

SZAKDOLGOZAT

Tihanyi Bence

2024



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Kaposvári Campus

**Kereskedelem és Marketing alapképzési
szak**

AZ E-KERESKEDELEM FOGYASZTÓI MEGÍTÉLÉSE

Belső konzulens: Pintér Attila
Egyetemi Mestertanár

Belső konzulens intézete/tanszéke:
Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet
Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék

Készítette: Tihanyi Bence (AXU8SN)
Nappali

Kaposvár

2024

Összefoglalás

A dolgozatomban az e-kereskedelem fogyasztói megítélését vizsgáltam, különös tekintettel a technológiai fejlődésre és a fogyasztói magatartásra. Az e-kereskedelem növekedését az internet terjedése, a technológiai innovációk és a COVID-19 járvány felgyorsította, hiszen a vásárlók egyre nagyobb arányban tértek át az online vásárlásra. Kutatásom célja az volt, hogy feltárjam, mely tényezők befolyásolják leginkább a fogyasztói elégedettséget és bizalmat, valamint megvizsgáljam az e-kereskedelem jövőbeli fejlődési irányait.

A primer kutatásom kvantitatív jellegű, kérdőíves megkérdezésen alapult, továbbá az információgyűjtés önkényes mintavételezéssel történt, így a kutatásom nem reprezentatív. A szekunder kutatásom során különböző szakirodalmi forrásokat (internetes forrásokat és könyveket) dolgoztam fel. Eredményeim azt mutatják, hogy a fogyasztók számára a legfontosabb szempontok az adatbiztonság, a kényelem és az árak összehasonlításának lehetősége. Az adatbiztonság alapvető fontosságú a fogyasztói bizalom szempontjából, ezért az e-kereskedelmi vállalkozások számára kiemelten fontos a biztonságos adatkezelés és a csalásmegelőző rendszerek használata. A kényelem szintén alapvető igény, hiszen az automatikus bejelentkezés és az egyszerű fizetési módok növelik a vásárlói elégedettséget.

A kutatásomból az is kiderült, hogy a fogyasztók bizonytalanok az online fizetések terén, ezért az áruházaknak részletes tájékoztatást kell nyújtaniuk a biztonságos fizetési lehetőségekről. A mesterséges intelligencia (MI) alkalmazása lehetőséget ad arra, hogy az e-kereskedelmi platformok még inkább személyre szabott ajánlatokkal szolgáljanak, növelve ezzel a vásárlói elégedettséget és hűséget. Bár a mobilalkalmazások népszerűsége viszonylag alacsony, ez ösztönzőkkel, például exkluzív ajánlatokkal növelhető. A kriptovaluták alkalmazása pedig jövőbeli lehetőségként jelent meg, melyek gyors és anonim tranzakciókat biztosítanak.

Összességében a dolgozatom arra világít rá, hogy az e-kereskedelem sikeréhez elengedhetetlen a fogyasztói igények követése. Az adatbiztonság, a kényelem és az árösszehasonlító funkciók olyan tényezők, amelyek a fogyasztói elégedettséget növelik. Javaslom a további kutatásokat a mobilalkalmazások ösztönzésére és a kriptovaluták elterjesztésére, hogy jobban megértsük az e-kereskedelmi trendeket és a fogyasztói preferenciákat.