

DEBRECENI EGYETEM
MŰSZAKI KAR



ABSZTRAKTKÖTET

*„Kihívások és tanulságok a menedzsment területén.
Fókuszban a folyamatmenedzsment – az Ipar 4.0 kihívásai”*

BOOK OF ABSTRACTS

*„New Trends and Challenges in Management.
Special Focus on Process Management and Industry 4.0”*

Debrecen, 2019. November 7-8.

Ipar napjai konferencia

Digitalizáció hatása a hazai kereskedelmi stratégiákra	31
Az építési beruházási folyamat tervezése és a kockázat	33
Az innováció hatása a sportszakmai és gazdasági sikerekre	34
A digitalizációs folyamat az agrárvállalatok körében, avagy egy kérdőíves kutatás eredményei	35
A családok pénzügyi helyzetének változása Magyarországon 2000-2019 között.....	36
A fejlődés a folyamatokban rejlik.....	37
Műhelyrendszerű termelés kiszolgálása automatizált anyagmozgató eszközökkel	38
X/Y emberkép hatása a teljesítményre változó környezetben.....	40
Menedzsment módszerek az ipar 4.0 tükrében	42
A blokklánc alapú élelmiszer nyomon követési rendszerek alkalmazhatóságának vizsgálata	44
Felsőoktatási továbbtanulási preferenciák összehasonlítása a munkaerőpiac igényeivel.....	45
Az egészségfejlesztés emberi tőkére gyakorolt munkaerő-piaci hatása	46
A munkáltatói márkaépítés és a szervezeti kultúra kapcsolata	47
A hazai PhD képzés minőségi megújulása az ESG 2015 tükrében.....	48
A mesterséges intelligencia (MI) alkalmazási lehetőségei a logisztika területén.....	50
A sportszerkiskereskedelmet és a sporttevékenységet folytató vállalkozások összehasonlító elemzése	52
Többszintű projekttervezés és szimuláció mátrix-alapú modell alkalmazásával a késedelmi költség hatásainak bemutatására	53
A felsőoktatás nemzetköziesedésének történelmi vetületei, mint az innováció és a tudásáramlás történelmi példái	55
Tanulási görbék egy űripari magáncégnél: a SpaceX példája.....	56
Termékinnovációs lehetőségek az ebook-termékek kutatási eredményeiben	57
Nemzetközi kávékereskedelem szakirodalmának vizsgálata kapcsolatháló elemzéssel	58
A milleniumi generáció munkaerőpiaci elvárásai.....	59
Stratégiát megalapozó elemzések gyakorlati alkalmazása	60
Munkajogi- és gazdasági kihívások a jövő munkaerőpiacán	61
Vállalati folyamatok kockázatainak értékelése	62
Az új bázeli szabályok körvonalai	63
A társadalmi vállalkozások Balanced Scorecard rendszerének kialakítása a szociális szövetkezetek példáján – külső szervezetekig	64
Darabolási folyamatok optimalizálása a beérkező igények figyelembevételével egy sertésvágóhídon	65
Egy sertés vágóhíd belső folyamatainak elemzése	66

Digitalizáció hatása a hazai kereskedelmi stratégiákra

Dr. Kontor Enikő, Dr. Kiss Marietta, Dr. Fehér András

Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Kereskedelem Intézet, E-mail: kontor.eniko@econ.unideb.hu

Keywords: digitalizáció, kereskedelem, in-store, stratégia

Tanulmányunk célja, hogy feltérképezzük a digitális tér illeszkedését napjaink és a jövő kereskedelmébe és meghatározzuk a digitalizáció hatását a hazai kereskedelmi stratégiákra. A fogyasztók információszerzési és vásárlási szokásai drámaian megváltoztak. A ma fogyasztója számára elsősorban a kényelem, a hatékonyság (a termékhez való gyors, kényelmes hozzáférés a megfelelő ár-érték arányban) és az élmény jelentik azokat a kulcstényezőket, melyek alapján döntését meghozza. A kereskedők igazodva ezekhez újszerű kereskedelmi stratégiákat alakítottak ki, melyeknek szerves része a digitalizáció vívmányainak felhasználása. Ennek egyik vetülete az e-kereskedelem egyre erőteljesebb globális fejlődése. A hazai online kereskedelem is évről évre jelentősen bővül. 2018. évi adatok alapján a belföldi és külföldi online értékesítés volumene meghaladta az 1000 milliárd forintot. A hazai online fogyasztók egyre gyakrabban és egyre nagyobb értékben vásárolnak az interneten. Az online bevásárlás virtuális valóság platformokon való megvalósulása pedig élményszerűbbé teheti ezt a vásárlási módot. A webshopoknak újabb fogyasztói igényeknek kell megfelelni és a megrendelt árut mielőbb, lehetőleg 24 órán belül kiszállítani. A csomagok kézbesítésének számos változata kezd egyre népszerűbbé válni (pl. csomagautomaták, pick pack pontok). A hagyományos csatornákat sem szabad azonban eltemetni. Óriási előnyük, hogy a vásárló több érzékszerven keresztül válogathat a termékek között és az impulzusvásárlásnak is nagyobb teret enged. Ezt a kor követelményeinek megfelelő digitális technológiával kombinálva teljes körű vásárlási élmény nyújtható. Felismerve ezt az igényt az online és hagyományos csatornák manapság sok esetben már keverednek (pl. multichannel, omnichannel, crosschannel) és rengeteg lehetőséget nyújtanak a fogyasztóknak a vásárlási folyamat során. A vásárlók kényelmét szolgálja a hagyományos üzletek eladóterének optimalizálása és a vásárlói útvonalak digitális technológiákkal (pl. digitális polccímke) való támogatása is. Az újabb

„Kihívások és tanulságok a menedzsment területén.

Fókuszban a folyamatmenedzsment – az Ipar 4.0 kihívásai”

innovációk a vásárlási folyamat automatizációját vonják maguk után és szenzorok (pl. Amazon Go) vagy robotok (pl. Pepper) segítségével teszik kényelmesebbé és személyre szabottabbá a vásárlási folyamatot. A digitális személyi asszisztensek az eladószemélyzet digitális változataként fognak feltűnni a jövőbeli vásárlásaink során.