

Mindenki másként egyforma...

generációk sajátossága a vásárlásokban

dr. Törőcsik Mária
egyetemi tanár
Pécsi Tudományegyetem



generációk...



a generációk magatartásmodellje

a generációk lehatárolását megalapozó tényezők, amelyek eltérő fogyasztói magatartást eredményeznek az egyes csoportok esetében

- a magatartás előrejelzéséhez egyes generációk korszakjelzőit kell megismerni



generációs határok

kutatásaink kiindulópontja a generációk határainak megállapításakor

- fiatal generáció tagjai a 30 év alattiak
- középgeneráció tagjai a 30-59 évesek
- idős generáció tagjai a 60 év felettek

megkérdezéssel vizsgálatok szerint az emberek minél inkább közelítenek az idősebb kor felé, annál inkább kitolják a generációs határokat

2013-ban a fiatal generáció felső határa 37,3 év, míg a középgeneráció felső határa 55,4 év

kutatási háttér

2013

2000 fős felnőtt minta 18-74 évesek személyes megkérdezésével

2014

1500 fős felnőtt minta 18-69 évesek online megkérdezésével

generációk és a vásárlás...

sztereotípiák

kérdés, mi igaz belőlük

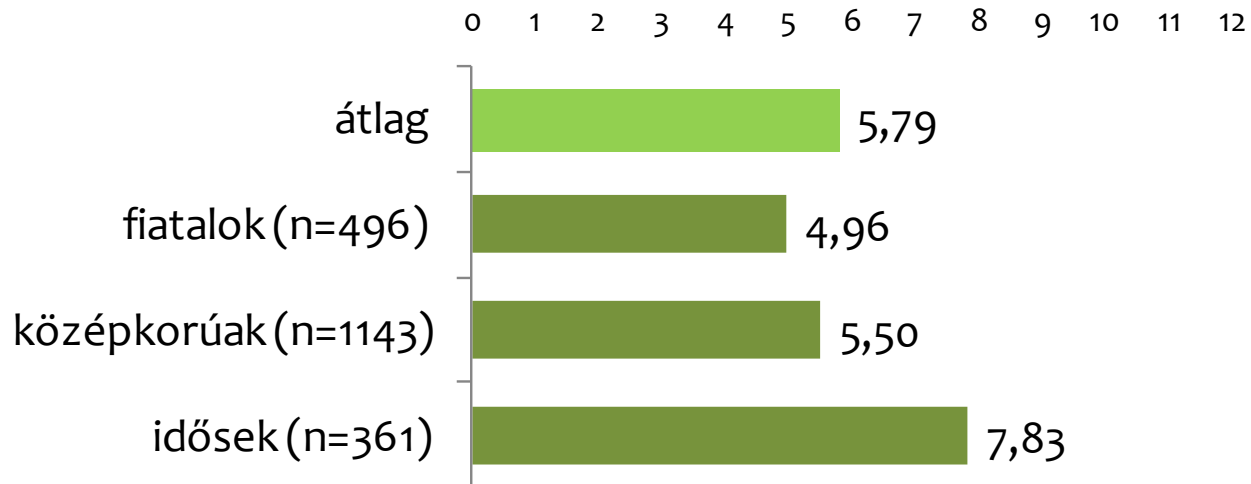
csak a tények...

elolvasott könyvek száma

[n=2000]

„Hány könyvet olvasott el az elmúlt évben? (Csak olyat, amit szabadon választott, tehát ne számolja bele a kötelező olvasmányokat, tankönyveket!)”

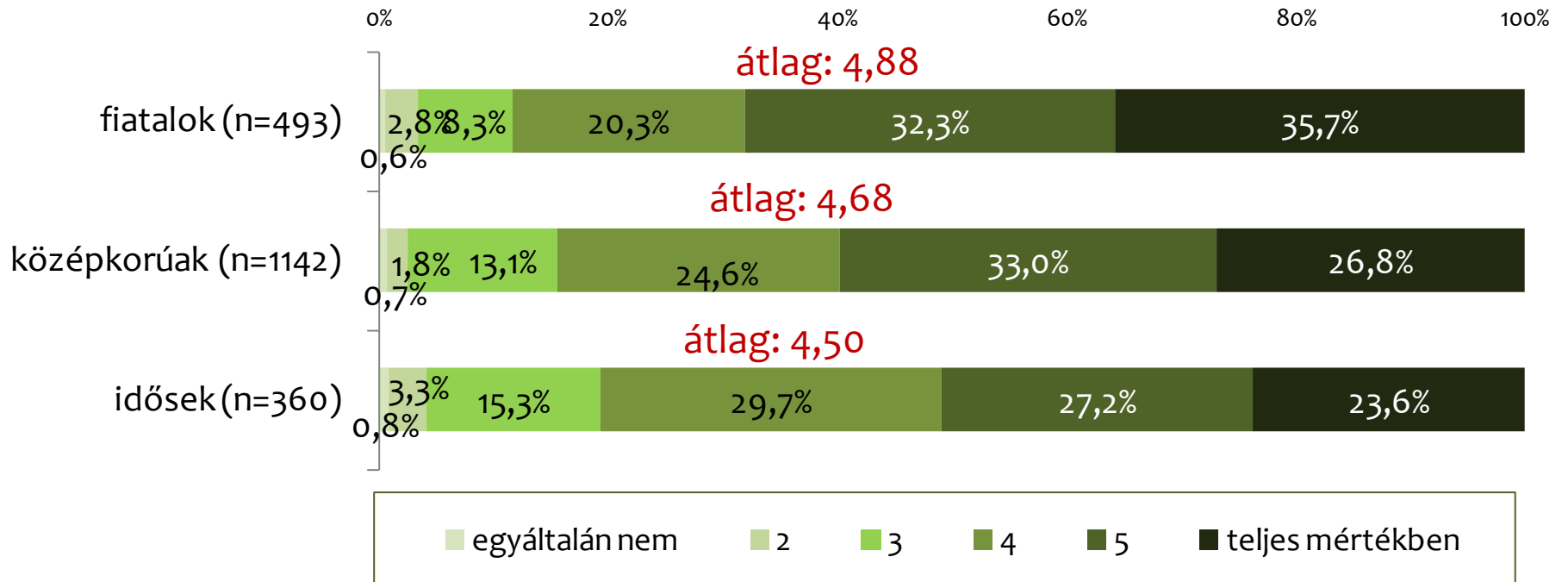
Az idősek olvasták el a megkérdezést megelőző évben a legtöbb könyvet, ők is kevesebbet olvastak átlagosan, mint évi 8 könyv. A fiatalok kevesebbet olvastak 5 könyvnél.



a gazdaság és pénz fontossága [n=1995]

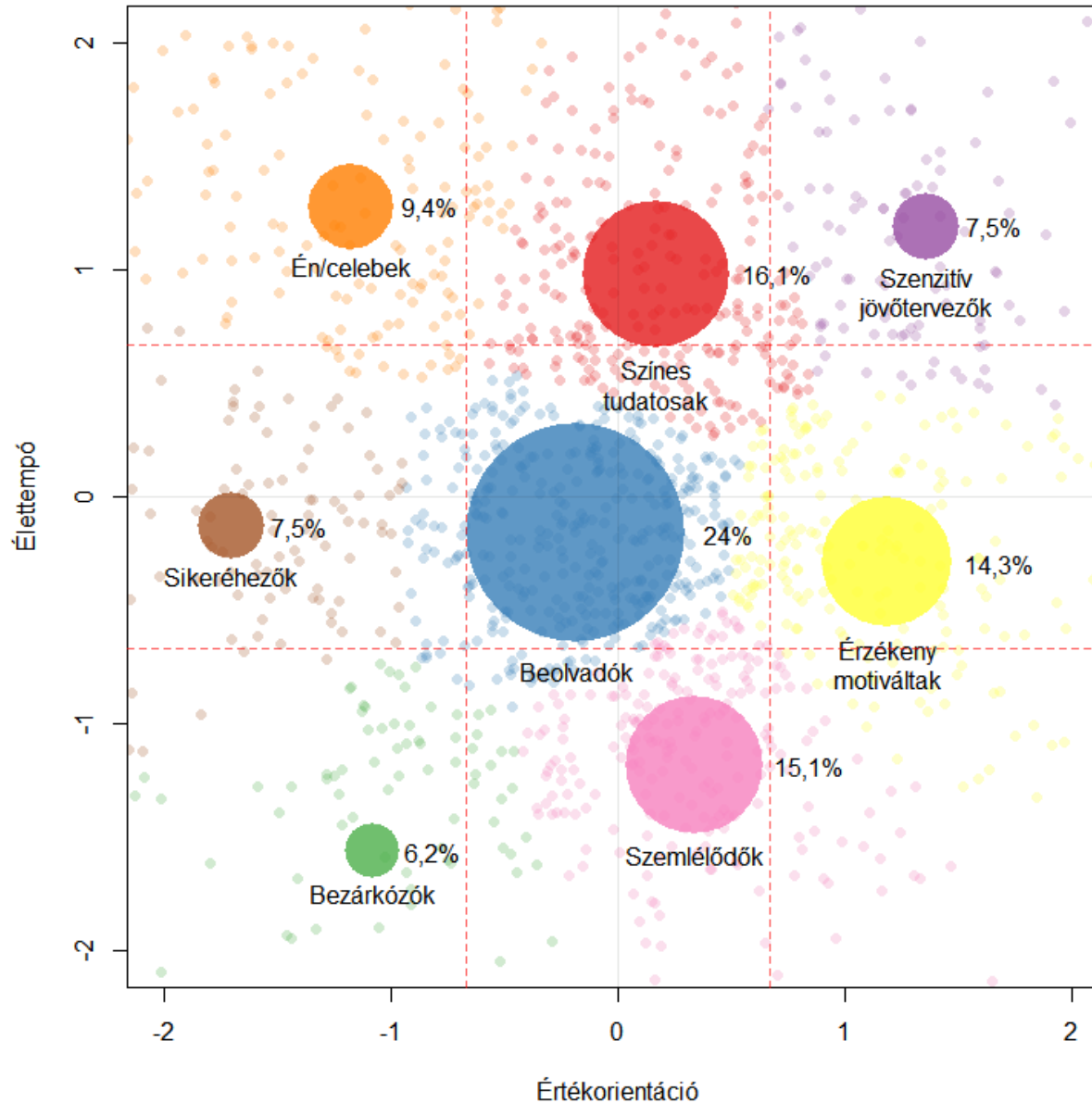
„Mennyire tartja fontosnak az alábbi tulajdonságokat? - gazdagság, pénz”

A fiataloknak a legfontosabb a gazdagság, a pénz. Minél idősebb generációba tartozik valaki, annál kevésbé értékelte ezeket fontosnak.



csoporthok egy generáción belül

fiatal generáció életstílus csoportjai 2014



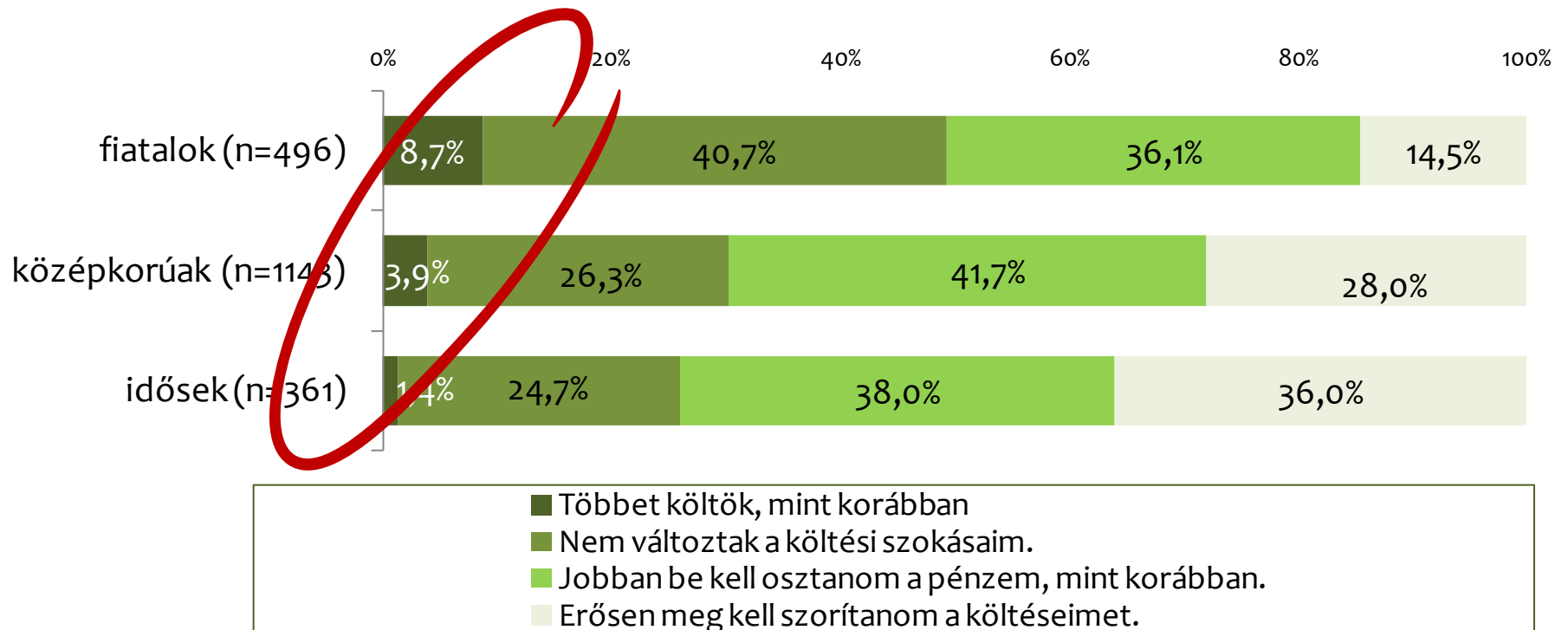
keretek

az egyéni költési szokások változásai

[n=2000]

„Hogy érzi, az utóbbi években megváltoztak vásárlási, költési szokásai? Melyik állítás igaz Önre leginkább?”

A fiatalok esetében vannak legnagyobb arányban, akik többet költenek, vagy nem változtattak kiadásaikon az elmúlt években. Az idősek szorították meg kiadásaikat a legnagyobb arányban.



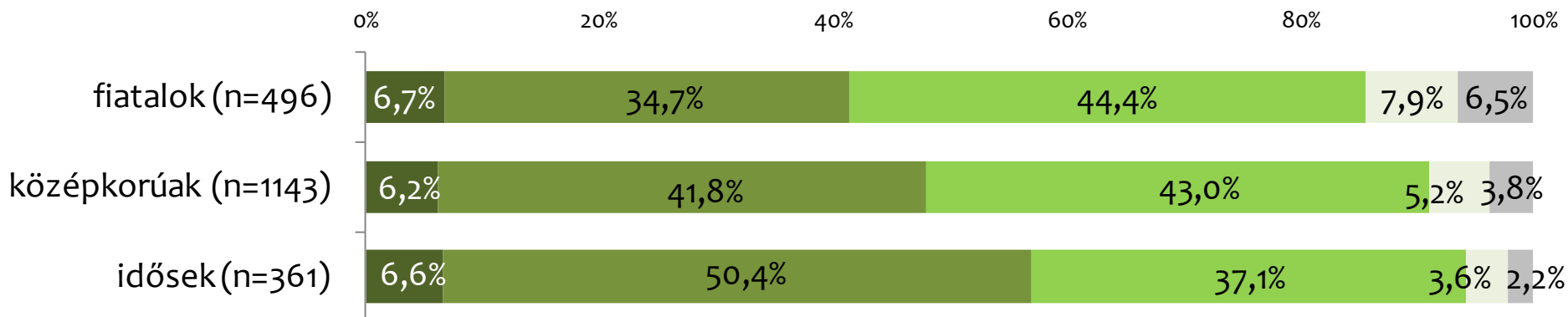
a háztartás anyagi helyzete

[n=2000]

„Hogyan jellemezné a háztartás anyagi helyzetét?”

A fiatalok háztartásában van a legjobb anyagi helyzet, körükben válaszolták legnagyobb arányban, hogy félre is tudnak tenni.

Az idősek körében minden második válaszadó felelte, hogy csak az alapvető dolgokat tudja megvenni.



■ Arra sem elég a havi jövedelem/ünk, hogy az alapvető dolgokat megvásároljam/uk.

■ Az alapvető dolgokat meg tudom/juk vásárolni, de másra nincs pénzem/ünk, a hó végéig éppen kitart.

■ Meg tudom/juk vásárolni az alapvető dolgokat és egy-két extra kiadást is megengedhetek/ünk magam/unknak, de félretenni nem tudok/unk.

■ Könnyedén meg tudom/juk vásárolni, amire szükségem/ünk van, és még félre is tudok/unk tenni.

■ NV

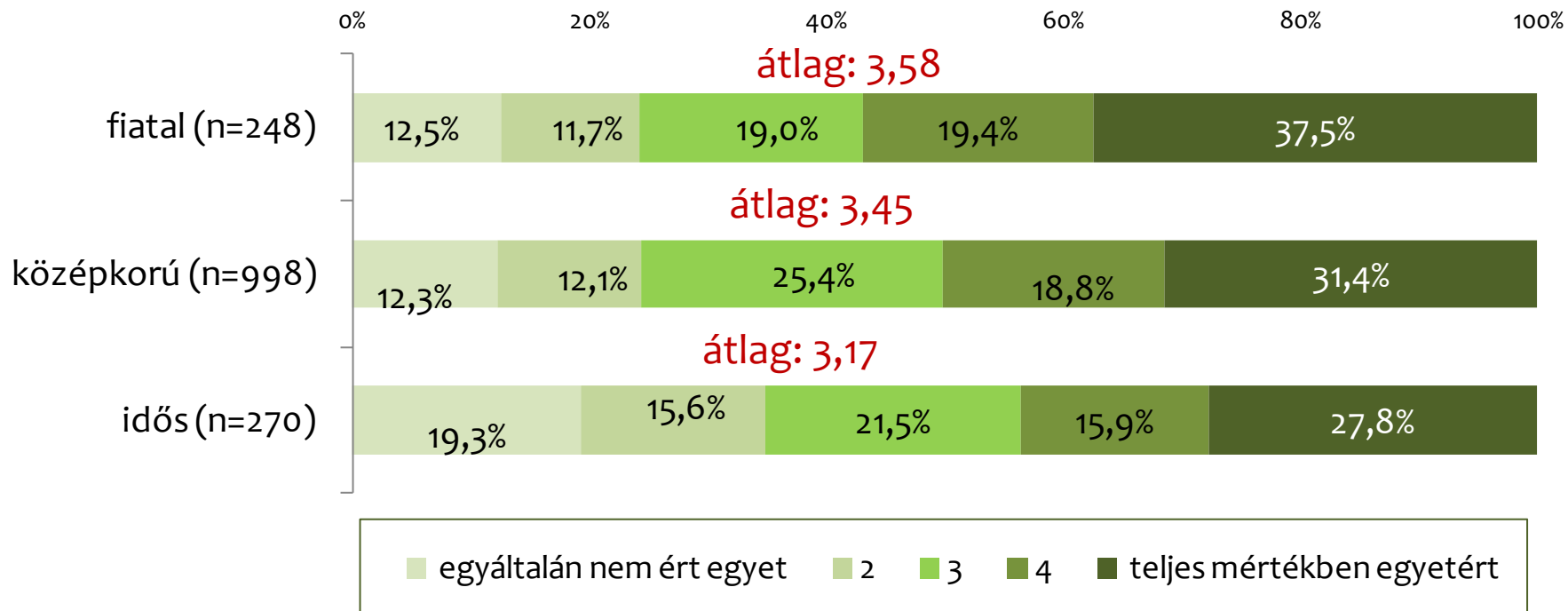
vásárlások

a vásárlás szeretete

[n=1516]

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Szeretek vásárolni.”

A fiatalok szignifikánsan magasabb arányban válaszolták, hogy szeretnek vásárolni. Az idősek körében vannak legnagyobb arányban, akik egyáltalán nem szeretnek vásárolni.

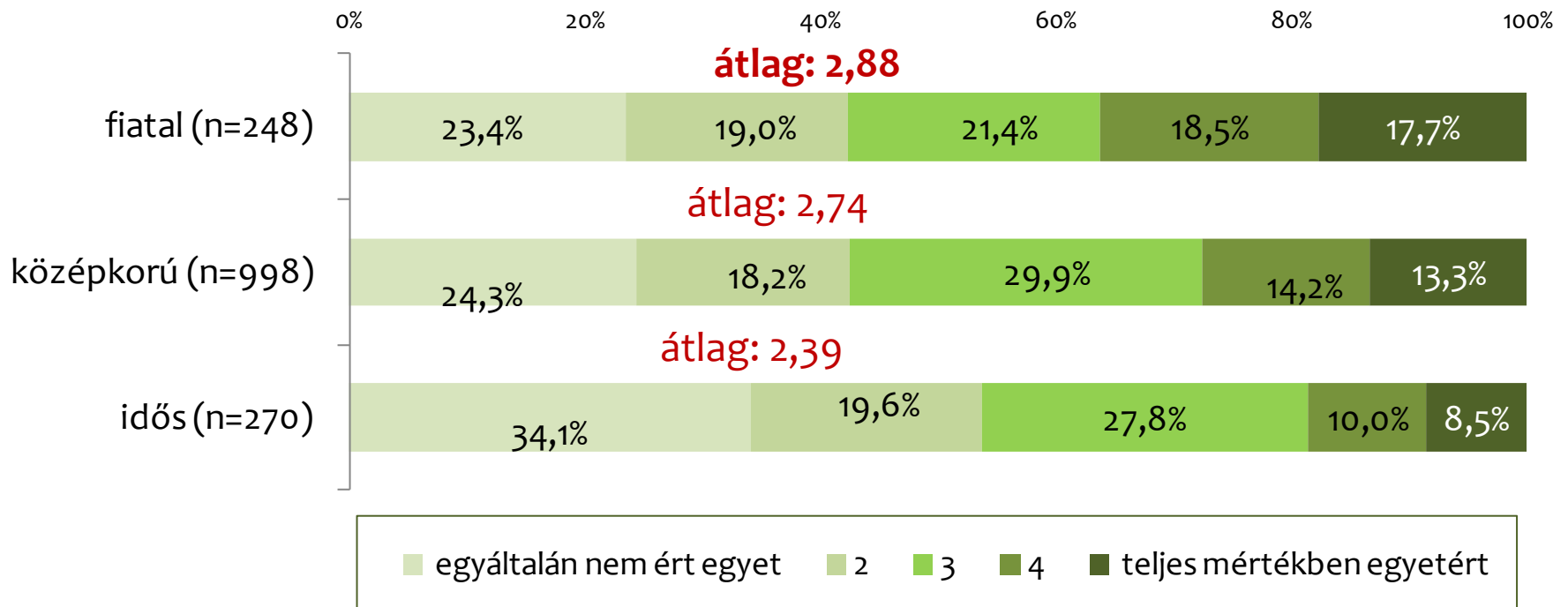


az interneten való vásárlás kedveltsége

[n=1516]

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Szeretek interneten vásárolni.”

A fiatalok válaszolták legnagyobb arányban, hogy szeretnek interneten vásárolni. Azonban ők is **semlegesen** viszonyulnak a kérdéshez.

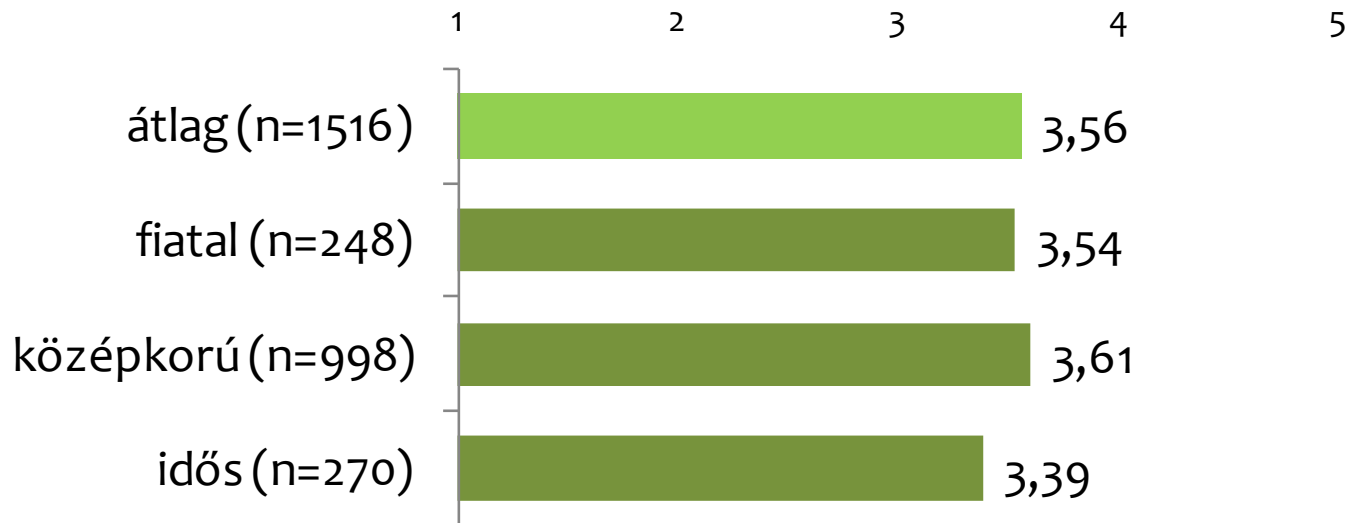


bevált márkákhoz való ragaszkodás

[n=1516]

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Ragaszkodom a bevált márkáimhoz.”

Enyhén a középkorúak ragaszkodnak a márkákhoz a leginkább, az idősek pedig átlag alatti értékelést adtak.

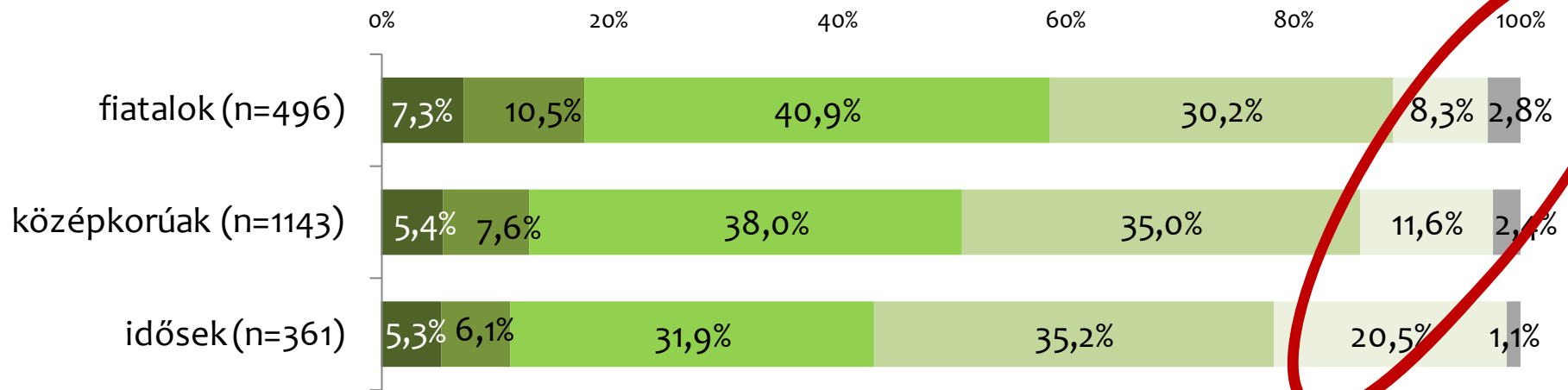


új termékekre való nyitottság

„Ha megjelenik egy új termék, egy új megoldás a piacon, Ön mennyire nyitott annak elfogadására? Kérem, válassza ki azt az egy állítást, amely a legjellemzőbb Önre!”

[n=2000]

A fiatalok körében szignifikánsan magasabb arányban válaszolták, hogy nyitottak valamilyen szinten az újdonságokra. Az idősek körében vannak legnagyobb arányban, akik egyáltalán nem vásárolnak újdonságokat.



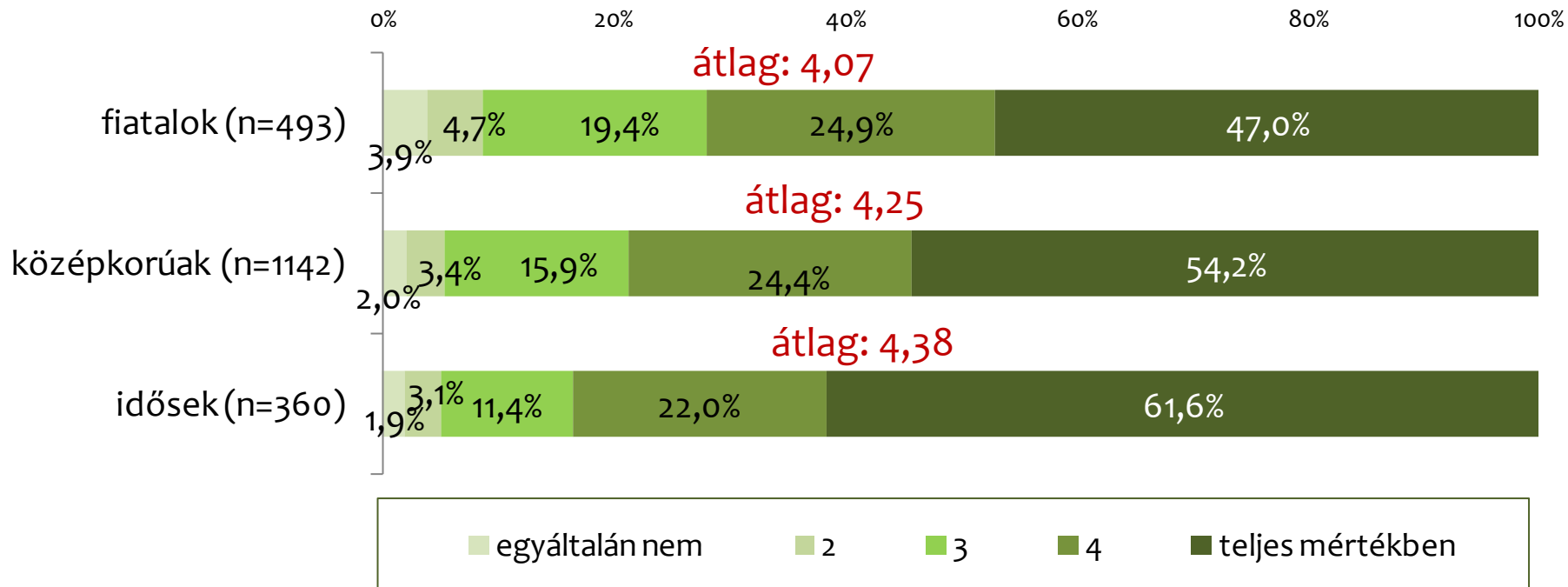
- nagyon nyitott vagyok az újdonságokra, az elsők között kezdem el használni őket
- akkor vásárolok meg, amikor még új, szeretem magam megismerni az újdonságokat és szeretek róla tanácsot adni másoknak
- nyitott vagyok az új dolgokra, de akkor, amikor már mások is használják
- kíváncsi vagyok az új dolgokra, de megvárom, amíg lemegy az áruk
- nem vásárolok újdonságokat, nem szeretek én lenni a "próbanyúl"
- NT/NV

akciók keresése

[n=1983]

„Mennyire ért egyet a következő állításokkal? – Keresem az akciókat.”

Az idősebbek keresik leginkább az akciókat. A fiataloknál vannak legnagyobb arányban azok, akik inkább nem figyelik az akciós árakat, termékeket.

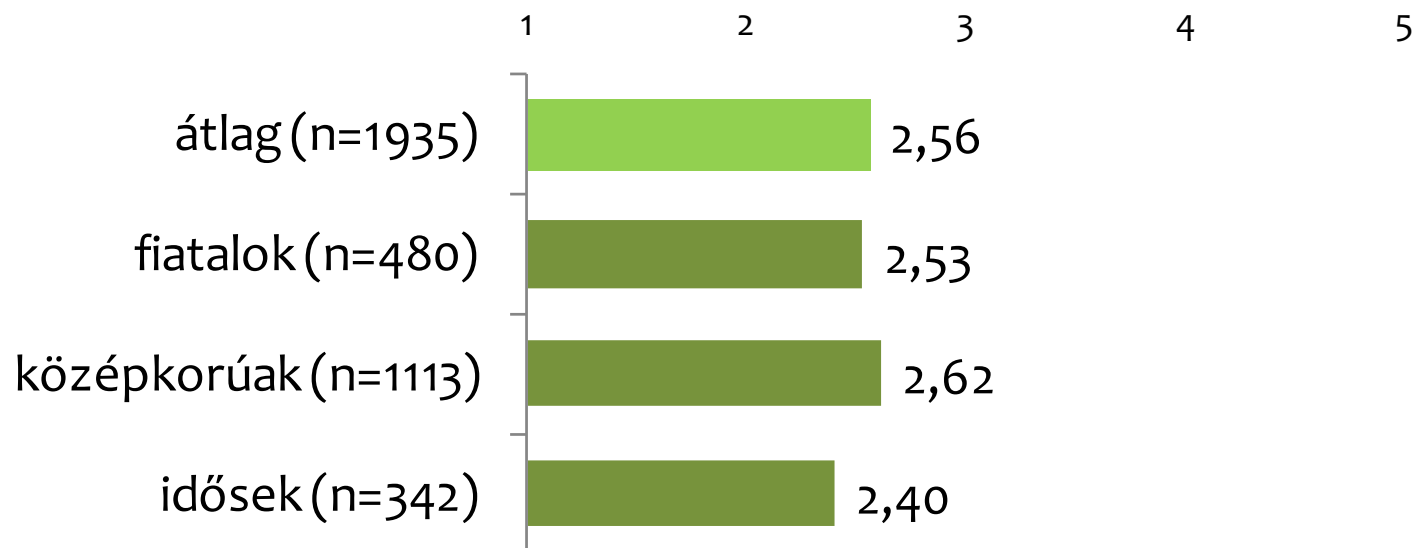


a cégek társadalmi felelősségvállalásának hatása a vásárlási döntésekre

„Hétköznapi vásárlásai során befolyásolja-e vásárlási döntését, hogy egy cég társadalmilag hasznos célokra pénzt, figyelmet áldoz?”

[n=1935]

A középkorúakat befolyásolja a leginkább a cégek társadalmi felelősségvállalása, ők adták a legnagyobb átlagos értékelést. Ez a kérdés az időseket átlag alatti mértékben érdekli.

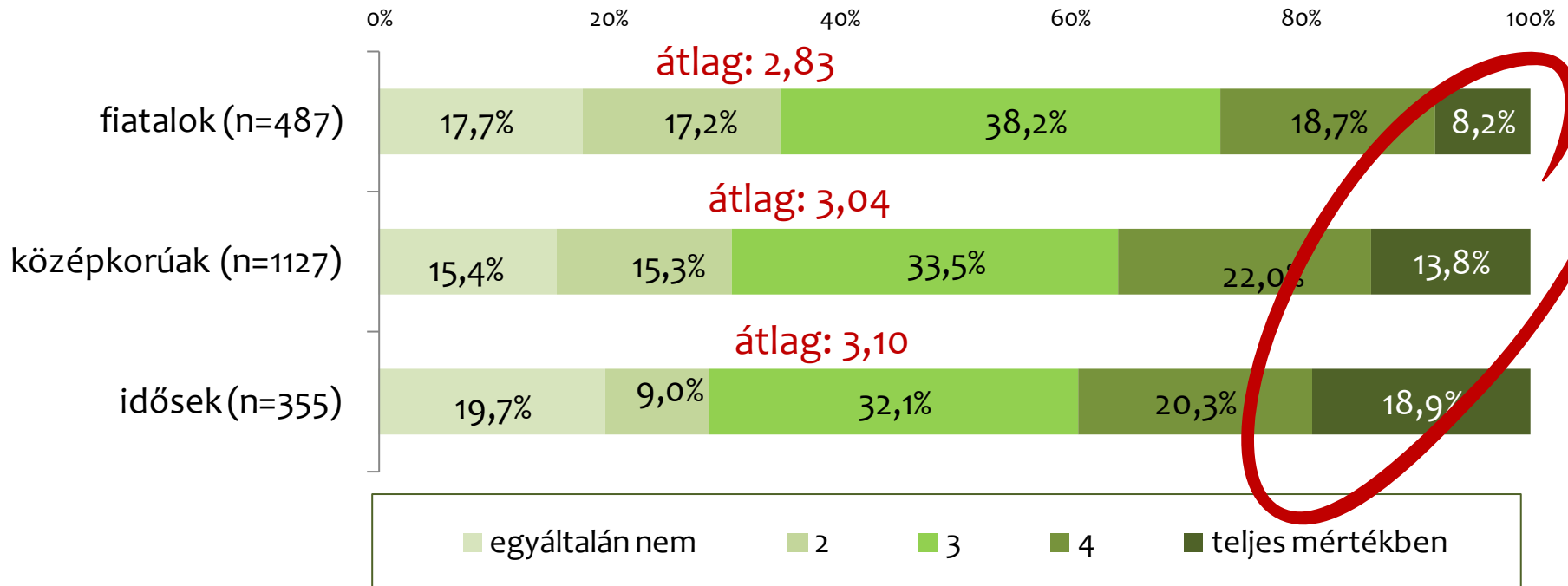


környezeti szempontok figyelembe vétele

[n=1975]

„Mennyire ért egyet a következő állításokkal? – A fogyasztásom azért csökken, mert jobban odafigyelek a környezetemre.”

A fiatalok inkább nem figyelnek a környezeti szempontokra a fogyasztásukban. Az idősebbek valamivel jobb értékelést adtak, mint más generációk tagjai, de ők is csak semlegesnek viszonyulnak a kérdéshez.

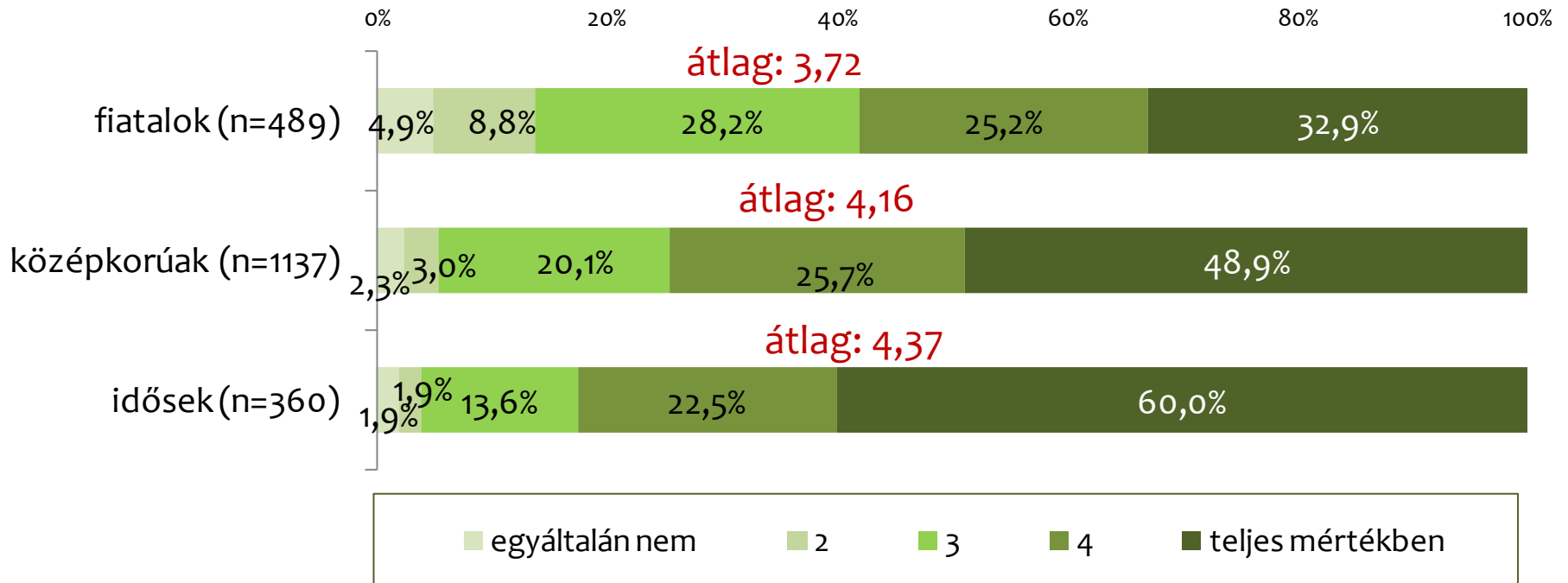


nem tervezett vásárlások kerülése

„Mennyire ért egyet a következő állításokkal? – Amennyire csak tudom, elkerülöm a nem tervezett vásárlásokat.”

[n=1986]

Az idősebbek kerülnek leginkább az impulzusvásárlásokat. E kérdésben a fiatalok a legkevésbé tudatosak.

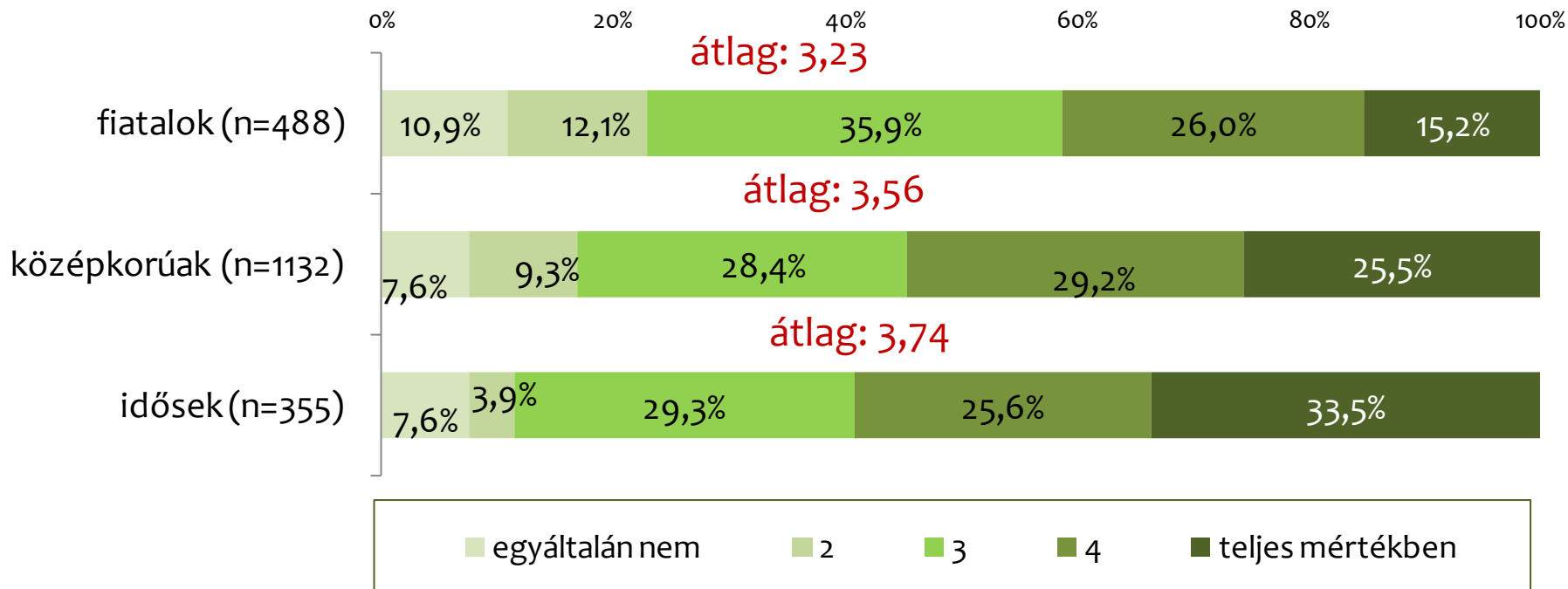


a túlzott fogyasztásra való odafigyelés

[n=1975]

„Mennyire ért egyet a következő állításokkal? – Jobban odafigyelek a vásárlásaimra, mert tudom, hogy a túlzott fogyasztás milyen káros.”

Az idősebbek figyelnek oda vásárlásaikra leginkább tudatosan. A fiatalok semlegesen értékelték saját vásárlásaikat e kérdésben.

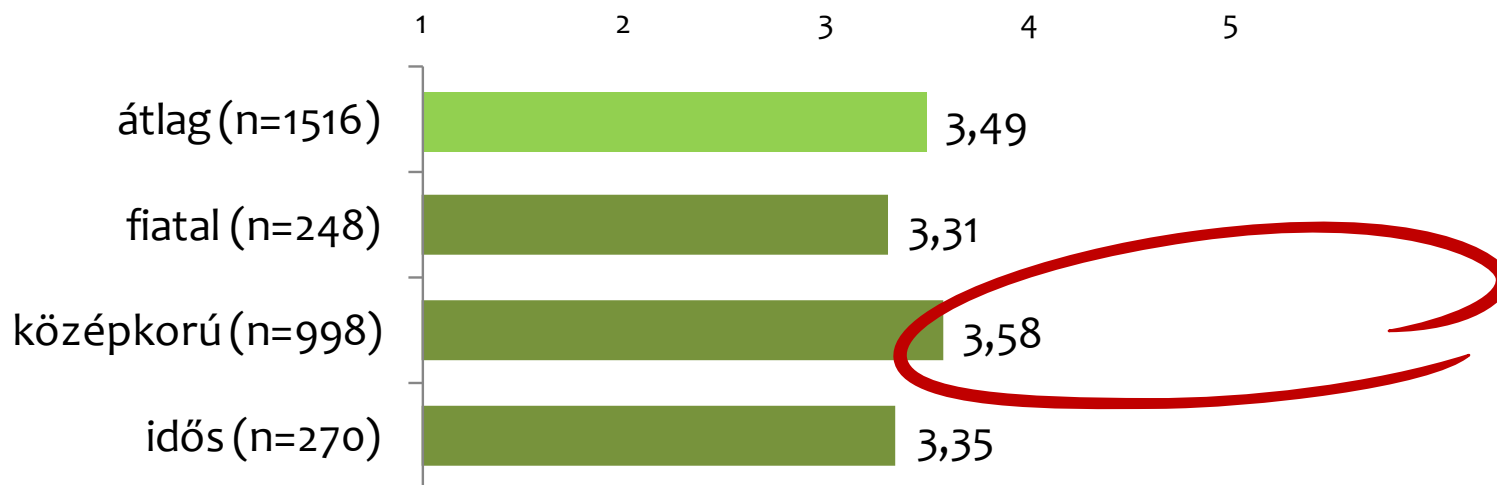


gyors vásárlásra való törekvés

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A lehető leghgyorsabban intézem el a vásárlásokat, hogy minél előbb túl legyek rajta.”

[n=1516]

A generációk között a középkorúak törekednek leginkább gyorsan elintézni a vásárlásukat.

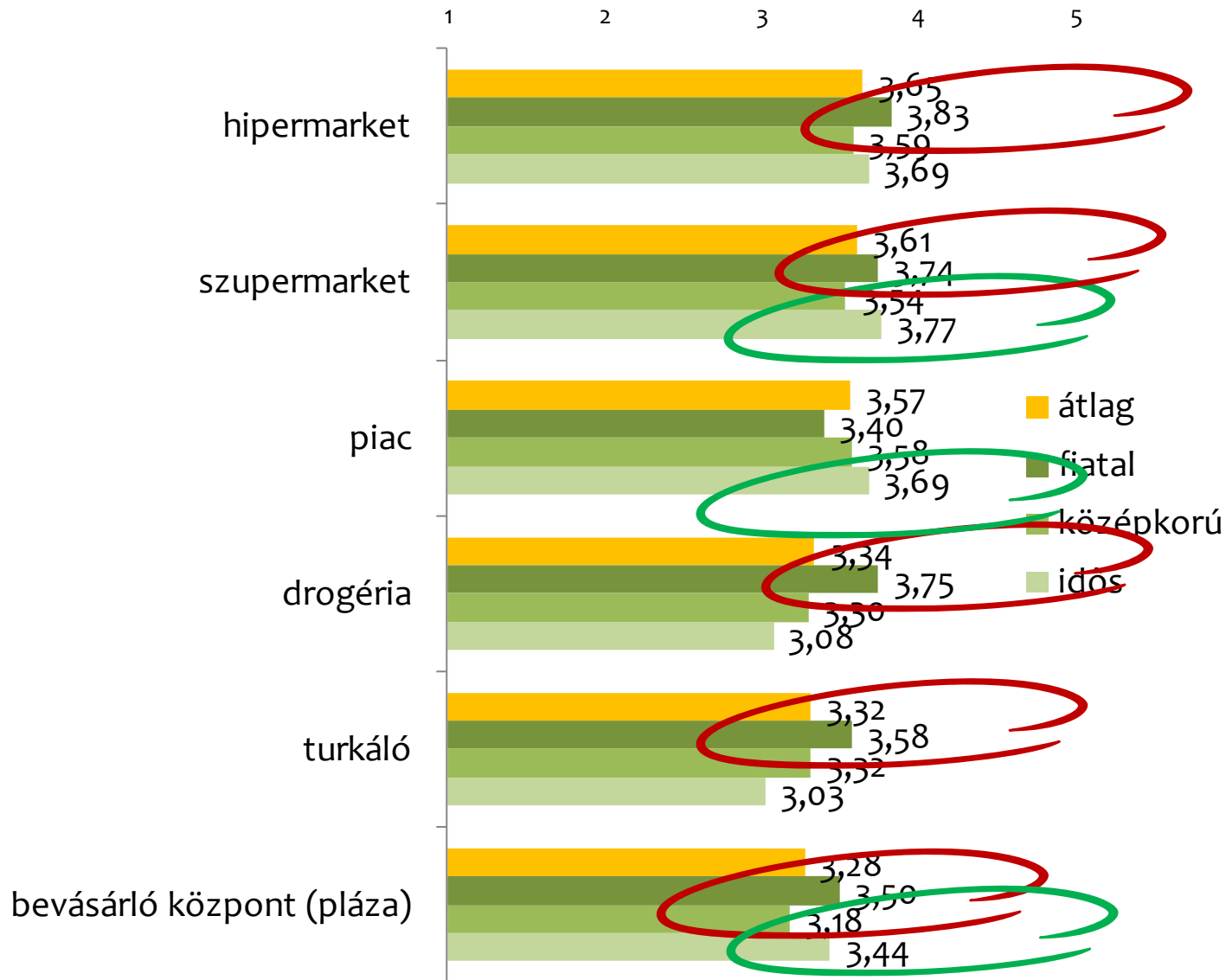


üzletítípusok

üzletítípusok kedveltsége

„Kérjük, hogy értékelje az alábbi üzletítípusokat/vásárlási helyszíneket az alapján, hogy mennyire szeret ott vásárolni?”

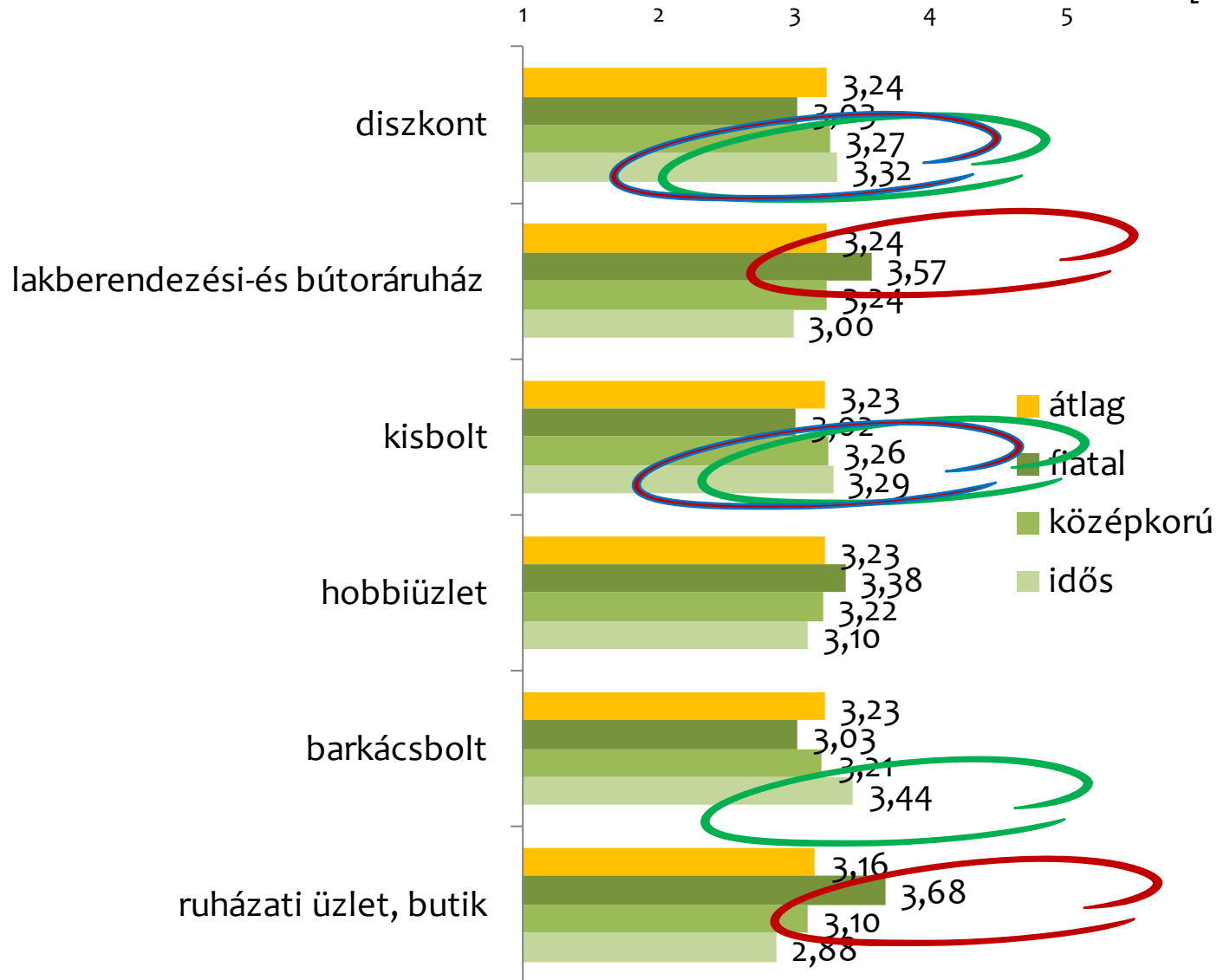
[n=akik szoktak ott vásárolni]



üzlettípusok kedveltsége

„Kérjük, hogy értékelje az alábbi üzlettípusokat/vásárlási helyszíneket az alapján, hogy mennyire szeret ott vásárolni?”

[n=akik szoktak ott vásárolni]



üzlettípusok kedveltsége

„Kérjük, hogy értékelje az alábbi üzlettípusokat/vásárlási helyszíneket az alapján, hogy mennyire szeret ott vásárolni?”

[n=akik szoktak ott vásárolni]

