

Digitális innovációk hatása a kiskereskedelmi csatornák integrálására

The Role of Digital Innovation in the Channel Integration of Retailers

AGÁRDI IRMA

egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem, irma.agardi@uni-corvinus.hu

BEREZVAI ZOMBOR

PhD hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, zombor.berezvai@uni-corvinus.hu

SZABOLCSNÉ OROSZ JUDIT

hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, judit.orosz@stud.uni-corvinus.hu

Absztrakt

A kutatás arra a kérdésre keresi a választ, hogy a digitális innovációk milyen csatornakombinációkat hoznak létre, és hogyan befolyásolják a kiskereskedelmi csatornák integrálását. A kérdés megválaszolásához feltáró kutatást végeztünk nemzetközi élelmiszer-kiskereskedelmi vállalatok körében a 2007–2017 közötti időszakra vonatkozóan. A szekunder adatokra épülő, kvantitatív tartalomelemzés kimutatta, hogy a kiskereskedők által megvalósított digitális innovációk hozzájárultak a csatornák összefonódásához. Különösen az új kiskereskedelmi szolgáltatások, üzlettípusok és promóciók területén jelentős az online és offline csatornák kombinációja. A kutatási eredmények hozzájárulnak a digitális innovációk csatornaintegrációban betöltött szerepének megértéséhez, illetve a többcsatornás kiskereskedelmi értékesítés tudatosabb menedzseléséhez.

Kulcsszavak: digitalizáció, csatornaintegráció, kiskereskedelem

This paper investigates what channel combinations are created by retail digital applications and how digital innovations integrate the channels of retail companies. A large-scale exploratory study was conducted based on a longitudinal sample of leading international grocery retailers in the period of 2007–2017. Evidence has been found that digital technologies contribute to channel integration. Retail services, new retail formats and retail promotions play the most important role in combining online and offline channels of the retailers. Research findings contribute to a deeper understanding of the role of retail digitalization in channel integration. Furthermore, results help retail companies to understand and manage the effects of digital solutions on the channel system.

Keywords: Digitalization, channel integration, retailing

Köszönetnyilvánítás:

Jelen publikáció az Európai Unió, Magyarország és az Európai Szociális Alap társfinanszírozása által biztosított forrásból az EFOP-3.6.3-VEKOP-16-2017-00007 azonosítószámú „Tehetségből fiatal kutató- A kutatói életpályát támogató tevékenységek a felsőoktatásban” című projekt keretében jött létre.