

Az értékrendszer mint másodlagos szegmentációs ismérv

Vizsgálat a fogyasztói piacon

Primer kutatásunkban az értékrendszer-, életstílus szerepét vizsgáltuk fogyasztói mintán. Megítélésünk szerint az egyén értékrendje, mint másodlagos szegmentációs ismérv differenciáló hatása megmutatkozik a kutatásunk alapjául szolgáló életbiztosítások igénybevevőinek piacán is. Faktoranalízis segítségével értékrendszer struktúrákat alakítottunk ki, klaszteranalízis módszerével az értékrend-alapú szegmensek főbb ismérveit karakterizáltuk. Jelen tanulmányunkban a többváltozós módszerek eredményeként kialakult fogyasztói csoportok összehasonlító elemzésével, az életbiztosítás iránti hajlandóságokban megmutatkozó különbségeket ismertetjük.

A KUTATÁS HÁTTERE, MÓDSZERTANA

A kutatás célkitűzése a hazai lakosság megtakarítási szokásainak és életbiztosításokkal kapcsolatos ismereteinek, véleményének felmérése volt. A felmérés során vizsgáltuk, hogy a megtakarítások aránya hogyan alakul az összjövedelemhez viszonyítva, milyen a különböző megtakarítási formák ismertsége, milyen céllal takarékoskodnak a válaszadók, milyen életbiztosítási formákat ismernek, melyeket veszik igénybe és milyen szempontok játszanak szerepet a döntésben: az életbiztosítás igénybevétele, illetve annak elutasítása milyen főbb indokokra vezethető vissza.

A hazai lakosság megtakarítási szokásainak és életbiztosításokkal kapcsolatos ismereteinek, véleményének felmérése céljából standard kérdőíves, szóbeli megkérdezést bonyolítottunk le 2006 októberében a teljes lakosságra vonatkozóan nem, életkor, lakóhely és lakóhely típusa szerinti reprezentativitást biztosítva. Ennek eredményeként 1220 értékelhető kérdőívet kaptunk, melyet SPSS 13.0 program felhasználásával értékeltünk ki. Jelen publikációnkban ezen felmérés eredményeiből az életbiztosítás és értékrend kapcsolatára rávilágító szegmentációs lehetőségét gyakorlati aspektusát mutatjuk be.

AZ ÉRTÉKTÉNYEZŐK MEGÍTÉLÉSE

A felmérés során a szociológiai kutatásokban eredményesen alkalmazott Rokeach-féle értékstruktúrát alapul véve, annak bizonyos elemeit felhasználva vizsgáltuk meg a válaszadók értékrendszerét.

A tényezők rangsora jól mutatja, hogy a megkérdezettek körében még mindig a biztonságot, nyugalmat, kiegyensúlyozottságot hangsúlyozó tradicionális értékek vezetnek, csaknem minden a hedonista értékeket háttérbe szorítva, ahogyan ezt az 1. táblázat rendszerezett eredményeiben láthatjuk.

1. táblázat	
Értéktényezők rangsorátalaga	
Értéktényezők	mintaátlag
Tradicionális értékek	
Egészség	4,87
Családi boldogság	4,58
Boldogság	4,50
Nyugodt, kiegyensúlyozott élet	4,49
Belső harmónia	4,36
Jó emberi kapcsolatok	4,34
Békés világ	4,20
Igazi barátság	4,20
Anyagi jólét	4,16
Szabadság	4,06
Erkölcsei elismerés	4,02
Másokról való gondoskodás	4,00
Másoknak való örömszerzés	3,96
Takarékosság	3,62
Hedonista értékek	
Kényelmes élet	3,96
Megengedhessek magamnak valami jót	3,87
Sok szabadidő	3,63
Élvezetes élet	3,41
Karrier, szakmai siker, önmegvalósítás	3,41
Hobby	3,15
Izgalmas élet	2,73
Forrás: Saját kutatás, 2006 (N=1220)	

AZ ÉRTÉKEK FAKTORANALÍZISE

Annak érdekében, hogy megállapíthassuk mely értékek képeznek egymással korreláló tényezőcsoportot a megkérdezettek értékítélete szerint, faktoranalízist végeztünk, melynek eredményeképpen három, jól elkülöníthető tényezőcsoport körvonalazódott (2. táblázat):

- a „*tradicionális/hagyományos*” értékek köre,
- a „*hedonista*” értékek rendszere,
- az „*érett, anyagi jóléttel összefüggő*” értékek csoportja.

A „*tradicionális/hagyományos*” értékek csoportjába azok a klasszikus értékek kerültek, melyeknél az egyéni célértékek helyett a közösségi, társadalmi, szociális értékek dominanciáját figyelhetjük meg. A család, a barátok, a közösségi élet fontosságát hangsúlyozó tradicionális értékek halmazáról van szó.

Jól karakterizálható a „*hedonista értékek*” csoportja is, ahová jellemzően az izgalmas, élvezetes élet tényezői, az egyén-, illetve élményorientált értékek kerültek.

Itt sokkal inkább a rövid távú célértékek dominanciáját láthatjuk, fiatalos, lendületes értékekkel találkozunk, mely élesen különbözik a „*tradicionális/hagyományos*” értékektől.

Figyelemreméltó, hogy a szabadságot kétféleképpen értelmezték a mintatagok, ugyanis faktorsúlya szerint egyszerre tartozhat a „*hedonista*” és a „*tradicionális/hagyományos*” értékek közé. Mindez megítélésünk szerint értelmezésbeli különbséggel ma-

2. táblázat			
Értékek faktorcsoportja			
Értékek	Faktorcsoportok		
	1.faktor faktorsúlya	2. faktor faktorsúlya	3. faktor faktorsúlya
Harmonikus élet	,767	,300	,212
Békés élet	,758	,121	,222
Másokról való gondoskodás	,756	,114	,239
Másoknak való örömszerzés	,745	,170	,248
Boldogság	,723	,372	,297
Jó emberi kapcsolatok	,721	,365	,106
Családi biztonság	,695	,079	,382
Igazi barátság	,688	,496	,081
Nyugodt, kiegyensúlyozott élet	,620	,062	,513
Erkölcsei elismerés	,600	,465	,237
Izgalmas élet	,034	,827	,036
Élvezetes élet	,095	,807	,281
Karrier	,312	,738	,023
Hobby	,284	,714	,053
Sok szabadidő	,254	,602	,466
Szabadság	,442	,476	,304
Megengedhessek magamnak valami jót	,163	,362	,331
Kényelmes élet	,211	,326	,747
Anyagi jólét	,341	,401	,583
Takarékosság	,115	,050	,422
Egészség	,274	-,057	,379
Forrás: saját kutatás, 2006, N=1220; (KMO- Index: 0,78, magyarázott kumulatív variancia: 72,03%; varimax forgatás)			

gyarázható, vagyis arra utal, hogy egyszerre jelenti az emberi lét velejárójaként definiálható, természetes szabadságot, ilyen értelemben „tradicionális” értéknek tekintve, és egyszerre jelentheti az individuumban szabadságát hangsúlyozó, élmény-egyénorientált értéket, mely esetben a „hedonista” struktúrába illeszthető.

A „tradicionális” értékek egy másik dimenzióját rajzolja ki az „*érett, anyagi jóléttel összefüggő*” érték-csoport, amelybe az anyagi stabilitást, megnyugvást, kiegyensúlyozottságot, biztonságot sugalló értékek rendszere tartozik. Ebbe a csoportba a mindennapok mókuskerekéből való kiszállásra jellemző, letisztult, nyugalmat sugárzó, stabil értékek kerültek.

KLASZTERANALÍZIS AZ ÉRTÉKRENDSZER-STRUKTÚRA ALAPJÁN

Annak érdekében, hogy az értékrend, mint másodlagos szegmentációs ismérv szerint megvizsgáljuk, hogy kirajzolódik-e valamilyen csoportképző dimenzió a mintatagok között, klaszter-analízist végeztünk, melynek eredményeként a három faktornak megfelelően három klasztert tudtunk definiálni:

- „Családcentrikus, biztonságra törekvő”
- „Hedonista”
- „Gondoskodó jómódú” szegmenseket.

A három klaszter vonatkozásában jól cizellált, karakteres értékstruktúrákkal találkozunk, melyek egymástól is – és bizonyos tényezők vonatkozásában – a mintaátlag fő irányától is számos specifikus különbséggel, eltéréssel jellemezhetőek.

A „Családcentrikus, biztonságra törekvő” szegmens karakterizálása

Az első klaszter a „családcentrikus biztonságra törekvők” köre. Ők a mintaátlaghoz képest fontosabbnak tartották a kényelmes, nyugodt, kiegyensúlyozott életet, a takarékoskosságot, a családi boldogságot. Ugyanakkor a mintához képest jóval alulértékelték az izgalmas, élvezetes életet, a karriert, sikert, hobbyt. A csoportot tehát leginkább a tradicionális, a letisztult, klasszikus, érett értékek rendszere jellemzi. (3. táblázat)

A „hedonista” szegmens értékítéletének jellemzői

A második klaszter tagjai a „hedonista értékek követői”. Ők az élvezetes, izgalmas, gazdag élet ked-

3. táblázat
A „Családcentrikus biztonságra törekvő”
klaszter értékstruktúrája

Értéktényezők	1. klaszter	mintaátlag
Szabadság	3,65	4,06
Élvezetes élet	2,66	3,41
Izgalmas élet	1,61	2,73
Kényelmes élet	4,37	3,96
Nyugodt, kiegyensúlyozott élet	4,68	4,49
Egészség	4,88	4,87
Jó emberi kapcsolatok	3,82	4,34
Sok szabadidő	3,28	3,63
Anyagi jólét	4,20	4,16
Erkölcsei elismerés	3,48	4,02
Megengedhessek magamnak valami jót	3,49	3,87
Takarékosság	4,23	3,82
Másoknak való örömszerzés	3,81	3,96
Másokról való gondoskodás	3,88	4,00
Családi boldogság	4,74	4,58
Karrier, szakmai siker, önmegvalósítás	2,11	3,41
Hobby	2,10	3,15
Békés világ	4,12	4,20
Boldogság	4,25	4,50
Belső harmónia	4,06	4,36
Igazi barátság	3,55	4,21

Forrás: Saját kutatás, 2006 (N=1220)

velői, számukra az átlagosnál fontosabb az anyagi jólét, hogy megengedhessenek maguknak valami jót. A karrier, a sok szabadidő, a hobby a minta átlagához képest ebben a csoportban a legjobban felülértékelt tényezők. Ugyanakkor az átlagosnál kevésbé fontosnak ítélték a kényelmes, nyugodt, kiegyensúlyozott életet. Ebbe a csoportba kerültek tehát az önjutalmazó, az egyéni értékeket előnyben részesítő, ezt bizonyítja, hogy a másokról való gondoskodás, illetve a másoknak való örömszerzés az átlagnál kevésbé fontos ennek a csoportnak. (4. táblázat)

Értékrendszer specifikumok a „Gondoskodó jómódú” szegmens esetén

A „gondoskodó jómódú” klaszterbe a biztonságra törekvő, szociálisan érzékeny mintatagok kerültek. Tagjai sokban hasonlítanak az első szegmens érett értékrendszerrel bíró tagjaihoz, de ebben a csoport-

4. táblázat
Értékstruktúra a „Hedonisták” szegmensében

Értéktényezők	2. klaszter	mintaátlag
Szabadság	4,24	4,06
Élvezetes élet	4,22	3,41
Izgalmas élet	3,67	2,73
Kényelmes élet	4,16	3,96
Nyugodt, kiegyensúlyozott élet	4,23	4,49
Egészség	4,58	4,87
Jó emberi kapcsolatok	4,26	4,34
Sok szabadidő	4,07	3,63
Anyagi jólét	4,32	4,16
Erkölcsei elismerés	4,05	4,02
Megengedhessek magamnak valami jót	4,25	3,87
Takarékosság	3,47	3,62
Másoknak való örömszerzés	3,76	3,96
Másokról való gondoskodás	3,74	4,00
Családi boldogság	4,32	4,58
Karrier, szakmai siker, önmegvalósítás	4,01	3,41
Hobby	3,69	3,15
Békés világ	3,92	4,20
Boldogság	4,46	4,50
Belső harmónia	4,22	4,36
Igazi barátság	4,30	4,21

Forrás: Saját kutatás, 2006 (N=478)

ban a legkiemelkedőbb a másoknak való örömszerzés, a családról, másokról való gondoskodás, a békés, harmonikus családi élet és a barátság felülértékelése. Ez tehát a szociálisan legérzékenyebb klaszter. Itt az önjutalmazás, az egyéni életvitel izgalmasa és élvezetessé tétele már háttérbe szorul, az egyéni értékcélokkal szemben megjelennek a közösségi értékek. (5. táblázat)

Az értékrend alapján kialakult csoportok demográfiai jellemzői

A „családcentrikus, biztonságra törekvők körét” jellemzően (51,2%) a 19 évesnél idősebb, felnőtt korú gyermekkel bíró családok alkotják. Főként a középkorosztály (490) és a 60 év feletti, idősebb generáció (49%) képviselőivel találkozunk ebben a szegmensben. A családcentrikus csoport tagjainak fele (50,4%) középfokú végzettséggel rendelkezik, akik jellemzően (42,5%) havi 60-100 ezer forintos nettó jö-

vedelemből gazdálkodnak. Ezek a demográfiai jellemzők predestinálják azt az értékrendet, mely ezt a mintacsoportot jellemzi. Úgy gondoljuk, ez a szegmens az életbiztosítás potenciális célpiaca, ezt bizonyítja az is, hogy ebben a csoportban a legmagasabb az életbiztosítással rendelkezők aránya (60%).

A „hedonista” klaszter által preferált értékrendszer összhangban áll a csoport demográfiai ismérveivel a szegmens tagjai jellemzően a fiatal korosztály képviselői, ezt bizonyítja a 18–39 éves generáció 59,8%-os aránya. Ez az élethelyzet is magyarázatul szolgálhat annak, hogy ez a klaszter a kalandra vágyó, önjutalmazó fiatal emberek csoportja, akik első sorban önmagukért és nem másokért élnek. A „hedonisták” körében a nemek arányát vizsgálva megállapítható, hogy felülreprezentáltak a férfiak (55,6%). Sajátos ismérv a klaszterben, hogy tagjainak egyötöde nem rendelkezik önálló jövedelemmel. Ez a tagok

5. táblázat
Értékstruktúra a „Gondoskodó jómódú” csoportban

Értéktényezők	3. klaszter	mintaátlag
Szabadság	4,11	4,06
Élvezetes élet	3,00	3,41
Izgalmas élet	2,37	2,73
Kényelmes élet	3,54	3,96
Nyugodt, kiegyensúlyozott élet	4,65	4,49
Egészség	4,96	4,87
Jó emberi kapcsolatok	4,72	4,34
Sok szabadidő	3,39	3,63
Anyagi jólét	4,00	4,16
Erkölcsei elismerés	4,29	4,02
Megengedhessek magamnak valami jót	3,66	3,87
Takarékosság	3,55	3,62
Másoknak való örömszerzés	4,39	3,96
Másokról való gondoskodás	4,46	4,00
Családi boldogság	4,89	4,58
Karrier, szakmai siker, önmegvalósítás	3,63	3,41
Hobby	3,30	3,15
Békés világ	4,70	4,20
Boldogság	4,82	4,50
Belső harmónia	4,82	4,36
Igazi barátság	4,63	4,21

Forrás: Saját kutatás, 2006 (N=488)

életkorával magyarázható, hiszen a csoportot csaknem 40%-ban a 18 és 29 éves fiatal férfiak alkotják. Ezért megítélésünk szerint ez a klaszter nem tekinthető az életbiztosítás potenciális bázisának.

A „gondoskodó jómódúak”-nál találjuk a legnagyobb női dominanciát (57,8%). További ismerv, hogy a csoport jelentős része város lakó, a középkorosztály tagja, aki 19 évesnél idősebb gyermekét (gyermekeit) neveli. Az átlagnál jobb anyagi körülmények között élnek e szegmens alkotói, ezt bizonyítja, hogy a csoport egyharmada 100–150 és további egyharmada 150–250 ezer forint havi nettó jövedelemből gazdálkodik.

A másokról való gondoskodás igénye lehet a legfőbb *motivációs bázisa* az életbiztosítás megkötésének, ezt bizonyítja, hogy ebben a csoportban – aki átlagon felül fontosnak tartotta ezt az értéket – *kiemelkedően magas (68%) az életbiztosítással rendelkezők aránya*.

Főbb differenciák a klaszterek között

Megítélésünk szerint a „Hedonista” csoport a legélesebb kontrasztja a tradicionális, biztonságra törekvő, a holnapra is gondoló értékek követőinek, így a „Gondoskodó jómódúak” és a „Családcentrikus, biztonságra törekvőknek”.

Az érettebb korosztálytól eltérően ők *nem kívánnak befektetni*, megtakarítani, inkább a mának élnek, az azonnali jutalmazás kedvelői, így nem meglepő

hogy ebben a csoportban a legkisebb a *biztosítással rendelkezők aránya (48%)*.

Ugyanakkor a „Családcentrikus, biztonságra törekvők” és a „Gondoskodó jómódúak” tagjai nagyban hasonlítanak egymásra. Mindkét csoport *fontosnak ítélte meg klasszikus, tradicionális értékeket*. De a harmadik szegmens esetében a szociális érzékenység, a másoknak való örömszerzés prioritása egyedülállóan magas, így ők tekinthetők még a két empatikus csoport relációjában is szociálisan legérzékenyebbek.

Megítélésünk szerint ez a két csoport a legnyitottabb az életbiztosítás által ajánlott szolgáltatás kínálatára, mivel a saját maguk és mások biztonságban tudása itt jelenik meg, mint fő ismerv.

Az értékrend alapján kirajzolt klaszterek sajátos ismérvekkel bírnak, mely összefüggésben áll az életbiztosítással szembeni viszonyukkal, az az iránti nyitottságukkal, vagy éppen az attól való elzárkózásukkal. Továbbá úgy véljük, hogy az *egyre intenzívebb verseny jellemezte életbiztosítási piacon, az értékrend szerint jól karakterizálható csoportok megismerése fontos marketing cél lehet, mivel ezen szegmensek értékstruktúrája predesztinálja az esetükben hatásosnak minősíthető marketingaktivitások körét*.

Fodor Mónika, főiskolai tanársegéd
Tamus Antalné, főiskolai docens
Károly Róbert Főiskola,
Gazdálkodási és Menedzsment Tanszék, Gyöngyös

Marketing
M E N E D Z S M E N T

HIRDESSZEN LAPUNKBAN!

Így hirdetései a legjobb menedzserekhez és közgazdászokhoz jutnak el.

SZERKESZTŐSÉG ÉS KIADÓHIVATAL

1055 Budapest V., Szent István krt. 17. • Mobil: 06 (20) 421-5492

E-mail: info@m-and-m.hu