

MAGYAR AGRÁR- ÉS ÉLETTUDOMÁNYI EGYETEM

KAPOSVÁRI CAMPUS

AGRÁR- ÉS ÉLELMISZERGAZDASÁGI INTÉZET

KERESKEDELEM ÉS MARKETING TANSZÉK

Készítette:

KALMÁR KATA

**AZ OKOSESZKÖZÖK HASZNÁLATÁNAK MOTIVÁLÁSA A
FENNTARTHATÓSÁG ÉRDEKÉBEN**

Konzulens:

Dr. Bence-Kiss Krisztina

Egyetemi adjunktus

Szakfelelős:

Dr. Szendrő Katalin

Egyetemi docens

2023.

Tartalmi kivonat

A dolgozatom témája az okos eszközök szerepe a fenntarthatóságban és a fogyasztók magatartása ezzel kapcsolatban.

Problémafelvetésként azt fogalmaztam meg, hogy a fogyasztók, annak ellenére, hogy külön-külön foglalkoznak a fenntarthatósággal és az okos eszközökkel, nem gondolnak megoldásként az okos eszközökre a környezeti problémákra. Az elsődleges célom ezért, hogy megvizsgáljam a fogyasztók magatartását a témát illetően, hogy előre jelezhetően milyen módon alakulhat az okos eszközök piaca a fenntartható megoldásokat tekintve, illetve mivel lehetne motiválni a fogyasztókat, hogy a fenntarthatóság jegyében több okos eszközt vásároljanak.

A primer kutatásom online kérdőíves megkérdezés formájában végeztem el. A kérdéseket három csoportba kategorizáltam: a fenntarthatósággal kapcsolatos, az okos eszközökkel kapcsolatos és az okos eszköz reklámokkal, az okos eszköz vásárlásra ösztönzéssel kapcsolatos kérdések. Minden kategóriában többféle kérdést tettem fel, ahol egy választ jelölhettek, ahol több választ is jelölhettek és skálás kérdést is. Az első kettő részben 1-5-ig skálán jelölhették válaszaikat, a reklámok motiváló értékelésénél, viszont 1-10-es skálát alkalmaztam. A kérdőívet a háttérváltozó kérdésekkel zártam, ahol kérdeztem a válaszadók neméről, koráról, lakhatásáról és jövedelméről. A kérdőívvel gyűjtött adatok elemzésére használtam százalékos eloszlást, átlagot, szórást, relatív szórás, és keresztábra-elemzést. A kérdőívet végül 103 fő töltötte ki.

A kérdőív kitöltők válaszai alapján megállapíthatók a következők: a fogyasztók jelentős többsége (92%) foglalkozik a fenntarthatósággal és a tetteikkel és hozzájárulnak, hogy környezet védéséhez. Okos eszközöket szinte mindenki használ (99%) és ezek közül mindenkinek van okos telefonja. Sokféle terméket, sokféle márkától használnak a fogyasztók, minden korosztályból. Az okos eszközeiket a válaszadók 71%-a használja fenntartható módon is. A leginkább ez a téma a 36-45 éves korosztályt érdekli, nekik van megfelelő keresetük és hajlandóságuk az okos eszközök vásárlására és törődnek a környezetükkel is.

A válaszadókat leginkább az olyan reklámok motiválják az okos eszközök vásárlására, ami

- videó formátumú,
- fenntarthatóságot megjeleníti,
- esztétikus képvilágú,
- tartalmazza az eszközök tulajdonságait és használatát,
- interaktív és személyre szóló.

Ami legjobban tudja motiválni a fogyasztókat arra, hogy okos eszközöket vásároljanak, akár fenntartható használatra, az az árengedmények. A válaszok alapján a legtöbben a termék tulajdonságai és ára alapján döntenek el, hogy melyik okos eszközt választják.

Következtetésképpen, ahhoz, hogy a fenntarthatóságot az okos eszközök használatával próbáljuk népszerűsíteni és megkönnyíteni, a 36 év feletti fogyasztókat kell megfogni, akik szeretnék tanulni ezekről, az okos eszköz megoldásokról. Olyan reklámot kell alkalmazni, ami egy közösségi médián kifejezetten az érdeklődési körük miatt jelenik meg számukra,

tartalmazzák a termékek tulajdonságait, energia fogyasztását, fenntartható használati módjait és esztétikusan ábrázolja mind ezt. Ezenkívül lehetőségük legyen árkedvezményrel megvásárolniuk a terméket.