

SZAKDOLGOZAT

Figler Zsuzsanna

2024

Autóalkatrész vásárlási szokások az online térben

Készítette: Figler Zsuzsanna

Kereskedelem és marketing alapképzési szak

Levelező tagozat

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Károly Róbert Campus

Témavezető: Dr. Domán Szilvia egyetemi docens, Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék

Tartalmi kivonat

Kutatásom fő témája az internet előnyei és hátrányai, amelyeket az online autóalkatrész vásárlási szokásokon keresztül mutattam be. Az autóalkatrész piac, ezen belül az autóalkatrész vásárlási szokások jelentős változásokon mentek keresztül, ami az internet elterjedésének és a digitális technológia fejlődésének köszönhető. Autóalkatrészekkel foglalkozó cégben dolgozom 1998 óta, részese voltam, ahogy a személyes kapcsolatokon alapuló, hagyományos vásárlás átalakul egy személytelenebb, digitális térben működő piaccá. Huszonöt évvel ezelőtt, amikor a fizikai üzlet megnyílt, még csak kezdetlegesen használtuk az internetet az értékesítésre, hirdetéseket újságokban adtunk fel, telefonon érdeklődtek, rendeltek a vásárlók. A személyes kapcsolatoknak nagy jelentősége volt, az eladó találkozott a vásárlóval, mert csak így tudta a terméket beszerezni. Információt újságokból és az üzletben való személyes beszélgetésekből kapott, az árak nehezen voltak összehasonlíthatóak. Ma már elengedhetetlen szerepe van az internetnek a vásárlási döntések meghozatalában. A digitális marketing és az e-kereskedelem új lehetőségeket nyitottak meg mind a vállalkozások, mind a vásárlók számára, az internet nem csak új értékesítési csatorna, hanem egy óriási információ forrás is.

Kutatásomhoz az ötletet az ügyfelektől kapott információk adták, szinte minden nap találkozom azzal a mondattal, hogy „a csoportban mondták”, „az interneten olvastam”.

Vizsgáltam, hogy az autóalkatrész vásárlási döntésben milyen szerepet játszik az internet, honnan tájékozódnak a vásárlók a termékekről, árakról, minőségről, mi és ki befolyásolja őket

a döntéseikben. Inkább bíznak a szaktudásban, amit egy autószerelő az iskolában tanult vagy még inkább az interneten talált, nem teljesen megbízható forrásokra hagyatkoznak. A közösségi csoportok, a fórumok és az online vélemények meghatározóvá váltak, mert a vevők ezeken a platformokon keresnek megerősítést döntéseikhez.

Az eredmények alapján jól látható, hogy az online vásárlás egyre inkább előtérbe kerül, különösen a kényelem, az időmegtakarítás és az árak könnyű összehasonlíthatósága miatt. A kérdőívet kitöltő válaszadók jelentős része szívesen vásárol autóalkatrészt az interneten, de még mindig van jelentősége a hagyományos üzleti kiszolgálásnak is. A személyes kapcsolatok továbbra is fontosak a vásárlók körében. Az online közösségi csoportok, fórumok erősen befolyásolják a csoporttagokat az autóalkatrész vásárlási döntéseikben. A véleményvezérek, főként, ha szakmabelinek tartják őket, illetve a csoporttagok tapasztalatai sok esetben megerősítést adnak a vásárlók számára. A kutatásból az is kiderül, hogy a vevők óvatosabbak az online vásárlással, ami a fizetési szokásokban is megmutatkozik. Nem preferálják az előre fizetést, inkább vállalják a drágább utánvétes költségeket. Az online rendelés sok előnnyel jár, de vannak kihívásai is, mint például a nem megfelelő alkatrész kiválasztása. Azok a vásárlók, akik már találkoztak negatív tapasztalattal, például hibás vagy nem megfelelő termékkel, esetleg fizetési problémákkal, ők továbbra is hajlandóak online vásárolni, de óvatosabbá és körültekintőbbé váltak.

Összességében a kutatás igazolta, hogy az internet mára már elengedhetetlen a fogyasztói szokások alakításában, különösen a gyors információ keresésben, az árak összehasonlíthatóságában és a vásárlási döntések meghozatalában. A minőség, megbízhatóság, megfelelő ügyfélszolgálat kulcsfontosságú szempont az online vásárlásban, döntően befolyásolják a fogyasztók lojalitását és az online vásárlás iránti bizalmukat. A COVID-19 járvány olyan időszak volt, amikor a fogyasztóknak alkalmazkodniuk kellett a változó körülményekhez, az online vásárlás a mindennapi élet része lett. A sikeres internetes kereskedelem kulcsa a vásárlói bizalom kiépítése, aminek legfontosabb elemei az adatvédelem, megbízható termék minőség, gyors szállítási folyamat, biztonságos fizetési lehetőségek biztosítása. Ezek nélkül nem tud működni megfelelően az online kereskedelem. A kérdőívet kitöltők válaszait elemezve megfigyeltem, hogy az egyes autós csoportokban a véleményvezéreknek nagy szerepe van az autóalkatrész vásárlási szokásokban, ezért további kutatásokat érdemes végezni a ma divatos influencers marketing bevonásával. A véleményvezérekkel való hirdetés egyre nagyobb hangsúlyt kap az online vásárlók elérésében, de kimondottan az általam vizsgált autóalkatrész kereskedelemben még nem

jellemző. Ezzel még pontosabb képet kaphatunk arról, hogy az internet a tartalomkészítőkön keresztül hogyan változtatja és formálja a vásárlási szokásokat.