

Az 50+ korosztály fogyasztói magatartásváltozásai - egy mélyinterjú kutatás eredményei

Hegedüs Réka

Pécsi Tudományegyetem

A TANULMÁNY CÉLJAI

Kutatásunk célja, hogy megismerjük az életkor növekedéséből és az életúton történő változásokból adódó fogyasztási és vásárlási magatartásváltozásokat, valamint értékeljük ezek szubjektív érzékelését, különös tekintettel az idősödő korosztályra.

ALKALMAZOTT MÓDSZERTAN

Feltáró kutatásunkban mélyinterjúk formájában kérdeztük az idősödő fogyasztókat (50 év feletti mintán) az életútjuk során megélt és a későbbiekre várt fordulópontokról, az életkorukhoz kötődő kiemelkedő eseményekről, valamint a jelenlegi életkorukhoz fűződő viszonyukról. Az életúttörténeten belül vizsgáltuk az általuk legfontosabbnak tekintett 5 fordulópont mentén kialakult - szubjektíven érzékelt - fogyasztói magatartásváltozást.

A LEGFONTOSABB EREDMÉNYEK

A mélyinterjúk eredményei alapján a megkérdezett személyek főképp kategorizálva emlékeztek vissza életük fordulópontjaira (iskolák/munka/család/egészség), ezeket igazítva az időrendi sorrendhez. Az életeseményekhez nem minden esetben tudtak konkrét kronológiai életkort kötni, hanem jellemzően életkori sávokban szemléltették a váltások idejét. Átlagosan 8 fordulópontot említettek, mely számot erősen befolyásolja, hogy az adott személy mit tekint fordulópontnak az életében, de leggyakrabban 5 kiemelt, változást hozó életeseményről számoltak be. Ezen változásokat nehezen kötötték össze a fogyasztásbeli változásokkal – általánosítva említettek termékcsoportokat, és jellemzően az újonnan vásárolni kezdett termékcsoportokra emlékeztek az elhagyott termékekkel szemben.

GYAKORLATI JAVASLATOK

Mivel az életút változásaira irányított figyelem kevés teret engedett a megkérdezettek emlékezetében fogyasztói magatartásuk észlelésére, célravezetőbb a vásárlások irányából megközelítve elemezni a fogyasztói kosarak időbeni eltéréseit, majd ezekhez kapcsolni a fordulópontokat vagy életszakaszokat.

Kulcsszavak: 50+, időskorúak, életút, fogyasztásváltozás, mélyinterjú

Köszönetnyilvánítás: A kutatás az Emberi Erőforrás Fejlesztési Operatív Program, EFOP-3.6.1-16-2016-00004 „Átfogó fejlesztések a Pécsi Tudományegyetemen az intelligens szakosodás megvalósítása érdekében”, valamint az EFOP-3.6.3-VEKOP-16-2017-00007 „Tehetségből fiatal kutató – A kutatói életpályát támogató tevékenységek a felsőoktatásban” című projektek támogatásával készült.

DOI: 10.15170/MM.2020.54.04.04

BEVEZETÉS BACKGROUND

Az öregedés egész életünkön át tartó komplex folyamat, mely magában foglalja a megélt időt, az egyéni élettapasztalatokat, valamint az aktuális szociális és gazdasági események hatásait is (Bromley 1966). Mindemellett a 21. század egyik legnagyobb társadalmi és gazdasági kihívása az európai társadalmakban. 2025-re az európaiak több mint 20%-a lesz 65 éves vagy annál idősebb (European Commission 2018), az idősök száma és aránya gyorsuló ütemben növekszik a magyar populáción belül is (Monostori – Gresits, 2018). Az öregedés szakaszolásának eltérő megközelítései mutatják (Erikson 1982, McFadden 2005), hogy nehéz feladat egységesen, általános érvényűen tagolni a megélt életéveket, így ezek tipizált vagy rigid felosztása, bemutatása korlátok megjelenését vonja maga után (Gross 1996). A korábbi időszakokban világosan egymásra épülő életvisszatekintések mára töredezetté váltak, határai elmosódtak, illetve egyénenként is nagyon különböző mintákat mutatnak (egy-egy szakaszok eltűnnek, míg mások jelentősen meghosszabbodnak) (Töröcsik – Németh 2018, Hegedűs *et al.* 2019). Az életkor előrehaladtával növekednek az életutak közötti különbségek, mivel a megélt életeseményeknek, életfeladatoknak, megküzdési stratégiáknak köszönhetően végtelen számú egyedi jellegzetesség figyelhető meg.

Az időskort a közbeszéd a nyugdíjba vonulás éveire köti, de a szakirodalom felvonultat más megközelítéseket is (Bromley 1966, Milne 2006). A korhatárban sincs közmegegyezés, a szakirodalom általában 45 és 65 év közé teszi azt az időpon- tot alsó korhatárként, amittől kezdve idősmarketing célcsoportokról lehet beszélni, míg felső életkori megkötés nincs (Kirsch 2003, Meiners & Seeb- erger 2010, Csizmadia & Győri Szabó 2014). Ma már fontos a többdimenziós szegmentálás életkor alap- ján is, hiszen a kronológiai életkor szerinti szegmen- tálás nem feltétlenül tükrözi a szeniorok életstílusát, vagy az életfázisát (Szarka *et al.* 2014, Csizmadia és Győri Szabó 2014, Németh – Töröcsik 2018, Hofmeiser *et al.* 2020). A marketing- és fogyasztói kutatások leggyakrabban az 50 év felettieket tart- ják az idősmarketing célcsoportjába illőknek (Klebl 2007, Gassmann – Reepmeyer 2008), a korosztály viszont tovább bontható sajátosságai mentén külön- böző szeniorcsoportokra. Az irodalomhoz igazodva jelen kutatás során is az 50 év felettieket emeltük ki vizsgált szegmensnek, melyen belül elemeztük az 50, 60, illetve 70+ évesek közötti eltéréseket.

ANYAG ÉS MÓDSZER METHODS

Fejlődéslelektani megközelítés Developmental psychology approach

Az öregedés fejlődéslelektani megközelítése az időbeli változást és az ehhez társítható célok problé- máját vizsgálja, keresve a fejlődési folyamat mintázatait és mechanizmusait (Bromley 1966). Az egyén fejlődési fázisokon megy át, melyek között pszichoszociális (fejlődési) krízist, konfliktust él át, ezáltal fejlődik személyisége és így lép a következő szakaszba (Hildebrand 1995). Az emberi életútban megkülönböztethetők egymás- tól struktúra-építő és struktúra-váltó fejlődési sza- kaszok, amelyek nem hierarchikusan épülnek egy- másra, valamint egyformán jelentősek (Levinson *et al.* 1978). Az egyes életszakaszok összességében életkorhoz kötöttek, de nem annak feltétlen követ- kezményei. Befolyásolják az egyén kulturális, bio- lógiai, szociális körülményei, továbbá a központi életszférákkal kapcsolatos döntései és azok követ- kezményei. Az életút az egyéni variációk mellett univerzális alaptípusokat mutat, a szakaszok az élet alapvető karakterének változásait szemléltetik. Az életívben való elhelyezkedés és az ebből adódó szakaszfeladatok alapján valószínűsíthető, hogy az egyének eltérő igényekkel és eltérő vásárolt termé- kekcsoportokkal rendelkeznek (Töröcsik 2016). Az egyes csoportok lehatárolásánál befolyásoló erővel bírnak az alábbi jellemzők: életkor; felelősé- gvállalás másokért (élettárs, gyerekek); a háztar- tás jellege (önálló, eltartottkénti részvétel, a háztar- tás létszáma); a jövedelem forrása(i). Kitelődött a gyerekkor az iskolázottsági idő társadalmilag elfo- gadott, preferált meghosszabbodásával; változott az önállóság mértéke a gyerekkor alatt; a fiatal felnőttek sem feltétlen kezdik az önálló életet rögtön saját családdal és gyerekvállalással; valamint folya- matosan nő az időskor időtartama (Krémér 2015). Ezen életszakasz váltások fontosságát érzékelve kutatásunk során célunk volt felmérni azt, hogy az egyének mennyire érzékelik az általuk észlelt for- dulópontok fogyasztásukra kiterjedő hatásait.

Életkorból fakadó hátrányok érzékelése ***Perception of age-related disadvantages***

Az öregedésből fakadóan alakult ki az életkori diszkrimináció jelenléte, az ageism (Butler 2011, North & Fiske 2012). Pozitív hozzáállás és ezáltal javuló trend-irányzatok is megfigyelhetők az idő-sődéssel, időskorral kapcsolatban, de ezen változás egyelőre még lassú (Beauvoir 1972). A magyarországi helyzetre fókuszálva az MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont Szociológiai Intézetének 2019-es kutatása alapján 2010 óta a leggyakoribb diszkriminációs okok között négy védett tulajdonság szerepelt: az első helyre az életkor miatt történő megkülönböztetés került, melyet a nem, a politikai nézet, illetve a társadalmi származás követ a sorban (Neményi *et al.* 2019). Nők és férfiak között csak a nemhez és szülőséghez kapcsolódó védett tulajdonság alapján találtak szignifikáns különbséget, és az öt leggyakoribb diszkriminációs ok mintázata eltért, de első helyen mindkét nem esetében az életkor végzett (nők esetében 13,2%, férfiak: 11,1%). Társadalmi szinten vizsgálva a megkérdezettek másodikként az életkori megkülönböztetést említették olyan hátrányos cselekedetként, melynek szemtanúi voltak.

Kutatási módszer ***Methods***

Kapcsolódva a szakirodalomhoz, 2018-as feltáró kutatásunk az életúthoz és az életkorhoz fűződő tapasztalatok megismerésére irányult. 73 mélyinterjú megkérdezést bonyolítottunk le, melyből jelen tanulmány számára az 50 feletti korosztályra szűkítettük a vizsgálati kört (n=31, nő: 15 fő, férfi: 16 fő). A megkérdezés a Dél-dunántúli régióra koncentrált. A megkérdezetti kör – az anyok szubjektív helyzetértékelése szerint - a jobb anyagi körülmények között élő idősebb lakosok csoportjából került ki: önbevallás alapján nincs olyan közülük, aki rendszeres napi megélhetési gondokkal küzdene, illetve se munkanélküli vagy egyéb inaktív (háztartásbeli, inaktív kereső, GYES/GYED-en lévő), esetleg eltartott személy sem része a csoportnak. 17 fő jelenleg is aktívan dolgozik, a többiek állami nyugdíjas éveiket töltik. Összességében egészségi állapotuk némiképp vagy egyáltalán nem korlátozza őket. Iskolázottak, legmagasabb arányban szakmunkásképzőt végeztek, de felsőfokú végzettségük is képviseltetik magukat (11 fő) a mintában. Családi állapot tekintetében 15 fő házas, melyet az özvegyek száma (8 fő) követ a sorban. Legnagyobb arányban megyei jogú városok lakói

és közel felük 2 fős háztartásokban él. Életkor tekintetében főképp az 50-54 éves, illetve a 60-64 éves korcsoporthoz tartoznak, legnagyobb arányban a 60-as korosztály képviselteti magát (50+ év: 9 fő, 60+ év: 12 fő, 70+ év: 11 fő). A magyar átlag 50 év feletti populációhoz képest a vizsgált minta jobb anyagi körülmények között él, egészségesebbnek, valamint iskolázotabbnak számít.

Az interjúk anonimáltak, átlagos hosszuk 60 perc volt, és válaszadók otthonában készültek, előre egyeztetett időpont után; kiképzett egyetemi hallgatók vezetésével. Az interjú készítőik az interjúvált szavaival, de egyes szám harmadik személyben jegyezték le a válaszokat. A tanulmányban példaként hozott idézeteket a relevancia miatt áttettük első személybe. Az interjúforma félig strukturált szerkezetű, előre meghatározott zárt és nyitott kérdésekkel dolgoztak az interjú vezető személyek, de a nyitott kérdéseket az interjúalanyok szabadon értelmezheték és elakadás esetén az interjúzóató rávezető, segítő kérdéseket és példákat használhatott. A féligstrukturált interjú nyitott kérdéseinek vezérfonala hat témakör köré csoportosult:

1. Melyek voltak élete legfontosabb állomásai, amelyek változást hoztak az életébe?
2. Az előzőekben megnevezett fordulópontok közül melyik vagy melyek hatására változtak meg leginkább a vásárlási szokásai?
3. Mit gondol, mik lesznek még ilyen jelentős fordulópontok az életében?
4. Voltak-e olyan életesemények, amelyek az életkorával voltak/vannak kapcsolatban és amik kiemelkedően jó érzéssel, illetve kiemelkedően rossz érzéssel jártak együtt?
5. Érte már hátránya a kora miatt, és ha igen, mikor történt ez? Volt-e már véleménye szerint „túl fiatal”, „túl idős” valamihez?
6. Hogy viszonyul ma a korához?

EREDMÉNYEK **RESULTS**

Megkértük az interjúalanyokat, hogy meséljék el életüket, és emeljék ki ebből a legfontosabb fordulópontokat – akkori életkorukkal megemlítve –, melyek változást hoztak az addigi életükhöz képest. A kérdés során szabadon értelmezheték, hogy mit tekintenek fordulópontnak és hányat említenek meg. Jelen tanulmányban az életesemények említéseinek átfogó képét szemléltetjük, melyből elemzéseket, összesítő táblát, illetve időfonalat további publikációkban közlünk.

Legkevesebb 3 fordulópontot minden interjúalany megnevezett, 5-öt emeltek ki a legtöbben, de átlagosan 8 fordulópontot neveztek meg. A legtöbb említő interjúalany 16 életeseményről számolt be. A fordulópontokat nem feltétlen tudták életkorukhoz kötni, inkább eseményekre emlékeztek, bizonytalanabb életkori behatárolással, főképp idősávokban gondolkodva. Többen említettek egyazon életévükben több, de különállónak tekintett fordulópontot is vagy tekintettek egy életszakaszt több eseménnyel (1-3 év lefolyása alatt) egy fordulópontnak:

„Második pontnak az otthonról való elköltözést tartom, 27 éves koromban, a barátnőmmel költöztem össze. Innentől kezdve vásároltam önállóan minden fogyasztási cikket magamnak. A harmadik fontos állomás szintén ugyanebben az évben történt, amikor megszületett az első gyermekem. Innentől kezdve természetesen növekedtek a kiadásaim.” (56 éves férfi)

Egy fordulópontnak tekintve: *„Korán férjhez mentem, azonban elég rossz anyagi körülmények között kellett otthont teremteni magunknak. Jelentős változásnak gyermekeim születését említeném, életem legjobb pillanatai voltak ezek, ekkor 18 éves voltam. [...] Férjem ekkor külföldi munkát végzett 2 évig, nagyon nehéz időszak volt számomra a két gyereket egyedül nevelni ebben az időszakban, és emellett egyetemet is végezni. Mikor férjem hazatért, az egyetemi képzést félbeszakítottam. Együtt közös vállalkozást indítottunk, és új otthont teremtettünk magunknak és gyermekeinknek.” (67 éves nő)*

Nemek tekintetében a férfiak több fordulópont-ról számoltak be és nagyobb arányban említettek 10-nél több fordulópontot. Az említett kategóriákat tekintve részletesebben tértek ki az iskolai életükre: esetükben szinte minden megkérdezett említett iskoláival kapcsolatos változást, valamint több fordulóponttal felosztva meséltek az időszakról, mint a nők, akiknek kevesebb, mint fele hozta fel iskolai tanulmányait. Ezzel szemben a nők nagyobb arányban említettek fordulópontként tragédiákat vagy krízishelyzeteket az életükből. A gyerekek vagy unokák születésének említése egyenlő mértékben merült fel mindkét nemnél, de a nők „hamarabb” hozták szóba ezen eseményeket. Életkori bontásban a 70 év felettiek nevesítették a legtöbb fordulópontot (átlagosan 10-et, módusz: 12), de a legfiatalabb korcsoportba tartozók között is többen vannak 10

feletti változást hozó életeseménnyel. A válaszok alapján nem feltétlen helyes az a gondolat, hogy minél idősebb valaki, annál több eseményt él meg fordulópontként visszatekintve az életére. Akiket egészségük némiképp korlátoz, több fordulópont-ról számoltak be, mivel az életesemények egy részét egészségük romlásával kapcsolták össze. Továbbá átlagosan növekszik a szám akkor is, ha többen élnek egy háztartásban, az iskolai végzettség növekedésével; valamint a nyugdíjasokhoz képest a jelenleg is aktívak átlagosan több fordulópontot említettek meg.

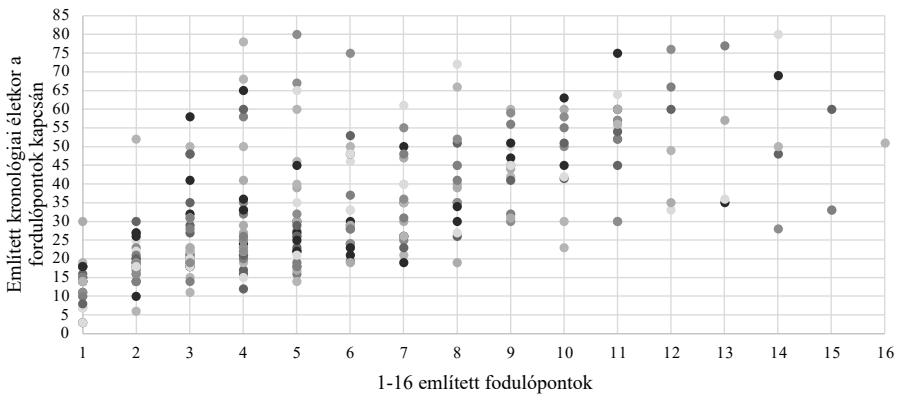
A felsorolt fordulópontok kategorizálhatóak voltak hasonlóságuk mentén (1. táblázat), továbbá kivethető volt belőlük egy általános életkori növekedés/életív, egyes esetekben az alanyok „csoportosították” ezeket visszaemlékezésük közben (pl. először említették az iskolához, szakmához kötődő változásokat, majd a párkapcsolati, családi fordulópontokat, külön az egészségbeli változásokat). Ábrázolva az említett fordulópontokat, látható, hogy míg az első két fordulópont inkább közeli életkorokat vonultat fel a fiatalokból, a későbbi fordulópontok esetében már sokkal jelentősebb az életkori szóródás (1. ábra). Emellett a több fordulópontot megemlítők inkább az iskolás éveiket részletezték, mintsem a későbbi felnőtt éveiket osztották volna fel több részre. Társas kapcsolatok terén nagyobb arányban a partnerrel való *megismerkedés* számított fordulópontnak, az ezt követő házasságot, összeköltözést sok esetben az előbbivel együtt említették nem tekintve külön fordulatnak. A családalapítás kapcsán leginkább az első gyermek és/vagy unoka születése került kiemelésre, a többi gyereket kisebb arányban tekintették különálló fordulópontnak, inkább egy csokorba szedve meséltek róluk.

1. táblázat: Változást hozó életesemények kategóriái (említések száma összesen)
Table 1. Mentioned life events – total number of mentions

Kategóriák	Említések száma	Kategóriák	Említések száma	Kategóriák	Említések száma
iskola (pl. váltások, befejezés, új képzés)	39	nyugdíjazás	9	egészséggel kapcsolatos változások (pl. betegség, új életforma)	13
önálló élettel kapcsolatos események (pl. költözés)	20	párkapcsolat kialakítása	28	tragédiák/krizisek	40
munkahelyi változások	51	gyerek/unoka születése	44	leszármazottak életében történt változások	8

Forrás: saját szerkesztés

1. ábra: A fordulópontok életkori szóródása az említés sorrendjében
Figure 1. Age scatter of turning points in the order of mention



Forrás: saját szerkesztés

Az alábbiakban az említések sorrendjében ismertetjük azokat az állomásokat, amik változást hoztak az alanyok életébe. Az első három említett fordulópont hasonló képet mutat a megélt változások kategóriáit tekintve. Az 1. fordulópontot jellemzően az iskolai időszakhoz, ezen belül pedig többnyire annak végéhez kötötték, amennyiben korábban nem történt valamilyen egyéni vagy családi krízis, tragédia a fiatal életében (pl. szülő halála, válás, gyakori költözés és emiatt barátok elvesztése), és főképp az önállósodás első jeleit

érezkelték változásként. A kapott válaszokban megmutatkoznak a társadalmi változások is. Míg az 50 évesek legnagyobb arányban az iskoláik végéhez kötik, az idősebbek inkább a szülői háztól való elszakadást (munkába állás, első kereset, férjhez menés, férfiaknál a katonaság), illetve családi kríziseket említettek. Átlagosan a 14. életév jelent meg a fordulópont kapcsán, de a leggyakrabban említett életkor a 18. életév volt. Az említett életkorok szóródása 3 és 30 év között mozog:

„Nagyon korai óvodai emléket tekintenek az első fordulópontomnak. Gyermekkoromban csak németül beszéltünk, mikor is a bátyám bekerült az óvodába és nem tudott a magyar nyelven beszélni a gyerekekkel kommunikálni, ezért engem is az óvodába írtak, hogy legyek neki játszótársa. Ott tanultunk meg magyarul beszélni.” (52 éves férfi)

„Fiatalabbik lányomat 10 évesen baleset érte gyereknapkor, amikor kerékpárral fellökték és agyrázkódást kapott, ekkor 30 éves voltam. Másképpen kezdem gondolkodni utána, jobban odafigyeltem a gyerekeimre és a társas kapcsolatomra.” (68 éves nő)

A másodikként említett fordulópont szintén az önállósodás körül forog, de már szélesebb életkori sávban. A szóródás 6-52 év között van, átlagban a 20. életév jelenik meg, a módusz: 18. Többségében még az iskolához vagy annak befejezéséhez kötődik, de már növekszik a házasság, illetve az első gyermek születésének megemlézése, mely tendencia erősödik a harmadikként említett fordulópont esetében (szóródás 11-53 év között, átlag: 24, módusz: 19).

„Ezt követően Debrecenbe utaztam egyetemre, ami magával hozott egy teljesen új, önállóbb időszakot, hozzávetőlegesen 100 km-re távol a szüleimtől. Ebben az időszakban már magamnak vásároltam a napi fogyasztási cikkeket, de még mindig a szüleim finanszírozták az életemet.” (64 éves férfi, 2. fordulópont)

A negyedik fordulóponttól kezdve az iskolai fordulópontokat felváltják a munkahelyi változások (munkahelyváltások, előléptetés, elbocsátás, társ munkahelyi változásai). A tendencia mellett azonban az iskolai említések nem tűnnek el végleg, egyes személyeknél későbbi életkorok kapcsán vagy később említett fordulópontként még szóba kerülnek. Innentől kezdve hozták szóba az alanyok az egészségükkel kapcsolatos változásokat. A fordulópontokhoz említett életévek szóródása 12-78 év közötti, átlag: 30, módusz: 24, n=30. A negyedikkel szinte megegyező képet mutat az ötödikként említett fordulópont (szóródás 14-80 év között, átlag: 34, módusz: 30, n=27), melynek változásai ugyancsak a munkahely, illetve a gyermek és/vagy unokák születésével kapcsolatosak. A két fordulat kapcsán a korábbiakhoz képest több a betegségekben adódó változás, valamint megjelenik a „nyugdíjazás” említése is

„A nyugdíjba menetelem évében született az első unokám, ami nagy öröm volt a számomra. De mindentől függetlenül még 9 évig a családi vállalkozásban dolgoztam a nyugdíj után is.” (78 éves nő, 4. fordulópont)

A hatodikként említett fordulóponttól kezdve (szóródás 19-75 év között, átlag: 35, módusz:

28) már jelentősen ritkulnak az említések (n=20), különösképp a 60-as korosztályban. A felhozott események egészen a kilencedig fordulópontig nem mutatnak újdonságot, ezért egyben kezeltük a hetedik (szóródás 19-61 év között, átlag: 37, módusz: 35, n=16), valamint a nyolcadikként említett fordulóponttal (szóródás 19-72 év között, átlag: 41, módusz: 45, n=16). Az 50-es éveikben járók a kapcsolati státusuk megváltozását, valamint a gyermekvállalást említették legnagyobb arányban, a 60-asok a munkahelyi változásokat, míg a 70 év felettiek esetében a tragédiák említése nőtt meg.

„Férjem halála után nagy változások következtek be. 75 évesen új otthonba kellett költözni és egy új életmódot kialakítanom, mivel már egyedül vagyok, minden más lett.” (78 éves nő, 6. fordulópont)

A kilencedik fordulóponttól kezdődően került képbe egy új említés: a leszármazottak életében történő változás, valamint növekedett a nyugdíjazás szóba hozatalának gyakorisága. Mindemellert már nincsenek jelentős eltérések és a lecsökkent elemszám miatt (n=14, majd a tizediktől kezdve 10 vagy annál kevesebb említés) az összehasonlítás is nehézkessé vált, ezért a további fordulópontokat külön nem részletezzük.

„52 éves voltam, amikor a fiam megkérte a barátnője kezét, aminek nagyon örültem. A változás ugyan konkrétan nem az én életemben történt, de boldog voltam, hiszen már szeretnék hamarosan unokákat is.” (53 éves nő, 11. fordulópont)

Azon kérdések kapcsán, hogy „mik lesznek még ilyen jelentős fordulópontok az alanyok életében? Mit gondolnak, mi fog ekkor megváltozni, illetve miben mutatkozik majd meg leginkább a fordulat?” két személy kivételével legalább egy fordulópontot fel tudtak sorolni a megkérdezettek, de második eseményt már csak 21 fő említett, míg harmadikat 9 fő tudott elképzelni. A legtöbbet elképzelő személy 5 fordulópontot sorolt fel. Ezen változások többsége az unokák/dédunokák születésével volt kapcsolatos, illetve a leszármazottak életbeli változásaival (pl. unoka kiházasítása, gyerekek diplomázása). A nyugdíjazást 13 fő említette, mint előreláthatóan bekövetkező eseményt, amivel kapcsolatban vegyes érzelmeket mutatnak, a többség inkább nem várja. A betegségek felerősödését (7 fő) és a halált, mint fordulópontot (4 fő) 62 év felett hozták szóba; előbbi vegyesen nők és férfiak, míg utóbbit csak nők említették (magukéra vagy párjukéra gondolva), és a temetés költségeire való felkészülés kapcsán hozták szóba. Adott életkort előre becsülni az említett fordulópontokhoz a válaszadók kevesebb, mint fele tudott.

A „voltak-e olyan életesemények, amelyek az életkorukkal voltak/vannak kapcsolatban és amik

kiemelkedően jó érzéssel, illetve kiemelkedően rossz érzéssel jártak együtt?” kérdésre szintén nagy arányban egy emléket tudtak említeni, 3-at 7 személy tudott felsorolni, a legtöbbet említő személy 5 eseményt mesélt el. Megállapítható az is, hogy az eseményeket nehezen kötötték az életkorukhoz, illetve túlnyomórészt nem azzal hozták párhuzamba. Az életesemények 54%-ban pozitívak, 41%-ban negatívak voltak, a maradéknál pedig nem tudta eldönteni a nyilatkozó, hogy milyen érzést párosítson hozzá, mert voltak jó és rossz aspektusai egyaránt az eseménynek.

„Ilyen, az életkorommal kapcsolatos esemény a nyugdíjba vonulás volt. Ez nem is kiemelkedően rossz, de nem igazán kiemelkedően jó fordulattal járt. Pihenni már nagyon szerettem volna, viszont a munkát, mint bevételi forrást fontosnak tartottam és nem szerettem volna nélkülözni. Sokáig kerestem állást ezek után, sikertelenül.” (59 éves nő)

Életkor tekintetében jellemző, hogy a pozitív és a negatív események egyenesen következtek be az interjúalanyok életében, így cáfolható az a sztereotípiá, hogy idősebb korban megnövekszik a kiemelkedően rossz érzéssel járó események száma. Pozitív fejleményként főleg munkahelyi sikereket és a gyermekek/unokák születését emelték ki, míg negatívként betegségeket, szerettek elvesztését és a néhány esetben a korai házasságot. Az „időskorba kerülést” két interjúalany tartotta lelkileg megterhelőnek, mert „az újrakezdéshez már idősek érzik magukat”.

Életkorukból fakadó hátrányt 19 fő élt át életútja során legalább egyszer (a legtöbbet elmesélő 3 eseményt érintett), melynek közel fele abból adódott, hogy túl fiatalok voltak valamihéz saját megítélésük, vagy a környezetük véleménye szerint. Ezen események legnagyobb arányban a fiatalként betöltött munkahelyi pozíciókkal vagy a korai házassággal voltak kapcsolatosak. Túl idősek főként annak kapcsán érezték magukat, ha a környezetük idősebbnek nézte őket a tényleges koruknál, egészségügyi problémáik esetében, illetve néhány személy a „változtatáshoz, változásokhoz” érzi magát időseknek a következő éveiben.

Jelenlegi életkorukhoz az interjúalanyok harmada viszonyul negatívan, a többségük a korához képesti teljesítményét pozitívan értékeli. Nem lehet egyszerűsíteni a képet aszerint, hogy minél idősebb valaki, annál borúlátóbban viszonyul az életkorához, hisz a mintában ugyanúgy jelen vannak a koruk miatt elégedetlenkedő 50-esek, és teljesen elégedett idősebbek egyaránt, csak 80 év fölött „nyer” a negatív érzet. A válaszokból kitűnik, hogy a hozzáállást leginkább az egészségi állapot befolyásolja. A többség nem érzi, hogy környezetük

hozzáállása változott az utóbbi években az öregező életkoruk miatt, hisz „együtt öregedtek” velük.

„Nem tartom magamat időseknek, a gyerekeim és az unokáim fiatalon tartanak. Semmilyen érzést nem kelt bennem a korom, nem érdekel, úgy gondolom, hogy bármire képes vagyok. A férfiak hozzáállása persze változott, de még mindig van olyan, aki próbál udvarolni.” (68 éves nő)

„Nem viszonyulok jól a koromhoz, fáj mindezem, nem szeretek öreg lenni a korral járó viszonytagságok miatt. A környezetem jobban óv és nem hagy annyit mindent csinálni, amennyit szeretnék.” (83 éves nő)

Fogyasztásváltozással kapcsolatos megállapítások

Hogy felmérjük a fogyasztás megváltozásával kapcsolatos tudatosságot, megkértük az interjúalanyokat, hogy az általuk megnevezett fordulópontok közül emeljék ki azokat, amelyek hatására a leginkább megváltoztak a vásárlási szokásaik. Összességében megállapítható, hogy a megkérdezettek nehezen emlékeztek vissza fogyasztásbeli változásra. Főleg általánosságokban gondolkodtak (pl. „önellátáshoz szükséges termékek”), termék kategóriákat soroltak fel, konkrét termékeket vagy márkát nem említve. Mivel a fordulópontok változatosan vonultatták fel az életeseményeket, az eltérő fogyasztásbeli változásokat sem lehet egy-egy adott, átlagra vonatkoztatható életkorhoz vagy fordulóponthoz kapcsolni.

Két kategória (fordulópont) során elhagyott termékek, illetve akkor vásárolni kezdett termékek segítségével kellett jellemezniük a fordulópontokat, melyek közül az elhagyott termékekre elvélve tudtak csak válaszolni. Ezek legnagyobb arányban az egészségi állapot változásával voltak kapcsolatosak (pl. cigaretta, cukor/tejtermékek/zsíros ételek elhagyása), illetve a gyerekvállalás következtében az önmagukra fordított szórakozási kiadásokat fogták vissza (pl. „utazás”, „aktuálisan divatos szórakoztató termékek”). Sokan annak ellenére se tudtak termék csoportokat megnevezni, hogy tisztában voltak vele, valószínűleg megváltozott a fogyasztási szerkezetük, de ennek se akkor, se ma nem tulajdonítottak jelentőséget.

Az újonnan megjelenő termékek esetében már nagyobb arányban és konkrétan válaszoltak, de még mindig csak általánosságokat felsorakoztatva, márkanévet egy-két kivételtől eltekintve nem említettek. Legnagyobb arányban a gyermekvállalás kapcsán érezték a változást (pl. „gyermekgondozáshoz szükséges termékek (pelenka, babakocsi stb.”, „tápszerek, bébiételek, bioételek”, „tanköny-

vek, ruhák”, „több magánorvos, osztálykirándulás, logopédus”), míg az unokák megszületése már nem volt ilyen jelentőségű, esetükben inkább az „ajándékok” jöttek szóba. Egy interjúalany emelte ki külön a gyerekek felnőtté válásából adódó költségeket („sportfinanszírozás, életben való elindulás támogatása”), ezzel szemben viszont a gyerekek kirepülését nagyobb gyakorisággal említették anyagi felzabarásként („minőségi ételek, italok, kulturális szórakozási lehetőségek saját magunk számára”).

Ezt követően a szülőktől való elszakadás, külön költözés, illetve ezzel párhuzamban az egyetemi évek kapcsán érzékelték a változást (pl. „albérletre főleg, de minden szükséges élelmiszert, tisztítószert megvásároltam, magamról gondoskodtam”, „színház, mozijegy, könyv”).

„Trabantom megvásárlása, ennek fenntartása. A ruházatra igen figyeltem, külön munkásruha, külön utcai ruha. Ezekre gondosan figyeltem, jó minőségű ruhákat vásároltam. Barátnőmet meglepetten kisebb ajándékokkal és édesapámnak sokszor bevásároltam élelmiszereket. A legújabb adidas cipő megvételére emlékszem még.” (61 éves férfi, 3. fordulópont kapcsán)

Az önállósodással párhuzamban az első bevétel és/vagy munkahely kapcsán is a márkásabb termékekre és szórakozásra való költés jött szóba (pl. „megtakarítás, ruha, Triumph melltartó, disco, színház, mozi”, „jobb minőségű termékek”, „munkához szükséges eszközök”). Emellett említésre kerültek a munkából, illetve vállalkozásindításból adódó kiadások is („márkásabb ruhák vásárlása, több utazás”).

„Az első fizetésem után elkezdtem spórolni, de ekkor vettem meg az első adidast és Levi'st is. Elkezdtünk a barátokkal a kocsmába járni, bulizgatni, és a saját szobámat berendeztem újabb bútorokkal. Rászoktam a cigarettára. Legnagyobb sikerem, hogy vehettem magamnak egy motort.” (61 éves férfi, 2. fordulópont kapcsán)

A házasság, mint fordulópont főleg a külön háztartás fenntartásából, lakhatási kihívásokból és a házépítés feladataiból adódó problémákat juttatta eszükbe (pl. „hitel”, „házzal kapcsolatos dolgok: építőanyagok, bútorok, hitel”, „sajt, gomba, tejtermékek a gyerekeknek, gyümölcs”, „mosópor”).

Említésre kerültek továbbá a válás miatt bekövetkező változások, melyek inkább sorrendmódosítást eszközöltek a vásárolt termékekben, spórolást eredményeztek, illetve férfiak esetében új rutinok kialakítását hozták magukkal.

„A lakásvásárlás miatt erőteljes spórolásba kellett kezdenem, nem tudtam autót cserélni, turkálóban vásároltam a ruháimat, egyedül a TV-t és mobiltelefonot tudom megemlíteni új elemként a

vásárlói kosaramban, illetve utazásra sokkal több pénzt költöttem, mint valaha.” (62 éves férfi, 4. fordulópont kapcsán)

A megkérdezettek közül csak a nők hozták szóba házastársuk halálát, mint fogyasztásbeli változást hozó fordulópontot („kevesebb termék a mindennapokhoz”, „fiamhoz költözés után elhagytam teljesen a vásárlást”).

A KUTATÁS KORLÁTAI LIMITATIONS

A kutatás korlátai közé tartozik természetesen a korlátozott mintaelemszám, valamint, hogy a megkérdezett személyek kizárólag a Dél-dunántúli régióból kerültek ki, így a kutatás nem tekinthető reprezentatívnak a magyar lakosság szempontjából. A megkérdezettek társadalmi státusa is meglehetősen homogén, nem tükrözi a teljes magyarországi idős lakosságot. Módszertani problémát okozott a nyitott kérdések eltérő értelmezése az alanyok szempontjából, illetve a kiképzés ellenére a kérdőbiztosok személyisége erősen befolyásolta a válaszok részletességét, a kérdésekben való elmélyülést.

ÖSSZEFOGLALÁS SUMMARY

Napjainkban gyakran tárgyalt generációs eltérésekhez hozzáadódik az életív felosztásának, tartalmának átalakulása. Az életívzsemléletet követve a kutatás célja a fordulópontok mentén kialakult fogyasztásváltozás vizsgálata volt, melyből jelen tanulmány szemlélteti a megkérdezettek által megélt és említésre méltónak tartott fordulópontok jellegét, gyakoriságát, az életkorokkal kapcsolatban megélt hátrányokat és viszonyt, valamint az életkori fordulópontokhoz kötött fogyasztásbeli változás érzékelését. Az életeseményekkel a szakirodalom számos módon foglalkozik, többek között a stresszszintre, egészségre vagy épp a boldogságra kiható erejükkel (Ballas & Dorling, 2007), de a kutatók egyre szélesebb körben vizsgálják a fogyasztási mintákat alakító, módosító hatásukat is (Lee et al. 2001, Schäfer et al. 2012, Dié, 2016). Az életesemények adta változások kimutatható hatással vannak többek között az étkezésre, alkoholfogyasztásra, de tükröződnek az életstílusváltásokban (Hopkins et al. 2006) és marketing szakemberek számára felhasználható lehetőségekben (Mathur et al. 2006) egyaránt. Az egyének által fordulópontoknak tekintett események sok esetben hasonlóképp merülnek fel (mit tekintenek annak

és körülbelül mikor történt), melyek segítségével kirajzolódhatnak kulturálisan hasonló életutak (Eurostat, 2017). A tanulmány a fogyasztók által *érezkelt* változásra helyezi a súlyt, emellett eredményei a magyar idősebbek életében bekövetkező élet-, illetve fogyasztásbeli változások megértéséhez járul hozzá, mely téren elmaradás jelentkezik a külföldi szakirodalomhoz képest.

Az említett fordulópontok annak ellenére, hogy egyénenként mutatnak életkori növekedést, nem köthetők egy adott, átlagra vonatkozatható életévhez és életkori szakaszhoz sem, mert az említések során túl nagy életkori szóródás mutatkozott. Az interjúalany személyisége jelentősen befolyásolta, hogy mit tekintett fordulópontnak és milyen részletességgel bontotta fel életívét. Ebből adódhatott, hogy többek között negyedik fordulópontjára az egyik alany eljuthatott a 78. életévéhez, míg a másik a 7. fordulópontnál is csak a 19. életévénél tartott. A fordulópontok okozójaként megjelölt életesemények szemléltetik a társadalmi változásokat, de a kapcsolat csak enyhén volt érzékelhető. A fiatalabb idősök (65 év alatt) nagyobb arányban említettek iskolai időszakukhoz köthető változásokat az első fordulópont kapcsán, míg a náluk idősebbek inkább az önálló élet kezdetét, illetve a tragédiákat említették elsőnek. Nem mutatkozott eltérés abban, hogy mit tekintenek az 50-es, 60-as vagy 70 feletti kohorszok változást hozó életeseménynek, ugyanazon kategóriák mentén osztották fel életüket, csak egyénenként eltérő arányban, részletességgel és sorrendben. Arra sincs egyértelmű bizonyíték, hogy az életkor előrehaladtával több fordulópontot élnek meg és ezáltal említenek is az emberek, mert ugyan a 70 feletti kohorsz említette meg a legtöbb fordulópontot, de a hatvanévesek között voltak többen a legkevesebb fordulópontokat említők közül. Megállapítható továbbá, hogy a több fordulópontot felsorolók inkább az ifjúkorban átélt változásokat részletezték jobban, mintsem a felnőtt életüket, melyek körülbelül ugyanolyan említési arányban jelentek meg a válaszadók körében. A jövőre vonatkozóan várt vagy számításba vett fordulópontok kapcsán kevés említés született, és ezek többsége pozitív eseményt tartalmaz, melyek főleg a gyermekekkel és unokákkal kapcsolatosak.

Nem lehet azt állítani, hogy az életkorból adódó diszkrimináció jellemzően egy bizonyos életkori csoport, az idősebb generáció ügye volna, mert széles életkori skálán említettek ilyen tapasztalatot. Jelenlegi életkorukhoz és a korukhoz képesti teljesítményükhöz a megkérdezettek többsége pozitívan és elégedetten viszonyul.

Az életíven történő haladás és az ehhez kapcsolódó fordulópontok kapcsán kialakult fogyasztás-

tásbeli változás nem hagyott mély nyomokat a megkérdezettekben, csak általánosságokban tudtak beszámolni az elkezdett, illetve elhagyott termékekről. Valószínűleg a vásárlások irányából megközelítve, külön és részletesebben elemezve az egyes eseményekből adódó fogyasztói kosár megoszlást, majd ezekhez kapcsolva a fordulópontokat vagy életszakaszokat, pontosabb kép festhető az életív mentén érzékelhetően változó vásárlói magatartásról. Viszont, az emberi életív összességét vizsgálva, az 50 év feletti megkérdezettek egyáltalán nem társítottak jelentőséget a fogyasztásbeli változásuknak. Ilyen módon hiába próbálkoztunk ráközelítéssel, a vásárlás csekély nyomot hagyott az emlékezetükben, ezáltal is szemléltetve a prioritásokat az életben. Ezen tapasztalatokat felhasználva, a kutatás további irányvonalait adja az említett események számának, valamint pozitív vagy negatív aspektusának jelentősége a válaszadók életmódjára fogyasztásuk szempontjából.

HIVATKOZÁSOK REFERENCES

- Ballas, D., Dorling, D. (2007), Measuring the impact of major life events upon happiness. *International Journal of Epidemiology*, 36(6), 1244–1252. DOI:10.1093/ije/dym182
- Beauvoir, S. d. (1972), *Az öregség*, Budapest: Európa Könyvkiadó
- Bromley, D. (1966), *The psychology of human ageing*, Harmondsworth: Penguin
- Butler, R. (2011), *The Longevity Prescription*, New York: Avery
- Csizmadia, S. – Györi Szabó, R. (2014), Idősmarketing – kinek szól?, *Valóság*, LVII(3), 54–73
- Dié, B. (2016), *Life events that change people's consumption. An update of Holmes & Rahe's Readjustment Rating Social Scale (1967) and its marketing opportunities*. GRIN Publishing
- Erikson, E. H. (1982), *The life cycle completed*, New York: Norton
- European Commission (2018), *The 2018 Ageing Report. Institutional Paper 079, May 2018*, Luxembourg: Publications Office of the European Union, DOI:10.2765/15373
- Eurostat (2017), *Nők és férfiak élete Európában – statisztikai portré. Fontos mérföldkövek az életben*. DOI:10.2785/50863
- Gassmann, O., Reepmeyer, G. (2008), „Universal Design – Innovations for All Ages”, in: Kohlbacher, F., Herstatt, C. (eds.), *The Silver Market Phenomenon*, Berlin: Springer, Berlin, Heidelberg, DOI:10.1007/978-3-540-75331-5_9
- Gross, R. (1996), *Psychology*, London: Hodder and Stoughton
- Hegedüs, R. – Töröcsik, M. – Németh, P. (2019), „Generációs eltérések a korérzékelésben Magyarországon”, in: Obádovics, C., Bruder, E. (szerk.), *Változó társadalom, változó gazdaság*, Budapest: Scolar Kiadó, 107–130.
- Hildebrand, P. (1995), *Beyond Mid-Life Crisis. A psychodynamic Approach to Ageing*, London: Sheldon Press
- Hofmeister, Á. – Neulinger, Á. – Piskóti, M. (2020), „Az értékválasztás és a kognitív életkor közötti kapcsolat a magyar 50 év feletti lakosság körében”, *Vezetéstudomány*, LI(07-08), 53–64 DOI:10.14267/VEZTUD.2020.07-08.05
- Hopkins, C. D., Roster, C. A., Wood, C. M. (2006), „Making the transition to retirement: appraisals, post-transition lifestyle, and changes in consumption patterns”, *Journal of Consumer Marketing*, 23(2), 87–99 DOI:10.1108/07363760610655023
- Kirsch, J. (2003), Senioren – Marktsegment der Zukunft, in: Rabe, C., Lieb J. (eds.), *Zukunftsperspektiven des Marketing – Paradigmenwechsel und Neuausrichtung*, Berlin: Duncker & Humblot, 181–196
- Klebl, K. (2007), *Development of the Generation 50-plus – Effects on retail marketing*, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller
- Krémer, B. (2015), *Mi is a kétségbeejtő abban, hogy tovább élünk? avagy Az időszedési válság és a halál egyenlőtlenségei*, Budapest: Napvilág Kiadó.
- Lee, E., Moschis, G. P., Mathur, A. (2001), „A study of life events and changes in patronage preferences”, *Journal of Business Research*, 54(1), 25–38 DOI:10.1016/S0148-2963(00)00116-8
- Levinson, D., et al. (1978), *The Season of Man's Life*, New York: Alfred A. Knopf
- Mathur, A., Lee, E., Moschis, G. (2006), „Life-changing events and marketing opportunities”, *Target Meas Anal Mark*, 14, 115–128 DOI:10.1057/palgrave.jt.5740174
- McFadden, S. (2005), „Points of Connection: Gerontology and the psychology of religion”, in: Paloutzian, R., Park, C. (eds.), *Handbook of the Psychology of religion and spirituality*, London: Guilford Press, 8162–8176.
- Meiners, N. H., Seeberger, B. (2010), „Marketing to Senior Citizens: Challenges and Opportunities”, *The Journal of Social, Political and Economic Studies*, 35(3), 293–328 DOI:10.1.1.675.2346&rep=rep1&type=pdf
- Milne, E. (2006), When does human ageing begin? *Mechanisms of Ageing and Development*, 127, 290–297. DOI:10.1016/j.mad.2005.11.003
- Monostori J. – Gresits G. (2018), Idősödés, in: Monostori, J., Őri, P., Spéder Z. (szerk.), *Demográfiai portré 2018*, Budapest: KSH NKI, 127–145.
- Neményi M. – Ságvári B. – Tardos K. (2019), *A diszkrimináció személyes és társadalmi észlelése és az egyenlő bánásmóddal kapcsolatos jogtudatosság*. Budapest: Egyenlő Bánásmód Hatóság. https://www.egyenlobanasmod.hu/sites/default/files/kiadvany/EBH_2019_FINAL_HUN_EN_20191208%20Final_sm_isbn_online.pdf (Utolsó letöltés: 2020.07.20.)
- Németh P. – Töröcsik M. (2018), Ageing, az életkorhoz való viszony vizsgálata, in: Kehl, D., Rappai, G. (szerk.), *PRIMUS INTER PARES: Tanulmánykötet Hoóz István 90. születésnapja tiszteletére*, Pécs: PTE KTK, 239–251.
- North, M. S., Fiske, S. T. (2012), An inconvenienced youth? Ageism and its potential intergenerational roots, *Psychol Bull*, 138(5), 982–97.

DOI:10.1037/a0027843

- Schäfer, M., Jaeger-Erben, M., Bamberg, S. (2012), "Life Events as Windows of Opportunity for Changing Towards Sustainable Consumption Patterns?", *Journal of Consumer Policy*, 35, 65–84. doi:10.1007/s10603-011-9181-6
- Szarka K. – Lehota J. – Langer K. (2014), „Az 50+ generáció fenntarthatósággal kapcsolatos félelmei”, *Journal of Central European Green Innovation*, 2(4) 129-151.

- Törőcsik M. (2016), *Fogyasztói magatartás. Insight, trendek, vásárlók*, Budapest: Akadémiai Kiadó, DOI:10.1556/9789630597371
- Törőcsik M. – Németh P. (2018), *Ageing. A magyar lakosság korral, öregedéssel kapcsolatos beállítódása generációs szemléletű vizsgálattal*, Pécs: PTE KTK

Hegedüs Réka, PhD hallgató
hegedus.reka@tkk.pte.hu
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Changes in consumer behaviour in the 50+ age group - results of an in-depth interview research

THE AIMS OF THE PAPER

Our research aims to learn about changes in consumption and shopping behaviours resulting from increasing age and life-course changes and to assess their subjective perception, especially concerning the elderly.

METHODOLOGY

In our exploratory research, we asked ageing consumers (over the age of 50) in the form of in-depth interviews about the turning points they experienced and expected later in their lives, about the outstanding events related to their age, and their relationship to their current age. Within the life-course history, we examined the - subjectively perceived - changes in consumer behaviour along with the 5 turning points they considered to be the most important.

MOST IMPORTANT RESULTS

Based on the results of the in-depth interviews, the interviewees recalled the turning points of their lives (schools/work/family/health) mainly categorized, adjusting them to the chronological order. They could not always link a specific chronological age to life events, but typically illustrated the timing of shifts in age ranges. On average, 8 turning points were mentioned, but 5 highlighted life events were most often reported and the number was strongly influenced by what a person considers as a turning point in his or her life. These changes were difficult to link to changes in the consumption - product groups were mentioned in general terms and product groups that had started to be bought were typically remembered as opposed to the abandoned products.

RECOMMENDATIONS

As the focus on life-course changes left little space in the memory of respondents to perceive their consumer behaviour, it is more appropriate to approach the direction of purchases by analyzing the time differences of consumer baskets and then linking turning points or life stages to them.

Keywords: 50+, elderly, life-course, consumption change, in-depth interview