

Miért (nem) vásárolunk Apple-t?
Márkaválasztás a személyiség tükrében

Mellékletek

1. melléklet: Mélyinterjú-vezérfonal

Bevezető kérdések:

1. Fontosnak tartod a márkákat? (Ha igen, miért? Ha nem, miért nem?)
2. Mit gondolsz, az, hogy valaki használ egy adott márkát, az elmond valamit a használójáról? (Ha igen, miért? Ha nem, miért nem?)

Márkahasználattal kapcsolatos kérdések:

3. Fontos az számodra, hogy mások által elismert márkákat vásárolj? (Ha igen, miért? Ha nem, miért nem?)
4. Vannak olyan emberek, csoportok, akiknek vásárlási szokásai befolyásolják a te vásárlási döntéseidet? (Ha igen, miért? Ha nem, miért nem?)
5. Szerinted miért van az, hogy vannak olyan emberek, akik nagyon ragaszkodnak egy adott márkához?

Apple márka használatával kapcsolatos kérdés:

6. Van Apple márkájú terméked?

Ha nemmel válaszol a megkérdezett:

Apple márkával kapcsolatos kérdések:

7. Milyen márkájú műszaki termékeket használasz?
8. Következő ilyen termékkategóriájú vásárlásod során szeretnél Apple terméket vásárolni? (Ha igen, miért? Ha nem, miért nem?)
9. Mi a véleményed az Apple termékeiről és szolgáltatásairól?
10. Mi a véleményed magáról a márkáról? (Mi az, amit képvisel, számodra mit fejez ki ez a márka.)
11. Szerinted azok az emberek, akik ezt a terméket használják, ragaszkodnak hozzá? (Ha igen miért? Ha nem, miért nem?)
12. A közvetlen környezetben (család, barátok) vannak olyanok, akik Apple-t használnak? Az ő véleményük mennyire befolyásolja a márkáról kialakult képed?
13. Ha az Apple egy személy lenne, hogyan képzelned el?
14. Szerinted ezt a terméket egy bizonyos gondolkodásmódú/életstílusú/személyiségű emberek vásárolják? (Ha igen, milyen gondolkodásmódúak/életstílusúak/személyiségűek? Ha nem, miért gondoldod úgy, hogy nem lehet őket bekegategorizálni?)

Értékekkel, motivációval kapcsolatos kérdés:

15. Hogyan képzeled el az életed 10 év múlva, ha minden a lehető legideálisabban alakul?

Ha igennel válaszol a megkérdezett:

Apple márkával kapcsolatos kérdések:

7. Milyen termék(ek)? Mikor vásároltad az elsőt? Mennyire vagy elégedett vele/velük?
8. Ezen a márkán kívül még milyen márkájú műszaki termékeid vannak?
9. Következő vásárlásaid során is ezt a márkát fogod preferálni? (Ha igen, miért? Ha nem, miért nem?)
10. Mi a véleményed az Apple termékeiről és szolgáltatásairól?
11. Mi a véleményed magáról a márkáról? (Mi az, amit képvisel, számodra mit fejez ki ez a márka.)
12. Amikor megvetted az első Apple terméket, mennyire befolyásolt közvetlen környezeted (család, barátok) véleménye?
13. Mennyire ragaszkodsz a márkához? Mit gondolsz, a ragaszkodás fokát mi befolyásolja?
14. Ha az Apple személy lenne, hogy képzelned el?
15. Szerinted ezt a terméket egy bizonyos gondolkodásmódú/életstílusú/személyiségű emberek vásárolják? (Ha igen, milyen gondolkodásmódúak/életstílusúak/személyiségűek? Ha nem, miért gondoldod úgy, hogy nem lehet őket bekezelni?)

Értékekkel, motivációval kapcsolatos kérdés:

16. Hogyan képzeled el az életed 10 év múlva, ha minden a lehető legideálisabban alakul?

2. melléklet: Mélyinterjú-jegyzőkönyvek

1. Mélyinterjú

A válaszadó 25 éves férfi, egyetemi hallgató.

1. Fontosnak tartod a márkákat?

Válaszadó: Igen, mert kifejezi egy adott társadalmi szinthez tartozást, és ezáltal az anyagi helyzetet. Ezen felül az adott személy ízlését is meg lehet állapítani, illetve az első benyomások is részben ezekből születnek.

2. Mit gondolsz, az, hogy valaki használ egy adott márkát, az elmond valamit a használójáról?

Válaszadó: igen, mindenképp, nagy vonalakban el lehet helyezni az adott személyt, az őt övező márkák alapján társadalmilag, anyagilag, munkahelyi státuszát, és személyiségét illetően.

3. Fontos az számodra, hogy mások által elismert márkákat vásárolj?

Válaszadó: Igen, mert a legtöbb ember az első benyomás alapján ítél, és a legelső dolgok között (amikkel kifejezzük önmagunkat), vannak a márkák is.

4. Vannak olyan emberek, csoportok, akiknek vásárlási szokásai befolyásolják a te vásárlási döntéseidet?

Válaszadó: Nem, mert meg vagyok elégedve a saját vásárlási szokásaimmal, márkáimmal, melyek tükrözik azt, amilyen vagyok.

5. Szerinted miért van az, hogy vannak olyan emberek, akik nagyon ragaszkodnak egy adott márkához?

Válaszadó: Ennek több oka lehet: van akit a munkahelyi beosztása köt, van aki ezzel szeretné tükrözni anyagi helyzetét, van akinek bevált egy-egy márká, és nem akar váltani.

6. Van Apple márkájú terméked?

Válaszadó: Nincs.

7. Milyen márkájú műszaki termékeket használsz?

Válaszadó: Samsung

8. Következő ilyen termékkategóriájú vásárlásod során szeretnél Apple terméket vásárolni?

Válaszadó: Nem szeretnék, mert „zártkörűnek” és korlátozottnak tartom az Apple termékeket. Például: csak iTunesról lehet bármit is Apple eszközre tölteni, vagy egy iPhone telefon nem tud bluetooth-on egy másik márkájú telefonnal kommunikálni.

9. Mi a véleményed az Apple termékeiről és szolgáltatásairól?

Válaszadó: Stabil iOS rendszer, mert csak ezt az egyet fejlesztik és csak Apple termékekre, így a legapróbb hibákat is ki tudják javítani. Ha valakinek mindene Apple, akkor megkönnyítik az életét - de ehhez sok pénz kell. Biztonsági védelmük kiemelkedő a más márkájú okostelefonok és táblagépekhez képest.

10. Mi a véleményed magáról a márkáról?

Válaszadó: Státuszszimbólum, társadalmi hova tartozást fejez ki, és manapság presztízskérdéssé vált.

11. Szerinted azok az emberek, akik ezt a terméket használják, ragaszkodnak hozzá?

Válaszadó: Igen, ragaszkodnak. Csak az Apple terméket használók benyomásaiából és a hallottakból tudok következni: van, aki ezáltal többnek érzi magát, van, aki azt gondolja, ezáltal tovább növeli presztízst, van, akit csak pszichológiailag ragad magával.

12. A közvetlen környezetben (család, barátok) vannak olyanok, akik Apple-t használnak? Az ő véleményük mennyire befolyásolja a márkáról kialakult képed?

Válaszadó: Igen, vannak, de nem befolyásolják a véleményem.

13. Ha az Apple egy személy lenne, hogyan képzelnéd el?

Válaszadó: Jóképű férfi, 35 év körüli, pénzügyekkel foglalkozó, öltönyös, igényes megjelenésű, közép magas beosztású, az átlagnál magasabb jövedelemmel (350 000 - 400 000 Ft). Külsőre Steve Jobs.

14. Szerinted ezt a terméket egy bizonyos gondolkodásmódú/életstílusú/személyiségű emberek vásárolják?

Válaszadó: Nem egy bizonyos gondolkodásmódú, életstílusú, személyiségű emberek vásárolják. Ma már a különböző lehetőségeknek köszönhetően az Apple-t használók rétege kiszélesedett.

15. Hogyan képzeld el az életed 10 év múlva, ha minden a lehető legideálisabban alakul?

Válaszadó: Egy nagyvállalatnál dolgozok, melynél olyan pozíciót töltök be, ami szakmailag több területet ölel fel, és kellőképp bedolgoztam magam. Lakóhely és

munkahely is Győrben vagy Ausztriában, kertes családi ház feleségemmel és a gyerekekkel.

2. mélyinterjú

A válaszadó 22 éves nő, egyetemi hallgató.

1. Fontosnak tartod a márkákat?

Válaszadó: Igen, de terméktől függ, a márkás cuccok általában egy adott minőséget, stílust takarnak, meghatározható vele az egyéniség, ahogy ezeket a márkákat kombináljuk „magunkon”. A márkák alapján egy üzenet terjed rólunk, ami viszont nem feltétlen eshet egybe a valós személyiségünkkel.

2. Mit gondolsz, az, hogy valaki használ egy adott márkát, az elmond valamit a használójáról?

Válaszadó: Igen, ez alapján lejön az emberről egy kép, látni lehet a társadalmi státuszát, stílusát, életének egy meghatározó szakaszát

3. Fontos az számodra, hogy mások által elismert márkákat vásárolj?

Válaszadó: Jelenleg nem igazán, később, ha már presztízskérdéssé válik, és a munkahelyem, vagy a munkám értékelése múlik ezen, akkor számítani fog. Nem érdekel ebből a szempontból mások véleménye (jelenleg).

4. Vannak olyan emberek, csoportok, akiknek vásárlási szokásai befolyásolják a te vásárlási döntéseidet?

Válaszadó: Hozzám közel álló emberek, akiknek tetszik a stílusa, részben befolyásolja, mert ihletet merítek tőlük a saját öltözködésemhez.

5. Szerinted miért van az, hogy vannak olyan emberek, akik nagyon ragaszkodnak egy adott márkához?

Válaszadó: Egyfelől azért, mert nem csalódtak még a márkában, azáltal ki tudják fejezni magukat, elégedettek az árral és minőséggel, másfelől félhetnek az újítástól, az ismeretlen stílustól, és attól hogy mások majd mit szólnak róluk, ha váltottak márkát.

6. Van Apple márkájú terméked?

Válaszadó: Nincs.

7. Milyen márkájú műszaki termékeket használasz?

Válaszadó: Samsung, Sony, Panasonic, Canon

8. Következő ilyen termékkategóriájú vásárlásod során szeretnél Apple terméket vásárolni?

Válaszadó: Nem, mert nem tudok ezzel a márkával azonosulni.

9. Mi a véleményed az Apple termékeiről és szolgáltatásairól?

Válaszadó: A szolgáltatásokat annyira nem ismerem, de a termékek igen, nagyjából megbízhatóak, bár az okostelefonokat nem hosszú életre tervezik, hanem gyors lecserélésre.

10. Mi a véleményed magáról a márkáról?

Válaszadó: A designja letisztult, de messziről ordít róla, hogy „réteg” cucc, és az már nem is elég jó, akinek nem Apple-je van. Hála a sok amerikai filmnek, sorozatnak, azokon belül a termékelhelyezéseknek, amiről majmolják, hogy ez a jó márka... számomra inkább ellenérzést okoz.

11. Szerinted azok az emberek, akik ezt a terméket használják, ragaszkodnak hozzá?
Válaszadó: Igen, mert ők egy önálló világban élnek, és a baráti társaságukban is olyan emberek
12. A közvetlen környezetben (család, barátok) vannak olyanok, akik Apple-t használnak? Az ő véleményük mennyire befolyásolja a márkáról kialakult képed?
Válaszadó: Igen, vannak. Ők nagyon odavannak érte, és személyiségre nagyon mások hozzám képest, ezért nem adok a véleményükre.
13. Ha az Apple egy személy lenne, hogyan képzelned el?
Válaszadó: 17-22 éves, bulizós, elit helyekre járó, drága piákat rendelő, illetve idősebbnek, felnőttesebbnek látszani akaró, sztárokat majmoló lányos srác.
14. Szerinted ezt a terméket egy bizonyos gondolkodásmodú/életstílusú/személyiségű emberek vásárolják?
Válaszadó: Igen, olyanok, akik a divathullámot követik, erre pénzük is van, a manának élnek, az épp aktuális megjelenésük számít.
15. Hogyan képzeld el az életed 10 év múlva, ha minden a lehető legideálisabban alakul?
Válaszadó: Férj, egy gyerek már talán van, olyan állás, amiben örömem lelem, külvárosi családi ház.

3. mélyinterjú

A válaszadó 22 éves férfi, egyetemi hallgató.

1. Fontosnak tartod a márkákat?
Válaszadó: Igen, azok határozzák meg a társadalomban betöltött szerepet.
2. Mit gondolsz az, hogy valaki használ egy adott márkát, az elmond valamit a használójáról?
Válaszadó: Sokaknak nem jelent semmit egy márka, de vannak, akik tudatosan választanak márkát, az ő körükben fontos, hogy az adott márka termékeit használják, attól függetlenül, hogy kielégítik az adott vágyaikat vagy sem, függetlenül attól, hogy csak menőnek akar látszani, vagy minőségi terméket bocsát ki az adott gyártó.
3. Fontos az számodra, hogy mások által elismert márkákat vásárolj?
Válaszadó: Nem, mert nem akarok másokhoz alkalmazkodni, inkább megteremtem a saját magam stílusát, próbálok nem tömegmárkákat választani, pl. nem Adidasban vagy Nike-ban mászkálok tetőtől talpig.
4. Vannak olyan emberek, csoportok, akiknek vásárlási szokásai befolyásolják a te vásárlási döntéseidet?
Válaszadó: Igen, mert ötleteket gyűjtök, nem akarom ugyanazt lehozni, amit ők, csak tippek gyűjtésére, egyéniség kifejezésére törekszem.
5. Szerinted miért van az, hogy vannak olyan emberek, akik nagyon ragaszkodnak egy adott márkához?
Válaszadó: Jó tapasztalataik vannak vele, hosszú, közös múlt, elfogultság, sok pozitív élményt kelt az emberben a termék használata.
6. Van Apple márkájú terméked?
Válaszadó: Nincs.
7. Milyen márkájú műszaki termékeket használasz?

Válaszadó: HTC telefon, Dell laptop

8. Következő ilyen termékkategóriájú vásárlásod során szeretnél Apple terméket vásárolni?

Válaszadó: Igen, az Androiddal van a legfőbb gondom, az Apple-t megbízhatóbbnak tartom, funkcionális hasznok miatt, gyorsaság, esztétikum, szolgáltatás, ismerőseim, internetes vélemények pozitívsga eddig az ára miatt nem vettem, de most inkább megfizetném, hogy azt teljesítse, amit elvárok tőle.

9. Mi a véleményed az Apple termékeiről és szolgáltatásairól?

Válaszadó: Széles körű szolgáltatásokat nyújt, megbízható, esztétikus, pontosság, jó minőség, egyszerű kezelés, gyorsaság.

10. Mi a véleményed magáról a márkáról?

Válaszadó: Rendkívül jól összerakott, kívülről jól megmenedzselte márka, egyrészt nem látod az összes hirdetőtáblán, interneten, hogy vegyél iPhone-t, jó bornak nem kell cégér, pozitív árkának tartom.

11. Szerinted azok az emberek, akik ezt a terméket használják, ragaszkodnak hozzá?

Válaszadó: Egyértelműen igen, azért, a felhasználók köre megosztott: az egyik kihasználja, azért használja, mert szerintem ez a legjobb a termék a piacon, a másikat csak azért veszik meg, hogy menőnek tartsák, megfeleljen az elvárásoknak, pozitív képet fessen magáról, megfelelési kényszere van.

12. A közvetlen környezetben (család, barátok) vannak olyanok, akik Apple-t használnak? Az ő véleményük mennyire befolyásolja a márkáról kialakult képed?

Válaszadó: Igen, pozitívan befolyásolja, teljes mértékben

13. Ha az Apple egy személy lenne, hogyan képelnéd el?

Válaszadó: Férfi, 40 körüli, kopaszodó, szemüveges, leginkább Steve Jobshoz tudnám kötni a márkát, elegáns, művésziesebb, megjelenésre adó, jó anyagi helyzetű, mondjuk egy igazgató.

14. Szerinted ezt a terméket egy bizonyos gondolkodásmódú/életstílusú/személyiségű emberek vásárolják?

Válaszadó: Igen, fiatalabb, középiskolás, jómódúaktól kezdve nagyobb multinál elhelyezkedő, szociális életet élő, fiatalosabb idősebb korcsoport, aki ad magára, a megjelenésre és a kényelemre, és megengedheti magának, értékrendjük: adnak magukra, a társadalomban szeretnék kihangsúlyozni, hogy ők megengedhetik maguknak azt, h Apple-t használjanak a magyarországi életkörülmények ellenére. Kultúra, szórakozás, munka a legfontosabb számukra, nyitott személyiségek, magabiztosak, extrovertáltak.

15. Hogyan képzeld el az életed 10 év múlva, ha minden a lehető legideálisabban alakul?

Válaszadó: Svájcban élnék, tervezőirodám lenne, 2 gyerek, család.

4. mélyinterjú

A válaszadó 22 éves nő, egyetemi hallgató.

1. Fontosnak tartod a márkákat?

Válaszadó: Bizonyos termékek esetén igen, vannak olyan márkák, amelyek megbízhatóbbnak tartok más márkákkal szemben. Elsősorban műszaki, vagy ruházati

termékek esetében fontosak számomra a márkák, és ezen termékek esetében általában a számomra bevált márkákat preferálok.

2. Mit gondolsz, az, hogy valaki használ egy adott márkát, az elmond valamit a használójáról?

Válaszadó: Bizonyos esetekben igen. Vannak olyan emberek, akik kimondottan azért ragaszkodnak egy bizonyos márkához, mert státuszsimbólumként tekintenek az adott márkára, s úgy gondolják, hogy az által, hogy azt a bizonyos márkát vásárolják kifejezhetik például a felsőbb körökbe való tartozásukat. Én ezt egyébként nem tartom relevánsnak, mert sokan úgy veszik meg ezeket a termékeket, hogy alapvetően nem lenne keretük rá, de csak azért, hogy másokat megtevésszenek, megveszik például drágább márkák termékeit, miközben alapvető dolgokra, például élelmiszerre nem jut sokszor a havai keretükből.

3. Fontos az számodra, hogy mások által elismert márkákat vásárolj?

Válaszadó: Egyáltalán nem. Olyan emberek véleménye nem foglalkoztat, akik nem állnak közel hozzám, a barátaim pedig nem az alapján ítélnék meg, hogy 100000 Ft-ot vagy 10000 Ft-ot költök el például egy cipőre.

4. Vannak olyan emberek, csoportok, akiknek vásárlási szokásai befolyásolják a te vásárlási döntéseidet?

Válaszadó: Olyan termékek esetében igen, ha az adott termékcsoporthoz nem tudok túl sokat. Például egy műszaki termék (laptop, telefon, tablet stb.) vásárlása előtt szeretem kikérni olyan ismerőseim véleményét, akik jobban otthon vannak a műszaki termékek világában, mivel én kevésbé értek ehhez, és sok esetben a termék leírásánál található paraméterekkel sem tudok mit kezdeni.

5. Szerinted miért van az, hogy vannak olyan emberek, akik nagyon ragaszkodnak egy adott márkához?

Válaszadó: Ez egyrészt lehet azért, mert az adott márkával kapcsolatban már van valamilyen pozitív tapasztalatuk, és ezáltal nem érzik szükségesnek, hogy márkát váltsanak, és inkább ragaszkodnak a már jól ismert, bevált márkához, más esetekben pedig a háttérben a már korábban kifejtett okok állhatnak, tehát ha egy márkára státusz szimbólumként tekintenek, és ezért ragaszkodnak hozzá.

6. Van Apple márkájú terméked?

Válaszadó: Nincs.

7. Milyen márkájú műszaki termékeket használasz?

Válaszadó: A laptopom Dell márkájú, amivel nagyon meg vagyok elégedve, a telefonom Sony márkájú, mellyel szintén meg vagyok elégedve. A TV-m márkája Samsung.

8. Következő ilyen termékkategóriájú vásárlásod során szeretnél Apple terméket vásárolni?

Válaszadó: Nem. Új laptop vásárlása esetén maradnék a Dellnél, mert nagyon meg vagyok elégedve vele, és szerintem az egyik legmegbízhatóbb laptop márka, ha pedig mégis váltanék, akkor Sonyt vennék, mert bár az magasabb árkategóriája, de szintén pozitív tapasztalataim vannak vele kapcsolatban. Telefon esetében pedig csak és kizárólag Sony jöhet szóba. Az Apple termékek is jók, de úgy gondolom, hogy

tudásukat tekintve nem tudnak annyival többet, mint amennyivel többbe kerülnek, és csak a szép design miatt nem fogok megvenni egy műszaki terméket sem.

9. Mi a véleményed az Apple termékeiről és szolgáltatásairól?

Válaszadó: Mindenképpen jó termékeknek tartom őket, a legkorszerűbb technológiát alkalmazzák mind a laptopok, mind a telefonok, illetve egyéb termékeik esetében is. Azonban sokszor dupla annyiba kerülnek, mint egy ugyanolyan tudással rendelkező másik termék, és az Apple termékek vásárlója egyértelműen nagyrészt csak a márka miatt fizet olyan sokat, nem a termék korszerűsége miatt.

Az Apple termékeket használó ismerőseim ezen kívül sokat panaszkodnak amiatt, hogy a termékekhez használható alkalmazások nagy része fizetős, és így nem csupán a méregdrága terméket kell megfizetniük, hanem rengeteg alkalmazást is, míg például az Android alapú termékek alkalmazásainak jelentős része ingyenesen letölthető.

10. Mi a véleményed magáról a márkáról?

Válaszadó: Számomra nincs különösebb jelentés értéke a márkának, eléggé semleges vagyok vele kapcsolatban, és csak magamat tudom ismételni, abszolút korszerű és designos, de aránytalanul drága.

11. Szerinted azok az emberek, akik ezt a terméket használják, ragaszkodnak hozzá?

Válaszadó: Ismerőseimből kiindulva igen. Sokan vannak, akik gyakorlatilag fanatikus rajongást táplálnak a márka iránt, amit én nevetségesnek tartok, de ők mindenképpen ragaszkodni fognak szerintem később is az Apple termékekhez.

12. A közvetlen környezetben (család, barátok) vannak olyanok, akik Apple-t használnak? Az ő véleményük mennyire befolyásolja a márkáról kialakult képed?

Válaszadó: Közvetlen környezetemben nem jellemző, inkább csak a csoporttársak között, de az ő véleményük nem befolyásol. Ha a közvetlen környezetben lenne is olyan, aki rajong a márkáért, az sem befolyásolna, mivel nem lennék hajlandó ennyi pénzt kiadni egy olyan termékért, amihez hasonló paraméterekkel rendelkező terméket megkaphatnék fele annyért.

13. Ha az Apple egy személy lenne, hogyan képelnéd el?

Válaszadó: Egy külsejére nagyon odafigyelő, mindig divatos, fiatal lánynak, aki jó anyagi körülmények között él.

14. Szerinted ezt a terméket egy bizonyos gondolkodásmódú/életstílusú/személyiségű emberek vásárolják?

Válaszadó: Nem feltétlenül. Elsősorban nyilván azok használják a terméket, akik jó anyagi körülmények között élnek, rajonganak az angolszász kultúráért, és termékekért, és szeretik a trendi, divatos dolgokat, de szerintem egyre szélesebb réteg próbál Apple terméket használni, nem feltétlenül csak azok, akik alapvetően tényleg megengedhetnék maguknak, vagy igazak rájuk a fent felsorolt jellemzők. Tehát nem, nem csak azonos életstílusú és gondolkodású emberek használják ezt a márkát, szerintem ennyire nem szabad általánosítani egy márka esetében sem.

15. Hogyan képezed el az életed 10 év múlva, ha minden a lehető legideálisabban alakul?

Válaszadó: Most vagyok 22 éves, tehát 10 év múlva 32 leszek, ami azt jelenti, hogy akkorra szeretnék egy biztos állással rendelkezni lehetőleg vagy egy nagyobb cégnél, vagy egy nagy szállodavállalathoz tartozó szállodánál, és reményeim szerint középvezetői pozícióban leszek ekkorra. 32 éves koromra illene férjnél lennem és

gyereket is szülnöm, ez reményeim szerint össze is fog jönni, de ez sajnos nem csak rajtam múlik. Én szeretnék Budapesten maradni, Magyarországon belül máshol nem tudnám elképzelni, ezen kívül csak külföld jöhet szóba, elsősorban az angolszász országok, vagy esetleg Hollandia.

5. mélyinterjú

A válaszadó 21 éves nő, egyetemi hallgató.

1. Fontosnak tartod a márkákat?

Válaszadó: Nem. Nem a márkát, inkább a minőségét tartom fontosnak. Persze van, mikor a kettő egyezik, de ha van egy termék, ami nem márkás jobb minőségű, mint egy márkás akkor inkább a nem márkásat választom.

2. Mit gondolsz, az, hogy valaki használ egy adott márkát, az elmond valamit a használójáról?

Válaszadó: Nem. Bár erre nem lehet egyértelműen igennel vagy nemmel válaszolni, mert úgy gondolom, hogy van olyan réteg, aki ez alapján fejezi ki értékrendjét, de általánosságban úgy gondolom ezt nem lehet elmondani.

3. Fontos az számodra, hogy mások által elismert márkákat vásárolj?

Válaszadó: Nem. Mert ha valaki az alapján ítél meg, hogy milyen márkás dolgaim vannak, annak a véleményére nem vagyok kíváncsi.

4. Vannak olyan emberek, csoportok, akiknek vásárlási szokásai befolyásolják a te vásárlási döntéseidet?

Válaszadó: Nem. A saját megérzéseimre szoktam hallgatni.

5. Szerinted miért van az, hogy vannak olyan emberek, akik nagyon ragaszkodnak egy adott márkához?

Válaszadó: Szerintem azért, mert jó minőségűnek tartják, már megszokták és kockázatosnak találnák a váltást.

6. Van Apple márkájú terméked?

Válaszadó: Nincs.

7. Milyen márkájú műszaki termékeket használasz?

Válaszadó: Főként Samsung

8. Következő ilyen termékkategóriájú vásárlásod során szeretnél Apple terméket vásárolni?

Válaszadó: Nem. Túl drágának tartom és szerintem ár érték arányban nem túl jó.

9. Mi a véleményed az Apple termékeiről és szolgáltatásairól?

Válaszadó: Szerintem a legnagyobb ereje az innovációban van, mindig tudnak újat mutatni.

10. Mi a véleményed magáról a márkáról?

Válaszadó: Szerintem maga a márka egy hatalmas divatjelenség. Itthon még annyira nem is, de például az Egyesült Államokban szinte minden 5. embernek iPhone-ja van. Itthon inkább mondanám egy státusz szimbólumnak. Van olyan ismerősöm, aki azt mondta, hogy azért vett iPhone-t, mert szerinte attól komolyabban veszik az embert egy tárgyalás során akár.

11. Szerinted azok az emberek, akik ezt a terméket használják, ragaszkodnak hozzá?

- Válaszadó: Igen. Mert nem véletlenül adtak ki rá annyi pénzt.
12. A közvetlen környezetben (család, barátok) vannak olyanok, akik Apple-t használnak? Az ő véleményük mennyire befolyásolja a márkáról kialakult képed?
Válaszadó: Van. Egyáltalán nem befolyásolják a véleményem.
13. Ha az Apple egy személy lenne, hogyan képzelned el?
Válaszadó: Férfi, 30-40 év körüli, felsőbb tízezer, gazdag, üzletember. Steve Jobs.
14. Szerinted ezt a terméket egy bizonyos gondolkodásmódú/életstílusú/személyiségű emberek vásárolják?
Válaszadó: Nem. Régebben még jobban be lehetett volna kategorizálni, de mivel most már egyre több embernek van Apple terméke, ezért úgy gondolom, hogy a minta elég heterogén.
15. Hogyan képzeled el az életed 10 év múlva, ha minden a lehető legideálisabban alakul?
Válaszadó: 2 vagy 3 gyerek, vezetői állás, városi kertés ház, 1 kutya, 2 macska, 1 hörcsög. Vagy külföld.

6. mélyinterjú

A válaszadó 23 éves férfi, egyetemi hallgató.

1. Fontosnak tartod a márkákat?
Válaszadó: Igen, mert ezek segítenek dönteni, hogy mit vegyek, mert sok minden csak márkákra jellemző, pl. minőségi osztályok.
2. Mit gondolsz, az, hogy valaki használ egy adott márkát, az elmond valamit a használójáról?
Válaszadó: Némelyiknél igen, pl. vannak olyan márkák, amiket nem mindenki engedhet meg magának, igényességét el lehet mondani róla, mennyire márkahű, mennyire igényes, mennyire divatmajom.
3. Fontos az számodra, hogy mások által elismert márkákat vásárolj?
Válaszadó: Nem, mert mindent ki akarok próbálni, és az alapján dönteni, attól, hogy másoknak megfelel, nem biztos, hogy neked is megfelel.
4. Vannak olyan emberek, csoportok, akiknek vásárlási szokásai befolyásolják a te vásárlási döntéseidet?
Válaszadó: Igen, csak a szüleim szokásai, más nem nagyon, úgy érzem, hogy az ő értékrendjük áll a legközelebb az enyémhez.
5. Szerinted miért van az, hogy vannak olyan emberek, akik nagyon ragaszkodnak egy adott márkához?
Válaszadó: Egyszer érte őket egy olyan erős impulzus, aminek következtében nem kockáztatnak többet.
6. Van Apple márkájú terméked?
Válaszadó: Igen.
7. Milyen termék(ek)? Mikor vásároltad az elsőt? Mennyire vagy elégedett vele?
Válaszadó: iPod, fülhallgató, iPhone, maximálisan elégedett vagyok, egy éve vásároltam őket.
8. Ezen a márkán kívül még milyen márkájú műszaki termékeid vannak?
Válaszadó: Philips, Sony, Beats

9. Következő vásárlásaid során is ezt a márkát fogod preferálni?
Válaszadó: Igen, mert meg vagyok vele elégedve, szeretem ha valami szép, jó minőségű anyagokból készül, letisztult, nem giccses, nem tömegtermék
10. Mi a véleményed az Apple termékeiről és szolgáltatásairól?
Válaszadó: A termékek nagyon jók, mindenkinek tetszik, de mégis kicsit különleges, szolgáltatások nagyon megbízhatóak, gyorsak, könnyen elérhetők.
11. Mi a véleményed magáról a márkáról?
Válaszadó: Egy kicsit presztízsmárka, nyugatot képviseli, a minőséget, szeretem ezt a márkát.
12. Amikor megvetted az első Apple terméket, mennyire befolyásolt közvetlen környezeted (család, barátok) véleménye?
Válaszadó: Nem nagyon, a meglévőben csalódtam, egy olyat akartam venni, ami biztosan nem hagy cserben, körülnéztem az interneten és az ismerőseimet kérdeztem, előtte sok márkám volt, olyat már nem akartam, az androidos nem jó.
13. Mennyire ragaszkodsz a márkához? Mit gondolsz, a ragaszkodás fokát mi befolyásolja?
Válaszadó: 5ös skálán minimum 4es, erről biztosan tudom, hogy jó.
14. Ha az Apple személy lenne, hogy képzelned el?
Válaszadó: Jókedvű, elegáns, közvetlen, barátságos kinézetű, kifinomult, férfi, mint Steve Jobs
15. Szerinted ezt a terméket egy bizonyos gondolkodásmódú/életstílusú/személyiségű emberek vásárolják?
Válaszadó: Nem, mert ma már mindenki megengedheti magának, műszaki cikkeket nagyjából impulzusvásárlással veszik, nemtől, kortól függetlenül.
16. Hogyan képzeld el az életed 10 év múlva, ha minden a lehető legideálisabban alakul?
Válaszadó: Lesz 1-2 gyerekem, feleséggel, diplomámmal dolgozni, mérnök fejlesztő, nem feltétlenül vezető, nem tart vissza az országhatár, máshol is ellennék

7. mélyinterjú

A válaszadó 21 éves férfi, egyetemi hallgató.

1. Fontosnak tartod a márkákat?
Válaszadó: Igen, sokan hordanak márkás cuccot, több vagy töle, mint egy átlagember, mindenkinek megvan a saját márkája, ami a saját egyéniségéhez passzol, mint nálam a Nike például.
2. Mit gondolsz, az, hogy valaki használ egy adott márkát, az elmond valamit a használójáról?
Válaszadó: Pl. Nike sportosabb embereket vonzza, a luxusmárkák a magasabb társadalmi státuszban lévőket, kell hozzá egy bizonyos anyagi helyzet, hogy mondjuk valaki vegyen egy Rolexet, így konkrétan nem tudom, mert sokszor nem jön át, hogy az adott márka milyen értékrendet képvisel.
3. Fontos az számodra, hogy mások által elismert márkákat vásárolj?
Válaszadó: Igen, mert feltűnőbb, jobban megnézik az emberek a márkás ruhákat, mint a márkátlanokat.

4. Vannak olyan emberek, csoportok, akiknek vásárlási szokásai befolyásolják a te vásárlási döntéseidet?
Válaszadó: Nem nagyon volt példa rá eddig, inkább a márka megutálását mondanám erre, pl. Converse, mindenki annyira szerette, én emiatt elidegenedtem tőle.
5. Szerinted miért van az, hogy vannak olyan emberek, akik nagyon ragaszkodnak egy adott márkához?
Válaszadó: Nem tudom, szerintem azért, mert többnek érzik magukat tőle, nálam például ez a Nike, ad egy plusz érzést, szívesebben veszem fel, máshogy érzem magam edzés közben, jobban teljesítek, ha Nike cipőben focizhatok.
6. Van Apple márkájú terméked?
Válaszadó: Nincs
7. Milyen márkájú műszaki termékeket használsz?
Válaszadó: HP laptop, HTC telefon
8. Következő ilyen termékkategóriájú vásárlásod során szeretnél Apple terméket vásárolni?
Válaszadó: Nem, nem az ára miatt, hanem mert sok embernek van, emiatt nekem már nem kéne.
9. Mi a véleményed az Apple termékeiről és szolgáltatásairól?
Válaszadó: Szolgáltatásra jó, telefonok viszonylag megbízhatók, számítógép is megbízhatóbb a Windows-nál.
10. Mi a véleményed magáról a márkáról?
Válaszadó: A márka szimbolizálja a megbízhatóságukat, talán az alma logó képviselheti az emberi találékonyság jelképét; igazából egy tömegmárka, ami elég drága, legalábbis Magyarországon, USA-ban sokkal olcsóbb.
11. Szerinted azok az emberek, akik ezt a terméket használják, ragaszkodnak hozzá?
Válaszadó: Igen, a megbízhatósága miatt, és a gyorsasága miatt is, kevesebb probléma van vele.
12. A közvetlen környezetben (család, barátok) vannak olyanok, akik Apple-t használnak? Az ő véleményük mennyire befolyásolja a márkáról kialakult képed?
Válaszadó: Igen, vannak, semennyire nem szoktam hallgatni mások véleményére, legalábbis márkákkal kapcsolatban.
13. Ha az Apple egy személy lenne, hogyan képzelned el?
Válaszadó: Kövér informatikus, férfi, 34-35 éves, gazdagabb, üzletemberes.
14. Szerinted ezt a terméket egy bizonyos gondolkodásmódú/életstílusú/személyiségű emberek vásárolják?
Válaszadó: Olyan emberek, akiknek meg van hozzá a pénze, nem nagyon lehet be kategorizálni, főleg, hogy egyre több embernek van, és sokan vannak úgy vele, hogy másoknak van, akkor nekem is kell.
15. Hogyan képzeld el az életed 10 év múlva, ha minden a lehető legideálisabban alakul?
Válaszadó: Lesz egy vállalkozásom, aminek én vagyok a feje, egy szép feleségem lesz, és egy gyerekem legalább, rendezett anyagi háttérrel, jó családapaként, nem Magyarországon, nincs konkrét ország, de nem itt.

8. mélyinterjú

A válaszadó 20 éves nő, egyetemi hallgató.

1. Fontosnak tartod a márkákat?

Válaszadó: Részben igen, mert számomra egy jó márkajelzés a jó minőséggel párosul, ugyanakkor meg vannak azok a termékek is az életemben, és itt legyen szó akár milyen iparcikkról, amelyeknél a márkátlan, olcsó, de mégis kiváló termékeket veszem meg, mert az bevált, megbízhatóbbak is, sokkal jobban szeretem az ízüket, az összetételüket, szívesebben viselem, vagy használom a mindennapokban.

2. Mit gondolsz, az, hogy valaki használ egy adott márkát, az elmond valamit a használójáról?

Válaszadó: A mai társadalmi helyzetekben már azt mondom, számít, egyébként személy szerint engem nem érdekel, ki milyen márkát preferál és használ.

Ellentmondásos is számomra, mert van, aki a legjobb és legújabb márká termékét használja, ugyanakkor sűt róla, hogy éppen, hogy összerakta rá a keretet, és az adott eszköze többbe kerül, mint az egész ruhatára és élete összesen, vannak, akik meg csak ezzel tudnak jeleskedni, nekik, ha már az IQ szintjük kevés, akkor legalább a telefonjuk ára legyen magas.

3. Fontos az számodra, hogy mások által elismert márkákat vásárolj?

Válaszadó: Nem. Ha nekem egy teljesen ismeretlen márkájú iparcikk tetszik meg, vagy hasznosnak találom, akkor mindent félretéve megveszem és szeretettel fogom használni, fogyasztani.

4. Vannak olyan emberek, csoportok, akiknek vásárlási szokásai befolyásolják a te vásárlási döntéseidet?

Válaszadó: Nem, mindig magamban gondolom ki mi most nélkülözhetetlen, és addig megyek és keresem, ameddig meg nem találom, hogy megvehessem.

5. Szerinted miért van az, hogy vannak olyan emberek, akik nagyon ragaszkodnak egy adott márkához?

Válaszadó: Mert kedvenc példaképük is hű használó, vagy egyszerűen csak ettől érzik magukat kielégültnek. De lehet az is, hogy az adott márká teljesen fekszik az ő igényeihez, és ha egyszer bevált, akkor miért váltson alapon nem néz körbe máshol, célirányosan azt veszi és ott, ahová a ragaszkodási agyi része vezeti, ártól és annak minőségétől függetlenül.

6. Van Apple márkájú terméked?

Válaszadó: Igen, van.

7. Milyen termék(ek)? Mikor vásároltad az elsőt? Mennyire vagy elégedett vele?

Válaszadó: Két iPod tulajdonosa vagyok, az egyik egy iPod Shuffle, a másik egy iPod Touch. Az elsőt, azaz a Shuffle-t lassan 2 éve vettem, pontosan február elsején.

Nagyon szeretem magát a kis kütyüt, mert annak idején, arra a célra, amire vettem tökéletesen helytálló volt. Viszont a tartozékai már kevésbé. Az USB töltője megtört szinte rögtön, a fűhallgatója pedig szépen lassan kezd porrá zúzódni, darabjaira esni, úgy, hogy a legfűltettebb műszaki cikkem volt, vigyáztam rá, mint szemem fényére, mégse tudtam őket megmenteni.

8. Ezen a márkán kívül még milyen márkájú műszaki termékeid vannak?

Válaszadó: Blackberry, Samsung.

9. Következő vásárlásaid során is ezt a márkát fogod preferálni?

Válaszadó: Nem hiszem, hogy ezt a márkát fogom, mert zenehallgatás téren már nem fogok fejlettebb eszközt venni, teljesen jó a mostani, telefonrészlegénél meg nekem más márka a szívem szerelme.

10. Mi a véleményed az Apple termékeiről és szolgáltatásairól?

Válaszadó: Magát a márkát, és az abból használt két terméket nagyon szeretem, nagyon biztosan felépített rendszer áll mögöttük, segítőkész programot kapok a gépemre, amikor csatlakoztatok egy iPod-ot hozzá, nekem mégis ennyi termék, és ennyi ízelítő belőlük bőven elég.

11. Mi a véleményed magáról a márkáról?

Válaszadó: Igazából egy megbízható korrekt márkának tartom az Apple-t, bár nekem már visszatetszést vált ki, hogy tömeghisztéria, pontosan ezért nem vennék egy Iphone-t, mert mindenkinek olyan van körülöttem, nekem pedig fontos az egyediség, ezt pedig az Apple pont nem tudja nyújtani. Illetve ár szempontból is úgy érzem, hogy a termékei ennyit nem érnek meg, egyelőre legalábbis biztos nem.

12. Amikor megvetted az első Apple terméket, mennyire befolyásolt közvetlen környezeted (család, barátok) véleménye?

Válaszadó: Bátyám tulajdonában is van egy ugyanolyan Shuffle termék, és mikor választani kellett a sok mp3 lejátszó közül, rádöbrentem, hogy nagyon sok neves márka szinte teljesen lekoppintotta annak külsejét, de kapacitás terén nem hozta a várt eredményt, ugyanakkor árban nem maradt le sokkal az Apple iPod mögött, ezért választotta testvérem annak idején az ő zenelejátszóját, és bátorított rá, hogy egy évvel később én is beszerezzek egyet.

13. Mennyire ragaszkodsz a márkához? Mit gondolsz, a ragaszkodás fokát mi befolyásolja?

Válaszadó: Ragaszkodom hozzá olyan téren, hogy semmi pénzért nem váltanám le a két iPodomat, mert arra, amire nekem kellenek, teljesen megfelelnek, más márkájú zenelejátszó ezt nem tudná nyújtani. Ugyanakkor már terméke sem kellene ennek a márkának, tehát ilyen téren függetlenedem tőle.

14. Ha az Apple személy lenne, hogy képzelned el?

Válaszadó: Ugyanúgy, mint Steve Jobs-ot. Férfi, okos, idősebb már azért, társadalmi státusza sok mindenki felett állna, intelligens, iszonyatosan gazdag lenne, mindig fejlődő képes tervekkel állna elő, segítőkész lenne.

15. Szerinted ezt a terméket egy bizonyos gondolkodásmódú/életstílusú/személyiségű emberek vásárolják?

Válaszadó: Azok az emberek vásárolják inkább, akiknek fontos, hogy közösségi oldalon feltüntetett fotóin szerepeljen a telefonja is az önfényképezésnél, ezáltal jelezzék, hogy megvehetik, mert megtehetik. Fontos az olyan életstílusúaknak, akik egyszerűen nem élnek Apple termék nélkül, akik egyszerűen szó szerint imádják a márkát. Fontos azoknak, akik ott ülnek gépük előtt egész nap, mert vagy munkájuk, vagy szórakozásuk odaköti. Ugyanakkor vásárolják az olyan emberek is, és ide

sorolom magamat, akiknek a hobbiját egy Apple termék kiegészíti, nem hiába lehet összekötni a Nike-t és az Apple-t.

16. Hogyan képzeled el az életed 10 év múlva, ha minden a lehető legideálisabban alakul?

Válaszadó: Egy nagycsaláddal, egy szerető férjjel együtt, egy külvárosi fejlett szép helyen, egy nagy házban egy takarítónővel, aki idősebb, és nem szép, és egy remek munkával, amit nap, mint nap szívesen fogok csinálni, és persze a hobbimmal, a futással és a kedvenc iPodommal, ami méri a megtett kilométereimet.

9. mélyinterjú

A válaszadó 21 éves nő, egyetemi hallgató.

1. Fontosnak tartod a márkákat?

Válaszadó: Igen, mert általában minden márkához tartozik egy megbízhatósági szint, amit az újravásárlásokkor is képes biztosítani, vagyis lehet a biztosat választani a bizonytalannal szemben. Valamint sok márká egyfajta életérzést is képes adni, kifejezhető vele az egyén stílusa.

2. Mit gondolsz, az, hogy valaki használ egy adott márkát, az elmond valamit a használójáról?

Válaszadó: Igen. Társadalmi, és pénzügyi helyzetről egyértelműen sokat elárul. Mint az 1. kérdésnél is írtam, saját stílus kifejezhető vele.

3. Fontos az számodra, hogy mások által elismert márkákat vásárolj?

Válaszadó: Nem. Nekem csak az a fontos, hogy én megbízzak a márkában, és a márká biztosítsa a szintet, amit elvárok tőle.

4. Vannak olyan emberek, csoportok, akiknek vásárlási szokásai befolyásolják a te vásárlási döntéseidet?

Válaszadó: Is-is. Önálló döntéssel rendelkezem. Azért, mert valaki azt mondja ugorjak a kútba, nem fogok beleugrani. Saját tapasztalatok a legfontosabbak. Nyilván a család, barátok, és a neten fellelhető különböző fórumokon elhangzott véleményeket meghallgatom, főleg, ha nincs tapasztalatom az adott márkával kapcsolatban, de csak azért, mert xy mondta, nem fogom megvenni az adott márká termékét.

5. Szerinted miért van az, hogy vannak olyan emberek, akik nagyon ragaszkodnak egy adott márkához?

Válaszadó: Megbízhatnak benne, megszokott, jól bevált nekik. De vannak olyanok is, akik azért veszik azt, mert úgy gondolják, hogy ez sok mindent elmond róluk, ha valaki meglátja náluk az adott márkát.

6. Van Apple márkájú terméked?

Válaszadó: Nincs, vagyis olyan nincs, ami kézzel fogható és pénzbe került volna. (iTunes)

7. Milyen márkájú műszaki termékeket használsz?

Válaszadó: Sokfélét. Műszaki cikkek márkái, amik vannak itthon: LG, Aiwa, Samsung, Dell, Toshiba, Labtec, Sony, Logitec

8. Következő ilyen termékkategóriájú vásárlásod során szeretnél Apple terméket vásárolni?

Válaszadó: Nem. Nekem az drága. Ráadásul vannak ugyanolyan tudásszinttel rendelkező műszaki cikkek klasszisokkal olcsóbban. Csak azért, mert Apple nem fogok olyat venni. Viszont Apple ingyenes szolgáltatását magam is használom (iTunes).

9. Mi a véleményed az Apple termékeiről és szolgáltatásairól?

Válaszadó: Megbízhatóak, nagyon sok pozitív vélemény van róluk. Viszont rendkívül drágák. És nem az előállítás miatt drága, hanem itt kő keményen a márkanév kell megfizetni. Ingyenes szolgáltatásáról (iTunes) abszolúte pozitív véleményem van. Teljesen felhasználóbarát, könnyű kezelni, és olyan hangzást biztosít, amit kevés zenelejátszó szoftver.

10. Mi a véleményed magáról a márkáról?

Válaszadó: Itt, Magyarországon nekem azt sugallja, hogy a tulajdonosa olyan anyagi körülményekkel rendelkezik, hogy ezt megengedheti magának. Amerikában jóval elterjedtebb, ott a középréteghez tartozók számára is megfizethetőek. De emellett azt is sugallja, hogy a tulajdonosa ad a minőségre.

11. Szerinted azok az emberek, akik ezt a terméket használják, ragaszkodnak hozzá?

Válaszadó: Igen. A megbízhatósága és a pluszszolgáltatások könnyen márkahűvé teszik a fogyasztót. És, ha továbbra is megengedheti magának, akkor biztos vagyok benne, hogy ragaszkodni fog az Apple-höz.

12. A közvetlen környezetben (család, barátok) vannak olyanok, akik Apple-t használnak? Az ő véleményük mennyire befolyásolja a márkáról kialakult képed?

Válaszadó: Igen. Meghallgatom Őket, aztán leszűröm a következtetéseket, de csak azért, mert Nekik olyan van, nem fogok Apple-t venni.

13. Ha az Apple egy személy lenne, hogyan képzelned el?

Válaszadó: Szerintem egy fiatal (28-35 éves körüli) jólsituált, jóképű srác lenne. Olyan valaki, aki a csajokat egy pillanat alatt leveszi a lábukról, és olyan valaki, akire a srácok hasonlítani akarnak. Mindenképpen jó módú anyagi helyzettel rendelkező, foglalkozásra pedig egy társadalmilag elismert állást tudnék elképzelni hozzá. Mint például mérnök (építész, gépész, stb.).

14. Szerinted ezt a terméket egy bizonyos gondolkodásmódú/életstílusú/személyiségű emberek vásárolják?

Válaszadó: Igen. A technofóbok között imádott márka az Apple. Gazdagabb „kasztnak” tartozók is előszeretettel vásárolják a márkát. Személyiségre pedig nyitott, innovatív személyiségek.

15. Hogyan képzeld el az életed 10 év múlva, ha minden a lehető legideálisabban alakul?

Válaszadó: Hagyományos családmódel, apa-anya, 2 gyerek meg egy kutya (a 3. gyerek a 15 éves tervben szerepel). Valamely nagyváros vonzáskörzetében lévő település családi házas övezetében lévő kis ház, jó nagy udvarral, egy futottak még kategóriás autó, no meg persze a jó öreg pópec bringák. Jól megbecsült állás, ahol engem is megbecsülnek egy cég kreatív, marketing részlegén. Biztos anyagi és családi háttér. Legyen annyi pénzem, ami elegendő az akkori életszínvonalam fenntartásához, minimális fejlesztéséhez. Én mindenképpen boldognak képelem magam a jövőben.

3. melléklet: Fókuszcsoporthatározók

Bemutatkozás: Üdvözlök mindenkit és köszönöm, hogy eljöttetek erre a beszélgetésre, ahol a téma az Apple lesz. Engem mindannyian ismertek, egymást viszont nem, ezért arra kérek titeket, hogy pár mondatban mutakozzatok be!

1. *Bemutatkozás*
2. *Bemelegítő kérdés* (hangolódás a témára):
Általánosságban véve soroljatok fel három olyan tulajdonságot, amit fontosnak tartotok akkor, amikor egy márka mellett döntötök!
3. *Használatra vonatkozó kérdések:*
 - Ha van Apple termékük, milyen típusú, mióta, elégedett-e vele, szereti-e?
 - Ha nincs akarna-e? Ha igen, miért? Ha nem, miért nem?
4. *Vásárlási döntés meghozatalára vonatkozó kérdések:*
 - Miért döntöttél úgy, hogy (nem) ezt a márkát vásároltad meg a hasonló termékek közül, emellett milyen márkákat vettél még figyelembe, mi volt az oka annak, hogy nem azokat vásároltad meg, mennyi ideig tartott a döntés, honnan kerestél információkat?
 - Ha mások egy vásárlási döntés előtt állnak, szoktad nekik ajánlani ezt a márkát? Ha igen, milyen érveket sorakoztat fel, amiért ezt a terméket érdemes megvenni? (Akik nem szeretik a márkát: Akik vásárlási döntési előtt állnak, le szoktad őket beszélni arról, hogy ezt a márkát vegyék meg? Milyen ellenérveket hozol fel?)
5. *Referenciacsoporthatározók szerepe:*
 - Közele ismerőseid között vannak olyanok, akik ezt a márkát preferálják? Az ő véleményük mennyire befolyásolja a tiédet?
 - Az, hogy valakinek Apple márkájú terméke(i) van(nak), az mond a használójáról valamit? Ha igen, akkor mit?
6. *Márka, mint személy:*
Ha az Apple személy lenne, hogyan képelnétek el?
7. *Záró kérdés:*
Van valakinek kérdése a témával kapcsolatban?

Lezárás: Köszönöm, hogy eljöttetek, ezzel is segítve munkámat. Jutalmul mindenki kap egy tábla csokoládét.

4. melléklet: Fókuszcsopot-jegyzőkönyv

Moderátor: Üdvözlök mindenkit és köszönöm, hogy eljöttetek erre a beszélgetésre, ahol a téma az Apple lesz. Engem mindannyian ismertek, egymást viszont nem, ezért arra kérek titeket, hogy pár mondatban mutakozzatok be!

Kata: Sziasztok! Kata vagyok, egyetemi hallgató, nincs Apple termékem.

Zsófia: Sziasztok! Én Zsófia vagyok, szintén egyetemi hallgató, és nekem van két Apple termékem, az egyik egy Touch, a másik meg egy Shuffle.

Máté: Én Máté vagyok, egyetemi hallgató én is, és van Apple termékem.

Márton: Márton vagyok, hallgató, és én is rendelkezem némi almával odahaza. A témával kapcsolatban szerintem objektív a véleményem.

Bálint: Bálint vagyok, hallgató, nekem kettő Apple termékem van, egy telefon és egy Shuffle.

Eszter: Sziasztok! Eszter vagyok, hallgató vagyok, nincs Apple termékem, nem is tervezem, hogy a jövőben lesz.

László: László vagyok, nincsenek Apple termékeim és nem is tervezem.

András: Én András vagyok, van Apple cuccom, nagyon sajnálom, hogy nem mindenem Apple cucc, és nagyjából ennyi, amit fontosnak tartok.

Moderátor: Rendben, köszönöm! Akkor most azt szeretném tőletek kérdezni, bemelegítésképp, hogy soroljátok fel olyan tulajdonságokat, amit fontosnak tartotok akkor, amikor egy márka mellett döntötök vásárlás során.

Márton: Alapvetően a design.

Bálint: Megbízhatóság az elsődleges szerintem, stabilitás, innováció. És értékálló legyen. (Az értékállóra a többség helyeselni kezd.)

Zsófia: Minőség.

Eszter: Minőség, más véleménye, szakmai vélemények, ár-érték arány sem mindegy.

Kata: Funkcióit ki tudjam használni.

Márton: Kompatibilitás más eszközökkel.

András: Nekem fontos, hogy ilyen tök egyedi cuccokat gyártson, ha már márkáról beszélünk, meg hogy a márka használói is egyediek legyenek. meg hogy valamilyen életérzést fejezzon ki, hogy ha már így márkaszinten gondolkozunk, nem termék.

Moderátor: Köszönöm! Először azokat kérdezem, akiknek van Apple cuccuk. Elégedettek vagytok vele és szeretitek?

András: Hát volt egy Shuffle-öm, amit négyszer hagytam a nadrágomban és négyszer mostam ki mosógéppel, és még mindig jó a cucc, tehát én így nem tudok rosszat mondani.

Bálint: Elpusztíthatatlan.

Zsófia: Én ráléptem. Futottam, ráléptem és egy kis karcot kapott és ennyi.

András: Most hazudtam, mert egyszer újra kellett telepíteni, hogy működjön.

Márton: Asztali számítógép szintjén is teljesen megbízhatónak tartom egyébként, akármilyen operációs rendszer fut rajta, szerintem jóval stabilabb, mint bármelyik másik összerakott PC.

Máté: Szerintem még az a fontos, hogy folyamatosan jönnek ki a régebbi készülékek.

Moderátor: És ha így nem a termékre gondoltok, hanem magára a márkára? Mennyire ragaszkodtok hozzá?

Márton: Abszolút nem. Ha van rá pénzem és tetszik, akkor mondjuk, hogy megveszem, de nem feltétlenül fontos, hogy ott legyen rajta az alma.

Bálint: Engem az bánt, hogy jelenleg nem találtam még jobbat. Tehát nekem ezzel is problémám van, de nem találtam még jobbat.

András: Nekem volt egy Sony Vaio-m, aminek ilyen almás háttere volt, tehát ott úgy leestem, hogy tök jó laptopom van, meg minden, de lehet, hogy nem ilyet akartam venni. Viszont az, amit Apple-be vettem volna, az félmillió, a Sony ezt tudta kétszázezerért. A Sony ugyanúgy erős márka, tehát a választásánál egyébként figyeltem arra, hogy mondjuk ne Toshiba-t vegyek.

Én: Most azt mondtad, hogy ugyanolyan minőségben, olcsóbban vettél Sony-t. Ez alatt azt érted, hogy csak a márkát fizettetik meg veled?

András: Nem, szerintem úgy volt, hogy alapból én nem annyira értek ilyen kütyükhöz, leírtam az igényeimet, hogy mit szeretnék, Photoshopt, videót vágni, satöbbi, ennek volt egy rendszerigénye, és akkor mondta a srác, aki rendelte nekem, hogy ha Apple-t akarok, akkor az öt kiló, ezt és ezt tudja rárakni, ha Sony-t akkor az kétszáz, akkor már egy picit akadozni fog.

Márton: Nagybátyám is hasonló megfontolásból lyukadt ki annál, hogy akkor egy Mac Pro-ba beruház, ennek szerintem volt hat éve, és még mindig ugyanazt a gépet használja, és semmi baja nincs vele.

Bálint: Én megbántam, hogy nem egy Mac mellett döntöttem, mint gép, azért, mert nem lehet összehasonlítani. Veszél egy Macintosh-t, és valamilyen képességekkel bír, és veszél egy Windows konfigurációt ugyanazokkal a képességekkel, akkor sokkal gyorsabb lesz a Macintosh géped, azért, mert a szoftver és a hardver olyan összhangban van, amit egyszerűen lehetetlen überegni.

András: Még azzal egészíteném ki, hogy veszél egy Mac-ez, és ugyanazt tudja öt évig, és veszél egy Windows-t és napról napra kevesebbet tud.

Eszter: Ebben igazad van. Frissít egyfolytában.

Bálint: Én próbáltam, hogy a Macintosh szoftvert fel lehet-e tenni Windows alap gépekre. Aztán elég sok szenvedés árán sikerült feltennem egy Windows asztali gépre. Észrevehető különbség volt. Tehát nem fagyott, nem halt meg a gép. Az indulása tizedannyi volt, mint mondjuk a Windows indulása, a leállása szintén. Nem lassult napról napra, tehát már maga a szoftver lényegesen jobb, pedig ez csak egy hackelt szoftver volt. Aztán utána volt szerencsém kipróbálni egy Macbook Air-t, ez a legkisebb konfiguráció most, nagyon kicsi kis gép, de mondhatom azt, hogy veri az enyémet, ami tudásban lényegében többet kéne, hogy tudjon.

Márton: Nagybátyám is régóta használ egy Macbook Pro-t, és egy Air-t, az egyiket arra használja, hogy dolgozzon, a másikat meg arra, hogy elviszi koncertre, és ha leesik, ott egye a fene. Az egyik 5-6 éves laptop talán és még mindig bírja. Annyi volt, hogy egyszer az akkumulátort kellett benne cserélni. Kiírta, hogy már nem tudja ugyanazt a teljesítményt nyújtani, és ez annyiban mutatkozott meg, hogy nem 6 óráig bírta egy töltéssel, hanem 5.

Bálint: Igen, ezt még szerettem volna mondani, hogy az aksi... Tehát nem tudom, mutass nekem egy olyan Windows gépet, ami bír 9, 10, vagy 12 órát aktív állapotban, vagy 30 napot készenléti állapotban. És ez azt jelenti, hogy ha kapsz egy e-mailt, akkor jelzi. Tehát fölébreszti a gépet automatikusan, és megkapod az e-mailt.

Márton: Windows-nál ha sleep módban használjuk mondjuk két hétig, akkor utána meghal az egész rendszer.

Moderátor: Köszönöm! Most azokat szeretném megkérdezni, akiknek nincs Apple termékük, hogy akarnának-e, és válaszukat indokolják meg!

Kata: Természetesen akarnék, hogyha lenne rá keret, de nekem kicsit az ár-érték arány nem fér össze. Én túl drágának tartom. Nem tudnám kihasználni azokat a funkcióit, most pont egy iPhone-ra gondolok, azokat a funkcióit nem tudnám kihasználni, ami van. De már most kezdetek meggyőzni ezekkel az adatokkal.

Bálint: Inkább vegyél egy használt 3gs-t 40ezer forintért, mint 40ezerért egy vadiúj Androidot. Komolyan. Több ismerősöm próbálta, és érezhető a különbség.

Kata: Jó, most már tényleg kezdek efelé hajlani, de nekem tényleg az, hogy új Apple dolgot... nekem arra nincs.

Bálint: Inkább csak drága, nem az ár-érték arány a rossz szerintem.

Márton: És az is a baj, hogy nálunk drága.

Bálint: Igen, Amerikában, azért vedd azt figyelembe, hogy feleennyibe kerül.

Kata: Azt én tudom.

Márton: Nagybátyám járt így, volt egy pár centiméteres törés a kijelzőn, gondolta viszi a szervizbe. Azt mondták neki, hogy hát, negyvenezer. És pont úgy volt dolga, hogy ki kellett mennie Amerikába, bement az első Apple Store-ba, megnézték, ez a problémája, azt mondták neki, hogy beszámítják, és kap egy vadonatújat. Kész.

Moderátor: Eszter és László?

László: Nálam is az a probléma, hogy a megfizethetősége részemről nem lehetséges. Plusz nekem olyan problémám van, hogy egyszerűen utálom az olyan márkákat, meg olyan dolgokat, amit egyre többen és rengetegen imádnak. Szóval én ezt alaptól valamiért elkerülöm.

Bálint: Nekem is ez volt a bajom vele.

László: De én nem is tervezem, szóval nem látom értelmét, hogy miért kellene nekem. Telefonba Androidost persze nem fogok venni.

Eszter: És a Windows Phone?

László: Azzal megvagyok.

Eszter: Én a Windows Phone-t nem kedvelem.

Bálint: Nekem volt egy régi Nokiám, és nagyon szerettem és azt mondtam, hogy soha nem cserélem le, ha egyszer lecserélem, akkor Apple. Mert egyszerűen ezek a mostani érintősök ezek ennyi. Borsózik a hátam tőlük.

Márton: Jó mondjuk, az érdekes, hogy nem volt szép még anno az almától az, hogy beperelte a Samsungot, nem tudom, milyen okok miatt, és tulajdonképpen az Apple-nek a híres-neves kijelzője egyezett a Samsungéval.

Moderátor: Akkor most hallgassuk meg Esztert is!

Eszter: Hát, igazából én nem vásárolnék Apple terméket. Elismerem, hogy jó, hogy remek...

László: Persze hogyha adnának ingyen, akkor...

Eszter: Ha adnának elfogadnám...

László: És eladnám.

Eszter: Ha pénzem lenne rá sem venném meg, mert valahogy úgy nem.

Moderátor: Szóval elismeritek, hogy a termék jó. Akkor magával a márkával van a baj?

Eszter: Igen.

András: De ez szerintem tök nem igaz. Mindenkinek csak a pénzzel van baja, és egyébként a márka is tök király. Nekem sem tetszik, hogy van egy csomó burzsuj köcsög, aki megveszi és jaj de jó, és megkérdezed, hogy egyébként melyik applikációt használja, akkor Instagramnál meghal... vele így van bajom. De én most abban a szerencsés helyzetben vagyok, hogy ezt a Sony adta, hogy legyen nálam és lássák, és a falra mászok tőle. Az előző telefonomat a Nokia adta, akkor jött be az N8, és akkor képzeld el, hogy hívnak, ne adj isten jön egy fontos hívás, le van fagyva, és nem tudod felvenni... És beszélgettem sok olyan emberrel, akinek iPhone-ja van, és egyetlenegy rossz szót nem hallottam még tőlük soha semmire, tehát hogy olyat én még nem hallottam, egy Apple-ös embertől, hogy ez egy rossz telefon. De mindegyik más telefonról már hallottam, hogy lemerül, nem jó, gagyi.

Máté: Az új a5-ös annyira hamar lemerül, én egy napon két és félszer töltöttem

Márton: Igen, de sokan azt hozták fel, hogy kijött az új 5S, és akkor marha jó, hogy gyorsabb, de pikk-pakk lemerül. De ez nem csak az iPhone-nál van így.

András: Én az enyémet is napi kétszer töltöttem. Bezzeg a régi 3350-es négy napig bírta.

Márton: Mondjuk ami nekem annyira nem szimpatikus az Apple-ben az az, hogy gyakorlatilag hozzáragaszt a márkához. Most veszel egy telefont, ahhoz, hogy tényleg teljesen kihasználd, vegyél hozzá egy laptopot is, de akkor vegyél hozzá egy tabletet, meg akkor egy asztalit, meg akkor még ezt meg azt meg amaszt.

Bálint: De nem jársz vele rosszul, várj!

Márton: Hát nyilván, nyilván nem jársz vele rosszul. Ami tényleg viszont nagy előnye, hogy nem tudsz belenyúlni. Androidnak ez nagy hátránya, hogy abba úgy nyúlka bele az, akinek éppen kedve van hozzá.

András: Még a letöltött applikációt is!

Bálint: Hülyéknek ki van találva, hogy az is tudja használni, aki hülye hozzá.

Márton: Amerikai. Egy szóval összefoglalva.

Bálint: De ha akarod, akkor igenis sokkal többet kihozol belőle.

Moderátor: Hogyha mondjuk valaki az ismerőseitek közül telefont akarna venni, akkor hogy győznétek meg őket arról, hogy Apple-t vegyenek, és milyen ellenérveket mondanátok azért, hogy ne azt vásároljanak?

András: A kezébe adnám az iPhone-t, vagy bármelyiket, amelyiket kéri, hogy játsszon vele fél órát.

Bálint: Mondjuk az S4-et meg az 5S-t...

Márton: Hát az S4-et megtanulja használni úgy egy óra alatt.

András: Hát igen, hogy iPhone-ról felhív valaki, hogy magyarázzam el neki az S4-et. Nem, nyilván, van jó telefon.

Bálint: Hát ott, az első pillanatban látja, hogy vagy jó, ugyanolyan szép a kijelzője, tehát így egy pillanat alatt nem biztos, hogy meg tudnám győzni.

Eszter: Én úgy vagyok vele, hogy aki Apple-t akar venni és használni, használja, én nem fogom lebeszélni róla. Mindenkinek saját szíve joga, használja nyugodtan. Ha ez tetszik jobban, használja ezt, ha az tetszik jobban, használja azt.

Moderátor: De képzeld el a szituációt, hogy mindenképp le akarod beszélni!

Eszter: Nem tudom. Nem akarnám.

Andris: Az egyetlen rossz dolog az iPhone-ba, hogy kicsi a kijelzője. Meg 10ből 7 haveromnak már volt kijelző csere, vagy pont be van törve a kijelzője.

Máté: Mindegyik más ugyanúgy összetörik szerintem.

Andris: Nem tudom, nekem például Nokiám nem tört, és nagyon sokat esett.

Bálint: Nekem egyik ismerősömnek rengeteget tört a Samsung kijelzője is. De hát az eleje az bármelyik mostaninak összetörhet igazából. Tehát csináltak ilyen teszteket, de lényegében semmivel nem bírja jobban a másik az egyiknél.

Márton: Ismerősöm pont így járt, azt hiszem pont Samsungja volt, kőre leejtette, semmi baja, leejtette a fűre, és hálós lett az egész kijelző.

Moderátor: László, neked mi a véleményed?

László: Én is úgy vagyok vele, hogy akinek ilyen kell, akkor vegye meg nyugodtan. Azért, mert én nem vennék soha a bűdös életbe olyat, ő még megveheti.

Bálint: És ha a legjobb barátod az, és tényleg meg akarod győzni őt, segíteni akarsz, a jó szándék vezérel?

Márton: Hát döntsön ő, hogy mi kell neki.

László: Hát akkor: „Ne vedd meg, mert az egy ócskaság!”

Eszter: Azt mondjuk elismerem, hogy Apple-re fejleszteni egyszerűbb, mint Androidra. Ezt elismerem, ez tényleg így van, hogy arra egyszerűbb.

Márton: Viszont most az a problémája az almának is, hogy kezd kiszorulni a piacról. Most például a Google-nek is van egyoperációs rendszere, ami abszolút az internetre van ráélezve, és rengeteg új terméket már nem Microsoft-tal, nem Androiddal, hanem ezzel a Google akármivel, nem tudom mi a neve, azzal hozzák ki. Mert kompatibilis az androidos cuccokkal és lényegesen több applikáció van rá mint bármelyik Windowsra.

Bálint: Például most az autókba is fejlesztenek. Az IOS, tehát az Apple is, meg az Android, a Google is ráállt arra, hogy kapcsolatokat építsen autógyártókkal, hogy a járművekben is legyen ilyen oprendszer.

Eszter: Jó, de most ez olyan, hogy egyszer az egyik gyártó van feljebb, egyszer a másik. Mikor mit találunk ki.

Márton: Meg rendszeresen hozzák fel azt, hogy fejlesztgetnek, meg innovatív. Annyira nem! Például ha valaki utána olvas, akkor annyira nem. Például Apple-nek kijött az első tabletje, hogy az mennyire új.

Máté: Az elsők azért azok voltak.

Márton: Előtte egy 3 évvel a Microsoft is kihozott egy tabletet.

Bálint: De annak semmi köze nem volt hozzá, ne is haragudj, az egy használhatatlan semmi volt. Már bocs.

Márton: Én nem haragszom. Meg még jó anno, jó régen ott volt az egér is. Steve Jobs-ék találták azt ki, hogy az egér az marha jó dolog, az se az ő találmányuk, csak fantáziát láttak benne, ezért megvették a jogokat.

Bálint: Így van. És? Zseniálisan csinálták. Ebbe viszont nem lehet belekötni.

Márton: Persze.

Bálint: Egy haldokló, vagy egy olyan ötletet, amit már kitaláltak, továbbfejlesztettek. Jó, hát, ne adják el úgy, hogy ők találták ki. Ez tény.

Márton: Igen. Meg egyébként a marketingje az zseniálisan jó.

Máté: Igen, abban jók, hogy nem mérik fel előre a fogyasztói igényeket, hanem az innovatív termékeikkel irányt adnak.

Bálint: Most viszont már nem. Ez megfordult. Hol innovatív már az 5-nek a dizájnja? Hol innovatív már az IOS 7?

Máté: Most már nem, viszont az elsők...

Bálint: Igen, az elsők az igen, ezt mondom, hogy régen így volt. De most semmi. Nulla. Megállt.

András: Nem tudom, hogy azt tudjátok-e, hogy meghalt Jobs. Tehát hogy így út közben így annyi történt a céggel, hogy az alapítója meghalt.

Bálint: Igen, igen, meglátszik.

Moderátor: Amikor megvettétek az első Apple márkájú terméketeket, befolyásolt valakinek a véleménye, vagy valaki tanácsára döntöttétek, úgy, hogy ezt a márkát válasszátok?

Márton: Igen.

(Minden tulajdonos egyetértően igent mondott)

Zsófia: Igen. Engem a bátyám, mert annak idején én totál lezúztam a kis MP3 lejátszót, és nekem kellett egy nagyon kicsi lejátszó, és a bátyám pont akkor vett egy Shuffle-t, és mikor bementem, és megnéztem, nem is tudom hol vettem, MediaMarktban talán, bementünk, és ott volt külön kis standja az Apple-nek, ugye ott, ahol voltak a zenelejátszók, és ott volt még a Sony-nak meg mit tudom én milyen márkáknak, és kb ugyanúgy néztek ki. Tehát a kicsik ugyanúgy néztek ki, mint a Shuffle. Viszont nem tudtak annyit, tehát hogy a tárhelyük kisebb volt, meg így rájuk néztem, és külsőre sem fogtak meg úgy. És akkor én is úgy döntöttem, azok után, hogy a bátyámnak is lett, hogy akkor nekem is ez teljesen jó lesz.

Márton: Hát nekem alapvetően az volt, hogy kapni fogunk karácsonyi ajándékként számítógépet, és akkor nagybátyámat bíztuk meg ezzel, hogy ő intézkedjen, mondta, hogy ő tud egy jó árat egy nagyon szép iMac-ért, és ez össze is jött, sőt, nem is ezt a verziót rendeltük, hanem egy gyengébbet, de az nem volt készleten. Aztán szerződést kötöttek, hozta az ember, a felárat meg ők fizették. Úgyhogy tényleg marha jó áron jutottunk hozzá, gyakorlatilag fele áron vettük meg a számítógépet, és azóta sincs vele semmi gond. Például a modellezőprogramok elvileg nagyon videó kártyát igényelnének, ettől függetlenül bőven akadás mentesen lefuttatja.

Bálint: Windows alatt...

Márton: Windows alatt, persze, a lényeg az, hogy a háttérigénye sokkal magasabb lenne ennél és mégis rendesen fut rajta.

Bálint: Én irtóztam az Apple-től. Pontosan amiatt, mert minden kis szerencsétlen középiskolás „menősrácnak” ilyenje volt, és mikor bejött, akkor mindenki istenítette. Aztán az értelmesebbek meg azt mondták, hogy most miért fizessem meg ezt az óriási különbözetet. Aztán elkerültem egyetemre, és akkor az első szobatársamnak volt egy iPhone-ja, és nem érdekelt, hogy ez egy iPhone. Tehát pont úgy kezelte, mint... semmi izé... dobálta,

programot írt rá, szétszedte, összerakta, feltörte. És azt láttam, hogy az a telefon, az elpusztíthatatlan. És mondtam, hogy érintős telefont és soha nem vennék, ez viszont tényleg úgy működik, ahogy kéne. Tehát nem találtam abban az időben... abban... mikor volt az, pár éve... De nem volt olyan érintő kijelző, aminek ilyen kicsi lett volna a késése. Tehát mint ennek. Elhúztam az ujjam és mozdult. Úgy reagált. Azonnal. Mint hogyha tényleg gombokat nyomkodtam volna. És mondtam, hogy jó. Ha egyszer érintős telefonom lesz és rászánom magam, ilyet veszek. Aztán a Nokiámat odaadtam öcsémnek, ő összetörte a sajátját, én meg ezt vettem, egyetemen úgyis jól jött az internet. Szóval így egy ember hatott rám lényegében. De egészen addig én elhatárolódtam a mobiloktól.

Máté: Igazából én már nagyon régóta használom az Apple-t, 6-7 éve, azóta folyamatosan Apple termékeket veszek, előtte telefonban Nokiát használtam. És nincs bennem elfogultság, csak egyszerűen nagyon jól működik.

András: Én még így a legelején, az első Shuffle-t talán akkor láttam, mikor egyik barátnőm Angliában volt, hazajött, és mutatta, hogy hú, fél számítógépe így ráfért erre a kis cuccra, és akkor így „Aztaaa!”. És akkor még mindig van következő szám, kb. ezt éltem át. És akkor ez így nekem muszáj, ezéshoz vettem meg, meg hát amikor kimostam, ott azért bizonyított. Tehát nem azért vettem, mert valaki mondta, hogy ez mennyire király, egyszerűen tényleg azt éltem át, hogy így a kezembe adták, és ez egy csoda, ez kell.

Moderátor: Akkor azoknál, akiknek nincs Apple-jük, az, hogy vannak, akik nagyon szeretik ezt a márkát, semennyire nem befolyásol titeket?

Eszter: Hát, meg lehet engem győzni, de hát ha nem veszek, nem veszek. De hát még az is megeshet, hogy egyszer veszek. Tehát mondjuk számítógépben még úgy lehet, hogy szeretnék esetleg. Azt úgy elismerem, mert jó lenne. Abban meg lehetne győzni, de telefonban nem kéne. Meg úgy egyéb termékekben sem.

László: Engem nehéz lenne meggyőzni, gondolom, mert tényleg nem tervezem. Jó, hát most tényleg azért olyat ne mondjak, hogy soha se, mert aztán ki tudja még, mi lesz. Lehet, hogy lesz olyan a pénzügyi helyzetem, ami azt mondja majd, hogy miért ne vegyek, meg kit érdekel, ha összetöröm, veszek egy másikat...

Bálint: Ajtótámasztónak jó lesz.

Márton: Vagy a zongora alá.

László: Igen, persze.

Kata: Én mondjuk meggyőzhető vagyok. Most már.

László: Már meggyőztek, ugye?

Kata: Igen, eddig nem voltam az. Nekem is az volt a gondom, hogy ez a mindenkinek van, és akkor olyan „ő az úristen”, és akkor hagyjad már.

Moderátor: Szóval szerinted az, hogy valakinek Apple terméke van, az mond valamit a használójáról?

Márton: Nem feltétlenül.

Bálint: Hát egy részük azért ez a kis „menőgyerek”.

Eszter: Attól függ, hány éves.

Márton: Akkor szerintem most ugyanazt mondtátok.

Eszter: Igen, igen. Fiatalabb azért inkább divattermékként használja.

András: És ez baj?

Bálint: Nem feltétlenül.

Kata: Ha úgy használja, hogy én király gyerek vagyok, mert Apple-öm van, akkor baj.

Moderátor: Szóval vannak azok, akik azért veszik, mert divattermének tekintik, és vannak, akik azért, amit tud?

Mindenki helyesel.

Eszter: Igen. Jó, hát mindenhol megvannak az ellentétek, tehát lehet, hogy egy fiatalabb is mit tudom én, utánanézett, és akkor ő a tudása miatt, meg lehet egy idősebb is olyan hülye, hogy divatból veszi és villogni akar vele.

Márton: Nem minden esetben igaz, hogy nem feltétlenül nem hozzá értő veszi, húgomnak is oké, nem Apple-je van, de van egy kis szép telefonja, és egyszer csak úgy jön haza az iskolából, hogy egyik osztálytársa meghackelte ezt meg azt meg amazt. Ötödik osztályban. Hoppá. Mondom oké. Nem is tudtam, hogy ilyen dolog létezik rá, de ők megcsinálták.

Zsófia: Engem mondjuk teljesen hidegen hagy. Most kellett telefont vennem, mert teljesen megöltem a másikat, öt év után, öt évig bírta, nagyon szerettem, de megöltem, és bementünk a T-Mobile-ba és rögtön adták az iPhone 5-öt, és akkor így rögtön, hogy ezt vegyem meg, mert ez a legjobb, és ne érdekeljen, hogy drága, ez tényleg jó, és végül egy Blackberry mellett döntöttem. És engem egyáltalán nem érdekelt volna az, hogy most iPhone-om van vagy sem, én azért választottam a Blackberry-t, mert nekem megbízható, van sok ismerősöm, aki használja, innen tudom. Bár sok ismerősöm van, akinek iPhone-ja van, de mindenkinek az van, én már csak azért sem akartam egy iPhone-nal vonulni.

Bálint: Olyan van, akinek mindkettője volt? Blackberry és iPhone-ja is?

Zsófia: Hát... Nem tudok róla.

Bálint: Nekem a munkatársamnak van. Blackberry-t kapjuk cégtől, iPhone-ja sajátja, azt mondta, azt mindig összetörné. Mármint a Blackberry-t. Pedig jó a Blackberry tényleg. De ő utálja. Mondjuk nekem tetszenek ezek a Blackberry-k, elég komolyat adnak, tehát nem egy ilyen leharcolt ösrégi valamit, hanem egy elég komoly... tehát részben érintős, részben fizikai billentyűzetes verziót adják, és ő azt mondta, hogy inkább kidobná a Blackberry-t. Pedig amúgy rohadt jó szerintem.

Moderátor: És ha nem Apple-ben gondolkodunk, hanem általánosságban a márkákról?

Bálint: Hát akkor az, amit előbb itt mondtatok, hogy egyrészt azért veszi valaki, mert utána nézett, mert szakmailag úgy döntött, hogy neki az a legmegfelelőbb, valaki pedig divatból.

Moderátor: És ha mondjuk ruhákra érted?

Bálint: Hát például valaki azért veszi meg a Ralph Lauren inget, mert az Ralph Lauren, és ott van rajta a logó, valaki meg azért veszi meg, mert az anyaga olyan. Tehát sokkal jobb az anyaga.

András: Például van egy O'Neill márká, és tökre imádom azt, amit ő képvisel, szörfös, csak olyanok hordják, akik... tényleg nem hordják azok, akiket én nem akarok. Nekem például

nagyon fontos. Hogy ne jöjjön szembe egy olyan ember, mondjuk O'Neill kabátba, akiről tudom, hogy soha nem volt még snowboardozni.

László: De van Apple-öd, és vannak az Apple-t használó kis „menőgyerekek”. Azzal mi van?

András: A másik az, hogy hiába fizetek, mit tudom én, akármennyit egy kabátért, egy pólóért, még van olyan cuccom, amit 6-7 éve hordok. Tehát van olyan kabát, amit a legelső barátnőmmel vettem meg 12 éve, és még mindig kabát. De ezt másban nem találom meg. Azzal, hogy van egy erős márka, az mögött tényleg ott van már egy jó termék, egy jó cucc, amit így jó megvenni. Szerintem attól, hogy van egy ilyen Apple cuccod, az alapvetően azoknak jelent sokat, akik alaptól nem tehetnék meg. De ezekkel az emberekkel ha beszélgetsz egyből kijön, hogy egyébként nincs rá pénzük, összespórolta valahogy, gyűjtögette, nem tudom...

Bálint: Volt olyan osztálytársam, aki nem evett rendesen egy évig, azért, hogy vehessen egy iPhone-t.

András: Igen.

Eszter: Ez komoly?

Bálint: Hát, így történt.

Moderátor: Hogyha az Apple, mint márka egy személy lenne, akkor hogyan képzenétek el?

Márton: Steve Jobs.

Mindenki helyesel.

Bálint: Elég nagy sztereotípiát tényleg, de máshoz így nem tudjuk kötni, tényleg, Steve Jobs-hoz kötjük.

Márton: Ezt az új embert azt sem tudom, hogy hívják. Az új CEO-t.

Eszter: Az Apple az csak férfi lehet szerintem. Egy annyira erős egy annyira karakteres egy annyira irányt mutató...

László: Hát nem tudom, én egy kövér informatikushoz kötném. Csak igazából öltönyben.

Márton: Lehetne nő is, ha a nőt úgy definiáljuk, mint Margaret Thatcher.

László: Ja, karizmatikus vezető.

András: Ja, hát szerintem ott a pont, hogy a legerőteljesebben az, hogy innovatív. Vagy hogy állandóan ilyen új ötleteken gondolkozik, új dolgokat csinál, meg így mindent meg akar változtatni. De nyilván ezt erőteljesen sugallták az előző nem tudom hány évben. Legalábbis nekem ez a véleményem.

Bálint: Most már inkább olyan, mint aki behúzta fülét-farkát és csak így van.

Márton: Egyébként a Samsung-os per óta nagyon komolyan ostromozzák őket ezzel.

Mindenféle dologgal, hogy annyira mégsem innovatív. Csak úgy adják el.

Moderátor: Van valami, ami még az Apple-lel kapcsolatos és nem mondtátok el?

Bálint: Összekaphatnák magukat.

László: Csökkentsék az árakat.

Eszter: Én nem mertem kimondani, de te megtetted helyettem.

Bálint: Nem. Ne csökkentsék az árakat és ne vezessenek be alacsonyabb árú termékeket.

Márton: Ez az 5C is...

Bálint: Igen, borzalmas. Onnantól kezdve, hogy meghalt Steve Jobs, az történt, hogy például az iOS 7. Mi történt? Már mindenki hisztizett, tehát eddig tényleg soha nem vették figyelembe, hogy a nép mit akar. Mindig mutatták, hogy ők mit csinálnak és mindenki kajálta, aki tényleg olyan. És akkor jött az iOS 7, új dizájn. Mi az istennek kellett új dizájnt kitalálni, mikor rohadt jó volt a régi, és csak azok rinyáltak az új dizájnért, akik, tényleg ezek a kis „menősrácok”, az a réteg. Mert aki komolyan használta, mondjuk üzletemberek, vezetők, akiknek a megbízhatóság számított, a stabilitás számított, azoknak nem kellett új dizájn. Mert jól nézett ki, egyszerű volt, kezelhető volt. Most beletettek 66 effektet, meghal a telefon, igen, mert megfagynak az alkalmazások, többször, sokkal többször, mint korábban, volt, hogy nem tudtam csatlakozni hálózatokhoz, ilyen sem volt korábban. Tehát egyre többet csalódom a termékben, amúgy. Tehát nekem nem tetszik ez a irány, amiben elindultak. Ez a csillámpóni irány.

Márton: Ezen felül még csúnya is.

Bálint: Igen. Jó tehát, szép, vagy csúnya, nem. Letisztult, ó, megcsinálták amúgy, tehát jó, kinéz valahogy, színes lett. Mi színes? Az Android volt színes. Van benne ez az effekt, ahogy bezárjuk az alkalmazásokat, egy az egyben Android. Nem ilyen volt. Tehát meg volt neki a karaktere. Az egyedisége. Ez mind elveszett. Mintha összekevertük volna a Windows Phone-t és az Androidot és még belehánytunk volna. Én sajnálom ezt. Gondolkodtam azon, hogy eladom a telefonomat, és veszek egy új 4S-t még az eredeti oprendszerrel. És azt használom. Jó volt a méret is. Miért növelték a méretet? Mert rinyáltak, hogy milyen kicsi. Bőven elég volt ez a méret. Telefonnak tökéletes volt. Netezni lehetett rajta, mindent meg lehetett csinálni, amit egy telefonnal, vagy egy ilyen okos készülékkel meg kell csinálni. Ha valaki többet akar, ott volt az iPad. Kiváló volt rá az iPad.

Máté: Ez egy olyan dolog, hogy én sem tudtam azt elképzelni, hogy 5-öm legyen, mikor 4 van, és amióta anya 4-ét megnézem, már nem szeretném, hogy kisebb legyen.

Bálint: Ezt így elhiszem.

Máté: Tehát arányaiban jobb lett ez a telefon. Mert vékonyabb lett, könnyebb lett.

Bálint: Az jó. Vékonyasága, könnyebbsége az nagyon sokat számít, az igaz. Azért én is meg tudnám szokni, volt a kezemben, az, hogy könnyű meg vékony, az nagyon sokat számít.

Máté: Viszont cserébe nem olyan strapabíró, ma ráéjttem a laptopot, és így síkba legyalulta ezt a részt. (Mutatja)

Bálint: Akkor már nem is tartok ott, hogy vegyek egyet.

Moderátor: Fel tudtok eleveníteni egyébként Apple reklámokat?

Bálint: Magyarországon nem.

(Mindenkinek helyesel.)

Bálint: Hát én úgy láttam a reklámjaikat, hogy fel szoktam menni az oldalukra néha, és így látom a hülye reklámjaikat, azokat meg szoktam nézni.

Márton: Szerintem a célközönség alapvetően nem Közép-Európa. Hanem Nyugat-Európa és Amerika. Vagy esetleg Ázsia bizonyos területei.

Eszter: Meg nem reklámokkal érik el a sikereket, hanem azzal, amilyen a termék.

Bálint: Majdnem. A legnagyobb reklámjuk nekik van, ő (Mártonra mutat), én (magára mutat), ő (Mátéra mutat).

Eszter: Ja hát az emberek, igen.

Bálint: Zseniális. Egyszer olvastam egy pdf-et, ilyen összeállítást pont erről, és ez is benne volt, hogy az emberek reklámozzák a terméket. Verhetetlen. Tehát nem tudja semmilyen tévével vagy akármilyen plakáttal felvenni a versenyt.

Márton: Meg a negatív reklám is reklám, mint amikor a Samsungos szidta az Apple-öst és fordítva.

Moderátor: Meg tudod számolni, hogy hány olyan ismerősöd van, vagy hány olyan ember, akinél láttál Apple telefont?

Bálint: Amíg nem volt telefonom, nem volt egy sem, aztán megvettem, és jöttek így az emberek.

Márton: Én több embernél láttam iPhone-t, mint Samsung-ot egyébként.

Bálint: De akkor is jó érzés, hogy tényleg így egy...

Eszter: Én nagyrészt hát nem tudom, az én környezetemben nem sok ilyen iPhone-os emberke van. De egyre több. Ahogy így egyetemre jöttem, egyre több.

Moderátor: És nem a közvetlen környezetetekben?

Máté: Bécsben bemész az egyetemre, az a ritka, ha nem iPhone-t látsz valaki kezében. Tehát az egyetem rendszere is Apple.

Bálint: Én egyszer láttam egy Galaxy-t.

Eszter: iPhone-t hamarabb vennék, mint Samsungot.

Bálint: Jól teszed.

László: Ezzel én is így vagyok.

Márton: Most már Nokiát sem vennék egyébként.

Bálint: Akkor mit vennél, hallgatlak.

Márton: Én nem veszek semmit, nekem jó ez a telefon.

Bálint: Én tudom, hogy nem az iPhone a csúcs, de mondjál jobbat.

Eszter: Jobbat nem tudok mondani. Ezt elismerem. Én ettől függetlenül a Sony-t jobban szeretem. Most is az van.

Bálint: Tetszik a Sony-éknak az új telefonja, mert vízálló meg strapabíró, de olyan ronda a kijelzője, hogy hihetetlen.

Eszter: Amúgy tök jó, hogy porálló, meg vízálló, de a hátlap olyan könnyen karcolódik, hogy az nem igaz.

Bálint: Hát, ha kicserélnék a kijelzőjét, én azért megvenném. Meg ha tennének rá egy iOS 6-ot.

Moderátor: És ha azt mondom, hogy közösségi média és iPhone mi jut először eszedbe?

Bálint: Először a Twitter, ami így... mert életemben nem használtam Twitter-t, nem találkoztam vele és akkor az iPhone által. Furcsa amúgy, nem népszerű nálunk így a Twitter, Amerikába jobban, de ott láttam először. Szóval nekem ez jut először eszembe.

András: Azt a választ vártam, hogy kacsacsőrű lányok.

Eszter: Ja, igen a kacsaszájúak.

Moderátor: Mit jelent, ha valaki tükörben lefényképezi magát iPhone-nal?

Eszter: Feltűnési viselkedés.

Bálint: Én különválasztom. Akárki, aki lefotózza magát telefonnal az leírta magát, már bocs, de tényleg. Akár még ha fényképezővel, akkor is, és fölteszi és megosztja és... tehát hülyéskedni mindenki szokott, de ez borzasztó. Én szeretek fényképezni, szóval engem az undorral fog el az, ha azt látom, hogy valaki magát fotózza és ott van az eszköz is a képen. Az hogy iPhone vagy nem, nincs jelentősége. Hatalmas Samsungokkal is ugyanúgy nyomják.

Márton: Ami nekem nem tetszik így az egész telefonpiacon, az az, hogy így mit tudom én, nyolc-tíz éve minden telefon máshogy nézett ki. Mindegyiknek volt egy jellegzetessége és mindegyik kicsit más volt. Most mindegyik ugyanez a nagyon nagy...

Bálint: Nokiónak volt tízezer telefonja, mind más volt, nem volt közte egyforma.

Márton: Most meg egymás mellé rakod őket, és gondolkodnod kell, hogy melyik micsoda.

Eszter: Régen ránéztél, és tudtad melyik típus. Most próbáld meg megmondani.

Moderátor: Mi az első három szó, ami így az Apple-ről eszetekbe jut?

Máté: Szép, drága.

Zsófia: A drágával egyet értek, nekem letisztult, és okos.

Kata: Az alma logó, Steve Jobs, és hogy drága.

Bálint: Igényes, megbízható és szép dizájn.

Márton: Nagyjából mindenki elmondta már. Steve Jobs mindenképpen, megbízhatóság mindenképpen, dizájn az tényleg elsőrangú, meg hát nagybátyám jut eszembe még, mert rajta keresztül ismertem meg.

László: Nálam is igazából a megbízhatóság, maga a logó, egy az egyben az alma, valamint, hogy egyszerű, de mégis szép.

Eszter: Hát nekem is úgy az alma, akkor a stabilitás, meg a stílussteremtés.

András: Szerintem a siker, az innováció meg a presztízs.

Moderátor: Köszönöm. Van, akinek van kérdése a témával kapcsolatban? (Csend)

Akkor nagyon szépen köszönöm, hogy eljöttetek, ezzel is segítve munkámat. Jutalmul mindenki kap egy tábla csokoládét.

5. melléklet: Kérdőív

Gál Zsuzsanna vagyok, harmadéves kereskedelem és marketing szakos hallgató, és a TDK dolgozatom elkészítéséhez kérem a segítséged. Az alábbiakban a vásárlási és fogyasztási szokásaidra, véleményedre vagyok kíváncsi. A kitöltés névtelen és önkéntes. Kérlek, hogy minden kérdésre gondosan válaszolj! Segítséged előre is köszönöm!

1. Kérlek négyfokú skálán, 1-4-ig értékelj önmagad!

1 – „egyáltalán nem igaz rám”

4 – „jellemzően igaz rám, vagy így gondolom” – ot jelent.

(Kérlek, hogy spontán és gyorsan, az első gondolat erejével töltsd ki a kérdőívet és igyekezz ne a vágyott, hanem a valós érzés, vagy állapot szerint kitölteni!)

1	Jobban szeretem a feladataimat önállóan végrehajtani.	
2	Maximális teljesítményre törekszem.	
3	A legtöbb helyzetben képes vagyok érvényesíteni az akaratomat.	
4	Döntések előtt szeretem látni a dolgok logikai láncolatát és az ok-okozati összefüggéseket.	
5	Számomra fontos a siker!	
6	Másokkal úgy szeretek dolgozni, ha a feladatköröket előre egyértelműen lehatároljuk.	
7	Nehezen adom fel.	
8	Igyekszem a dolgokból a lehető legtöbbet kihozni.	
9	Természetes, hogy nehéz helyzetekben is vállalom a felelősséget saját dolgaimért.	
10	Nehéz helyzetekben is vállalom ellenvéleményemet.	
11	Nyitott vagyok.	
12	Általában jól alkalmazkodom.	
13	Maximálisan figyelek a környezetemre.	
14	Érdekel, hogy mit érez és gondol a másik ember.	
15	Képes vagyok elfogadni a másik ember érzéseit.	
16	Szeretek együtt dolgozni másokkal.	
17	Szeretek segíteni másoknak.	
18	Ha lehetséges, kerülöm a konfliktusokat.	
19	Könnyen megbízom másokban.	
20	Általában könnyen építek jó kapcsolatokat.	
21	Szeretem a feladataimat előre átgondolva megtervezni.	
22	Szeretem, ha a dolgok rendben vannak.	
23	Feladataimat nagyfokú gondossággal és precizitással végzem el.	
24	Zavar, ha a dolgok nem úgy mennek, ahogy előre elterveztük.	
25	Nem szeretem a váratlan dolgokat.	
26	A megbeszélte időpontokat, határidőket betartom.	
27	A részletekre nagy körültekintéssel figyelek.	
28	A kiszámíthatóság alapvetően fontos a másokkal való együttműködésben.	

29	Szeretem a feladataimat a megszokott módon végezni.	
30	Nehezen viselem a magam és mások hibáit.	
31	Nem viselem jól a nagyfokú precizitást igénylő megszokott, rutinszerű feladatokat.	
32	Nem szeretem, ha mindennek az előre megadott terv szerint kell haladnia.	
33	Szeretem a kihívásokat.	
34	Szeretem a spontán dolgokat.	
35	Szeretem a feladatok megoldásait mindig újszerű megoldásokkal tarkítani.	
36	Vallom, hogy a zseni a káoszon is jól átlát.	
37	Szeretek új ötletekkel előállni.	
38	Fontos, hogy mindig történjen valami új.	
39	Szívesen megváltoztatom az előírásokat.	
40	Nem szeretem, ha korlátoznak a szabadságomban.	

2. Az alábbi tartós fogyasztási cikkek közül mivel rendelkezel, mennyibe került, mikor megvetted/kaptad és milyen márkájú az adott termék?

Termék	Van	Nincs	Márka	Összeg (Ft)
Mobiltelefon				
Hordozható számítógép (laptop)				
Asztali számítógép (PC)				
Tablet				
Fényképezőgép				
E-book				
Videojáték konzollal				
Hordozható MP3/MP4 lejátszó				
DVD-lejátszó				
Házimozi-berendezés				

3. Jelöld 1-4-ig terjedő skálán, hogy szerinted mennyire jellemzők rád az alábbi állítások! (1 - Egyáltalán nem jellemző, 2 - Inkább nem jellemző, 3 – Inkább jellemző, 4 – Nagyon jellemző, NV – Nem vonatkozik rám, NT – Nem tudom eldönteni)

	1	2	3	4	NV	NT
1.Néha olyasmit is veszek magamnak, amire nincs is igazán szükségem (1)						
2.Nem viselek szívesen olcsó ruhadarabokat (3)						
3.Az estéket általában csendesen, otthon töltöm (1)						
4.Szeretek kimozdulni otthonról (1)						
5.Sokkal fontosabb, hogy legyen elegendő szabad időm, minthogy sokat keressek (1)						
6.Szabadidőmből sokat töltök baráti társasággal. (4)						
7.Mindenben az újat keresem. (3)						
8.Igazán azokat a feladatokat élvezem, ahol megoldásokat kell találnom különböző problémákra (2)						
9.Jobban szeretek napi feladatokon gondolkodni, mint hosszú távú terveken.2						
10.Számomra elegendő ha valami működik, nem érdekel, hogy hogyan, vagy miért teszi azt, amit tesz. (2)						
11.Jobban szeretem az összetett, mint az egyszerű feladatokat. (2)						
12.Véleményem szerint a dolgokat inkább csinálni kell, semmint hosszasan tervezni. (3)						
13.Szeretek kitűnni a tömegből (3)						
14.Ragaszkodom a szabályok betartásához. (3)						
15.Nem veszek olyan márkát, ami nem illik hozzám (1)						
16.Kitartok a megkedvelt márkák mellett (1)						
17.Olyan márkákhoz vagyok hűséges, amelyek illenek hozzám (1)						
18.Egyáltalán nem foglalkozom a márkákkal (1)						
19.A termék minőségét márka alapján döntöm el (1)						
20.Szeretek olyan márkákat választani, amelyeket a hozzám közelálló ismerőseim is kedvelnek (1)						
21.Úgy gondolom, akik ugyanolyan márkát fogyasztanak, azok hasonlóan gondolkodnak (1)						
22.Úgy gondolom, nem érdemes márkás terméket választani, mert minőségében nem jobb, csak a márkanévet fizettetik meg velem (1)						
23.Véleményem szerint a márkák megmutatják az ember társadalomban betöltött helyét (5)						
24.Egy márkás termék fogyasztásától többnek érzem magam (5)						
25.Azért hordok márkás ruhát, hogy kitűnjek a tömegből (5)						
26.Hogy biztos legyek benne, hogy a megfelelő terméket vagy márkát veszem meg, gyakran megfigyelem, mit vásárolnak és használnak mások. (4)						
27.Gyakran konzultálok a barátaimmal, hogy segítsenek kiválasztani a lehető legjobb alternatívát a sokféle termék közül. (4)						
28.Fontos, hogy másoknak is tetszenek azok a termékek és márkák, amelyeket megvásárolok. (4)						
29.Nem szeretek barátokkal együtt vásárolni. (4)						
30.Az ember úgy érzi, hogy egy iPod megvásárlása valószínűleg erősíti az imidzsét más emberek előtt. (4)						
31.Az ember gyakran érzi, hogy akik iPodot vásárolnak vagy használnak, olyan tulajdonságokkal rendelkeznek, amelyekkel ő maga is szeretne rendelkezni. (4)						

4. Mi az első három szó, ami eszedbe jut az Apple márkánév hallatán?

1. 2. 3.

5. Sorolj fel három olyan értéket, amelyet szerinted az Apple képvisel!

1. 2. 3.

6. Mennyire kedveled az Apple márkát? (Egy válasz jelölhető be)

a) Nem kedvelem b) Inkább nem kedvelem c) Inkább kedvelem d) Kedvelem

7. Ha legközelebb abban a termék kategóriában vásárolsz, ahol a lehetőségek között az Apple is szerepel, mekkora a valószínűsége, hogy ezt a márkát választod? (Egy válasz jelölhető be)

a) Biztosan nem fogom választani b) Inkább ezt választom
b) Inkább nem választom d) Biztosan ezt választom

8. Mi az oka ennek?

9. Ha az Apple személy lenne, hogyan képzelned el? Sorolj fel három jellemző dolgot róla! (belső tulajdonságok alapján)

1. 2. 3.

10. Van Apple márkájú terméked?

a) Igen b) Nem

11. Ha igen, melyek ezek, mikor és hol vásároltad őket?

Típus	Év	Hely

Személyes adatok:

1. Nem:

2. Életkor: év

3. Állandó lakóhely típusa:

a) Főváros b) Megyeszékhely c) Egyéb város d) Község

4. Látogatott kar:

(A kérdőívben felsorolásra kerültek az iskola karjai, melyek közül a megkérdezett választhatott, de mivel ez beazonosításra alkalmas adatnak minősül, a mellékletből töröltem.)

5. Kérlek, becsüld meg, havonta mekkora jövedelmed származik az alábbi forrásokból, forintban!

Otthonról kapott pénzösszeg:	
Ösztöndíjak, támogatások:	
Munkahelyi kereset:	

Köszönöm, hogy válaszaidal segítetted munkámat!

A kérdőívhez felhasznált források:

Tartós fogyasztási cikkek (2. kérdés) kiválasztásához:

KSH (2010) *A tartós fogyasztási cikkek éves átlagos állománya* [Online] KSH. Available from: www.ksh.hu/docs/hun/xtabla/haztfogy/tablhf10_13_03.html [Accessed 11/11/13]

HVG (2013) *Bővült a tartós fogyasztási cikkek piaca* [Online] HVG. Available from: hvg.hu/gazdasag/20130815_Bovult_a_tartos_fogyasztasi_cikkek_piac [Accessed 11/11/13]

SZEGEDMA (2013) *Mérséklődött a tartós fogyasztási cikkek iránti kereslet* [Online] SZEGEDma. Available from: szegedma.hu/hir/szeged/2013/01/merseklodott-a-tartos-fogyasztasi-cikkek-iranti-kereslet.html [Accessed 11/11/13]

Az életstílushoz kapcsolódó attitűdállítások (3. kérdés) forrásai:

1: VERES, Z. et al. (2010) *Életstílus alapú fogyasztói szegmentumkutatás*. In: VERES, Z. *Életstílus alapú fogyasztói szegmensek Magyarországon*. Szeged: Szegedi Tudományegyetem.

2: NÁDASI, K. (2003) *A márkázási stratégia hatása a fogyasztói márkaértékre*. Dissertation (PhD), Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem.

3: HLÉDIK, E. (2012) *Termékjellemzők és preferenciák: Fogyasztók termékjellemzőkkel kapcsolatos preferenciáinak és a preferenciák stabilitásának vizsgálata*. Dissertation (PhD), Szegedi Tudományegyetem.

4: TÁRKÁNYI, E. (2008) *A referenciacsoportok szerepe a fogyasztói magatartásban*. Dissertation (PhD), Széchenyi István Egyetem.

5: A kvalitatív kutatás alapján megfogalmazott, általam validált attitűdállítások.

6. melléklet: A válaszadók összetétele

Nem					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Férfi	92	45,3	45,3	45,3
	Nő	111	54,7	54,7	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Életkor					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	1	0,5	0,5	0,5
	19	13	6,4	6,4	6,9
	20	39	19,2	19,2	26,1
	21	56	27,6	27,6	53,7

	22	46	22,7	22,7	76,4
	23	26	12,8	12,8	89,2
	24	10	4,9	4,9	94,1
	25	11	5,4	5,4	99,5
	27	1	0,5	0,5	100
	Total	203	100	100	

Állandó lakóhely típusa					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Főváros	5	2,5	2,5	2,5
	Megyeszékhely	57	28,1	28,1	30,5
	Egyéb város	66	32,5	32,5	63,1
	Község	75	36,9	36,9	100
	Total	203	100	100	

7. melléklet: A válaszadók Apple márkával kapcsolatos viszonya

Van Apple márkájú terméked?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igen	52	25,6	25,6	25,6
	Nem	151	74,4	74,4	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Mennyire kedveled az Apple márkát?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nem kedvelem	62	30,5	30,5	30,5
	Inkább nem kedvelem	40	19,7	19,7	50,2
	Inkább kedvelem	56	27,6	27,6	77,8
	Kedvelem	45	22,2	22,2	100
	Total	203	100	100	

Ha legközelebb abban a termékkategóriában vásárolsz, ahol a lehetőségek között az Apple is szerepel, mekkora a valószínűsége, hogy ezt a márkát választod?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Biztosan nem fogom választani	61	30,0	30,0	30,0
	Inkább nem választom	68	33,5	33,5	63,5
	Inkább ezt választom	43	21,2	21,2	84,7
	Biztosan ezt választom	31	15,3	15,3	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

8. melléklet: A személyiségre vonatkozó attitűdálítások személyiségklaszterekhez tartozó értékei a K-közép módszer alapján

Final Cluster Centers				
	Cluster			
	1	2	3	4
Jobban szeretem a feladataimat önállóan végrehajtani.	3,15	3,36	3,43	3,2
Maximális teljesítményre törekszem.	3,76	3	3,57	3,15
A legtöbb helyzetben képes vagyok érvényesíteni az akaratomat.	3,19	3	3,11	2,75
Döntések előtt szeretem látni a dolgok logikai láncolatát és az ok-okozati összefüggéseket.	3,72	3,14	3,7	3,22
Számomra fontos a siker!	3,74	3,64	3,64	3,52
Másokkal úgy szeretek dolgozni, ha a feladatköröket egyértelműen lehatároljuk.	3,46	2,21	3,33	3,27
Nehezen adom fel.	3,53	3,14	3,03	2,85
Igyekszem a dolgokból a lehető legtöbbet kihozni	3,82	3	3,39	3,25
Természetes, hogy nehéz helyzetekben is vállalom a felelősséget saját dolgaimért-	3,65	3,14	3,48	3,25
Nehéz helyzetekben is vállalom ellenvéleményemet.	3,35	3,21	3,15	2,92
Nyitott vagyok.	3,49	3,14	2,59	3,37
Általában jól alkalmazkodom.	3,41	2,86	2,92	3,38
Maximálisan figyelek a környezetre.	3,26	2,5	2,51	3,07
Érdekel, hogy mit érez és gondol a másik ember.	3,62	2,43	2,49	3,35
Képes vagyok elfogadni a másik ember érzéseit.	3,57	2,86	2,87	3,35
Szeretek együtt dolgozni másokkal.	3,38	2,29	2,64	2,83
Szeretek segíteni másoknak.	3,68	2,86	3,28	3,33
Ha lehetséges, kerülöm a konfliktusokat.	3,15	2,36	3,05	3,12
Könnyen megbízom másokban.	2,59	1,93	1,92	2,52
Általában könnyen építek ki jó kapcsolatokat.	3,24	3,14	2,7	2,97
Szeretem a feladataimat előre átgondolva megtervezni	3,62	2,14	3,41	2,78
Szeretem, ha a dolgok rendben vannak.	3,94	2,43	3,89	3,57
Feladataimat nagyfokú gondossággal és precizitással végzem el.	3,59	2,57	3,48	2,82
Zavar, ha a dolgok nem úgy mennek, ahogy előre elterveztük.	3,66	2,21	3,59	3,15
Nem szeretem a váratlan dolgokat	2,94	1,64	3,15	2,33
A megbeszélte időpontokat, határidőket betartom.	3,49	2,57	3,48	3,08
A részletekre nagy körültekintéssel figyelek.	3,4	2,07	3,25	2,73

A kiszámíthatóság alapvetően fontos a másokkal való együttműködésben.	3,49	2,79	3,38	3
Szeretem a feladataimat a megszokott módon végezni.	3,44	2	3,46	3,03
Nehezen viselem a magam és mások hibáit.	3,1	2,57	3,08	2,52
Nem viselem jól a nagyfokú precizitást igénylő megszokott, rutinszerű feladatokat.	2,31	2,79	2,13	2,13
Nem szeretem, ha mindennek az előre megadott terv szerint kell haladnia	2,16	3,29	1,95	2,18
Szeretem a kihívásokat.	3,46	3,36	2,93	3,12
Szeretem a spontán dolgokat.	3,16	3,43	2,46	3,35
Szeretem a feladatok megoldásait mindig újszerű megoldásokkal tarkítani.	3,26	3	2,56	2,6
Vallom, hogy a zseni a káoszon is jól átlát.	3,26	3,21	2,62	3,05
Szeretek új ötletekkel előállni.	3,63	3,36	2,97	2,98
Fontos, hogy mindig történjen valami új.	3,57	3,36	2,43	3,13
Szívesen megváltoztatom az előírásokat.	2,76	3,21	1,95	2,53
Nem szeretem, ha korlátoznak a szabadságomban.	3,6	3,64	3,43	3,47

9. melléklet: Az életstílusra vonatkozó attitűdálítások életstílus- klaszterekhez tartozó értékei a K-közép módszer alapján

Final Cluster Centers

	Cluster			
	1	2	3	4
Néha olyasmit is veszek magamnak, amire nincs is gazán szükségem	2,85	2,48	2,28	2,35
Nem szívesen viselek olcsó ruhadarabokat	3,15	2,54	1,51	2,04
Az estéket általában csendesen, otthon töltöm	2,58	2,31	2,47	2,67
Szeretek kimozdulni otthonról	3,5	3,54	3,28	3,22
Sokkal fontosabb, hogy legyen elegendő szabad időm, minthogy sokat keressek	2,4	2,64	2,45	2,57
Szabadidőmből sokat töltök baráti társasággal.	3,2	3,05	3,04	2,84
Mindenben az újat keresem.	3,03	2,84	2,28	2,82
Igazán azokat a feladatokat élvezem, ahol megoldásokat kell találnom különböző problémákra	2,95	2,84	2,58	2,92
Jobban szeretek napi feladatokon gondolkodni, mint hosszú távú terveken.	2,53	2,54	2,43	2,33
Számomra elegendő, ha valami működik, nem érdekel, hogy hogyan, vagy miért teszi azt, amit tesz.	2,2	2,26	2,21	2,1
Jobban szeretem az összetett, mint az egyszerű feladatokat.	2,93	2,84	2,62	2,73
Véleményem szerint a dolgokat inkább csinálni kell, semmint hosszasan tervezni.	2,9	3,03	2,75	3,02
Szeretek kitűnni a tömegből	3,18	2,69	2,19	2,63
Ragaszkodom a szabályok betartásához.	2,88	2,41	2,53	2,59
Nem veszek olyan márkát, ami nem illik hozzám	3,33	3,16	1,66	2,37

Kitartok a megkedvelt márkák mellett	3,48	3,34	1,89	2,84
Olyan márkákhoz vagyok hűséges, amelyek illenek hozzám	3,75	3,31	1,64	2,45
Egyáltalán nem foglalkozom a márkákkal	1,88	1,51	2,85	2,41
A termék minőségét márka alapján döntöm el	3,03	2,15	1,89	2,16
Szeretek olyan márkákat választani, amelyeket a hozzám közel álló ismerőseim is kedvelnek	2,53	1,64	1,58	2,55
Úgy gondolom, akik ugyanolyan márkát fogyasztanak, azok hasonlóan gondolkodnak	2,78	1,57	1,53	2,16
Úgy gondolom, neem érdemes márkás terméket választani, mert minőségében nem jobb, csak a márkanevet fizettetik meg velem	2,33	1,8	2,51	2,63
Véleményem szerint a márkák megmutatják az ember társadalomban betöltött helyét	2,93	1,66	1,74	2,51
Egy márkás termék fogyasztástól többnek érzem magam	2,8	1,38	1,3	1,9
Azért hordok márkás ruhát, hogy kitűnjek a tömegből	2,5	1,44	1,11	1,63
Hogy biztos legyek benne, hogy a megfelelő terméket vagy márkát veszem meg, gyakran megfigyelem, mit vásárolnak és használnak mások.	2,33	1,41	1,38	2,22
Gyakran konzultálok a barátaimmal, hogy segítsenek kiválasztani a lehető legjobb alternatívát a sokféle termék közül.	2,65	1,97	2,26	2,43
Fontos, hogy másoknak is tetszenek azok a termékek és márkák, amelyeket megvásárolok.	2,6	1,9	1,66	2,27
Nem szeretek barátokkal együtt vásárolni.	2,05	1,97	1,91	2,02
Az ember úgy érzi, hogy egy iPod megvásárlása valószínűleg erősíti az imázsát más emberek előtt.	2,95	1,18	1,7	2,41
Az ember gyakran érzi, hogy akik iPodot vásárolnak vagy használnak, olyan tulajdonságokkal rendelkeznek, amelyekkel ő maga is szeretne rendelkezni.	2,83	1,05	1,57	2,27

10. melléklet: A személyiség és az Apple márka használata, kedveltsége, következő vásárláskor való választása közti összefüggések

Crosstab

Count

		Van Apple márkájú terméked?		Total
		Igen	Nem	
Személyiség Klaszterek K-means alapján	1. klaszter	17	51	68
	2. klaszter	5	9	14
	3. klaszter	13	48	61
	4. klaszter	17	43	60
Total		52	151	203

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,589 ^a	3	,662
Likelihood Ratio	1,555	3	,670
Linear-by-Linear Association	,019	1	,890
N of Valid Cases	203		

a. 1 cells (12,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,59.

Crosstab

Count

		Mennyire kedveled az Apple márkát?				Total
		Nem kedvelem	Inkább nem kedvelem	Inkább kedvelem	Kedvelem	
Személyiség Klaszterek K-means alapján	1. klaszter	22	11	18	17	68
	2. klaszter	6	3	2	3	14
	3. klaszter	19	14	17	11	61
	4. klaszter	15	12	19	14	60
Total		62	40	56	45	203

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,208 ^a	9	,897
Likelihood Ratio	4,379	9	,885
Linear-by-Linear Association	,131	1	,717
N of Valid Cases	203		

a. 4 cells (25,0%) have expected count less than 5. The

Crosstab

Count

		Ha legközelebb abban a termékkategóriában vásárolsz, ahol a lehetőségek között az Apple is szerepel, mekkora a valószínűsége, hogy ezt a márkát választod?				Total
		Biztosan nem fogom választani	Inkább nem választom	Inkább ezt választom	Biztosan ezt választom	
Személyiség Klaszterek K-means alapján	1. klaszter	18	21	18	11	68
	2. klaszter	4	6	1	3	14
	3. klaszter	22	21	10	8	61
	4. klaszter	17	20	14	9	60
Total		61	68	43	31	203

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,179 ^a	9	,818
Likelihood Ratio	5,531	9	,786
Linear-by-Linear Association	,471	1	,492
N of Valid Cases	203		

a. 4 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,14.

11. melléklet: A személyiségklaszterek és az életstílus- klaszterek közti összefüggések

Személyiség Klaszterek * Életstílus Klaszterek Crosstabulation

			Életstílus Klaszterek				Total
			Márkatudatos	Márkahű	Márkaelutasító	Márkakétkedő	
Személyiség Klaszterek	<i>Eltolódást nem mutató személyiség</i>	Count	21	18	9	20	68
		% within Személyiség Klaszterek	30,9%	26,5%	13,2%	29,4%	100,0%
		% within Életstílus Klaszterek	52,5%	29,5%	17,0%	40,8%	33,5%
		% of Total	10,3%	8,9%	4,4%	9,9%	33,5%
	<i>Hiszteroid</i>	Count	1	7	4	2	14
		% within Személyiség Klaszterek	7,1%	50,0%	28,6%	14,3%	100,0%
		% within Életstílus Klaszterek	2,5%	11,5%	7,5%	4,1%	6,9%
		% of Total	,5%	3,4%	2,0%	1,0%	6,9%
	<i>Kényszeres - szkizoid</i>	Count	10	20	19	12	61
		% within Személyiség Klaszterek	16,4%	32,8%	31,1%	19,7%	100,0%
		% within Életstílus Klaszterek	25,0%	32,8%	35,8%	24,5%	30,0%
		% of Total	4,9%	9,9%	9,4%	5,9%	30,0%
	<i>Depresszív</i>	Count	8	16	21	15	60
		% within Személyiség Klaszterek	13,3%	26,7%	35,0%	25,0%	100,0%
		% within Életstílus Klaszterek	20,0%	26,2%	39,6%	30,6%	29,6%
		% of Total	3,9%	7,9%	10,3%	7,4%	29,6%
Total		Count	40	61	53	49	203
		% within Személyiség Klaszterek	19,7%	30,0%	26,1%	24,1%	100,0%
		% within Életstílus Klaszterek	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	19,7%	30,0%	26,1%	24,1%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,161a	9	0,033
Likelihood Ratio	18,602	9	0,029
Linear-by-Linear Association	2,467	1	0,116
N of Valid Cases	203		

a 4 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,76.

12. melléklet: Az életstílus-klaszterek és az Apple márka használata, kedveltsége, következő vásárláskor való választása közti összefüggések

Crosstab

Van Apple márkájú terméked?			Igen	Nem	Total
Életstílus Klaszterek	Márkatudatos	Count	14	26	40
		% within Életstílus Klaszterek	35,00%	65,00%	100,00%
		% within Van Apple márkájú terméked?	26,90%	17,20%	19,70%
		% of Total	6,90%	12,80%	19,70%
	Márkahű	Count	21	40	61
		% within Életstílus Klaszterek	34,40%	65,60%	100,00%
		% within Van Apple márkájú terméked?	40,40%	26,50%	30,00%
		% of Total	10,30%	19,70%	30,00%
	Márkaelutasító	Count	7	46	53
		% within Életstílus Klaszterek	13,20%	86,80%	100,00%
		% within Van Apple márkájú terméked?	13,50%	30,50%	26,10%
		% of Total	3,40%	22,70%	26,10%
	Márkakétkedő	Count	10	39	49
		% within Életstílus Klaszterek	20,40%	79,60%	100,00%
		% within Van Apple márkájú terméked?	19,20%	25,80%	24,10%
		% of Total	4,90%	19,20%	24,10%
Total		Count	52	151	203
		% within Életstílus Klaszterek	25,60%	74,40%	100,00%
		% within Van Apple márkájú terméked?	100,00%	100,00%	100,00%
		% of Total	25,60%	74,40%	100,00%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,314a	3	0,025
Likelihood Ratio	9,71	3	0,021
Linear-by-Linear Association	5,449	1	0,02
N of Valid Cases	203		

a 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10,25.

Crosstab							
Mennyire kedveled az Apple márkát?			Nem kedvelem	Inkább nem kedvelem	Inkább kedvelem	Kedvelem	Total
Életstílus Klaszterek	Márkatudatos	Count	10	3	10	17	40
		% within Életstílus Klaszterek	25,00%	7,50%	25,00%	42,50%	100,00%
		% within Mennyire kedveled az Apple márkát?	16,10%	7,50%	17,90%	37,80%	19,70%
		% of Total	4,90%	1,50%	4,90%	8,40%	19,70%
	Márkahű	Count	20	14	12	15	61
		% within Életstílus Klaszterek	32,80%	23,00%	19,70%	24,60%	100,00%
		% within Mennyire kedveled az Apple márkát?	32,30%	35,00%	21,40%	33,30%	30,00%
		% of Total	9,90%	6,90%	5,90%	7,40%	30,00%
	Márkaelutasító	Count	20	14	14	5	53
		% within Életstílus Klaszterek	37,70%	26,40%	26,40%	9,40%	100,00%
		% within Mennyire kedveled az Apple márkát?	32,30%	35,00%	25,00%	11,10%	26,10%
		% of Total	9,90%	6,90%	6,90%	2,50%	26,10%
	Márkakétkedő	Count	12	9	20	8	49
		% within Életstílus Klaszterek	24,50%	18,40%	40,80%	16,30%	100,00%
		% within Mennyire kedveled az Apple márkát?	19,40%	22,50%	35,70%	17,80%	24,10%
		% of Total	5,90%	4,40%	9,90%	3,90%	24,10%
Total		Count	62	40	56	45	203
		% within Életstílus Klaszterek	30,50%	19,70%	27,60%	22,20%	100,00%
		% within Mennyire kedveled az Apple márkát?	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
		% of Total	30,50%	19,70%	27,60%	22,20%	100,00%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	23,464a	9	0,005
Likelihood Ratio	23,59	9	0,005
Linear-by-Linear Association	2,622	1	0,105
N of Valid Cases	203		

a 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,88.

Crosstab							
Ha legközelebb abban a termékkategóriában vásárolsz, ahol a lehetőségek között az Apple is szerepel, mekkora a valószínűsége, hogy ezt a márkát választod?			Biztosan nem fogom választani	Inkább nem választom	Inkább ezt választom	Biztosan ezt választom	Total
Életstílus Klaszterek	Márkatudatos	Count	10	6	10	14	40
		% within Életstílus Klaszterek	25,00%	15,00%	25,00%	35,00%	100,00%
		% within Ha legközelebb abban a termékkategóriában vásárolsz, ahol a lehetőségek között az Apple is szerepel, mekkora a valószínűsége, hogy ezt a márkát választod?	16,40%	8,80%	23,30%	45,20%	19,70%
		% of Total	4,90%	3,00%	4,90%	6,90%	19,70%
	Márkahű	Count	18	22	11	10	61
		% within Életstílus Klaszterek	29,50%	36,10%	18,00%	16,40%	100,00%
		% within Ha legközelebb abban a termékkategóriában vásárolsz, ahol a lehetőségek között az Apple is szerepel, mekkora a valószínűsége, hogy ezt a márkát választod?	29,50%	32,40%	25,60%	32,30%	30,00%
		% of Total	8,90%	10,80%	5,40%	4,90%	30,00%
	Márkaelutasító	Count	22	19	10	2	53
		% within Életstílus Klaszterek	41,50%	35,80%	18,90%	3,80%	100,00%
		% within Ha legközelebb abban a termékkategóriában vásárolsz, ahol a lehetőségek között az Apple is szerepel, mekkora a valószínűsége, hogy ezt a márkát választod?	36,10%	27,90%	23,30%	6,50%	26,10%
		% of Total	10,80%	9,40%	4,90%	1,00%	26,10%
	Márkakétkedő	Count	11	21	12	5	49
		% within Életstílus Klaszterek	22,40%	42,90%	24,50%	10,20%	100,00%
		% within Ha legközelebb abban a termékkategóriában vásárolsz, ahol a lehetőségek között az Apple is szerepel, mekkora a valószínűsége, hogy ezt a márkát választod?	18,00%	30,90%	27,90%	16,10%	24,10%
		% of Total	5,40%	10,30%	5,90%	2,50%	24,10%
Total		Count	61	68	43	31	203
		% within Életstílus Klaszterek	30,00%	33,50%	21,20%	15,30%	100,00%
		% within Ha legközelebb abban a termékkategóriában vásárolsz, ahol a lehetőségek között az Apple is szerepel, mekkora a valószínűsége, hogy ezt a márkát választod?	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
		% of Total	30,00%	33,50%	21,20%	15,30%	100,00%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	25,784 ^a	9	,002
Likelihood Ratio	25,963	9	,002
Linear-by-Linear Association	5,866	1	,015
N of Valid Cases	203		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,11.

13. melléklet: Az egyén személyisége és az általános attitűdök közti összefüggések

Crosstab							
Az estéket általában csendesen, otthon töltöm			Egyáltalán nem jellemző	Inkább nem jellemző	Inkább jellemző	Nagyon jellemző	Total
Személyiség Klaszterek	Eltolódást nem mutató személyiség	Count	7	31	19	11	68
		% within Személyiség Klaszterek	10,30%	45,60%	27,90%	16,20%	100,00%
		% within Az estéket általában csendesen, otthon töltöm	23,30%	41,90%	27,90%	35,50%	33,50%
		% of Total	3,40%	15,30%	9,40%	5,40%	33,50%
	Hiszteroid	Count	6	6	2	0	14
		% within Személyiség Klaszterek	42,90%	42,90%	14,30%	0,00%	100,00%
		% within Az estéket általában csendesen, otthon töltöm	20,00%	8,10%	2,90%	0,00%	6,90%
		% of Total	3,00%	3,00%	1,00%	0,00%	6,90%
	Kényszeres - szkizoid	Count	5	16	26	14	61
		% within Személyiség Klaszterek	8,20%	26,20%	42,60%	23,00%	100,00%
		% within Az estéket általában csendesen, otthon töltöm	16,70%	21,60%	38,20%	45,20%	30,00%
		% of Total	2,50%	7,90%	12,80%	6,90%	30,00%
	Depresszív	Count	12	21	21	6	60
		% within Személyiség Klaszterek	20,00%	35,00%	35,00%	10,00%	100,00%
		% within Az estéket általában csendesen, otthon töltöm	40,00%	28,40%	30,90%	19,40%	29,60%
		% of Total	5,90%	10,30%	10,30%	3,00%	29,60%
Total		Count	30	74	68	31	203
		% within Személyiség Klaszterek	14,80%	36,50%	33,50%	15,30%	100,00%
		% within Az estéket általában csendesen, otthon töltöm	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
		% of Total	14,80%	36,50%	33,50%	15,30%	100,00%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,135 ^a	9	,004
Likelihood Ratio	24,311	9	,004
Linear-by-Linear Association	,007	1	,934
N of Valid Cases	203		

a. 3 cells (18,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,07.

Crosstab

Szeretek kimozdulni otthonról			<i>Inkább nem jellemző</i>	<i>Inkább jellemző</i>	<i>Nagyon jellemző</i>	Total
Személyiség Klaszterek	<i>Eltolódást nem mutató személyiség</i>	Count	3	19	46	68
		% within Személyiség Klaszterek	4,4%	27,9%	67,6%	100,0%
		% within Szeretek kimozdulni otthonról	13,0%	24,4%	45,1%	33,5%
		% of Total	1,5%	9,4%	22,7%	33,5%
	<i>Hiszteroid</i>	Count	1	5	8	14
		% within Személyiség Klaszterek	7,1%	35,7%	57,1%	100,0%
		% within Szeretek kimozdulni otthonról	4,3%	6,4%	7,8%	6,9%
		% of Total	,5%	2,5%	3,9%	6,9%
	<i>Kényszeres - szkizoid</i>	Count	15	29	17	61
		% within Személyiség Klaszterek	24,6%	47,5%	27,9%	100,0%
		% within Szeretek kimozdulni otthonról	65,2%	37,2%	16,7%	30,0%
		% of Total	7,4%	14,3%	8,4%	30,0%
	<i>Depresszív</i>	Count	4	25	31	60
		% within Személyiség Klaszterek	6,7%	41,7%	51,7%	100,0%
		% within Szeretek kimozdulni otthonról	17,4%	32,1%	30,4%	29,6%
		% of Total	2,0%	12,3%	15,3%	29,6%
Total		Count	23	78	102	203
		% within Személyiség Klaszterek	11,3%	38,4%	50,2%	100,0%
		% within Szeretek kimozdulni otthonról	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	11,3%	38,4%	50,2%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27,496a	6	0,000
Likelihood Ratio	27,089	6	0,000
Linear-by-Linear Association	6,718	1	0,010
N of Valid Cases	203		

a 1 cells (8,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,59.

Crosstab

			<i>Egyáltalán nem jellemző</i>	<i>Inkább nem jellemző</i>	<i>Inkább jellemző</i>	<i>Nagyon jellemző</i>	Total
Mindenben az újat keresem.							
Személyiség Klaszterek	<i>Eltolódást nem mutató személyiség</i>	Count	2	14	34	18	68
		% within Személyiség Klaszterek	2,9%	20,6%	50,0%	26,5%	100,0%
		% within Mindenben az újat keresem.	18,2%	20,0%	39,5%	50,0%	33,5%
		% of Total	1,0%	6,9%	16,7%	8,9%	33,5%
	<i>Hiszteroid</i>	Count	0	4	6	4	14
		% within Személyiség Klaszterek	0,0%	28,6%	42,9%	28,6%	100,0%
		% within Mindenben az újat keresem.	0,0%	5,7%	7,0%	11,1%	6,9%
		% of Total	0,0%	2,0%	3,0%	2,0%	6,9%
	<i>Kényszeres - szkizoid</i>	Count	6	27	22	6	61
		% within Személyiség Klaszterek	9,8%	44,3%	36,1%	9,8%	100,0%
		% within Mindenben az újat keresem.	54,5%	38,6%	25,6%	16,7%	30,0%
		% of Total	3,0%	13,3%	10,8%	3,0%	30,0%
	<i>Depresszív</i>	Count	3	25	24	8	60
		% within Személyiség Klaszterek	5,0%	41,7%	40,0%	13,3%	100,0%
		% within Mindenben az újat keresem.	27,3%	35,7%	27,9%	22,2%	29,6%
		% of Total	1,5%	12,3%	11,8%	3,9%	29,6%
Total		Count	11	70	86	36	203
		% within Személyiség Klaszterek	5,4%	34,5%	42,4%	17,7%	100,0%
		% within Mindenben az újat keresem.	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	5,4%	34,5%	42,4%	17,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,526a	9	0,03
Likelihood Ratio	19,393	9	0,022
Linear-by-Linear Association	11,219	1	0,001
N of Valid Cases	203		

a 6 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,76.

Crosstab

Igazán azokat a feladatokat élvezem, ahol megoldásokat kell találnom különböző problémákra			Egyáltalán nem jellemző	Inkább nem jellemző	Inkább jellemző	Nagyon jellemző	Total
Személyiség Klaszterek	Eltolódást nem mutató személyiség	Count	3	13	37	15	68
		% within Személyiség Klaszterek	4,4%	19,1%	54,4%	22,1%	100,0%
		% within Igazán azokat a feladatokat élvezem, ahol megoldásokat kell találnom különböző problémákra	27,3%	22,4%	40,2%	35,7%	33,5%
		% of Total	1,5%	6,4%	18,2%	7,4%	33,5%
	Hiszteroid	Count	0	1	8	5	14
		% within Személyiség Klaszterek	0,0%	7,1%	57,1%	35,7%	100,0%
		% within Igazán azokat a feladatokat élvezem, ahol megoldásokat kell találnom különböző problémákra	0,0%	1,7%	8,7%	11,9%	6,9%
		% of Total	0,0%	,5%	3,9%	2,5%	6,9%
	Kényszeres - szkizoid	Count	4	18	24	15	61
		% within Személyiség Klaszterek	6,6%	29,5%	39,3%	24,6%	100,0%
		% within Igazán azokat a feladatokat élvezem, ahol megoldásokat kell találnom különböző problémákra	36,4%	31,0%	26,1%	35,7%	30,0%
		% of Total	2,0%	8,9%	11,8%	7,4%	30,0%
	Depresszív	Count	4	26	23	7	60
		% within Személyiség Klaszterek	6,7%	43,3%	38,3%	11,7%	100,0%
		% within Igazán azokat a feladatokat élvezem, ahol megoldásokat kell találnom különböző problémákra	36,4%	44,8%	25,0%	16,7%	29,6%
		% of Total	2,0%	12,8%	11,3%	3,4%	29,6%
Total		Count	11	58	92	42	203
		% within Személyiség Klaszterek	5,4%	28,6%	45,3%	20,7%	100,0%
		% within Igazán azokat a feladatokat élvezem, ahol megoldásokat kell találnom különböző problémákra	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	5,4%	28,6%	45,3%	20,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	17,374a	9	0,043
Likelihood Ratio	18,842	9	0,027
Linear-by-Linear Association	7,655	1	0,006
N of Valid Cases	203		

a 6 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,76.

Crosstab

Ragaszkodom a szabályok betartásához.			Egyáltalán nem jellemző	Inkább nem jellemző	Inkább jellemző	Nagyon jellemző	Total
Személyiség Klaszterek	Eltolódást nem mutató személyiség	Count	3	23	27	15	68
		% within Személyiség Klaszterek K-means alapján	4,40%	33,80%	39,70%	22,10%	100,00%
		% within Ragaszkodom a szabályok betartásához.	12,00%	33,80%	34,60%	46,90%	33,50%
		% of Total	1,50%	11,30%	13,30%	7,40%	33,50%
	Hiszteroid	Count	7	6	1	0	14
		% within Személyiség Klaszterek K-means alapján	50,00%	42,90%	7,10%	0,00%	100,00%
		% within Ragaszkodom a szabályok betartásához.	28,00%	8,80%	1,30%	0,00%	6,90%
		% of Total	3,40%	3,00%	0,50%	0,00%	6,90%
	Kényszeres - szkizoid	Count	2	16	27	16	61
		% within Személyiség Klaszterek K-means alapján	3,30%	26,20%	44,30%	26,20%	100,00%
		% within Ragaszkodom a szabályok betartásához.	8,00%	23,50%	34,60%	50,00%	30,00%
		% of Total	1,00%	7,90%	13,30%	7,90%	30,00%
	Depresszív	Count	13	23	23	1	60
		% within Személyiség Klaszterek K-means alapján	21,70%	38,30%	38,30%	1,70%	100,00%
		% within Ragaszkodom a szabályok betartásához.	52,00%	33,80%	29,50%	3,10%	29,60%
		% of Total	6,40%	11,30%	11,30%	0,50%	29,60%
Total		Count	25	68	78	32	203
		% within Személyiség Klaszterek K-means alapján	12,30%	33,50%	38,40%	15,80%	100,00%
		% within Ragaszkodom a szabályok betartásához.	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
		% of Total	12,30%	33,50%	38,40%	15,80%	100,00%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	49,502 ^a	9	,000
Likelihood Ratio	52,449	9	,000
Linear-by-Linear Association	5,865	1	,015
N of Valid Cases	203		

a. 3 cells (18,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,72.

Crosstab

Egyáltalán nem foglalkozom a márkákkal			Egyáltalán nem jellemző	Inkább nem jellemző	Inkább jellemző	Nagyon jellemző	Total
Személyiség Klaszterek	Eltolódást nem mutató személyiség	Count	26	24	13	5	68
		% within Személyiség Klaszterek	38,2%	35,3%	19,1%	7,4%	100,0%
		% within Egyáltalán nem foglalkozom a márkákkal	38,8%	36,4%	30,2%	18,5%	33,5%
		% of Total	12,8%	11,8%	6,4%	2,5%	33,5%
	Hiszteroid	Count	8	6	0	0	14
		% within Személyiség Klaszterek	57,1%	42,9%	0,0%	0,0%	100,0%
		% within Egyáltalán nem foglalkozom a márkákkal	11,9%	9,1%	0,0%	0,0%	6,9%
		% of Total	3,9%	3,0%	0,0%	0,0%	6,9%
	Kényszeres - szkizoid	Count	20	18	12	11	61
		% within Személyiség Klaszterek	32,8%	29,5%	19,7%	18,0%	100,0%
		% within Egyáltalán nem foglalkozom a márkákkal	29,9%	27,3%	27,9%	40,7%	30,0%
		% of Total	9,9%	8,9%	5,9%	5,4%	30,0%
	Depresszív	Count	13	18	18	11	60
		% within Személyiség Klaszterek	21,7%	30,0%	30,0%	18,3%	100,0%
		% within Egyáltalán nem foglalkozom a márkákkal	19,4%	27,3%	41,9%	40,7%	29,6%
		% of Total	6,4%	8,9%	8,9%	5,4%	29,6%
Total		Count	67	66	43	27	203
		% within Személyiség Klaszterek	33,0%	32,5%	21,2%	13,3%	100,0%
		% within Egyáltalán nem foglalkozom a márkákkal	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	33,0%	32,5%	21,2%	13,3%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	17,492a	9	0,042
Likelihood Ratio	22,011	9	0,009
Linear-by-Linear Association	9,111	1	0,003
N of Valid Cases	203		

a 4 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,86.

Crosstab

Véleményem szerint a márkák megmutatják az ember társadalomban betöltött helyét			Egyáltalán nem jellemző	Inkább nem jellemző	Inkább jellemző	Nagyon jellemző	Total
Személyiség Klaszterek	Eltolódást nem mutató személyiség	Count	16	19	23	10	68
		% within Személyiség Klaszterek	23,50%	27,90%	33,80%	14,70%	100,00%
		% within Véleményem szerint a márkák megmutatják az ember társadalomban betöltött helyét	23,50%	31,10%	43,40%	47,60%	33,50%
		% of Total	7,90%	9,40%	11,30%	4,90%	33,50%
	Hiszteroid	Count	9	2	0	3	14
		% within Személyiség Klaszterek	64,30%	14,30%	0,00%	21,40%	100,00%
		% within Véleményem szerint a márkák megmutatják az ember társadalomban betöltött helyét	13,20%	3,30%	0,00%	14,30%	6,90%
		% of Total	4,40%	1,00%	0,00%	1,50%	6,90%
	Kényszeres - szkizoid	Count	19	22	16	4	61
		% within Személyiség Klaszterek	31,10%	36,10%	26,20%	6,60%	100,00%
		% within Véleményem szerint a márkák megmutatják az ember társadalomban betöltött helyét	27,90%	36,10%	30,20%	19,00%	30,00%
		% of Total	9,40%	10,80%	7,90%	2,00%	30,00%
	Depresszív	Count	24	18	14	4	60
		% within Személyiség Klaszterek	40,00%	30,00%	23,30%	6,70%	100,00%
		% within Véleményem szerint a márkák megmutatják az ember társadalomban betöltött helyét	35,30%	29,50%	26,40%	19,00%	29,60%
		% of Total	11,80%	8,90%	6,90%	2,00%	29,60%
Total		Count	68	61	53	21	203
		% within Személyiség Klaszterek	33,50%	30,00%	26,10%	10,30%	100,00%
		% within Véleményem szerint a márkák megmutatják az ember társadalomban betöltött helyét	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
		% of Total	33,50%	30,00%	26,10%	10,30%	100,00%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,756 ^a	9	,027
Likelihood Ratio	21,568	9	,010
Linear-by-Linear Association	5,516	1	,019
N of Valid Cases	203		

a. 4 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,45.

Crosstab

Hogy biztos legyek benne, hogy a megfelelő terméket vagy márkát veszem meg, gyakran megfigyelem, mit vásárolnak és használnak mások.			Egyáltalán nem jellemző	Inkább nem jellemző	Inkább jellemző	Nagyon jellemző	Total
Személyiség Klaszterek	Eltolódást nem mutató személyiség	Count	20	31	15	2	68
		% within Személyiség Klaszterek	29,4%	45,6%	22,1%	2,9%	100,0%
		% within Hogy biztos legyek benne, hogy a megfelelő terméket vagy márkát veszem meg, gyakran megfigyelem, mit vásárolnak és használnak mások.	21,5%	44,3%	46,9%	25,0%	33,5%
		% of Total	9,9%	15,3%	7,4%	1,0%	33,5%
	Hiszteroid	Count	8	2	4	0	14
		% within Személyiség Klaszterek	57,1%	14,3%	28,6%	0,0%	100,0%
		% within Hogy biztos legyek benne, hogy a megfelelő terméket vagy márkát veszem meg, gyakran megfigyelem, mit vásárolnak és használnak mások.	8,6%	2,9%	12,5%	0,0%	6,9%
		% of Total	3,9%	1,0%	2,0%	0,0%	6,9%
	Kényszeres - szkizoid	Count	35	19	7	0	61
		% within Személyiség Klaszterek	57,4%	31,1%	11,5%	0,0%	100,0%
		% within Hogy biztos legyek benne, hogy a megfelelő terméket vagy márkát veszem meg, gyakran megfigyelem, mit vásárolnak és használnak mások.	37,6%	27,1%	21,9%	0,0%	30,0%
		% of Total	17,2%	9,4%	3,4%	0,0%	30,0%
	Depresszív	Count	30	18	6	6	60
		% within Személyiség Klaszterek	50,0%	30,0%	10,0%	10,0%	100,0%
		% within Hogy biztos legyek benne, hogy a megfelelő terméket vagy márkát veszem meg, gyakran megfigyelem, mit vásárolnak és használnak mások.	32,3%	25,7%	18,8%	75,0%	29,6%
		% of Total	14,8%	8,9%	3,0%	3,0%	29,6%
Total		Count	93	70	32	8	203
		% within Személyiség Klaszterek	45,8%	34,5%	15,8%	3,9%	100,0%
		% within Hogy biztos legyek benne, hogy a megfelelő terméket vagy márkát veszem meg, gyakran megfigyelem, mit vásárolnak és használnak mások.	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	45,8%	34,5%	15,8%	3,9%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,890a	9	0,003
Likelihood Ratio	26,654	9	0,002
Linear-by-Linear Association	3,023	1	0,082
N of Valid Cases	203		

a 6 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,55.

Crosstab

Fontos, hogy másoknak is tetszenek azok a termékek és márkák, amelyeket megvásárolok.			Egyáltalán nem jellemző	Inkább nem jellemző	Inkább jellemző	Nagyon jellemző	Total
Személyiség Klaszterek	Eltolódást nem mutató személyiség	Count	14	30	22	2	68
		% within Személyiség Klaszterek	20,60%	44,10%	32,40%	2,90%	100,00%
		% within Fontos, hogy másoknak is tetszenek azok a termékek és márkák, amelyeket megvásárolok.	21,90%	41,10%	40,00%	18,20%	33,50%
		% of Total	6,90%	14,80%	10,80%	1,00%	33,50%
	Hiszteroid	Count	9	1	2	2	14
		% within Személyiség Klaszterek K-means alapján	64,30%	7,10%	14,30%	14,30%	100,00%
		% within Fontos, hogy másoknak is tetszenek azok a termékek és márkák, amelyeket megvásárolok.	14,10%	1,40%	3,60%	18,20%	6,90%
		% of Total	4,40%	0,50%	1,00%	1,00%	6,90%
	Kényszeres - szkizoid	Count	27	24	9	1	61
		% within Személyiség Klaszterek K-means alapján	44,30%	39,30%	14,80%	1,60%	100,00%
		% within Fontos, hogy másoknak is tetszenek azok a termékek és márkák, amelyeket megvásárolok.	42,20%	32,90%	16,40%	9,10%	30,00%
		% of Total	13,30%	11,80%	4,40%	0,50%	30,00%
	Depresszív	Count	14	18	22	6	60
% within Személyiség Klaszterek K-means alapján		23,30%	30,00%	36,70%	10,00%	100,00%	
% within Fontos, hogy másoknak is tetszenek azok a termékek és márkák, amelyeket megvásárolok.		21,90%	24,70%	40,00%	54,50%	29,60%	
% of Total		6,90%	8,90%	10,80%	3,00%	29,60%	
Total		Count	64	73	55	11	203
		% within Személyiség Klaszterek K-means alapján	31,50%	36,00%	27,10%	5,40%	100,00%
		% within Fontos, hogy másoknak is tetszenek azok a termékek és márkák, amelyeket megvásárolok.	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
		% of Total	31,50%	36,00%	27,10%	5,40%	100,00%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	30,773a	9	0
Likelihood Ratio	31,627	9	0
Linear-by-Linear Association	0,092	1	0,761
N of Valid Cases	203		

a 6 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,76.