THE CORE LAB
FOGYASZTÓI MAGATARTÁSKUTATÓ KÖZPONT

CENTRE FOR APPLIED LEARNING
PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM
KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNY KAR

ÉVES JELENTÉS

2024-2025

RÓLUNK

A Fogyasztói Magatartáskutató Központunkat azért hoztuk létre, hogy innovatív kutatási megoldásokkal támogassuk a tudományos, hallgatói és piaci projekteket. Központunk az Alkalmazott Tanulások Központján (CAL) belül működik.

Folyamatosan bővülő módszertani eszköztárunk jelenlegi fókuszában a szemkamera és a FaceReader áll, amely a fogyasztók tudatalatti döntéshozatali mechanizmusainak megértésével új típusú információkat nyújt.

PORTFÓLIÓ

- Innovatív marketingkutatási módszerek beépítése a marketinggel kapcsolatos kurzusokba
- Vállalati piackutatás
- Tudományos kutatások (fő fókusszal a neuromarketing- és kísérleti kutatásokra)
- Viselkedési és kísérleti közgazdaságtan

A 2024/2025 TANÉVÜNK SZÁMOKBAN

OKTATÓ ÉS ISMERETTERJESZTŐ ELŐDÁS

4

A Kutatók Éjszakája mellett lehetőségünk nyílt arra is, hogy középiskolásoknak és egyetemi hallgatóknak előadásokat tartsunk a szemkamerás kutatás módszertanáról, valamint egy EMOK által szervezett workshopon is részt vettünk.

SZEMKAMERÁS MÉRÉS

193

A 2024-2025-es tanévben összesen 193 személy vett részt mobil és fix szemkamerás kutatásban.

VÁLLALATI PROJEKTEK

12

A tudományos tevékenységünk mellett a piaci igények kielégítésére is törekszünk, így a tanév során több vállalati projekten is dolgozhattunk.
További információkért kattintson IDE.

KUTATÁSTÁMOGATÁS

8

Ebben az évben összesen nyolc egyetemi hallgató munkáját támogattuk egyéni kutatási projektek kidolgozásában és megvalósításában.

A 2024/2025 TANÉVÜNK SZÁMOKBAN

CORPORATE TALK

A PENNY, a TERRÁN, valamint rendhagyó módon a MOL és a Mastercard közösen voltak a vendégeink, akikkel az aktuális piackutatási témákról beszélgettünk hallgatók és szakmabeliek részvételével.

3

CORPORATE STORIES

2024 októberében útjára indítottuk Corporate Stories podcastünket, ahol az idei félévben a Corporate Talk korábbi vendégeit láttuk újra vendégül. A PENNY, a TERRÁN, valamint a MOL és a Mastercard képviselőivel izgalmas és elgondolkodtató témákról beszélgettünk.

3

SZAKMAI KONFERENCIÁK

Az idei évben számos szakmai konferencián voltunk ott előadóként. Többek között a Fán-Group konferencián, a SPAR Marketing Bootcampen, valamint a Mentesfeszten is.

3

KÉRDŐÍVES MEGKÉRDEZÉSEK

Ebben az évben jelentős eredményeket értünk el a kérdőíves adatgyűjtés terén, hiszen összesen 22 különböző felmérést valósítottunk meg. Sokféle témában összesen 6260 válaszadótól gyűjtöttünk információt.

22

CORPORATE TALK

A the CoRe lab Corporate Talk abból a célból jött létre, hogy fogyasztói magatartáskutatással foglalkozó kutatóközpontunk Partnereink segítségével olyan piackutatáshoz kapcsolódó aktuális szakmai témákat hozzon a fókuszba, amelyek új és releváns információkat nyújtanak az érdeklődők és a szakma számára.

2024 októberében a **PENNY**, novemberben pedig a **Terrán** munkatársait köszönthettük a Corporate Talk eseménysorozat keretében. A tavasz folyamán, májusban a **MOL és Mastercard** munkatársaival folytatódott az esemény.

A Corporate Talk sorozat minden eseménye kiváló lehetőséget biztosít az eszmecserére, a kapcsolatépítésre és a fogyasztók mélyebb megértésre. Büszkék vagyunk a lezajlott érdekes és informatív beszélgetésekre, és izgatottan várjuk, hogy a következő félévben is folytathassuk ezt a hagyományt.

A Corporate Talk beszélgetések összefoglalói elérhetőek az **alábbi linken**.

CORPORATE STORIES

A the CoRe lab életében új mérföldkőhöz érkeztünk: 2024 októberében útjára indítottuk Corporate Stories névre keresztelt podcastünket. Ebben a sorozatban a már ismert Corporate Talk vendégeinkkel beszélgetünk tovább izgalmas és gondolatébresztő témákról.

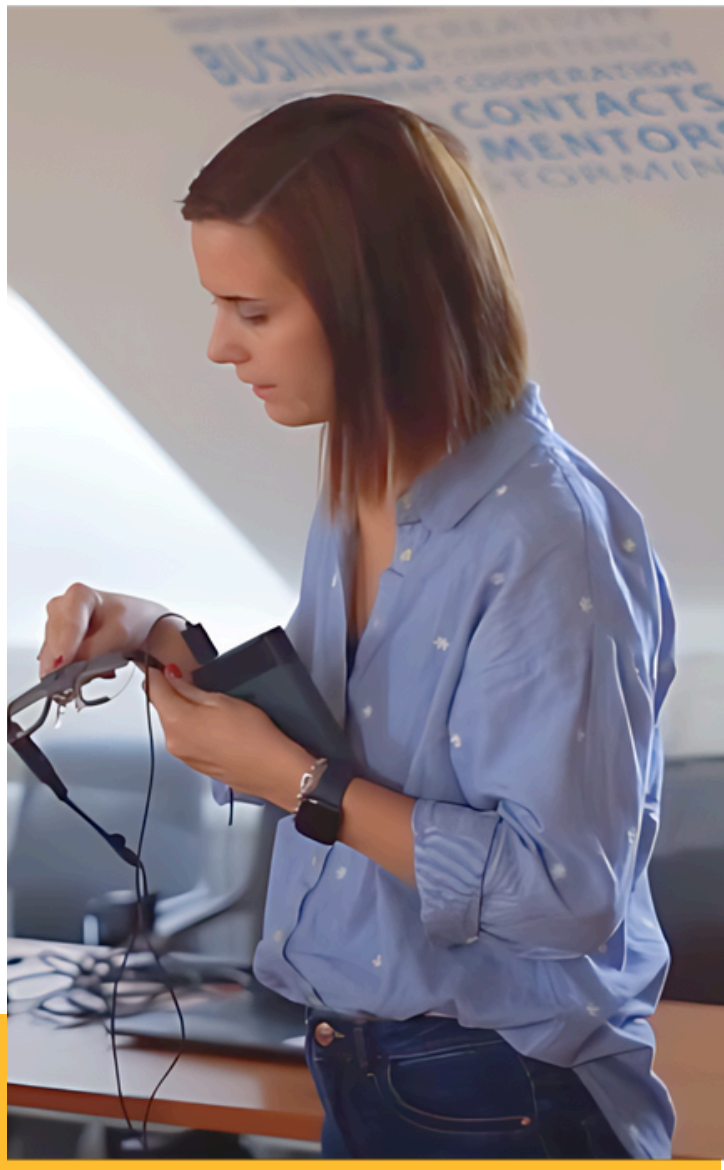
Az első epizódban a **PENNY** munkatársait, majd a következő epizódban a **Terrán** munkatársát köszönthettük a Corporate Stories podcast sorozatunk keretében. A tavasz folyamán, májusban pedig a **MOL** és **Mastercard** képviselőivel beszélgethettünk.

A **Corporate Stories** podcast epizódjai kiváló lehetőséget nyújtanak inspiráló gondolatok megismerésére, új nézőpontok felfedezésére és a fogyasztói szokások mélyebb megértésére.
Büszkék vagyunk a tartalmas és informatív beszélgetésekre, és izgatottan várjuk, hogy a következő félévben is folytathassuk ezt az inspiráló sorozatot.

Az eddig megjelent epizódok megtekintéséhez kattintson **IDE**.

ELŐADÁSOK

Minden évben lehetőségünk van előadásokat tartani a szemkamerás kutatás módszertanáról az érdeklődőknek.



Középiskolásoknak és mesterszakos hallgatóknak is tartottunk előadást, valamint volt lehetőségünk a Janus Night rendezvényen interaktív előadás keretében megismertetni az eszközt a fiatalokkal.

Idén is részt vettünk a Kutatók Éjszakáján egy interaktív előadással, amelynek címe: *"Érdekel, hogy a reklámok milyen érzelmeket váltanak ki az emberekből? Csatlakozz és derítsük ki együtt!*

Az eseményen az érdeklődők kipróbálhatták arcolvasó eszközünket, amelynek segítségével reklámokat tekinthettek meg, miközben mi elemeztük, milyen érzelmeket váltanak ki belőlük ezek a reklámfilmek.

KUTATÁSTÁMOGATÁS

Öt alapszakos, és egy mesterszakos hallgatót támogattunk szakdolgozatuk megírásában. Továbbá 6 hallgatót támogattunk TDK dolgozatuk megírásában.

Az őszi félév során öt alapszakos és egy mesterszakos hallgatónk is **szakdolgozatot** készített, amelyek izgalmas és releváns témákat dolgoztak fel. Alapszakos hallgatóink a gyümölcsbor-webáruházak UX elemeinek összehasonlítását vizsgálták a Z generáció körében, az Y és Z generációk videojáték-fogyasztási szokásait elemezték, a mobilbankok szerepét kutatták a pénzügyi tudatosság előmozdításában, az AI-generált reklámok fogyasztói megítélését, valamint a rizikóészlelést tanulmányozták C2C platformok használata során. Mesterszakos hallgatónk pedig az árinformáció szerepét a rutinszerű vásárlási döntések során.

Mindemellett összesen hat hallgatónknak nyújtottunk segítséget **TDK dolgozatuk** megírásában. Közülük négyen szakdolgozatuk továbbfejlesztésén dolgoztak, míg a másik két dolgozat szintén izgalmas témákat érintett. Az egyik kutatás a Z generáció greenwashing felismerését és az ehhez való hozzáállását vizsgálta, míg a másik a femvertising jelenségét elemezte, különös tekintettel annak reklámfilmek stratégiai kialakításában betöltött szerepére és a fogyasztókra gyakorolt hatására.

HALLGATÓI PROJEKTEK

ALAPSZAKOS

A **kereskedelem és marketing BSc** képzés keretében idén is izgalmas vállalati projekteken dolgozhattak a hallgatók. Különböző módszereket alkalmaztak, többek között fókuszcsoportos megkérdezéseket, mélyinterjúkat és kérdőíves felméréseket, valamint szemkamerás kutatásokat végeztek.

MESTERSZAKOS

A **Marketingelemzések, valamint a Marketing Analysis and Planning kurzus** részeként több partnerünk vállalati problémáján dolgoztak a hallgatók, ahol az innovatív marketingkutatási módszerek voltak a fókuszban, mint például a szemkamerás kutatás vagy az online fórum.

VÁLLALATI PROJEKTEK

KARÁCSONYI REKLÁMFILMEK

az Ipsos Zrt.-vel együttműködve, az ünnepek közeledtével egy közös kutatás keretében vizsgáltuk, hogyan hatnak a karácsonyi reklámok a fogyasztókra, valamint mikor és hogyan kezdik meg az ünnepi készülődést. Az ünnepi projekt keretében 1000 főt kérdeztünk meg, akik reprezentálják a magyar internetező lakosság Az eredmények **IDE** kattintva elérhetők.

ÁLLATPATIKA SZOLGÁLTATÁSOK

A kutatás fő célja egy állatpatika szolgáltatásainak fejlesztését támogató vásárlói vélemények és igények alapos feltérképezése volt. A kutatási céloknak megfelelően online kérdőíves felmérést végeztünk. A felmérés célja az volt, hogy részletes visszajelzéseket gyűjtsünk a vásárlóktól, lehetővé téve, hogy a szolgáltatásokat a fogyasztók elvárásaihoz és vásárlási szokásaihoz igazítsuk.

PTE WEBOLDAL

Kutatásunk célja az volt, hogy részletesen feltárjuk a Pécsi Tudományegyetem központi weboldalának fejlesztési lehetőségeit, azonosítsuk az esetleges hiányosságokat, és javaslatokat tegyünk a szükséges fejlesztésekre. A kutatási célokban meghatározott területek alapján fókuszcsoportos módszert alkalmaztunk, amely mélyebb megértést biztosít a vizsgált célcsoportok tapasztalatairól, attitűdjéről, valamint percepcióiról.

THE CORE LAB
FOGYASZTÓI MAGATARTÁSKUTATÓ KÖZPONT

ABSL

„A the CoRe lab csapatával immár három éve dolgozunk együtt a szektoriális Business Outlook Survey lebonyolításán, és ez idő alatt megbízható, elkötelezett és rendkívül felkészült partnerként bizonyítottak. Elemzéseik mélyrehatóak, adatvezéreltek és valódi értéket teremtenek a szektor számára, miközben munkamódszerük a legmagasabb szakmai színvonalat képviseli. Nagyra értékeljük a precizitásukat, rugalmasságukat és azt, hogy mindig proaktívan járulnak hozzá közös céljaink megvalósításához.”

Lenk István
elnök, ABSL Hungary

SAJTÓMEGJELENÉSEK

AZ IDEI ÉV KIEMELKEDŐ VOLT SZÁMUNKRA A SZAKMAI ELISMERÉSEK TERÉN, HISZEN TÖBB ALKALOMMAL IS LEHETŐSÉGÜNK NYÍLT ARRA, HOGY MEGJELENJÜNK KÉT MEGHATÁROZÓ GAZDASÁGI ÉS KERESKEDELMI MÉDIUM, A TRADE MAGAZIN ÉS A PORTFOLIO OLDALAIN.

A 2024-es **karácsonyi kutatásunk** keretein belül a karácsonyi reklámok fogyasztóra gyakorolt hatását vizsgáltuk szemkamera és arcolvasó segítségével. Majd az a megtisztelő lehetőség adódott, hogy kutatásunkkal és annak eredményeivel szerepelhettünk a **Trade magazin**ban. A cikk **IDE** kattintva elérhető.

Az idei évben több alkalommal is lehetőségünk nyílt együttműködni a **Portfolióval** különböző kutatások megvalósításában. Ezek között szerepeltek például a diákszámlákkal kapcsolatos attitűdöket és a lakásbiztosításokról alkotott véleményeket vizsgáló felmérések. Kutatásaink **IDE** kattintva elérhetők.

SZEMKAMERÁS MÉRÉSEK

KUTATÁSAINK MIND HALLGATÓI, MIND VÁLLALATI PROJEKTEK KERETÉBEN VALÓSULTAK MEG, AMELYEK KÖZÜL 7 HALLGATÓI, 2 PEDIG VÁLLALATI EGYÜTTMŰKÖDÉS EREDMÉNYE. EZEK SORÁN SZÁMOS IZGALMAS TÉMÁT ELEMEZTÜNK, TÖBBEK KÖZÖTT GYÜMÖLCSBOR-WEBÁRUHÁZAK UX ELEMEIT, AI GENERÁLT REKLÁMFILMEKET, KOMMUNIKÁCIÓS SZÓRÓLAPOK ELRENDEZÉSEIT, VALAMINT KARÁCSONYI REKLÁMFILMEK HATÉKONYSÁGÁT. EZEN TÚLMENŐEN A SPAR MARKETING BOOTCAMPEN IS VÉGEZTÜNK KUTATÁST, AHOL A BESZÁLLÍTÓK ELSŐ KÉZBŐL TAPASZTALHATTÁK MEG, HOGYAN ÉRZÉKELIK A FOGYASZTÓK TERMÉKEIKET A BOLTI POLCOKON.

193 **FŐ VETT RÉSZT ÖSSZESEN A SZEMKAMERÁS KUTATÁSOKBAN**

Eredményes évet zártunk a szemkamerás kutatásokban résztvevők számát tekintve, hiszen jelentős részvételi arányt sikerült elérnünk. Jövőbeli terveink között szerepel, hogy tovább növeljük a kutatásainkban résztvevők számát, ezzel is bővítve a gyűjtött adatok körét és mélyítve az elemzéseink alapját.

NOLDUS FACEREADER

Kutatási módszereink portfóliója idén a **Noldus FaceReaderrel** bővült, amely lehetőséget nyújt innovatív neuromarketing vizsgálatok elvégzésére. A FaceReader képes a vizsgált személy arckifejezéseiből tudattalan érzelmek felismerésére, és hat alapvető érzelem megkülönböztetésére.

A felvétel rögzítése során a szoftver az arckifejezések alapján **képes felismerni és megkülönböztetni a hat alapérzelmet** (öröm, szomorúság, harag, meglepetés, félelem, undor), valamint további két érzelmet: a semlegességet és a megvetést.

Továbbá a FaceReader **képes 99 százalékos pontossággal meghatározni a kutatásban résztvevő alany korát, nemét és még a szemüveg jelenlétét is érzékeli**. Ezt mind az arcmimikák alapján.

FACEREADER MÉRÉSEINK A 2024/2025-ÖS ÉVBEN

10

FaceReader-mérést végeztünk összesen ebben az évben. Az érdeklődők először a Kutatók Éjszakáján ismerhették meg közelebbről a technológiát, amely a karácsonyi kutatásunkban is kiemelt szerepet kapott. Ebben a kutatásban a karácsonyi reklámok és azok fogyasztókra gyakorolt hatását vizsgáltuk. Ezen felül kurzusaink keretében ösztönöztük hallgatóinkat, hogy projektjeik során alkalmazzák ezt az innovatív kutatási eszközt.

Kép források:
FaceReader online
Noldus
Vicarvision

BEHAVIORAL LAB

SZOLGÁLTATÁSAINK

Kutatási és Kísérleti Tervek Kidolgozása

Az elméleti kérdéseket célzott vizsgálati koncepciókká alakítjuk. Segítünk a megfelelő módszertani struktúra kialakításában, legyen szó interakciók szimulációjáról, döntéselméleti forgatókönyvekről vagy exploratív kérdőívezésről.

Döntési Felületek Fejlesztése

Az oTree platformmal, amely Python-Django alapú, komplex kísérleti helyzeteket programozunk játékelméleti alapokon. Papíralapú vagy elektronikus kérdőívek fejlesztését is vállaljuk.

Kísérletek Lefolytatása

Anonim és kontrollált laborkísérleteket végzünk 25 térelválasztós munkaállomáson. Kiegészítő vizsgálatokra is lehetőség van a PTE Pszichológia Intézettel együttműködve, például EEG-vel vagy fiziológiás változók monitorozásával.

Ösztönzők Alkalmazása

Az alanyok döntéseit pénzbeli ösztönzőkkel motiváljuk, hogy valós viselkedésük legyen mérhető. Igény esetén hipotetikus döntési helyzetek is vizsgálhatók.

Adatelemzés és Vizualizáció

A kísérleti adatokat Stata és R szoftverekkel elemezzük és vizualizáljuk. Támogatást nyújtunk tudományos publikációk és vezetői összefoglalók elkészítéséhez.

DR. VÖRÖS ZSÓFIA

DR. ERDŐS SÁNDOR

DR. KOVÁCS OLIVÉR BÉLA

A Viselkedési és Kísérleti Közgazdaságtani Kutatólabor 2024-ben alakult meg a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Karán működő gazdaságpszichológiai, viselkedési és kísérleti közgazdaságtani kutatócsoport kezdeményezésére. A kutatólabor a the CoRe lab keretein belül működik. Fő célunk, hogy magas színvonalú akadémiai kutatásokat végezzünk, miközben szolgáltatásainkat hazai és nemzetközi felsőoktatási intézmények, valamint vállalati partnerek számára is elérhetővé tesszük.

TERVEK A JÖVŐRE

2025/2026

- További neuromarketing eszközök beépítése a kutatási portfoliónkba
- a negyedik Omnichannel Day terveink szerint 2025. október 9-én
- Corporate Talk események az őszi és a tavaszi félévben;
- Corporate Stories epizódok;
- részvétel a szokásos fórumokon (középiskolai és egyetemi előadások);
- további hallgatói, akadémiai és piaci/gyakorlati projektek;
- szakdolgozatot és TDK dolgozatot író hallgatók támogatása;
- együttműködések nemzetközi egyetemek hasonló kutatólaborjaival

CSAPATUNK

DR. LÁZÁR ERIKA
kutató

DR. NÉMETH PÉTER
központvezető

TÓTH BALÁZS
junior kutató

THE CORE LAB
FOGYASZTÓI MAGATARTÁSKUTATÓ KÖZPONT

THE CORE LAB
FOGYASZTÓI MAGATARTÁSKUTATÓ KÖZPONT

CENTRE FOR APPLIED LEARNING
PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM
KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNY KAR

KÖSZÖNJÜK!

hello@thecorelab.hu