

Sinkó Balázs (Szegedi Tudományegyetem)

A nyereményjátékok hatása a fogyasztói lojalitásra az FMCG termékek piacán

Kutatásom során egy tudományosan viszonylag ritkán vizsgált aspektusban tanulmányoztam a fogyasztói lojalitást. Az volt a célom, hogy feltárjam, hogyan hatnak a nyereményjátékok, valamint, az összehasonlíthatóság érdekében, támpontként az árengedmények a fogyasztási lojalitásra. Ezeket komplex megközelítés szerint vizsgáltam.

A kutatási kérdésem: hogyan hatnak a nyereményjátékok a fogyasztói lojalitásra a kényelmi termékek piacán? Primer kutatásként egy kvantitatív módszer, az online kérdőíves megkérdezés segítségével vizsgáltam a szakirodalom és az empiria által felállított hipotéziseimet. Ezek alapján a nyereményjátékok pozitívan hatnak a fogyasztói lojalitásra, ugyanakkor másmilyen aspektusban, mint az árengedmények. Míg ez utóbbiak erősebben hatnak külön-külön a lojalitás kritériumokra, addig a nyereményjátékok pozitív hatása leginkább a fogyasztói lojalitást komplex egészként vizsgálva értelmezhető. Ezek szerint a fogyasztók nagyobb valószínűséggel vásárolnak meg egy terméket az árengedmények miatt, viszont kevesebbeknél alakul ki lojalitás. Ezzel szemben kevesebben döntenek nyereményjátékok hatására a vásárlás mellett, de körükben sokkal valószínűbb, hogy kialakul a lojalitás, tehát teljesülni fog mindhárom lojalitási kritérium. Azok körében, akik gyakrabban vesznek részt bolti, vásárláshoz kötött nyereményjátékokban, erősebb a pozitív hatás mind a lojalitás kritériumokra, mind a fogyasztói lojalitás egészére nézve, mint azok körében, akik ennél ritkábban teszik ezt.

Mohácsi Gábor (SZTE Móra Ferenc Szakkollégium)

A fogyasztók magatartása az új pénzügyi termékekkel kapcsolatban – Magyar Állampapír Plusz

Annak ellenére, hogy az elmúlt évtizedben jelentős változásokat tapasztalhattunk a tőkepiacokon, meglepő fordulatoknak is szemtanúi lehettünk a korábbi tendenciákkal összehasonlítva. Erre egy hazánkban jelentős példa volt a Magyar Állampapír Plusz értékpapír megjelenése. Szakdolgozati kutatásom célkitűzése volt annak vizsgálata, hogy a Magyar Állampapír Plusz bevezetése hogyan hatott a lakossági állampapírok vásárlásával kapcsolatos fogyasztói magatartásra.

Empirikus kutatásom célja volt, hogy meghatározzam, hogy a többi értékpapírra, milyen befolyással van a MÁP Plusz megjelenése, és ez mivel magyarázható. Egy összehasonlítással szeretném vizualizálni, hogy egy szintén nagyon kedvező feltételeket kínáló állampapír, a Prémium Magyar Állampapír, és a MÁP Plusz között milyen különbségek vannak.

A konferencia keretein belül szeretném bemutatni szakdolgozati kutatásom eredményeit, és ismertetni az érdekességeit.