

**KÓNYA BERNADETT ZSUZSANNA**

3. aktív félév

Kereskedelem és marketing [felsőoktatási szakképzés]

BGE KKK

**BARANYÁK TAMÁS**

3. aktív félév

Kereskedelem és marketing [felsőoktatási szakképzés]

BGE KKK

**Konzulens:**

**Zarándné Dr. Vámosi Kornélia PhD**

adjunktus

BGE KKK

## **AZ ONLINE VÁSÁRLÁS HELYZETE 2022-BEN**

Kutatásunkban az élelmiszerláncok online vásárlási lehetőségeivel foglalkozunk, azon belül is olyan kiskereskedelmi FMCG-kereskedőkkel, akik meglévő áruházi háttérre alapulnak.

Kutatásunk alapvető hipotézise a következő: 2030-ra az kiskereskedelmi összeladások 30%-át az online vásárlások fogják képezni.

Eladásmenedzsmentre alapuló kutatásunk során a 2021-es és 2022-es adatok alapján legfőképp a legnagyobb online forgalmú áruházi háttérrel rendelkező céggel foglalkoztunk, amely a Tesco. Ezen felül szekunder kutatásunkban foglalkoztunk még a második és harmadik legnagyobb forgalmúval is, amely a SPAR és az Auchan. Kitértünk még a boltok fenntarthatóság felé tett lépéseivel kapcsolatban, valamint foglalkoztunk a közösségi média jelenlétükkel is. Külön figyelmet szenteltünk az infláció szerepének és a boltok cselekvéseinek ezzel kapcsolatban.

Primer kutatásunkban végeztünk piackutatást és egy speciális kutatást is végeztünk a beépített főnök mintájára, amely során egyikőnk a Tesco áruház munkatársaként dolgozott, hogy nagyobb rálátása legyen a folyamatokra. Mélyinterjút is készítettünk Póka Viktorral, a Tesco áruházlánc egyik Közép-Európai Online Menedzserével. Ezen interjú során statisztikákat is biztosítottak számunkra, amelyet összehasonlítottunk a 2018-ban a Tesco Online ötödik szülinapja alkalmából a nagyközönség elé tárt adatokkal, amelyek alátámasztották a mélyinterjúban kapott válaszokat, valamint a saját teóriáinkat is.

Dolgozatunk végén konklúziót vontunk le a fent említett kutatási módszerek segítségével az online vásárlási platform kihasználtságáról, valamint az ahhoz kapcsolódó folyamatok fejlesztettségéről a Tesco esetében.