

Egyetemi doktori (PhD) értekezés tézisei

**EGYETEMI HALLGATÓK ONLINE VÁSÁRLÁSI ÉS ELEKTRONIKUS
FIZETÉSI SZOKÁSAINAK FELTÉRKÉPEZÉSE AZ UTAUT-MODELL
SEGÍTSÉGÉVEL**

Piros Edina

Témavezető:

Dr. habil Becsky-Nagy Patrícia

Tanszékvezető, egyetemi docens

Dr. habil Fehér András

Tanszékvezető, egyetemi docens



DEBRECENI EGYETEM

Gazdálkodás- és Szervezéstudományok

Doktori Iskola

Debrecen, 2024

1. A KUTATÁS ELŐZMÉNYEI, CÉLKITŰZÉSEI ÉS A KUTATÁSI HIPOTÉZISEK BEMUTATÁSA

Az internethasználat a technológiai fejlődésnek köszönhetően folyamatosan bővül. A fogyasztók bárhol, bármit megvásárolhatnak, mindössze néhány kattintással. Az internet a leghatékonyabb eszközzé vált mindenféle áru értékesítésének, az FMCG azaz a gyorsan mozgó fogyasztási cikkektől a luxus divatcikkeig.

Napjainkban az online vásárlás széles körben elfogadott módja a termékek és szolgáltatások beszerzésére/igénybevételére. Azonban az online fogyasztók viselkedésének vizsgálata még viszonylag fejletlen. Bár mára már az online vásárlás nem egy új téma, még mindig sok a megválaszolatlan kérdés, hogy mi határozza meg a fogyasztók vásárlási hajlandóságát.

CALVO-PORRAL ÉS PESQUEIRA-SANCHEZ (2019) állítása szerint, az életkor az egyik legmeghatározóbb tényező, a technológia irányába való elkötelezettség tekintetében.

Az online vásárlás térnyerésével egyidejűleg pedig az elektronikus fizetési megoldások is bővültek. GRZELCZAK és PASTUSIAK (2020) rávilágítottak arra, hogy Közép- és Kelet-Európa országaiban a nem készpénzes fizetések legnagyobb részét a bankkártyás fizetések tették ki. Rávilágítottak arra is, hogy a társadalmi-demográfiai tényezők is befolyásolják a készpénzről a készpénzmentes fizetésre való áttérést, többek között az iskolai végzettség, a befolyt jövedelem és rendelkezésre álló vagyon is befolyásolja a készpénzes fizetések arányát. Magyarországon az elektronikus fizetést előnyben részesítők aránya 2023-ban 58% volt. Közülük 53% azt nyilatkozta, hogy elsődlegesen a kényelem miatt preferálja az elektronikus fizetési megoldásokat, 48% pedig a biztonságot (is) hangsúlyozta. Az MNB elektronikus pénzforgalmi stratégiájának fő célja, hogy 2030-ra elektronikus módon valósuljon meg a teljes gazdaságban végbemenő összes tranzakció legalább kétharmada (MNB, 2024).

Az online vásárlási- és elektronikus fizetési szokások vizsgálata rendkívül aktuális terület, a különböző korosztályok szokásainak a feltérképezése a témában pedig fontos, éppen ezért a disszertáció középpontjába az egyetemi hallgatókat helyezem és az online vásárlási- és elektronikus fizetési szokásaikat térképezem fel. Ahhoz, hogy jobban megértsem az egyetemi hallgatók online vásárlási- és elektronikus fizetési szokásai mögött meghúzódó tényezőket, illetve az adott technológia elfogadására irányuló hajlandóságot, a

technológia elfogadásának és felhasználásának egységes elméletét (UTAUT – Unified Theory of Acceptance and Utilize of Technology), azaz az UTAUT-modellt alkalmazom. A doktori disszertációm középpontjába a gazdaságtudományi területeken tanulmányokat folytató egyetemi hallgatókat helyeztem, különös tekintettel az alapszakos hallgatókra. Ennek oka, hogy a kutatásban így legfőképpen a Z generáció érintett, akik mindennapi életében a digitális- és technológiai fejlődés meghatározó szerepet tölt be, ők lényegében az internettel nőttek fel. A Z generációba az 1993-2005 között születtek tartoznak TURNER (2015) szerint, 1995 és azután születtek pedig STEWART (2017) szerint. AGÁRDI és társai (2021) pedig úgy határozták meg, hogy a Z generációba azok tartoznak, akik 1995 és 2010 között születtek. Emellett pedig azért koncentrálok a gazdaságtudományi- vagy hasonló területeken tanulmányokat folytató hallgatókra, mert úgy vélem, hogy tanulmányaikból kifolyólag a hagyományos- és digitális pénzügyek terén is tájékozottabbak, így hozzájuk közelebb állhat a kutatási téma.

Elsődlegesen a szakirodalmak elemzésével kezdem a témakör feltérképezését, azért, hogy a primer kutatást megfelelő szintű háttértudás birtokában építsem fel és valósítsam meg.

A szakirodalmi elemzést három fő pillérre építem, az online vásárlásra, az elektronikus fizetésre és az UTAUT-modellre.

Az online vásárláson belül összehasonlítom az online és hagyományos vásárlási csatornákat, ismertetem az e-kereskedelemmel kapcsolatos fogalmakat. Fontosnak tartom a megbízható és aktuális statisztikai adatok feltérképezését nemzetközi- és hazai szinteken egyaránt. Mindenképpen fókuszálok a Z generáció online vásárlási szokásaira, ugyanis a primer kutatás célcsoportja elsődlegesen ez a korosztály. Az említettek mellett pedig kitérek a demográfiai tényezők szerepére is az online vásárlás terén, továbbá az online vásárlás esetleges kockázatait is ismertetem. Az elektronikus fizetés terén vizsgálom az internet bank szerepét Európában. Részletezem a különböző elektronikus fizetési szokásokat Magyarországon, illetve kifejtem a különböző elektronikus fizetési megoldások típusait. A kutatás fókuszában vannak a FinTech szolgáltatások is, így mindenképpen ismertetem az ezzel kapcsolatos fogalmakat és széles körben vizsgálom a banki- és nem banki szolgáltatásokat egyaránt. Mindenképpen fontosnak tartom fókuszálni az elektronikus fizetés előnyeire és kockázataira. A kutatás harmadik alappillére az UTAUT-modell. Különös hangsúlyt fektetek a primer kutatás alapját képező modell részletes bemutatására.

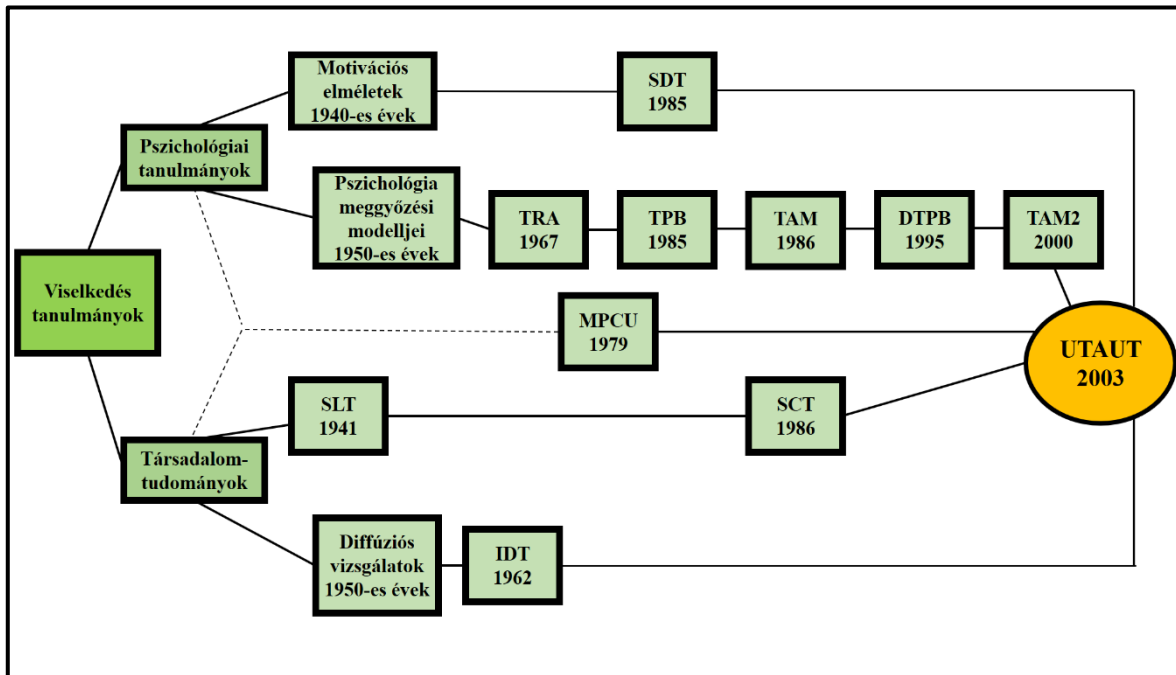
A szakirodalmi elemzésnek kiemelkedő szerepe volt ebben a témakörben, ugyanis feltérképeztem az erre a jól bevált UTAUT-modellre épülő korábbi kutatásokat. Információt gyűjtöttem arról, hogy egy ilyen modellt, hogyan kell megfelelő módon beépíteni a primer kutatásba. Tanulmányoztam a meglévő kutatások állítássorait és a témám szempontjából relevánsakat adaptáltam a saját primer kutatásomhoz.

Az UTAUT egy olyan modell, amelyet azért dolgoztak ki (VENKATESH, 2012), hogy magyarázatot adjon arra, hogy a felhasználók hogyan kívánnak egy információs rendszert használni és alkalmazni (VENKATESH, 2003).

Az UTAUT nagy népszerűsége tett szert átfogó jellegének köszönhetően és a különböző kontextusokban történő technológiai elfogadás előrejelzésre való képessége miatt (ALQHATANI et al., 2022; AL-RAHMI et al., 2021). Számos tanulmány visszaigazolta az UTAUT-modell hatékonyságát a különböző technológiák, például a mobilbankolás, a közösségi média (ALISMAIELI et al., 2022; ALMOGREN – ALJAMMAZ, 2022; AL-RAHMI – OTHMAN, 2013) és az online vásárlás (KIM – SHIN, 2017) elfogadásának előrejelzésében. Továbbá az UTAUT-modellt alkalmazták már a különböző kultúrák és országok közötti technológiaátvétel összehasonlítására is. A modellbe több a technológia elfogadását befolyásoló tényezőt is be lehet építeni, melynek köszönhetően értékes eszköz a felhasználói magatartás megértésére (VENKATESH et al., 2008; TAHERDOOST, 2018; AL-RAHMI et al., 2023). A szervezetek fel tudják használni ezeket a modelleket olyan technológia tervezéséhez és bevezetéséhez, amelyet a felhasználók nagyobb valószínűséggel fogadnak el és használnak (DAHRI et al., 2021; AL-RAHMI et al., 2023, ALALWAN, 2019; ALMULLA – AL-RAHMI, 2023; ARAIN et al., 2019; AL-MAATOUK et al., 2020).

Az UTAUT-modell nyolc különböző modell irodalmi áttekintésének és szintézisének eredménye. A nyolc modell a következő: logikus cselekvések elmélete (TRA – Theory of Reasoned Action), a technológiaelfogadás-modell 1-2 (TAM1 és TAM2 – Technology acceptance model), a motivációs modell (MM – motivational model), a tervezett magatartás modell (TPB – Theory of Planned Behavior) és a TAM hibrid modellje, a személyi számítógép használatának modellje (MPCU – Model of PC Utilization), az innovációs diffúzióelmélet (IDT - Innovation Diffusion Theory) és a társadalmi kognitív elmélet (SCT - Social Cognitive Theory) (VENKATESH, 2012; VENKATESH, 2003).

1. ábra: Az UTAUT kifejlesztéséhez vezető technológiai elfogadási elméletek fejlődése



Forrás: Saját szerkesztés, 2024.

Először is az alapmodellt szemléltetem egy ábrával, biztosítva a modell átláthatóságát. Majd részletesen ki is fejtem a modell egyes változóit. Az alapmodellt fontosnak tartom kiegészíteni, hogy színesítsem a kutatást és növeljem annak minőségét. Így kiegészítem az alapmodellt további tényezőkkel és szintén ábrázolom azokat. Ahhoz, hogy a modellt megfelelően beépítem a saját munkámba, ehhez vizsgálom a témában korábban megvalósuló kutatásokat, illetve adaptálom a különböző állításokat a primer kutatáshoz.

A primer kutatás során elsődlegesen kvantitatív eljárásként, kérdőíves megkérdezés történik az egyetemi hallgatók körében. Az UTAUT-modell állításait Likert-skálán értékelik a hallgatók. Szeretném tisztázni, hogy az elektronikus fizetés és FinTech témakörét általánosságban vizsgálom a szakirodalmi elemzés során. Vannak kérdések a kérdőívben, amik általánosságban vizsgálják az említett területeket. Azonban az UTAUT-modellre épülő állítással a dolgozatban a nem banki, FinTech vállalatok, Startupok által nyújtott elektronikus fizetési megoldásokra fókuszálok és azok elfogadási hajlandóságát vizsgálom. Célom a hallgatókat viszonylag homogén csoportokba (klaszterekbe) rendezni aszerint, hogy hogyan viszonyulnak az online vásárlás és nem banki FinTech szolgáltatások elfogadásához.

Kvalitatív kutatásként pedig fókuszcsoporthoz interjúkat valósítok meg az online vásárlás és elektronikus fizetés témakörében egyaránt külön-külön, 10-10 fő részvételével. Ebben az

esetben a kvantitatív kutatást követte a kvalitatív kutatás, ennek oka, hogy célom volt először nagy számban vizsgálni a hallgatókat a témában. Majd pedig a felmérés közben és a klaszterek kialakítását követően felmerült kérdésekkel megcélzom az egyetemi hallgatók szűk körét és így próbálok elmélyülni a témában. A tézisben meghagytam a disszertációba való fejezet hivatkozásokat, hogy segítsen az olvasó számára az információszerzést.

A disszertáció fő célkitűzése, hogy a technológia elfogadásának és felhasználásának egységes elméletére (UTAUT) építve, vizsgáljam az ország 13 egyetemének a Gazdaságtudományi Karán (vagy ahhoz hasonló képzési területű csak más elnevezésű karán) tanulmányokat folytató egyetemi hallgatók fogyasztói szokásait az online vásárlások és a nem banki (FinTech) elektronikus fizetési megoldások terén, kérdőíves megkérdezés és fókuszcsoporthoz tartozó interjúk keretein belül. Célom megérteni, hogy milyen változók segítik az online vásárlásnak és a nem banki elektronikus fizetési megoldásoknak az elfogadását az egyetemisták körében. Továbbá célom feltérképezni, hogy melyek azok a tényezők, amelyek aggodalmakat keltenek a hallgatókban, ha FinTech szolgáltatások használatáról van szó. Végül pedig az UTAUT-modellre építve a hallgatókat viszonylag homogén csoportokba rendezem (klaszterekbe), aszerint, hogy hogyan viszonyulnak az online vásárlásoknak és a nem banki (FinTech) elektronikus fizetési megoldásoknak az elfogadásához és használatához.

A disszertáció fő célkitűzése alá tartoznak a disszertáció célkitűzései és az azokhoz kapcsolódó hipotézisek, amelyeket az 1. táblázatban táblázatokban foglaltam össze

1. táblázat: Az online vásárlással-, elektronikus fizetéssel- és az UTAUT-modellel kapcsolatos kérdések (KK), célkitűzések (C), hipotézisek (H)

1. pillér			
Online vásárlással kapcsolatos kérdések	Célkitűzések	Hipotézisek	Kutatási módszerek
1 KK: Mi jellemzi az egyetemisták online vásárlási szokásait?			
1 Kka: Mely negatívumok dominálnak az online vásárlások terén az egyetemisták körében?	C1: Céлом elemezni, hogy az online vásárlással kapcsolatosan felmerülhető esetleges negatívumok, veszélyek közül melyek a legmeghatározóbbak a hallgatók számára	H1: Az, hogy a hallgatók körülményesnek találják az online rendelt hibás vagy romlott termék visszaküldését, meghatározóbb negatívum, mint a személyes termékválasztás hiánya	primer (kérdőíves felmérés és fókuszcsoportos interjú)
2. pillér			
Elektronikus fizetés kapcsán felmerülő kérdések	Célkitűzések	Hipotézisek	Kutatási módszerek
2 KK: Milyen elektronikus fizetési megoldásokat és elektronikus fizetési platformokat használnak az egyetemisták?			
2 Kka: Milyen esetekben alkalmaznak az egyetemi hallgatók elektronikus fizetési megoldásokat?	C2: Céлом nemek szerint, nőkre és férfiakra vonatkozóan megvizsgálni, hogy melyek azok a konkrét esetek, amikor elektronikus fizetési megoldásokat alkalmaznak a hallgatók	H2: Az online vásárlások alkalmával elektronikus fizetési megoldást alkalmazó egyetemista nők aránya magasabb, mint azoknak az aránya, akik hagyományos üzletekben alkalmazzák ezeket a fizetési megoldásokat	primer (kérdőíves felmérés)
2 Kkb: Mennyire tartják biztonságosnak, vagy éppen kockázatosnak a különböző elektronikus fizetési megoldásokat az egyetemi hallgatók?	C3: Céлом rávilágítani, hogy hogyan értékelik a különböző elektronikus fizetési megoldásokkal felmerülő kockázatokat a hallgatók	H3: Az egyetemi hallgatók az elektronikus fizetési megoldásokon belül a banki átutalást tartják a legbiztonságosabbnak	primer (kérdőíves felmérés)

3. pillér			
UTAUT modell alkalmazása kapcsán felmerülő kérdések			
	Célkitűzések	Hipotézisek	Kutatási módszerek
3 KK: Az egyénileg kiegészített UTAUT modell változói hogyan vizsgálják az online vásárlás- és elektronikus fizetés elfogadottságát az egyetemi hallgatók körében?			
3 Kka: A tudatos hallgatók, mely észlelt kockázattól tartanak a leginkább az online vásárlásaik során?	C4: Céлом vizsgálni, hogy azok az egyetemisták, akik esetében a tudatosság meghatározó az online vásárlások terén, az esetleges észlelt kockázatok közül melyiktől tartanak a leginkább	H4: Azon klaszter tagjai, ahol az egyetemi hallgatók leginkább tudatosnak vallják magukat az online vásárlások terén, számukra a legjelentősebb észlelt kockázat, hogy az online vásárlásaik során megadott személyes adataikkal visszaélnek, és engedély nélkül felhasználják	primer (kérdőíves felmérés)
3 Kkb: A nők vagy a férfiak tudatosabbak a nem banki elektronikus fizetési szolgáltatásokkal szemben a megkérdezett hallgatók körében?	C5: Céлом feltérképezni, hogy a nők vagy a férfiak tartják magukat tudatosabbnak a nem banki elektronikus fizetések terén	H5: Az egyetemi hallgatók körében a nők tudatosabbnak gondolják magukat a nem banki elektronikus fizetési megoldások terén, mint a férfiak	primer (kérdőíves felmérés)
3 Kkc: Azok a hallgatók akik nyitottabbak az új technológiák kipróbálására, adaptálására, nagyobb arányban használnak-e digitális kriptó pénztárcát, szemben a többi hallgatóval?	C6: Céлом vizsgálni, hogy milyen szerepe van az észlelt innovativitásnak és a mesterséges intelligenciának a digitális kriptó pénztárca használatára	H6: Azok a hallgatók, akik számára az észlelt innovativitás és a mesterséges intelligencia szerepe meghatározó a nem banki elektronikus fizetések terén, nagyobb arányban használtak már digitális kriptó pénztárcát, szemben a többi hallgatóval	primer (kérdőíves felmérés)

Forrás: Saját szerkesztés, 2024.

2. ADATBÁZIS ÉS AZ ALKALMAZOTT MÓDSZEREK ISMERTETÉSE

Szakirodalmi elemzést végeztem a témában, melyhez elsődlegesen egy elektronikus adatbázist használtam, ez pedig a Scopus volt. A Scopus multidiszciplináris bibliográfiai adatbázis, melyet a tudományterületek és alterületek szervezett hierarchiájába sorolt tudományos folyóiratok alkotnak (HASSAN et al., 2019).

A primer kutatás során első körben kvantitatív eljárásként kérdőíves felmérést-, majd pedig kvalitatív módszerek közül fókuszcsoportos interjút valósítottam meg. A primer kutatás során a feltáró jellegből fakadó információgyűjtés mellett céлом volt, a korábbiakban már ismertetett hipotézisek (1. fejezet) tesztelése.

2. táblázat: Kutatás módszertana

Feltáró kutatási módszerek: szekunder adatok	
Módszerek	Helye, célja az értekezésbe
Szakirodalmi elemzés	Szakirodalmi áttekintés (Scopus adatbázis, angol nyelvű, open access folyóiratcikkek, statisztikai adatok: KSH, STATISTA stb.)
Leíró kutatási módszerek: kérdőíves megkérdezés	
Megkérdezés online és papír alapon (online - Google űrlap)	Strukturált adatgyűjtés az egyetemi hallgatók hozzáállásáról az online vásárlás és elektronikus fizetés irányába
UTAUT-modell beépítése a kérdőívesbe már meglévő kutatások mintájára	Technológia elfogadásának és felhasználásának egységes elmélete
Mérés és skálaképzés: összehasonlítható skálaképzés	
Névleges skálaképzés	Kérdőívek kialakítása: demográfiai adatok, csoportosítási lehetőségek megteremtése, megoszlások számítása
Mérés és skálaképzés: nem összehasonlítható skálaképzés	
Diszkrét értékelő skála: Likert-skála	Likert-skála alkalmazása fogyasztói, felhasználói attitűdök elemzésére (UTAUT-modellre épülő állítássorok)
Matematika statisztika módszerek	
Faktoranalízis (KMO mutató, Bartlett-próba, rotált faktormátrix, megbízhatósági vizsgálat)	Kérdőívek feldolgozása, az adatok elemzése (UTAUT-modellre épülő állítássorok)
Klaszteranalízis, kereszt táblák, Khi-négyzet próba	Kérdőíves felmérés alapján következtetések levonása

Alkalmazott szoftverek	
SPSS	leíró statisztikák (megoszlási viszonyszámok, számtani átlag, medián, módusz, ferdeség, interkvartilis terjedelem), faktorelemzés, KMO- és Bartlett teszt, klaszteranalízis, keresztábra elemzések
Microsoft Excel	a kérdőíves felmérések során kapott adatok elemzése, ábrák készítése
Feltáró kutatási módszerek: kvalitatív kutatás	
Fókuszcsoporthos interjúk	Kérdőíves felmérésre támaszkodva vizsgálni az egyetemi hallgatókat

Forrás: Saját szerkesztés, 2024

2.1. Szakirodalmi elemzés menete

A szakirodalmi áttekintés kiterjedt az online és hagyományos vásárlási csatornák feltérképezésére, az e-kereskedelemmel kapcsolatos fogalmak ismertetésére, Z generáció online vásárlási szokásainak vizsgálatára, a demográfiai tényezők online vásárlásban betöltött szerepének részletezésére, az online vásárlás során felmerülő kockázatok ismertetésére. A felsoroltak mellett a szakirodalmi elemzés kiterjedt továbbá az elektronikus fizetéssel kapcsolatos fogalmak tisztázására, a különböző elektronikus fizetési megoldások bemutatására, a FinTech-kel kapcsolatos fogalmak ismertetésére, az elektronikus fizetés észlelt előnyeinek- és kockázatainak a részletezésére, végül pedig az UTAUT-modell részletes bemutatására.

Földrajzi szempontból vizsgáltam a témát világviszonylatban, illetve európai és hazai szinten. A legaktuálisabb és legmegbízhatóbb statisztikai adatok kinyerésére főként az EUROSTAT, KSH és Statista adatbázisokat használtam. Emellett pedig hazai források közül az elektronikus fizetésre vonatkozóan a következő forrásokat céloztam még meg: MNB FinTech és digitalizációs jelentés (2024), MNB Fizetési Rendszer Jelentés (2024), Elektronikus fizetési megoldások kézikönyve (Fintechzone 2024). A teljes kutatómunkát úgy építettem fel, hogy a szakirodalmi áttekintés és primer kutatás folyamatos összhangban legyen.

A kulcsszavak beazonosítása során három fő területre fókuszáltam, az online vásárlásokra, az elektronikus fizetési megoldásokra, végül pedig a módszertan szempontjából az UTAUT modellre.

online vásárlás

kulcsszavak magyarul: online vásárlás, internetes vásárlás, e-kereskedelem, fogyasztói magatartás, termékkategóriák, vásárlási szándék, előnyök, hátrányok

kulcsszavak angolul: online shopping, internet shopping, e-commerce, consumer behavior, product categories, purchase intention, advantages, disadvantages

elektronikus fizetés

kulcsszavak magyarul: online fizetés, digitális fizetés, elektronikus fizetés, mobil fizetés, FinTech, E-pénztárca, blokklánc, pénzügyi innováció, mesterséges intelligencia, előnyök, hátrányok

kulcsszavak angolul: online payment, digital payment, electronic payment, mobile payment, FinTech, E-wallet, blockchain, financial innovation, artificial intelligence, advantages, disadvantages

UTAUT modell

kulcsszavak magyarul: UTAUT, UTAUT modell, online vásárlás, elektronikus fizetés

kulcsszavak angolul: UTAUT, UTAUT model, online shopping, online payment

A kutatás második fázisában logikai operátorokat alkalmaztam, a találati halmazok közötti kapcsolatok meghatározásához:

AND = a kifejezések közötti „ÉS” kapcsolat

OR = a kifejezések közötti „VAGY” kapcsolat, szinonimacsoportok közötti választás

” ” = konkrét kifejezés keresésére;

* = karaktert helyettesít

A Scopus adatbázisán belül kizárólag az angol nyelvű, open access tudományos folyóiratcikket elemeztem.

2.2. Primer kutatás menete

A primer információgyűjtés során kvalitatív módszerek közül fókuszcsoporthoz tartozó interjúkat végeztem. Kvantitatív eljárásnak pedig kérdőíves felmérést bonyolítottam le egyetemi hallgatók bevonásával.

A primer információgyűjtés során elsőként a kérdőíves felmérést valósítottam meg, 2023. szeptemberétől 2023. decemberéig. A kérdőíves felmérésbe azok az egyetemek kerültek be, ahol van gazdaságtudományi képzés és legalább 1000 fő a hallgatói létszám. A célcsoport nappali

tagozaton tanulmányokat folytató alapszakos, mesterszakos, továbbá PhD képzésben és felsőoktatási szakképzésben résztvevők hallgatók voltak. A kérdőív mintájának megtervezése időben jelentősen megelőzte magát a kérdőívezést. Az arányok meghatározásához az Oktatási Hivatal oldalán elérhető felsőoktatási statisztikai adatokat (2020) használtam. A kérdőív mintájának megtervezésekor ez a forrás volt nyilvánosan elérhető, ahol meg volt adva karonként a nemek szerinti megoszlás is. Azáltal, hogy a kérdőíves felmérés széleskörű terjesztést igényelt, a korábban meghatározott arányokkal kezdtem meg a kitöltést és nem módosítottam rajta. A 3. táblázat tartalmazza a primer kutatás során megcélzott egyetemeket.

3. táblázat: Primer kutatás során megcélzott egyetemek

Megcélzott egyetemek	Hallgatók száma	Tervezett megkérdezettek száma	Ténylegesen megkérdezettek száma (adattisztítást követően)
Budapesti Gazdasági Egyetem	14363 fő	278 fő	30 fő
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem	2091 fő	40 fő	107 fő
Debreceni Egyetem	4066 fő	79 fő	477 fő
Széchenyi István Egyetem	2142 fő	41 fő	155 fő
Miskolci Egyetem	1956 fő	38 fő	35 fő
Eötvös Loránd Tudományegyetem	3835 fő	74 fő	0 fő
Budapesti Metropolitan Egyetem	4015 fő	78 fő	0 fő
Budapesti Corvinus Egyetem	8240 fő	160 fő	17 fő
Óbudai Egyetem	1032 fő	20 fő	70 fő
Pannon Egyetem	2222 fő	43 fő	0 fő
Pécsi Tudományegyetem	2577 fő	50 fő	42 fő
Szegedi Tudományegyetem	2363 fő	46 fő	4 fő
Szent István Egyetem (MATE)	2752 fő	53 fő	11 fő
		1000 fő	948 fő

Forrás: Saját szerkesztés, 2024.

1000 főt terveztem bevonni a kutatásba. Összességében 966 fő töltötte ki a kérdőívet. Sajnos voltak hallgatók, akik nem fejezték be a kérdőív kitöltését, vagy egyoldalú válaszájuk

arra adott okot, hogy nem vették komolyan a válaszádat. Így az adattisztítást követően végül 948 választ tudtam alapul venni a kiértékelés során.

Elsőkörben a kérdőíves megkérdezés online felületen történt, Google forms segítségével. A kérdőívezés lebonyolításához a szükséges lépéseket megtettem, a dékáni engedélyeket megkértem és az egyetemeken a kontaktokat pedig e-mailes formában kerestem fel. Így a kérdőívek linkjének terjesztése egyetemi oktatók közreműködésével történt. Az oktatók segítőkészségét ezúton is szeretném megköszönni.

A kérdőív kitöltése természetesen önkéntes volt és teljesen anonim. Sajnos az egyetemekről nem olyan arányban érkezett kitöltés, mint ahogy azt terveztem. Így végül a Debreceni Egyetem GTK hallgatóira koncentrálódott a minta (50,3%). A Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Karán személyesen jártam be az órákra és papír alapon vittem be végül a kérdőívet, mert online formában nem volt kellően hatékony a kérdőívezés. Természetesen az óralátogatásokhoz engedélyt kértem és a tanórák végén azokkal töltöttem ki a kérdőívet, akik önkéntesen vállalták azt. A papír alapú kérdőíveket egyesével felvittem az online űrlapokba. A kérdőívek kitöltése megközelítőleg 15-20 percet igényelt a hallgatók számára. Bár igyekeztem magas számban bevonni a hallgatókat a vizsgálatomban, a kutatás megvalósítása során nem tudtam biztosítani a reprezentativitást.

A kérdőíves felmérést három részre osztottam. Elsőkörben a kérdések az online vásárlási szokásokra fókuszáltak. A kérdésekkel célt volt kideríteni, hogy a hallgatók milyen gyakorisággal és milyen eszközökről végzik leggyakrabban az online vásárlásaikat. Továbbá a kérdőív kitöltéséhez viszonyítva az elmúlt egy évben mely termékkategóriákat vásárolták a leggyakrabban. Likert-skálán értékelték a hallgatók az online vásárlás előnyeivel és hátrányaival kapcsolatos állításokat. Majd az UTAUT-modellre építve 27 állítást kellett értékelniük a hallgatóknak 1-5 terjedő Likert-skálán, ahol az 1 – egyáltalán nem igaz rám, 5 – teljes mértékben igaz rám, míg a 0 – a nem tudom/nem válaszolok kategóriát jelentette.

Az állítások magyar nyelvre történő lefordításában több, az angolt anyanyelvi szinten beszélő ismerősöm segített.

Vizsgáltam továbbá az elektronikus fizetési szokásokat. Szerettem volna azt is feltérképezni, hogy a hallgatók milyen elektronikus fizetési megoldásokat ismernek, illetve milyen gyakorisággal használják azokat. Likert-skálán értékelték a hallgatók az elektronikus

fizetés előnyeivel és az esetleges kockázataival kapcsolatos állításokat. Célom volt kideríteni továbbá, hogy milyen konkrét esetekben használnak elektronikus fizetési megoldásokat a hallgatók, illetve milyen elektronikus fizetési platformokat használnak. Majd az UTAUT-modellre építve 31 állítást kellett értékelniük a hallgatóknak 1-5 terjedő Likert-skálán, ahol az 1 – egyáltalán nem igaz rám, 5 – teljes mértékben igaz rám, míg a 0 – a nem tudom/nem válaszolok kategóriát jelentette.

Végül pedig a kérdőívem harmadik része, egyben zárása a szociodemográfiai változókra vonatkozó kérdéseket tartalmazta.

A kérdőíveket teszteltetem. Egyetemi hallgatókkal kitölttettem, összesen 8 fővel, akik elmondták tapasztalataikat és a visszajelzéseket figyelembe véve korrigáltam a kérdőívet a jobb értelmezhetőséget és logikusságot szem előtt tartva.

A beérkezett válaszokat SPSS matematikai-statisztikai elemző szoftver segítségével elemeztem. A kiértékelés során leíró statisztikát alkalmaztam, ami annyit jelent, hogy az információkat összegyűjtöttem, összegeztem, számszerűsítettem. Számoltam megoszlási viszonyszámokat, számtani átlagot, mediánt, módot, ferdeséget, interkvartilis terjedelmet. Továbbá keresztábrák elemzéseket is végeztem (SAJTOS – MITEV, 2007).

A változóim nominális, ordinális (Likert-skála) és arány skála mérési szintekkel jellemezhetők. A nominális változók esetében a függetlenségi vizsgálatot a Khi-négyzet próbával teszteltem.

A kérdőíves felmérést követően pedig két fókuszcsoportos interjút valósítottam meg. A fókuszcsoportos interjúk online valósultak meg, ennek az volt az oka, hogy a négy egyetemről résztvevő hallgatók a távolságok miatt nem tudták megoldani a személyes részvételt. Egy Webex értekezlet keretein belül valósítottam meg a fókuszcsoportos interjúkat.

Két interjú volt, ennek az volt az oka, hogy vizsgáltam a hallgatók online vásárlási szokásait az egyik interjún, még a másik interjún pedig az elektronikus fizetési szokásokra fókuszáltam. Időben hosszú lett volna egy interjún belül megvalósítani a témafeldolgozást. Először az online vásárlási szokásokat vizsgáltam, az interjú időpontja 2024. június 26. 18:00-tól 20:00-ig. 10 fő vett részt a terveknek megfelelően, annyi eltéréssel, hogy a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetemről 1 férfi helyett végül egy hölgy jelentkezett be az online interjúra. A második interjú az egyetemi hallgatók elektronikus

fizetési szokásainak a feltérképezésére fókuszált. Időpontja 2024. június 27. 18:00-tól 19:40-ig. Ezen az interjún szintén 10 fő vett részt. Ezúttal is a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetemről 1 férfi helyett végül egy hölgy volt jelen az online interjún. Az interjún résztvevőket jutalmaztam ajándékutalvánnyal, igazodva a hallgatók igényeihez. A legtöbben ruhaboltba, könyvboltba és élelmiszerboltba kértek utalványt.

Az első fókuszcsoporthoz tartozó interjú az egyetemi hallgatók online vásárlási szokásaira fókuszált. A bemutatkozást asszociációs játék követte, majd az online vásárlási szokások feltérképezésére fókuszáltam. Többek között megkérdeztem, hogy milyen gyakran, milyen eszközről és milyen termékkategóriákat vásárolnak a hallgatók. Megkértem az interjúalanyokat, hogy vezessék végig egy online vásárlási folyamatukat. Különböző szituációkba helyeztem a résztvevőket, hogy még inkább megismerjem az online vásárlási szokásokat és háttérben meghúzódó tényezőket, amelyek befolyásolják a hallgatók döntéseit az internetes vásárlások alkalmával. Kértem a hallgatókat, hogy tapasztalataik alapján említsenek 2-2 előnyt és hátrányt az online vásárlással kapcsolatban. Majd csapatokba rendeztem a résztvevőket azon az elv mentén, hogy az online vásárlással szemben hasonló beállítottságú, hasonló hozzáállású embereket egy csoportba rendeztem és a kis csoportok azt a feladatot kapták, hogy tervezzék meg a számukra legideálisabb online webshop-ot.

A másik fókuszcsoporthoz tartozó interjú az elektronikus fizetési szokások feltérképezésére fókuszált. A bemutatkozást ezúttal is asszociációs játék követte, majd megkérdeztem a résztvevőket, hogy milyen gyakran és milyen konkrét esetekben használnak elektronikus fizetési megoldásokat és ehhez milyen elektronikus fizetési platformokat részesítenek előnyben. Érdekelt továbbá, hogy az összeg nagysága vagy a webáruház megbízhatósága határozza meg, hogy milyen fizetési módot választanak a résztvevők. Feltérképeztem továbbá, mi volt a legkellemetlenebb élménye az interjúalanyoknak az elektronikus fizetés terén. Továbbá felmértem a résztvevők körében, hogy a banki- vagy nem banki elektronikus fizetési megoldásokat részesítitek előnyben és miért. Ezúttal is voltak olyan feladatok, amikor különböző szituációkba kellett képzelniük magukat a diákoknak, illetve az elektronikus fizetéssel kapcsolatos 2-2 előnyt és hátrányt ezúttal is fel kellett sorolniuk a résztvevő hallgatóknak.

A fókuszcsoporthoz tartozó interjún a résztvevők meghatározásához a kérdőíves felmérés eredményiből indultam ki. A kérdőíves felmérésben a Debreceni Egyetemen kívül más

egyetemekről összesen 471 fő töltötte ki a kérdőívet. Az egyes egyetemekről beérkezett válaszok alapján arányosítottam az egyetemek arányát a mintába. A Debreceni Egyetemen kívül még kiválasztottam azt a három egyetemet, amelyek aránya az 5%-ot meghaladta a teljes mintában. Így négy egyetemről terveztem bevonni hallgatókat a fókuszcsoporthoz interjúba, ez a négy egyetem pedig a Széchenyi István Egyetem, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Óbudai Egyetem, Debreceni Egyetem. A négy egyetem aránya egymáshoz viszonyítva:

- Debreceni Egyetem (59%)
- Széchenyi István Egyetem (19%)
- Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem (13%)
- Óbudai Egyetem (9%)

A legnagyobb arányban 6 fővel a Debreceni Egyetemről terveztem bevonni a hallgatókat, 2 férfi és 4 nő meghívásával. Majd a Széchenyi István Egyetemről két főt terveztem bevonni 1 férfit és 1 nőt. A Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetemről 1 férfit, az Óbudai Egyetemről pedig 1 nőt terveztem bevonni a kvalitatív kutatásba. Alapképzésben tanulóakra fókuszáltam minden egyetemen, ugyanis a kérdőívet kitöltők is 72,7%-os arányban alapképzésen folytatták tanulmányaik.

3. AZ ÉRTEKEZÉS FŐBB MEGÁLLAPÍTÁSAI

Ebben a fejezetben részletezem a disszertáció elején megfogalmazott célkitűzésekre és hipotézisekre vonatkozó eredményeket. Továbbá bemutatom az egyes hipotézisek elfogadását vagy elutasítását alátámasztó adatokat és a használt módszereket. A vizsgált témába összesen hat hipotézis helytállóságát vizsgáltam.

C1: Célom elemezni, hogy az online vásárlással kapcsolatosan felmerülhető esetleges negatívumok, veszélyek közül melyek a legmeghatározóbbak a hallgatók számára. A szakirodalmi elemzés (2.1.6. fejezet, 2.4.3. fejezet) rávilágított, az észlelt kockázat kiemelkedő szerepére az online vásárlás elfogadására vonatkozóan. PAVLOU (2003) szerint a következő bizonytalanságok merülhetnek fel a fogyasztóban az online vásárlások során: pénzügyi kockázat, teljesítmény kockázat, időbeli kockázat, fizikai kockázat, társadalmi kockázat és pszichológiai kockázat. Hasonló eredményekre jutottak MARTINS és társai (2014). A vásárlás megtörténte után nehézséget okozhat a fogyasztónak, a vásárolt termék cseréje vagy visszaküldése (KEISIDOU et al., 2011). Az ezen a területen végzett korábbi kutatások nagy része alátámasztotta, hogy a funkcionális kockázat jelentős hatással van a fogyasztók vásárlási döntéseire (BHUKYA – SINGH, 2015; BRUWER et al., 2013; MARTINS et al., 2014; PARK – TUSSYADIAH, 2017; RAY – SAHNEY, 2018). Emellett pedig az offline környezettel szemben az online vásárlás bizonytalansághoz vezet, mivel az online vásárlók nem tudják megérinteni, megtapogatni vagy kipróbálni a megvásárolt terméket (BOWEN és BOWEN, 2015). Az **C1** és **H1** az online vásárlásra, mint alappillére épül.

H1: Az, hogy a hallgatók körülményesnek találják az online rendelt hibás vagy romlott termék visszaküldését, meghatározóbb negatívum, mint a személyes termékválasztás hiánya. A 4.1.2. fejezetben a kérdőívek kiértékelésénél táblázatos formában mutattam be azt, hogy az egyetemisták hogyan értékelték Likert-skálán az online vásárlás hátrányaira vonatkozó állításokat (1 – egyáltalán nem igaz rám, 5 – teljes mértékben igaz rám). A kiértékelés során a 4-es és 5-ös jelöléseket vettem alapul, miszerint az adott állítások igazak vagy rendkívül igaz az adott személyre vonatkozóan. A kérdést úgy vizsgáltam, hogy a korábbiakban az online vásárlásra vonatkozóan kialakított három klasztert keresztábla elemzéssel párhuzamba vontam a vizsgált két negatívummal. A 4.1.4. fejezetben a 14. táblázatrol leolvasható, hogy a személyes termékválasztás lehetőségének hiánya a KL2

„nyitott kételkedők” (19,1%) és KL3 „elfogadók, aktívan alkalmazók” (18,1%) klaszterekben a legmeghatározóbb. Az pedig, hogy az egyetemisták körülményesnek tartják a romlott vagy hibás termékek visszaküldését a KL3-ban a legmeghatározóbb (28,1%). Hasonlóan jelentős probléma ez a KL2-ben is (27,3%). Összességében elmondható, hogy az, hogy a hallgatók problémásnak találják a nem megfelelő, hibás termékek visszaküldését, meghatározóbb negatívum (62,6%), mint a személyes termékválasztás hiánya (42,3%).

A fókuszcsoporthoz tartozó interjúknál azt a feladatot kapták a résztvevők, hogy 2-2 előnyt és hátrányt soroljanak fel az online vásárlással kapcsolatban. A 4.2.1. fejezetben található az a táblázat, amibe összegyűjtöttem a hallgatók által legtöbbször említett 3 legjelentősebb hátrányt. A táblázatban abba a sorrendbe tüntettem fel a negatívumokat, ahogy azok a legtöbbször elhangzottak. Így a legmeghatározóbb negatívum a hallgatóknál, hogy problémás a termékek visszaküldése, ezt követi a személyes termékválasztás hiánya, a harmadik pedig a bizalmatlanság a személyes adatok kezelését illetően. Így a kérdőíves felmérés mellett a fókuszcsoporthoz tartozó interjú is megerősítette, hogy a romlott és hibás termékek visszaküldése meghatározóbb negatívum az egyetemi hallgatók körében, mint a személyes termékválasztás hiánya, hogyha online vásárlásról van szó. Így a **H1 hipotézist elfogadom.**

4. táblázat: 1. hipotézis igazolása/elvetése

Hipotézis	Szakirodalom	Részletes eredmény	Igazolva/Elvetve
H1: Az, hogy a hallgatók körülményesnek találják az online rendelt hibás vagy romlott termék visszaküldését, meghatározóbb negatívum, mint a személyes termékválasztás hiánya.	2.1.6. fejezet, 2.4.3. fejezet	4.1.2. 4.1.4 4.2.1. fejezet	Igazolva

Forrás: Saját szerkesztés, 2024

C2: Céлом nemek szerint, nőkre és férfiakra vonatkozóan megvizsgálni, hogy melyek azok a konkrét esetek, amikor elektronikus fizetési megoldásokat alkalmaznak a hallgatók. A 2.2.2. fejezetben a szakirodalmi elemzés arra világított rá, hogy Magyarországon az üzletekben történő készpénzes fizetés folyamatosan visszaesett, 2018-ról 2022-re 61,5%-kal csökkent (STATISTA, 2023c). A Magyar Nemzeti Bank (MNB) 2024-es Fizetési rendszer jelentésére támaszkodva megállapítható, hogy növekedett az elektronikus fizetési

módok forgalma és aránya hazánkban. A 2023-as évet vizsgálva a bolti vásárlásoknál 5 százalékpontos növekedéssel összességében 39%-ra emelkedett az elektronikus fizetések aránya, a számlafizetések tekintetében pedig ez az arány 76%. Az **C2** és **H2** az elektronikus fizetésre, mint alappillére épül.

H2: Az online vásárlások alkalmával elektronikus fizetési megoldást alkalmazó egyetemista nők aránya magasabb, mint azoknak az aránya, akik hagyományos üzletekben alkalmazzák ezeket a fizetési megoldásokat. A *4.1.3. fejezetben* vizsgáltam általánosságban, hogy mely konkrét esetekben használnak elektronikus fizetési megoldásokat az egyetemisták. Majd pedig keresztábra elemzéssel vizsgáltam ugyanezt a kérdéskört nemenként, ami szintén a *4.1.3. fejezetben* található. A kérdőíves felmérésben résztvevő nők 96,7%-a online vásárlások alkalmával használ elektronikus fizetési megoldást, míg 85,1%-uk pedig az üzletekben történő vásárlások alkalmával. Továbbá a *4.1.4. fejezetben* az elektronikus fizetés esetében kialakult három klaszterre vonatkozóan is vizsgáltam, hogy az online vásárlások vagy üzletekben történő vásárlások esetében használnak inkább elektronikus fizetési megoldásokat az egyetemista nők. A *4.1.4. fejezetben* található táblázatról leolvasható, hogy az egyetemista nők 60,6%-a használ elektronikus fizetési megoldást az online vásárlások alkalmával, míg 54,2% akkor amikor hagyományosan üzletekben vásárol. Mind a két esetben a KL3 „elfogadók, aktívan alkalmazók” klaszter tagjai alkalmazzák leggyakrabban az elektronikus fizetési megoldást. Mind a két eredmény arra világít rá, miszerint több egyetemista nő használ elektronikus fizetési megoldásokat online vásárlások alkalmával, szemben az üzletekben történő vásárlással. Így a **H2 hipotézist elfogadom**. A két megközelítés bár ugyanarra az eredményre vezetett, jelentős az eltérés az arányokban (96,7% és 60,6%), ennek oka, hogy a klaszterek 779 (948 helyett) kitöltésen alapszanak, ugyanis az állítássorokra adott 0-s (nem tudom/nem válaszolok) válaszokat nem vettem figyelembe, illetve a kialakított klaszterek a nem banki eredetű (FinTech) elektronikus fizetési szokások feltérképezésére támaszkodnak.

5. táblázat: 2. hipotézis igazolása/elvetése

Hipotézis	Szakirodalom	Részletes eredmény	Igazolva/Elvetve
H2: Az online vásárlások alkalmával elektronikus fizetési megoldást	<i>2.2.2. fejezet</i>	<i>4.1.3.</i>	Igazolva

alkalmazó egyetemista nők aránya magasabb, mint azoknak az aránya, akik hagyományos üzletekben alkalmazzák ezeket a fizetési megoldásokat.		4.1.4. fejezet	
--	--	-------------------	--

Forrás: Saját szerkesztés, 2024

C3: Céлом rávilágítani, hogy hogyan értékelik a különböző elektronikus fizetési megoldásokkal felmerülő kockázatokat a hallgatók. Szakirodalmak támasztják alá, hogy az észlelt kockázat meghatározó szerepet tölt be egy technológia elfogadásában, így befolyásolja az elektronikus fizetések elfogadását is. A 2.2.5. fejezetében részletezem az elektronikus fizetés észlelt kockázatait. THAKUR és SRIVASTAVA (2014), SLADE és társai (2015) megállapították, hogy az emberek kockázatérzete jelentősen befolyásolja a mobilfizetések elfogadását. Beszélhetünk teljesítmény- vagy működési kockázatról. A működési kockázat a webalapú pénzügyi oldalak, például az online bankolás elégtelenségei vagy meghibásodásai által okozott problémákat foglalja magába (BARAKAT – HUSSAINEY, 2013). A pénzügyi kockázat a monetáris tranzakciók során bekövetkező monetáris veszteségek lehetőségére utal (FORSYTHE et al., 2006; GAI et al., 2018). Továbbá pénzzel kapcsolatos kockázatok lehetnek a tranzakciós hibák, vagy számlával való visszaélés. Az **C3** és **H3** az UTAUT-modellre, mint alappillére épül.

H3: Az egyetemi hallgatók az elektronikus fizetési megoldásokon belül a banki átutalást tartják a legbiztonságosabbnak.

A 4.1.3. fejezetben részletesen bemutatásra kerül, hogy az egyetemistáknak a kérdőíves felmérés során értékelniük kellett, hogy mely elektronikus fizetési megoldásokat tartják biztonságosabbnak és melyeket kockázatosabbnak. A kérdésre adott válaszok rávilágítottak a hipotézis helytállóságára. Az egyetemistáknak 1-től 5-ig terjedő Likert-skálán kellett értékelniük mennyire találják biztonságosnak az egyes fizetési megoldásokat, melyek a következők voltak: banki átutalás, másodlagos számlaazonosítókkal indított azonnali átutalás, webkártya, mobil tárcák, digitális pénztárca, digitális kripto pénztárca, QR kódos fizetés, csoportos beszédési megbízás. Az egyes fizetési megoldásokat a kérdőívben ismerttettem 1-2 mondatban, hogy segítsem a hallgatók válaszadását. A kiértékelés során a 4-es és 5-ös értéket úgy vettem figyelembe, hogy biztonságosnak vagy meglehetősen biztonságosnak tartják a fizetési megoldást, míg a 2-es és 1-es értéket együttesen úgy vettem figyelembe, hogy kockázatosnak tartják azt. Ennek értelmében a hallgatók több, mint

háromnegyede (78,0%) gondolja úgy, hogy a banki átutalás biztonságos. Így a hallgatók ezt az elektronikus fizetési megoldást találják a legbiztonságosabbnak. A kérdést úgy is vizsgáltam, hogy a nem banki eredetű elektronikus fizetési szokások alapján kialakított klaszterek mely elektronikus fizetési megoldásokat (általánosságban) tartják a legbiztonságosabbnak. A kereszttábla elemzések során a 4-es és 5-ös jelöléseket vettem alapul (biztonságos, meglehetősen biztonságos). A 4.1.4. fejezetben a 19. táblázatból leolvasható, hogy kivétel nélkül minden elektronikus fizetési megoldást a KL2 „kétkelőzők” biztonságosabbnak tart a KL1-hez „nem banki eredetű elektronikus pénztől elzárkózók klaszterhez” viszonyítva. Továbbá kivétel nélkül minden felsorolt elektronikus fizetési megoldást biztonságosabbnak tart a KL3 „Elfogadók, aktívan alkalmazók” a KL2-höz viszonyítva. Összességében pedig elmondható, hogy a három klaszterbe csoportosított 779 egyetemi hallgató a banki átutalást (78,9%) tartja a legbiztonságosabbnak. Ezt követik a mobil tárcák (62,6%). Így a **H3** hipotézist **elfogadom**.

6. táblázat: 3. hipotézis igazolása/elvetése

Hipotézis	Szakirodalom	Részletes eredmény	Igazolva/Elvetve
H3: Az egyetemi hallgatók az elektronikus fizetési megoldásokon belül a banki átutalást tartják a legbiztonságosabbnak	2.2.5. fejezet	4.1.3. 4.1.4. fejezet	Igazolva

Forrás: Saját szerkesztés, 2024

C4: Céлом vizsgálni, hogy azok az egyetemisták, akik esetében a tudatosság meghatározó tényező az online vásárlások terén, az esetleges észlelt kockázatok közül melyektől tartanak a leginkább. Az online vásárlás észlelt kockázataira vonatkozó szakirodalomra fentebb már a **C1** és **H1** esetében hivatkoztam, így azt itt most nem részletezem. Az C4 és H4 az UTAUT-modellre, mint alappillére épül.

H4: Azon klaszter tagjai, ahol az egyetemi hallgatók a leginkább tudatosnak vallják magukat az online vásárlások terén, számukra a legjelentősebb észlelt kockázat, hogy az online vásárlásaik során megadott személyes adataikkal visszaélnek, és engedély nélkül felhasználják. Ennek a hipotézisnek a helytállóságát úgy vizsgáltam, hogy fókuszba helyeztem azt a klasztert, amelyikben a tudatosság leginkább jellemzi a hallgatókat. Ez a

klaszter pedig a harmadik (KL3) „elfogadók, aktívan alkalmazók”. Ezt a klasztert keresztábra elemzéssel párhuzamba vontam az észlelt kockázatra vonatkozó állításokkal. Az állításokat 1-től 5-ig terjedő skálán kellett értékelniük az egyetemistáknak (1 – egyáltalán nem igaz rám, 5 – teljes mértékben igaz rám). A kiértékelésnél 1-től 5-ig terjedő skálán kapott értékek gyakoriságát vettem alapul. Az 1-es és 2-es jelölésekre fókuszáltam, ennek oka, hogy minden észlelt kockázatra vonatkozó állítás úgy lett megfogalmazva, hogy „nem aggódom”. Ebből kifolyólag az 1-es és 2-es válaszokat vizsgáltam, miszerint nem igaz az adott illőre az állítás, vagyis pont, hogy aggódik. A kapott eredmények a *4.1.4. fejezetben* találhatóak, ahol a táblázatról leolvasható, hogy a klasztertagok 9%-a aggódik, hogy az online vásárolt termékek és/vagy igénybe vett szolgáltatások nem felelnek meg a várakozásainak. 13,1% aggódik, hogy az online vásárlásai során megadott személyes adataival visszaélnek, és engedély nélkül felhasználják. 14,6% aggódik, hogy az online vásárlások során esetleg pénzügyi veszteséget szenved el (máshol olcsóbb lett volna, többletköltségek felmerülése). Így arra a következtetésre jutottam, hogy a **H4** hipotézist **elvetem**, ugyanis azon klaszter tagjai, amelyekben a hallgatók leginkább tudatosnak tartják magukat, a pénzügyi veszteségtől jobban tartanak, mint a személyes adatokkal való visszaéléstől.

7. táblázat: 4. hipotézis igazolása/elvetése

Hipotézis	Szakirodalom	Részletes eredmény	Igazolva/Elvetve
H4: Azon klaszter tagjai, ahol az egyetemi hallgatók a leginkább tudatosnak vallják magukat az online vásárlások terén, számukra a legjelentősebb észlelt kockázat, hogy az online vásárlásaik során megadott személyes adataikkal visszaélnek, és engedély nélkül felhasználják.	<i>2.1.6. fejezet</i>	<i>4.1.4. fejezet</i>	Elvetve

Forrás: Saját szerkesztés, 2024

C5: Céлом feltérképezni, hogy a nők vagy a férfiak tartják magukat tudatosabbak a nem banki elektronikus fizetések terén. A szakirodalmi elemzés rávilágított arra, hogy mennyire fontos, hogy a fogyasztók tudatosak legyenek az online vásárlások és elektronikus fizetések alkalmával. A *2.2.2. fejezetben* olvasható, hogy 2023-ban sajnálatos módon több,

mint 182 ezer darab sikeres visszaélés történt az elektronikus fizetések alkalmával hazánkban, melyeknek értéke meghaladta a 8 milliárd forintot. A visszaélések közül az adathalászat a leggyakrabban alkalmazott módszer (71%). Sajnos a hazai lakosság igen nagy része kiberbiztonsági szempontból nem tudja felkészülten kezelni a digitalizáció által okozta változásokat. A 2.4.4. fejezetben is hangsúlyozásra kerül, hogy a pénzügyi ismeretekről megállapították, hogy hatással vannak a pénzügyi magatartásra (Lusardi - Mitchell, 2014), ami szükségessé teszi annak megértését, hogy az emberek hogyan fogják fel az alapvető pénzügyi fogalmakat (Klapper et al., 2015). Azok az egyének, akik magas szintű pénzügyi műveltséget tudnak elérni, alapvető készségeket szerezhetnek ahhoz, hogy megalapozott pénzügyi és befektetési döntéseket hozzanak, növeljék pénzügyi szabadságukat, növeljék önbizalmukat és autonómiájukat, javítsák életszínvonalukat (GOMBER et al., 2017).

H5: Az egyetemi hallgatók körében a nők tudatosabbnak gondolják magukat a nem banki elektronikus fizetési megoldások terén, mint a férfiak.

Ez a hipotézis a harmadik pillérhez tartozik, ugyanis az UTAUT-modell felhasználói tudatosságát vizsgáló állítássorra épül. A hipotézis helytállóságának vizsgálatához egy keresztábra elemzést végeztem. A nemeket és az UTAUT-modell tudatosságra vonatkozó három állítást vettem alapul a vizsgálathoz. Likert-skálán értékelték hallgatók az állításokat. A 4-es és 5-ös válaszok gyakoriságát vettem alapul a nemek esetében, ugyanis ezek igazolják, hogy az adott állítás igaz vagy rendkívül igaz a hallgatóra. Az első állítás arra vonatkozott, hogy "Ismerem a különbségeket az elektronikus fizetés és az általam korábban használt alternatív fizetési módok között". A férfiak 78,6%-a, míg a nők 71,2%-a gondolja úgy, hogy ismeri különbségeket. A következő állítás arra vonatkozott, hogy "Elegendő információ áll rendelkezésemre az elektronikus fizetés használatának előnyeiről és veszélyeiről". A férfiak 79,0%-a, míg a nők 70,4%-a gondolja úgy, hogy elegendő információ áll a rendelkezésére.

Végül pedig a harmadik állítás a következő: "Általánosságban véve ismerem az elektronikus fizetési szolgáltatásokat". A férfiak 80,7%-a, míg a nők 77,0%-a gondolja úgy, hogy megvannak a szükséges ismeretei. A szignifikancia szint minden esetben $p < 0,001$ volt.

Az ezzel kapcsolatos részletes táblázat a 4.1.3. fejezetben megtalálható. Minden állítás esetében igazolódott, hogy az egyetemi hallgatók körében a férfiak tudatosabbnak gondolják magukat, szemben a nőkkel, így a **H5 hipotézist elutasítom.**

8. táblázat: 5. hipotézis igazolása/elvetése

Hipotézis	Szakirodalom	Részletes eredmény	Igazolva/Elvetve
H5: Az egyetemi hallgatók körében a nők tudatosabbnak gondolják magukat a nem banki elektronikus fizetési megoldások terén, mint a férfiak.	2.2.2. fejezet 2.4.4. fejezet	4.1.3. fejezet	Elvetve

Forrás: Saját szerkesztés, 2024

C6: Céлом vizsgálni, hogy milyen szerepe van az észlelt innovativitásnak és a mesterséges intelligenciának a digitális kriptó pénztárca használatára az egyetemi hallgatók körében. A 2.4.2. fejezetben ismertetem a fogyasztói innovativitás jelentőségét, ami arra a tanulási folyamatra utal, amely összességében befolyásolja az egyén kognitív folyamatát, és amelyet olyan szempontok határoznak meg, mint a környezet és a mások adott technológiával kapcsolatos attitűdjei. Tekintettel a TAM modell és az UTAUT-modell elméletekre, a fogyasztói innovativitást szükséges vizsgálni, annak értékelésére, hogy az egyének mennyire fogadják el az új technológiát, és milyen tényezők játszanak kulcsszerepet az elfogadás folyamatában (Kim – Kang, 2023). A 2.4.5. fejezet pedig a mesterséges intelligencia szerepére hívja fel a figyelmet a technológiai elfogadás szempontjából. A mesterséges intelligencia szerepét fontosnak tartottam vizsgálni a nem banki elektronikus fizetési megoldások elfogadási hajlandósága terén. Nem találtam a Scopus adatbázisán belül olyan tanulmányt, amely UTAUT-moddellel vizsgálta volna a nem banki elektronikus fizetési megoldások elfogadását a felhasználók körében, így az állítás adaptálása során csak támpontként tudtam használni egyes forrásokat, de végül magam fogalmaztam meg az állításokat.

H6: Azok a hallgatók, akik számára az észlelt innovativitás és a mesterséges intelligencia szerepe meghatározó a nem banki elektronikus fizetések terén, nagyobb arányban használtak már digitális kriptó pénztárcát, szemben a többi hallgatóval. Az egyetemi hallgatók körében három klasztert tudtam kialakítani arra vonatkozóan, hogy hogyan viszonyulnak a nem banki elektronikus fizetés elfogadásához. A klaszterek közül kiemeltem azt amelyikben az észlelt innovativitásnak és a mesterséges intelligenciának egyaránt meghatározó szerepe van a többi klaszterrel szemben. Keresztábra elemzéssel

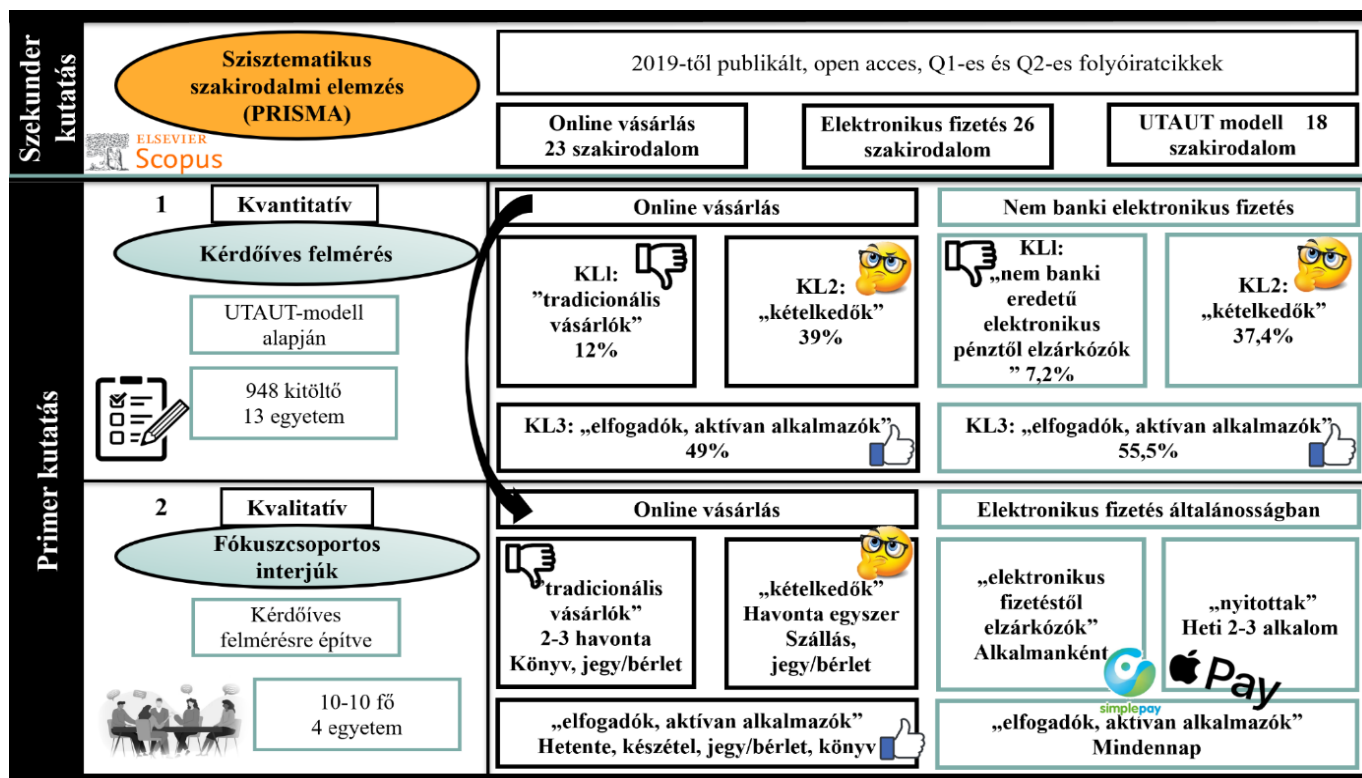
vizsgáltam a klaszterek és az észlelt innovativitásra és a mesterséges intelligenciára vonatkozó állítások kapcsolatát. Az állításokat 1-től 5-ig terjedő skálán kellett értékelniük az egyetemistáknak (1 – egyáltalán nem igaz rám, 5 – teljes mértékben igaz rám). A kiértékelésnél 1-től 5-ig terjedő skálán kapott értékek gyakoriságát vettem alapul. Az 4-es és 5-ös jelölésekre fókuszáltam, vagyis, hogy az adott állítás igaz vagy meglehetősen igaz a hallgatóra vonatkozóan. A szignifikancia szint minden esetben $p < 0,001$ volt. A kapott eredmények a *4.1.4. fejezetben* találhatóak, ahol a táblázatról leolvasható, hogy a három klaszter közül a harmadik klaszter (KL3 – „Elfogadók, aktívan alkalmazók”) tagjai érzik úgy leginkább, hogy igazak rájuk az észlelt innovativitásra és a mesterséges intelligenciára vonatkozó állítások. Ebből kifolyólag úgy gondolom, hogy ez a klaszter lesz, amelyik a nem banki elektronikus fizetések terén legnagyobb arányban használ digitális kriptó pénztárcát. Keresztábra elemzéssel megvizsgáltam a kriptó pénztárca szerepét a minden klaszterben. A szignifikancia szint $p < 0,05$ volt. A kapott eredmények a *4.1.4. fejezetben* találhatóak, ahol a táblázatról leolvasható, bár nem sok az eltérés, de nem a KL3 használ legnagyobb arányban digitális kriptó pénztárcát. Ugyanis KL3 esetében ez az arány 11,6%, míg KL2 „kétkedők” esetében 5,8%, végül pedig KL1 „nem banki eredetű elektronikus pénztől elzárkózók klasztere” esetében pedig a legmagasabb 12,5%. Így a **H6** hipotézist, miszerint azok a hallgatók, akik számára az észlelt innovativitás és a mesterséges intelligencia szerepe meghatározó a nem banki elektronikus fizetések terén, nagyobb arányban használtak már digitális kriptó pénztárcát, szemben a többi hallgatóval **elutasítom**.

9. táblázat: 6. hipotézis igazolása/elvetése

Hipotézis	Szakirodalom	Részletes eredmény	Igazolva/Elvetve
H6: Azok a hallgatók, akik számára az észlelt innovativitás és a mesterséges intelligencia szerepe meghatározó a nem banki elektronikus fizetések terén, nagyobb arányban használtak már digitális kriptó pénztárcát, szemben a többi hallgatóval.	2.4.2. fejezet 2.4.5. fejezet	4.1.4. fejezet	Elvetve

Forrás: Saját szerkesztés, 2024

Készítettem egy empirikus eredményekkel kiegészített koncepcionális modellt a disszertáció megvalósulásáról, amit 2. ábra mutat be:



2. ábra: Empirikus eredményekkel kiegészített koncepcionális modell

Forrás: Saját szerkesztés, 2024

4. AZ ÉRTEKEZÉS ÚJ, ILLETVE ÚJSZERŰ EREDMÉNYEI

Ebben a fejezetben ismertetem a disszertációm fontosabb megállapításait, illetve újszerű eredményeit. Az értekezés fontosabb megállapításai már kifejtésre kerültek a *következtetések és javaslatok* fejezetben.

T1: Sikeresen integráltam az UTAUT-modellt, amely alapján egy nem reprezentatív, közel 1000 fős kérdőíves felméréssel megtörtént a gazdaságtudományi területen tanuló egyetemi hallgatók online vásárlási szokásainak a vizsgálata és jól differenciálható csoportok kialakítása faktor- és klaszteranalízis által. A csoportok a következő neveket kapták: „tradicionális vásárlók” (12%), „nyitott kételkedők” (39%), „elfogadók, aktívan alkalmazók” (49%).

T2: A kutatás eredményei rávilágítottak arra, hogy az online vásárlástól elzárkózók, az online vásárlás irányába nyitottak, és az online vásárlást már aktívan alkalmazó egyetemisták számára is meghatározóbb negatívum az internetes vásárlás terén, hogy problémás a hibás vagy romlott termékek visszaküldése, szemben azzal, hogyha online vásárolnak nincs lehetőségük a személyes termékválasztásra. Különösen igaz ez a KL3-ra, „elfogadók, aktívan alkalmazók” (49%) klaszterre.

T3: A kutatás eredményei arra is rávilágítottak, hogy a nem reprezentatív, közel 1000 fős megkérdezésben résztvevő egyetemi hallgatók közül, a KL3-ba „elfogadók, aktívan alkalmazók” (49%) klaszterbe tartozók vallják leginkább tudatosnak magukat az online vásárlás terén, akik számára a legjelentősebb észlelt kockázat az UTAUT-modellre épülő vizsgálat alapján az, hogy az online vásárlások során esetleg pénzügyi veszteséget szenvednek el (máshol olcsóbb lett volna a termék, többletköltségek felmerülése az online vásárlás során).

T4: Sikeresen integráltam az UTAUT-modellt, amely alapján egy nem reprezentatív, közel 1000 fős kérdőíves felméréssel megtörtént a gazdaságtudományi területen tanuló egyetemi hallgatók a nem banki elektronikus fizetési megoldások elfogadására vonatkozó szokásainak a felmérése és jól differenciálható csoportok kialakítása faktor- és klaszteranalízis által. Ennek során az észlelt innovativitás és a mesterséges intelligencia tényezőit integráltam a koncepcionális modellbe. A kialakult klaszterek a következő

neveket kapták: „nem banki eredetű elektronikus pénztől elzárkózók klasztere” (7,2%), „kétkedők” (37,4%), elfogadók, aktívan alkalmazók (55,5%).

T5: A nem reprezentatív, közel 1000 fős megkérdezés rávilágított arra, hogy az egyetemista férfiak tudatosabbnak vallják magukat a nem banki eredetű (FinTech) elektronikus fizetési megoldások terén, szemben az egyetemista nőkkel.

T6: Továbbá, a nem reprezentatív, közel 1000 fős megkérdezéssel sikerült azt is feltérképezni, hogy az egyetemista nők és férfiak is az online vásárlások alkalmával használnak leggyakrabban elektronikus fizetési megoldásokat. Azonban a nem banki eredetű fizetési szokások vizsgálatakor kialakult három klasztert elemezve kiderült, hogy a férfiak mindössze 35,4%-a használ elektronikus fizetési megoldást az online vásárlások alkalmával, míg ez az arány 60,6% a nők esetében. Azonban a férfiak és a nők tekintetében is a KL3 „elfogadók, aktívan alkalmazók (55,5%)” csoportba tartozók részesítik leginkább előnyben az elektronikus fizetést az online vásárlások alkalmával.

T7: Végül pedig a nem reprezentatív, közel 1000 fős megkérdezésből az is kiderült, hogy bár az feltételezhető, hogy azok a hallgatók, akik számára az észlelt innovativitás és a mesterséges intelligencia szerepe meghatározó a nem banki eredetű (FinTech) elektronikus fizetések terén, ők nagyobb arányban használtak már digitális kriptó pénztárcát. Azonban a kutatás eredményei azt bizonyítják, hogy az észlelt innovativitást és a mesterséges intelligencia szerepét meglehetősen érzékelő hallgatók nem nyitottabbak a digitális kriptó pénztárca használatára.

5. AZ EREDMÉNYEK GYAKORLATI HASZNOSÍTHATÓSÁGA

A kapott eredmények alapján az alábbi javaslatokat fogalmaztam meg az online vásárlási- és elektronikus fizetési szokások javítása és támogatása érdekében.

A kutatás egyik megállapítása, hogy az egyetemisták számára jelentősebb negatívum, az online rendelt hibás vagy romlott termék visszaküldése, mint az, hogy internetes vásárlás esetén elvesztik a személyes termékválasztás lehetőségét. Ez az eredmény arra világít rá, amit a fókuszcsoporthoz is említettek a hallgatók, hogy fontos lenne tovább dolgozni a vállalatoknak a visszaküldés rendszerén, mert az egyetemisták problémásnak, idő- és energiaigényesnek tartják ezt a folyamatot. Arra vágnak a hallgatók, hogy nekik semmilyen kellemetlenségük és plusz teendőjük ne származzon abból, ha egy termék nem megfelelő számukra. Javasolt, hogy az értékesítők megoldást találjanak erre a problémára, például úgy, hogy amikor kiküldik a csomagokat a fogyasztók részére, akkor már legyen benne a visszaküldő címke is a csomagba, amit csak ráragasztanak és egy QR-kód, aminek beolvasásával már időpontra tudják hívni a futárt.

Az egyetemi hallgatók az elektronikus fizetési megoldásokon belül a banki átutalást tartják a legbiztonságosabbnak. Ez arra enged következtetni, hogy a folyamatos innovációk következtében bár számos új elektronikus fizetési megoldás érhető el (mobiltárcák, kripto tárcák, QR-kódos fizetés, fizetési kérelem, csoportos beszédés stb.) az egyetemisták mégis a klasszikus banki átutalást tartják a legbiztonságosabbnak. Mindez arra hívja fel a figyelmet, hogy a banki- és nem banki szolgáltatóknak is törekedniük kell arra, hogy növeljék a bizalmat a fiatalokban a különféle elektronikus fizetési megoldások irányában. A fókuszcsoporthoz interjú bebizonyította, hogy nem minden elektronikus fizetési megoldást ismernek a hallgatók, és a FinTech szolgáltatásokkal nincsenek tisztában, ez az információhiány és tájékozatlanság az elektronikus fizetési megoldások terén növeli a bizonytalanságot a hallgatókban.

Fontos a hallgatók tájékozottságát növelni az online vásárlásra- és elektronikus fizetésre vonatkozóan egyaránt. A kérdőíves felmérés és a fókuszcsoporthoz interjúk is arra világítottak rá, hogy bizonyos elektronikus fizetési megoldások fogalmával nincsenek tisztában a hallgatók és nem is tudják annak lehetőségeit, veszélyeit. Érdemes lenne az egyetemi órák kereteken kívül több előadást, workshopot szervezni a hallgatók számára, ahova vendégelőadóként meg lehetne hívni a banki- és nem banki (FinTech) szféra

meghatározó személyeit. Így lehetőség lenne arra, hogy elméleti és esetleg gyakorlati szinten is találkozzanak a hallgatók a különböző fizetési megoldásokkal. A hallgatók így növelni tudnák tájékozottságukat a témában és lehetőségük lenne szabadon kérdezni az előadások végén. Esetleg kipróbálhatnák a különböző alkalmazásokat, demó verziókban tranzakciókat is megvalósíthatnának bármilyen kockázat nélkül.

Érdemes lenne a hallgatók figyelmét is felkelteni azzal, hogy online vásárlási és elektronikus fizetési témakörökben lehetőségük legyen pályázati anyagokat készíteni, helyezés és díjazás reményében. Ez hozzájárulna ahhoz, hogy saját maguk teljeskörűen próbálják feltérképezni a témakört.

Emellett pedig érdemes lenne azon hallgatókat felkeresni, akik érdeklődnek a téma iránt. Lehetőséget biztosítani nekik, hogy szakértői interjúk keretein belül tudjanak minél több információt begyűjteni a banki és nem banki szféra meghatározó személyeitől. Célszerű lenne blogot vezetni ebben a témában az egyetemistákat megcélozva, vagy esetleg egyetemi lapokban is érdemes lenne megjelentetni egy-egy ilyen interjú eredményét.

Bizonyos esetekben, elméleti szinten az egyetemi órák keretein belül is érdemes segíteni a hallgatók tájékozottságát, például a marketing tárgyakon belül különös hangsúlyt kellene fektetni arra, hogy hogyan azonosítsák be a hallgatók a megbízható webshopokat, hogyan rendeljenek úgy, hogy az a lehető legbiztonságosabb legyen és minimális adatkiadással járjon. A hallgatókat tájékoztatni kell az online vásárlás minden esetleges veszélyéről, ezzel nem a kedvüket kell elvenni az internetes vásárlástól, csak abba az irányba terelni őket, hogy tudatos döntéseket hozzanak az online vásárlási folyamatban.

A pénzügyes órákon pedig napjainkban már fontos hangsúlyt fektetni az elektronikus fizetési megoldásokra, banki- és nem banki megoldásokra egyaránt elméleti szinten. A fókuszcsoporthoz tartozó interjúknál szinte mindenki azt mondta, hogy nincs tisztában a nem banki elektronikus fizetési megoldásokkal. Nehezen látják át a hallgatók, hogy a nem banki fizetési megoldások mögött milyen háttér folyamatok húzódnak meg, vagy éppen milyen jogszabályi környezetbe tartoznak. Az esetleges veszélyekkel sincsenek tisztában. Fontos, hogy tájékozottak és tudatosak legyenek a hallgatók, ehhez pedig amennyire lehetséges a szükséges ismereteket biztosítani kell az egyetemi órák keretein belül.

A tájékoztatás pedig nem csak az egyetemisták számára fontos, hiszen minden korosztály érintett iskolázottságtól függetlenül. A fogyasztóvédelmi szervezeteknek folyamatosan tájékoztatni kell a fogyasztókat/felhasználókat az esetleges veszélyekről.

Fontos a felhasználók maximális védelme, a mesterséges intelligencia jelenléte miatt pedig minden eddiginél jobban fókuszba kell helyezni a biztonsági intézkedéseket és fogyasztóvédelmet. A kétfaktoros hitelesítést szükségesnek tartom hozzárendelni minden online vásárlási és elektronikus fizetési folyamathoz.

Bár megvannak a veszélyei a mesterséges intelligenciának, figyelembe kell venni az előnyeit is. Az egyetemistáknak igényük van a 0-24 órában elérhető ügyfélszolgálatra. A virtuális asszisztensek ezt lehetővé tudják tenni, azonban nem minden webshop tudta adaptálni ezeket az informatikai fejlesztéseket, melyek egyébként jelentős kiadással járnak számukra. Fontosnak tartom egységesíteni az elvárásokat egy webshoppal szemben, a megvalósulást pedig különböző IKT pályázatokkal lenne szükséges segíteni. A legnagyobb sikert azzal lehet elérni, hogyha egy szolgáltatás minél inkább személyreszabott, a mesterséges intelligencia és a chatbotok használata mindezt elő tudná segíteni. Azonban sok vállalkozó nincs tisztában egyáltalán a mesterséges intelligencia fogalmával és lehetőségeivel. Fontosnak tartom az online webshopot üzemeltetők egységes képzését online kommunikációs platformokon keresztül. Mindez végsősoron hozzájárulna a felhasználói élmény javításához és az elégedettséghez.

6. AZ ÉRTEKEZÉS TÉMAKÖRÉBEN KÉSZÜLT PUBLIKÁCIÓK



Nyilvántartási szám: DEENK/542/2024.PL
Tárgy: PhD Publikációs Lista

Jelölt: Piros Edina

Doktori Iskola: Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola

MTMT azonosító: 10083343

A PhD értekezés alapjául szolgáló közlemények

Folyóiratcikkek, tanulmányok (4)

- Piros, E.,** Fehér, A.: COVID-19 hatásának vizsgálata az egyetemi hallgatók online élelmiszer-vásárlói magatartására a TAM-modell segítségével.
Élelmiszervizsgálati Közlemények. 70 (2), 30-41, 2024. ISSN: 0422-9576.
DOI: <http://dx.doi.org/10.52091/EVIK-2024/2-3>
- Piros, E.,** Fehér, A.: Egyetemi hallgatók élelmiszer-vásárlói magatartásának kvalitatív vizsgálata a COVID-19 idején.
Élelmiszervizsgálati Közlemények. 69 (3), 4503-4512, 2023. ISSN: 0422-9576.
DOI: <https://doi.org/10.52091/EVIK-2023/3-4>
- Piros, E.,** Fehér, A.: Az élelmiszer-vásárlói magatartás vizsgálata online környezetben: Szakirodalmi áttekintés.
Táplálkozásmarketing. 7 (1), 67-78, 2020. ISSN: 2064-8839.
DOI: <http://dx.doi.org/10.20494/TM/7/1/5>
- Piros, E.,** Fehér, A.: Egyetemi hallgatók online élelmiszer-vásárlói magatartás vizsgálata a TAM-modell alapján.
Táplálkozásmarketing. 7 (2), 3-19, 2020. ISSN: 2064-8839.
DOI: <http://dx.doi.org/10.20494/TM/7/2/1>





További közlemények

Folyóiratcikkek, tanulmányok (1)

5. **Piros, E.**, Fehér, A.: A COVID-19 munkaerőpiacra gyakorolt hatásainak és a home office integrálódásának kvalitatív vizsgálata.

Gazdálkodástudományi közlemények. 9 (2), 59-65, 2021. ISSN: 2061-2443.

Konferenciaközlemények (1)

6. Fehér, A., **Piros, E.**, Boros, H. M., Kontor, E.: Online élelmiszer-vásárlói és fogyasztói magatartás trendjei.

In: Magyar Táplálkozástudományi Társaság XLIV. Vándorgyűlése programja és az előadások összefoglalói. Szerk.: Antal Emese, Biró Lajos, Gelencsér Éva, Lugasi Andrea, Rurik Imre, Magyar Táplálkozástudományi Társaság, Budapest, 20, 2019. ISBN: 9786155606090

A DEENK a Jelölt által az iDEa Tudóstérbe feltöltött adatok bibliográfiai és tudományometriai ellenőrzését a tudományos adatbázisok és a Journal Citation Reports Impact Factor lista alapján elvégezte.

Debrecen, 2024.11.04.



TÉZISFÜZETHEZ FELHASZNÁLT IRODALOM

Agárdi, I., & Alt, M. (2021). A mobiltárca elfogadásának generációs különbségei: Az X és Z generáció összehasonlítása. *Statisztikai Szemle*, 99(11), 1049–1079.

Bhukya, R., & Singh, S. (2015). The effect of perceived risk dimensions on purchase intention: An empirical evidence from indian private labels market. *American Journal of Business*, 30(4), 218–230.

Bowen, G., & Bowen, R. (2015). Offline and online brand trust models: Their relevance to social media. *Journal of Business and Economics*, 6(1), 102–112.

Bruwer, J., Fong, M., & Saliba, A. (2013). Perceived risk, risk-reduction strategies (RRS) and consumption occasions: Roles in the wine consumer's purchase decision. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 25(3), 369–390.

Calvo-Porrá, C., & Pesqueira-Sanchez, R. (2020). Generational differences in technology behaviour: Comparing millennials and generation X. *Kybernetes*, 49(11), 2755–2772.

Forsythe, S., Liu, C., Shannon, D., & Gardner, L. C. (2006b). Development of a scale to measure the perceived benefits and risks of online shopping. *Journal of Interactive Marketing*, 20(2), 55–75.

Gai, K., Qiu, M., & Sun, X. (2018). A survey on FinTech. *Journal of Network and Computer Applications*, 103, 262–273.

Gomber, P., Koch, J., & Siering, M. (2017). Digital finance and FinTech: Current research and future research directions. *Journal of Business Economics*, 87, 537–580.

Grzelczak, M., & Pastusiak, R. (2020). Cashless payments and economic growth in selected european countries. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, Sectio H–Oeconomia*, 54(3), 33–46.

Hassan, S., Visvizi, A., & Waheed, H. (2019). The ‘who’ and the ‘what’ in international migration research: Data-driven analysis of scopus-indexed scientific literature. *Behaviour & Information Technology*, 38(9), 924–939.

Keisidou, E., Sarigiannidis, L., & Maditinos, D. (2011). Consumer characteristics and their effect on accepting online shopping, in the context of different product types. *International Journal of Business Science & Applied Management (IJBSAM)*, 6(2), 31–51.

Kim, J., & Kang, E. (2023). An empirical research: Incorporation of user innovativeness into TAM and UTAUT in adopting a golf app. *Sustainability*, 15(10), 8309

Lusardi, A., Mitchell, O. S., & Curto, V. (2014). Financial literacy and financial sophistication in the older population. *Journal of Pension Economics & Finance*, 13(4), 347–366.

Martins, C., Oliveira, T., & Popovič, A. (2014). Understanding the internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal of Information Management*, 34(1), 1–13.

Park, S., & Tussyadiah, I. P. (2017). Multidimensional facets of perceived risk in mobile travel booking. *Journal of Travel Research*, 56(7), 854–867.

Ray, S. K., & Sahney, S. (2018). Indian consumers' risk perception in buying green products: The case of LED light bulbs. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(4), 927–951.

Sajtos, L., & Mitev, A. (2007). SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv. (No Title),

Slade, E. L., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C., & Williams, M. D. (2015). Modeling consumers' adoption intentions of remote mobile payments in the united kingdom: Extending UTAUT with innovativeness, risk, and trust. *Psychology & Marketing*, 32(8), 860–873.

Stewart, J. S., Oliver, E. G., Cravens, K. S., & Oishi, S. (2017). Managing millennials: Embracing generational differences. *Business Horizons*, 60(1), 45–54.

Stone, R. N., & Grønhaug, K. (1993a). Perceived risk: Further considerations for the marketing discipline. *European Journal of Marketing*, 27(3), 39–50.

Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and social interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103–113.

Elektronikus forrás:

MNB (2024): MNB Fizetési Rendszer Jelentés, Magyar Nemzeti Bank Felelős kiadó: Hergár Eszter 1013 Budapest, Krisztina körút 55. ISSN 2498-7077 (on-line) <https://www.mnb.hu/kiadvanyok/jelentesek/fizetesi-rendszer-jelentes/fizetesi-rendszer-jelentes-2024> (Letöltés dátuma: 2024.03.02.)

Statista (2023c): E-commerce in Central and Eastern Europe (CEE). Link: <https://www.statista.com/study/107181/e-commerce-in-central-and-eastern-europe-cee/> Article ID: did-107181-1 (Letöltés dátuma: 2024.02.20.)

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Ezúton szeretnék köszönetet nyilvánítani mindenekelőtt témavezetőimnek, Dr. habil Becsky-Nagy Patrícianak és Dr. habil Fehér Andrásnak.

Kedves Patrícia köszönöm, hogy évekkkel ezelőtt még a mesterszakos tanulmányaim alatt rám gondoltál és lehetőséget kaptam arra, hogy vállalati pénzügyeket taníthassak, mint demonstrátor. Sokat fejlődtem ez idő alatt szakmailag és emberileg egyaránt, amit neked köszönhetek! Nagyon köszönöm továbbá, hogy vállaltad, hogy témavezetőm leszel és végig kíséred az utam a PhD képzés alatt. Mindig örömmel fogadtam a meglátásaidat és tanácsaidat!

Kedves András köszönöm, hogy felkaroltál és elindítottál egy olyan úton, amiért mindig hálás leszek. Köszönöm, hogy meghívtál a Táplálkozásmarketing Konferenciára, amire készíthettem egy tudományos posztert. Itt vette kezdetét az utam, a tudományos életbe. Mindig bátorítottál és hittél bennem. Több tudományos kutatást, közös publikációt tudhatunk magunk mögött. A Tudományos Diákköri Konferenciák rendszeres látogatója voltam. Büszkeség nekem, hogy kétszer sikerült tagozatomban I. helyzett lenni és kétszer nyertem el a Dékáni Kiemelt Díjat is, OTDK-án pedig két tagozatban is II. helyezett lettem. 2022-ben átvehettem a Debreceni Egyetem Kiváló Hallgatója kitüntetését. Nélküled nem jutottam volna el idáig és nem lehettem volna részese ezeknek a csodás élményeknek. Azt, hogy ezeket a sikereket átélhettem és végül elkezdtem a PhD képzést, neked köszönhetem! Mindig hálás leszek neked, hogy bátorítottál és hittél bennem!

Kedves Patrícia és András, köszönöm a folyamatos támogatásokat és az iránymutatásokat, melyekből sokat tanultam és melyeknek köszönhetően sokat fejlődtem! Köszönöm nektek, hogy bármikor számíthattam rátok és nektek köszönhetően eljutottam odáig, hogy elkészült a disszertációm!

Köszönettel tartozom a Debreceni Egyetem, Marketing és Kereskedelem Intézet, valamint Számviteli és Pénzügyi Intézet munkatársainak és PhD-s társaimnak a támogatásért és folyamatos biztatásért!

Elmondhatatlanul köszönöm a családomnak és a páromnak a folyamatos támogatást és biztatást! Voltak könnyebb és nehezebb pillanatok míg eljutottam idáig, de rátok mindig számíthattam! Köszönöm, hogy különös gondossággal igyekeztetek megteremteni azt a kényelmet és nyugalmat, mely a disszertációm elkészítéséhez szükséges volt! Nélkületek

nem jutottam volna el idáig! Nagyon szerencsésnek tartom magam, hogy egy ilyen családba születtem!

Köszönök mindent!