



A DUBAI CSOKI, ÉS AMI MÖGÖTTE VAN – FOMO VAGY VALAMI MÁS?

Lendvai Edina

Szegedi Tudományegyetem, Mérnöki Kar, Mérnöki Menedzsment és Ökonómiai Intézet

e-mail: lendvai@mk.u-szeged.hu

ABSZTRAKT

Elmondható: tavaly decemberben a dubai csoki letarolta hazánkat. Mindenki erről beszélt, hiszen napi szinten felmerült a téma, mik azok a titokzatos összetevők, amikből áll, hol lehet kapni, hol vezettek be korlátozásokat, miért fogy el nyitás után 10 perccel, illetve a másik oldal: az se normális, aki ennyi pénzért megveszi. Mi okozta vajon ezt a hatalmas érdeklődést? Tényleg az ún. FOMO (fear of missing out = a kimaradástól való félelem) jelenség miatt lett ilyen népszerű? A kutatásom során röviden bemutatom a csokoládé történetét, létrejöttét, hirtelen jött népszerűségét. Ismertetem a FOMO jelenséget, példákkal illusztrálva. Ezen túl a legnépszerűbb hazai közösségi alkalmazás, a Facebook segítségével online kutatást végzek, ami alapján igyekszem fényt deríteni a fenti kérdésekre, és mindkét oldal véleményét alaposan körbejárom.