

## Választékcsökkentés a napi fogyasztási cikkek kiskereskedelmében

### The Assortment Reduction of Fast Moving Consumer Goods in Retailing

Kelemen-Erdős Anikó  
Egyetemi docens, Óbudai Egyetem  
kelemen.aniko@kgk.uni-obuda.hu

#### **Absztrakt**

*A kiskereskedelmi versenyelőnyt és sikert megalapozza a választékdifferenciálás, mely hozzájárulást nyújt a vállalkozás piaci megkülönböztetéséhez és jövedelmezőségének biztosításához.*

*A tanulmány célja a kilistázási döntések elemzése, annak hátterében meghúzódó okok feltárása a napi cikk kereskedelemben. A publikáció szakirodalmi forráselemzés alapján a kilistázási döntések újszerű megközelítését, klasszifikációját határozza meg.*

*Az eredmények azt mutatják, hogy a választékredukció okai, mögöttes tényezői a versenyképesség fokozására és a hatékonyság növelésére irányulnak. Versenyelőnyt eredményezhet az innovatív választék kialakítás, mely szisztematikus választékleépítést követel meg. A választékcsökkentéssel a kiskereskedő hatást gyakorolhat alkupozíciójára, értéklánchban betöltött szerepére is. Az alacsony piaci részesedés, profithoz való hozzájárulás, a nagyarányú vállalati, illetve termék ráfordítás és költségszint, a megemelkedett beszerzési ár, a magas logisztikai és készlettartási költség egyaránt megalapozhatja a kilistázási döntést.*

**Kulcsszavak:** Kiskereskedelmi marketing, választéktervezés, kilistázás, versenyképesség

#### **Abstract**

*The competitive advantage and success of retailing is based on selection differentiation, which not only contributes to the market differentiation of companies, but may ensure their profitability.*

*The aim of this study is to analyse the delisting decisions and underlying reasons for the assortment reduction of fast moving consumer goods. Based on a literature analysis, this publication presents a novel approach to and classification of delisting decisions.*

*Results show that the causes and underlying factors of selection reduction are aimed at increasing competitiveness and efficiency. Competitive advantage can result from innovative range design, which requires systematic range reduction. By reducing choice, the retailer can also influence its bargaining position and role in the value chain. Low market share and corporate profit, high corporate and product expenditure and cost level, an increase in purchase price, and high logistics and inventory costs can all justify assortment-reduction-related decisions.*

**Keywords:** Retail marketing, Selection planning, Assortment reduction, Competitiveness