

MELLÉKLETEK



Vezérfonal

-Guide-

A Z generáció online vásárlói élményének
összetevői és sportfogyasztási szokásai a
hazai sportpiacon

Interjú adatok

Interjúalanyok: Minden olyan személy, aki a Z generáció (1996 – 2010) tagjai közé tartozik.

- A: általános iskola felső tagozatába járók
- B: középiskolások, egyetemisták

Demográfiai adatok:

Nem:

Kor:

Kérdezés módja: Fókuszcsoport

Időpont:

Helyszín:

Fókuszcsoport célja: A sportpiac aktív (sporttevékenységet folytató) és passzív (néző, szurkoló) fogyasztóinak igényeinek, elvárásainak felkutatása és felmérése, annak érdekében, hogy a későbbiekben azokat hasznosítva, optimalizálhassuk számukra az online vásárlói élményt és megtalálhassuk a velük való kapcsolattartáshoz legmegfelelőbb kommunikációs lehetőségeket.

Ütemterv

1. Biztonsági intézkedések, bemutatkozás, bemelegítés

- a. Fel kell hívni a résztvevők figyelmét arra, hogy a maszk viselése kötelező, majd meg kell győződni annak rendeltetésszerű használatáról.
- b. Ezt követően a moderátor bemutatkozik és ismerteti az interjú célját.
- c. Elmondja, hogy a résztvevők szabadon nyilváníthatnak véleményt, valamint, hogy nincsenek jó vagy rossz válaszok.
- d. Az interjú rögzítésének módja és a hangfelvétel szerepének tisztázása.
- e. Névtáblák elkészítése.
- f. Az interjúalanyok rövid bemutatkozása.

2. Témakörök bemutatása (általános megítélés, karakterizálás)

A SPORT HELYE A SOCIAL MÉDIÁBAN

- a. Melyek a kedvenc social média appjaitok?
- b. Meséljétek el az egyik sporttal kapcsolatos emlékezetes élményeteket. – Beszámoltatok erről a közösségi médián is (pl. poszt, fénykép, videó, mystory formájában)?
- c. Soroljátok fel néhány sportágat, vagy sportolót, amelyet rendszeresen nyomon követtek.
- d. Honnan tájékozódtok a velük kapcsolatos információkról/ hírekről/ eseményekről?
- e. Szerintetek melyik a három legmenőbb sportmárka és miért?
- f. Őket is nyomon szoktátok követni valamelyik platformon?
- g. Ismertek olyan „kollabot”, amiben szerepel valamilyen sportmárka?
- h. Találkoztatok már sporttal kapcsolatos hirdetésekkel a közösségi oldalakon? – Ha igen, emlékeztek rá, hogy mi volt az?
- i. Használtok hirdetés blokkolót számítógépen vagy telefonon?
- j. Volt már rá példa, hogy valamilyen termékkel, vagy eseménnyel influencereken keresztül találkoztatok először? – Ha igen, mondanátok rá példát is.
- k. Tudtok mondani valamilyen sporttal kapcsolatos „trendinget” vagy „challengert”? – Ti is kipróbáltátok/ megcsináltátok ezeket?

ONLINE ÉS OFFLINE VÁSÁRLÁS ÁLTALÁNOS MEGITÉLÉSE A SPORTPIACON

- a. Általában online vagy offline szoktátok kinézni/ megvenni az ilyen jellegű termékeket?
- b. Milyen előnyei/ hátrányai vannak az online vásárlásnak?
- c. Milyen előnyei/ hátrányai vannak az offline vásárlásnak?
- d. Melyik típusú vásárlás nyújt nagyobb élményt a számotokra? – És miért?
- e. Akciók alkalmával a hagyományos papír alapú kuponokat vagy az applikációkon keresztül elérhető változatokat részesítitek előnyben?
- f. Milyen kiegészítőszolgáltatásokat vársz el egy-egy vásárlás során?

BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK A VÁSÁRLÁS SORÁN

- a. Előfordult már veletek, hogy valamilyen hirdetés hatására döntöttetek ilyen jellegű termék vásárlása mellett? – Ha igen, hol találkoztatok vele?
- b. Befolyásol benneteket a vásárlási döntés meghozatalában, hogy a barátaitoknak, sporttársaitoknak milyen márkájú felszereléseket használnak?
- c. Kinek / kiknek a véleményét kéritek ki egy-egy vásárlás során?
- d. Kivel szoktatok elmenni vásárolni?
- e. Mik azok a dolgok / információk, amiket megnéztek egy - egy vásárlás előtt, vagy közben?
- f. Figyelemmel szoktátok kísérni a különböző akciós vásárlási napokat (pl. BlackFriday, Joy Napok)? – Ha igen, ezeken általában online vagy offline vásároltok?

SAJÁT TAPASZTALATOK ÉS ELVÁRÁSOK ONLINE VÁSÁRLÁS SORÁN

- a. Mi volt a legutóbbi sporttal kapcsolatos dolog, amit ti magatok vásároltatok, vagy ajándékba kaptatok valakitől? – Mi volt a vásárlás módja?
- b. Volt már rá példa, hogy valamilyen ünnep alkalmából ilyen jellegű terméket vagy belépőjegyet kértetek családtagjaitoktól?
- c. Van valamilyen vásárlással kapcsolatos - akár pozitív akár negatív - élményetek, amit szívesen megosztanátok?
- d. Fontosnak tarjátok megosztani ezeket az élményeiteket a közösségi médián? Tudnátok néhány példát mondani erre?
- e. Milyen egy jó vásárlás? Mi kell ahhoz, hogy jó legyen? Mitől érzitek elégedettnek magatokat?

3. Befejezés

- a. Egyéb vélemények, felmerülő kérdések kitudakolása.
- b. A részvétel és a válaszadások megköszönése.
- c. Ajándékkuponok átadása.

2. MELLÉKLET: ONLINE KÉRDŐÍVES MEGKÉRDEZÉS KÉRDÉSEI

I. Témakör: Social média fogyasztási szokások

1. Jelöld be azokat az appokat, amelyeket rendszeresen használsz?

- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ Snapchat
- ☐ Twitter
- ☐ TikTok
- ☐ YouTube
- ☐ Spotify
- ☐ Egyéb: - saját válasz –

2. Ha közülük csak egyet tarthatnál meg melyik lenne az?

- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ Snapchat
- ☐ Twitter
- ☐ TikTok
- ☐ YouTube
- ☐ Spotify
- ☐ Egyéb: - saját válasz –

3. Általában honnan értesülsz a sporttal kapcsolatos hírekről? (több választ is bejelölhetsz)

- ☐ Közösségi oldalakon keresztül
- ☐ Internetről (hivatalos fórumokon keresztül)
- ☐ Online hirdetésekken keresztül
- ☐ Nyomtatott sajtón (újságon) keresztül
- ☐ Szórólapon, hirdetőtáblákon keresztül
- ☐ Televízión keresztül
- ☐ Barátoktól, ismerősektől
- ☐ Nem szoktam ilyen jellegű tartalmakkal találkozni
- ☐ Egyéb: - saját válasz –

4. Milyen sporttal kapcsolatos oldalakat követsz a közösségi médián keresztül? (több választ is bejelölhetsz)

- ☐ Sportoló
- ☐ Sportcsapat
- ☐ Sportliga
- ☐ Sportmárka
- ☐ Sporthírek
- ☐ Nem követek ilyen jellegű tartalmakat

5. Volt már rá példa, hogy teljesítettél valamilyen „kihívást” (challenget) a közösségi média felületeken?

- ☐ Igen
- ☐ Nem

6. Meg szoktad osztani a sporttal kapcsolatos élményeidet a közösségi oldalak valamelyikén?

- ☐ Igen mindig
- ☐ Általában igen
- ☐ Csak nagyon ritkán
- ☐ Nem
- ☐ Még nem volt ilyen jellegű élményem

7. Használsz valamilyen hirdetésblokkolót számítógépen vagy telefonon?

- ☐ Igen, számítógépen
- ☐ Igen, telefonon
- ☐ Igen, mindkettőn
- ☐ Nem használlok

II. Témakör: Vásárlási szokások (általános)

8. Általában, hogy szoktál vásárolni?

- ☐ Offline
- ☐ Online – weboldalon keresztül
- ☐ Applikáción keresztül
- ☐ Telefonos rendelés útján
- ☐ Egyiket se használom

9. Általában, hogy szoktál, valamilyen SPORTTAL kapcsolatos dolgot vásárolni?

- ☐ Offline
- ☐ Online – weboldalon keresztül
- ☐ Applikáción keresztül
- ☐ Telefonos rendelés útján
- ☐ Nem szoktam, ilyen jellegű vásárlást folytatni

10. Melyik típusú vásárlás nyújt nagyobb élményt a számodra?

- ☐ Online vásárlás
- ☐ Offline vásárlás
- ☐ Applikáción keresztül
- ☐ Telefonos rendelés útján

11. Válaszd ki, az alábbi sporthoz kapcsolódó kategóriák közül azokat, amelyekben már folytattál vásárlást, vagy ajándékként kaptál. (Több választ is bejelölhetsz)

- ☐ sporttermék (pl. focilabda, ugrókötel)
- ☐ sportruházat (pl. futónadrág, focicipő)
- ☐ szurkolói (merchandising) termékek (pl. Cristiano Ronaldo-s foci mez)
- ☐ belépőjegy (pl. focimeccs, fitbalance)
- ☐ bérlet/ tagdíj (pl. uszoda, konditerem)
- ☐ szurkolói kártya (pl. FTC)
- ☐ videójáték (pl. FIFA, CSGO)
- ☐ táplálékkiegészítő (pl. fehérje, vitaminok)
- ☐ sportújság (pl. képes sport, Formula magazin)
- ☐ streaming szolgáltatás (pl. Espn+)

12. Jelöld egy 1-től 4-ig terjedő skálán, hogy a vásárlás során mennyire szoktad figyelemmel kísérni az alábbi információkat.

1: soha nem nézem meg, 2: ritkán nézem meg, 3: általában megnézem, 4: mindig megnézem

- ☐ Termékparaméterek
- ☐ Hozzászólások a közösségi média felületeken
- ☐ Az üzlet értékelése
- ☐ Fizetési lehetőségek
- ☐ Szállítási lehetőségek
- ☐ Márka megítélése a piacon
- ☐ Máshol meg lehet-e vásárolni kedvezőbb áron a terméket

13. Melyik akciótípust részesíted előnyben?

- ☐ Hagyományos papír alapú kuponok
- ☐ Applikáción keresztül letölthető kuponok
- ☐ Bemásolható promóciós kódok
- ☐ „többet olcsóbban” típusú akciók
- ☐ Egyéb: -saját válasz-

14. Tagja vagy valamilyen hűségprogramnak?

- ☐ Igen elég soknak
- ☐ Igen, de csak néhánynak
- ☐ Nem

15. Kérlek jelöld meg, hogy mennyire értesz egyet az alábbi állításokkal.

(1: egyáltalán nem értek egyet, 4: teljes mértékben egyetértek)

- ❖ Számomra a vásárlás egyfajta stresszoldást, kikapcsolódást jelent.
- ❖ Előfordult, hogy a pillanat hevében vásároltam valamit
- ❖ Előfordul, hogy vásárlás után büntudatom van, amiért felesleges dolgot vettem.
- ❖ Általában megnézem a többi vásárló véleményét az adott termékről/ üzletről, mielőtt a vásárlás mellett döntenék
- ❖ Jobban szeretem online átböngészni a kínálatot.
- ❖ Szívesen nézegetem a különböző influencerek, TikTokerek, Youtuberek posztjait a social média felületeken
- ❖ Nyomon követem a különböző akciókat.
- ❖ Előfordul, hogy csak azért megyek el vásárolni, hogy felmérjem a kínálatot.
- ❖ Rendszerint utána nézek annak, hol lehet az adott termékhez a legkedvezőbb áron hozzájutni.

16, Kérlek, jelöld meg, hogy ONLINE vásárlás során mennyire fontosak a számodra az alábbi tulajdonságok.

(1: egyáltalán nem fontos, 4: teljes mértékben fontos).

- ☐ Az adott márka hírneve
- ☐ A márka aktivitása a közösségi oldalakon
- ☐ A termék ára
- ☐ PayPal, vagy egyéb online azonnali fizetésre alkalmas megoldások
- ☐ Kiszállítás gyorsasága
- ☐ A termék nyomon követhetősége
- ☐ Futár magatartása, viselkedése
- ☐ Weboldal dizájnja
- ☐ 3D képek a termékről
- ☐ Kínálat nagysága
- ☐ Termék népszerűsége a barátaim, ismerőseim körében
- ☐ Vásárlói visszajelzések, értékelések a honlapon
- ☐ Influencerek ajánlása, véleménye
- ☐ Környezetbarát csomagolás
- ☐ Garancia
- ☐ Törzsvásárlói program
- ☐ Ügyfélszolgálat
- ☐ Visszacsatolás lehetősége, véleménynyilvánítás
- ☐ Kiegészítő szolgáltatások

III. Témakör: ONLINE vásárlás élménye

17, Véleményed szerint az alábbi tulajdonságok mekkora szerepet játszanak az ONLINE vásárlás élménnyé válásának folyamatában?

Válaszodat jelöld egy 1-5ig terjedő skálán, ahol 1: egyáltalán nincs hatással rá, 5: teljes mértékben hatással van rá

- ☐ kedves, segítőkész futár/ ügyfélszolgálati asszisztens
- ☐ gyors kiszállítás
- ☐ könnyen kezelhető weboldal
- ☐ széles termékkínálat
- ☐ személyre szabott ajánlatok
- ☐ megelégedettség a termékkel/szolgáltatással
- ☐ pozitív visszajelzés barátoktól, ismerősöktől
- ☐ többféle fizetési lehetőség
- ☐ környezetbarát csomagolás
- ☐ valamilyen „nemes ügy” támogatása a vásárlással

18, Kérlek válaszdd ki, hogy az alábbi események milyen hatást gyakoroltak/ gyakorolnának rád a vásárlás során.

1: nem csinálnék semmit másképp, 2: gyakrabban vásárolnék az adott helyen, 3: pozitív visszajelzést adnék az ügyfélszolgálaton/interneten, 4: ajánlanám az üzletet/terméket az ismerőseimnek

- ☐ megtalálom a keresett terméket
- ☐ kitűnő a termék minősége
- ☐ kedvező áron jutok a termékhez
- ☐ kedves, udvarias, segítőkész személyzet fogad
- ☐ kellemes a bolti atmoszféra / gördülékeny, igényes a weboldal
- ☐ tiszta, rendezett az üzlet/ könnyed tájékozódás a honlapon
- ☐ gyors kiszolgálás/kiszállítás, kényelmes vásárlás
- ☐ széleskörű fizetési lehetőség

19, Kérlek válaszd ki, hogy az alábbi események milyen hatást gyakoroltak/gyakorolnának rád a vásárlás során.

1: nem csinálnék máshogy semmit, 2: többet nem vásárolnék azon a helyen, 3: reklamálnék az ügyfélszolgálaton/ negatív visszajelzést adnék az interneten, 4: lebeszélném az ismerősöket a vásárlásról

- ☐ nem találom a keresett terméket
- ☐ rossz minőségű a termék
- ☐ magasak az árak
- ☐ flegma a személyzet
- ☐ kellemetlen bolti atmoszféra (diszharmónia), igénytelen webdizájn
- ☐ koszos, rendetlen, zsúfolt üzlet/ hirdetésekkel, felesleges információkkal telezsúfolt weboldal
- ☐ lassú kiszolgálás/ hosszú kiszállítási idő
- ☐ korlátozott fizetési lehetőségek

Demográfia

Nem:

- ☐ Nő
- ☐ Férfi
- ☐ Nem szeretném megosztani

Kérlek add meg a születési éved.

❖ - Saját válasz -

3. MELLÉKLET: INSTAGRAM STORY STICKERS KUTATÁS KÉRDÉSSORA

Instagram Story Stickers Kutatás / Instagram Story Stickers Research

Kedves Z generációs (1996-2010 között született) követőim!

Kérlek titeket, hogy az egyetemi kutatásom elősegítése érdekében reagáljatok a matricákkal a következő néhány kérdésre.

Köszönöm!

P.A

Dear Followers belonging to generation Z (born 1996 - 2010),

I'm asking you to give me a helping hand in my research project by reacting to the next few questions using Instagram stickers.

Thank you!

A.P

1, Eldöntendő kérdések /Affirmative questions (Online or Offline)

- ❖ Valami hasznos dolgot csinálni/ Rather do something useful
- ❖ Kikapcsolódni /Taking time off
- ❖ Valamit vásárolni/ Rather buy something
- ❖ Valami sporttal kapcsolatos dolgot vásárolni /Buying something connected to sports

2, Mennyire értesz egyet az alábbi állításokkal? / On a scale of 1-4, how much do you agree with the following statements?

1: egyáltalán NEM értek egyet, 2: inkább NEM értek egyet, 3: inkább egyetértek 4: teljes mértékben egyetértek

1: absolutely NOT agree, 2: rather NOT agree, 3: rather agree 4: absolutely agree

- ❖ Gyakran vásárlók a pillanat hevében. / I often purchase things impulsively.
- ❖ Előfordul, hogy vásárlás után büntudatom van, amiért felesleges dolgot vettem. / There are times when, after purchasing an unnecessary item, I feel guilty
- ❖ Általában megnézem a többi vásárló véleményét az adott termékről/ üzletről mielőtt a vásárlás mellett döntenék. / Before making a purchase, I check the feedbacks other customers provided concerning a given product/store.
- ❖ Rendszerint utána nézek annak, hol lehet az adott termékhez a legkedvezőbb áron hozzájutni. / Usually I consciously search for suppliers who sell a given product at a more favourable price.

3, Online vásárlás során érzelmileg mennyire van hatással rád az alábbi tulajdonságok pozitív, illetve negatív megléte. / During your online purchase, how emotionally influenced are you by the positive/negative experiences you've had in the following categories?

Semleges érzelem - pozitív/negatív érzelem / neutral feelings – positive / negative feelings

- ❖ Termék elérhetősége / The availability of the product
- ❖ Fizetési lehetőségek / Payment methods
- ❖ Webdizájn / Web design
- ❖ Felület kezelhetősége / Manageability of the website
- ❖ Termék ára / The price of the product
- ❖ Kontaktszemélyek magatartása / Contact person's attitude
- ❖ Kiszállítás gyorsasága / Speed of delivery
- ❖ Termék minősége/ Product quality

Köszönöm a segítséged! Fogadd szeretettel ezt a 15 százalék kedvezményre feljogosító kupont, amely minden TOPTEN termékre érvényes. Link az oldalamon!

Thank you for your help! To show you my gratitude, I have prepared for you a 15% discount coupon applicable for all TOPTEN products. Link in my bio!

4. MELLÉKLET: FAKTORANALÍZIS - AZ OPTIMÁLIS MODELL VÁLTOZÓNKÉNTI INFORMÁCIÓTARTALMA

Communalities		
	Initial	Extraction
Termékparaméterek (12)	1,000	,617
Hozzászólások a közösségi média felületeken (12)	1,000	,628
Az üzlet értékelése (12)	1,000	,654
Fizetési lehetőségek (12)	1,000	,771
Szállítási lehetőségek (12)	1,000	,753
Márka megítélése a piacon (12)	1,000	,618
Konkurencia árai (12)	1,000	,544
Kiszállítás gyorsasága (16)	1,000	,765
Márka hírneve (16)	1,000	,622
Márka aktivitása (16)	1,000	,798
Termék ára (16)	1,000	,702
Online, azonnali fizetési lehetőségek (16)	1,000	,655
Kiegészítő szolgáltatások (16)	1,000	,826
Visszacsatolási lehetőségek (16)	1,000	,771
Ügyfélszolgálat (16)	1,000	,679
Törzsvásárlói program (16)	1,000	,776
Garancia (16)	1,000	,754
Környezetbarát csomagolás (16)	1,000	,609
Influencerek vélemény (16)	1,000	,735
Vásárlói visszajelzések (16)	1,000	,780
Barátok véleménye (16)	1,000	,659
Termék nyomon követhetősége (16)	1,000	,823
Kontaktszemélyek magatartása (16)	1,000	,761
Webdizájn (16)	1,000	,790
Termék 3D megjelenítése (16)	1,000	,616
Kínálat nagysága (16)	1,000	,628

Forrás: Saját Kutatás, N=481 fő

5. MELLÉKLET: FAKTORANALÍZIS - AZ EGYES VÁLTOZÓK ÉS A FŐKOMPONENSEK KÖZÖTTI KAPCSOLAT ERŐSSÉGE

Component Matrix ^a							
	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
Termékparaméterek (12)	,322	,159	,259	-,361	,354	,355	,198
Hozzászólások a közösségi média felületeken (12)	,425	,569	,002	,002	-,071	-,131	-,318
Az üzlet értékelése (12)	,517	,496	-,273	,097	-,013	,132	-,199
Fizetési lehetőségek (12)	,426	,624	-,247	,315	,151	,065	,114
Szállítási lehetőségek (12)	,520	,525	-,072	,350	,112	,220	,132
Márka megítélése a piacon (12)	,384	,342	-,243	-,125	,477	,012	-,226
Konkurencia árai (12)	,379	,256	,045	-,431	,296	,211	,125
Kiszállítás gyorsasága (16)	,611	-,020	,382	,394	-,209	,197	-,081
Márka hírneve (16)	,591	-,343	-,102	-,244	,268	-,100	,058
Márka aktivitása (16)	,682	-,436	-,273	,083	,248	,016	-,016
Termék ára (16)	,378	,099	,571	,068	,175	-,096	,422
Online, azonnali fizetési lehetőségek (16)	,383	-,217	,027	,528	,181	-,219	,317
Kiegészítő szolgáltatások (16)	,802	-,061	-,265	-,009	-,313	-,091	,059
Visszacsatolási lehetőségek (16)	,853	,094	,039	-,023	-,090	-,153	-,014
Ügyfélszolgálat (16)	,736	-,085	-,011	-,275	-,195	,102	,073
Törzsvásárlói program (16)	,700	-,001	-,119	-,345	-,356	-,157	-,014
Garancia (16)	,669	,301	,186	-,154	-,108	-,305	,232
Környezetbarát csomagolás (16)	,509	,155	-,293	,015	-,392	,150	,252
Influencerek vélemény (16)	,628	-,387	-,369	,123	,197	-,001	,015
Vásárlói visszajelzések (16)	,722	,023	,156	-,054	,077	-,439	-,177
Barátok véleménye (16)	,610	-,304	-,145	,122	,267	-,288	-,067
Termék nyomon követhetősége (16)	,662	-,038	,467	,241	-,051	,074	-,316
Kontaktszemélyek magatartása (16)	,625	-,331	-,155	,032	-,174	,344	,296
Webdizájn (16)	,598	-,363	,090	,040	-,035	,427	-,329
Termék 3D megjelenítése (16)	,639	-,289	,253	-,010	,098	,138	-,178
Kínálat nagysága (16)	,720	,052	,192	-,227	-,109	-,074	-,037

Megjegyzés: piros - erős; narancssárga – közepes; sötét zöld – gyenge; világos zöld – inverz gyenge;

citromsárga – inverz közepes erősség

Forrás: Saját Kutatás, N=481 fő