

Válságok és fogyasztás – szakértői véleményezés szerint

Crises and consumption - expert opinions

BÁLINT ALEXANDRA

PhD hallgató, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, balint.alexandra@ktk.pte.hu

TÖRÖCSIK MÁRIA

Professor Emerita, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, torocsik.maria@ktk.pte.hu

Absztrakt

A fogyasztói magatartás vizsgálata kiemelt figyelmet kap a marketingkutatások területén. Az elmúlt évek válságos időszaka nyomot hagyott a fogyasztáson mind struktúrájában, mind volumenében, ami ismét fókuszba helyezi a fogyasztói viselkedés jobb megértésének igényét. Jelen kutatás azt vizsgálja, hogy Magyarországon a rendszerváltás óta milyen válságidőszakokat lehet beazonosítani, amelyek már komoly mértékben hatottak a fogyasztókra, valamint, hogy a válságok során megjelenő megküzdési stratégiákban felismerhetünk-e mintázatokat. A mintázatok felismerése komoly segítség a marketingmunka tervezéséhez, azért, hogy a márkák, vállalatok recessziós időszakban se veszítsenek piaci pozíciójukból. A kutatási téma mélyebb megértéshez szakértői mélyinterjúkat készítettünk, melyek eredményei azt mutatják, hogy a fogyasztói magatartás szempontjából jól körülhatárolható válságok különíthetők el, valamint, hogy a megküzdési stratégiákban mintázatokat lehet felfedezni.

Kulcsszavak: válság, fogyasztói magatartás, megküzdési stratégia, szakértői mélyinterjú

Abstract

The study of consumer behaviour is a major focus of marketing research. The crisis of recent years has left its mark on consumption, both in terms of structure and volume, bringing a renewed focus on a better understanding of consumer behaviour. The present research investigates which crisis periods in Hungary since the change of regime can be identified that have already had a major impact on consumers, and whether patterns can be identified in the coping strategies that emerge during crises. Recognising patterns can be a major help in marketing work to ensure that brands and companies do not lose their market position in times of recession. To gain a deeper understanding of the research topic, we conducted in-depth interviews with experts, the results of which show that there are well-defined crises in terms of consumer behaviour and that patterns can be detected in coping strategies.

Keywords: crisis, consumer behavior, coping strategies, in-depth expert interview

Az absztrakt hivatkozása:

Bálint Alexandra, Töröcsik Mária (2024), *Válságok és fogyasztás – szakértői véleményezés szerint*. In: Szűcs K. - Putzer P. (szerk.), *A (marketing) világ megkettőződése. Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXX. Nemzetközi Konferenciájának Absztrakt- és Tanulmánykötete*. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs. 9. o. ISBN: 978-963-626-318-8, <https://doi.org/10.62561/EMOK-2024>