

A magyarországi kiskereskedelem és fogyasztás új trendjeinek társadalomföldrajzi vizsgálata a válság tükrében

Tömöri Mihály
Nyíregyházi főiskola

A 2008-ban kirobbant pénzügyi-gazdasági világválság, illetve ennek gazdasági, társadalmi, politikai következményei mélyrehatóan érintették Magyarországot az elmúlt évek során. A válság következtében megváltozott körülmények a piac valamennyi szereplőjét (termelők, kereskedők, fogyasztók) új kihívások elé állította, ami új válaszok és alkalmazkodási stratégiák kidolgozását, megvalósítását ösztönözte. Ennek következtében a magyarországi kiskereskedelem és fogyasztás rendszere jelentősen átstrukturálódott, ami egyrészt az ágazat kulcsszereplőinek (bevásárlóközpontok, tőkeerős kereskedelmi láncok) szervezeti felépítésében és telephely választási preferenciáiban bekövetkezett változásokban, másrészt a fogyasztói szokások és térpályák módosulásában érhető tetten. A kutatás kiemelt célja, hogy megvizsgálja a kiskereskedelmet és a fogyasztást befolyásoló társadalmi (fogyasztói szokások, minták, normák, értékrendek), gazdasági (konjunktúra ciklusok, makro- és mikroökonómiai tényezők), és politikai (jogszabályok, ideológiák, prioritások) környezetben a válság hatására bekövetkezett változásokat és elemezze azok földrajzi (fogyasztói terek és ezeket összekapcsoló vásárlói térpályák) konzekvenciáit.