

Üzletválasztási döntések vizsgálata offline nemzedékek körében

KOVÁCS CSABA JÓZSEF

PHD-HALLGATÓ, SZENT ISTVÁN EGYETEM

B.KOVACS.CSABA@GMAIL.COM



Problémafelvetés, téma relevanciája

Idősödő társadalom

vásárlókör átalakulása

Digitalizáció

digitális csatornák és eszközök felértékelődése

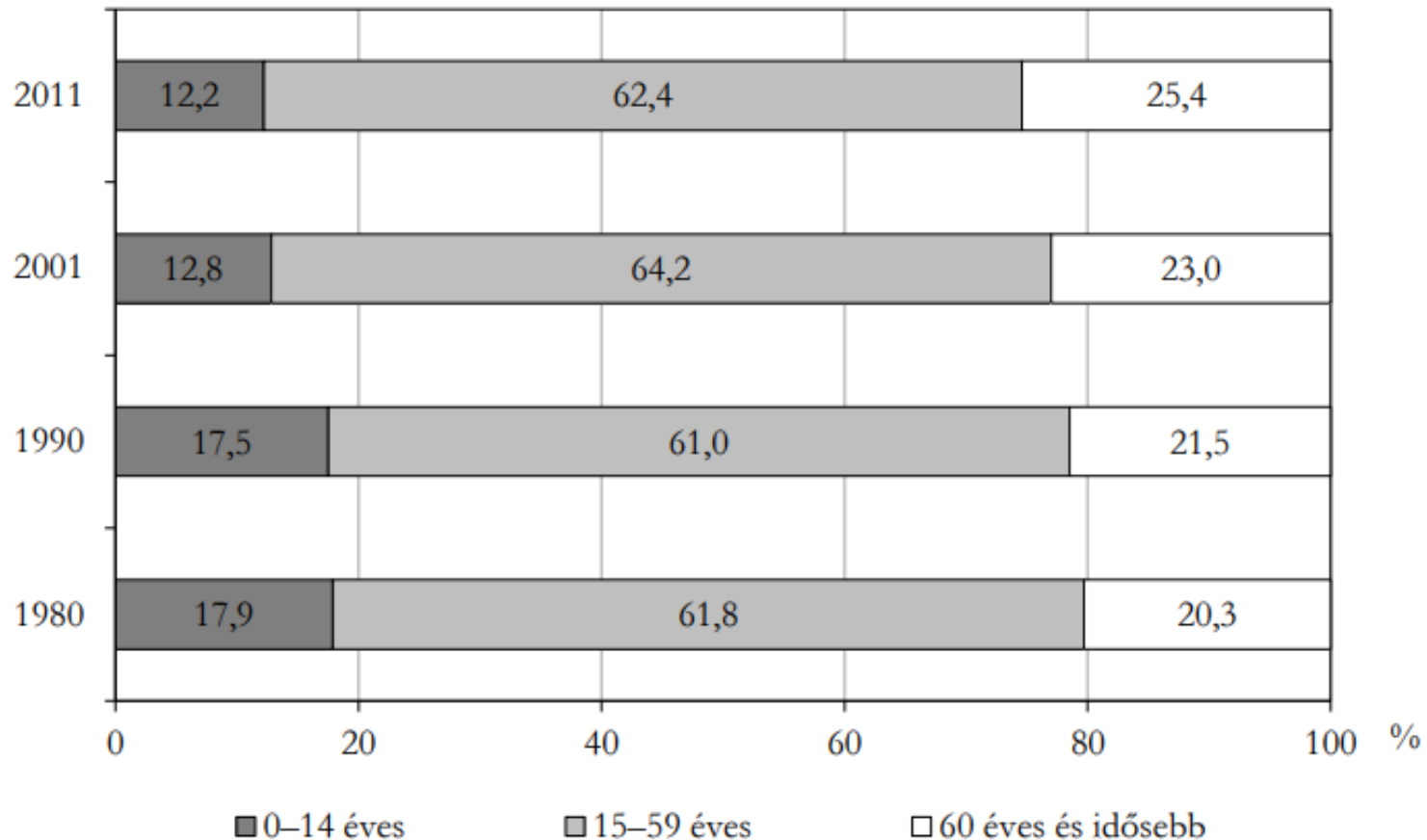
Generációváltás

digitális felhasználók növekedése az idősök között

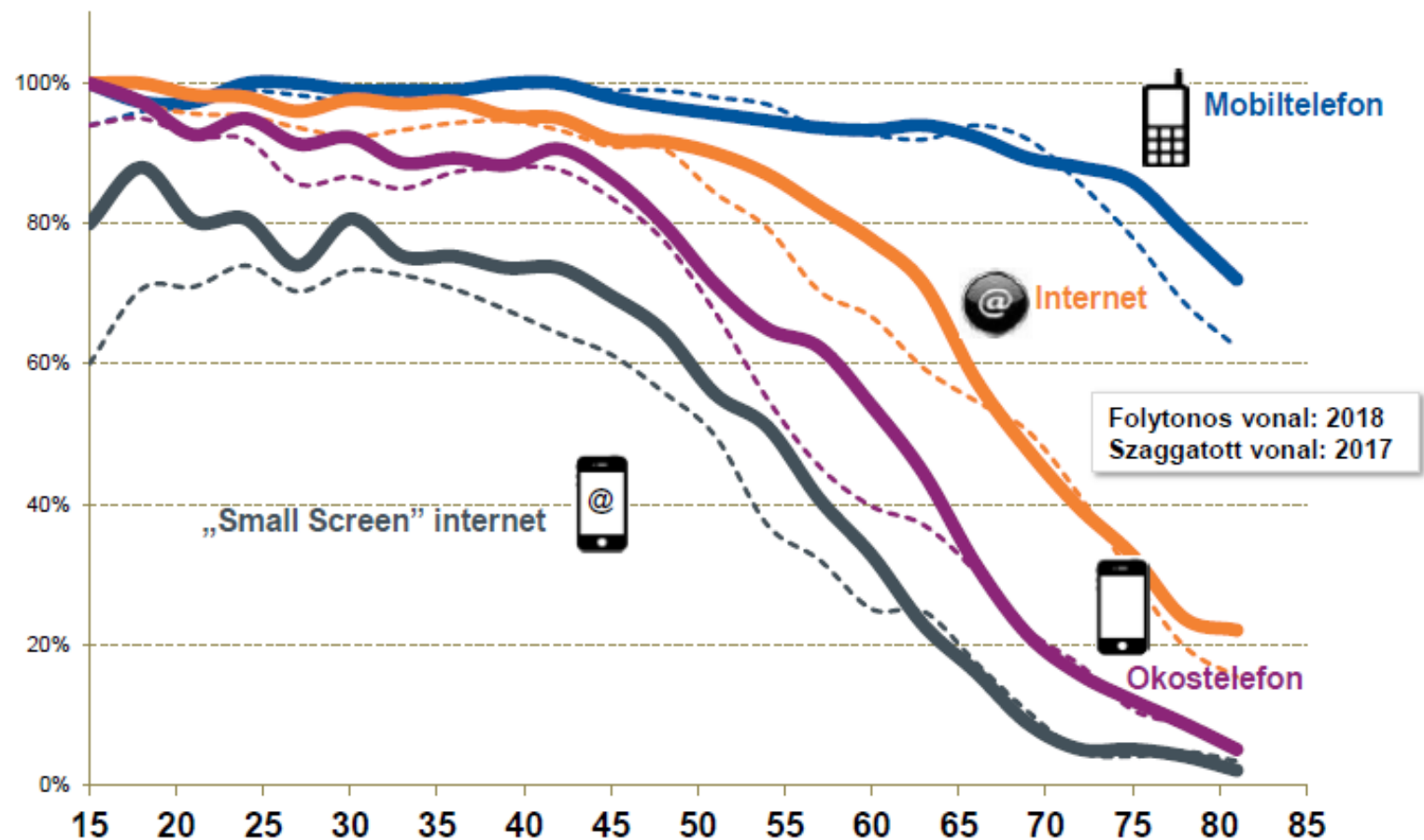
Élményközpontúság

szolgáltatások iránti igény jelentőségének növekedése, a bevásárlás nem csupán „termékbeszerzés”

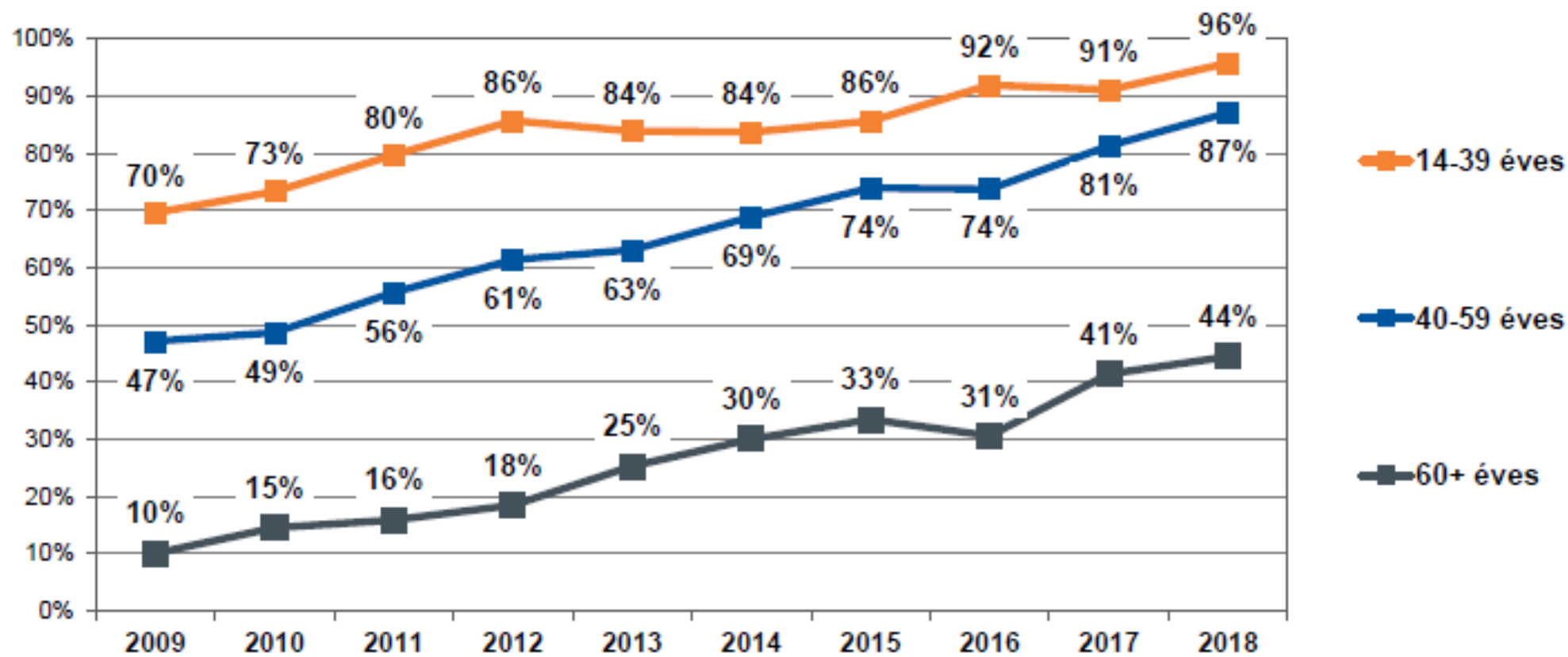
A budapesti népesség megoszlása korcsoport szerint



Digitális érettség alakulása életkor szerint



Legalább heti rendszerességgel internetezők aránya korcsoportonként



Kutatási célkitűzés, kérdések

Cél: Digitális csatorna- és eszközhasználat generációs különbségeinek és hasonlóságainak feltárása, bolti típusválasztással kapcsolatos összefüggések vizsgálata.

Vizsgálati csoport: 50-60 év közöttiek és 60 év felettek

Kutatási kérdések:

Milyen változások várhatók a nyugdíjasok vásárlási szokásaiban a jövő évtizedben:

1. bolti típus- és csatornaválasztásban?
2. digitális eszközhasználat tekintetében?

Módszertan

Online Google önkitöltős kérdőíves lekérdezés

500 fős, a BP agglomeráció településeinek helyi FB csoportjain keresztül
(ebből: 234 fő 50-60 év között, 266 fő 60 év felett)

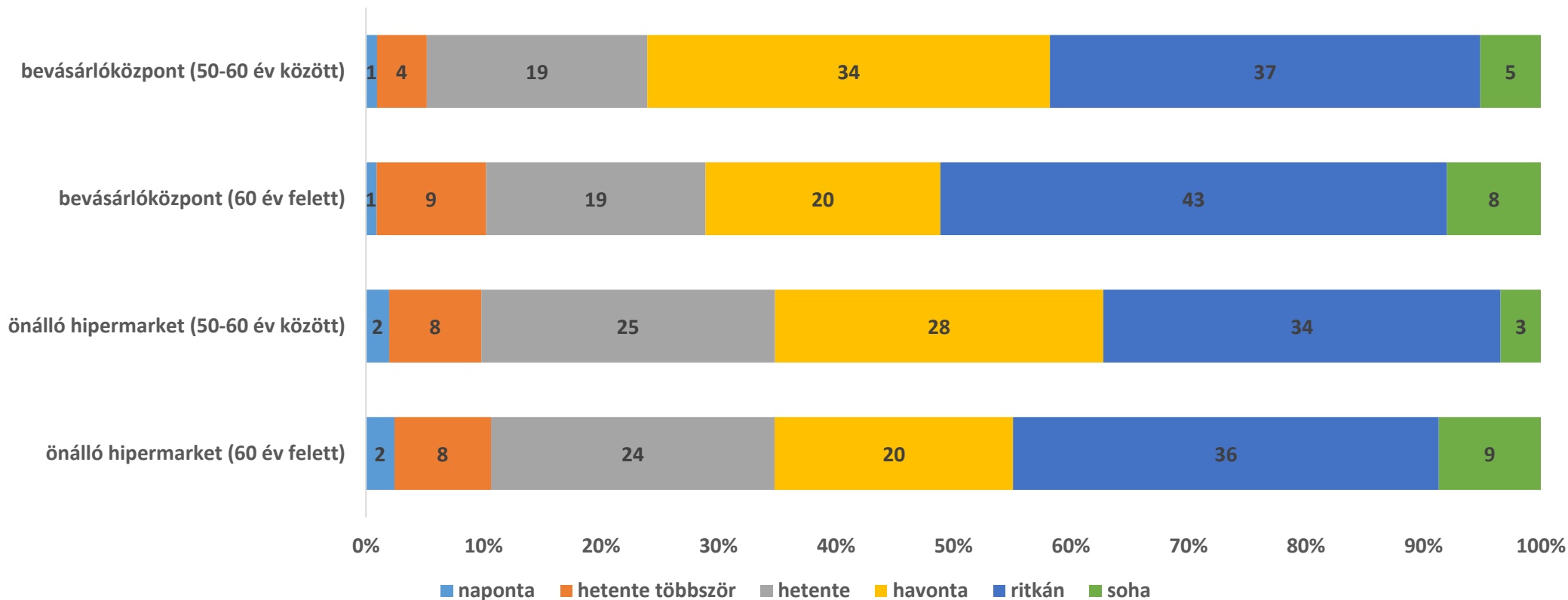
Lekérdezés időpontja: 2019.10.04. – 2019.10.09. között

Értékelés: Leíró statisztikai elemzési módszerekkel
(kutatás későbbi fázisában matematikai-statisztikai módszerekkel is)

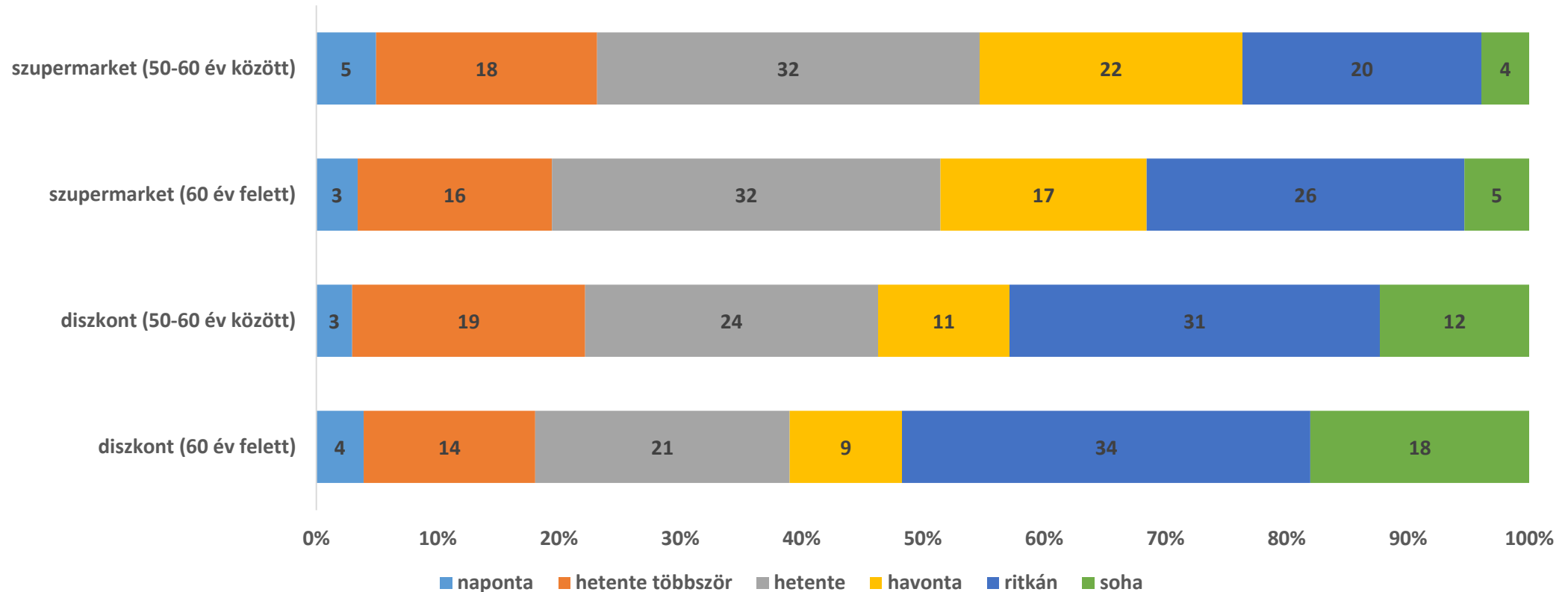
Válaszadók demográfiai jellemzői

Jellemzők	Válaszok megoszlása (%)			Kitöltési arány (%)
	Válaszadási kategória	50-60 év között	60 év feletti	
Nem	Nő	92,3	87,2	100
	Férfi	7,7	12,8	
Családi állapot	Egyedülálló	22,6	20,7	100
	Párkapcsolatban	23,1	8,3	
	Házass	50	53,8	
	Özvegy	4,3	17,3	
Iskolai végzettség	Alapfokú	3,9	2,7	99,2
	Középfokú	46,4	50,6	
	Felsőfokú	49,8	46,8	
Foglalkozás	Nyugdíjas	9,7	81,9	98,4

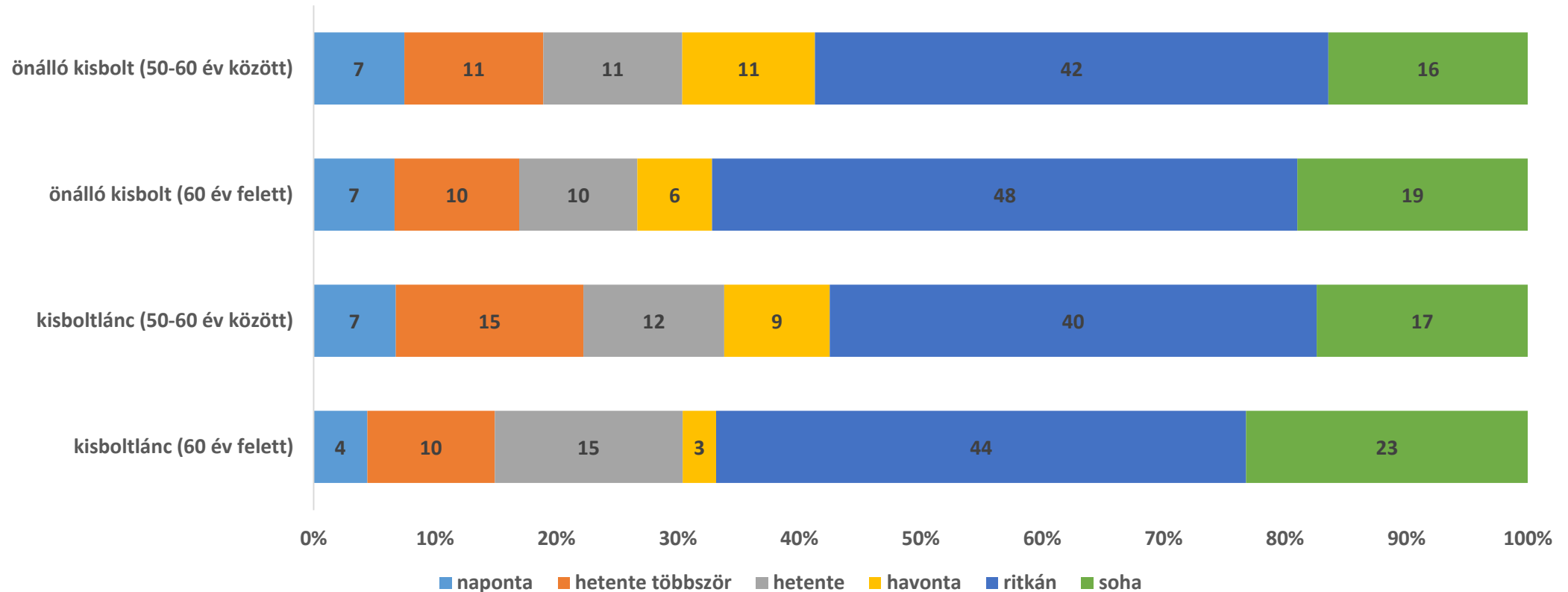
Bevásárlóközpontok látogatási gyakorisága a válaszadók százalékában



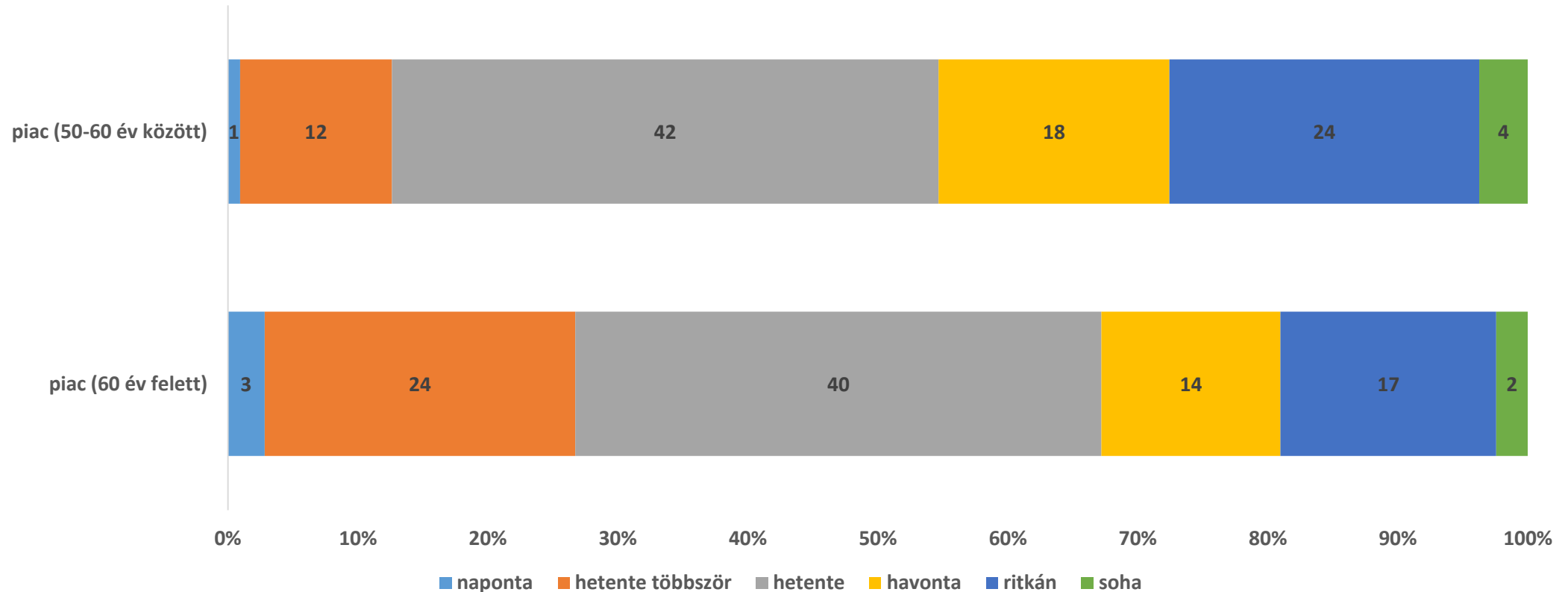
Szupermarketek és Diszkontok látogatási gyakorisága a válaszadók százalékában



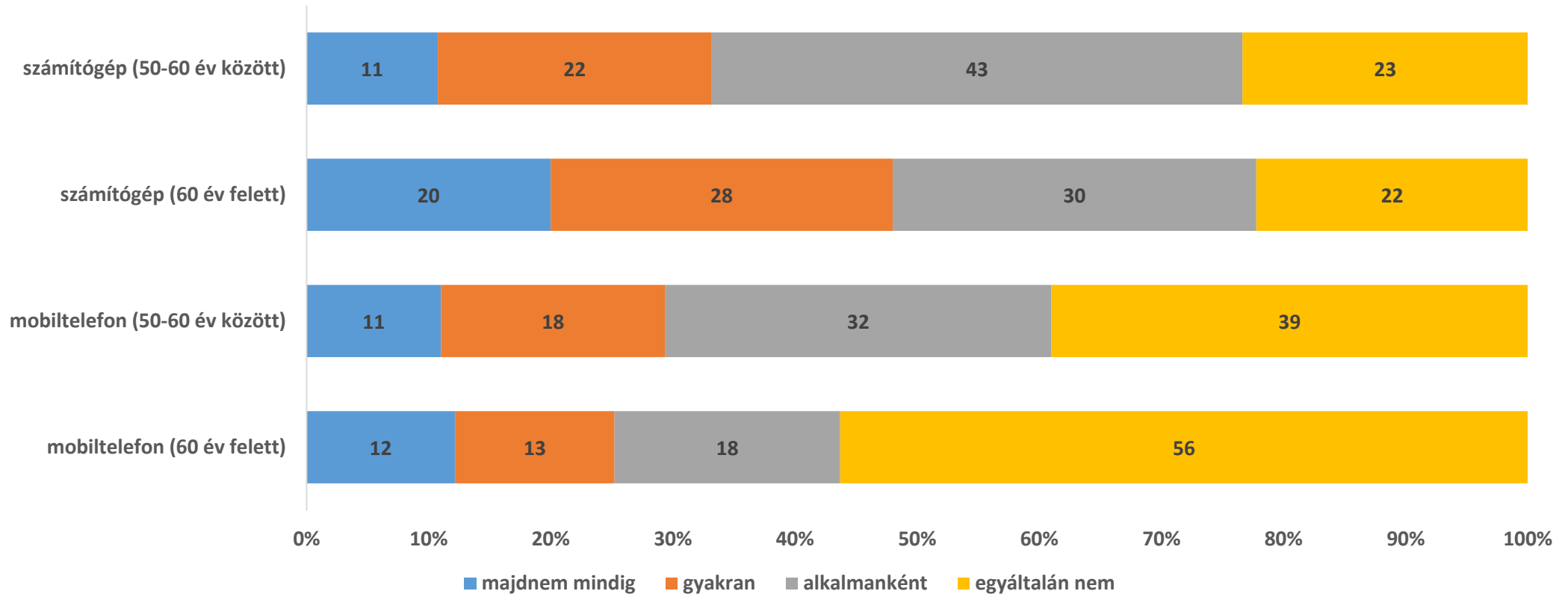
Kisboltok látogatási gyakorisága a válaszadók százalékában



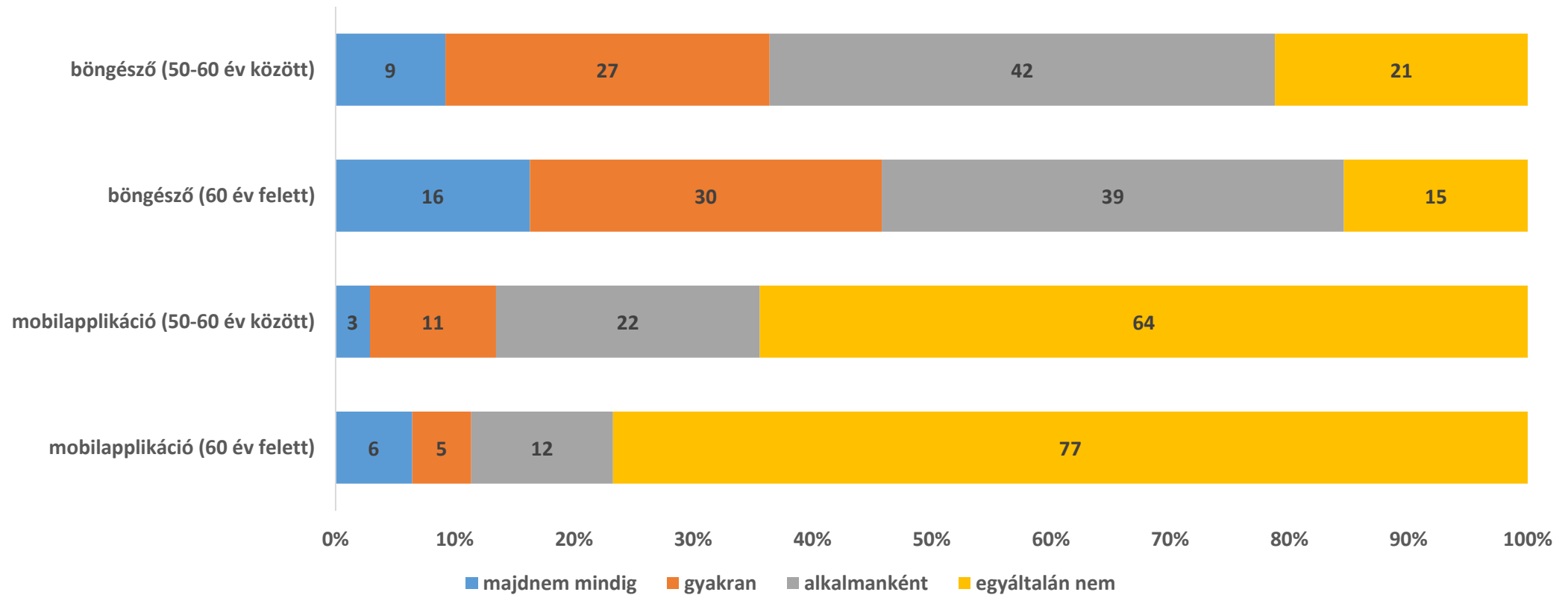
Piacok látogatási gyakorisága a válaszadók százalékában



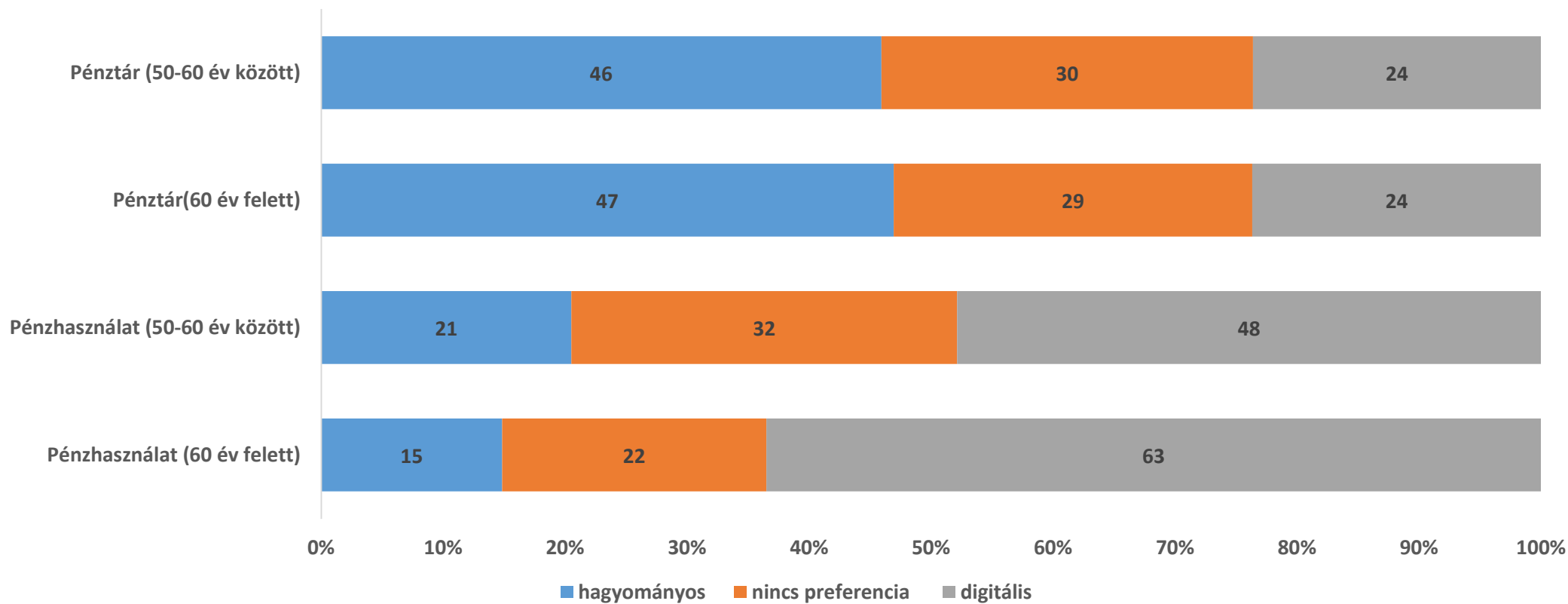
Eszközhaszárlat vásárlás céljából a válaszadók százalékában



Alkalmazáshasználat vásárlás céljából a válaszadók százalékában



Fizetésmód preferenciája a válaszadók százalékában



Összegzés

Az életkori és életmódbeli sajátosságok jelentőségét jelen felmérésből nem lehet pontosan megbecsülni, ugyanakkor a szakirodalom alapján lehet következtetni számos tényezőre. Fontos figyelembe venni, hogy a vizsgált minta több szempontból is specifikus. 2018-ban a 60 év felettek kicsit több, mint fele nem internetezett heti rendszerességgel Magyarországon. A főváros bolti ellátottsága, a lakosok mobilitási potenciálja pedig ugyancsak az országos átlag felett van.

A felmérési eredmények alapján az időskorúak arányának növekedése, valamint a generációváltás várhatóan a hagyományos bolti formákat érzékenyen érinti majd Budapesten. A piacok és az önálló kisboltok vannak a legnehezebb helyzetben.

A modern bolti formák közül a bevásárlóközpontok lehetnek a nagy nyertesei a vásárlási szokásokban jelenleg végbemenő változásoknak, ehhez azonban a jelenleginél jobban kellene fókuszálniuk az ezüstgenerációra, mint potenciális vásárlói célcsoportra.

Összegzés

Az eszközhasználat tekintetében várhatóan további növekedés következik be az okosmobiltelefonok használatának tekintetében, az asztali számítógépek jelentősége pedig visszaszorul a vásárlási döntési folyamatban.

Egyes vizsgált digitális elem tekintetében nem várt eredményeket mutatott a kérdőíves minta. Ez jól mutatja, hogy a vásárlási szokások kialakulása összetett, sok tényezős. Ezek közül a fizetéssel kapcsolatos eszközhasználat került bemutatásra az előadás során.

Az internethasználó 60 év felettek körében az egyes digitális elemek használatának intenzitása gyakran nagyobb értéket mutatott a szélső kategóriák tekintetében, mint az 50-60 év közöttieknél. Nemcsak generációs, de életkori sajátosságok is találhatók az okok között.

Köszönöm szépen a figyelmet!