

SZAKDOLGOZAT

Hanyecz Gergő László

2020

BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM
KÜLKERESKEDELMI KAR
KERESKEDELEM ÉS MARKETINGSZAK
Nappali alapképzés
Digitális marketing specializáció

A COVID-19 pandémia mögötti digitális marketing és gazdasági hatásai

Konzulens: Dr. Eszes István

Készítete: Hanyecz Gergő László

Budapest, 2020

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS.....	1
1. A KORONAVÍRUS GAZDASÁGI, TÁRSADALMI ÉS KERESKEDELMI HATÁSAI.....	3
A koronavírus gazdasági hatásai Európán belül.....	3
Vírusválságok e-kereskedelmi hatásai.....	4
Kínai problémák és megoldások.....	5
A koronavírus várható hatásai az e-kereskedelemre.....	6
A koronavírus hatásai a magyar e-kereskedelemre.....	8
Mi a szakértők véleménye?.....	11
Mit várnak az e-kereskedők?.....	12
A külföldi számok.....	12
A hazai számok.....	13
Makro-regionális gazdasági-kereskedelmi folyamatok és előrejelzések.....	17
1.1.1. Németország.....	20
1.1.2. Kína.....	21
1.1.3. USA.....	21
1.1.4. Magyar kereskedelmi és gazdasági kilátások, folyamatok, adatok.....	21
2. ÁLHÍREK A COVID-19 JÁRVÁNY IDEJÉN.....	23
Valóban olyan veszélyes a koronavírus-járvánnyal kapcsolatos félretájékoztatás?.....	23
Miért terjesztik az emberek a valótlan történeteket?.....	24
Hogyan akadályozhatom meg ezek terjedését?.....	25
Mit tehetünk, ha ismerősünk egy valótlan történetet oszt meg?.....	25
Mit tesz az EU az álhírek terjedése ellen?.....	25
3. VÁLTOZÁSOK A MARKETINGBEN A COVID-19 UTÁN.....	26
Nagyobb elvárások, kibővült feladatkör.....	26
Átstrukturálás, digitalizáció, új ügynökségi feladatok.....	27
4. MÉDIAPIAC HELYZETE JÁRVÁNY UTÁN.....	29
A másfél méteres gazdaság.....	29
Média revolúció a COVID-19 időszak alatt.....	30
A koronavírus hatása az influencer marketingre.....	31
Social media platformok haszna a koronavírus idején.....	32
5. PRIMER KUTATÁS.....	37
6. ÖSSZEGZÉS.....	40
7. HIPOTÉZISEK ÉRTÉKELÉSE, DOLGOZATOM ÖSSZEFOGLALÁSA. .	42
FELHASZNÁLT IRODALOM.....	45
MELLÉKLETEK.....	47

ÁBRAJEGYZÉK

1. diagram: Internet felhasználás mértékének növekvése az USA-ban a koronavírus miatt.....	7
2. diagram: A vírus miatt, tömeget elkerülő internet felhasználók.....	8
3. diagram: Koronavírus napi változásának statisztikája.....	9
4. diagram: Változás mértéke %-ban kifejezve a 10.héthez képest.....	14
5. diagram: Online kiskereskedelmi forgalom változása termékkategóriánként 2020. 12.hetén	15
6. diagram: Növekedés drasztikus csökkenése Ázsiában.....	20
7. diagram: Az Európai Bizottság előrejelzései Magyarországgal kapcsolatban.....	22
8. diagram: Áruk és szolgáltatások exportja és importja %-os arányban.....	22
9. diagram: A legtöbb koronavírussal kapcsolatos hírt közlő médiumok toplistája.....	24
10. diagram: Termékkategória változás mértéke 2020 11.hetéhez képest.....	29
10. diagram: Termékkategória változás mértéke 2020 11.hetéhez képest.....	29

Y

1. táblázat: Top 100 leggyorsabban növekvő e-kereskedelmi kategória.....	13
2. táblázat: Termékkategóriák százalékos változása az év elején.....	16
3. táblázat: A koronavírus hatása egyes országok autóiiparára.....	19
4. táblázat: Összehasonlító táblázat.....	40
1. kép: A Facebook koronavírus idején.....	33
2. kép: Facebook koronavírus adakozás.....	34
3. kép: Instagram a koronavírus idején.....	34
4. kép: Koronavírus aktivitás a Viberen.....	34
4. kép: Koronavírus aktivitás a Viberen.....	34
5. kép: Tiktok és a WHO kapcsolata.....	35
6. kép: A nemzeti konzultáció eredménye.....	38

BEVEZETÉS

A koronavírus eddig talán sosem látott mértékben befolyásolja a modern világot. Nemhiába készült a világban oly sok film, regény, tanulmány, aminek a központjában egy vírus volt, ami sok esetben az emberi „hanyag” magatartás végeredménye volt, több esetben tervezett, melynek a célja részben a szelekció volt. De minden fantázia, előre gondolkodás az emberiség önmagára irányuló, önpusztító hatását domborította ki. Azonban az sem véletlen, hogy sok elgondolásban a vírus, az egyfajta „védekező fegyver” volt, amely még egy talán annál is nagyobb veszélyhelyzet elkerülése érdekében lett mesterségesen létrehozva.

A karantén helyzet, az annak gazdaságra való hatása és az elszigeteltség elleni ellenszer minden esetben a média, és a (digitális) marketing szerepének a növelése volt.

Pár éve ilyen fantázia irodalom olvasásakor nem gondoltuk sokan, hogy ilyen hamar bekövetkezhet, de ez csak azok fejében volt így, akik a globalizáció hatásait nem ismerték fel.

A globális bizonytalanság és a karantén korlátozások érzékenyen érintik, nemcsak a lakosságot, de a gazdasági szereplőket is egyaránt. A vállalkozások és a gazdasági szereplők az elkövetkezendő időszakban komoly próbatétel elé néznek, melyet már most is tapasztalhatnak. Ahhoz, hogy sikeresen vegyünk a válsággal járó kihívásokat, a gazdaság meghatározó irányítóinak gondolkodásában, és az eddig megszokott gazdasági stratégiáknak is át kell alakulniuk, „kaméleon” módjára kell reagálniuk a túlélés és a sikeresség érdekében.

A rendelkezésre álló eszköztárakból az egyik legfontosabb módszer, egy jó, az eddigieken túlmenő marketing stratégia kialakítása. Ahogy a reklámszakmában elterjedt mondás is tartja: „Ha minden jól megy, nem árt hirdetni. Azonban, ha rosszra fordulnak a dolgok, muszáj reklámozni.”

A félelem és a rettegés, ami az emberekbe költözött az egész világon a járvány okán, részben a média miatt alakult ki. Szakdolgozatom célja az lesz, hogy kiderítsem, ennyire súlyos-e a helyzet, mind társadalmi, mind pedig gazdasági szempontból, vagy az egész csak a média és közösségi marketing klikkvadász kampánya. Emellett a digitális marketing átalakulása ezen időszak alatt, és hogy vajon az e-kereskedelemre milyen hatással lesz mind ez?

A bevezetés végén nézzük az állításokat, amelyeket dolgozatomban szeretnék bizonyítani/tagadni.

1.Hipotézis: A járvány létezésének tagadása, már évek óta jelen van, ugyanolyan veszélyes, mint a régről ismert közösségi influenza.

2.Hipotézis: A járvány ugyan létezik, de a megbetegedések mértékével, mennyiségével túloznak, hogy ezzel pánikot keltsenek az emberekben a média, illetve a digitális tér/marketing használatával.

3.Hipotézis: Létezik a járvány, veszélyes is, de az életnek mennie kell tovább, nem állhat le a gazdaság. Fontos a maszkviselés, fertőtlenítés.

4.Hipotézis, pedig egyértelműen a túlsó véglet. A világ eddigi legnagyobb problémájával állunk szemben, közel lehetetlen ebből a helyzetből kimászni.

1. A KORONAVÍRUS GAZDASÁGI, TÁRSADALMI ÉS KERESKEDELMI HATÁSAI

„Bedől a turizmus, padlóra kerül a légitözlekedés, gyárak zárhatnak be, hatalmas munkanélküliség jöhet, komoly fejlesztések állhatnak le – ez lehet a koronavírus 5 legsúlyosabb gazdasági hatása. Mutatjuk, mik azok a hatások, amik a legsúlyosabbak lehetnek Európa és a magyar gazdaság számára.”¹

A koronavírus gazdasági hatásai Európán belül

Immáron egy jó ideje arról lehet hallani, hogy a világ nagyvállalatai, a kormányok és a gazdasági szakemberek drasztikus lépéseket tesznek, mint például termelések leállítása, gyárak, üzletek bezárása és létszámleépítések. Mindez természetesen a koronavírusnak, és az azzal járó globális bezárkózás pusztító hatásainak köszönhető.

Kigyűjtöttem a járvány terjedése okán történt legsúlyosabb gazdasági hatásokat Európában időrendi sorrendben:

Az első szakaszban a fertőzési utak lekövetésével próbálkoztak a hatóságok, hogy megfékezzék, vagy lassítsák a betegséget. Ez nem jelentett drasztikus intézkedéseket, csupán néhány helyi korlátozást. A turizmus, a vendéglátás, a rendezvényszervezés, illetve a közlekedési szolgáltatások felé mutatott érdeklődés megcsappant az emberek részéről, hiszen sokan megrémültek a vírus hallatán, és óvatosak lettek.

A második szakasz akkor lépett életbe, amikor a világ kormányai számára is kiderült, hogy a tömeges megbetegedés nem kerülhető el. Ekkor tudatosult a vezetők számára, hogy mennyire súlyos is a helyzet. Európa minden országában, de talán azt lehet mondani, hogy globálisan is további korlátozásokat vezettek be a vírus miatt ekkor. Területi és személyes karanténok, a személyek mozgásának korlátozása, ezek mind a további fertőzés növekedés lehetőségének elkerülése végett történt. Ezen lépések gyárbezárásokhoz, ellátási nehézségekhez, szolgáltatások leállításához és globális értékláncok szakadozásához vezettek.

Ezek a gazdasági kihívások már a turizmuson kívüli cégeket veszélyeztetnek, messze túlmutatva a közvetlen, súlyos gazdasági hatásokon.

¹<https://www.portfolio.hu/gazdasag/20200323/ez-a-koronavirus-5-legsulyosabb-gazdasagi-hatasa-magyarorszagon-es-europaban-421110> Letöltve: 2020.11.03

Ez a fajta elhúzódó bizonytalanság, az üzleti bizalom romlásához vezetett, melynek okán csökkent a fogyasztási és a beruházási kereslet, emiatt súlyosabb és szélesebb körű gazdasági teljesítményviszsaesés következett be. A vállalati gazdálkodás stabilitását próbára teszi a gyenge konjunktúra és a termelési zavarok, továbbá a termelékenység növekedése elakad, a kieső bevételek az eladósodott cégeket a fizetéseképtelenségig sodorhatják.

Elsősorban a külföldi helyzetet vizsgálom meg, és azt, hogy milyen tanulságokat és hatásokat lehet levonni onnan. Kínában alakult ki a jelenlegi vírusválság, az USA-ban pedig már konkrét szám adatokkal is tudnak szolgálni.

Vírusválságok e-kereskedelmi hatásai

Mielőtt részletesen rátérnénk a mindannyiunkat érintő koronavírus okozta helyzetre, fontos, hogy lássuk, mi történt a COVID-19 társadalmunkba történő „berobbanása” előtt, hiszen ezekből is levonhatunk fontos következtetéseket a közeljövőre nézve.²

Kína népszerű internetes cégeinek, az Alibaba-nak, valamint a JD.com-nak a forgalma egyaránt erőteljes mértékben megnövekedett a 2002-es és 2003-as SARS-krízis következtében.

Már ekkor megváltozott az emberek vásárlási attitűdje, hiszen a fertőzésveszély elkerülése érdekében, lehetőségeik szerint távol tarották magukat a bevásárlóközpontok zsúfoltságától, a fertőzés kockázatától és nem utolsósorban az üres polcok miatti szorongástól. Ennek érdekében fokozatosan áttértek az online vásárlásra.

Zhenshan Zhong, az Emerging Technology Research alelnöke szerint az, hogy az emberek fokozatos és szép lassan áttérnek a hagyományos (offline) vásárlásról, az online vásárlásra az csakis a koronavírusnak köszönhető és amíg nem csillapodik, vagy változik a helyzet, addig végig ez a vásárlási attitűd fog maradni. Azonban amint a járvány a végéhez ér, az a vásárlói megnyilvánulás, melyben az offline vásárlást részesítik előnyben az emberek, pozitív hatással lesz a teljes e-kereskedelmi iparágra.

Erre egy tökéletes példa az USA-ban működő Farmstead webáruház, melynek szállítási volumenje több mint 30%-os növekedést mutatott, az előtte lévő normál szinthez képest. Előrejelzések szerint a kiskereskedelmi forgalom várható növekedése 3,5%-ról 4,1%-ra fog emelkedni.

²<https://www.portfolio.hu/gazdasag/20200323/ez-a-koronavirus-5-legsulyosabb-gazdasagi-hatasa-magyarorszagon-es-europaban-421110> Letöltve: 2020.11.03

Ezek mellett már az is megfigyelhető, hogy számos élelmiszeripari vállalkozás a válság hatására diverzifikálja tevékenységét vagy átirányítja a költségvetését.

Példának okáért egy globális édességgyártó cég megszakította a Valentin-napi offline marketing kampányait és minden pénzét, erőforrását az online marketingbe fektette, ezzel átalakítva és felgyorsítva online jelenlétét.

Az éttermek pedig úgy próbálnak alkalmazkodni a járványhelyzethez, hogy félkész ételeket kínálnak vásárlóinak, akik azt tervezik, hogy ez idő alatt otthon maradnak és ott főznek.

Kínai problémák és megoldások

Mivel a járvány Kínában kezdődött, érdemes ott is megvizsgálni, hogy milyen változások mentek végbe, és miként próbáltak a cégek megoldást találni a kihívásokra.³

➤ Munkaerő kölcsönzés

Azok az étterem-, szálloda- és moziláncok, amelyek a vírusválság következtében nagymértékű csökkenést tapasztaltak vagy teljesen bezártak, megosztották (kölcsönadták) alkalmazottaikat a Hema-nak – az Alibaba tulajdonában lévő digitális élelmiszerüzletnek –, amelynek sürgős munkaerőre volt szüksége az étel-házhozszállítási szolgáltatásokhoz. Más omnichannel kereskedők – mint az Ele, a Meituan, vagy a JD's 7Fresh – ugyancsak követték ezt a járható utat.

➤ Tanácsadókból influencerek

Egy innovatív kozmetikai cég, a Lin Qingxuan, a válság idején arra kényszerült, hogy bezárja üzleteinek 40%-át. Azonban azáltal, hogy a bezárt üzletek szépségápolási tanácsadói online influencerré váltak ez idő alatt, a cég 200% -os növekedést ért el az előző évhez képest.

➤ Zavarok az ellátási láncban

Számos meglátás szerint a vírus elterjedése az ellátási láncok terén már hetek óta érezteti a hatását. A Berkeley kutatócsoport tájékoztatása rámutatott arra, hogy Kínában a vírus miatt több gyár leállította működését és otthon marasztalta a dolgozóit, az utazás-korlátozás bevezetésével párhuzamosan pedig csökkent az árutermelés és -szállítás.

Az Alphaliner jelentése szerint pedig a konténerszállító hajóflották 9%-a inaktívvá vált február végére a koronavírus miatt. Kínában pedig a koronavírus tovább terjedésének

³ <https://www.shoprenter.hu/blog/koronavirus-e-kereskedelem> Letöltve: 2020.11.02.

fékezése okán a termelési tevékenységek korlátozását vezették be. Emiatt a gyártási indexek elérték azt a legalacsonyabb pontot, mely utoljára 10 éve következett be, a gazdasági világválság idején.

➤ *Stratégiai irány kijelölése*

Időközben jónéhány kínai kereskedő a válságkezelésről átlépett a helyreállítási tervek kitalálására, amely stratégiák között kiemelkedő helyen szerepel a teljes mértékű digitalizálás koncepciója.

Az IHL-csoport – egy globális kiskereskedelmi és vendéglátóipari technológiára szakosodott kutató- és tanácsadó cég – elnöke, Greg Buzek arra számít, hogy az aktuális válság nagymértékű beruházásokat eredményez az omnichannel technológiákba.⁴

Elmondása szerint abból kifolyólag, hogy az emberek (előreláthatóan az elkövetkező három hónapban) kerülni fogják a tömeget, a cégek a korábbi befektetéseik dupláját fogják költeni a vásárlási és szállítási folyamat optimalizálására.

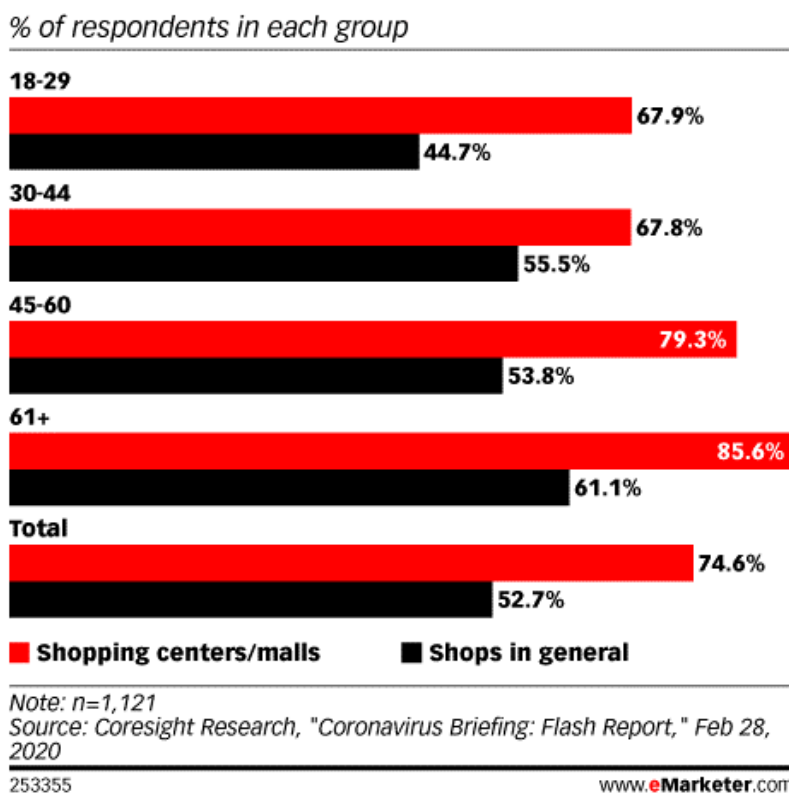
A koronavírus várható hatásai az e-kereskedelemre

Sok országban a koronavírus miatt elszigetelő és társadalmi távolságtartó óvintézkedéseket vezetnek be. Egyre többen élnek a “home office” kínálta lehetőséggel, számos oktatási intézményt bezártak, amelyből kifolyólag online oktatást léptettek életbe több helyen, az emberek pedig kerülik a nyilvános rendezvényeket és a zsúfolt helyeket).

A legfrissebb, YouGov által végzett kutatások kimutatták, hogy ezen intézkedések hatására, 2020 februárjában az emberek milyen mértékben kerülték a boltokat:

⁴ <https://www.shoprenter.hu/blog/koronavirus-e-kereskedelem> Letöltve: 2020.11.02.

1. diagram: Internet felhasználás mértékének növekvése az USA-ban a koronavírus miatt



Forrás: Shoprenter, 2020

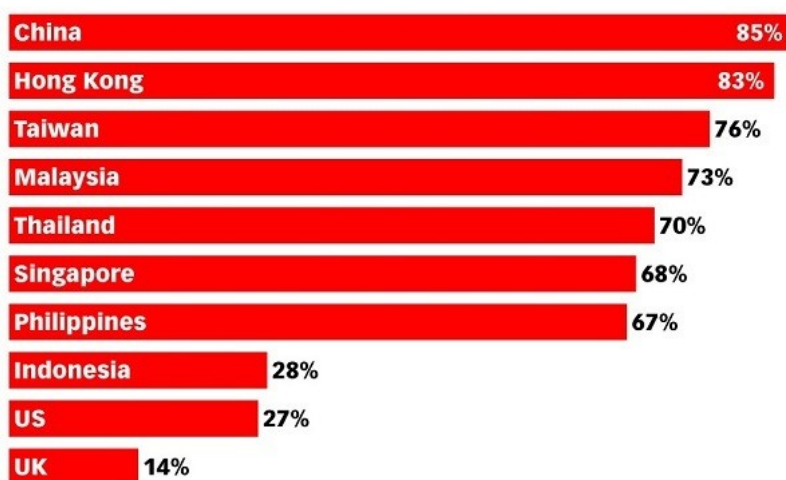
A felmérés alapján tehát Kínában az internethasználók 85%-a nyilatkozott úgy, hogy az azt megelőző két hétben elkerülte a zsúfolt helyeket, ehhez képest az Egyesült Államokban mindössze az internethasználók 27%-a, míg az Egyesült Királyságban alig 14%-a állította ugyanezt.⁵

A 27%-os amerikai adat, nem tűnhet olyan soknak, de fontos megemlíteni, hogy egy másik kutatásban az amerikai internethasználók 58%-a hangsúlyozta, hogy mindenképpen megtenné a tömegtől való távolmaradás lépését, amennyiben a koronavírus jobban elterjedne az Egyesült Államokban. Emellett a válaszadók több mint fele azt állította, hogy a koronavírus miatt feltétlenül elkerülné az üzleteket és bevásárlóközpontokat.

⁵ <https://www.shoprenter.hu/blog/koronavirus-e-kereskedelem> Letöltve: 2020.11.02.

2. diagram: A vírus miatt, tömeget elkerülő internet felhasználók

% of respondents in each group



Note: ages 18+; in the past 2 weeks
Source: YouGov, March 3, 2020

253477

www.eMarketer.com

Forrás: Shoprenter, 2020

A kutatások tehát előre vetítik a vásárlási szokások megváltozásának lehetőségét. Az egészségügyi termékeket és élelmiszereket árusító webáruházak forgalma az Egyesült Államokban a vírusterjedést megelőző időszakokban is virágzott. Nem meglepő, hogy növekvő tendenciát mutatott áprilisban.⁶

A koronavírus hatásai a magyar e-kereskedelemre

Eddigi és várható gazdasági hatások, közel 4000 webáruház adatai alapján

Rendkívül ellentmondásos hírek és vélemények érkeztek a koronavírus hatásáról az online kereskedelemre. Voltak webáruház tulajdonosok, akik azt állították, hogy a vírushelyzet alatt forgalomnövekedést értek el, míg mások pont az ellenkezőjéről számoltak be.

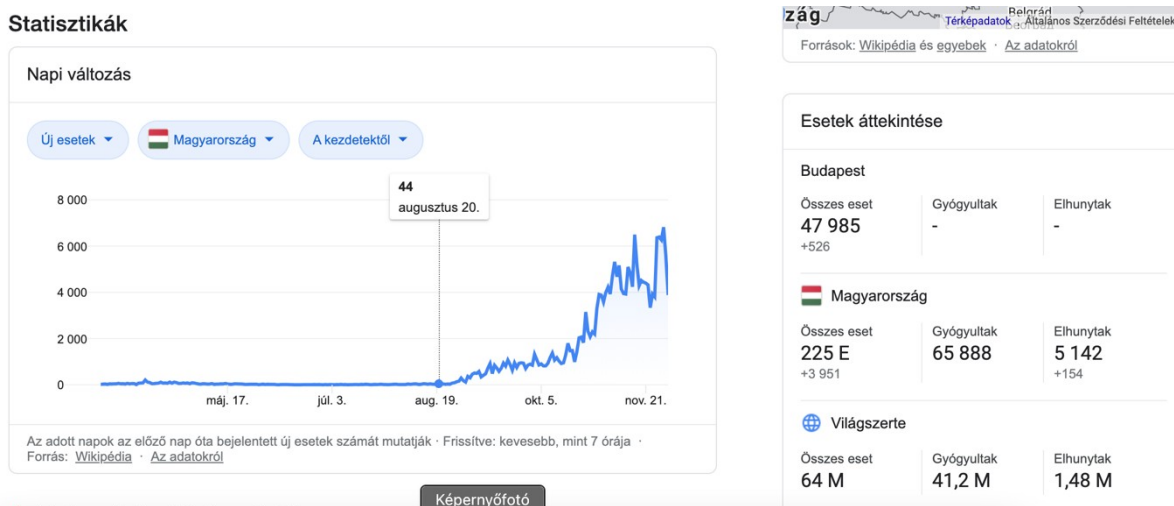
A legfőbb indok erre az, hogy a különféle termékkategóriák iránti kereslet és érdeklődés nagyon megváltozott. Egyes termékkategóriáknál növekedett a kereslet, míg másokénál csökkent.

A következőkben azt fogom megvizsgálni, hogy mi az, amit jelenleg tudni lehet az e-kereskedelemmel kapcsolatban.

⁶ <https://www.shoprenter.hu/blog/koronavirus-e-kereskedelem> Letöltve: 2020.11.02.

A világszerte egyre felgyorsultabb ütemben terjedő kórokozó elleni védekezésként itthon is rendkívüli rendelkezéseket vezettek be, amely intézkedések következtében a vásárlók több helyen pánikvásárlásba kezdtek. Ennek hatására az otthonokban elkezdődött egyfajta árucikkfelhalmozás bizonyos termékkategóriákban (a családok olyan termékeket céloztak meg, mint a vécépapír, fertőtlenítőszer, tartós élelmiszerek).

3. diagram: Koronavírus napi változásának statisztikája



Forrás: Google,2020

Az sejthető, hogy ezzel párhuzamosan számos vevő az online térben keresett megoldást a vásárlói problémáira. Ez a hirtelen megváltozott fogyasztói szokás pedig gyorsan leterhelte a futárcégeket.

A kérdés jelen pillanatban az, hogy a webáruházak és a logisztikai szolgáltatók mennyire fogják bírni az elkövetkező időszak vásárlói elvárásait?

Az 5 legsúlyosabb gazdasági hatás Magyarországon

1. **A forint** tovább gyengült. Csupán néhány nap leforgása alatt az euró árfolyama 335-ről 360-ra ugrott. Elemzők szerint, ez a szám a továbbiakban 400 forintra is növekedhet.
2. **Az építőipar** nehéz helyzetbe került. A különféle határlezásárok, illetve amiatt, mert az emberek nem mindig tudtak menni dolgozni, sokkal lassabb lett az áruszállítás. Ennek okán építőanyaghiány alakult ki, ami miatt csúsznak nagy projektek, és vannak építkezések, melyeket átmenetileg leállítottak. ⁷

⁷<https://www.portfolio.hu/gazdasag/20200323/ez-a-koronavirus-5-legsulyosabb-gazdasagi-hatasa-magyarorszagon-es-europaban-421110#> Letöltve: 2020.11.03

3. **A turizmus, a vendéglátás**, illetve a hozzájuk kapcsolódó különféle kiszolgáló iparágak óriási veszteségeket szenvednek a koronavírus miatt. Az iparág minden szereplőjét érinti most ez a helyzet, és egyelőre nem tudják, hogy fogják átvészelni ezt az időszakot.
4. **Munkahelyek** százezrei szűnnek meg – a kormány szerint csak az a kérdés, hogy hány százezer munkahelyről beszélhetünk.
5. A magyar GDP jelentős részét adó autógyárakban is **leállt a munka** egy bizonytalan időre, mint például a Mercedes, a Suzuki, illetve az Audi. Az autógyárak magyar beszállítói emiatt nagy bajban vannak.

Egy új e-kereskedelmi stratégia szükségessége

Mindannyian azt reméljük, hogy a most bevezetett óvintézkedéseknek, újszerű jogrendeknek, a kezelési protokolloknak és az esetleges védőoltásnak köszönhetően hamarosan sikerül globális szinten gátat szabnunk a vírus tovább terjedésének.

Mégis, könnyen elképzelhető, hogy még hónapokig fognak tartani ezek a rendkívüli intézkedések.

Ezt figyelembe véve az e-kereskedőknek haladéktalanul újra kell tervezniük a stratégiájukat. Egy sor kérdéssel kell szembenézniük:

- az alkalmazottak és családjaik egészsége,
- a beszállítói láncban adódó anomáliák kezelése,
- a vásárlók bizalmának fenntartása,
- az üzletmenet folytonosságának a biztosítása.

Mindezt úgy, hogy a vírusválság gazdaságra gyakorolt hatása egyelőre, bizonytalan és homályos.

Szerencsére, a webáruház tulajdonosok már magyar nyelven is elég jó túlélési tippeket, stratégiákat találhatnak.

A Growww Digital például azt tanácsolja az e-kereskedőknek, hogy értékeljék át aktuálisan futó hirdetéseiket, és különösen figyeljenek a remarketing kampányokra. Ugyanakkor nem szabad figyelmen kívül hagyniuk a megnövekedett fizetett kattintások számát sem, hiszen a

keresések némelyikéről elmondható, hogy nem vásárlási szándékkal kattintottak, ami veszteséget jelenthet a kiskereskedők számára.⁸

Egy másik túlélési stratégia ebben a jelenlegi helyzetben a már fentebb is említett munkaerőkölcsonzés. Ennek lényege, hogy a forgalomcsökkenést tapasztaló webshop a felszabaduló kiszolgálókapacitást (ügyfélkapcsolati, raktáros munkatársak) megosztja olyan webáruházakkal, ahol ennek pont az ellenkezőjét tapasztalják, és emiatt leterheltek.

Itt mindenki jól jár, mert a megosztó csökkentheti munkabér költségeit, de közben nem veszíti el a munkatársakat, a partner webáruház pedig kezelheti a megnövekedett forgalmat. A munkatársak is nyernek, hiszen megmarad a jövedelmük.

Az OptiMonk cikkében pedig többek között arról olvashatunk, mennyire fontos a vásárlók megfelelő tájékoztatása a jelenlegi helyzetben.

Mi a szakértők véleménye?

A kiskereskedők az év elején jelentős mértékben tapasztalhatták a vírus negatív hatásait. A Morgan Stanley nemrégiben megjegyezte, hogy kiskereskedelmi forgalma 9,1%-kal, ruházati kiskereskedelme 3,9%-kal, míg luxus kiskereskedelme 14,7%-kal csökkent.

Bár jónéhány kutatás azt látszik igazolni, hogy a bevásárlóközpontok forgalmának csökkenésével fokozódnak az online értékesítések, sem a Morgan Stanley, sem a Webbush elemzői nem hiszik, hogy az e-kereskedelem a mostani elvárásoknak megfelelő módon ki tudja egyenlíteni az értékesítéseik területén fellépett veszteségeket.

A koronavírus és e-kereskedelem körüli kérdések jóval összetettebbek, mint sejtenénk, mert bár az online vásárlás rövid távon profitábilis megoldásnak bizonyulhat, az ellátási lánc körüli kérdések, valamint a bizonytalan fogyasztói kereslet tompíthatják az e-kereskedelem kilátásait.

A széles körben elfogadott feltételezés szerint – mellyel a legtöbb online marketing szakértő egyetért – a koronavírus miatti társadalmi elzárkózás és otthon maradás fellendíti az e-kereskedelmet, mostanra már meginogni látszó hipotézisnek mutatkozik. A valóság ennél valamivel bonyolultabb.

⁸ <https://www.shoprenter.hu/blog/koronavirus-e-kereskedelem> Letöltve: 2020.11.02

Például azok a kiskereskedések, amelyek áruikat Kínában gyártják vagy szállítják, aggódnak amiatt, hogy hosszú távon ez miként fogja befolyásolni az ellátási láncukat, illetve a termékeik iránti keresletet.⁹

Mit várnak az e-kereskedők?

Az e-kereskedőket kérdezték arról, hogy szerintük milyen mértékben fogja befolyásolni a COVID-19 a kilátásaikat. A megkérdezettek 47%-a szerint várhatóan befolyásolja a bevételeket, 33%-a szerint még nem lehet választ adni erre a kérdésre, a kiskereskedők többsége viszont, 58% szerint, a vírus hatással lesz a vásárlók bizalmára.

A külföldi számok

Az USA-ban megtörtént online megrendelések száma több, mint 1,5-szeresére növekedett az év eleji hónapokban, az egy évvel ezelőtti adatokhoz képest, az internetes vásárlók száma pedig csaknem 9%-kal nőtt a koronavírus kezdete óta

A Stackline e-kereskedelmi szolgáltató cég nemrég közzétett egy ranglistát, amely azt a top 100 leggyorsabban növekvő, illetve csökkenő forgalmú termékkategóriát ábrázolja.

Eszerint 2020. márciusában az előző év azonos időszakához képest például a következő termékek esetén nőtt meg a forgalom:

- eldobható kesztyűk (+670%)
- kenyérsütő gépek (+652%)
- súlyzók (+307%)
- számítógép monitorok (+172%)
- kutyaeledel (+151%)
- multivitaminok (+126%)
- hajfestékek (+115%)¹⁰

Jelentős csökkenést pedig ezekben a kategóriákban tapasztaltak:

- Utazótáskák, bőröndök (-77%)
- Fényképezőgépek (-64%)
- Menyasszonyi ruhák (-63%)

⁹ <https://www.shoprenter.hu/blog/koronavirus-e-kereskedelem> Letöltve: 2020.11.02

¹⁰ <https://www.shoprenter.hu/blog/koronavirus-e-kereskedelem> Letöltve: 2020.11.02

- Rendezvény és buli kellékek és kiegészítők (-55%)
- Szemüvegek, napszemüvegek (43%)
- Kemping felszerelések (-39%)
- Órák (-39%)

1. táblázat: Top 100 leggyorsabban növekvő e-kereskedelmi kategória



Forrás: Shoprenter, 2020¹¹

A hazai számok

Az idei évben eddig több, mint kétszer annyian kerestek a „házhozszállítás” kifejezésre a Google-ön. Ezen belül is főként a Tesco, és az Auchan bevásárlóközpontok házhozszállítására. A Dockyard üzletlánc marketing vezetője elmondta, hogy 2019 tavaszához képest 80%-kal növekedett a webáruház forgalma, az üzletbe betérő vásárlóké viszont csökkent 30-40%-kal.

¹¹ <https://www.shoprenter.hu/blog/koronavirus-e-kereskedelem> Letöltve: 2020.11.02

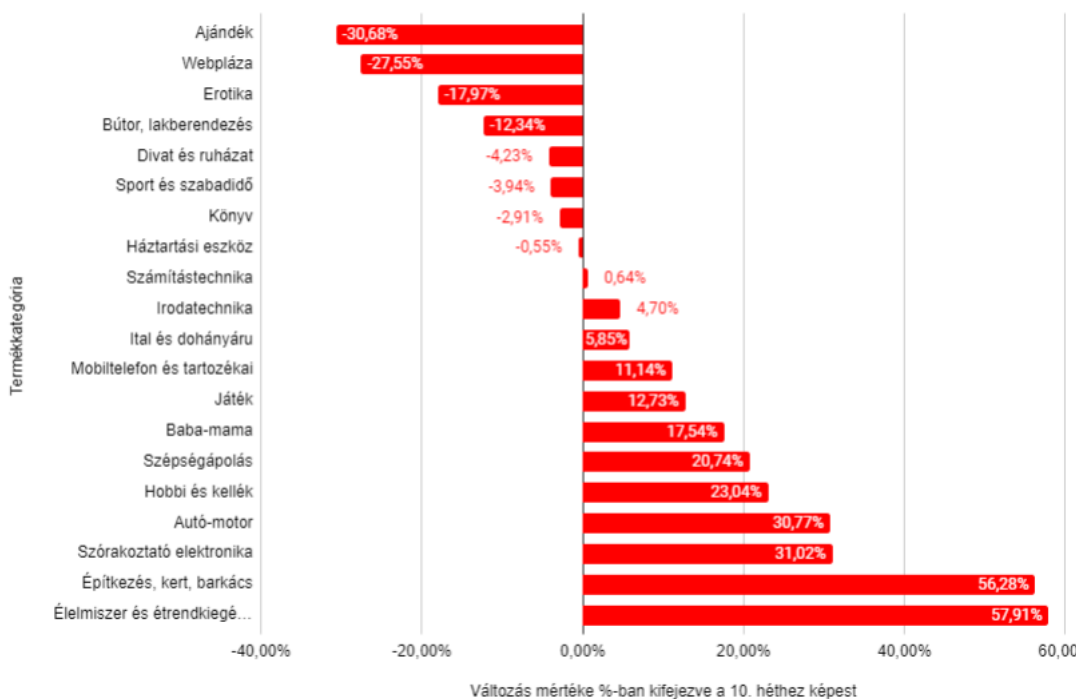
Több ezer webáruház forgalmi adatait megvizsgálva azt lehet látni, hogy míg azon vásárlók, akik bemennek az üzlethelységekbe, számuk csökkent 1%-kal, addig a megrendelések száma viszont majdnem 4%-kal növekedett, összértékük pedig már közel 28,5%-kal volt magasabb a márciusi hetekben.

Bár maga a megrendelésszám nem mutatott drasztikus emelkedést, viszont a rendelések összértéke kiugróan magas volt, aminek fő oka, hogy az átlag kosárérték 24%-kal emelkedett meg ebben az időszakban.

Ennek tudatában arra lehet következtetni, hogy azon a héten, amikor az operatív törzs elrendelte a veszélyhelyzetet, illetve az iskolák bezárását, és ezt ki is hirdették, akkor nagyobb értékben kezdtek el vásárolni az emberek az interneten.

Érdeemes megvizsgálni a diagramon a különféle termékkategóriákat, melyen lehet látni kik szenvedték meg leginkább az elmúlt időszakot, illetve, hogy kik voltak a nyertesei.¹²

4. diagram: Változás mértéke %-ban kifejezve a 10. héthez képest



Forrás: Shoprenter, 2020

- Nagyobb (11-58%) forgalmonövekedést könyvelhettek el a következő termékkategóriákat értékesítő webáruházak: Autó-motor, Baba-mama, Élelmiszer és

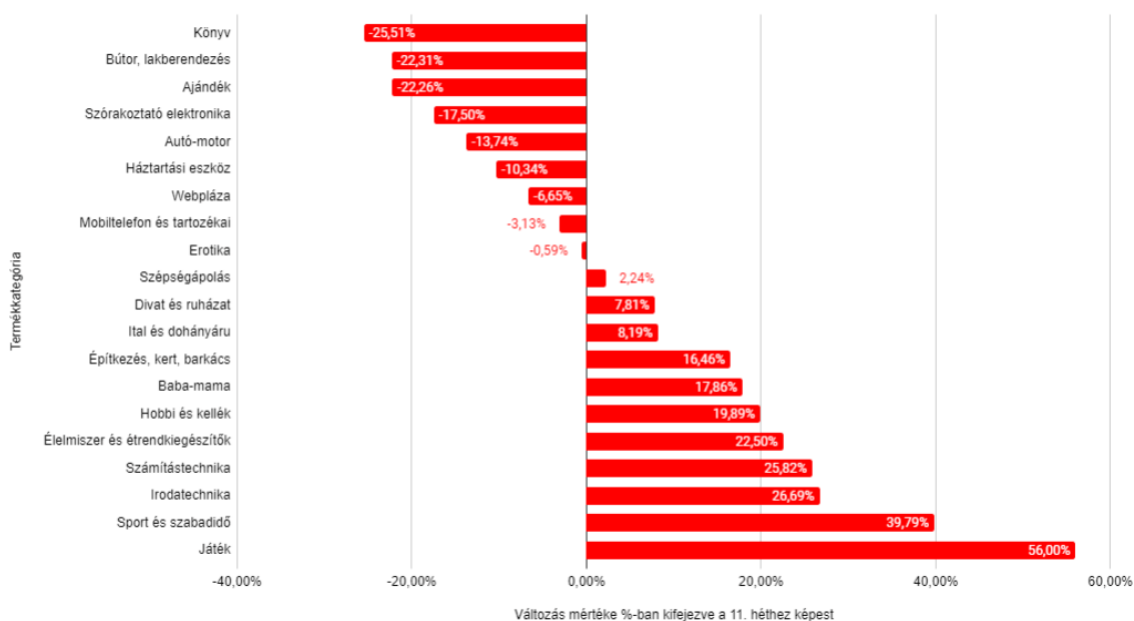
¹² <https://www.shoprenter.hu/blog/koronavirus-e-kereskedelem> Letöltve: 2020.11.02

étrendkiegészítők, Építkezés, kert, barkács, Mobiltelefon és tartozékai, Szépségápolás, Hobbis és kellék, Szórakoztató elektronika.

- Kisebbs növekedés (0-6%) volt tapasztalható az Ital és dohányáru, Irodatechnika és Számítástechnikai eszközök forgalmában.
- 5% alatti csökkenés volt jellemző a Divat és Ruházat, Háztartási eszköz, Sport és szabadidő, Könyv kategóriába tartozó termékek online kereskedelmében.
- Nagyobb visszaesést (12-31%) tapasztalhattak a Bútor, lakberendezés, Ajándék, Erotika és a Webpláza kategóriába tartozó webáruház tulajdonosok.¹³

Fontos megvizsgálni az év eleji, 12. heti adatokat is, hiszen ez volt az első hét, amikor az iskolák zárva voltak. Ez jelentősen befolyásolta az emberek fogyasztói magatartását, és a családok életét is. Az összforgalom 14,25 %-kal csökkent az előző héthez képest, így már nem csak a boltokban, de online is kevesebbet költöttek az emberek, mindezek mellett van olyan termékkategória, ahol még így is lehet tapasztalni forgalommnövekedést:

5. diagram: Online kiskereskedelmi forgalom változása termékkategóriánként 2020. 12.hetén



For

rás: Shoprenter, 2020

A Játék termékkategória az április-májusi időszakban kiemelkedő eredményekkel zárt, folytatva ezzel az év eleji forgalommnövekedését. Itt a célcsoport főleg gyerekekből, és fiatalokból áll, ezért joggal lehet feltételezni, hogy van összefüggés a digitális oktatás bevezetése és a kategória forgalommnövekedése között, a kényszerű otthonmaradás miatt.

¹³ <https://www.shoprenter.hu/blog/koronavirus-e-kereskedelem> Letöltve: 2020.11.02

Míg például az irodai eszközök iránti kereslet növekedése mögött az állhat, hogy egyre több cég állt át a veszélyhelyzet miatt home office- ra, és sok munkavállaló alakíthatott ki magának munkára alkalmas területet az otthonában.¹⁴

A 13. és 14 héten ismét növekedést tapasztalhatunk az összesített eredmények szempontjából. Ami még talán ennél is látványosabb, hogy míg március közepén a termékkategóriák felében csökkent a forgalom, addig április első heteiben már csak 3 kategóriában tapasztaltunk csökkenést, míg 17-ben növekedett az árbevétel.

Ennek egyik oka az a március végén bevezetett kijárási korlátozás, a másik pedig az, hogy sok kiskereskedő elkezdett alkalmazkodni az új helyzethez, és ezáltal belépett az online kereskedelembé, vagy ha már volt webáruháza, tovább fejlesztette azt.

2. táblázat: Termékkategóriák százalékos változása az év elején

Termékkategória	11.hét	12.hét	13.hét	14.hét
Ajándék	-31%	-22%	20%	84%
Autó-motor	31%	-14%	-27%	30%
Baba-mama	18%	18%	-16%	11%
Bútor, lakberendezés	-12%	-22%	32%	31%
Dívat és ruházat	-4%	8%	2%	21%
Élelmiszer és étrendkiegészítők	58%	23%	-21%	-16%
Építkezés, kert, barkács	56%	16%	-5%	1%
Erotika	-18%	-1%	13%	40%
Háztartási eszköz	-1%	-10%	9%	20%
Hobby és kellék	23%	20%	-9%	36%
Irodatechnika	5%	27%	-10%	1%
Ital és dohányáru	6%	8%	-2%	64%
Játék	13%	56%	6%	38%
Könyv	-3%	-26%	12%	29%
Mobiltelefon és tartozékai	11%	-3%	20%	3%
Sport és szabadidő	-4%	40%	-22%	66%
Számítástechnika	1%	26%	4%	14%
Szépségápolás	21%	2%	-16%	12%
Szórakoztató elektronika	31%	-18%	-5%	29%
Webpláza	-28%	-7%	95%	-20%
Összforgalom százalékos változása	28%	-14%	9%	19%

Forrás: Shoprenter, 2020

Az Élelmiszer és étrendkiegészítők termékcsoport forgalomcsökkenése meglepő lehet, de ennek oka feltehetően az, hogy az előtte lévő hetekben többen vásároltak ilyenfajta termékeket (lehet olyanok is, akik a korlátozások nélkül nem is vásároltak volna), hogy a későbbieknek ne kelljen, mivel csak egyszer kell feltölteniük az embereknek a készleteiket.

¹⁴ <https://www.shoprenter.hu/blog/koronavirus-e-kereskedelem> Letöltve: 2020.11.02

A táblázat alapján is bátran kijelenthető az, amit már előbb is említettem, a vírusválság nagy hatással volt és van is a termékkategóriák iránti keresletre, ennek oka pedig a fogyasztói magatartások jelentős változása. Hirtelen beleszóppent úgymond mindenki egy új világba, ahol még lehet, hogy nem teljesen alakultak ki a szokásai.

Mire vezet mindez?

A koronavírus esetek száma egyre csak növekszik, emiatt számos alaptermék esetében, köztük az élelmiszer, gyógyszer, fertőtlenítőszer, hiánnyal kell számolnunk. Emiatt az új helyzet miatt sok vásárló arra kényszerül, hogy online keressék azokat a termékeket, amelyek az üzletek polcain esetenként hiányoznak, olyanok is, akik eddig lehet, hogy sosem vásároltak az interneten. Az ő esetükben főként megváltozik a vásárlói magatartásuk.

A szakértők körülbelül 20%-os e-kereskedelmi forgalomnövekedést jósolnak hazánkban, viszont az év elején történő fogyasztói szokások megváltozása, illetve az ünnepi szezon eredményei, még változtathatnak majd a végeredményen.

Az online vásárlás élménye és annak hatékonysága magasabb szintre emelkedhet, hiszen a kereskedők megakarnak felelni a különféle fogyasztói elvárásoknak, illetve e-kereskedelmi innovációknak. Ez is egy fő oka annak, hogy egyre nagyobb vásárlói kör intézi el, például a nagybevásárlásokat, vagy az ünnepi ajándékok megvásárlását, még olyanok is, akik lehet, hogy eddig soha nem tették ezt. Ennek következményeképp, az online kereskedelem egy annál sokkal gyorsabb növekedésre és fejlődésre állt át, mint ahogy azt pár éve megjósolhatták.

Ahhoz viszont, hogy az online kereskedelem növekedése és fejlődése sikeresen történjen, a különféle webáruház tulajdonosoknak meg kell tenniük a szükséges marketinglépéseket és be kell vezessék a számukra legoptimálisabb stratégiákat.¹⁵

A koronavírus egy óriási kihívást jelent az e-kereskedelem számára, amely most bebizonyíthatja, hogy méltó jelzőjeként használják azt a kifejezést rá, hogy egy „válságálló iparág”. A vírusválság okozta digitális átalakulás hosszú távon is fogja éreztetni hatását.

¹⁵ <https://www.shoprenter.hu/blog/koronavirus-e-kereskedelem> Letöltve: 2020.11.02

Az IMF vezérigazgatója, a bolgár közgazdász és politikus Kristalina Georgieva egy eddig még soha nem látott krízishelyzetről beszélt, melyet a koronavírus hozott. Az IMF jelenleg összefog a Világbankkal és további pénzügyi intézményekkel annak érdekében, hogy a gazdaságot helyreállítsák, és ehhez, a közel 1 ezer milliárd dolláros tartalékát is hajlandó felhasználni, a vészhelyzeti finanszírozás jegyében.

A globális gazdaság 4,1 ezermilliárdos veszteséget szenvedhet el a koronavírus miatt az Ázsiai Fejlesztési Bank szerint, ez a globális GDP 5%-a. Ha az elszigetelő intézkedések rövidebb ideig lesznek érvényben, akkor a gazdasági kár 2 ezermilliárd (a globális GDP 2,3%-a) dollárnál megállhat, és ebben az esetben az ázsiai fejlődő országok, köztük Kína, szenvednék el a károk 36%-át.

„Az MTI összefoglalójából kiderül, hogy márciusban az Eurózána gazdasági hangulatindexe (Economic Sentiment Indicator, ESI¹⁶) a februári 103,4 pontról 94,5 pontra, azaz közel 9 ponttal csökkent. Az Európai Unió összes gazdaságára vonatkozó mutató pedig 8,2 ponttal 94,8 pontra esett. Fontos, hogy az országok többségében még a kijárási korlátozások elrendelése előtt történt meg a felmérés. A magyarországi index 104,9 pontról 102,8 pontra csökkent. Lengyelországban pedig 99,2 pontról 95,3 pontra mérséklődött. Az esés a fogyasztói hangulat és az üzleti hangulat egyidejű és nagymértékű romlása miatt következett be. A különböző ágazatok közül a szolgáltatóiparban és az ingatlanszektorban volt a legjelentősebb visszaesés.”

Az Európai Unióban, az autóipar súlyos termelés kiesésre számíthat, amely megközelíti majd az 1,2 millió autót. A leállások közel 1,1 millió munkavállalót érintenek. Az Európai Autógyártók Szövetsége szerint hazánkban is súlyos számok várhatóak. Közel 30 ezer embert érintenek a gyárleállások, a termelés kiesés pedig megközelíti a 35 ezer járművet.

Vélhetően Délkelet-Ázsia országai vannak kiemelten veszélyes helyzetben a Világbank képviselői szerint, mivel csak nemrég ért véget a térséget masszívan sújtó kereskedelmi háború.

„A Világbank becslései szerint jobb esetben idén a GDP növekedés 2,1%-ra lassulhat, rosszabb esetben azonban akár 0,5%-os recesszió is elképzelhető.”

¹⁶ <https://www.zmkik.hu/hu/letoltes/110604/8b337> Letöltve: 2020.11.06

3. táblázat: A koronavírus hatása egyes országok autóiparára

A koronavírus hatása az egyes országok autóiparára		
	Erintett munkavállalók száma	Termelés kiesés
Ausztria	2037	6599
Belgium	14600	17635
Horvátország	500	-
Csehország	45000	77740
Finnország	4500	11222
Franciaország	90000	103280
Németország	568519	359287
Magyarország	30000	34698
Olaszország	69312	78033
Hollandia	13500	16511
Lengyelország	6730	43521
Portugália	6981	17912
Románia	20000	26124
Szlovákia	20000	52411
Szlovénia	2890	8950
Spanyolország	60000	237806
Svédország	67000	18253
Egyesült Királyság	65455	88963
Teljes EU + UK	1087293	1198945

Forrás: ACEA, Portfolio

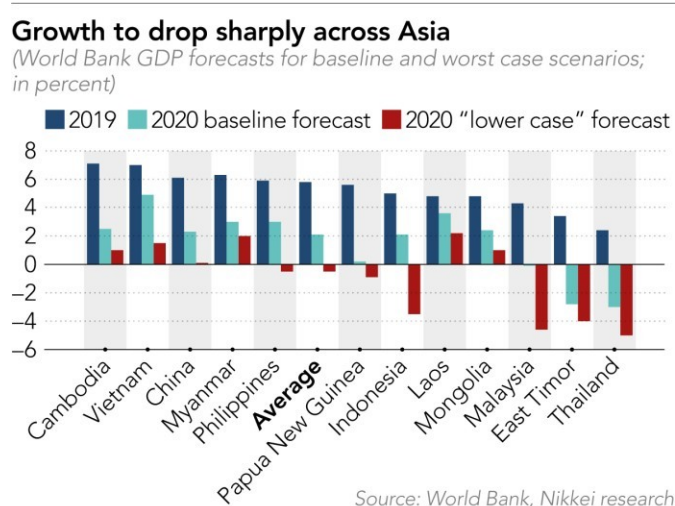
Forrás: HEPA, 2020

Afrikában nagy szükség van az élelmiszerimportra és az annak finanszírozására szolgáló exportra, ennek tudatában még súlyosabb a tény, hogy ebben a térségben több millió embert fenyeget áruhiány.

A World Food Programme szerint évente csaknem 2,8 milliárd embert lehet ellátni a rizs, szója és búza export-import révén. Emiatt is van az, hogy a legveszélyeztetettebb földrész Afrika, mivel ez a térség 2 évvel ezelőtt több, mint 40 millió tonna gabonát importált.¹⁷

¹⁷ <https://www.zmkik.hu/hu/letoltes/110604/8b337> Letöltve: 2020.11.06

6. diagram: Növekedés drasztikus csökkenése Ázsiában



Forrás: HEPA, 2020

1.1.1. Németország

Németországban az új autók értékesítése több, mint 1/3-ával csökkent a járványhelyzet miatt márciusban. 38%-kal zuhant az újautó-értékesítés Németországban, a Reuters hírügynökség szerint, ami csupán 215 ezer autó eladását jelenti ebben a hónapban. Az év első negyedében 20%-kal visszaesett az értékesítés, mivel az év eleje erősnek volt mondható, az első 3 hónapban 701 ezer új autót adtak el.

Németország az egyik legfontosabb kereskedelmi partnere Magyarországnak, a német autógyárak pedig sorra jelentették be termelésük leállítását. A magyar kivitel, emellett 44%-os importaránya sokkal magasabb az uniós átlagnál, amely csupán 11,6%-os.

„Németországban a bruttó hazai termék (GDP) 3-6%-kal csökkenhet az idén – jelentette ki Joachim Lang, a BDI igazgatója. A BDI számításai szerint az euróövezetben 3-5%-os GDP-csökkenésre kell számítani, az Egyesült Államokban 2-4%-osra, míg Kínában 2% alattira csökkenhet a GDP-növekedés mértéke.”

Áprilisban az igazolt fertőzöttek számának alakulása a koronavírus járvány lassulását igazolta. Ekkor a „Leopoldina” javaslata szerint fokozatosan visszább lehetett vonni a társadalomra és a gazdaságra vonatkozó előírásokat, korlátozásokat.¹⁸

¹⁸ <https://www.zmkik.hu/hu/letoltes/110604/8b337> Letöltve: 2020.11.06

1.1.2. Kína

„Kínában április végéig a koronavírus-járvány miatt korábban leállt nagy iparvállalatok 98,6%-a újraindította a termelést a pekingi Ipari és Informatikai Minisztérium hétfői bejelentése alapján. A kis- és középvállalatok 76%-a kezdte meg újra a termelést országaszerte.”

Kínában az év eleji hónapokban óriásit zuhant például az új autók értékesítése. A februári hónapban kicsit több, mint 300 ezer személyautót adtak el, ez a szám 80 százalékos csökkenést jelent, a 2019-es év februári adataihoz képest. Az Ipari és Információtechnológiai Minisztérium nem adott ki még tájékoztatást, hogy pontosan milyen intézkedésekkel próbálják mérsékelni ezt a drámai csökkenést az év további részében, a legjobb döntés valószínűleg az autóvásárlást terhelő adó csökkentése lenne.

1.1.3. USA

Egy amerikai befektetési bank és pénzügyi szolgáltató, a Morgan Stanley lefelé módosította az amerikai GDP-előrejelzéseket, 2020-ra átlagosan 5,5%-os recessziót várnak. Az első negyedévben a bank szerint -2,4% helyett -3,4%, a második negyedévben 30% helyett 38% is lehet a GDP visszaesése évesítve. Ezzel szemben a harmadik negyedévre már felpattanást várnak az elemzők, amikor is közel 21%-ra növekedhet az amerikai GDP.

1.1.4. Magyar kereskedelmi és gazdasági kilátások, folyamatok, adatok

„Orbán Viktor miniszterelnök kifejtette, hogy a jogszabályok lehetőséget adnak az elfogadott költségvetéstől való eltérésre. A miniszterelnök kijelentette, hogy azoknak a forrásoknak kell megmaradniuk a minisztériumok költségvetésében, melyekre ott feltétlenül szükség van, a felszabadítható összegekből pedig egy-egy alapot kell létrehozni válságkezelésre, illetve a gazdaság újraindítása érdekében. 2021-re olyan „lecsupaszított költségvetést” kell készíteni, amely minél nagyobb mozgásteret biztosít a válságkezelésre és a gazdaság újraindítására. A jegybankkal közösen szükséges megtervezni, miként lehet a monetáris és fiskális eszközöket úgy felhasználni, hogy a lehető legnagyobb lökést biztosítsa a magyar gazdaságnak.”¹⁹

„A kormány várakozásai szerint 6-6,5%-kal eshet vissza idén a magyar gazdaság teljesítménye, majd onnan 2021-ben is az eddig vártnál kisebb visszapattanás jöhet. Varga Mihály közgazdász, a Fidesz országgyűlési képviselője jelentette be, hogy az eddiginél

¹⁹ <https://www.zmkik.hu/hu/letoltes/110604/8b337> Letöltve: 2020.11.06

mélyebb gazdasági visszaeséssel számol már a kormány. A legutolsó előrejelzés 5-6%-os GDP-csökkenésről szólt, de ennek inkább az alsó széléhez közelebb. A magyar bankok 2020-as GDP-előre jelzésének mediánja 6,2%-os visszaesést feltételez. Jövőre az eddig várt 4,8%-os GDP-növekedés helyett már csak 3,5-4%-os gazdasági bővülést vár a minisztérium.”²⁰

7. diagram: Az Európai Bizottság előrejelzései Magyarországgal kapcsolatban

(százalék)

	2020		2021	
	május	november	május	november
GDP	-7,0	-6,4	6,0	4,0
Háztartások fogyasztása	-6,0	-3,1	5,5	4,4
Beruházások	-18,7	-10,4	8,9	4,1
Export	-14,0	-8,5	11,2	8,3
Import	-15,0	-5,3	10,1	6,7
Foglalkoztatás	-3,8	-3,5	1,1	0,4
Munkanélküliség	7,0	4,4	6,1	4,4
Költségvetési egyenleg a GDP arányában	-5,2	-8,4	-4,0	-5,4
Államadósság a GDP arányában	75,0	78,0	73,5	77,9

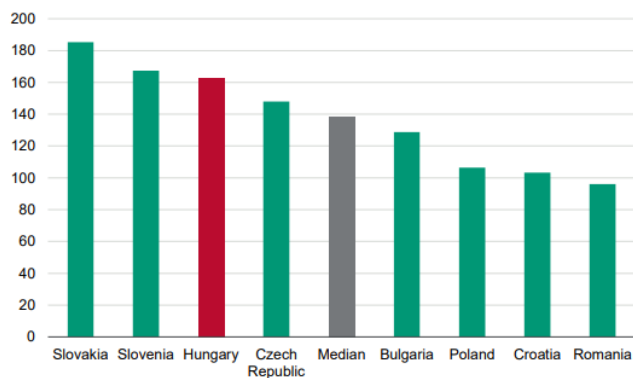
Forrás: Európai Bizottság

Forrás: HEPA, 2020

8. diagram: Áruk és szolgáltatások exportja és importja %-os arányban

Hungary's high degree of trade openness makes the country vulnerable to global demand shocks

Exports and imports of goods and services, % of GDP (2019)



Forrás: HEPA, 2020

²⁰ https://hepa.hu/hirek/A-koronavirus-gazdasagi-es-kereskedelmi_hatasai Letöltve: 2020.11.20

2. ÁLHÍREK A COVID-19 JÁRVÁNY IDEJÉN

„A vírust denevérből készült levesből kapták el az emberek”, „az EU-s tagállamok egymás elől veszik el az orvosi felszereléseket a hiány miatt” - biztosan olvastuk, hallottuk már ezeket az állításokat, amik elborították az internetet.

Az Egészségügyi Világszervezet (WHO) szerint a valótlán történetek jelenleg „gyorsabban terjednek, mint a vírus”.

Az álhírek, illetve a valód hírek tűnő félretájékoztatás célja, a manipuláció és az olvasók félrevezetése, főként politikai céllal. A közösségi média rendkívül nagy segítséget nyújt a hamis információk terjesztésével. Gyorsabban és könnyebben tudják ezeket az álhíreket terjeszteni, mellyel a nagyobb internetes platformok próbálnak szembeszállni. Az ő céljuk, hogy a valótlán információkat szertefoszlassák, illetve, hogy helyes információt osszanak meg az olvasókkal.

Jelenleg az egyik legfontosabb kérdés az az, hogy hogyan tudjuk felismerni a félretájékoztatást, másnéven a dezinformációt? Mit tehetünk annak érdekében, hogy lassítsuk, vagy megakadályozzuk ezen álhírek terjedését? Mit tesz az EU ezzel kapcsolatban? A főbb kérdéseket, illetve válaszokat foglalom össze ebben a témakörben.

Valóban olyan veszélyes a koronavírus-járvánnyal kapcsolatos félretájékoztatás?

Sajnálatos módon az emberek többsége mindent elhisz, amit az interneten olvas, vagy a tévében lát. Ennél talán még nagyobb baj az, hogy ezeket a híreket egyből el is hiszi és ismerőseinek, rokonainak megosztja azt, akik aztán ezt ugyanúgy tovább terjesztik.

A vírus megjelenésekor kialakult egyfajta pánik az emberekben, ha azt nézzük, hogy ettől óvatosabbak lettek, ez talán nem is jelent akkora bajt. Az igazán nagy baj azzal van, ha erre a pánikszerű hangulatra még rá teszünk egy lapáttal olyan hírek terjesztésével, megosztásával, melynek igazságtartalma megkérdőjelezhető.

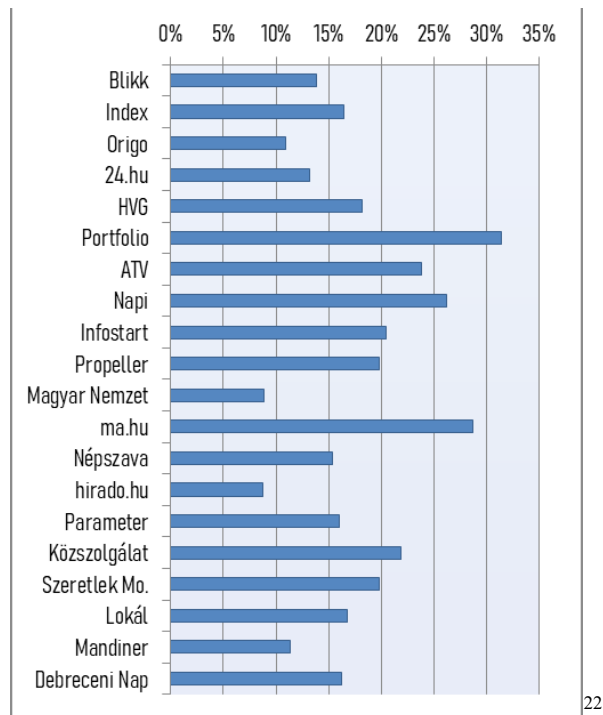
Előfordultak olyan esetek, hogy a szülők nem akarták beadatni gyermekeiknek a kanyaró és más betegségek elleni védőoltásokat, a vakcinákról szóló fals, félrevezető információk okán. Ebből adódóan rohamos növekedésnek indult a kanyarós megbetegedések száma.²¹

²¹<https://www.europarl.europa.eu/news/hu/headlines/society/20200326STO75917/felretajekoztatás-es-alhírek-vírusszeruen-terjednek-a-covid-19-jarvany-idejen> Letöltve: 2020.11.03

Abban az esetben, ha nem is hiszik el az emberek a vakcinákról szóló hamis állításokat, akkor is megingathatja a kutató szakemberek által közölt tényeket.

Manapság egy ártalmatlan Facebook- bejegyzés, vagy tweet is hatalmas jelentőséggel bírhat, és ugyanakkora figyelmet kaphat, mint egy szakember tudományos elemzése, é ez rendkívül ártalmas társadalmunkra

9. diagram: A legtöbb koronavírussal kapcsolatos hírt közlő médiumok toplistája



Forrás: Media1, 2020.03.11

Miért terjesztik az emberek a valótlan történeteket?

Egyik oka nyilvánvalóan a haszonszerzés. Ebben az esetben olyan hangzatos, figyelemfelkeltő, vagy clickbait szalagcímek alatt terjesztik az álhíreket, ami szinte azonnal klikkelésre ösztönzi a célközönséget. A több kattintás így több bevételhez juttatja az álhír terjesztőt.

A másik cél lehet az EU tekintélyének meggyengítése, amit bizonyos témájú videók, fotók, vagy cikkek létrehozásával érnek el, így meghatározott irányba terelhetik az olvasót.²³

²²<https://media1.hu/2020/03/11/igy-arasztottak-el-a-koronavirusrol-szolo-hirek-a-magyar-online-mediát/>
Letöltve: 2020.11.20

²³<https://www.europarl.europa.eu/news/hu/headlines/society/20200326STO75917/felretajekoztatas-es-alhitek-viruszeruen-terjednek-a-covid-19-jarvany-idejen> Letöltve: 2020.11.03

Ezek főleg Oroszország, vagy Kína politikai erőitől származhatnak, az Unió félretájékoztatásra szakosodott csapatának jelentése szerint.²⁴

Az EU félretájékoztatást figyelő blogján különböző információkat, további példákat lehet találni a koronavírus-járványról szóló álhírekkel kapcsolatban (angol nyelven). Általában az emberek elhiszik a kitalált történeteket és ezért is osztják meg, nem pedig azért, hogy szándékosan ártsanak vele.

Hogyan akadályozhatom meg ezek terjedését?

Könnyű észrevenni azokat a szalagcímeket, amelyek túl szórakoztatóak, vagy ami túl szép, hogy igaz legyen. Címek, melyek szenzációnak tűnnek, melyeket úgy fogalmaztak meg, hogy erős érzelmet váltson ki az emberekből. Ilyenkor ahelyett, hogy egyből tovább küldenék egy ismerősünknek, vagy megosztanánk azt, előtte keressünk utána az interneten, hogy biztosan hiteles-e az információ. Ezt célszerű egy megbízható honlapon megtenni, illetve olyan szerző írásában higgyünk csak, aki már bizonyította előtte, hogy nem kitalált történetekből él.

Mit tehetünk, ha ismerősünk egy valótlan történetet oszt meg?

Egy jól kidolgozott mechanizmus működik a közösségimédia-oldalokon, ahol könnyedén lehet jelenteni az álhíreket tartalmazó posztokat, köztük a koronavírus-járvánnyal kapcsolatosakat is. Próbáljunk beszélni ismerősünkkel, vagy rokonunkkal, aki megosztotta az ilyen álhíreket, és próbáljuk meg észhez téríteni. Nagy valószínűséggel nem rossz indulatból osztotta meg az adott hírt, csupán, amit már előbb is említettem, meglepődött a szalagcím láttán, és már-már szenzációnak tartotta azt. Próbáljuk meggyőzni, hogy nincs igazságalapja az általa megosztott hírnek, és hogy máskor járjon jobban a dolgok után, mielőtt tovább küldi azt.

Mit tesz az EU az álhírek terjedése ellen?

Az Európai Bizottság folyamatosan tájékoztat a koronajárványról, és nagy erőt fektet abba, hogy a megjelenő álhíreket megcáfolja, többek között az Euvdisinfo.eu oldalon. Emellett szorosán együttműködik online platformokkal, hogy azok a tényellenőrzés során valótlanak

²⁴<https://www.europarl.europa.eu/news/hu/headlines/society/20200326STO75917/felretajekoztatas-es-alhitek-viruszseruen-terjednek-a-covid-19-jarvany-idejen> Letöltve: 2020.11.03

ítélt – így veszélyes és illegális – tartalmakat távolítsák el vagy sorolják hátrébb a találatok között.

3. VÁLTOZÁSOK A MARKETINGBEN A COVID-19 UTÁN

Proaktivitás, a változásokhoz való alkalmazkodás, azonnali megfelelő kezelése, még jobb eredmények és költséghatékony megoldások. Ezeket az elvárásokat hozta a Covid-19 járvány az ügyfelek oldalán a marketingkommunikációval és a marketingvezetőkkel kapcsolatban. Rengetegen gondolkodnak új tenderek kiírásában, a jelenlegi ügynökségük lecserélésén, derült ki a „Progressive Reklámügynökség” kutatásából.

A reklámügynökségeknek és a marketingeseknek egy rendkívül kényelmetlen helyzetet alakított ki a koronavírus járvány, melyet egyfajta vizsgának, új kihívásnak fognak fel. Elengedhetetlen erény jelen pillanatban az, hogy gyorsan és rugalmasan tudjanak reagálni a gazdasági változásokra és az, hogy ezeket a leghatékonyabban tudják kezelni.

„Annak érdekében, hogy a gazdasági élet újraindítása sikeres legyen és eredményesen tudjunk együtt működni a következő időszakban, fontos, hogy továbbra is legyen széleskörű kommunikáció az ügyfél és ügynökségi oldal között az új elvárásokról, alkalmazkodási stratégiákról. A Progressive Reklámügynökség annak érdekében végzett kutatást, hogy kiderítse, a megbízói oldal milyen kihívásokkal találta szembe magát, ezekre milyen válaszokat adtak és milyen ügynökségi támogatásra van szükségük az eredményes működés érdekében.”

Nagyobb elvárások, kibővült feladatkör

A vállalatoknál lévő várakozásokat rövid távon, negatívan befolyásolták maga a járvány és annak gazdasági hatásai. Ezzel szemben optimisták az ügyfelek, a hosszú távú kilátásokkal kapcsolatban. „A járvány kitörése után az ügyfeleknél a marketingbüdzsé lecsökkentése mellett is nagyobb lett a menedzsment által a marketingkommunikációtól elvárt eredményesség, ráadásul ez nemcsak rövid távra, hanem hosszú távra is szól.”

Nagyobb elvárásokat támaszt több cégvezető a menedzserekkel. A vírushelyzetben rendkívül fontossá vált a proaktivitás és a rugalmasság a változásokra. Emellett fontos szerepet fordítanak a legtöbb helyen arra is, hogy költséghatékonyabb megoldásokat alkalmazzanak

cégen belül, az integrált megközelítés, illetve a stratégia gondolkodás felértékelődött ezekben az időkben.²⁵

➤ *Bővült a marketing menedzserek feladatköre.*

Több lett a piac- és kampányelemzési tennivalók száma, illetve a fogyasztói igények megismerésével kapcsolatos teendők száma is nőtt. Ezen kívül az kampánytervezési, stratégiai, taktikai, illetve büdzsé tervezési feladatok száma is megnőtt, ezt mind tapasztalták az ügyfelek, mint a válság egy mellékhatása. Ugyancsak több munkát jelent az ügyfeleknek a projektmenedzsment és a megvalósítás is.

Átstrukturálás, digitalizáció, új ügynökségi feladatok

➤ *Változott az ügynökségek szerepe*

Ezzel párhuzamosan a reklámügynökségekkel kapcsolatos elvárások is megemelkedtek. Az ügyfelek, a kommunikáció ilyen szintű digitalizálásával nem olyan meglepő, hogy jobban értékeli a social media területek irányításával kapcsolatos képességeket.

A megváltozott környezet, az új kihívások, amik új fogyasztói elvárásokat jelentettek, arra ösztökélték az ügynökségeket, hogy gyorsan reagáljanak. A feladatok sokasága, amit a megváltozott körülmények is befolyásoltak, mást igényelt a megrendelőktől, az image helyreállítással párhuzamosan stratégiai tanácsadási feladatok megoldásai kerültek a fókuszba. A piaci területek elvesztése után, a márka újra építése, gyorsan reagáló stratégiai tanácsadást követelt meg. Közös gondolkodás és a napi együttműködés rugalmas cselekvési tervet követelt meg.

➤ *Átstrukturálás, digitalizáció, új ügynökségi feladatok*

Több fontos döntést kellett meghozniuk az ügyfeleknek a járványra reagálva. A korábban jóváhagyott kommunikációs aktivitásokat és marketing mixet át kellett alakítaniuk, illetve új kommunikációs aktivitásokat indítottak. Nagy részben csökkentették a marketingkommunikációs büdzsét, miközben nem ennek csökkentése, hanem átstrukturálása lenne a hatékony megoldás az ügyféloldali menedzserek szerint.²⁶

²⁵ <https://www.mmonline.hu/cikk/igy-valtozik-a-marketing-a-covid-19-utan/> Letöltve: 2020.11.05

A COVID-19 , és annak hatása a marketing területeken az ügyfelek felé empatikus média kommunikáció és PR területén is olyan munkát követelt meg, ami felismerve a kor kihívását, illetve a járvány katalizátor hatása előre hozott olyan digitális kommunikációt, ami később úgyszólván megtörtént volna, hiszen az érintés mentes jövő képe, már a járvány előtt is a kapuinkat dőngette.

A célirány ez lett, és a válság „újra tervezést” jelentett sok megrendelőnél, ügyfélnél, új tendereztetéssel, ami a megbízók 20%-át érinti, és 5-10% tervezi az ügynökségeik cseréjét, a frissítés érdekében. Az ügyfelek jelentős része új kreatív ötleteket vár, és költség hatékony előre mutató megoldásokat.

➤ *Mire vágnak a megbízók?*

A megváltozott új helyzet rugalmasságon alapuló áttervezések felé való lépéseket vár el, és ezek közül élen jár a tudatos stratégiát követő költséghatékony megoldások számbavétele, a költségkeret racionális kihasználása. Az ügyfelek érhető megoldásokat és gyors reagálást várnak, amiben a proaktivitás, az együtt gondolkodás, amiben az ügyfélkör minden újra vevő, és ennek érdekében az ügynökségeknek, prompt ötletekkel és kezdeményezésekkel kell elől járniuk.

Összességben megállapítható, hogy az ügyfelekkel együtt gondolkodó ügynökségek ideje jött el, és akik eddig csak követték az ügyfélköreik elvárásait, azoknak is változtatniuk kell. A sokszor elcsépelet aspektusban emlegetett proaktív ügynökségek a gyorsaságukkal és a rugalmas válaszaikkal, cselekvési terveikkel tudnak az ügyfelek hasznára lenni, ahol a véges költségvetéseket és határidőket szem előtt tartva a megrendelőkre címzett megoldás születhet.²⁷

²⁶ <https://www.mmonline.hu/cikk/igy-valtozik-a-marketing-a-covid-19-utan/> Letöltve: 2020.11.05

²⁷ <https://www.mmonline.hu/cikk/igy-valtozik-a-marketing-a-covid-19-utan/> Letöltve: 2020.11.05

4. MÉDIAPIAC HELYZETE JÁRVÁNY UTÁN

A marketing alakulása a COVID-19 időszakában?

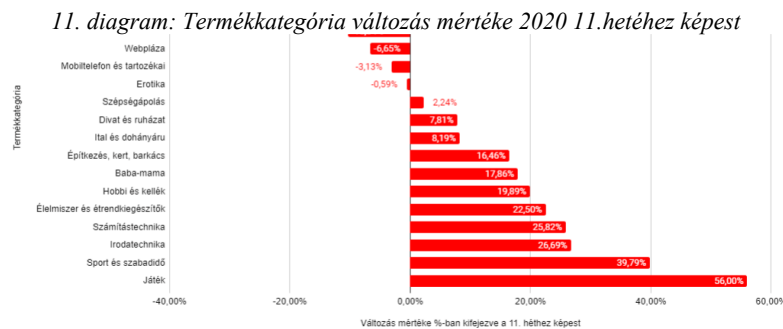
Steve Gladdis, a MediaCom stratégiai igazgatója globális szempontból mutatta be a visszaállást a járvány után. Szerinte egyfajta lehetőségként kell tekinteni a járvány által kialakított helyzetre, annak ellenére is, hogy egy nagyon nehéz időszakon vagyunk túl. Arra, hogy ez egy lehetőség a legjobb példa lehet sok népszerű márka, melyek átalakulásukkal új piacra tudtak szert tenni. A koronavírus főként azokra a cégekre és üzletekre jelentik a legnagyobb fenyegetést, melyek a fizikai jelenlétre, érintkezésre építkeznek legfőképp, ilyen például az IKEA. Ahhoz, hogy eljusson a vásárló a boltban a céljáig, végig kell mennie egy előre kijelölt útvonalon, ami legtöbbször rendkívül zsúfolt.

Rendkívül sok ember otthonról dolgozik, miközben a gyerekeik is otthon vannak, a különféle márkáknak tehát érdemes megcélozni azt a piacot, amelynek arra van szüksége, hogy kényelmesebben és hatékonyabban tudjon otthonról dolgozni.

A másfél méteres gazdaság

A MediaCom Globális Programmatic vezetője Ruud Wanck egy előadásában azt kérdezte, hogy mit kíván meg pontosan a szolgáltatóktól a 1,5 méteres távolság? Az e-kereskedelem sosem lesz olyan, mint a vírus előtt volt, kezdve a higiéniával. A felhasználók 86%-a elégedett a digitális átállással, 75% pedig jelezte, hogy a járvány után is tovább használja a digitális felületeket. Az utazások ugyan leálltak, az országok közötti e-kereskedelem szinte

10. diagram: Termékkategória változás mértéke 2020 11.hetéhez képest



virágzik.²⁸

Forrás: Shoprenter, 2020.04.09²⁹

Muszáj visszanyerni a fogyasztók kereskedelembé vetett bizalmát, ezért az új világ szerves rész lesz az ő igényeiknek szigorú követése, jelentette ki Sid Singh (APAC vezető). Ezzel kapcsolatban rendkívül fontos, hogy a kereskedők hogyan bonyolítják le az üzletet, emellett az UX és az UI is. A partnerségre eddigieknél nagyobb hangsúlyt kell fektetni, erre pedig az élelmiszerüzletek és kiszállítók közti kapcsolat a legjobb példa. A fizikai jelenlét és az emberi interakciók visszaszorulnak, kulcsszerep jut a jobb termék megjelenítésnek, illetve az influencerek hatékonyabban fogják tudni eladni a termékeket, mivel az úgynevezett infomercial műfajra nagyobb hangsúlyt helyeznek.

A „Buy online, pick up in store” vásárlási forma szintúgy népszerűbbé válik, a fogyasztók elvárásai kiterjednek a biztonságra is. A termékkeresés szerepét a jövőben már nem csak a Google fogja kielégíteni, ebben ugyanakkora szerepet fog vállalni a különféle e-kereskedelmi oldalak és a közösségi oldalak is. köztük a legnagyobbak is, mint az Amazon, vagy az Ebay, közösségi oldalon pedig az Instagram és a Facebook. 4 fő területre kell figyelniük a marketingeseknek, a járványhelyzet kialakulása óta: impulzusok újra tervezése, adategyelőség, kereskedelmi határok átalakulása, és végül a költségek átcsoportosítása.³⁰

²⁸ <http://www.mediapiac.com/marketing/Hogyan-rendezodik-at-a-mediapiac-a-jarvany-utan/114459/> 2020.11.04

²⁹ <https://www.shoprenter.hu/blog/koronavirus-e-kereskedelem> Letöltve: 2020.11.02

³⁰ <http://www.mediapiac.com/marketing/Hogyan-rendezodik-at-a-mediapiac-a-jarvany-utan/114459/> Letöltve: 2020.11.04

Média revolúció a COVID-19 időszak alatt

A COVID-19 megváltoztatta az emberek viselkedését is, derült ki Török Judit, MediaCom vezető előadásából. Korábban elképzelhetetlen digitális változások mentek végbe a koronavírus jelenléte alatt. A Spotify által kiadott adatok szerint több, mint 30%-kal nőtt előfizetőik száma, melyet inkább a fiatalabb korosztály választ, míg a másik nagy streaming szolgáltatót, az HBO Go-t az idősebbek. Amerikát követve Magyarországon is megnőtt az előfizetők száma ezekre a szolgáltatásokra, a 18-35 évesek között jelentősen visszaesett a TV fogyasztás emiatt. Ennek oka főként az, hogy már inkább mobiltelefonon és tableten történik a fogyasztás.

A távmunka mellett az online bankolás is nagyobb szerephez jutott az elmúlt időszakban, az értintős fizetés az életünk részévé vált, emellett kialakultak az olyan orvosi rendelők szolgáltatásai is, melyek telefonon keresztül adnak tanácsokat azelőtt, hogy személyesen felkeresnénk őket. A digitális átalakulás irányába mutatnak ezek a folyamatok is. A különféle márkák életében fontos szerepet játszik az általuk képviselt üzenet és ebben elengedhetetlen, hogy megbízható partnereknél jelenjenek meg. Nagyon fontos, hogy minél több technológiai váltást és újítást lovalogjanak meg a cégek mivel, ha ez nem történik meg, vagy sokat késnek vele, jelentős piaci részesedéstől eshetnek el.³¹

A koronavírus hatása az influencer marketingre

A marketingszakemberek igyekeznek alkalmazkodni a gyors és különféle változásokhoz az influencer marketing terén, melyet jelenleg a koronavírus nagymértékben befolyásol. Rendkívül nehéz helyzetben vannak, hiszen a költségvetések sok helyen most szűkebbre vannak szabva és a sok esemény miatt, melyek elmaradnak a vírushelyzet miatt, emellett a vásárlók szokásai is változnak ezen időszak alatt, hiszen sokkal átgondoltabban vásárolnak. A szakemberek ezért az influencer marketing tekintetében is igyekeznek olyan termékeket a fókuszba helyezni, amelyekre most kiemelt szükség van. Sokan folytatják az együttműködést ugyanazokkal a véleményvezérekkel, mint korábban, de sok esetben más válik a reklám tárgyává. Egy példa erre: a korábban smink- és bőrápolási termékeket reklámozó cégek például a légrfrissítők és kézfertőtlenítők népszerűsítésére tértek át, hiszen ezen időszak alatt ezek a jövedelmezőbbek.

³¹ <http://www.mediapiac.com/marketing/Hogyan-rendezodik-at-a-mediapiac-a-jarvany-utan/114459/> Letöltve: 2020.11.04

Az influencer marketing helyzetének alakulása igen egyedi. Sok cég, a biztos bevételt ígérő reklámtevékenységeket alkalmazza most inkább a vírushelyzet alatt. A szórakoztató és vendéglátó iparral, az utazással kapcsolatos üzletágak beindulása várható a legkésőbb, így nyilvánvalóan ezekkel a tevékenységekkel kapcsolatos influencer marketing is később kerül felmenő ágba. A világjárvány megjelenése miatt a hirdetési költségek általánosságban csökkentek, ezért több vállalkozás a felszabadult keretet erre a típusú marketingre fordítja.

Az influencer marketing felhasználása is eltérő cégenként. Vannak, akik termékeik népszerűsítése érdekében alkalmazzák, hogy így növeljék eladásait, míg más vállalatok arra helyezik a hangsúlyt, hogy magát a márkát és annak hírnevét építsék, valamint, hogy felhívják a figyelmet arra, szolgáltatásaik miként is nyújthatnak segítséget ebben az időszakban.

Egy óriási előny az influencerek mellett az is, hogy a különböző kép- és videótartalmak elkészítése nehézségekkel jár a cégek számára a social distancing és a személyes érintkezéseket érintő intézkedések betartása miatt. Ekkor lép az a képbe, hogy a terméket egész egyszerűen csak el kell küldeniük a cégeknek azoknak az influencereknek, akikkel kapcsolatban vannak, ők pedig ezeket a termékeket otthon tudják tesztelni és kipróbálni, másokkal történő érintkezés nélkül. Egy, a New York-i Business Insider által kiadott cikkjében kiderül, hogy a tartalomkészítés terén is növekedett az influencerekkel történő együttműködések száma is.

A nagy televíziós reklámok készítése helyett sokan a YouTuberekhez fordulnak, hiszen így nem kell egy egész stábot bezsúfolni egy stúdióba hosszú órákra.

Emellett pedig azok az influencerek, akik fitnesszel és életmódtanácsokkal foglalkoznak, különösen jó helyzetbe kerültek, hiszen most nagyon sokan keresnek otthoni edzésterveket.

Hajlamosak jobban teljesíteni azok a közösségi média kampányok, melyek nem lettek törölve, késleltetve. Ennek oka is főként abban keresendő, hogy az emberek azzal, hogy sokkal több időt töltenek otthon, több időt töltenek online is, ez látható a Facebook-on ismert „kedvelések” számában, és a posztok megosztásaiban is. Sok Instagram influencer is arról számolt be, hogy a koronavírus kialakulása óta sokkal több aktivitást tapasztalnak ők is, ez pedig kimutatható az élő videók és a „mystory”-k nézettségén is.

Azok a cégek, amelyek már rég óta nagy hangsúlyt fektetnek a közösségi média marketingre, növekedést tapasztalhattak a fizetett bejegyzéseikkel kapcsolatos aktivitásban, mivel a

fogyasztók nagytöbbsége sokkal több időt tölt otthon, és így online is. Az influencer marketing terén előtérbe kerülhet a befektetés megtérülése, ez azt jelenti, hogy az elsődleges cél, hogy a befektetett összeg a vásárlásokon keresztül megtérüljön.

Az influencer marketing növekedésének fő oka az, hogy a cégeknek csökkenteniük a költségvetésüket. Ebből pedig az következik, hogy az influencerekkel való együttműködésnek következtében, a hirdetések egyre kevésbé fognak a márka megismertetésére koncentrálni, az eladások mennyisége kerül a főszerpbe. Azok a cégek pedig, amelyek nem használják rég óta az influencer marketinget, most biztosan átgondolják azt, hogy a jövőben alkalmazzák-e azt.³²

Social media platformok haszna a koronavírus idején

A különféle közösségi felületek, másnéven social felületek, gyorsan helyt álltak, és reagáltak a kialakult krízishelyzetre. A hiteles információfogyasztás és lelki jóllétünk érdekében sorra érkeznek a különböző fejlesztések, újítások a platformokra.

Az egyes felületek által közzétett, központi pozitív üzenetek segítenek a közhangulat javításában, a szigorított szabályozások pedig igyekeznek megakadályozni az álhírek terjedését és a nyereszkekedést. Ilyen helyzetekben akár extra funkciókat is kapunk, melyek segíthetik az információáramlást, többféle formában támogathatnak minket a kapcsolatfelvételben.

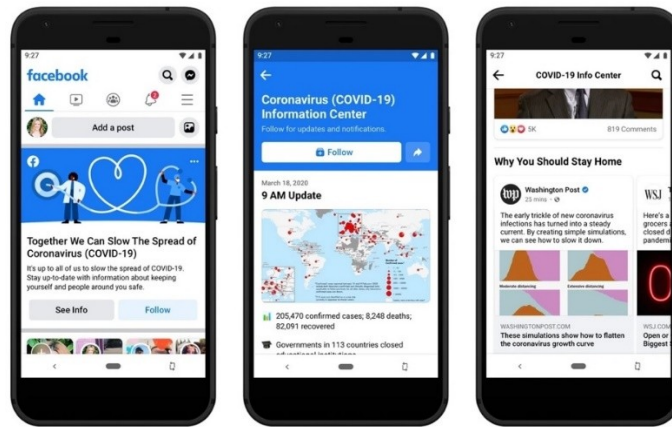
➤ Facebook

A Facebook már sok válsághelyzet szerű állapotban felkészültnek bizonyult a múltban. Gondoljunk csak a különféle terrorcselekményekre, melyek során üzeni tudtunk ismerőseinknek, hogy biztonságban vagyunk, vagy amikor pénzgyűjtést szerveztek olyan országoknak, ahol valamilyen természeti katasztrófa történt, például Ausztrália.

A Facebookon rengeteg álhírt, hamis információt láthatunk, melyek nagyrészt lehet ismerőseink osztottak meg. A felület viszont szigorú szabályokat hozott, melyek során a rendszer automatikusan törli az álhíreket tartalmazó posztokat. A dezinformációk terjedése

³² https://kozossegi-media_mindenkinek.blog.hu/2020/05/22/a_koronavirus_hatasa_az_influencer_marketingre

ellen létrehoztak egy információs centert, ahol a WHO által megerősített adatokat, javaslatokat olvashatjuk.



1. kép: A Facebook koronavírus idején

Forrás: hdm marketing, 2020

Emellett adománygyűjtésre és a rászorulókat és önkéntesek összekötésére is alkalmazhatjuk a felületet.³³



2. kép: Facebook koronavírus adakozás
Forrás: hdm marketing, 2020



3. kép: Instagram a koronavírus idején
Forrás: hdm marketing, 2020

34

➤ Instagram

A hírhedt Instagram „feed” tetején létrehoztak egy ablakot, ahol a WHO hivatalos oldalára irányítják az érdeklődőket, ezzel harcolnak az álhírek és félretájékoztatások ellen.

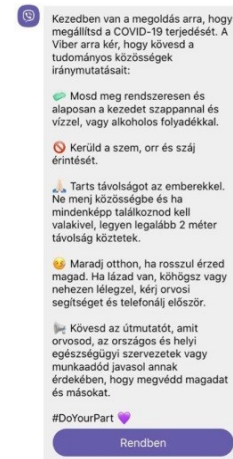
³³ <https://hdm marketing.hu/hogyan-segitenek-a-social-media-platformok-koronavirus-idejen/> Letöltve:2020.11.04

³⁴ <https://hdm marketing.hu/hogyan-segitenek-a-social-media-platformok-koronavirus-idejen/> Letöltve:2020.11.04

Ezen kívül egy újabb “*STAY HOME*” matricával próbálják arra ösztönözni a felhasználókat, hogy válasszák az otthonmaradást. Ha a matricát felhasználjuk a storykhoz, a képeink, videóink egy összesítő történetbe fognak bekerülni, így az emberek egymást is tudják inspirálni különböző otthoni tevékenységekre.

➤ *Viber*

A Viber az egyéni felelősségre helyezte a hangsúlyt, praktikus információ csomagok formájában. A csoportos hívásokban részt vehetők számát megkétszerezték, így már akár 10-en is bekapcsolódhatnak egy beszélgetésbe, hogy így hozzájáruljanak közelebb az embereket egymáshoz.



4. kép: Koronavírus aktivitás a Viberen

Forrás: *hdmarketing, 202*

➤ *Twitter*

A Twitter is főként az álhírek kiirtását tarja az egyik legfontosabb dolgoknak. Ők hitelesség szerint rangsorolják a különféle tweeteket. Ha valakit beazonosítottak, hogy tényleg szakértője-e az adott témának, esetleg tagja egy elismert intézménynek, akkor az ő tweetje sokkal több embert fog elérni, így a felhasználók hiteles forrásokhoz juthatnak a koronavírussal kapcsolatban.³⁵

➤ *YouTube*

Azon kívül, hogy rengeteg koronavírushoz kapcsolódó videót töltöttek már fel a felhasználók, melyekben segítséget nyújtanak az embereknek, a vírussal kapcsolatos keresésekre megjeleníti a WHO honlapjának linkjét. Egyetemeknek és iskoláknak óriási segítséget nyújt például a live streaming szolgáltatás, hogy zökkenőmentesen tudjanak tanulni a diákok. A LearnHome felülettel még egyszerűbben is megtalálhatják a diákok azt, amiről éppen tanulni szeretnének.

➤ *Tiktok*

A Tiktok különféle adományokkal támogatja az Egészségügyi Világszervezetet, illetve szabályozza a már általam is említett álhírek és hibás információk terjedését, emellett oktató célzatú információkkal látja el az applikáció felhasználóit.



6. kép: Tiktok és a WHO kapcsolata

Forrás: hdmarketing, 2020

³⁵ <https://hdmarketing.hu/hogyan-segitenek-a-social-media-platformok-koronavirus-idejen/> Letöltve:2020.11.04

A felhasználók a vírushelyzet miatt kialakult időszakban még több időt töltenek a különféle felületeken azért, hogy megtalálják a számukra fontos híreket.

Ezt látván a közösségi platformok gyorsan reagáltak, és ennek köszönhető ez a sok fejlesztés és újdonság, melyekből az előbb gyűjtöttem össze néhány példát. Néhány ember számára igenis fontosak ezek az újdonságok, hiszen könnyebben kezelhetővé válhatnak tőle az alkalmazások, illetve lelki támogatást is nyújthatnak, ami nagy segítség ebben az időszakban.³⁶

³⁶ <https://hdmarketing.hu/hogyan-segitenek-a-social-media-platformok-koronavirus-idejen/> Letöltve:2020.11.04

5. PRIMER KUTATÁS

Kutatásommal azt szeretném megvizsgálni, hogy különféle nemű, illetve korcsoportba tartozó személyek, hogyan és miként állnak a koronavírushoz, legyen szó magáról a betegségről, vagy a vírushelyzet által kialakult gazdasági helyzetről. Kutatásom során mélyinterjút alkalmaztam, mivel szerintem sokkal pontosabb eredményt érhetek el, ha személyesen kérdezem meg ezeket a fontos kérdéseket interjúalanyaimtól és ők ezáltal mélyebben el tudnak merülni gondolataikban, így talán még őszintébbek velem.

Továbbá kutatásom célja az is, hogy kapjak egy átfogó képet arról, hogyan vélekednek az emberek egyes változtatásokra, melyeket a koronavírus miatt kellett bevezetnie az államnak, és hogy lássam, miben különbözik a fiatalok hozzáállása az idősebbekéhez.

➤ *Hipotézisek:*

Négy különféle hipotézis szerint kérdeztem az interjúalanyaimat, melyek elkészítésénél fontosnak tartottam, hogy egyértelmű választ adjanak, ha az egyiket választják, és ezáltal egyértelműen állást foglaljanak a témával kapcsolatban.

1. Hipotézis: A járvány létezésének tagadása, már évek óta jelen van, ugyanolyan veszélyes, mint a régről ismert közönséges influenza.

2. Hipotézis: A járvány ugyan létezik, de a megbetegedések mértékével, mennyiségével túloznak, hogy ezzel pánikot keltsenek az emberekben a média, illetve a digitális tér/marketing használatával.

3. Hipotézis: Létezik a járvány, veszélyes is, de az életnek mennie kell tovább, nem állhat le a gazdaság. Fontos a maszkviselés, fertőtlenítés.

4. Hipotézis, pedig egyértelműen a túlsó véglet. A világ eddigi legnagyobb problémájával állunk szemben, közel lehetetlen ebből a helyzetből kimászni.

➤ Közzétette a kormány a nemzeti konzultáció kérdéseit

Közzétette június 8-án a kormány, a koronavírusról és a gazdaság újra indításáról szóló nemzeti konzultáció 13 kérdését. Itt található az egyik kérdés válaszai százalékban, melyet augusztus 15-ig lehetett visszaküldeni ingyenesen.

A NEMZETI KONZULTÁCIÓ EREDMÉNYE

1 ▶ Ön az alább javasolt intézkedések közül melyiket támogatná?



7. kép: A nemzeti konzultáció eredménye

Forrás: koronavirus.gov.hu, 2020

³⁷ <https://koronavirus.gov.hu/cikkek/koronavirusrol-szolo-konzultacio-eredmenyei> Letöltve:2020.11.15.

➤ *Mélyinterjúk*

A mélyinterjúk során fontosnak tartottam, hogy különböző nemű, illetve korcsoportba tartozó interjúalanyokat kérdezzek. Emiatt lehet észlelhető lesz a generációk közti különbség, ha a koronavírussal kapcsolatos véleményüket kérdezem. Ezen kívül fontosnak tartottam, hogy olyan interjúalanyom is legyen, aki már átesett a víruson, hogy az ő szemszögéből milyen a mostani vírushelyzet.

Mélyinterjú alanyok

László: 60 éves, gazdasági igazgató, racionális gondolkodású, megfontolt döntéseket hoz

Barbara: 27 éves, személyedző, jelenleg koronavírusos

Richárd: 25 éves, profi hokijátékos, élsportoló

Péter: 24 éves, tanuló, szeret sportolni és a barátaival lenni

Éva: 40 éves, családanya, szeret a természetben lenni, már kigyógyult a koronavírusból

Erik: 13 éves, diák, a szüleitől értesül a vírussal kapcsolatos hírekre

Gergely: 21 éves, diák, vidéken él, évente párszor jár fel Budapestre

Anna: 36 éves, pincérnő, nagy veszélyben érzi magát a vírus miatt kialakult gazdasági hatások miatt

Dávid: 29 éves, sportoló, Svájcban lakik

Ferenc: 75 éves, nyugdíjas, vidéken él, hiányoznak neki az unokák, de tart a vírustól

6. ÖSSZEGZÉS

Az összehasonlítás során a 3 különféle korcsoportot hasonlítottam össze, a koronavírussal kapcsolatos kérdéseimre adott válaszokkal.

4. táblázat: Összehasonlító táblázat

Idősebb korosztály	Fiatal felnőttek, felnőttek	Fiatalok, diákok
Racionális gondolkodásúak, a rémhírektől feldúltak lesznek.	Ők az „arany középút”.	Olykor már semmilyen korona vírus hírben nem hisznek.
Nagyon komolyan veszik a vírust, félnek, hogy elkapják és kórházba kerülnek	Ismerik és tudják a vírushelyzet súlyosságát, de helyén tudják kezelni azt.	Túlzásnak tartják a felhajtást a koronavírussal kapcsolatban.
Nem szeretnék elhagyni otthonaikat, nem találkoznak senkivel.	Kerülik a nagy tömegeket, de ugyanúgy járnak el otthonról. Az idősebb rokonokkal nem találkoznak.	Ugyanúgy találkoznak mindenkivel, és járnak szórakozni
Minden lehetséges óvintézkedéssel élnek, ha pedig látnak egy új módszerről „álhírt” az interneten, azt is alkalmazzák.	Fontosnak tartják és betartják a maszkviselést, illetve a 1,5 méteres távolságot mindenkitől.	A maszkot is csak akkor hordják, amikor az kötelező, (pl.: tömegközlekedés) Nehezükre esik a
A vakcina megjelenésekor már élnének a lehetőséggel, hogy megkapják az oltást.	Abban az esetben, amikor már kellő mennyiségben van vakcina, illetve hatásosnak is bizonyult, akkor lehet kérni fogják azt.	Feleslegesnek tartják az oltást, ha nem kötelező az oltás, akkor biztosan nem fognak élni a lehetőséggel.
Hasztalannak tartják az online oktatást, nem hisznek abban, hogy bármennyire is lehet haladni a tananyaggal így.	Úgy hiszik, fontos az iskolában tanulnia a gyerekeknek, de ebben a krízisben megfelel az online oktatás használata is.	Szeretik az online oktatást, sokkal egyszerűbbnek és gyorsabbnak tekintik, mint amikor be kellett járni az iskolába.

Forrás: Saját szerkesztés

1. A leggyakoribb vélemény/válasz az volt, hogy ők is úgy gondolják, hogy az idősebb korosztály és a krónikus betegek vannak a legnagyobb bajban, viszont volt, aki erről máshogy vélekedett. Bár kevés esetben, de volt olyan, aki nem hisz a vírus súlyosságában, egy kalap alatt kezeli a hagyományos influenzával. Egyöntetű véleményt alkottak viszont arról, hogy a fiatalabb korosztály a szüleik/nagyszüleik védelme érdekében óvatosak.

2. Két szélsőséges álláspont lett foglalva ezzel a kérdéssel kapcsolatban. Egyik arról szólt, hogy fontos az épp jelenlévő hullám szerint élni mindennapjainkat, van a vírusnak az a szintje, amikor lehet szabadon mozogni, és nem kell annyira félni, van viszont, amikor határozottan figyelnek az óvintézkedésekre és betartják a szabályozásokat, mivel akkor „magas” a vírus hulláma.
3. Egyöntetű vélemény szerint a turizmus és a vendéglátó/szórakoztató ipar.
4. Két külön vélemény született a kérdéssel kapcsolatban. Az egyik szerint, nagyon kevés az, amit a magyar kormány tesz a járvány megfékezésére és lassítására, és ennél sokkal észszerűbb, logikusabb lépéseket kellene tenni. Véleményük szerint sok olyan szigorú intézkedés van, ami nem hatékony a vírussal szemben. A másik vélemény szerint pedig, rendben van az, hogy követjük az európai sémát, és ezzel példát mutatunk a többi szomszédos országnak is.
5. Nagytöbbségében nem kedvelik a maszkviselést, illetve a távolságtartási kötelezettséget az emberek, de időről időre hozzá tudtak szokni a helyzethez, és alkalmazkodtak is hozzá. Olykor van még olyan lázadó ember, aki csak azért sem veszi fel a maszkot, de őt a nemrég bevezetett bírság mértéke észhez téríti
6. A válaszadók véleménye szerint az a maszkviselés, melyet a médiában láthatunk, pl. sporteseményeken, az csak a látszat, és a példamutatás miatt van, viszont a hétköznapi életben fontosnak és hasznosnak tartják ezeket az előírásokat.
7. Összeségében nem hisznek és véleményük szerint nem is gyengült a meleg folyamán a vírus, és ezt tapasztalhatjuk ma is, hiszen semmivel nem lett jobb a helyzet.
8. A vakcináról iszonyatosan megoszlanak a vélemények, nagyjából két táborra bonthatóak: van, aki teljes mértékben támogatja, és van, aki ellenzi. Azok, akik ellenzik, azok egyrésze tart a mellékhatásoktól, mivel nem bíznak a vakcinában, más részük pedig egyfajta „kamu”, placebo hatású vakcinának tartják.
9. A válaszadók többsége nem hisz az immunitásban, miután már elkapták, és kigyógyultak a vírusból, azután is ugyanolyan óvatosak lesznek, ha nem óvatosabbak.
10. Az idősebb korosztály szerint közel sem olyan hatékony az online oktatás, mint a hagyományos. A fiatalok eleinte örültek nagyon, hogy otthon maradhattak, azonban, ahogy múlt az idő, világossá vált számukra, hogy így is tartaniuk kell a szigorú időrendet.

7. HIPOTÉZISEK ÉRTÉKELÉSE, DOLGOZATOM ÖSSZEFOGLALÁSA

A dolgozat legelején négy hipotézist állítottam fel, amelyeket szerettem volna a dolgozat végén értékelni úgy, hogy elfogadom a hipotéziseket. Lássuk, hogy az elméleti részek során feltárt tények és a kutatás során kapott eredmények milyen hatással voltak a megadott állításaimra.

H1: A járvány létezésének tagadása, már évek óta jelen van, ugyanolyan veszélyes, mint a régről ismert közönséges influenza.

Talán nem túlzás azt állítani, hogy a magyar emberek, ha nem is többsége, de igen jelentős része ezen a véleményen volt a Covid-19 vírussal kapcsolatban az év elején.

A hipotézist **elvetem**, mert a különféle statisztikák alapján egyértelműen kijelenthető, a vírus valódi, és borzasztóan veszélyes, korcsoporttól és egészségügyi állapottól függetlenül.

Ez az álláspont azért alakult ki az emberekben, mert a vírus megjelenésekor „senki”-nek nem volt olyan ismerőse, vagy rokona, aki elkapta volna a vírust, vagy súlyos tünetekkel megszenvedte volna azt. Elég csupán a saját példából kiindulni. Barátokkal, rokonokkal beszélgettem a témáról olyan február, március tájékán, és arról, ki mennyire hisz a vírusban és abban, hogy mennyire súlyos is az. Kivétel nélkül azt a választ kaptam, hogy senki nem ismer olyat, aki elkapta volna a vírust, ezért furcsának is tartják, hogy miért robbant be ennyire a köztudatba.

Ez természetesen, közel egy évre rá, a jelenlegi állapotokat tudván felelőtlenül hangzik, és ugyan csekély kivétel van, de az emberek túlnyomó többsége hisz a vírus jelenlétében és komolyságában is, tehát az állítás a dolgozat alapján **hamis**.

H2: A járvány ugyan létezik, de a megbetegedések mértékével, mennyiségével túloznak, hogy ezzel pánikot keltsenek az emberekben a média, illetve a digitális tér/marketing használatával.

Ez az állítás, amely jelenleg a legnagyobb viták kiindulópontja lehet, kijelentésével, vagy együtt értenek, vagy ösellenségnek vagyunk kinyilvánítva. Elég csupán, ha egy közösségi felületen megtekintünk egy korona-vírussal kapcsolatos poszt alatti kommentszekciót, ahol az emberek órákon át próbálják meggyőzni a másikat a saját igazukról.

A mélyinterjúim során is volt erre példa, érdekes volt viszont megvizsgálni azt, hogy még azok az emberek is, akik túlzónak találják az elhalálozásokkal kapcsolatos statisztikákat, féltik idősebb ismerőseiket, rokonaikat.

A mélyinterjúban adott válaszok, illetve a további kutatások alapján az emberek véleménye teljesen megoszlik az állítás hallatán. Azonban mivel azok száma, akik túlzónak, és gyakran hamisnak tartják azokat a híreket, melyeket olvasnak a közösségi felületeken, illetve hallanak a híradóban rendkívül magas, ezért az állítás **igaz**.

H3: Létezik a járvány, veszélyes is, de az életnek mennie kell tovább, nem állhat le a gazdaság. Fontos a maszkviselés, fertőtlenítés.

Az emberek mára eljutottak oda, hogy majdnem mindenki fontosnak tartja a különféle óvintézkedéseket. A maszkviseléssel vannak még néha értetlenkedések, hol muszáj és hol nem, de ha más miatt nem is, a büntetések elkerüléseképp mindenki betartja a szabályokat. A kézmosást és különféle fertőtlenítést mindenki sokkal komolyabban veszi és a 1,5 méteres távolságot is igyekeznek betartani az emberek. A kijárási korlátozással viszont egyáltalán nem értenek az emberek egyet.

A mélyinterjúkra adott válaszok és a további kutatás eredmények alapján az állítás **igaz**.

H4: A világ eddigi legnagyobb problémájával állunk szemben, közel lehetetlen ebből a helyzetből kimászni.

A hipotézist **elvetem**, mert így, hogy már közel egy éve ismerjük a vírust, tudjuk pontosan milyen tünetekkel jár és azt, hogy körülbelül mennyire veszélyes, nem lehet azt állítani, hogy „kihalna az emberiség” emiatt. Súlyos problémák vannak a gazdaságban is, de az élet megy tovább, és igenis felfogunk tudni állni ebből.

Mélyinterjúim során egy interjúalany sem gondolt ennyire negatívan és bajjósloán. Több hírportálon, illetve közösségi felületeken is kutakodtam. Van nagyon kevés idős ember, aki valósággal retteg a vírustól, és sehova nem mer menni az év eleje óta. Emellett vannak olyan krónikus betegek, akik például súlyos tüdőproblémákkal szenvednek, természetesen az ő félelmüket és óvatosságukat teljes mértékben meg lehet érteni, azonban pozitívan állnak a dolgokhoz és hisznek a közeljövőben megjelenő vakcina jelentőségében, ennek tudatában az állítás **hamis**.

A kutatás során kiderült, hogy a különböző korcsoportba tartozó interjúalanyok más- és más véleménnyel állnak a vírushelyzethez, legyen szó magáról a betegségről, illetve annak következményeiről, vagy az emiatt kialakult gazdasági helyzetről.

Nagyon fontos megjegyezni, hogy a különféle korcsoportok, nem mindig ezekkel a tulajdonságokkal párosulnak. Sok esetben pont a fiatalok veszik kellően komolyan a különféle előírásokat, mondván, hogy felelősséggel tartoznak idősebb ismerőseikre, rokonaikra, akik esetében sokszor súlyosabb tünetekkel járhat a vírus.

Amikor a vakcinával kapcsolatban kérdeztem interjúalanyaimat, megoszlottak a vélemények. Míg a Föld lakosságának 60 százaléka védőoltás párti, itthon ez az arány 17 százalék, az emberek harmada pedig bizonytalan a kérdésben. Továbbá kiderült, hogy a koronavírus-vakcinát egy friss reprezentatív kutatás szerint a lakosság fele nem adatná be magának.

Az idősebb generáció nem kezeli annyira jól az internetet, mint a fiatalok, ezért ők egyáltalán nem hisznek az online oktatás előnyeiben, sikereiben. A középkorúak esetében, akik legtöbbször az előbb említett fiatalok szülei, már mindkét oldalt megtudják érteni. Egyrészt az idősebbeket, mivel ők sem használják olyan rendszeresen az internetet és emiatt hasznosabbnak tartják a hagyományos oktatási rendszert. A diákok véleményével pedig azért tudnak egyetérteni, mivel pontosan tudják, milyen ügyesen kezelik az online felületeket, és azt, hogy tudják azt hasznosan is használni.

FELHASZNÁLT IRODALOM

Internetes források:

1. Portfolio.hu (2020): Ez a koronavírus 5 legsúlyosabb gazdasági hatása Magyarországon és Európában. Forrás: <https://www.portfolio.hu/gazdasag/20200323/ez-a-koronavirus-5-legsulyosabb-gazdasagi-hatasa-magyarorszagon-es-europaban-421110> Letöltve: 2020.11.03.
2. Europarl.europa.eu (2020): Félretájékoztató és álhírek: vírusszerűen terjednek a COVID-19 járvány idején. Forrás: <https://www.europarl.europa.eu/news/hu/headlines/society/20200326STO75917/felretajekoztatas-es-alhirek-virusseruen-terjednek-a-covid-19-jarvany-idejen> Letöltve: 2020.11.03.
3. MMONline.hu (2020): Így változik a marketing a Covid-19 után. Forrás: <https://www.mmonline.hu/cikk/igy-valtozik-a-marketing-a-covid-19-utan/> Letöltve: 2020.11.05.
4. Koronavirus.gov.hu (2020): A koronavírusról szóló konzultáció eredményei. Forrás: <https://koronavirus.gov.hu> Letöltve: 2020.11.01.
5. Penovac Petra (2020): A koronavírus hatása az influencer marketingre. Forrás: https://kozossegi-media.mindenkinek.blog.hu/2020/05/22/a_koronavirus_hatasa_az_influencer_marketingre Letöltve: 2020. 10.29.
6. Hegyi Henrietta (2020): Hogyan rendeződik át a médiapiac a járvány után? Forrás: <http://www.mediapiac.com/marketing/Hogyan-rendezodik-at-a-mediapiac-a-jarvany-utan/114459/> Letöltve: 2020.11.04.
7. HDMarketing.hu (2020): Hogyan segítenek a social media platformok koronavírus idején. Forrás: <https://hdmarketing.hu/hogyan-segitenek-a-social-media-platformok-koronavirus-idejen/> Letöltve: 2020.11.04.
8. Szávai Norbert (2020): A koronavírus eddigi is várható hatásai a magyar e-kereskedelemben. Forrás: <https://www.shoprenter.hu/blog/koronavirus-e-kereskedelem> Letöltve: 2020.11.02.
9. Koncsek Rita (2020): A cégek fele küldte szabadságra a dolgozóit. Forrás: <https://www.vg.hu/vallalatok/vallalati-hirek/a-cegek-fele-kuldte-szabadsagra-a-dolgozoit-2-2148861/> Letöltve: 2020. 11.17.
10. Torontáli Zoltán (2020): Béna kacsaként nézzük, ahogy a lengyelek és a románok megszerzik a magyar fuvarpiac jelentős részét. Forrás: <https://g7.hu/vallalat/20200401/bena-kacsakent-nezzuk-ahogy-a-lengyelek-es-a-romanok-megszerzik-a-magyar-fuvarpiac-jelentos-reszet/> Letöltve: 2020.11.17.
11. HEPA- Magyar Exportfejlesztési Ügynökség (2020): A koronavírus gazdasági és kereskedelmi hatásai (PDF). Forrás: <https://www.zmkik.hu/hu/letoltes/110604/8b337> Letöltve: 2020.11.06
12. HEPA- Magyar Exportfejlesztési Ügynökség (2020): A koronavírus gazdasági és kereskedelmi hatásai. Forrás: <https://hepa.hu/hirek/A-koronavirus-gazdasagi-es-kereskedelmi-hatasai> Letöltve: 2020.11.20

MELLÉKLETEK

Szakdolgozat primer kutatás kérdések

1. Ön szerint mennyire súlyos ez a vírus valójában az emberi szervezetre nézve? Csak az idősek, illetve a krónikus betegek halhatnak meg, vagy a fiatalabbak is?
2. Ön szerint mennyire fontos az éppen jelenlévő vírus „hulláma” szerint élni mindennapjainkat? Több helyen lehetett olvasni/hallani, hogy a vírus, a nyár folyamán mutálódott, ami miatt visszább lettek véve a különféle előírások?
3. Ön szerint melyik az a gazdasági ág, melyet legsúlyosabban érint a vírushelyzet miatt kialakult válság?
4. Ön szerint tesz a magyar kormány eleget azért, hogy visszább szorítsuk a vírushelyzet miatt kialakult gazdasági károkat?
5. Mit gondol a magyar emberek reakciójára a maszkviselésre, fertőtlenítésre, illetve a tömegek elkerülésére? Húzzák a szájukat érte, vagy eleget tesznek a felszólításokra, mert megértik ezeket az intézkedéseket?
6. Ön szerint számítanak ezek az óvintézkedések, vagy csak úgymond a show műsor része, hogy jó példát mutassunk? Példaként feltudnám hozni a foci meccset, ahol a csere játékosok 1,5 méteres távolságban ülnek egymástól, maszkot hordanak, a pályán viszont minden a régi.
7. Tavasszal mikor megjelent a vírus, sok helyen lehetett olvasni/hallani, hogy a hőség és a nyári időjárás legyengítheti a vírust. Ön szerint igaz, hogy a vírus mutálódás során kevésbé kártékony lesz/lett?
8. Mi a véleménye a vakcináról? Időben megtalálják a tökéletes ellenszert a vírusra, és ha igen, ön igényelné-e azt, ha megelőző vakcinát is kifejlesztenének?
9. Mit gondol Ön az immunitásról? Tegyük fel elkapja a koronavírus, tünetmentesen, vagy tünetekkel, ezután kigyógyul belőle. Bátrabban fog Ön ezután közösségi helyekre menni, vagy ugyanolyan óvatos lesz?
10. Mit gondol az oktatási intézmények jelenlegi helyzetéről? Ön szerint, tud egy diák online oktatás formájában is ugyanúgy tanulni és haladni az anyaggal, mint régen a hagyományos oktatási rendszer idejében?

Mélyinterjúk

1. *Ön szerint mennyire súlyos ez a vírus valójában az emberi szervezetre nézve? Csak az idősek, illetve a krónikus betegek halhatnak meg, vagy a fiatalabbak is?*

Ennél a kérdésemnél fontosnak tartottam külön kiemelni a fiatalokat és az idősebbeket, hiszen már rengetegszer lehetett olvasni és hallani arról, hogy a különösen veszélyesztettek a 60 év felettiek. Ennek ellenére sajnos sok fiatal áldozata is lett a vírusnak. Arra vagyok kíváncsi, hogy az, aki már a veszélyezett korcsoportba tartozik, az ezen hírek hallatán jobban aggódik és jobban félti magát a vírustól, illetve a fiatalok emiatt vehetik úgymond lazábban a vírust.

László: Sokszor lehetett már sok mindenről hallani. Ha jól emlékszem még év elején, amikor a vírushelyzet még csak kialakulóban volt, mindenhol azt az információt kaptuk, hogy csak az idősebb korosztály van veszélyben, illetve a krónikus betegek. Ez mára átment abba, hogy egy teljesen egészséges fiatal szervezetet is megtámadhat, sőt az életveszélybe is átcsaphat. Én amondó vagyok, hogy az eddigi kutatások, statisztikák azt mutatják, hogy teljesen mindegy az életkor, vagy az egészségügyi állapota az adott személynek, nagyon óvatosnak kell lenni és komolyan kell venni mindenféle előírt óvintézkedést, hiszen az emberek élete függhet tőle.

Barbara: Nagyon súlyos a vírus az emberi szervezetre, főleg, ha más betegségekkel is társul. Nem csak az idősebbek és betegek kaphatják el, egy vírus nem válogat.

Richárd: Nem gondolom, hogy egy egészséges szervezetre nagy veszélyt jelentene a vírus, viszont egy idősebb, krónikus betegre nézve veszélyes lehet.

Péter: Ugyanannyira, mint az összes többi vírus, vagy influenza. Véleményem szerint ez a „korona” vírus már évek óta jelen van, egyszerűen csak most kellett a felhajtás, néhány nagyhatalmú ember számára, hogy így, egy válsághelyzetbe tolják a világot, mellyel tönkre tehetnek iparágakat, cégeket. Ha elkapjuk ezt a vírust akkor 1-2 hét pihenés után már jobban is leszünk. Egyáltalán nem szabad megijedni tőle, ha nem is tünetmentesen telik el az a kevés idő, de legfeljebb fejfájás, köhögés léphet fel, mint az összes eddigi vírusnál, influenzánál.

Éva: A vírust komolyan kell venni, kortól függetlenül. Jó néhány ismerősöm, rokonom elkapta már, van olyan, aki tünetmentesen és van, aki nem. Minden szervezet máshogyan reagál a vírusra, ezért nem lehet tudni, hogy ki hogyan reagál rá. Én 2 hétig elég rosszul voltam, 39 fokos láz, tüdő fájdalmak, köhögés.

Erik: Én úgy tudom, hogy csak az idősekre veszélyes ez a vírus, mi nem betegszünk meg tőle.

Gergely: Személyfüggő és immunrendszer függő szerintem. Vannak krónikus betegek is akiknek jobban oda kell figyelniük, hogy ne kapják el. Ezalatt azt értem, hogy fiatalok és idősebb korosztály egyaránt elkaphatja és súlyos betegek lehetnek. Oda kell figyelni mindenkinek, hogy a maszkokat helyesen viseljék és fertőtlenítsék kezüket.

Anna: Egyáltalán nem szabad fél-vállról venni ezt a vírust, ennek láthattuk ékes példáját már számtalanszor az elmúlt szűk egy évben. Természetesen a legveszélyeztetettek valóban az idősek, és a krónikus betegségben szenvedők, az ő esetükben a halálozási ráta igen magas. Viszont náluk jóval fiatalabbak, többek között már az én korosztályomból is volt, akit már „elvit” a COVID-19.

Sőt, profi sportolók is beszámoltak arról, hogy némelyiküket mennyire ledöntötte ez a vírus és hogy életük egyik legnehezebb és legrosszabb időszakát élték át abban a néhány napban, amíg fertőzöttek voltak. Egy szó, mint száz: mindenkinek vigyáznia kell.

Dávid: Szerintem ez a vírus bárkire nézve lehet veszélyes, olyan emberek is elkaphatják, akik tökéletes fizikai állapotban vannak és az immunrendszerük is jól működik, de nyilván azokra nagyobb veszélyt jelenthet, akik valamilyen krónikus betegségben szenvednek, vagy már idősebbek és gyengébb az immunrendszerük. Több olyan esetről is lehet hallani, ahol szinte semmilyen tünete nincsen a vírusnak, viszont számtalan olyan is van, ahol igen súlyos állapotba kerülnek a fertőzöttek, így nem tudni, hogy ki mennyire lesz beteg ettől a fertőzéstől, ezt embere válogatja.

Ferenc: Szerintem igenis létezik ez az új koronavírus, és sajnos a családon belül is voltak fertőzöttek, köztük az unokáim is, akikkel emiatt rég találkoztunk.

2. *Ön szerint mennyire fontos az éppen jelenlévő vírus „hulláma” szerint élni mindennapjainkat? Több helyen lehetett olvasni/hallani, hogy a vírus, a nyár folyamán mutálódott, ami miatt visszább lettek véve a különféle előírások?*

László: Én ezekben az úgynevezett hullámokban azért nem hiszek teljesen, mert nem lehet tudni előre, hogy éppen aznap amikor a vírus megtámadná a szervezetem, hogyan reagálna rá. Tegyük fel reggel azt olvasom, hogy most a nagy hőség miatt, úgymond gyengült a korona vírus, ettől függetlenül lehet olyantól kapom el, aki még az előtte lévő hullámban lett vírusos. Ezzel számolni kell mindig és soha nem lehet elég óvatos az ember.

Barbara: Szerintem nem az adott hullámhoz kell alkalmazkodni, hanem minden esetben be kell/kellett volna tartani az előírásokat és ezekből nem engedni.

Richárd: Fontos szerintem, hogy mindig betartsuk az alapszabályokat (1,5 méter, maszk, kézmosás) és emellett az aktuális hullámra vonatkozó óvintézkedéseket.

Péter: Ezeket a hullámokat is pontosan azért találták ki, hogy nekik a legmegfelelőbb időzítéskor járhassanak az emberek éttermekbe, szórakozóhelyekre, hogy így tudják fentartani a félelmet az embereken.

Éva: Fontos figyelni mindig az adott „törvényekre” és szabályokra, hiszen nem csak magunkat tudjuk megóvni, ha kellően óvatosak vagyunk, hanem az idősebb szeretteinket is.

Erik: Jobb volt nyáron, amikor nem voltak szigorú szabályok, lehetett bárkivel találkozni. Most megint azt hallottam, hogy nem lehet szórakozó helyekre menni.

Gergely: Ahogy már az előző kérdésnél is válaszoltam, mindenkinek oda kell figyelnie, hogy a maszkokat helyesen viseljék és fertőtlenítsék kezeiket és nyilván az is hogy ha valamilyen jelet, tünetet érez magán, akkor maradjon otthon vagy orvoshoz menjen el, de a legegyszerűbb eljárás, ha csinál egy tesztet.

Anna: Úgy gondolom, hogy alkalmazkodnunk kell az éppen aktuális helyzethez, és felelősségteljesen kell viselkednünk, hisz nem csak magunkról van szó, hanem más embertársainkról, illetve az ő szeretteikről is egyaránt. Több ismerősömnél is fellelhető volt az a példa, hogy idén nyáron inkább nem mentek külföldre nyaralni, noha bármiféle anyagi, vagy jogi akadály nélkül megtehették volna. Tették mindezt elővigyázatossági okokból. Való igaz, hogy a nyár folyamán visszább esett a megbetegedések számaránya, ám én ezt nem az időjárási körülményekre fognám. Annak ellenére, hogy nem voltak olyan szigorúak a korlátozások, illetve a jogszabályok, az embereknek egy jó része, nem esett át a ló túloldalára, és viselkedett úgy, mint, hogyha semmitől nem kellene tartanunk.

Dávid: Fontos betartani a szabályokat, így vehetjük ki a részünket abból, hogy minél hamarabb véget vethessünk ennek a vírusnak. Elképzelhető, hogy mutálódott, de a gazdasági tényezők is biztosan közrejátszottak abban, hogy enyhítve legyenek a korlátozások.

Ferenc: Én és a feleségem is odafigyelünk, megpróbáljuk betartani, illetve megpróbálunk együtt élni a kormány által ajánlott előírásokkal.

3. *Ön szerint melyik az a gazdasági ág, melyet legsúlyosabban érint a vírushelyzet miatt kialakult válság?*

László: Egyértelműen a turizmus. Az emberek lassan boltba menni is félnek, nemhogy egy idegen országba például, melyet korlátoznak is jogosan.

Barbara: Turizmus, vendéglátás, szolgáltatások és a kereskedelem különböző részei.

Richárd: Mindenféleképp a turizmus van a legnagyobb bajban ezen időszak alatt szerintem.

Péter: Szórakoztató ipar szerintem, illetve minden olyan más foglalkozás, ahol személyes kontakt van, vevő és eladó közt.

Éva: Azok a gazdasági ágak, ahol személyes kontakt kell történjen. Még a megbetegedésem előtt többször voltam étterembe, illetve kültéri eseményeken, mivel nem akartam túlságosan bezárkózni, de az összes óvintézkedésnek eleget tettem.

Erik: Leginkább a vendéglátás a szórakozó helyek szerintem.

Gergely: Vendéglátás szórakoztató ipar, amelyet a legsúlyosabban érint a vírushelyzet.

Anna: Mindenképpen a turisztika, az idegenforgalom és a vendéglátás, ez egyértelmű. Tavasszal, az „első hullám” közepette rengeteg vendéglátásban dolgozó ember veszítette el a munkahelyét, köztük én is. Sajnos ez egy dominó-effektus.

Dávid: A vendéglátóipart/turizmust, meglátásom szerint, ebben a helyzetben ők eshettek el a legtöbb bevételtől.

Ferenc: Véleményem szerint egyértelműen a turizmust érinti a legjobban a jelenlegi válság.

4. Ön szerint tesz a magyar kormány eleget azért, hogy visszább szorítsuk a vírushelyzet miatt kialakult gazdasági károkat?

Rendkívül fontos kérdés, hiszen megannyi vita alakult ki a közösségi felületeken ezzel kapcsolatban. Nagyon megosztó kérdés ez, ahol valaki feleslegesnek tartja a különféle óvintézkedéseket, valaki pedig pont, hogy komolyabban járna el. Az idősebb korosztály az elején húzta a száját azon, hogy maszkot kell hordani és tartani kell a kötelező távolságot, most már inkább tőlük lehet hallani a drasztikus lépéseket.

László: Részben igen. Az, hogy a külföldieket nem engedik be, vagy csak korlátozottan, azzal egyet tudok érteni, továbbá a szórakozóhelyek bezárásával is. Legfőképp a fiatalok viszik haza a vírust. Az, hogy este 8 után egyedül sem mehet sehová az ember, azt nem nagyon értem, napközben ugyanúgy el lehet kapni a vírust.

Barbara: Semmit nem tesz. Nincs munkahely támogatás, nem támogatja a nyugdíjasokat, a hátrányos helyzetűeket, illetve az egészségügyet sem. Nincs korrekt kidolgozott ütemterv (iskola, munkahely, gazdaság). De van ingyenes parkolás.

Richárd: Szerintem, amit ilyen helyzetbe lehet tenni azt megteszik.

Péter: Egész egyszerűen csak követik azt, amit az Európai Unió, illetve az egész világ csinál és kér. A kötelező dolgokat meg tesszük mi is.

Éva: Nagyjából egyet tudok érteni minden intézkedéssel. Jó ötletnek tartom és fontosnak, hogy a tömegközlekedés csak maszkban történhessen, illetve a 1,5 méteres távolságot is fontosnak tartom. Mondom mind ezt úgy, hogy igyekeztem minden ilyenre odafigyelni, mégis elkaptam. Sajnos sosem lehet elég óvatos az ember.

Erik: Gondolom megteszik, amit kell, ezzel nem sokat foglalkozom.

Gergely: Nem, azt gondolják, hogy ha este 8 után nem mehetünk ki és maszkot viselünk minden épületben, akkor ezzel megoldható a vírus elkerülése. Szerintem tavasszal jobban kezelték a kialakuló problémákat, bár hozzá kell tenni, hogy újra lehet nem mernek teljes kijárási korlátozást bevezetni, hiszen akkor beleroppanna a gazdaságunk.

Anna: Nem szeretek túlságosan politizálni, de véleményem szerint, a magyar kormány európai szinten rendkívül rosszul kezeli a járványhelyzetet jelen időszakban. Ha körül nézünk mind Nyugat-Európában, mind a Kárpát-medencében, láthatjuk, hogy jóval szigorúbbak a korlátozások, sok helyen ismét kijárási korlátozás van, illetve országszerte online oktatás, és még lehetne sorolni. Ehhez képest, szerény kis hazánkban, a mai napig vígan kimehetünk egy focimeccsre több száz szurkolótársunkkal, és rendezhetnek teltházas rangadókat is. Abszolút kettős-mérce van, ugyanis amíg a futball prioritást élvez, és minden körülmények között engedik a nézőket a stadionokba, addig a koncertek, rendezvények sorra maradnak el. Mindezt csak azért, mert a miniszterelnökünk kedvenc hobbija, az a csodás labdarúgás.

Dávid: A kormány bizonyára próbálja ezeket a károkat minimalizálni, ezt igazolja az is, hogy próbálják az európaihoz képest a lehető legminimálisabb járványügyi korlátozásokat bevezetni.

Ferenc: Sajnos szerintem többet is tehetne a kormány a gazdasági károk visszaállításának érdekében, illetve több hátrányos helyzetű embernek/családnak is segíthetne...

5. *Mit gondol a magyar emberek reakciójára a maszkviselésre, fertőtlenítésre, illetve a tömegek elkerülésére? Húzzák a szájukat érte, vagy eleget tesznek a felszólításokra, mert megértik ezeket az intézkedéseket?*

Itt legfőképp a válaszadók személyes véleményére voltam kíváncsi, hogy ők túlzónak tartják-e a különféle óvintézkedéseket, illetve, hogy ők hogyan védekeznek a vírussal szemben.

László: Az emberek reakciója vegyes szerintem. Van, aki feltudja fogni épp ésszel, hogy mi történik a világban és mennyire súlyos is a helyzet, és emiatt maszkot hordanak, kerülik a tömegeket, és vannak olyanok is, akik tesznek erre magasról és ugyanúgy élnek, mint ha mi sem történt volna. Eddigi válaszaimból talán kiderült, hogy én melyik csoportba tartozom.

Barbara: Nem gondolom, hogy komolyan venné a többség ezt a helyzetet. A maszkviselést is sajnos csak szabályokkal sikerült rendesen betartani. Leginkább talán a fiatalok azok, akik nem igazán foglalkoznak ezzel és bátran mennek tömegbe. Nem gondolom, hogy előrébb kéne helyezni a szórakozást, mint a saját egészségünket.

Richárd: Biztos sokaknak elege van már a maszkviselésből, illetve a tömegek elkerülésétől, de azon kívül a környezetemben általában betartják az emberek.

Péter: Február- március tájékán, amikor először a köztudatba jött a koronavírus mindenki nagyon megijedt, és nemhogy betartották az emberek azt, hogy maszkot hordjanak, illetve tartsák a távolságot, még el sem hagyták otthonaikat. Azóta már kezdünk néhányan egyre tisztábban látni, hogy mennyire egy túlreagált, mesterséges helyzet ez.

Éva: Talán az idősebbekre tudom azt mondani, hogy nem mindig hordják a maszkot és nem figyelnek oda rendesen. Ez azért érdekes, mert pont ők inkább a „veszélyeztetettek”, a fiatalok többségére pedig szerintem büszkék lehetünk, mert betartják a szabályokat, hogy ezzel óvják az idősebb korosztályt, illetve a betegeket.

Erik: Az időseknek mindig hordaniuk kéne, hiszen ők vannak veszélyben, de láttam már, hogy öreg bácsin nincs maszk. A fiatalok inkább húzzák a szájukat.

Gergely: Második hullámban sokkal több ember szabályosan a maszkot, hiszen megijedtek. Ijedtségüknek két oka van: a borsos pénzbüntetés, illetve a több száz beteg naponta.

Anna: Tapasztalataim alapján, az emberek fele utálja a maszkviselést, mert valljuk be, nem éppen a legkényelmesebb ezekben a maszkokban napi több órán át dolgozni, utazni, vásárolni. De ugyanakkor betartják a jogszabályokat, és ahol kell, ott igen is felveszik, és rendeltetészerűen hordják, mert tudják, hogy ez az előírás, és komoly szankciókat vonhat

maga után egy ilyen jogszabály megszegése. Emellett vannak olyanok a mai napig, akik szigorúan veszik a maszkviselést, és már mindenhol abban közlekednek, ráadásul komolyan figyelnek az 1- 1,5m távolságtartásra is, illetve a gyakori kézfertőtlenítésre is. Ha választani kellene, én valahol a kettő közt vagyok.

Dávid: Szerintem az emberek többsége próbálja betartani ezeket az óvintézkedéseket.

Ferenc: Sok ember nem veszi komolyan a kormány által hozott intézkedéseket, sokan maszkot sem húznak a mai napig mondván: az új koronavírus egy átverés. Sokaknak nem tetszik, de sajnós muszáj, annak érdekében, hogy lassítsuk a vírust. Ez egy közös probléma, melynek okán mindenkinek egyaránt be kellene tartani az óvintézkedéseket.

6. *Ön szerint számítanak ezek az óvintézkedések, vagy csak úgymond a show műsor része, hogy jó példát mutassunk? Példaként feltudnám hozni a foci meccseket, ahol a csere játékosok 1,5 méteres távolságban ülnek egymástól, maszkot hordanak, a pályán viszont minden a régi.*

Az egyik legfontosabb kérdés hiszen ennek megválaszolásával lehet eldönteni azt, hogy melyik válaszadó, mely hipotézis szerint gondolkodik a vírussal kapcsolatban.

László: Természetesen számítanak. A maszk is, a kesztyű is, illetve 1,5 méteres távolság is. Mindenféleképp kerülni kell az érintkezést, hiszen így terjed a vírus. A maszk pedig magától értetődő. Nem tudom megérteni azokat az embereket, akik ezt túlzásnak tartják.

Barbara: Show műsor része. A szurkolók ettől független eddig maszk nélkül részt vehettek a nézőtéren. Úgyhogy én a sport rendezvényeken történő előírásokkal nem értek egyet. A mozikban és színházak most már 3 szék távolságra kell ülni, de az előre megvásárolt jegyekkel gondolom már senki sem fog így foglalkozni.

Richárd: Szerintem számítanak, ha nem tartanánk be ezeket az előírásokat, időről időre több beteg lenne

Péter: Csak is a műsor. Először is kifele mutatjuk a világnak, hogy mi is szorgalmasan követjük a példát és vigyázunk embertársainkra. Az viszont, hogy mindenki maszkban van, és nem lehetünk zárt térben egyszerre többen, az már amiatt is van, hogy az emberek egész nap emlékezzenek rá, micsoda nagy bajban vagyunk, miközben nem.

Éva: Egész biztosan számít, viszont, ha egy hozzánk közel álló kapja el a vírust, akivel egy háztartásban tartózkodunk, akkor sajnós nem lehet mit tenni. Nem lehet a nap 24 órájában maszkot hordani és óvatoskodni.

Erik: A foci az más, ott mindent lehet. Egyébként biztos van valami haszna, ha már kitalálták.

Gergely: Igen vannak egyfajta „látszat intézkedések”, amiknek igazából semmi értelmük nincsen. Azonban minden olyan szabályt behoztak, amit be kellett.

Anna: Nem mondom, hogy teljesen haszontalanok, és hogy semmi értelme sincsen, de bizonyos esetekben, tényleg amolyan tessék-lássék intézkedéseket láthatunk. Elég, ha csak a legutóbbi kijárási korlátozást vesszük alapul, ami este 12-től, reggel 5-ig vonatkozik. Úgy gondolom, hogy nem feltétlen ez az időszak, amikor a vírus leginkább veszélyt jelenthet az emberekre, hisz az emberek 95%-a ilyenkor otthon van, és jó esetben alszik. Ugyanakkor mégis elmondható, hogy már Magyarországon is van kijárási korlátozás. A foci példa egyébként kifejezetten komikus, hisz az öltözőben, ahová a kamerák nem jutnak be, ott már mindenki egy zárt légtérben csoportosul. Kissé komikus.

Dávid: Ellentmondásosak ezek az óvintézkedések, de igen, szerintem csak a példamutatás miatt vannak.

Ferenc: Igenis számítanak ezek az óvintézkedések, de az, amit Ön mond, az szerintem pont, hogy példamutatás. Szerintem ennek is van értelme, unokáim is szeretik a focit, nekik példát is mutatnak ezzel a játékosok, akikre felnéznek.

7. *Tavasszal mikor megjelent a vírus, sok helyen lehetett olvasni/hallani, hogy a hőség és a nyári időjárás legyengítheti a vírust. Ön szerint igaz, hogy a vírus mutálódás során kevésbe kártékony lesz/lett?*

László: Én azzal nem tudok egyet érteni, hogy bármennyire is gyengébb lenne a vírus most a nyár elteltével. Magyarországon pont, hogy rosszabb lett a helyzet a megbetegedési és halálozási statisztikákat megnézve. Az lehet, hogy időről- időre mutálódik a vírus, de szerintem ugyanúgy veszélyes lehet, bárkire nézve.

Barbara: Nem a vírust gyengítette le a jó idő, hanem az emberi szervezeteket erősítette inkább. Az ismert információkból pedig egyértelműen kártékonyabb lett és még lesz is, ha továbbra sem tartjuk be a megfelelő megelőzési szabályokat.

Richárd: Szerintem előfordulhat hiszen a többi vírusnál is ezt lehetett tapasztalni.

Péter: Mivel én úgy gondolom, hogy semmilyen „koronavírus” nem jelent meg idén, hanem ez már egy régóta jelen lévő vírus, ezért nem. Vírusok és gyenge immunrendszerek mindig lesznek, fel kell készülni rájuk.

Éva: Azért nem tudok abban hinni, hogy nyáron gyengült volna a vírus, és ezáltal az úgynevezett második hullámba léptünk volna, mert én a nyár közepén kaptam el, és mint mondtam, egyáltalán nem tűnt „gyengének a vírus”. Vigyázni kell, de azért az élet nem állhat meg.

Erik: Ezt én nem tudom, de az biztos, hogy ugyan úgy van vírus, mint az elején.

Gergely: Szerintem semmi köze a vírusnak az éppen jelenlévő időjáráshoz.

Anna: Ahogy már említettem, nem feltétlen hiszek abban, hogy az időjárás komolyan megfékezhetné a járványt. Jó példa lehet erre, hogy nyáron a tengerentúlon, és más külföldi országokban, ugyanolyan ütemben terjedt a vírus, mint korábban. Ugyanakkor nem vagyok virológus, így határozott álláspontot nem szeretnék foglalni, mert vannak nálam sokkal inkább hozzáértő személyek ebben a témában.

Dávid: Elképzelhető, igen, mivel nyáron sokkal alacsonyabb számokról lehet hallani a fertőzött betegeket illetően.

Ferenc: Szerintem gyengült a vírus a nyár folyamán, nem volt annyi fertőzött, mint most ősszel, vagy tavasszal. Mindenképp gyengült, de félok, hogy most újból veszélyesebb lesz.

8. *Mi a véleménye a vakcináról? Időben megtalálják a tökéletes ellenszert a vírusra, és ha igen, ön igényelné-e azt, ha megelőző vakcinát is kifejlesztenének?*

Itt főként arra vagyok kíváncsi, hogy egyáltalán bíznak-e a válaszadók abban, hogy a közeljövőben elkészül egy valóban hatásos ellenszer a koronavírusra, és ha majd igen, fognak-e élni a lehetőséggel.

László: Jelenleg még nem tudom. Ez szerintem attól függ, hogy milyen lesz a vakcina pontosan és milyen információkat fognak megosztani róla, ha hatásosnak bizonyul és kötelezővé teszik, akkor természetesen.

Barbara: A mai napig nem találták meg sem a rák, sem az AIDS ellenszereit. Egy éve ismerjük ezt a vírust, nem hiszem, hogy ennyi idő alatt kiismertük volna és sikerült volna egy ellenszert kifejleszteni. Én személy szerint nem igényelném az egyik vakcinát sem. És persze az éhező gyerekek ellenszerét sem találták meg, pedig teljesen kézen fogható megoldás van rá.

Richárd: Ha feltalálják a vakcinát akkor sem oltatnám be magam mert nem bízok abban, hogy mellékhatás mentes lenne.

Péter: A vakcina az pedig természetesen csak óriási bevétel az állam számára. Kapunk vizet és egy kis vitamint, oltás formájában, természetesen méreg drágán. Aki pedig úgy kapja meg, hogy éppen fertőző beteg, az már csak az úgynevezett placebo hatás miatt is rendbe jön.

Éva: Nem hinném, hogy van rá szükség. Főleg akkor nem, ha immunis lesz az ember azután miután elkapta. Ezt persze az egészséges fiatalokra érve mondom, az idősebbeknek, illetve a krónikus betegeknek biztosan fontos lenne.

Erik: Előbb utóbb kitalálják rá a gyógyszert és akkor biztos a szüleim is fognak venni.

Gergely: Szerintem nem tudták időben megtalálni az ellenszert, de még lehet menteni a menthetőt. Csak ha időben megtalálták volna a vakcinát, akkor nem lenne ennyi beteg és halott sem és nem tartana már egy éve ez a hercehurca. Igen igényelném az ellenszert.

Anna: A vakcináról iszonyatosan megoszlanak a vélemények, nagyjából két táborra bonthatóak: van, aki teljes mértékben támogatja, és van, aki teljesen ellenzi. Tulajdonképpen néhány hét múlva ünnepeljük ennek az új fajta koronavírusnak az „évfordulóját”, és már igen, csak belengi a világsajtót, hogy nüanszokra vannak attól, hogy kifejlesszék a valós, általános ellenszert, amit aztán mindenki megkaphat. Tételezzük fel, hogy 2021 januárjában megvan az oltóanyag, véleményem szerint legalább fél, de inkább egy év kellene ahhoz, hogy aki szeretné, az be tudja magát oltatni, ami egyáltalán nem rövid idő. Válaszolva a kérdésre egyébként, igen, én igényelném.

Dávid: Mindenképpen igényelném, jó lenne, ha minden visszaállhatna a régi kerékvágásba.

Ferenc: Hiszek a vakcinában és igen, igényt is fogok tartani rá, főleg, ha nem horror áron lesz elérhető.

9. Mit gondol Ön az immunitásról? Tegyük fel elkapja a koronavírus, tünetmentesen, vagy tünetekkel, ezután kigyógyul belőle. Bátrabban fog Ön ezután közösségi helyekre menni, vagy ugyanolyan óvatos lesz?

Ennél a kérdésnél a legmeghatározóbb választ az a személy tudja adni, aki jelenleg fertőzött, vagy már kigyógyult belőle, szeretném tudni, hogy nagyobb biztonságban érzi-e magát így, hogy már túl van rajta.

László: Nem tudom miben lehet hinni, ha immunitásról van szó, az viszont biztos, hogy attól még, hogy kigyógyultam belőle, ugyanolyan óvatos leszek a későbbiekben is.

Barbara: Az immunitás szervezet függő. Betegség előtt és után is ugyanolyan odafigyeléssel élem a mindennapjaimat. Talán a gyógyulás után még több figyelmet fordítok a higiénéjára, de ez eddig sem volt másképp.

Richárd: Én szerintem, ha elkapod a vírust akkor is fontos, hogy ugyan olyan óvatos maradj, mások megóvása érdekében.

Péter: Semmiféle immunitás nincs szerintem, ahogyan a többi vírus, vagy influenzánál sincs. Ez nem bárányhimlő, ha gyenge az immunrendszere az embernek, akkor újra el tud kapni bármilyen vírust.

Éva: Az a baj már lassan, minden nap új híreket lehet olvasni a koronavírusról, így arról is, hogy immunisak leszünk-e azután miután kigyógyultunk belőle, vagy nem. Én mindenesetre óvatos leszek így is, hogy már túl vagyok rajta.

Erik: Állítólag, ha már egyszer megkapta valaki, utána már nem kaphatja el újra.

Gergely: Az attól is függ, hogy milyen helyre megyek és hogy mi miatt. Tegyük fel, ha barátokkal találkozónék akkor úgy terveznénk meg a találkozót, hogy nem mennénk be a város legtömöttebb helyeire. Ehelyett inkább egy nyugodtabb helyet választanánk, ahol páran iszogatnánk és beszélgetnénk, ebben az esetben nem félnék. De ha egy emberekkel teli, zsúfolt orvosi rendelőben kellene lennem, akkor a gyógyulás után is lennének aggályaim. Mindenképp óvatos lennék a továbbiakban is.

Anna: Az immunitás téziséét számtalanszor megdöntötték már tudomásom szerint. Tehát ha valaki elkapja, nincs arra garancia egyelőre, hogy ne kaphatná el még egyszer. Ezáltal nem feltétlen tartom ésszerűnek azt, ha valaki a kigyógyulás folyamata után úgy viselkedne, mintha nem vonatkoznának rá ugyanazok az előírások, mint másokra. Ráadásul, ha valaki átmegy rajta, és komoly tünetei vannak/voltak, biztos vagyok benne, hogy utána kétszer meggondolja – még hogy ha előtte nem is tette -, hogy mondjuk elmenjen-e abba a buliba.

Dávid: Óvatosnak kell maradni, mivel kerülhetünk olyan emberek közé, akikre veszélyesebb lehet a fertőzés.

Ferenc: Imádkozom, hogy ne kapjam el a vírust, sajnos van krónikus betegségem, emiatt nem találkoztam az unokáimmal sem egy ideje. De ha esetleg így történik, akkor is befogom tartani a szabályokat, de talán gyakrabban fogok közösségi helyekre menni.

10. *Mit gondol az oktatási intézmények jelenlegi helyzetéről? Ön szerint, tud egy diák online oktatás formájában is ugyanúgy tanulni és haladni az anyaggal, mint régen a hagyományos oktatási rendszer idejében?*

Ennél a kérdésemnél valamennyire sejtettem azt, hogy a fiatalok kedvére való a digitális oktatás, ámbár kíváncsi voltam, hogy az idősebbek miért ellenzik ennyire, és hogy a későbbiekben változik-e majd a véleményük ezzel kapcsolatban.

László: Nem tudnak úgy haladni az anyaggal a gyerekek, mint amikor be kellett járni az iskolába. Legyen szó általánosiskoláról, vagy felsőoktatásról. Véleményem szerint a tanároknak is kényelmetlen ez a helyzet, melyhez ugyan tudnak alkalmazkodni, de biztosan ők is érzik, hogy ez így nem az igazi. Ha a diák eljut addig, hogy reggel korán felkeljen és bemenjen az iskolába, akkor jobban tud figyelni. A közösségi lét pedig kell egy gyerek számára, hogy ott legyen a többiekkel egy tanteremben.

Barbara: Botránys az oktatás és az összeomlás szélén áll. Nem gondolom, hogy a 21. században akkora problémát okozna átállni online oktatásra és ehhez alkalmazkodni, hisz minden fiatal ott éli az életét. Hagyományos oktatás mellett sem tudnak úgy haladni a diákok. Le vannak terhelve, rövidített, egyszerűbb, modern tananyag kéne. Emellett nincsenek biztosítva a hátrányosabb helyzetű városokban, falvakban az eszközök.

Richárd: Szerintem nagyon jó rendszer az online oktatás, ami be is bizonyult, hogy működő képes.

Péter: Mi diákok örülünk az online oktatásnak. Erről persze minden idősebb, vagy tanár arra fog asszociálni, hogy azért örülünk ennek, mert kevesebb a házi feladat, vagy tanulnivaló, de ez nincs így. Az anyag ugyanakkora és ugyanúgy kell haladni vele. Minden tantárgy anyagát feltöltik az internetre, melyet mi ki is tudunk egészíteni kis kereséssel, ha szükséges. Mindenkinek sokkal kényelmesebb és egyszerűbb ez így.

Éva: Szerintem a nehezen túl vannak mind a tanárok, mind pedig a diákok is, ezalatt pedig azt értem, hogy sikerült talán már megszokniuk az új helyzetet. Azzal nem értek egyet, hogy az online oktatás miatt lassabban tudnának haladni a tananyagokkal, hiszen a diákok már nagyon jól kezelik az internetet és az online teret, viszont azokat nagyon sajnálom azokat, akiknek emiatt kell kihagyniuk a szalagavatót, vagy ballagást.

Erik: Nekem tetszett az online oktatás, nem kellett suliba menni, ugyanúgy meg tudtunk tanulni mindent és haladni tudtunk az anyaggal.

Gergely: Volt lehetőségem átélni immár másodjára is az online oktatás rendszerét. Számomra az, hogy itthonról tanulok és figyelnem kell az órákra nehezemre esik, mivel sokkal több tényező van az otthonomban, ami elterelheti a figyelmemet. A tanárok nem tudják úgy leadni az anyagot online (például: akadozik a videóhívás, rossz hangminőség stb.) mint élőben, így a diákoknak nehezebb dolga van megérteni az anyagot.

Anna: Ez az online oktatás egy hatványozottan összetett és komplex probléma. Az egyik legnagyobb gond az online oktatással, hogy a pedagógusok jelentős része nem találja fel magát ebben a digitális világban úgy, mint a Z, és az Y generáció mai diákjai. Emellett, mivel online felületen folyik a tanítás, a házi feladat, és az egész oktatás, így a diákok figyelmét rendkívüli módon elvonja a közösségi média, hisz egész nap ezt használják. Azok alapján, amiket eddig hallottam, a diákok legalább harmada igényli azt, hogy egy légtérben, egy helyiségben legyenek a tanárral, illetve diáktársaikkal, ugyanis az a környezet sokkal pozitívabb hatással van rájuk, mind koncentráció, mind fegyelem, és mind hatékonyság terén. Egyszerűen a gyerekek nem érzik otthon a késztetést arra, hogy most tanulni, dolgozni kellene az adott feladaton, míg mondjuk az iskolába tudják, hogy a pedagógus figyeli őket, illetve nem igazán van más foglalkozási lehetőségük, hisz iskolában vannak, egy tanórán. Ugyanakkor a diákok egy kicsiny része sokkal inkább preferálja ezt a fajta oktatást, mert így a saját tempójukban, a saját idejüket beosztva tudnak tanulni, haladni, és kevésbé leterhelő számukra ez az oktatási forma.

Dávid: Ha megfelelően fejlett az online oktatási rendszer, és tudja hozni azt a színvonalat mintha tanteremben ülne a diák, akkor egészen praktikus is lehetne az online oktatás. Sajnos egyelőre sokszor hallani, hogy ez még továbbra sem működik hibátlanul.

Ferenc: Erre a kérdésre csak az unokáim által elmondottak alapján tudok válaszolni. Az unokámnak a kis Lacikának nagyon hiányoznak az iskolás barátai, sajnos ritkán tud velük találkozni. A lányomnak is megterhelőbb az egész helyzet, többet kell otthon lennie és sajnos nem tud állandóan otthon lenni a gyerekekkel. Szerencsére a gyerek apja is be tud segíteni mindenben. Az unokám viszont nagyon ügyes, neki szerencsére beválik az online oktatás.

Nyilatkozatok:

Nyilatkozat a szakdolgozat státuszáról (nyilvános, bizalmas)

Alulírott HANYECZ GERGŐ LÁSZLÓ (Neptun kód LZCHOM) a
.....
A COVID-19 PANDÉMIA MÖGOTTI DIGITÁLIS MARKETING ÉS GAZDASÁGI HATÁSAI
.....

című szakdolgozatommal/zárodolgozatommal (továbbiakban mű) kapcsolatban az alábbiakról nyilatkozom:

- Kijelentem, hogy a mű BGE Dolgozattár repozitóriumába való feltöltésével más jogát nem sértem. Tudomással bírok arról, hogy az Egyetem a szerzői jogok meglétét nem ellenőrzi.
- Nyilatkozom, hogy a mű (a megfelelő rész aláhúzandó)
 - a bizalmas
 - a nyilvánosság számára hozzáférhető.
- Tudomásul veszem, hogy
 - szerzői jogsértés esetén az Egyetem az érintett dokumentum elérhetőségét a szerzői jogsértés tisztázása idejére átmenetileg korlátozza,
 - szerzői jogsértés esetén az érintett művet a Repozitórium adminisztrátora a Repozitóriumból haladéktalanul eltávolítja,
 - amennyiben a dolgozatomat a nyilvánosság számára hozzáférhetővé teszem, az egyetem a dolgozatomat az interneten a nyilvánosság számára hozzáférhetővé teszi. Hozzájárulásom – szerzői jogaim maradéktalan tiszteletben tartása mellett – nem kizárólagos és időtartamra nem korlátozott felhasználási engedély.

Kelt: BUDAPEST 20 20. 12. 07.

.....

.....
hallgató

NYILATKOZAT

Alulírott HANYECZ GERGŐ LÁSZLÓ..... büntetőjogi felelősségem tudatában nyilatkozom, hogy a szakdolgozatomban foglalt tények és adatok a valóságnak megfelelnek, és az abban leírtak a saját, önálló munkám eredményei.

A szakdolgozatban felhasznált adatokat a szerzői jogvédelem figyelembevételével alkalmaztam.

Ezen szakdolgozat semmilyen része nem került felhasználásra korábban oktatási intézmény más képzésén diplomaszerezés során.

Tudomásul veszem, hogy a szakdolgozatomat az intézmény plágiumellenőrzésnek veti alá.

Budapest, 20²⁰ év 12..... hónap 7..... nap


.....
hallgató aláírása