

Választécsökkentési döntések a napicikk kiskereskedelemben

Assortment Reduction Decisions in Fast Moving Consumer Goods Retailing

KELEMEN-ERDŐS ANIKÓ

PhD, egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, kelemen-erdos.aniko@gtk.bme.hu

MITEV ARIEL

PhD, egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem, ariel.mitev@uni-corvinus.hu

SZAKÁLY ZOLTÁN

PhD, egyetemi tanár, Debreceni Egyetem, szakaly.zoltan@econ.unideb.hu

Absztrakt

A napicikk kiskereskedelem versenyképességét meghatározza a megkülönböztető versenyelőny és a hatékonyság, melyeknek egyik legfontosabb eszköze lehet a választék optimalizáció. A gyártó-kiskereskedő viszonya ugyanakkor hatással lehet a választék tervezésre, akár csökkentésre is. A kutatás alapvető célja a kilistázás főbb okainak azonosítása.

A tanulmány a tranzakciós költségek elméletét, illetve ezen belül elsősorban a korlátozott megbízhatóságot, és az opportunizmust, alapul véve elemzi a kilistázási döntéseket a gyártó-kiskereskedő kapcsolatrendszer kontextusában. Ennek keretében 215 hazánkban működő nemzetközi, regionális, illetve helyi napicikk kiskereskedelmi egység vezetőjével, illetve tulajdonosával készített személyes megkérdezés alapján vizsgálja a választécsökkentés főbb mozgatórugóit. Az eredményeket parciális legkisebb négyzetek – strukturális egyenletek modell (PLS-SEM) alkalmazásával elemezzük. Az eredmények rámutatnak arra, hogy a korlátozott megbízhatóság hozzájárul a kilistázási döntésekhez, mert a marketingtámogatás hiánya mellett, gyakran magas beszállítói árhoz, logisztikai problémákhoz, illetve ezeken keresztül alacsony kiskereskedelmi árréshez vezet.

Kulcsszavak: választécsökkentés, gyártó-kiskereskedő kapcsolat, kilistázás, korlátozott megbízhatóság, opportunizmus

Abstract

The competitiveness of fast-moving consumer goods retailers is determined by competitive differentiation and efficiency, of which assortment optimization can be one of the essential tools. However, assortment planning and delisting are also influenced by the manufacturer-retailer relationship. The main objective of the research is to identify the main drivers of assortment reduction. The study analyses the manufacturer-retailer relationship based on transaction cost theory, particularly bounded reliability and opportunism. In this context, it examines the main drivers of assortment reduction, based on personal survey with managers and owners of 215 international, regional, and local fast-moving consumer goods retailers operating in Hungary. The results are analyzed by the partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM).

The results indicate that limited reliability contributes to the delisting decisions because these often lead to the absence of marketing support, high supplier prices, logistical problems, and through these, low retail margins.

Keywords: assortment optimization, manufacturer-retailer relationships, delisting, bounded reliability, opportunism