

SZAKDOLGOZAT

SINKA DIÁNA KITTI

Kereskedelem és marketing

Kaposvár

2022



MAGYAR AGRÁR- ÉS ÉLETTUDOMÁNYI EGYETEM
KAPOSVÁRI CAMPUS
KERESKEDELEM ÉS MARKETING SZAK

KORONAVÍRUS HATÁSA A MUNKAERŐPIACON – A
KORONAVÍRUS VÁSÁRLÁSRA GYAKOROLT HATÁSA

Belső konzulens: Dr. Kőműves Zsolt
Egyetemi docens

Készítette: Sinka Diána Kitti
IJWUA3
Nappali tagozat

Intézet: Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

TARTALOMJEGYZÉK

1. Témaválasztás indoklása.....	5
2. Irodalmi áttekintés.....	7
2.1. A koronavírus bemutatása.....	7
2.2. Magyarország a vírushelyzet ideje alatt.....	8
2.2.1. A járvány kitörése Magyarországon.....	8
2.2.2. Magyarországon bevezetett korlátozó intézkedések	8
2.3. A koronavírus élelmiszeriparra gyakorolt hatása.....	12
2.4. Online vásárlási szokások	13
2.4.1. Online vásárlási szokások a vírus előtt	13
2.4.2. Online vásárlási szokások a vírus ideje alatt.....	13
2.5. A kártyás és készpénzes vásárlások darabszámainak változása	14
2.6. A koronavírus munkaerő piacra gyakorolt hatása.....	15
2.6.1 A foglalkoztatottak számának alakulása a vírus idején	15
2.6.2. A koronavírus hatása a turizmusra	16
2.6.3. A koronavírus hatása a gyógyszeriparra	17
2.6.4. A koronavírus pozitív hatásai.....	17
3. Anyag és módszer	19
3.1. Módszertan	19
3.2. Háttérváltozók bemutatása	20
4. Eredmények és értékelésük.....	22
4.1. Kutatási eredmények	22
4.2. A kor és a koronavírusról való félelem közötti kapcsolat.....	28
4.3. A kor és az óvintézkedések betartása közötti kapcsolat.....	29

4.4. A házhozszállítási szolgáltatások igénybevételének megoszlása lakóhely szerint	30
4.5. Preferált fizetési módok online vásárlás során.....	32
5. Következtetések és javaslatok.....	33
5.1 Primer kutatásból levonható következtetések	33
5.2. Javaslatok a kapott eredmények hasznosítására.....	34
6. Összefoglalás.....	35
Irodalomjegyzék.....	36
Nyilatkozat	38

1. TÉMAVÁLASZTÁS INDOKLÁSA

A koronavírus meghatározó szerepet játszott a jelenlegi vásárlási szokások kialakulásában. Rengeteg ember életét befolyásolták a korlátozások idején bevezetett intézkedések. Ezekkel az intézkedésekkel próbálták az embereket védeni, lassítani a vírus terjedését. Ennek okán nagyon sok ember került karanténba, maradt otthon vagy próbált a vásárlási rutinján változtatni, annak érdekében, hogy ne kapja el a vírust. Nem csak a fogyasztók, de a kereskedelem különböző tagjai is próbáltak alkalmazkodni az adott helyzethez.

A témaválasztásom legelsősorban személyes kötődéssel indokolnám, ugyanis mindig érdeklődtem az emberek érzései, gondolatai és cselekvésük mozgatórugója iránt. Középiskolás korom óta dolgozom a kereskedelemben, diákmunka keretein belül álltam munkába először. Legelső munkahelyeim közé a kaposvári SPAR és INTERSPAR tartozik. Ezekben az üzletekben kasszásként dolgoztam, később a Müllerben helyezkedtem el, ezt követően kezdtem el tevékenykedni a jelenlegi munkahelyemen, pultosként. Ezeknek a munkaköröknek köszönhetően nagyon sokat foglalkoztam a vásárlókkal és nagyon sok vendéggel találkoztam az évek során, emiatt van rálátásom a fogyasztók vásárlási szokásaira, és össze tudom hasonlítani a különböző időszakokat is. A kereskedelem egyik főszereplője a vásárló, akinek magatartását, vásárlási szándékát illetve döntését számtalan tényező befolyásolhatja. A koronavírus megjelenésének következtében az emberek szokásos napi rutinja felborult, mindez a vásárlási és fogyasztási szokásokra is hatással voltak.

Úgy gondolom, hogy napjainkban ez egy fontos téma, mindenki életére többé vagy kevésbé, de hatással volt a járvány és a járvány terjedésének lassítása érdekében bevezetett korlátozó intézkedések.

Kutatásom célja, hogy felmérjem a vásárlókat miként befolyásolta a vírus megjelenése, és a vásárlási szokásokra milyen komplex hatást fejtett ki.

Szeretném bemutatni, hogy a koronavírus milyen hatásokat fejtett ki a vásárlás terén, mik voltak a járvány idején a főbb trendek, és hogyan reagáltak rá a vásárlók. Szeretnék kitérni

a koronavírus idején alkalmazott főbb vásárlási és fizetési módokra, illetve fel szeretném mérni, hogy ezekhez hogyan viszonyultak az emberek.

Dolgozatomban elsősorban saját élményeimet, tapasztalatomat kívánom felhasználni, másodsorban Internet, szakirodalmi és statisztikai adatokkal szeretném az információkat alátámasztani.

2. IRODALMI ÁTTEKINTÉS

2.1. A koronavírus bemutatása

Először szeretném bemutatni a koronavírus, mint a témához kapcsolódó legfontosabb tényezőt pár mondatban.

A koronavírus már az 1960-as évektől ismert, nevét a koronára emlékeztető kitüremkedéseiről kapta. Az új koronavírus 2019 év végén azonosították Kínában, ezt a vírust ezelőtt még nem mutatták ki emberekben, ugyanis elsősorban emlősöket és madarakat fertőzött.

A vilájárvány kitörése 2019. szeptember 13. és 2019. december 7. közé tehető. A Kínából elindult járvány az egész világon szétterjedt. Kutatások szerint a vírus első formája denevérben jelent meg, majd más állatokon keresztül terjedt az emberre is veszélyes változata. Ez a járvány elsősorban cseppfertőződéssel terjed, ide tartozik például a tüsszentés, köhögés is. Ezen kívül nem elhanyagolható, hogy a vírus terjedhet a fertőzött felületek, tárgyak, területek megérintésével is, viszont a koronavírus a fertőtlenítőszeres is képesek elpusztítani.

A COVID-19 (coronavirus disease) általában enyhébb tünetekkel jár, ide tartozhat: fáradékonyság, láz, köhögés is. Azonban a vírussal való megbetegedés idézhet súlyosabb tüneteket, ami tüdőgyulladással vagy akár heveny légzési elégtelenséggel is járhat. A járvány elsősorban a valamilyen krónikus alapbetegségben szenvedő betegekre lehet életveszélyes (ilyen lehet például: légzőszervi betegség, szív- és érrendszeri betegség cukorbetegség vagy magas vérnyomás probléma).

A fertőzés kezelés módjára nincs speciális kezelési mód. Maszkviseléssel, gyakori kézmosással és kézfertőtlenítéssel óvhatja meg a fertőző beteg a környezetét. (Miniszterelnöki Kabinetiroda, 2020.) A nem fertőző betegek számára is fontos a maszkviselés, gyakori kézmosás és kézfertőtlenítés, ugyanis ők így tudnak védekezni a

fertőző betegektől. A koronavírus kitörése több hullámban zajlott, mindegyik hullámban korlátozó intézkedések kerültek bevezetésre a járvány lassítása érdekében. Ezek az intézkedések nagymértékben befolyásolták az emberek hétköznapijait.

2.2. Magyarország a vírushelyzet ideje alatt

2.2.1. A járvány kitörése Magyarországon

A járványhelyzet legmeghatározóbb időszaka Magyarországon 2020.03.04 és 2020.07.15-e közé tehető. Ez volt a koronavírus első hulláma. A második hullám is jelentős volt, ez 2020.07.18 és 2021.02.17. között zajlott. Az első két fertőzöttet Magyarországon 2020. március 4-én azonosították. Az első hullámban a megbetegedések számának növekedése április elején indult meg, és a legtöbb fertőzöttet májusban regisztrálták. Júliusban a megbetegedések száma csökkenni kezdett. Az ezután újra megnövekedett fertőző betegek száma a második hullámhoz vezetett. A második hullám ideje alatt a magas esetszámú megbetegedések több mint két hónapig jelentősek voltak, majd decembertől februárig mérsékelten csökkent az aktív esetek száma és ezzel egy időben növekedett a gyógyultak száma. 2021. február 17-től számítható a harmadik hullám, ugyanis innentől kezdett újra megnövekedni a fertőzöttek száma. (Uzzoli, Kovács, Páger, & Szabó, 2021.)

2.2.2. Magyarországon bevezetett korlátozó intézkedések

A járványt megfékezni nem lehetett, azonban lassítani igen. Ennek érdekében korlátozó intézkedések kerültek bevezetésre Magyarországon is. Ezekkel az óvintézkedésekkel próbálták lassítani a járvány terjedését és visszafogni a fertőzött megbetegedések számát.

Ezen óvintézkedések közé tartozott a kötelező maszkviselés: minden hatodik életévét betöltött személy köteles volt viselni tömegközlekedési eszközökön, pályaudvarokon, állomásokon és megállóhelyeken, üzletekben, bevásárlóközpontokban. Ezt később módosították és végül az utcákon is kötelező volt a maszkviselés, kivételt képezett ez alól a sportolás. Kijárási korlátozást vezettek be, csak indokolt esetben hagyhatták el az

emberek az otthonukat, ide tartozott például: banki ügyek intézése, bevásárlás, munkavégzés. Létszámstopot vezettek be az üzletekbe, csak egy meghatározott létszám tartózkodhatott az élelmiszerüzletekben, és másfél méteres távolságot kellett a vásárlóknak tartaniuk. Ezzel egyidejűleg bezártak a vendéglátóegységek, éttermek, szórakozóhelyek és ruhaüzletek is. Az egyes éttermek kiszállítási lehetősége funkcionált. Elmaradtak a rendezvények és fesztiválok is. Lezárták a határokat, csak indokolt esetben utazhattak Magyarországra a külföldiek.

Bevezették az online oktatást, és akinek a munkahelye lehetővé tette, otthonról dolgozhatott, home-officeban. A parkolóhelyek ingyenessé váltak. (Igazságügyi Minisztérium, 2020)

Vásárlási sávok kerültek bevezetésre az idősök védelme érdekében, így hétfőtől péntekig 9 és 11 óra között, hétvégén 8 és 10 óra között csak a 65 év felettiek tartózkodhattak az üzletekben.

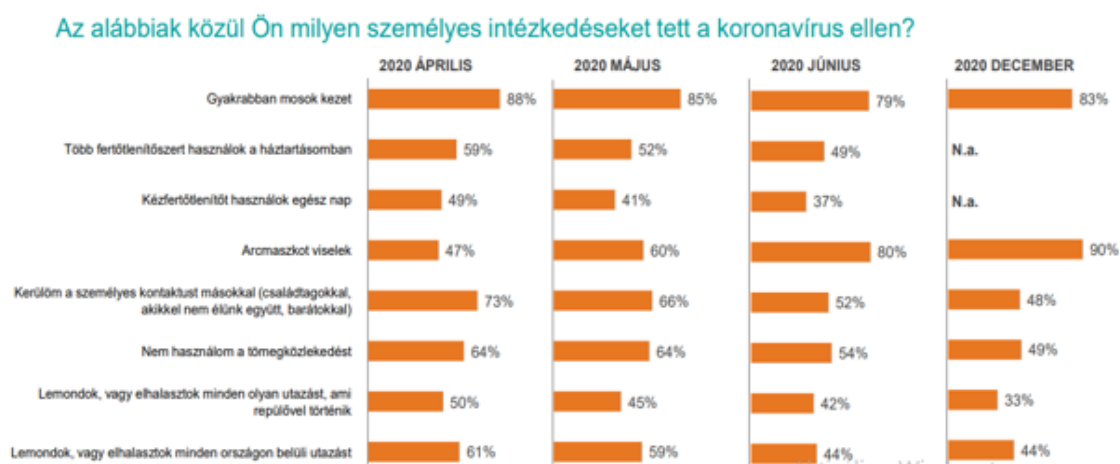
Ezek voltak a legfőbb intézkedések, amelyek a vírus lassítása érdekében kerültek bevezetésre, később az esetszámok csökkenésével és a megbetegedett személyek gyógyulásával ezek a korlátozások feloldásra kerültek. Azonban a 2020-ban bevezetett intézkedések a vásárlás kimenetelét is nagyban befolyásolták, feszültséget keltettek a vásárlókban. Ennek következtében az emberek próbáltak nagyobb tételben vásárolni, a lakosság pánikvásárlásba kezdett a COVID-19 megjelenésének hatására, ezért az egyes fogyasztási cikkek elfogytak az üzletek polcairól és a raktárból is. Ennek okán mennyiségi korlátozást vezettek be. Az egyes termékekből csak meghatározott mennyiséget vásárolhattak a fogyasztók egy nap.

A pánikvásárlások hatására ellátási zavar jelentkezett az egyes termékcsoportokban. Ez a zavar a friss húsoknál, tisztítószereknél és tartós élelmiszereknél (liszt, cukor, konzerv) volt a leginkább megfigyelhető. 2020-ban a Központi Statisztikai Hivatal felmérést készített a járvány időszakában jellemző fogyasztói szokásokról. Felmérésük során 450 ember töltötte ki az általuk készített kérdőívet. A kutatásból kiderül, hogy a válaszadók 78%-ára jellemző volt a félelem a vásárlások alatt, illetve féltek az ellátási zavaroktól is, ezért a válaszadók 78%-a legalább 2-3 hétre halmozott fel árut a veszélyhelyzet időszakában. A válaszokból az is kiderült, hogy a járvány időszakában a vásárlók nem

preferálták a csomagolatlan termékeket. Ide tartoztak a csomagolatlan zöldségek, gyümölcsök, csomagolatlan kenyerek. A felmérésben résztvevők 64,2%-a ruha-és cipőipari termékeket és 50,7%-a kézműves termékeket sem vásárolt ebben az időszakban.

Kutatásukból tehát egyértelműen kiderül, hogy a vásárlók többsége a számukra szükségtelen termékeket (például ruhaneműk) nem vásárolták meg a vírus kitörésének első hullámának ideje alatt. (Sikos, Papp, & Kovács András, 2021.)

Egy másik felmérésben azt vizsgálták, hogy a válaszadók mennyire tartják fontosnak az óvintézkedéseket, hogyan próbálják megelőzni a vírus általi fertőzöttséget. 2020 áprilisában a válaszadók 47%-a viselt maszkot, majd decemberben ez az érték már 90% volt. Megfigyelhető, hogy ennek az értéknek a növekedésével együtt az összes felsorolt személyes intézkedés aránya csökkent áprilisról decemberre. Tehát áprilisban a felmérésben résztvevők 88%-a mosott kezet, ez az érték decemberben már csak 83% volt. Áprilisban még 73% került a személyes kontaktust, míg decemberben ez már 48%-ra csökkent. Az országon belüli és a külföldre történő utazásokat is kevesebben utasították vissza decemberben, mint 2020 áprilisában. A tömegközlekedéssel való utazásra is ugyanez volt a jellemző: először 64% majd decemberre 49% válaszolta azt, hogy nem használja a tömegközlekedési eszközöket. (1. ábra) (Földes, 2021)

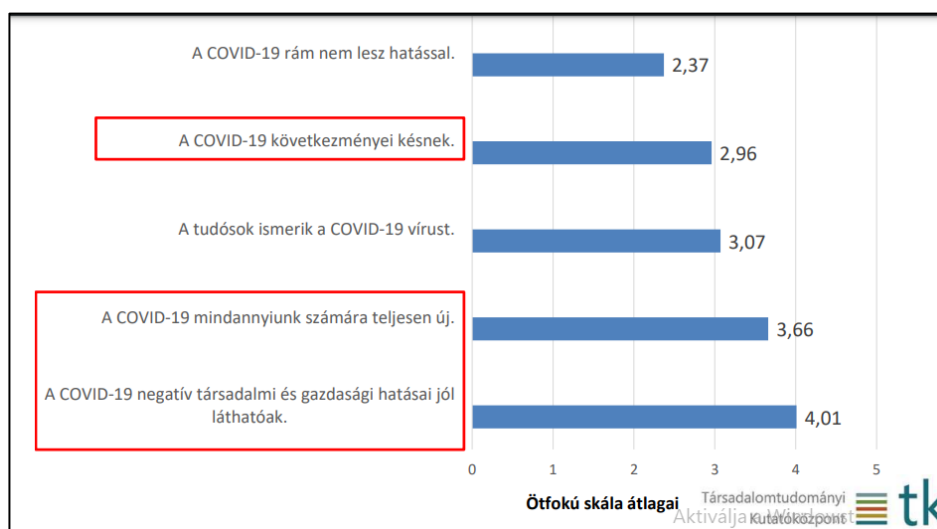


1. ábra: A fogyasztói szokások változása a koronavírus járvány idején

Forrás: Földes, 2021.

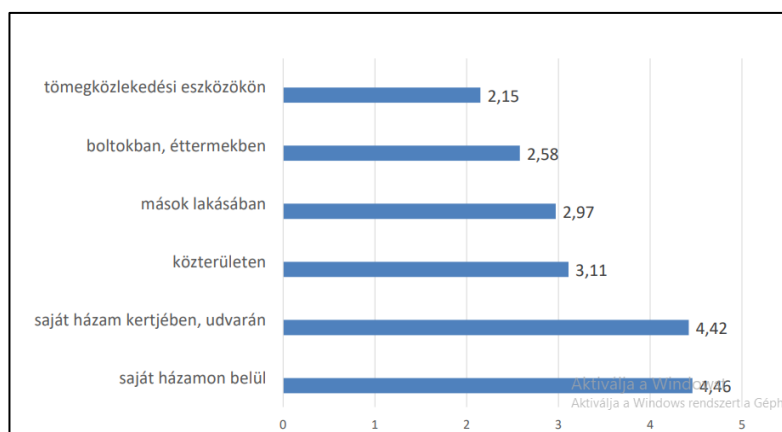
A Covid-19 járvány társadalomra gyakorolt hatását vizsgálta meg A Milton Friedman Egyetem és online konferencia keretében adták elő a résztvevők az egyes kutatásaikat. Ferencz Zoltán a Sérülékeny csoportok Covid percepcióiról tartott előadást. Kutatásában felmérte a válaszadók érzését a járvánnyal kapcsolatban. Az egyik skálás kérdés során a koronavírus rettegettséget meghatározó tényezőit sorolta fel, amelyben választaniuk kellett a kitöltőknek, hogy 1-től 5-ig terjedő skálán mennyire értenek egyet a felsorolt tényezőkkel. A válaszok szerint a legöbbsen azzal értettek egyet, hogy a járvány egy globális katasztrófa, illetve ezt követte az, hogy a járványeset még sok halálesetet fog okozni és hatással lesz a jövő generációira is. Úgy gondolták, hogy a koronavírus az idő múlásával egyre veszélyesebbé fog válni, azonban a válaszadók többsége nem gondolta azt, hogy ha megfertőződnek, akkor meg is hálnak. A kutatásban résztvevők többségét nem érintette személyesen a Covid-19. (2. ábra)

Az ötfokú skála átlagolása során 2,66 lett annak az átlaga, hogy a válaszadók félnek a megfertőződéstől, míg a vírus iránti aggodalom 3,21-es átlagot kapott. A legtöbben a saját házukban érezték magukat biztonságban, illetve a saját kertben és udvaron, míg a legkevésbé a tömegközlekedési eszközökön és boltokban, éttermekben. (3. ábra) (Ferencz, 2021)



2. ábra: A Covid-19 járvány rettegettségét meghatározó tényezők

Forrás: Ferencz, 2021.



3. ábra: Biztonságérzet és helyszínek

Forrás: Ferencz, 2021

2.3. A koronavírus élelmiszeriparra gyakorolt hatása

A pánikvásárlások megindulásának következtében a kereslet megnövekedését figyelhetjük meg. A fogyasztók preferálni kezdték a helyi termelőktől kapható termékeket, így azok megrendelésének száma hirtelen magasat nőtt. Ennek számos oka is lehetett, ide tartozik például: a nagy kereskedelmi láncokban a pánikvásárlások hatására áruhiány lépett fel, alapvető árucikkek hiányoztak az üzletek polcairól. Az is fontos tényező volt a vásárlók számára, hogy minél biztosabb forrásból szerezzék be a termékeket. Nem preferálták a vásárlók olyan termékek beszerzését, ami több csatornán és közvetítőn keresztül érkezik meg a nagy áruházak polcaira, és ott már több ember is megérintette ugyanazt a terméket, amit később megvásárolnának. Mind ezek mellett a vásárlók próbálták segíteni a vírus idején bajba jutott szektor tagjait is. Erre külön csoportok alakultak, reklámozták a vásárlók az egyes helyi termelőket a közösségi oldalakon, tapasztalatokat, véleményeket írtak róluk, ennek hatására többen látogatták a helyi termelőket a nagy áruházláncok üzletei helyett. A vásárlók helyi termelőket és a kiskereskedőket preferálták a vírushelyzet alatt, így egyértelműen ez a szektor mondható a koronavírus győzteseinek. (Fokasz, Kiss , & Vajda, 2020)

2.4. Online vásárlási szokások

2.4.1. Online vásárlási szokások a vírus előtt

Egy 2016-os GfK Hungária Piackutató Intézet által készített felmérés szerint egyre több magyar vásárolt külföldi webáruházakban. Ebben a felmérésben 15 és 59 év közöttiek online vásárlási szokásait mérték fel. Kiderült, hogy a magyarok 30%-kal nagyobb valószínűséggel vásároltak inkább külföldről, ennek legfőbb oka az volt, hogy az adott termék, amit meg akartak vásárolni, nem volt Magyarországon megtalálható. A DPD Group szintén ezt az időszakot vizsgálta, és kiderült a felmérésükből, hogy a magyarok összes vásárlásának 6,6%-a történik online. Ezzel az értékkel teljesen beleillettünk az átlagba, ami európai szinten 9,6% volt. A magyarokra jellemző online vásárlási tételek legfőképp a könyvek, elektronikai termékek, divatcikkék voltak. Érdekesség volt, hogy az online megvásárolt top 10-es listára bekerült a friss élelmiszer is. Ez kevés másik országra volt jellemző. 2016-ban az online vásárlások motivációja elsősorban kényelmi szempontokkal magyarázható, de az ár is erős befolyásoló tényező. A hazai internetes vásárlók legfőképp a megszokott weboldalakról rendeltek, és átvételkor még mindig erős hatása volt a készpénzes fizetésnek. Leggyakrabban a házhozszállítást választották. A jövőbeli trendek alapján azt jósolták, hogy később meghatározó lesz a mobilalkalmazáson keresztül történő fizetés. (Nagy & Keller, 2017)

2.4.2. Online vásárlási szokások a vírus ideje alatt

Kutatások szerint napjainkban már nem az ár a legfőbb tényező egy online vásárlás döntési folyamatában. A modern felhasználó hajlandó többet is fizetni egy adott termékért, ha annak megvásárlása költség- és időhatékony, illetve járványhelyzet alatt a biztonság is meghatározó volt, a legfontosabb tényezők közé tartozott. A felmérések szerint a Covid-19 a digitalizáció erős terjedését okozza. A járvány kezdetétől a vásárlás témakörre való keresések száma a kétszeresére növekedett 2020 végére. A hazai online kiskereskedelem éves forgalma 16%-al nőtt 2018-hoz képest. (Németh, Lázár, Szűcs, & Törőcsik, 2020) A koronavírusról való félelem és fertőzöttség megelőzése érdekében számos vásárló választotta az online élelmiszer vásárlási lehetőséget. E szolgáltatás a

vírus idején olyan népszerűvé vált, hogy az Amazonhoz tartozó élelmiszer házhozszállításért felelős oldala, az Amazon Groceries a járvány kitörésének kezdetén körülbelül ötvenszeres rendelésszámot kellett véghez vinnie. Magyarországon is megugrott az online élelmiszervásárlások mennyisége, sok áruházláncnál beteltek hetekkel előre a kiszállítási sávok. Az éttermek is megpróbálták eszerint berendezkedni. A korlátozó intézkedések bevezetése során az éttermeknek be kellett zárniuk. Akik tehették, átálltak az ételkiszállításra. Az ételrendelésüket így a vásárlók online is le tudták adni a vírus ideje alatt. Ez azonban nem helyettesítette a kiesett bevételt a vendéglátási szektorban. Az online vásárlások lebonyolításának fontos szereplői voltak a futárcégek. 2020 áprilisában a Magyar Posta csomaglogisztikai osztályának beszámolója szerint több mint 20%-al nőtt a beérkező napi tételük. (Perger, Péterfi, & Ardelean, 2020)

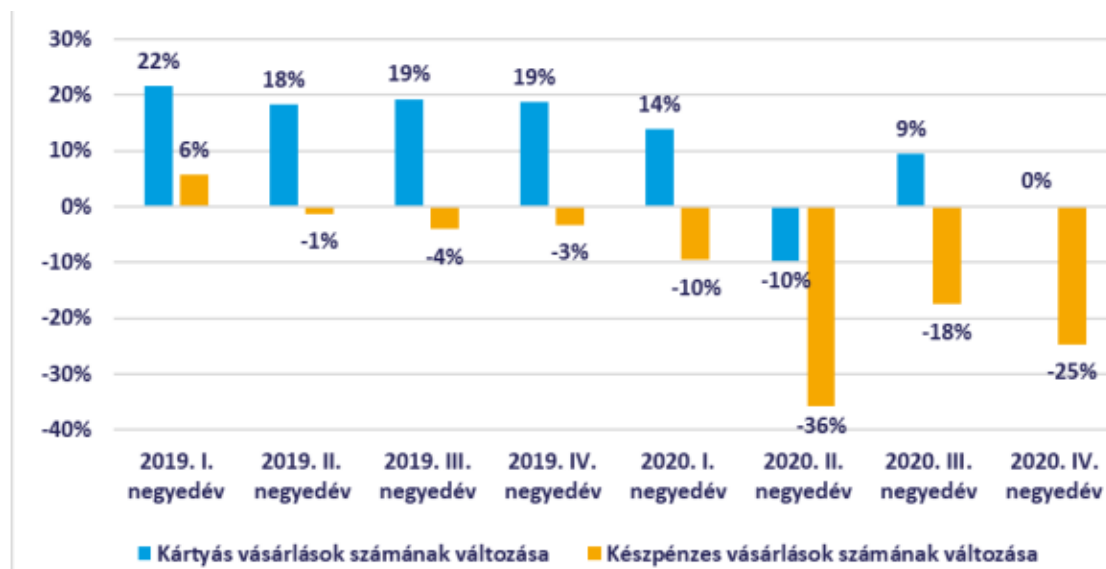
2.5. A kártyás és készpénzes vásárlások darabszámainak változása

Egy, 2018-ban készült kutatásban azt vizsgálták, hogy a válaszadók milyen fizetési módokat preferálnák, és milyen összefüggés lehet a válaszok között. A felmérésből kiderül, hogy a 16-29 év közöttiek 60%-a a készpénzes fizetők csoportjába tartozik. Ez az érték az életkor növekedésével folyamatosan lassuló növekedést mutat. A vizsgálat során megfigyelhető volt, hogy több nő szeret készpénzzel fizetni, mint férfi és a végzettség is meghatározó lehet ebben a döntésben. Az alapfokú végzettséggel vagy középfokú érettségivel rendelkezők nagyobb eséllyel fognak készpénzzel fizetni, mint egy felsőfokú végzettséggel rendelkező. (Végső, Belházy, & Bódi-Schrubert, 2018)

A készpénzes fizetésre 2019 és 2020 között jellemző volt a visszaesés. A vásárlások mennyiségét és értékét megfigyelve megállapítható volt, hogy a koronavírus nem azonos mértékben befolyásolta a készpénzes és a kártyás vásárlásokat. A készpénzes fizetések mennyisége 2020-ban 22%-al csökkentek, míg a kártyás fizetések 3%-al növekedtek. Összességében a vásárlások száma 2020-ban 18%-al csökkentek az előző évhez képest.

A készpénzes tranzakciók mennyiségéről 2020 harmadik negyedévére 25%-os csökkenés volt megfigyelhető 2019-hez képest, míg a kártyás fizetésekre a stagnálás vagy növekedés

volt jellemző. A kártyás tranzakciók 2020 harmadik negyedévében már 9%-al növekedtek. (4. ábra) (Deák , Nemecskó , Végső, & Bódi-Schubert, 2021)



4. ábra: Kártyás és készpénzes vásárlások darabszámainak éves változása az online pénztárgép

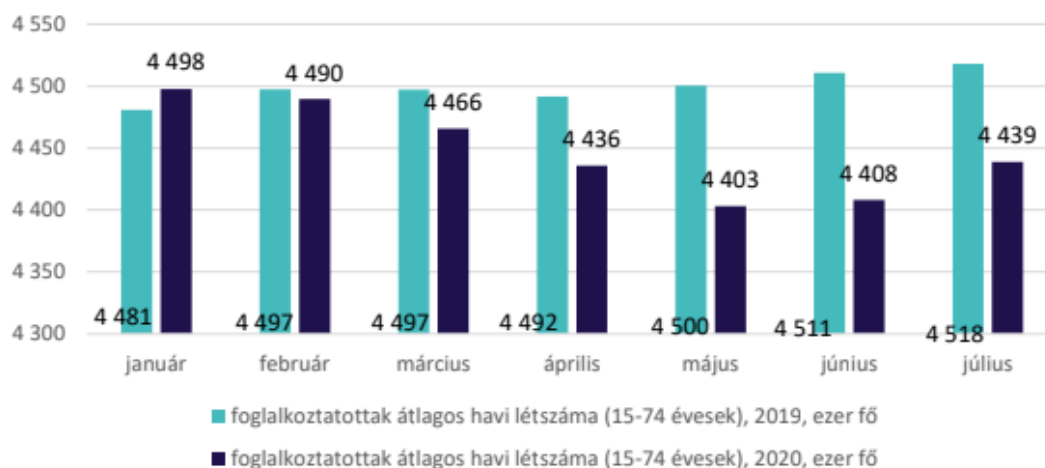
Forrás: Deák , Nemecskó , Végső, & Bódi-Schubert, 2021

2.6. A koronavírus munkaerő piacra gyakorolt hatása

2.6.1 A foglalkoztatottak számának alakulása a vírus idején

A koronavírus nagy hatással volt a munkaerő piacra. Jól megfigyelhető, hogy 2020 év elejétől májusig folyamatosan csökkent a foglalkoztatottak száma, amely júliusra mérséklődött. Ez jellemző volt 2019-ben és 2020-ban is. Ezekből az adatokból arra lehet következtetni, hogy júliusban a foglalkoztatottak számának növekedése nem a szezonális hatások miatt történt, hanem az egyes korlátozások feloldása és a gazdaság egyes területein újra történő foglalkoztatás okozta, ugyanis júliusban feloldották a korlátozásokat, újra kinyithattak a vendéglátóegységek és szórakozóhelyek, illetve a turizmus is megindult.(5. ábra) (Lajó, Jakovác, & Dávid, 2021)

Tehát a koronavírus megjelenésének és a korlátozó intézkedések, üzletbezárások hatására a foglalkoztatottak száma csökkent, azonban azok feloldását követően a foglalkoztatottak száma növekedésnek indult. Ennek köszönhető a 2020 év elejétől történő csökkenés a foglalkoztatottak számát illetően, majd a növekedés a korlátozások feloldása, gyógyultak számának növekedése és a fertőzöttek számának csökkenését követően.



**5. ábra: Foglalkoztatottak átlagos havi létszáma 15-74 évesek körében, 2019-2020.
január-július (ezer fő)**

Forrás: Elemzés – Járványhelyzet és munkaerőpiac

2.6.2. A koronavírus hatása a turizmusra

2020-ban a járvány hatására csökkent a külföldre utazók száma, ez egyrészt az emberek vírustól való félelmének, másrészt az országokban elrendelt határzáraknak volt köszönhető. Emellett a korlátozó intézkedések bevezetése során bezártak a vendéglátó egységek, szórakozóhelyek, éttermek. Leginkább a szomszédos országokat keresték csak fel a magyarok. Emiatt a magyarok szabadidős célú utazásra fordított kiadásai, amit leginkább üdülésre, szórakozásra és többnapos külföldi utazásokra költöttek 2020-ban 2019-hez képest 73%-al csökkentek. Ezzel együtt csökkent a Magyarországra tett külföldi utazások száma is. 2020-ban az egynapos utazások száma 46%-al, a többnapos utazások száma 56%-al volt kevesebb az előző évhez képest. Mivel az utazások száma is

visszaesett, ezzel együtt a külföldiek költése is csökkent. 2020-ban 54%-al volt kevesebb a külföldiek által elköltött pénzmennyiség 2019-hez képest. A külföldiek költésének legnagyobb része szintén a szomszédos országokhoz köthető: Magyarországot is leginkább csak a szomszédos országok keresték fel a vírushelyzet ideje alatt. Az Ausztriából érkező külföldiek költötték a legtöbbet, ami az összes külföldi kiadásának 18%-a volt. (KSH, 2021)

2.6.3. A koronavírus hatása a gyógyszeriparra

Úgy gondolom, hogy a koronavírus egyik nyertese a kiskereskedelem mellett a gyógyszeripar volt. A digitalizáció a gyógyszeriparra is nagy hatással volt. A koronavírus járvány kitörése alatt előtérbe került az online orvoslátogatás, illetve a felhőbe történő receptfelírás. Ez Magyarországon előtte még nem volt jellemző. Azonban az online orvoslátogatás hosszú távon nem biztos, hogy kifizetődő, ugyanis nincsenek orvos beteg találkozások, így elmaradnak a vizsgálatok, ezért másképp kell eladni a gyógyszereket. Azonban pozitív oldala is lehet, ugyanis a gyéren lakott, vagy más okból lefedetlen területekre is el tudják juttatni az üzenetet online az orvosok. (Brückner, 2020)

A Richter Gedeon Nyrt. gyógyszergyár rekord negyedévet ért el 2020 első negyedében az Index szerint. A gyógyszeripari vállalat 34,6%-al nagyobb nyereséget ért el 2019-hez képest. A világjárvány a nyereségesség ellenére szintén hatással volt a gyógyszergyártó cégekre is: itt is felmerültek logisztikai problémák, illetve a munkanélküliségi ráta növekedése ebben az időszakban itt is megmutatkozott, ugyanis az embereknek kevesebbet tudnak költeni, ha a bevételük is csökken. (Index, 2020)

2.6.4. A koronavírus pozitív hatásai

A koronavírusból adódó válság és az ehhez köthető társadalmi és politikai válságok nem csak negatívan hatnak a társadalomra. A koronavírus idején az emberek összefogtak, egyfajta segítőkészség alakult ki közöttük. Emellett a koronavírus által okozott negatív gazdasági hatások felgyorsították az egyes fejlődő területeket, és új megoldásokkal próbálták a problémát megoldani. A vírus megjelenése új fertőző betegség leküzdésére ad bizonyítékot, ami mindenki számára eddig még ismeretlen volt. Tehát a vírus

megjelenésével fejleszteni lehetett a virológiát is, korszerűbb és hatékonyabb terápiákat lehetett felkutatni a fertőző megbetegedések megszüntetése érdekében. Az oltás megjelenését követően új verseny volt megfigyelhető: az amerikai-német, orosz és kínai oltások versenyeztek egymással. Ez is lehetett egyfajta motiváció a vírus megszüntetése érdekében, ugyanis minél gyorsabb és hatékonyabb oltást akartak létrehozni. (Nagy, 2020)

3. ANYAG ÉS MÓDSZER

3.1. Módszertan

Szakdolgozatomnak ebben a fejezetében önálló kutatásomat mutatom be. A témámban releváns kutatások eredményének bemutatása után önálló kutatást végeztem. Kvantitatív kutatásom során egy kérdőívet készítettem, ennek fő témája a vásárlási szokásokra irányult a koronavírus megjelenése előtt, alatt és után. A járványhelyzet alatt kialakított szokásokat vizsgáltam, mert úgy gondolom, hogy a koronavírus fontos befolyásoló tényező volt a munkaerőpiacon.

Ennek vizsgálata érdekében a kérdőívet Interneten közzétett online kérdőív formájában osztottam meg, melynek fő csatornáit a közösségi oldalak voltak (például: Facebook, Instagram), így a válaszadók nagy része a családom, barátaim, ismerőseim köréből származik. A kérdéseket 2022. szeptember 23. és 2022. október 7. között tudták a válaszadók kitölteni, ezt követően a kérdőívet lezártam. Összesen 153 ember töltötte ki a kérdőívet. Kérdéseim között szerepelt egyválaszos, többválaszos, alternatív és skálás kérdés is. Összesen 16 kérdést tettem fel, majd a demográfiai adatokat mértem fel. Adatfeldolgozásnál segítségül szolgált a Microsoft Office csomag, a Google Drive is. Az adatokat később az SPSS program segítségével értékeltem ki.

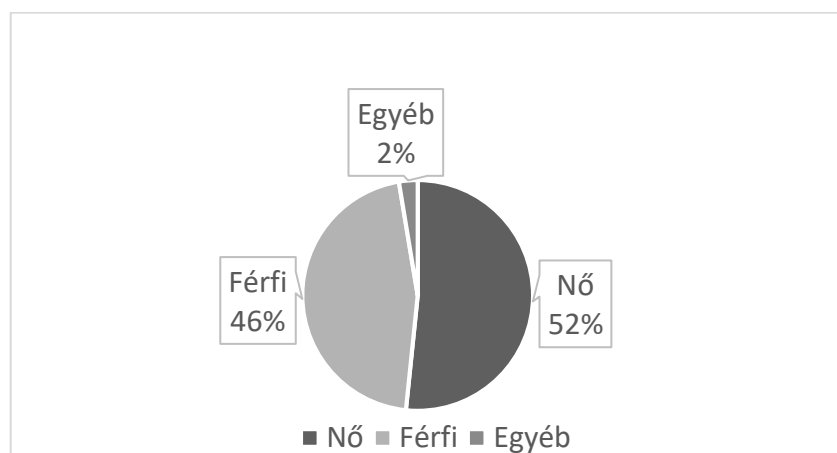
A kérdőív összeállítása során azt szerettem volna megtudni a kitöltők válaszaiból, hogy hogyan viszonyultak a korlátozó intézkedések alatt a kialakult helyzethez, milyen érzéseket váltott ki belőlük ez az eddig számukra is talán ismeretlen helyzet, illetve, hogy az intézkedések feloldása és a vírus lecsillapodása után milyen bevásárlási módszereket preferálnak.

A Covid-19 megjelenésével az internetes vásárlás is előtérbe került. Felmérésemben arra is kíváncsi voltam, hogy hogyan viszonyulnak az emberek az élelmiszer házhozszállításához, mi a véleményük a kitöltőknek az egyes üzletek házhozszállítási szolgáltatásairól.

3.2. Háttérváltozók bemutatása

A demográfiai adatok felmérése során megkérdeztem a kitöltők nemét, életkorát és lakóhelyét is. A kérdőívem kitöltése online történt és a saját közösségi oldalaimon kerültek megosztásra, később a saját ismerőseim osztották és küldték tovább.

A háttérváltozók vizsgálata során az első kérdésem a kitöltő neme volt. A 153 kitöltő kicsit több mint fele, 52%-a nő volt és 46%-a férfi. A felmérők 2%-a úgy gondolta, hogy nem tartozik egyik csoportba sem. (6. ábra)

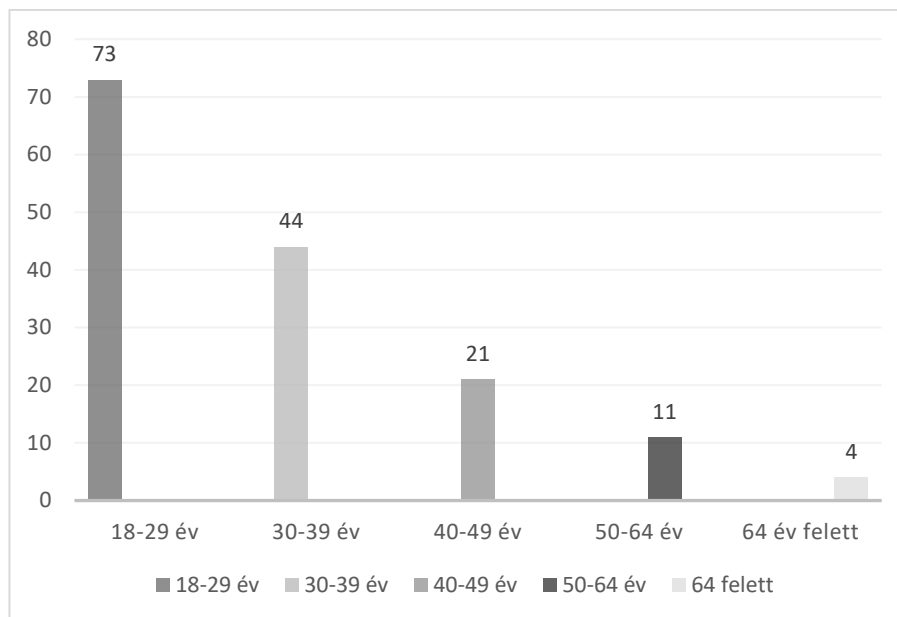


6. ábra: Nemek szerinti megoszlás, % (n=153...)

Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján

A válaszadók közül 73 kitöltő 18-29 év közötti, ez a válaszadók 47,8%-a volt. 28,8%-uk, azaz 44 ember 30-39 év közötti, 13,7%-uk, tehát 21 ember 40-49 év közötti, 7,2%-uk, azaz 11 ember 50-64 év közötti és 64 év feletti 2,6%-uk volt. (7. ábra)

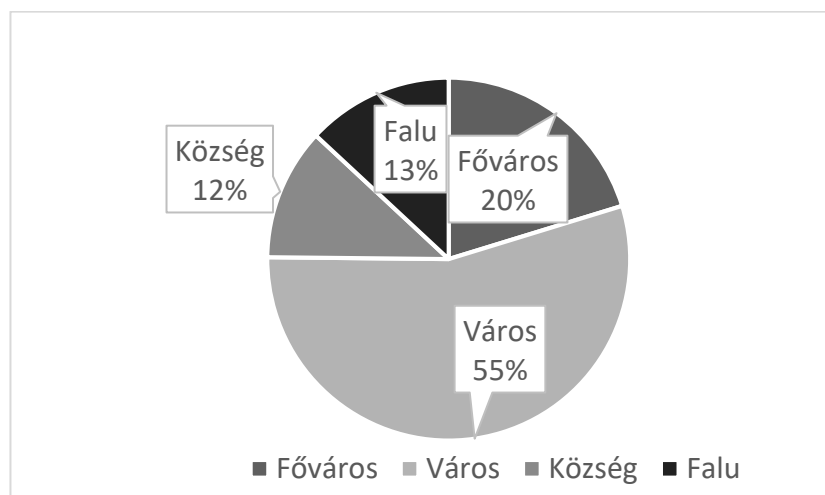
A 18 és 29 év közöttiek magas kitöltés száma köszönhető annak is, hogy saját ismerőseim körében végeztem a felmérést, és a legtöbb ismerősöm velem egykorú, illetve ők a leggyakrabban elérhetőek a közösségi oldalakon. 64 év feletti alacsony kitöltés száma ugyanerre utal, ők kevésbé elérhetőek már a közösségi oldalakon, illetve az ismerőseim többsége nem ebből a szegmensből származik.



7. ábra: Kor szerinti megoszlás, % (n=153....)

Forrás: Saját szerkesztés

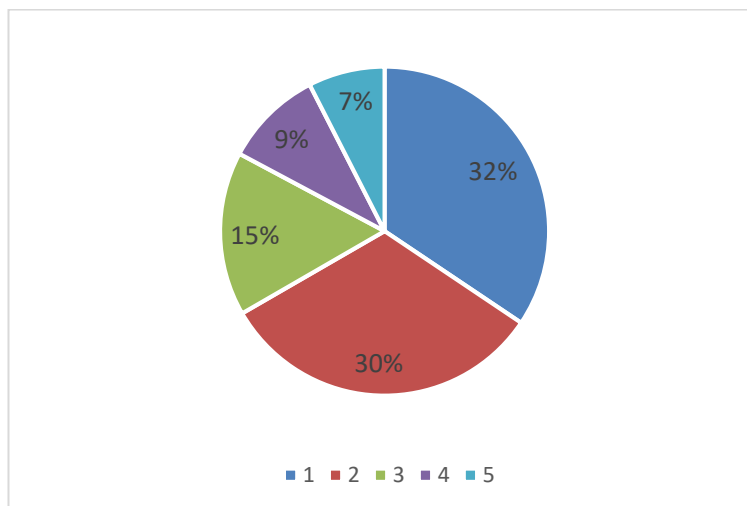
Az utolsó háttérváltozó a kitöltők lakóhelyére vonatkozott. A kitöltők 55%-a városi volt, 20%-a fővárosból, 13%-a faluból és 12%-a községből származott. (8. ábra)



8. ábra: Lakóhely szerinti megoszlás, % (n=153...)

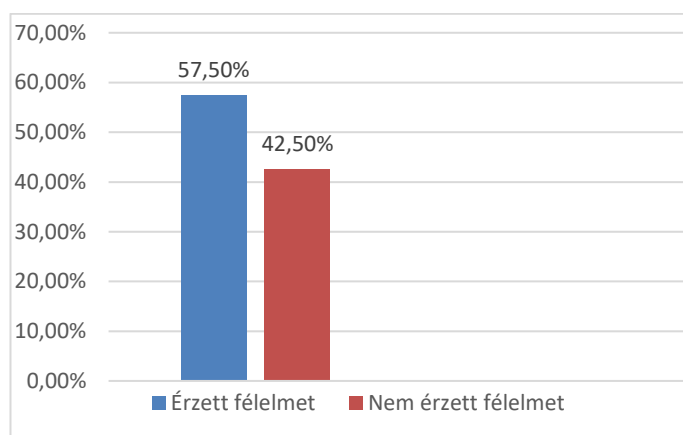
Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján

a kitöltők fele, 57,5%-a nem érzett félelmet a vásárlások megkezdése előtt, míg 42,5% félt ezalatt az idő alatt. (11. ábra)



10. ábra: Koronavírusról való félelem (1-től 5-ig terjedő skálán), %, n=153

Forrás: Saját szerkesztés



11. ábra: Vásárlás megkezdése előtti félelem felmérése, %, n= 153

Forrás: Saját szerkesztés

A negyedik kérdés a vásárlási szokásokra irányult. Ebben a kérdés a vásárlási szokások változására irányult. Arra voltam kíváncsi, hogy a válaszadók közül ki, hogyan változtatott a vásárlási szokásán a vírus elterjedése miatt. Itt több válasz is lehetséges volt.

A válaszok a következőképp alakultak:

Sehogy nem változott meg a vásárlási szokásai a kitöltők több mint felének, 58,2% jelölte meg ezt a válaszlehetőséget. Tehát 89 ember vásárlási szokását nem befolyásolta a koronavírus megjelenése. A kitöltők 33,3%-a kevesebbszer ment el vásárolni, és nagyobb tételben vásárolt, amikor elment. Tehát 51-en jelölték meg ezt a választ. A felmérés során 13,7%, tehát 21 kitöltő jelölte meg válaszul azt, hogy többször igénybe vették a nagy áruházláncok házhozszállítási lehetőségeit. Többet rendelt online webshopokból 11,1%, azaz 17 ember.

Az ötödik kérdés az óvintézkedésekre vonatkozott. Itt is több választ is megjelölhetett egy kitöltő. Ennek a kérdésnek a célja az volt, hogy megtudjam az egyes kitöltők milyen óvintézkedéseket tartottak be a vásárlások megkezdése előtt, alatt és után.

A kitöltők válaszaik szerint a legmeghatározóbb óvintézkedés a maszkviselés volt, összesen 110 ember jelölte meg ezt a választ. Ez az összes megjelölt válasz 71,9%-a.

Ezt követte a távolságtartás, amit 70 ember jelölt meg, tehát 45,8%. A kézfertőtlenítést 51 ember tartotta fontosnak, ezt a kitöltők 33,3%-a választotta. A kitöltők 12,4%-a, azaz 19 ember viselt kesztyűt és 7,8% tehát 12 ember fertőtlenítette le otthon, a vásárlást követően a megvásárolt termékeit. Akadtak olyan kitöltők is a felmérés során, akik egyik óvintézkedést sem tartottak be, annak ellenére sem, hogy kötelező volt a járvány kitörésének ideje alatt. Ezt a válaszlehetőséget 15 ember, azaz a kitöltők 9,8%-a jelölte meg.

A következő kérdés szintén egy skálás kérdés volt. A kitöltőknek ki kellett választaniuk, hogy az alábbi állítások 1-től 5-ig terjedő skálán mennyire jellemzőek rájuk. A megadott szempontok alapján a válaszok a következőképp alakultak: A válaszadók több, mint fele, 51,7% szerint egyáltalán nem jellemző, hogy a világjárvány megjelenése óta többet vásárol az Interneten. A következő állítás az volt, hogy a világjárvány megjelenése óta többet tartózkodom az otthonomban. Erre a válaszadók szintén több, mint a fele, 61,4%-a jelölte válaszul az egyáltalán nem igaz lehetőséget. A harmadik állítás a fizetési módokra irányult. Kiderült, hogy a válaszadók 47,7%-a vírus megjelenésének hatására sem változtatott a fizetési szokásain, és egyáltalán nem jellemző rájuk, hogy emiatt

gyakrabban fizetnének hitel és/vagy bankkártyával. Az ezt követő állítás szerint a koronavírus megjelenése óta a válaszadó kerüli a nagyobb tömegeket és inkább a kisebb forgalommal ellátott üzletekben vásárol. Ez az állítás szintén egyáltalán nem volt jellemző a válaszadók több mint felére. A kitöltők 64,7%-a adta válaszul ezt a lehetőséget.

Végül arra voltam kíváncsi, hogy az emberek a védekezés ideje alatt hangoztatott fertőtlenítést és takarítást mennyire veszik komolyan és tartják be a vírus lecsillapodása után. Így a következő állítás szerint a válaszadó a vírus megjelenése óta gyakrabban fertőtlenít és takarít otthon, mint előtte. Szintén a válaszadók több, mint felére egyáltalán nem volt ez igaz. 58,8% adta válaszul az egyáltalán nem igaz lehetőséget.

A következő két kérdésben azt szerettem volna megvizsgálni, hogy a koronavírus megjelenése mennyire befolyásolta a válaszadók egy bevásárlásának értékét. Így a hetedik kérdésben a kitöltők arra tudtak válaszolni, hogy egy bevásárlás során átlagosan mennyit költöttek a koronavírus megjelenése előtt, míg a nyolcadik kérdésem a koronavírus kitörése alatti időintervallumra vonatkozik. A vírus megjelenése előtt a válaszadók 57,5%-a költött átlagosan 10 ezer forint alatt egy bevásárlás során, 30,1%-a 10-20 ezer forint-, 7,2%-a 20-30 ezer forint között és 5,2%-a 30 ezer forint felett. Ez a világjárvány megjelenésének hatására az alábbiak szerint alakult: a kitöltők 37,3%-a vásárolt 10 ezer forint alatt, 10-20 ezer forint között 30,1%, 20-30 ezer forint között 23,5% és a válaszadók 9,2%-a vásárolt 30 ezer forint felett. (1. táblázat)

A kapott értékek összehasonlításával megfigyelhető, hogy a válaszadók a koronavírus megjelenésével átlagosan többet költöttek egy bevásárlás során, mint előtte. A vírus megjelenésével az átlagosan 10 ezer forint alatti vásárlások meg mindig a gyakoribbak, azonban értéke csökkent, a nagyobb összegű vásárlásoké nőtt vagy stagnált.

1. táblázat: Egy bevásárlás során átlagosan költött pénzmennyiség, % (n=153...)

Érték\Időszak	Koronavírus megjelenése előtt	Koronavírus megjelenése alatt
10 ezer forint alatt	57,5	37,3
10-20 ezer forint között	30,1	30,1
20-30 ezer forint között	7,2	23,5
30 ezer forint felett	5,2	9,2

Forrás: Saját szerkesztés

A következőben a válaszadók által, a járványhelyzet alatt látogatott és preferált bolt típusokra voltam kíváncsi. Több válasz is lehetséges volt ennél a kérdésnél. A válaszokból kiderült, hogy a hipermarketeket a vírushelyzet ellenére is a többség előnyben részesítette, 73,2%, azaz 112 ember látogatta a leggyakrabban ezt a bolt típust. Ezt követték a szupermarketek, 41,2%, azaz 63 ember jelölte meg ezt a típust. 28,1%, tehát 43 ember az online webshopokat preferálta. 30 válaszadó, azaz az összes kitöltő 19,6%-a jelölte csak meg a leggyakrabban látogatott bolti típusként a diszkontokat.

A tizedik kérdésben azt mértem fel, hogy a válaszadók hány százaléka próbálta már az egyes hiper- és szupermarketek házhozszállítási lehetőségeit a koronavírus ideje alatt. A válaszadók 51,6%-a nemmel válaszolt erre a kérdésre, míg 48,4%-a igennel.

A következő kérdés csak azokra a válaszadókra vonatkozott, akik már próbálták a házhozszállítási szolgáltatásokat és emiatt az előző kérdésben igennel válaszoltak. Itt a válaszadók elégedettségét szerettem volna felmérni, így a kérdés célja az volt, hogy megvizsgáljam a kitöltők mennyire voltak elégedettek ezzel a házhozszállítási funkcióval. A kitöltők 1-től 5-ös skálán tudták jelölni az elégedettségük mértékét, az 1-es szerint nagyon nem voltak megelégedve ezzel a szolgáltatással, míg az 5-ös jelentette a nagyon elégedett vásárlót. A többség meg volt elégedve, 34,1% jelölte meg a négyest a skálán. Ezt követték azok, akik nagyon meg voltak elégedve, 25,9% adta ezt válaszul. A kitöltők 20%-a kicsit volt megelégedve, nem volt megelégedve a kitöltők 4%-a, illetve nagyon nem volt megelégedve a kitöltők 6%-a.

A következő kérdésben még mindig azok a válaszadók voltak érintettek, akik már próbálták egyes hipermarketek vagy szupermarketek házhozszállítási szolgáltatásait. Itt azt vizsgáltam, hogy melyik hipermarket vagy esetleg szupermarket házhozszállítási

szolgáltatását preferálták a válaszadók. Az eredmény szembetűnő volt: a kitöltők 82,6%-a jelölte meg a Tescot. A válaszadók 7%-a jelölte meg a SPAR-t, ezt követte az Auchan 5,8%-al és 4,7% választotta az Aldit.

A következő két kérdés az online vásárlásokra vonatkozott. Azt vizsgáltam, hogy hogyan változott a válaszadók egy online vásárlása alatt átlagosan költött pénzmennyisége a koronavírus megjelenése előtt és alatt. A koronavírus megjelenése előtt a válaszadók 47,1%-a nem vásárolt online. 34% vásárolt átlagosan 10 ezer forint alatt, 9,8% 10-20 forint között költött, 5,2% 30 ezer forint felett és végül 10-20 ezer forint között a válaszadók 3,9% vásárolt átlagosan.

A koronavírus kitörése alatt azoknak a száma, akik nem vásároltak még online még mindig magas volt, azonban csökkent ez a szám. A válaszadók 36,6%-a nem vásárolt még online a járványhelyzet alatt. Az átlagosan 10 ezer forint alatt vásárlók száma a koronavírus megjelenése alatt csökkent az előző időszakhoz képest. 18,3% volt. Azonban nőtt a 10-20 ezer forint között vásárlók száma, 27,5% volt. Szintén növekedett az átlagosan 20-30 ezer forint felett költők száma is, a válaszadók 11,8%-a költött a vírushelyzet alatt átlagosan 20-30 ezer forint között online. Átlagosan 30 ezer forint felett vásároltak online a válaszadók 5,9%-a. (2. táblázat)

2. táblázat: A koronavírus megjelenése előtt és alatt egy online vásárlás során átlagosan költött pénzmennyiség, % (n=153...)

Érték\ Időszak	Koronavírus megjelenése előtt	Koronavírus megjelenése után
Nem vásárolt online	47,1	36,6
10 ezer forint alatt	34	18,3
10-20 ezer forint között	9,8	27,5
20-30 ezer forint között	5,2	11,8
30 ezer forint felett	5,2	5,9

Forrás: Saját szerkesztés

Az utolsó két kérdés azokra a válaszadókra vonatkozott, akik vásároltak már online. Azt vizsgáltam meg, hogy az online vásárlás során ők milyen fizetési módot részesítettek előnyben és ez hogyan változott a koronavírus hatására. A koronavírus előtt a válaszadók nagy része, 71,1%-a preferálta a készpénzes fizetést. Hitelkártyás és bankkártyás fizetést

a válaszadók 20%-a választotta, míg a mobilalkalmazáson keresztül való fizetést a válaszadók 6,7%, végül az átutalásos fizetést a kitöltők 2,2%-a jelölte meg.

A koronavírus megjelenésével a készpénzes fizetés mértéke csökkent, azonban még mindig ennek az értéke volt a legmagasabb, 41,9%-al. A hitelkártyás és bankkártyás fizetés mértéke nőtt, a válaszadók 30,9%-a preferálta ezt a fizetési módot a koronavírus kitörése alatt. A mobilalkalmazáson keresztül fizető válaszadók száma is nőtt, 14% fizetett a járvány időszak alatt ezzel a móddal. Az átutalást preferálók száma is a hatszorosára nőtt, a kitöltők 13,2%-a választotta ezt a módot.

4.2. A kor és a koronavírusról való félelem közötti kapcsolat

A kutatásból kiderült, hogy a válaszadók kora és a koronavírusról való félelem mértéke között kapcsolat van. A már előzőleg bemutatott skálás kérdésből, melyben azt vizsgáltam, hogy a kitöltők mennyire féltek a koronavírusról 1-től 5-ös skálán, kiderül, hogy a koronavírusról való félelem és az életkor között szignifikáns kapcsolat van, tehát van az egyes korcsoportok között igazolt eltérés a koronavírusról való félelem alapján. A szignifikáns eredmény: $p=0,048$. Az adatok alapos vizsgálata során jól megfigyelhető, hogy az egyes korosztályok és a félelem mértéke között összefüggés van, ugyanis minél idősebb volt az adott kérdőív kitöltője, annál jobban tartott a vírustól. A 18 és 29 év közöttiek tartottak tőle a legkevésbé, míg az 50 és 64 év közöttiek, illetve a 64 év felettiekre volt a legjobban jellemző a félelem. (3. táblázat)

3. táblázat: A kor és a koronavírusról való félelem közötti kapcsolat

Kor	N	Átlag	Szórás
18-29	73	2,19	1,151
30-39	44	2,64	1,448
40-49	21	2,19	1,537
50-64	11	3,18	1,662
64 felett	4	3,50	1,915

Forrás: Saját szerkesztés

4.3. A kor és az óvintézkedések betartása közötti kapcsolat

A kutatásom kiértékelést követően arra voltam kíváncsi, hogy az egyes, kormány által bevezetett óvintézkedések, azok betartása illetve a különböző életkorok között milyen összefüggés vizsgálható meg. Erre irányult egy, már előzőleg bemutatott kérdésem is, melyben fel voltak sorolva a különböző óvintézkedések, és a válaszadók feladata az volt, hogy bejelöljék melyeket tartották be a vírus helyzet alatt. Több válasz is lehetséges volt. Összevetve a különböző életkorokkal az eredmények így alakultak:

A kérdőív elemzés során kiderült, hogy a válaszadók 6,3%-a egyik óvintézkedést sem tartotta be. A kitöltés szempontjából a maszkhasználat meghatározó volt, mivel annak használata kötelező volt a koronavírus megjelenése során. A 18-29 év közöttiek 44,6%-a viselte rendszeresen a maszkot. A 30-39 év közöttieknél ez az érték 46,1% volt, míg a 40-49 év közöttiek 36,8%-a, és az 50-64 év közöttiek 25%-ára volt jellemző a maszkhasználat. Mint már előzőleg is említettem a 64 év felettiek alacsony kitöltésszáma miatt az adatok nem relevánsak ebben a korcsoportban, azonban az összehasonlítás szempontjából meghatározóak a válaszaik: 25%-a a 64 év felettieknek választotta a maszkviselést, mint óvintézkedést a kérdőív kitöltésekor. (4. táblázat)

A korcsoportok és a különböző óvintézkedések betartásának összevetése során tehát a következők állapíthatók meg: a kötelező maszkviselés fontossága az életkor

növekedésével csökken, kevesebben tartják be ezt az óvintézkedést. Az életkor növekedésével azoknak a százaléka is nő, akik nem tartottak be egyetlen egy óvintézkedést sem. Ennek több oka is lehet: a vírus megjelenésével a családtagok, a fiatalok, szomszédok, barátok és erre a célra szerveződő csapatok összefogtak az idősebbek védelme érdekében. Elmentek bevásárolni helyettük, megvásárolták, amire szükségük volt, elintézték nekik minden lehetséges dolgot, ezzel segítve őket, hogy ne kelljen elhagyniuk az otthonukat, ezzel veszélyeztetve saját épségüket.

Azonban a maszkviselés és a távolságtartás minden ember számára kötelező óvintézkedés volt, a vírushelyzet alatt ezeket az intézkedéseket be kellett volna tartaniuk. Az összes kitöltő számát tekintve (N=153) 7,2%-a a válaszadóknak nem tartotta be egyik óvintézkedést sem.

4. táblázat: Óvintézkedések betartása korcsoportok szerint, %

Óvintézkedések	Életkor				
	18-29	30-39	40-49	50-64	64 felett
Távolságtartás	24,8	28,9	31,6	18,8	25
Maszkviselés	44,6	46,1	36,8	25	25
Kesztyűviselés	7,4	5,2	7,9	18,8	12,5
Kézfertőtlenítés	19,8	15,8	21,1	31,3	12,5
Egyik óvintézkedés sem lett betartva	3,3	3,9	2,6	6,3	25

Forrás: Saját szerkesztés kérdőív adatai alapján

4.4. A házhozzállítási szolgáltatások igénybevételének megoszlása lakóhely szerint

A felmérésben kitértem arra is, hogy a válaszadók mennyire preferálták a házhozzállítási lehetőségeket a kialakult vírushelyzet alatt. Ezt a kérdést a 4.1-es fejezetben részletesebben be is mutattam. A kiértékelés során megfigyeltem a kitöltők lakóhelyeit és azokat a válaszadókat, akik igénybe vettek már házhozzállítási szolgáltatást a vírus ideje alatt.

Az eredmény így alakult: A fővárosban élők közül 23-an vették igénybe és 8-an nem próbálták még a házhozszállítási szolgáltatásokat. Eszerint a fővárosban élők 74,2%-a vett igénybe házhozszállítási szolgáltatást. A városban élő kitöltők közül 34-en már használták, míg 50-en nem vették még igénybe az egyes hipermarketek vagy szupermarketek házhozszállítási lehetőségét. Tehát a városiak kevesebb, mint a fele, 40,5-a igényelte már ezt a szolgáltatást. A községben élők közül 8-an igénybe vették és 10-en nem vették igénybe még ezt a szolgáltatást, tehát 44,4%-a alkalmazta a községben élőknek a házhozszállítási funkciót. A falusiak közül 9-en már igénybe vették, 11-en még nem alkalmazták ezt a módszert, eszerint a faluban élők 45%-a szintén használta már ezt a megoldást. (5. táblázat)

A válaszokból kiderül, hogy a fővárosban élő válaszadók használták már az egyes hipermarketek vagy szupermarketek által kínált házhozszállítási funkciót a legnagyobb százalékban.

Ennek több oka is lehet, ide tartozhat például a fejlettebb infrastruktúra, és az is, hogy a fővárosban élők több lehetőség közül is tudnak választani, az információ áramlás is gyorsabb, a technológia is fejlettebb, mint például egy faluban.

5. táblázat: A házhozszállítási szolgáltatások igénybevételének megoszlása lakóhely szerint

Igénybe vette (fő)		Nem vette igénybe (fő)	Igénybe vette (%)
Főváros	23	8	74,2
Város	34	50	40,5
Község	8	10	44,4
Falu	9	11	45,0

Forrás: Saját szerkesztés kérdőív adatai alapján

4.5. Preferált fizetési módok online vásárlás során

A 4.1. fejezetben említettek szerint a válaszadók készpénzzel történő fizetése még a koronavírus ideje alatt is meghatározó volt, ugyan csökkent a használatának a mértéke. Ennek több oka is lehet, ide tartozhatnak a 2. fejezetben taglalt okok: a válaszadók úgy gondolhatják, hogy a pénzük nagyobb biztonságban van készpénzben, mintha bankban tartanák azokat, illetve azt hiszik, hogy az emberek 10 év múlva még készpénzt fognak használni. A kérdőív kiértékelése során megfigyelhető volt, hogy az online vásárlások fizetési módja és a lakóhely között összefüggés van. A vizsgálat során szignifikáns eredményt kaptam, melynek értéke $p=0,048$. A megkérdezettek válaszai a következőképp alakultak: Készpénzzel fizettek a fővárosban élők több mint fele, 51,7%-a. Minél kisebb területű és kevesebb lélekszámú lakóhelyről beszélünk, ez az érték csak nőtt. Azon kitöltők közül, akik már vásároltak online, a falusiak 82,4%-a fizetett készpénzzel. Hitelkártyával vagy bankkártyával a városban élők 35,3%-a fizetett. A falusiaknál ez az érték a legkisebb, 12,2%-a fizet a falusiak közül hitel- vagy bankkártyával az online vásárlások során. Átutalással a fővárosiak 6,9%-a fizet, és a mobilalkalmazáson keresztül történő fizetést a fővárosban élők 13,8%-a preferálja.

6. táblázat: Fizetési módok preferálása az online vásárlásokat követően lakóhely szerint, %, n=153

Lakóhely	Fizetési mód			
	Készpénzes	Hitel/Bankkártya	Utalás	Mobilalkalmazás
Főváros	51,7	27,6	6,9	13,8
Város	58,8	35,3	1,4	4,5
Község	66,7	26,7	0	6,6
Falu	82,4	12,2	0	5,4

Forrás: Saját szerkesztés kérdőíves adatok alapján

5. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

5.1 Primer kutatásból levonható következtetések

A primer információk vizsgálatából kiderül, hogy a koronavírus jelentős hatással bírt a vásárlók gondolataira és cselekvésére is. A járvány lassítása érdekében bevezetett korlátozó intézkedések még inkább egy fajta feszültséget keltettek az emberekben. Ennek köszönhetően pánikvásárlásokba kezdtek a vásárlók, így a kereskedelem nem tudta elég gyorsan pótolni a termékeket, ennek következtében kellett korlátozni egyes fogyasztási cikkek megvásárolható mennyiségét. A korlátozó intézkedéseket a legtöbben betartották, sőt egyesek olyan intézkedéseket is betartottak, amelyek nem voltak kötelezőek: gyakran fertőtlenítettek kezet, a megvásárolt termékeket otthon, a vásárlást követően lefertőtlenítették, illetve ide tartozhat az is, hogy gyakrabban vásároltak tisztító- és fertőtlenítőszereket az emberek és gyakrabban használták azokat az otthonukban, esetleg a munkahelyükön. A vírus megjelenésének következtében az e-kereskedelem aranykorát élte, nagyon sokan preferálták ezt a vásárlási módszert ebben az időszakban. Az egyes hipermarketek és szupermarketek ehhez próbáltak berendezkedni szintén, ugyanis a legismertebb üzletekből is lehet már élelmiszert online vásárolni. A kérdőívem kiértékeléséből kiderült, hogy a legismertebb üzleteknek e szolgáltatásai még csak kezdetlegesek, kevesebben veszik igénybe jelenleg, hiába tartottak a vírustól a bevásárlás idején többen is, az emberek bizalmatlanok még ezen a téren. A Tesco élelmiszer házhozszállítás funkciója a legismertebb és legelterjedtebb, a SPAR, Aldi és Auchan szolgáltatásai még kevésbé ismertek. Utóbbinál fontos tényező az is, hogy legfőképp ismerősök töltötték ki a kérdőívem, így leginkább kaposvári és környékbeli válaszadóim voltak, és Auchan jelenleg még nincs Kaposváron és a környékén. A kutatásból szintén kiderül, hogy a válaszadók többsége még mindig a készpénzes fizetést preferálja, ezen a vírushelyzet idején sokat hangoztatott érintésmentes fizetés sem segített. Ez azért fontos, mert a felmérés során kiderült, hogy az emberek gyakrabban vásároltak akár online, akár üzletben, az egy bevásárlás során költött pénzmennyiség is több volt, mint a koronavírus megjelenése előtt, és a megvásárolt termékeket az emberek többsége még mindig készpénzzel fizette ki, a veszélyhelyzet kihirdetését követően is.

5.2. Javaslatok a kapott eredmények hasznosítására

A vizsgálat során a kapott válaszokból megfigyelhető, hogy a vásárlók egy bevásárlás alatt többet költöttek a koronavírus megjelenésekor, mint előtte. Sokan több héttel előre is bevásároltak, esetleg olyan terméket is megvásároltak, amelyre nincs is szükségük. A pénzügyi tudatosság fontos tényező az emberek életében, különösen ilyen váratlan helyzetekben. Emiatt fontosnak tartom a pénzügyi tudatosság megjelenítését az oktatásban, úgy gondolom, hogy a pénzügyi tudatosságot már egészen kis korban el kéne kezdeni tanítani a gyerekeknek.

Az is megfigyelhető, hogy a kisebb városokban, falvakban élők számára az élelmiszer házhozszállítás még nagyon kezdetleges, új dolog, míg a fővárosban már gyakrabban használják ezt a módszert. Ezért fontosabb lenne ezeken a környékeken is népszerűsíteni a házhozszállítást és az online vásárlás lehetőségét is. Emellett kiderült, hogy a megemlített házhozszállítási szolgáltatások között nagy különbségek vannak, emiatt is választják legtöbben a Tesco szolgáltatását. A Spar, Aldi, Auchan szolgáltatásai fejlesztésre szorulnak, ugyanis egyes üzletek csak non-food termékeket szállít ki, az élelmiszereket csak az üzletben lehet átvenni online vásárlást követően, illetve több helyre nem szállítanak, leginkább a nagyobb városokban lehet csak igénybe venni a szolgáltatásukat. Ezzel szemben a Tesco kiszállítása rugalmas, az élelmiszereket is házhoz viszik, az online felületük alapos, minden információ megtalálható rajta, ami segítheti a vásárlás kimenetelét és az erre létrehozott applikáció is előnyt jelent számukra.

6. ÖSSZEFOGLALÁS

Szakdolgozatomban a koronavírus vásárlási szokásokra gyakorolt hatását mutattam be részletesen.

Az első témakör, amivel foglalkoztam a korlátozó intézkedésekre illetve azok betartására fókuszált. Emellett a válaszadók gondolataira voltam kíváncsi, azt mértem fel hogyan érezték magukat a vásárlás megkezdése előtt, és milyen óvintézkedéseket tartottak be a vírus elkerülése érdekében. Ezt követően a vásárlási szokások változását szerettem volna megvizsgálni. Azt akartam felmérni, hogy hogyan és milyen mértékben változtak a vásárlási szokások a vírus megjelenésének hatására. Ezután két időszakot hasonlítottam össze: azt mértem fel, hogy a koronavírus előtt és alatt hogyan változott a vásárlók egy vásárlás alatt átlagosan költött pénzmennyisége. Majd a házhozszállítási lehetőségek lehetőségeit kutattam, a válaszadók véleményét kérdeztem, arra voltam kíváncsi, hogy aki már próbálta valamely hipermarket vagy szupermarket e szolgáltatását, mennyire volt vele megelégedve. Végül kitértem a vírus alatt az egyik meghatározó vásárlási formára: az online vásárlásra. Azt akartam megvizsgálni a válaszadók körében, hogy szerintük mennyire elterjedt az online vásárlás, illetve hogyan változtak ezen a téren a vásárlási szokásaik: mennyi volt az egy vásárlás során átlagosan elköltött pénzmennyiség a vírus megjelenése előtt és után, illetve milyen fizetési módot preferáltak a válaszadók a vásárlások során.

Fontosnak tartottam a téma kiértékelését, ugyanis olyan világjárvány tört ki 2019-ben, amelyre példa ilyen formában még nem volt, azonban nagy hatással volt az emberek gondolataira, cselekedeteire és emellett a kereskedelmet is nagymértékben befolyásolta és alakította.

IRODALOMJEGYZÉK

- Brückner, G. (2020. május 11.). *Index*. Forrás: A magyar gyógyszeriparnak lökést adhat a járvány utáni új világ: https://index.hu/gazdasag/2020/05/11/a_magyar_gyogyszeriparnak_lokest_adhat_a_jarvany_utani_uj_vilag/
- Deák, V., Nemeckó, I., Végső, T., & Bódi-Schubert, A. (2021). *A koronavírus-járvány hatása a magyarországi pénzforgalomra 2020-ban*. Forrás: Magyar Nemzeti Bank: <https://www.mnb.hu/letoltes/a-koronavirus-jarvany-hatasa-a-magyarorszag-penzforgalomra-2020-ban.pdf>
- Ferencz, Z. (2021). *Sérülékeny csoportok Covid percepciói*.
- Fokasz, N., Kiss, Z., & Vajda, J. (2020). *Koronavírus idején*. Budapest: Replika Alapítvány.
- Földes, A. (2021). *A fogyasztói szokások változása a koronavírus járvány idején*. Budapest: Ipsos.
- Igazságügyi Minisztérium. (2020. 11. 3.). *Nemzeti Jogszabálytár*. Forrás: 479/2020. (XI. 3.) Korm. rendelet: <https://njt.hu/jogszabaly/2020-479-20-22.1#AC6C>
- Index. (2020. május 8.). *Index*. Forrás: Jelentősen nőtt a Richter árbevétele: https://index.hu/gazdasag/2020/05/08/jelentosen_nott_a_richter_arbevetele/
- KSH. (2021). *Központi Statisztikai Hivatal*. Forrás: Helyzetkép a turizmus, vendéglátás ágazatról, 2020: https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/2020/helyzetkep_turizmus_2020.pdf
- Lajó, A., Jakovác, K., & Dávid, G. (2021). *A járványhelyzettel összefüggő gazdaságvédelmi akcióterv munkaerőpiacra gyakorolt hatásai*. Budapest: Állami Számvevőszék.
- Miniszterelnöki Kabinetiroda. (2020.). *Tájékoztató oldal a koronavírusról*. Forrás: <https://koronavirus.gov.hu/virusrol>
- Nagy, E. (2020). Világrend-váltás a koronavírus-járvány árnyékában. *Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek*, 26-27.

- Nagy, K., & Keller, V. (2017). *90 MÁSODPERC AVAGY AZ ONLINE VÁSÁRLÁS A JÖVŐ?!* Forrás:
https://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/kautzkiadvany2017/Nagy_Keller_Kautz_2017.pdf
- Németh , P., Lázár, E., Szűcs, K., & Törőcsik, M. (2020). *Vásárlási szokások változása a koronavírus okozta járványhelyzet hatására- az online vásárlási magatartás vizsgálata.*
- Perger, J., Péterfi, C., & Ardelean, A. (2020. 04 26.). *Kényszerpihenő helyett túlórák – Avagy kik a COVID-19 nyertesei.* Forrás:
https://www.pwc.com/hu/hu/kiadvanyok/assets/pdf/Kenyserpiheno_helyett_tulorak_avagy_kik_a_COVID-19_nyertesei.pdf
- Sikos, T. T., Papp, V., & Kovács András. (2021.). A hazai vásárlói magatartás változása a COVID-19-járvány első hullámában. *Területi statisztika*, 141-145.
- Uzzoli, A., Kovács, Z. S., Páger, B., & Szabó, T. (2021.). A hazai COVID–19-járványhullámok területi különbségei. *Területi Statisztika*, 299-304.
- Végső, T., Belházy, I. Á., & Bódi-Schrubert, A. (2018). Készpénz vagy kártya? A magyar lakosság fizetési szokásainak feltáró elemzése. *Pénzügyi Szemle*, 460-463.

NYILATKOZAT

Alulírott Sinka Diána Kitty, a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Kaposvári Campus nappali/levelező tagozat végzős hallgatója nyilatkozom, hogy a diplomadolgozat saját munkám, melynek elkészítése során a felhasznált irodalmat korrekt módon, a jogi és etikai szabályok betartásával kezeltem. Hozzájárulok ahhoz, hogy Záródolgozatom/Szakdolgozatom/ Diplomadolgozatom egyoldalas összefoglalója felkerüljön az egyetem honlapjára és, hogy a digitális verzióban (pdf formátumban) leadott dolgozatom elérhető legyen a témát vezető Tanszéken/Intézetben, illetve az Egyetem központi nyilvántartásában, a jogi és etikai szabályok teljes körű betartása mellett.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz:

igen nem

Kelt:2022év11hó08nap


Hallgató

NYILATKOZAT

A dolgozat készítőjének konzulense nyilatkozom arról, hogy a Záródolgozatot/Szakdolgozatot/ Diplomadolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A Záródolgozatot/Szakdolgozatot/Diplomadolgozatot záróvizsgán történő védelemre javaslom/nem javaslom*.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem*

Kelt: 2022 év 11 hó 8 nap


Belső konzulens