

# Vásárlási szokások változása a COVID-19 járványhelyzet idején

Kovács Csaba József  
kutató, Agrárközgazdasági Intézet  
b.kovacs.csaba@gmail.com

Sikos T. Tamás  
egyetemi tanár, Miskolci Egyetem  
sikos.t.tamas@uni-miskolc.hu

# Tartalomjegyzék

- ▶ KUTATÁS MÓDSZERTANA
- ▶ VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK ALAKULÁSA
- ▶ TERMÉKÁTVÉTELI MÓDOK A JÁRVÁNYHELYZETBEN
- ▶ ÖSSZEFOGLALÁS

# Módszertan

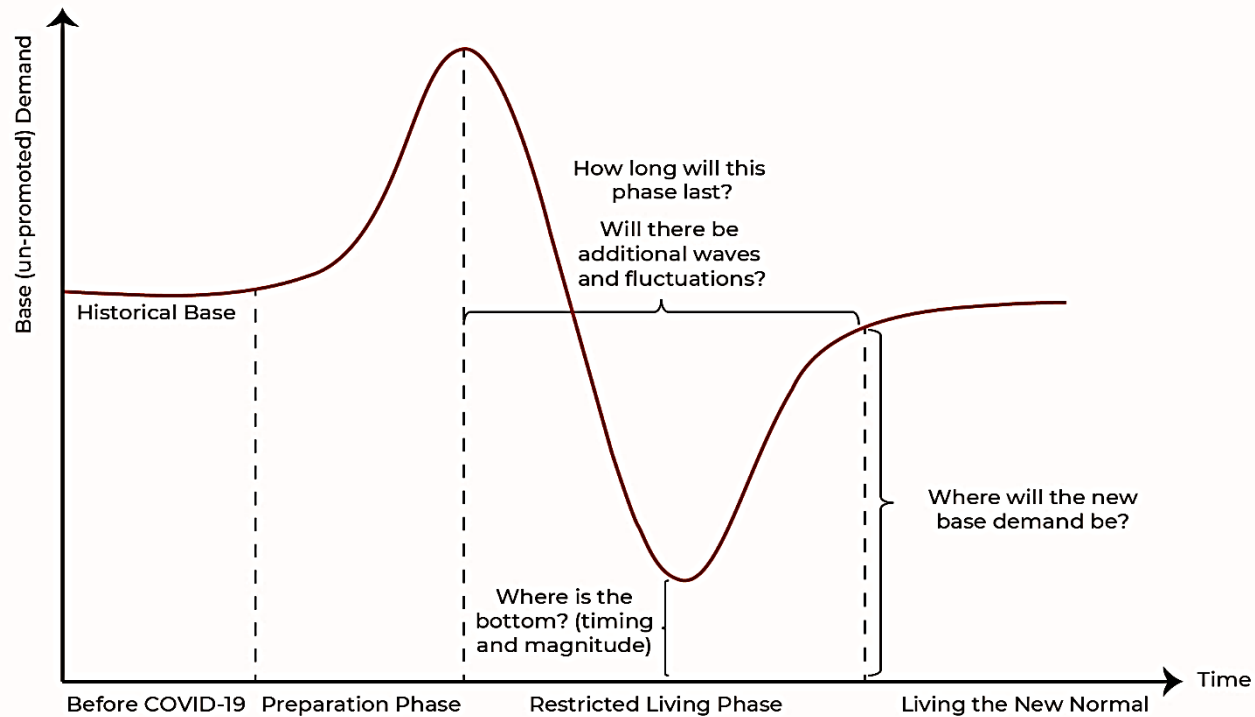
- ▶ Adatgyűjtés: önkitöltős Google kérdőív, kétlépcsős mintavételi eljárással
- ▶ Adatfelvétel helye: Facebook közösségi csoportok
- ▶ Célcsoport: budapesti internetfelhasználók
- ▶ Mintanagyság: 300 fő lekérdezésenként
- ▶ Adatfelvételek időpontja: 2019. október, 2020. június, 2021. május
- ▶ Elemzési módszer: alapstatisztika, idősorelemzés, kapcsolat és összefüggésvizsgálatok

# A vásárlási szokások időbeli alakulása a COVID-19 járvány hatására

<b>IDŐSZAK</b>	<b>SAJÁTOSSÁG</b>	<b>VÁSÁRLÁSI FORGALOM</b>
KORONAVÍRUS VÁLSÁG ELŐTT	NORMALITÁS	NORMÁLIS
FELKÉSZÜLÉS A JÁRVÁNYRA	FELHALMOZÁS, PÁNIKVÁSÁRLÁS	EXTRÉM NÖVEKVŐ
KIJÁRÁSI KORLÁTOZÁSOK	VÁSÁRLÓI TUDATOSSÁG, ALAPSZÜKSÉGLETEK KIELÉGÍTÉSE	CSÖKKEN
TÖMEGES OLTÁSOK UTÁN	ELMARADT TERMÉKBESZERZÉS, „DÜHVÁSÁRLÁS”	NÖVEKVŐ
JÁRVÁNYHELYZET VÉGÉN	„ÚJ NORMALITÁS” (ADAPTÁCIÓ)	CSÖKKEN

# A COVID-19 járvány szakaszolása az FMCG termékkategória esetében

**Figure 1: Demand for Essential Categories During & After the Outbreak**



(Source: WNS)

# Átalakuló vásárlási szokások

## Hosszú távú hatások:

- ▶ Digitális eszköz- és csatornahasználat terjedésének felgyorsulása
- ▶ Kevesebb vásárlási alkalom, nagyobb kosárméret
- ▶ Növekvő vásárlói tudatosság a boltokban

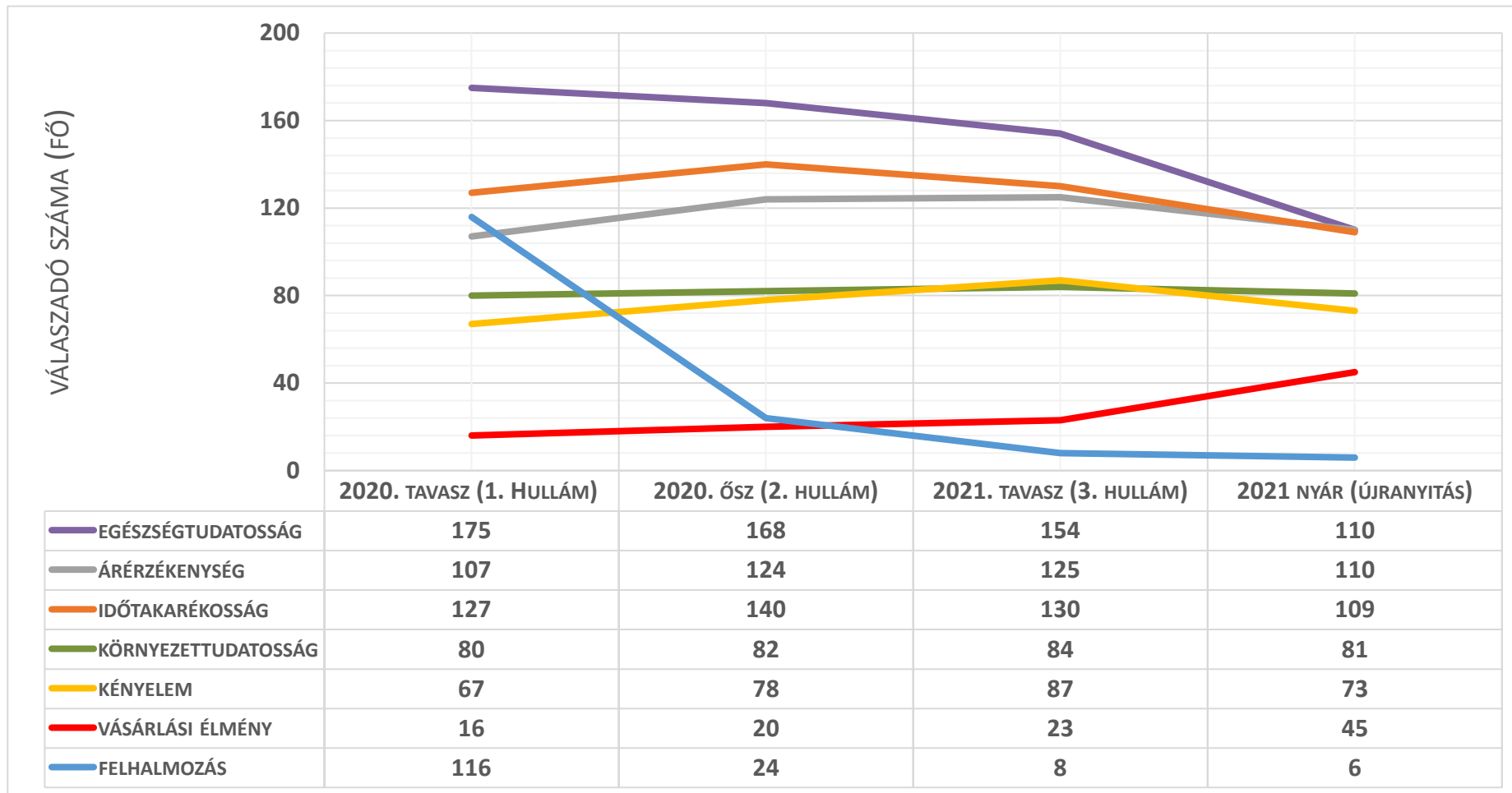
## Átmeneti jelenségek:

- ▶ Pánikvásárlás
- ▶ Bosszú vásárlás („Revenge shopping”)
- ▶ Szorongás a vásárlási élmény alatt

# Kiszállítási módok és igénybevételük változása

- ▶ Hagyományosan a kiskereskedelem gyengepontjának tekinthető
- ▶ Az online bevásárlási szolgáltatások térnyerése az FMCG szektorban
- ▶ Az érintésmentes kiszállítás felértékelődése és elterjedése
- ▶ Növekvő kooperáció a kereskedelmi cégek és a CEP szektor között

# A termékvásárlások fő szempontjai a válaszadók számában, 2020-2021

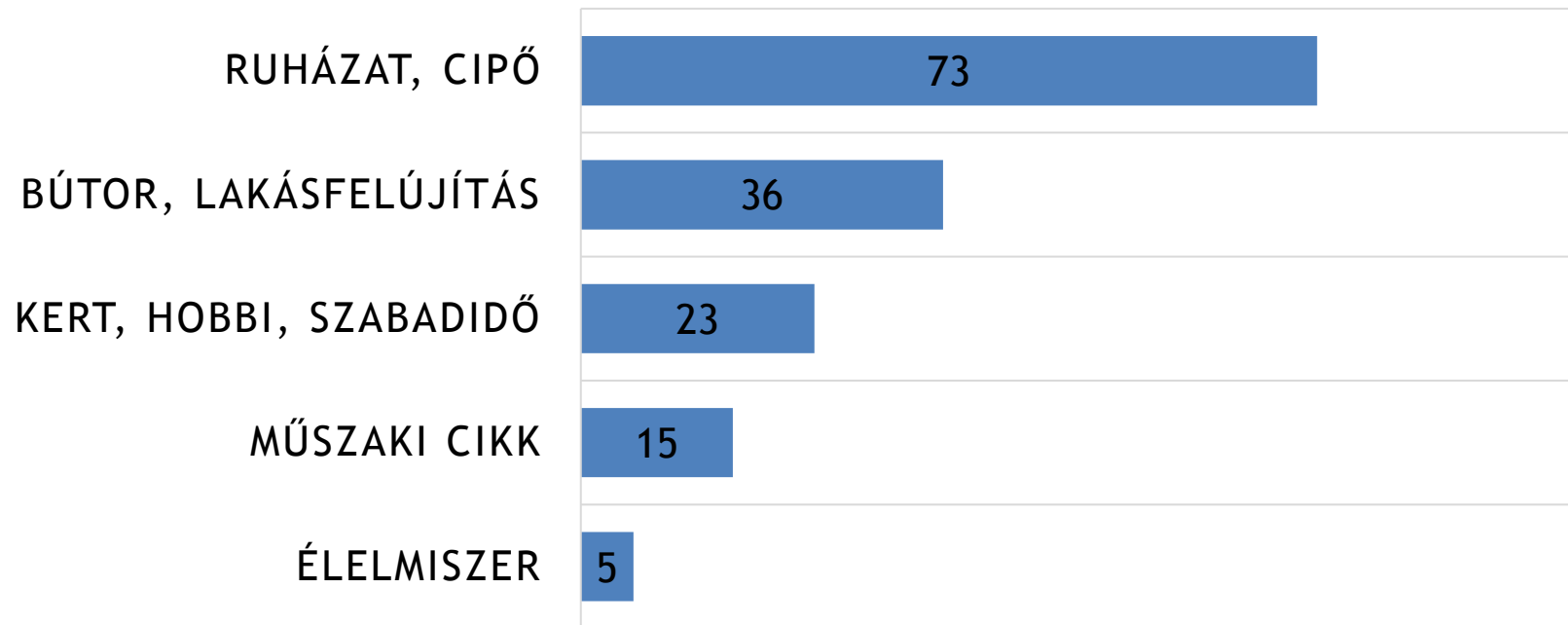


Lekérdezés időpontja: 2021. május

Forrás: Kovács Cs. J. - Sikos T. Tamás (2021): Generációk fogyasztási szokásai: Y generáció és 60 év fölötti nemzedékek

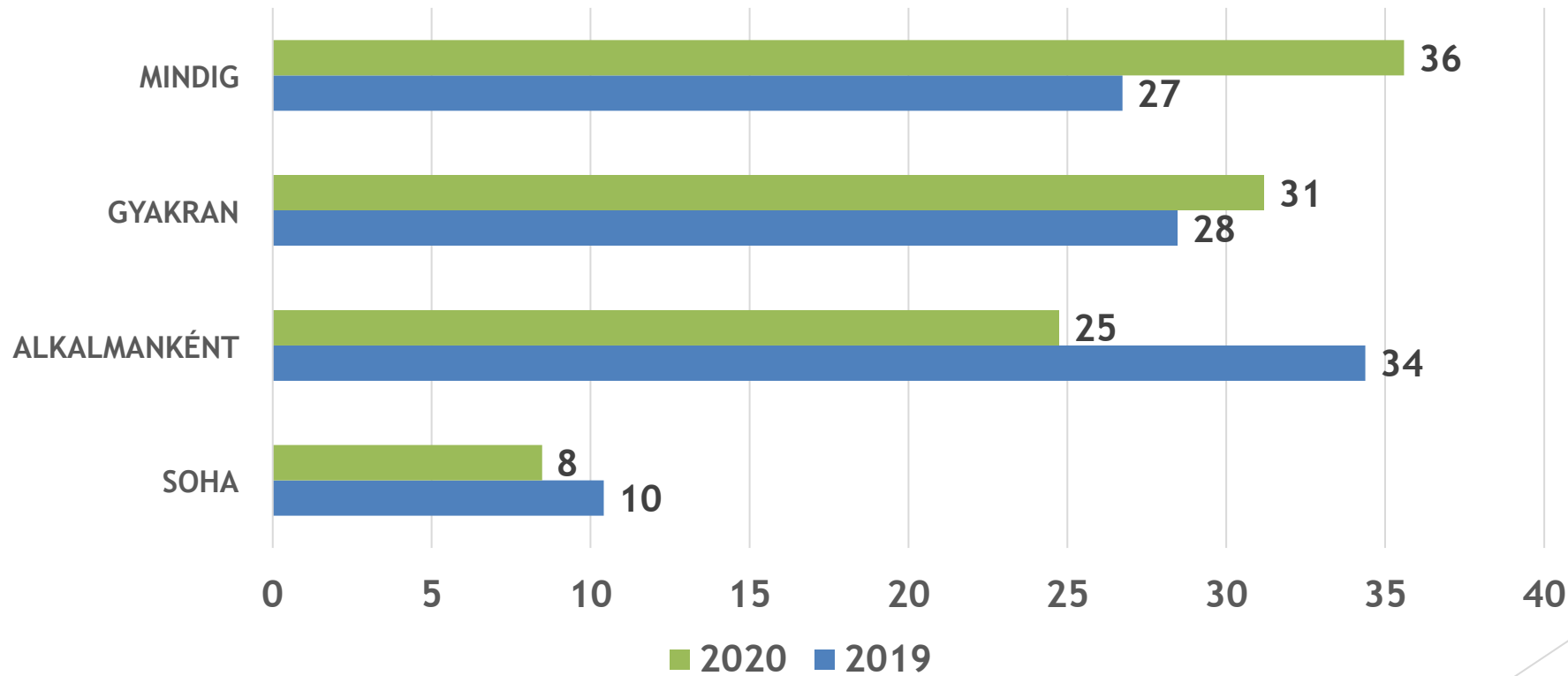


# Pótlólagos beszerzések megoszlási aránya (%), termékkategóriánként



Lekérdezés időpontja: 2021. május

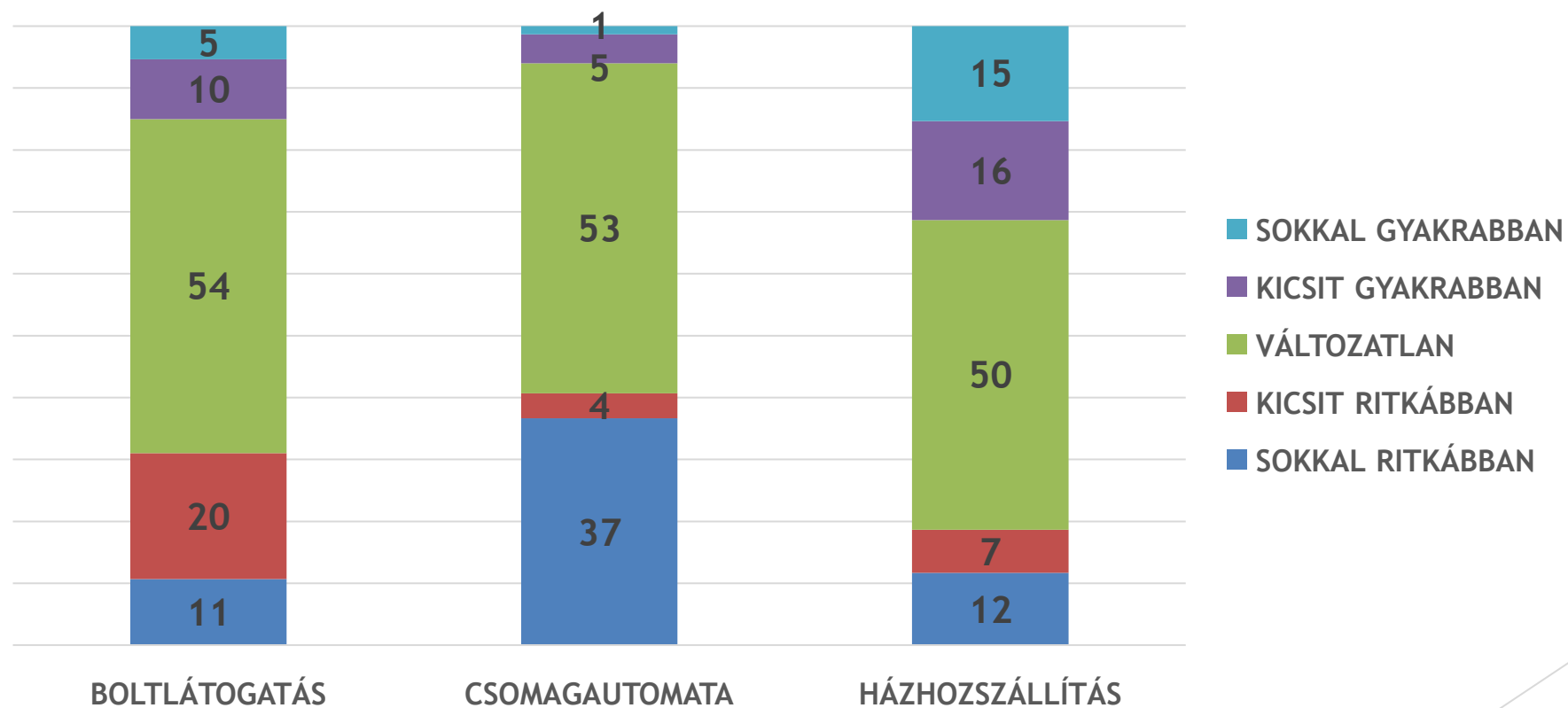
# Házhozszállítás igénybevételi gyakorisága (%)



Lekérdezés időpontja: 2019. október és 2020. június

Forrás: Kovács Csaba József (2021): Termékvételi szokások alakulása a COVID-19 járvány idején

# Tervezett igénybevételi gyakoriságok a járvány után (%)



Lekérdezés időpontja: 2020. június

Forrás: Kovács Csaba József (2021): Termékvételi szokások alakulása a COVID-19 járvány idején

# Összefoglalás

- ▶ A kutatási eredmények igazolták, hogy a járványhatására megfigyelhető nemzetközi trendek Magyarországon is nagy mértékben befolyásolták a vásárlói szokásokat.
- ▶ A járványhelyzet hatására a vevők árérzékenysége nőtt, de ezzel egyidejűleg az egészségtudatosság és a környezetvédelmi szempontok is felértékelődtek a vásárlások során.
- ▶ A vásárlási folyamatokban felgyorsult a digitális megoldások beépülése. A bevásárlások során az online-offline terek keveredése már „az új normalitásnak” számít.

# Összefoglalás

- ▶ Az átvételi lehetőségek között a házhozszállítás számított a legnépszerűbbnek már a járványhelyzetet megelőzően is, de az új helyzetben tovább erősödött a piaci pozíciója ennek a termékátvételi módnak a CEP szektoron belül.
- ▶ A bolti látogatási gyakoriságra a világjárvány várhatóan hosszú távon is negatív hatással lesz az elérhető szakirodalom és jelen kérdőíves felmérések eredménye alapján.

**Köszönöm a figyelmet!**