

Cigányok a piacon: egy új célcsoport

2015 február 20. Flag

Szöveg méret

90
Mentés

- 0

Értékelés kiválasztása Még nincs értékelve

Mérték

Bármennyire is hihetetlen, Magyarország és a térség gazdasági szerepl?i számára a cigányok jelentik majd a következ? évek, s?t, évtizedek során a kitörés, a fejlesztés, az er?södés egyik nagy lehet?ségét.

Igen, azok a cigányok jelentik hamarosan az új – és egyre szélesed?! – célcsoportot, akikkel kapcsolatosan eddig

javarészt más sem hallottunk, mint hogy ?k maguk az igazán kirekesztettek csoportja, ?k a hátrányos megkülönböztetés állandó elszenved?i, ?k a megtestesült alul-iskolázottság és munkanélküliség, arról nem is beszélve, hogy sokuk döbbenetes nyomorban él, a társadalomnak azon mély bugyraiban, ahol nem jut pénz a normák szerinti életre (vagy ha jutna, akkor sem arra költik), és akiket folyamatosan a b?nözés gyanúja leng körül a közbeszédben és a közgondolkodásban.



Igen, eddig ilyennek látta szinte mindenki a cigányokat, maguk a piaci szerepl?k is – nem csoda, hogy az elmúlt évek során, ha bárhol szóba került, hogy a cigányokra termék/szolgáltatás és valódi profit lenne alapozható, a legtöbben csak mosolyogtak megért?en, de közben a szívük mélyén nagyon is sajnálták már azt a fél órát, amit rám áldoztak a drága idejükb?l. Egyértelm?en ott volt a tekintetekben, hogy a cigányok egész egyszer?en elképzelhetetlenek a számukra, mint vásárlók. S?t, szerintük a piac egésze számára is, mert a cigány nem vásárol, nem fogyaszt, vagy ha igen, akkor biztosan másét keresi, az olcsóbbat, a rosszabb min?séget.

Voltak üdít? kivételek is, amely cégek nemcsak, hogy érdekl?dtek, de hajlandók voltak pénzt és konkrét intézkedéseket is rendelni a cigányokhoz kapcsolódó felvetésekhez. Azaz kutatást kértek, elemzéseket, hatástanulmányokat, s?t, valós ötleteket is, de ami a legfontosabb: valóban érdekelte ?ket, hogy mit esznek, mit isznak, mit fogyasztanak a cigányok, mire költenék el a azt a keveset, amijük van. Szerették volna felmérni azt is, mi az, amijük most még nincs meg, de szeretnék, ha a jöv?ben nekik is jutna abból.

Ezek a bátor cégek értik a változó világ mechanizmusait, és ?k a dél-Amerikai favellák nyomorgóira ugyanúgy szeretnének tekinteni, mint Közép-Európa cigányaira, vagy az európai bevándorlókra, akik, ha csak kevés pénz felett is dönthetnek a saját sorsuk részeként, azt a keveset is inkább annak adnák, akit hitelesnek, ?szintének látnak. Azaz a szegény sorsúak is vásárlók, fogyasztók kellene, hogy legyenek hamarosan, és persze lesznek is, de majd annak adják a néhány krajcárjukat, aki elmegy hozzájuk, terméket, szolgáltatást visz nekik, és el tudja hitetni velük, hogy érdekli, mit vennének, mire költenének.

Természetesen abból kell kiindulnunk, hogy a for profit szektor kegyetlen. Azért készülnek a termékeik, azért kínálnak szolgáltatásokat, hogy a lehet? legtöbb pénzt kaphassanak értük, a lehet? legtöbb fogyasztótól, vásárlótól. Sokáig az volt a kérdés, hogy hogyan lehet a fogyasztók számát a lehet? leggyorsabban és a legszélesebb körben növelni. A válság során azonban kiderült, a megváltozó viszonyok között nem lehet növelni a fogyasztók számát, s?t, a meglév?k meg?rzése is komoly kihívás.

A válság ebben a folyamatban éppen ezért arra kellene, hogy rávegye a lehet? legtöbb piaci szerepl?t, hogy új utakat keressen a nehézségekb?l való kilábalásra. Új fogyasztókat. Bárkit, aki vásárol, aki fogyaszt, aki fizetni hajlandó. És itt kellene, hogy valaki végre észrevegye azokat, akik eddig általában nem voltak vásárlóként, fogyasztóként kezelve, leginkább azért, mert a piac – saját és a társadalmi el?ítéletek alapján – nem tartotta ?ket fogyasztónak, vásárlónak. És bármennyire is döbbenetes, ezek ma Magyarországon, s?t, az egész térségünkben a cigányok.

Nyilván van abban is valami filozófia (egyes cégek esetében g?g és sznobizmus), ha folyamatosan divatos termékeket akarnak egyes piaci szerepl?k drágán áron fizet?képes, legalább fels?-középosztálybeli rétegeknek eladni, de észre kellene venni: nem az ? számuk n? iszonyatos ütemben, hanem azoké a szegény-sorsúaké, akik eddig is az olcsót keresték, továbbá azoké, akik eddig csak keveset vagy éppen semennyit sem vettek a milliószám-termékb?l, amit a piac jelen pillanatban kínálni tud.

Hogy a számoknak él? értékesít?k is értsék, amir?l beszélek, itt van néhány adat:
Ma Magyarországon a cigányok becsült száma és aránya 800–900 ezer f?, ami 8-9 százalékot jelent a teljes népességen belül. Megismétlem: a teljes népességen belül.
Ugyanakkor a 10 év alatti korosztályban ez biztosan több, egyes becslések legalább 12-15%-ot említenek, de az 5 év alatti korosztályban akár a 20% sem túlzás.
Azaz, az 5 év alatti korosztályban minden 5. ember cigány ma Magyarországon. És igenis látható, megtapasztalható, hogy hol, hogyan, milyen körülmények között élnek most ?k, mennyi pénz felett rendelkeznek ?k és a szüleik, ugyanakkor a piac általában véve nem kínál nekik most sok mindent. Sem nekik, sem a szüleiknek.
Az el?z? gondolatmenetb?l pedig akkor látni kellene, hogy 10-12 éven belül az akkori Magyarország tinédzserei között körülbelül 20%-ban lesznek azok a cigány fiatalok, akik akár célzott célcsoport is lehetnének, ha bármelyik piaci szerepl? érdemben számolna velük, akár már most, akár a jöv?re készülve.

Mert ezek a fiatalok nemcsak hogy feln?nek majd, de házasodnak, gyermeket vállalnak, valahol biztosan lakni fognak, esznek, isznak, közlekednek, kommunikálnak, szórakoznak, bankhitelt szeretnének, és költenének maguk is bármire, amir?l azt gondolják, hogy az nekik is készül, és a számukra is elérhet?.

Félreértés ne essék, egy szóval sem mondom, hogy a piacon most elérhet? termékek és szolgáltatások ne szólnának mindenkinek – b?rszínt?l függetlenül. De a piac azt igenis megérthetné, hogy a számos termék és szolgáltatás bizonyos okok miatt ma nem jelenik meg a cigány családok körében ugyanúgy, ahogyan a többségi társadalomban. És ez egy valódi nyereségérdekelt szerepl? számára igazi kihívás, f?leg, hogy ha kihívásokból a válság eddig csak azt tartogatta a piac számára, amely a túlélést segítette el?.

A cigányok többségének ma Magyarországon általában véve nincsen biztosítása. Amelyik biztosító cég tudni akarja, hogy miért nincsen, az rendeljen meg egy kutatást, fejlesszen terméket, szabja rájuk, és adjon el nekik biztosítást tízezer számra. Mert lennének, akiknek szükségük lenne rá – több ezer temetésre nem jut egy fillér sem ma a cigánysorokon, de utólag mindenki szerette volna, ha van valamilyen biztosítása. Kérdés, melyik biztosító cég lát ebben fantáziát és meri konkrét célcsoportként kezelni ?ket? Én magam, aki a cigányügyet els?sorban gazdasági kérdésnek tekintem, hiszek abban, hogy igenis el is lehet adni nekik, kimondottan a cigányoknak sok-sok biztosítást, azaz, szolgáltatást lehet vinni közéjük, olyat, ami eddig hiányzott, de segítheti a sorsukat.

Maradva a pénzügyeknél, a cigányok többségének ma Magyarországon általában véve nincsen bankszámlája, vagy, ha van, akkor nem használja. Ezzel párhuzamosan egészen érdekes, hogyan fogynak el a nem cigány számlatulajdonosok az országnak abban a felében, ahol az átlagosnál is magasabb a cigányok száma, aránya. Plasztikus, könnyen érthet? példát használjunk: biztos vagyok benne, hogy Edelényben 10 évvel ezel?tt sokkal több volt a naponta betér? ügyfél bármelyik bank helyi fiókjába, mint ma. Ennek egyszer? okai vannak: akinek 10 éve számlája, és azon egy kevéske pénze volt, az olyan nyugdíjas volt, aki id?közben talán már meghalt, vagy olyan, munkából él? helyi, aki azóta talán már beköltözött Miskolcra vagy a f?városba, esetleg külföldön vállalt munkát.

Bármelyik bank budapesti központjában ott a komoly dilemma, mi legyen a helyi fiókkal? Elfogynak a betétesek, elfogynak a számlatulajdonosok, egy id? után nem éri meg fenntartani a fiókot, és szomorú szívvel, de bezárják majd. Presztízsveszteség, rossz megítélés, egyértelm? piacvesztés.

Közben a másik bank viszont nem zár be. De miért is nem? Azért, mert Edelényben megtalálta azokat, akiknek eddig nem volt bankszámlájuk, és meggy?zte ?ket arról, hogy nyissanak nála számlát, és ha csak egy kevéske segély, vagy közmunkából származó bér is minden jövedelmük, az a bankon keresztül jusson el hozzájuk.
A kérdés most mindössze az ebben a nagyon egyszer? helyzetben, hogy melyik valós bank lesz az, amelyik majd bezárja az edelényi fiókját, és melyik az, amelyik tényleg megtarthatja azt?

Az ország észak-keleti vidékén elfogytak a helyi kisboltok az elmúlt 10-12 évben. Teljesen általános, hogy egy 800-1200 f?s faluban nincsen bolt, vagy ha van, az hetente kétszer nyit ki, akkor is csak napi néhány órára. Ezeket a falvakat sok esetben cigányok lakják egyre nagyobb számban. Kérdés, melyik tartós fogyasztási cikkeket és

élelmiszert kínáló hazai lánc dönt úgy, hogy kisteherautókon, el?re egyeztetett rendeléses formában termékeket visz ezekbe a falvakba? Nagyon egyszer? lenne egy ilyen koncepciót hitelesen és hiánypótló módon elkészíteni, majd több tízezer ember életét tenni könnyebbé ilyen formában, de megint ott a kérdés, melyik valós piaci szerepl? mer lépni ebbe az irányba?

Végezetül néhány gondolat arról, hogy ?szintén kimondható ma már az is, hogy a gyorskölcsönöket kínáló piac találta meg els?ként a cigányokat, még ha soha nem is volt egyértelm? policy, hogy rájuk szabják a szolgáltatásokat és termékeket.



Ma már talán a piac más szerepl?i is végiggondolják, hogy hogyan kellene nekik maguknak a saját termékükkel és szolgáltatásokkal valódi célcsoportként tekinteni mostantól a cigányokra. S?t, ha ügyesen csinálják, egyszerre lesznek CSR-tudatosak, miközben valódi piaci rést találnak maguknak.

Pénzügyi, biztosítási, telekommunikációs és tartós fogyasztási termékeket kínáló piaci szerepl?k, figyelem, több milliárd forintról van szó – havonta. Aki most lépni mer, lépésel?nybe kerül.

http://mandiner.blog.hu - Forgács István

Tisztelt olvasók! Legyenek olyan kedvesek és támogassák "lájkukkal" a **Flag Polgári Magazin** facebook oldalát, a következ? címen: https://www.facebook.com/flagmagazin
- Minden "lájk számít, segíti a magazin m?ködését!

Köszönettel és barátsággal!
www.flagmagazin.hu



Ajánló