzettségű. 20 % férfi, 80 % nő. A nemek aránya végképp nem reprezentatív. Az irodai

munkahelyi környezetben nőket könnyebb volt elérni és a csoki témával megszólítani. Akiknek kiküldtem, amilyen körben terjesztettem, ott csak valamivel volt több a nő, de nem sokkal! A jelek szerint közülük is a nőknek volt inkább kedve kitölteni.

2023-ban több volt a férfi válaszadóm: 1/3 volt a férfi, 2/3 a nő. Diplomás 83 %. Fővárosi 69%, egyéb város 20 %.

Az életkori megoszlásban pedig az egyik domináns szempont az én életkorom volt, mivel én a 40-49 éves korosztályba tartozom, az általam elért ismerősök zöme is hasonló korú. 2021-ben a negyvenesek voltak a legtöbben a kitöltők között, 2023-ban pedig az ötvenesek. Lásd 25. ábra.

A válaszadók életkora 2023-ban: a legfiatalabb 23 éves, a legidősebb 80. Átlag életkor 47 év.



25. ábra: A válaszadók életkori megoszlása

A válaszadók 98 %-ának nem kapcsolódik a munkája az élelmiszerelőállításához, tehát valóban csak fogyasztói válaszokat kaptunk.

Jövedelmi viszonyok: Átlag alatti 2 %, átlagos 62%, átlagosnál jobb 36%.

A felmérésben részt vevő *átlag alatti jövedelmű* válaszadók soha nem vásárolnak kézműves csokoládét, és akkor sem vennének, ha olcsóbb lenne.

Megkérdeztem még, hogy készítettek-e már kézműves csokoládé terméket?

22% igen (mindannyian nők), 78% nem.

De aki maga is rendszeres csokigyártó, csak 2 %. A többi amatőr, vélhetően kedvtelésből, de erre nem kérdeztem rá.

A záró kérdés pedig, hogy szeretnék-e kipróbálni a kézműves csokoládékészítést. A válaszadók **pontosan fele** igen! Férfi nincs köztük. Tehát úgy is fogalmazhatunk, hogy **a válaszadó nők háromnegyede szívesen kipróbálná a kézműves csokoládékészítést**. Az ilyen mértékű nyitottság és érdeklődés meglepő volt számomra, de annak tudom be, hogy a csokoládé egy hálás téma, jó enni is, készíteni is, beszélni is róla. Többnyire kellemes érzetek kapcsolódnak hozzá. Élvezeti cikk. A csokikészítés pedig ennek megfelelően sokak szemében egy lehetséges „élvezeti tevékenység”.

Összértékelés a felárfizetési hajlandóságra:

A felmérésem alapján a válaszadók körében nagyságrendileg akár 60-80 %-os felárfizetési hajlandóság is reális lehet a kézműves csokoládéért a nagyüzemihez képest.

Ez nem feltétlenül jelenti azt, hogyha egy család egy hónapban elkölt 5000 Ft-ot csokira, akkor ezt hajlandó lenne kiváltani 8500 Ft-nyi kézműves csokival.

Ha a kézműves termékek jobban szem előtt lennének, akkor lehet, hogy egy család összes csokiköltése mennyiségileg nem változna, de több nagyüzemit váltanának ki vele, tehát **többet költenének**. De az is lehet, hogy **nem költenének többet**, mert a nagyüzemi csoki helyett több kézműves terméket vásárolnának ugyan, de a mennyiséget visszafognák. Kevesebbszer, de jobb minőséget vásárolnának úgy, hogy pl. a havi csokiköltésük ne emelkedjen.

Ha saját magának veszi valaki, az is tekinthető ajándéknak, mert megajándékozza magát egy kis luxussal.

A válaszadók kb. harmada sorolta magát az „átlagosnál jobb” jövedelmi kategóriába. Erre szükség is van, ha *rendszeresen* kézműves csokoládét akarnánk fogyasztani. De az alkalmi, ritka kézműves csokoládé fogyasztást az átlagos fizetés is lehetővé teszi.

6. ÖSSZEFOGLALÁS

A hipotézisek igazolása

1. Az emberek többsége szereti a csokoládét, a nagyüzemit és a kézművest egyaránt. Nem vállaltam nagy kockázatot ezzel a kijelentéssel. A válaszadók többsége gyakran fogyaszt csokoládét (és azt nem kényszerből teszi), sőt a csokoládé szeretete még a válaszadási hajlandóságot is segítette. A hipotézis igaznak bizonyult.

2. Az emberek hajlamosak úgy nyilatkozni, hogy előnyben részesítik a kézműves termékeket a nagyiparival szemben, de ez nem biztos, hogy a tényleges vásárlásaikban is megjelenik.

Ez annyiban bizonyult igaznak, hogy a válaszokban nem a megtörtént vásárlások szerepeltek, hanem a vásárlási szándék, vagy a feltételezett vásárlás elméleti esete került elő. A válaszadók összes csokoládéfogyasztásához képest a kézműves csokoládé vásárlása aránya elenyésző. A válaszadók többsége kifejezetten nyitott a kézműves csokoládék irányába, de egyébként csak ritkán vásárolják. Ezért a hipotézist igazoltam.

3. A kézműves csokoládék magyarországi piacán nagy fejlődési potenciál van a fogyasztók elérését tekintve.

Ez is igaznak bizonyult, mert a „többször vennék, ha könnyebben hozzá lehetne jutni” kérdésnél az igen és a talán válaszok összesen 80 % fölötti arányt értek el, és a potenciálba a talán-t is bele kell számítani. Innentől már a gyártók, forgalmazók kihívása, hogy a „talánt” „igenné” fordítsák.

4. Feltételeztem, hogy azok a fogyasztók, akik amúgy is vennének csokoládét, 30-40 %-kal többet is hajlandók fizetni, ha van lehetőségük a kézművest választani.

Ez is igaz lett, de alul becsültem, mert akár duplája is lehet. Nagyságrendileg 60-80%-os átlagos felárfizetési hajlandóságot jeleztek a válaszok.

A felmérés megerősítette bennem azt a nézetet, hogy a kézműves csokoládé luxustermék, és egyértelműen igazolta az ajándék szegmens dominanciáját.

Tanulság a kézműves csokoládégyártók számára: *Előbb* kell jól meghatározni (majd megtalálni, eltalálni és el is érni) a *célcsoportot*, mert létezik az a fogyasztói kör, akik 100 % – 500 % felárat (értsd dupláját, hatszorosát) is hajlandók megadni a kézműves

csokoládéért a nagyüzemi csokoládé árához képest, tehát ennyivel ismerik el a kézműves technológiát, és mindazt a hozzáadott értéket, amit számukra a kézműves csokoládé jelent. A felár-fizetési hajlandóság éppúgy megvan akkor is, amikor saját célra vásárolnak, és akkor is, amikor ajándékba. A felár mértéke között pedig nem látszik jelentős különbség a két vásárlási cél szerint.

Egy hasonló vagy további kutatásnál javasolom pontosabban meghatározni azt a sokaságot, amit fel szeretnénk mérni. Külön lenne érdemes vizsgálni azokat, akik már kézműves csokoládé fogyasztók, tehát: **megkülönböztetni a meglévő és a potenciális fogyasztókat.**

Ha több helyen, könnyebben lenne elérhető, akkor még népszerűbb lehetne a kézműves csokoládé. De ez ellentmondáshoz is vezet. Ha végiggondoljuk, a kézműves egyben azt is jelenti, hogy kisüzemi. Ha egyetlen gyártó több helyen is forgalmazná a termékeit, az nagyobb termelési mennyiséget is feltételez, és ez már egy elmozdulás a kisüzemítő a nagyüzemi felé, és épp a lényeg veszne el.

Az én felmérésemben még nem jelent meg a válaszok között, hogy valaki kifejezetten rendelne egyedi kézműves csokoládét, ezért nem beszéltünk a rendelésre készített termékekről. Ez erős online jelenlétet feltételez. A fogyasztókban is meg kell születnie az igénynek. Egyedi torták rendelése már nagyon gyakori születnapokra, évfordulókra, az egyedi csokoládéké még kevésbé.

Nem reprezentatív felmérésem szerint 1000-1500 Ft között hajlandó fizetni a válaszadók zöme 100 gramm kézműves csokoládéért. A kereslet-kínálat ez esetben nem igazán találkozik, mert ma már 2000 Ft fölött van a kézműves táblák egységára. A fizetési hajlandóságról a potenciális vásárlók anélkül nyilatkoztak, hogy a csokoládét kóstolták volna, az illatát érezték volna. Egy kellemes csoki illatú műhelyben, személyesen a gyártótól vásárolva viszont egyáltalán nem elképzelhetetlen, hogy egy vásárló – aki egy online kérdőívben még azt gondolta, hogy 1500 Ft fölé nem megy – mégis kiad 2000 Ft-ot egy kézműves csokoládéért. Már csak azért sem, mert a válaszadók készek átlagosan 2700 Ft-ot is adni egy ajándékdozoz bonbonért, amikor nem is nézik, hogy az hány grammos.

IRODALOMJEGYZÉK

- Ács Helga: Székkutason gyártják a Piros Mogyoróst!, Promenad 24, 2023.01.22.
<https://promenad24.hu/2023/01/22/szekkutason-gyartjak-a-piros-mogyorost/>
- Bíró Dániel: Már több mint 2 milliárd forint támogatást nyert a székkutasi csokigyáros, Hódpress, 2022.03.20. <https://www.hodpress.hu/2022/03/20/mar-tobb-mint-2-milliard-forint-tamogatast-nyert-a-szekkutasi-csokigyaros/>
- Boncz Imre, Kutatásmódszertani alapismeretek, Pécs, 2015, 33. oldal
Felvi.hu
- Karnai L., Szűcs I.: A kézműves csokoládéfogyasztás főbb jellemzői Hajdú-Bihar megyében. Táplálkozásmarketing 2 (2) 59-66 (2015)
- Kátai Ildikó: Az impulz elmarad, a trendek folytatódnak. Trade Magazin, 2021. 04. 19.
<https://trademagazin.hu/hu/az-impulz-elmarad-a-trendek-folytatodnak/>
- Kovács Erika: Csokigyár épül Székkutason, Délmagyar, 2019.03.14.
<https://www.delmagyar.hu/hodmezovasarhely-es-kornyeke/csokigyar-epul-szekkutason-4452876/>
- KSH Gyorstájékoztató az inflációról, 2023
<https://www.ksh.hu/gyorstajekoztatok/far/far2303.html>
- Laskai Zsanett, Olsovskyné Némédi Andrea: A csokoládé fogyasztói megítélése, 2016
- Lupták, M.: A complete guide to Van Westendorp + How to graph it in Excel | the maykin
<https://themaykin.com/blog/a-complete-guide-to-van-westendorp-how-to-graph-it-in-excel> 2021.06.09.
- Magyar Élelmiszerkönyv
<https://magyarelelmiszerkonyv.hu/article/sutoipari-es-cukraszati-termekek>
<https://magyarelelmiszerkonyv.hu/article/sutoipari-es-cukraszati-szakbizottsag>
- Magyar Élelmiszerkönyv 2-109 számú irányelve a kézműves/kézműves élelmiszerek általános jellemzőiről https://elelmiszerlanc.kormany.hu/download/a/3b/a2000/2-109_2016-12-21.pdf
- Magyar Önkormányzatok Szövetsége (MÖSZ) javaslatai a Helyreállítási alaphoz. 2021.04.06. https://www.palyazat.gov.hu/helyreallitasi-es-ellenallokepesegei-eszkoz-rrf-velemenyezes?fbclid=IwAR1U3rnITqQO8kQW0DMturS8SyOA9mN5qVa0BwK8PQadNKrtMqHhMC_ItUQ

Szalai László: (Nem olyan) édes élet, Trade Magazin, 2023.04.25.

<https://trademagazin.hu/hu/nem-olyan-edes-elet/>

Szigeti Hajni: „Van a csokoládé és az édesség, a kettő nem ugyanaz”, Világgazdaság,

2023.03.05. [https://www.vg.hu/vilaggazdasag-magyar-gazdasag/2023/03/van-a-](https://www.vg.hu/vilaggazdasag-magyar-gazdasag/2023/03/van-a-csokolade-es-az-edesseg-a-ketto-nem-ugyanaz)

[csokolade-es-az-edesseg-a-ketto-nem-ugyanaz](https://www.vg.hu/vilaggazdasag-magyar-gazdasag/2023/03/van-a-csokolade-es-az-edesseg-a-ketto-nem-ugyanaz)

Csokoládégyártók honlapjai

ChocoCard honlapja, <https://chococard.hu/a-titok/>

Choco Me honlapja, <https://chocome.hu/>

Choco moon honlapja <https://chochomoon.hu/> 2023.03.31.

Chocorino honlapja <https://www.chocorino.hu/>

Csokoladia honlapja, <http://www.csokoladia.hu/termek/venezuela/>

Demeter csokoládé honlapja <https://demeterchocolate.com/>

Harlequin csokoládé honlapja, <https://harlequinchocolates.hu/>

Képes choco honlapja <https://kepeschoco.com/#rolunk>

Milka csokoládé honlapja, <https://milka.hu/term%a9keink/>

[Products?categoryId=3926](https://milka.hu/term%a9keink/Products?categoryId=3926)

Premium Choco honlapja <http://www.premiumchoco.hu/about-us>

ZAX choco honlapja, <https://zaxchoco.com/>

Webshopok, az aktuális árak ellenőrzésére:

Auchan.hu

Spar.hu

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Élelmiszertudományi és Technológiai Intézet

Szerzői nyilatkozat

Alulírott, Pálvölgyi Áron

Csokoládé-, kávé-, teakészítő mester szaktanácsadó szakirányú továbbképzési szak

kijelentem, hogy a

*Felár-fizetési hajlandóság kézműves csokoládé termékek esetében
fogyasztói felmérés alapján*

című szakdolgozat a saját munkám eredménye. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, s az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a Záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

Budapest, 2023. május 2.



a hallgató aláírása

NYILATKOZAT

szakdolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: Pálvölgyi Áron
A Hallgató Neptun kódja: C72BCJ
A dolgozat címe: Felár-fizetési hajlandóság kézműves csokoládé termékek esetében fogyasztói felmérés alapján
A megjelenés éve: 2023
A konzulens tanszék neve: Gabona és Iparinövény Technológia Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott szakdolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, s az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlant állítottam, tudomásul veszem, hogy a Záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkor szellemitulajdonkezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe.

Budapest, 2023. május 2.



Hallgató aláírása

**KONZULTÁCIÓS
NYILATKOZAT**

Pálvölgyi Áron (hallgató Neptun azonosítója: C72BCJ) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a szakdolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A szakdolgozatot a záróvizsgán történő védeésre javaslom / nem javaslom.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem

Kelt: 2023. április 30.



Dr. Kasza Gyula
Belső konzulens