

BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM

PÉNZÜGYI ÉS SZÁMVITELI KAR

SZAKDOLGOZAT

Merth Fanni
Nappali
Pénzügy és
Számvitel
Pénzügyi
szolgáltatások

2021

BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM

PÉNZÜGYI ÉS SZÁMVITELI KAR

A koronavírus-járvány néhány gazdasági hatása és következménye Magyarországon, különös tekintettel a vendéglátásra

Belső konzulens: Prof. Dr. Losoncz Miklós

Külső konzulens: Reizer István

Merth Fanni

Nappali

Pénzügy és
Számvitel

Pénzügyi
szolgáltatások

NYILATKOZAT

Alulírott MERTH FANNI büntetőjogi felelősségem tudatában nyilatkozom, hogy a szakdolgozatomban foglalt tények és adatok a valóságnak megfelelnek, és az abban leírtak a saját, önálló munkám eredményei.

A szakdolgozatban felhasznált adatokat a szerzői jogvédelem figyelembevételével alkalmaztam.

Ezen szakdolgozat semmilyen része nem került felhasználásra korábban oktatási intézmény más képzésén diplomaszerzés során.

Tudomásul veszem, hogy a szakdolgozatomat az intézmény plágiumellenőrzésnek veti alá.

Budapest, 2021 év augus..... hónap 12..... nap

Mert Fanni

hallgató aláírása

Tartalomjegyzék

1	Bevezetés:	2
2	Covid-19 járvány	4
2.1	A járvány keletkezése	4
2.2	A vírus megjelenése Magyarországon	6
2.3	A vírus gazdasági hatásai	7
3	Vendéglátóiparra gyakorolt hatások	11
4	Gyorséttermi fogyasztás vizsgálata	14
4.1	Mennyiben változtak meg a fogyasztók gyorséttermi szokásai a vírushelyzet alatt?	14
4.1.1	Településtípus szerint	14
4.1.2	Korcsoport szerint	17
4.2	Mennyiben változtak meg a fogyasztók gyorséttermi szokásai a vírushelyzet után?	20
4.2.1	Településtípus szerint	20
4.2.2	Korcsoportok szerint	23
4.3	Mik az ételrendelés főbb szempontjai a fogyasztók szerint?.....	25
4.3.1	Településtípus szerint	25
4.3.2	Korcsoport szerint	27
4.4	Mennyire gyakori a gyorséttermi fogyasztás a vírushelyzet alatt?	29
4.4.1	Településtípus szerint	29
4.4.2	Korcsoport szerint	30
4.5	A nem gyorséttermi vendéglátóhelyekre gyakorolt hatás	31
5.	Mcdonald's esettanulmány	33
6.	Befejezés	Error! Bookmark not defined.

1 BEVEZETÉS:

2019-ben életünk hatalmas fordulatot vett, amikor a Kínából induló és globálissá vált Covid-19 néven ismert vírus megjelent. Emberileg és gazdaságilag is mindenkit megviselt és hatalmas veszteségeket okoz, illetve okozott. Azért választottam ezt a témát, mert jelenlegi életünket és gazdasági helyzetünket teljes mértékben megváltoztatta, felülírta a Covid-19 vírus által előidézett válság és tömeges megbetegedés. A témaválasztásomat az is indokolja, hogy jelenleg az McDonald's éttermeket irányító központi irodában dolgozom pénzügyi gyakornokként és felkeltette az érdeklődésemet, hogy ebben a szorult helyzetben a vendéglátóipari egységek hogyan próbálják túlélni a kormány által hozott korlátozásokat, bezárásokat és milyen támogatásokban részesülnek. Érdekesnek tartom emellett a kialakult helyzet fogyasztókra gyakorolt hatását, éppen ezért az étkezési szokásaik és a kiszolgáláshoz való hozzáállásuk változását figyeltem meg.

A szakdolgozat kidolgozása és a szakmai szempontok alapján végzett kutatási és elemzési munkám főként a közgazdaságtan órákon megszerzett tudásra épül.

Dolgozatomban több kérdésre keresem a választ, mint például: Honnan ered a vírus? Mi is pontosan ez a vírus? Hogyan lett belőle globálissá vált veszély? Milyen következményei vannak gazdaságilag? Előidézett egy válságot? Mennyiben változtatta meg az emberek életét? A vendéglátóiparban lévők hogyan mentették meg vállalkozásaikat, illetve munkahelyeiket? Milyen segítséget kaptak? A vendégek alakítottak-e ki új szokásokat? A jövőben ezek a szokások fent maradnak-e vagy visszatér minden a régi kerékvágásba? Tehát a dolgozatomban azokra a főbb kérdésekre keresi a választ, hogy milyen gazdasági következményei voltak a 2019-ben kirobbant, majd globálissá vált koronavírus-járványnak, főként vendéglátóipari szemszögekből.

Dolgozatomban első részében részletesebben bemutatom a vírus kialakulását és terjedését világban. Majd kitérek a makrogazdaságra gyakorolt hatására Magyarországon.

A második fejezetben a vírus vendéglátóiparra gyakorolt hatását elemzem MO-i és külföldi példákon keresztül. Ezen belül az ágazati GDP-t, keresletet, kínálatot, foglalkoztatást, vállalati árbevételt, likviditást és vállalati csődöket vizsgálom. Természetesen a fogyasztókat is megkérdeztem ehhez kérdőívet készítettem, ahol

gyorséttermi szokásaikról kérdezem őket. Külön figyelmet fordítottam különböző korosztályokra, hogy milyen gyakran fogyasztottak gyorséttermi ételt a vírus előtt, majd ez miképpen változott meg a vírus hatására. Az életkor mellett másik szempontként az étel elfogyasztásának és megszerzésének körülményeit is vizsgáltam, mint például: (drive, elvitel, házhoz rendelés).

A következő rész az ágazati-vállalati alkalmazkodással, állami szerepvállalással foglalkozik. Ebben a témában megfogalmazott kérdéseim: Hogyan reagáltak a vállalkozások a vírushelyzetre? Az állam milyen segítő intézkedéseket vezetett be, hogy ne legyen országos csőd és magas munkanélküliség? Hogyan reagált az állam a kialakult helyzetre? Ezen felül további információért átvizsgálom számos cég webes megjelenését és a honlapjukon található publikációkat. Ehhez a fejezethez főként egyes gazdasági szaklapokban megjelent cikkekből és kormányrendeletekből tájékozodom.

Utolsó fejezetben bemutatom a McDonald's-ot és egy vállalati esettanulmányt készítek róla a korábban említett szempontok alapján. A dolgozat végén összegzem a kutatómunkám által szerzett ismereteket és konklúziót vonok le belőle.

A dolgozatom a téma frissességéből fakadóan nem törekedhet végig a teljességre. Részben a téma terjedelme és nagysága, másrészt a még folyamatban lévő vírushelyzet behatárolja vizsgálatom terjedelmét és a rendelkezésre álló információkat. Kiemelném, hogy szakirodalom a dolgozatom témájáról még nem jelent meg, ezért vizsgálataim során internetes forrásokra tudtam csak támaszkodni. Bízom benne, hogy ettől függetlenül az általam elvégzett elemzés egy jól összefoglalt leírást és iránymutatást ad a témáról.

2 COVID-19 JÁRVÁNY

2.1 A járvány keletkezése

A jelenlegi COVID-19 járványt a SARS-CoV-2 nevű koronavírus okozza. A koronavírusokra (CoV) egy nagy családként tekinthetünk, amelyek közül megfertőződés után, számos embernél légúti megbetegedés alakul ki. Ilyen lehet, a náthától kezdve a ritkább és súlyosabb betegségekig, mint például az akut légzőszervi szindróma (SARS) és a közel-keleti légúti szindróma (MERS). Mind a kettőnek magas a halálozási rátája. Az első ilyen vírust 2003-ban fedezték fel, majd egy újabbat 2012-ben. A COVID-19 első emberi megfertőződése, a koronavírus okozta betegség SARS-CoV-2, 2019 decemberében jelentették be először a kínai Wuhan városban.

Amint 2019 decemberének végén jelentették az első COVID-19 eseteket, vizsgálatokat folytattak annak megértése érdekében, hogy a COVID-19 járvány honnan ered. Az első esetek nagy része 2019 decemberének végén és 2020 januárjának elején közvetlen kapcsolatban állt a wuani Huanan tengeri nagykereskedelmi piaccal, ahol több fajta állatot adtak el. A kezdeti betegek közül sokan vagy bódétulajdonosok, piaci alkalmazottak vagy rendszeres látogatók voltak ezen a piacon.

Az erről a piacról 2019 decemberében vett környezeti minták pozitívnak bizonyultak a SARS-CoV-2-re, ami azt is sugallja, hogy Wuhan város piaca volt ennek a járványnak a forrása, vagy szerepet játszott a járvány kezdeti felerősítésében. A piac 2020. január 1-jén bezárt, és megtisztították, fertőtlenítették. Az első emberi esetek későbbi vizsgálata megállapította, hogy a tünetek 2019. december 1-je körül jelentkeztek. Ezeknek az eseteknek azonban nem volt közvetlen kapcsolatuk a huanani nagykereskedelmi piaccal, ezért valószínűleg fertőzött áruk által betegedtek meg.

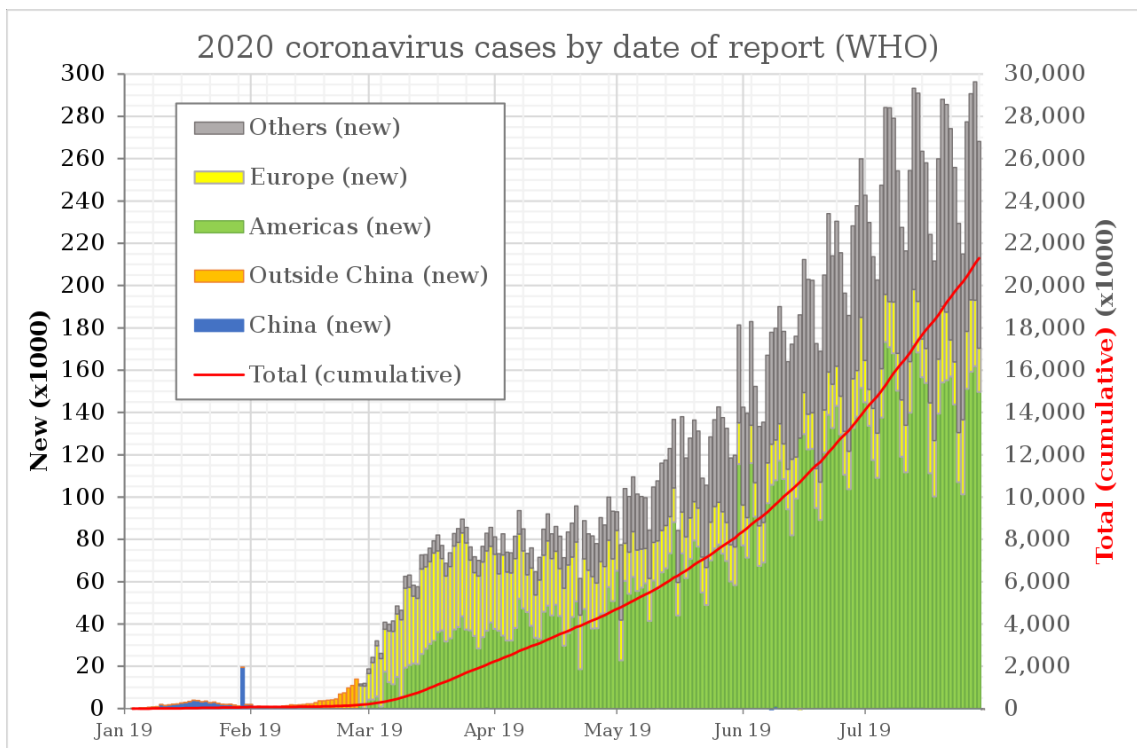
Minden jelenleg rendelkezésre álló bizonyíték arra utal, hogy a SARS-CoV-2 természetes állati eredetű és nem manipulált vagy konstruált vírus. A SARSCoV-2 vírus ökológiai tározója valószínűleg denevérekben van.¹

¹ WHO (2019) - Global research on coronavirus disease (COVID-19), WHO/2019-nCoV/FAQ/Virus_origin/2020.1 Letöltés ideje: 2021.03.15

A Kínában a járvány kitörésének feltételezhető térségben jelenleg számos vizsgálat folyik. Ide tartozik a tünetek megjelenésével járó emberi esetek vizsgálata Wuhanban és környékén 2019 végén, környezeti mintavétel olyan piacokról és gazdaságokról, ahol az első emberi eseteket azonosították, valamint részletes nyilvántartást a forrásokról és típusokról. Ezeken a piacokon értékesített vadon élő fajok és haszonállatok. Amíg ennek a vírusnak a forrását nem azonosítják és nem ellenőrzik, fennáll annak a veszélye, hogy a vírus újra bejut az emberi populációba és ahhoz hasonló új járványokat okoz, mint amilyeneket jelenleg tapasztalunk. Az ábrán látható, hogy Európába 2020 márciusban jelent meg, többek között az Amerikai Egyesült Államokkal és más országokkal együtt.

1.sz. ábra: Koronavírus megjelenése

2



Forrás: WHO

² WHO (2020) - Coronavirus disease (COVID-19) Weekly Epidemiological Update and Weekly Operational Update, ismeretlen szerző
 URL: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/situation-reports/> Letöltés ideje: 2021.03.15

2.2 A vírus megjelenése Magyarországon

Magyarországon is 2020 márciusában jelentkeztek az első megfertőzések. Március 4-én kettő külföldről érkező, de Magyarországon tanuló diáknál mutatták ki a vírust, majd onnantól fogva minden nap újabb fertőzésekről számoltak be hazánkban. Magyarország kormánya már 2020. január 31-én egy operatív törzset hozott létre. „Az operatív törzs feladata a rendkívüli eseményekkel kapcsolatos katasztrófavédelmi feladatok, összetett katasztrófavédelmi műveletek tervezése, koordinálása, illetve az azzal összefüggő adatok gyűjtése, feldolgozása és értékelése, továbbá a BM OKF vezetői szintű döntéseinek szakszerű előkészítése.”³

A járvány megjelenése után, március 11-én országos veszélyhelyzetet hirdettek ki. A világ legtöbb országához hasonlóan Magyarország olyan intézkedések fogadott el, ahol az emberek életét drasztikusan korlátozták, így próbálták a vírus terjedését visszafogni. A bevezetésüket követően tízezrek veszítették el munkahelyüket. Az első hullámot novemberben követte a vírus második hulláma, ami még több megbetegedést és emberi életet követelt. Újra járványügyi szigorításokat kellett az emberek védelméért bevezetni a kialakult helyzet miatt, de a korlátozások mértéke ezt követően még sokáig nem érte el a tavasszal elrendelt korlátozó intézkedések szigorúságát.

2020 márciusában a következő rendelkezéseket hozták:

„Minden magánszemély és vállalkozás március 18. -án huszonnégy órákor fennálló hitelének tőke- és kamatfizetési kötelezettsége az év végéig felfüggesztésre kerül. A törlesztési moratórium lejárta után a hiteleket tovább kell fizetni. A bankok a moratórium alatt kamatot számolhatnak fel a tartozásra, ezáltal a teljes visszafizetendő összeg növekedhet, ugyanakkor a havi törlesztő összege nem változhat 2021-től sem. Ez a gyakorlatban a hitel futamidejének a meghosszabbodását jelenti.

- A rövidlejáratú vállalkozási hitelek június 30-ig meghosszabbításra kerülnek.
- A 2020. március 19-től felvett lakossági fogyasztási hitelek THM-ét a Kormány 5,9%-ban (jegybanki alapkamat plusz 5 százalékpont) maximalizálja az év végéig. A maximalizált THM nem vonatkozik a jelzáloghitelekre.

³ BM Országos Katasztrófavédelmi Főigazgatóság (2020), Vészhelyzet kezelése
URL: <https://www.katasztrofavedelem.hu/26424/veszlyhelyzetek-kezelse> Letöltés ideje: 2021.03.18

- A Kormány június 30-ig a turizmus, a vendéglátás, a szórakoztatás, a sport, a kultúra és a személyszállítás területén a munkáltatók járulékfizetési kötelezettségét teljesen elengedi, míg a munkavállalók esetében nyugdíjjárulékot nem kell fizetni, és az egészségbiztosítás díja a törvényi minimumra csökken.
- A KATA szerint adózó taxisok átalányfizetési kötelezettsége alól június 30-ig mentesülnek.
- A fenti ágazatokban a helyiségek bérleti szerződését nem lehet felmondani, a bérleti díjat nem lehet megemelni.
- Június 30-ig a turizmusfejlesztési hozzájárulást sem kell megfizetni.
- A munkavállalási szabályok rugalmasabbak lesznek, hogy a munkaadók és a munkavállalók könnyebben megegyezésre jussanak.”⁴

A kormányrendeletek több iparágban nagy pánikot keltettek. A főbb iparágakat, például vendéglátóipart és az idegenforgalmat érintette legerősebben.

2.3 A vírus gazdasági hatásai

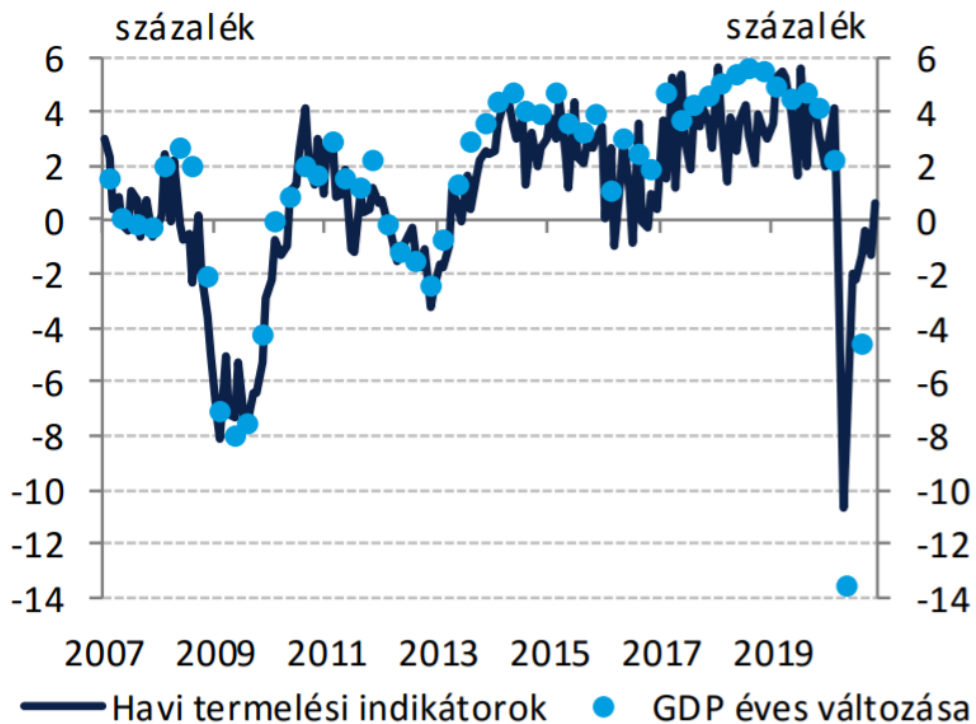
A jelenlegi rendelkezésre álló adatok szerint a koronavírus-járvány második hulláma vegyesen érintette a különböző országoka. A gazdaságot és teljesítményt is a bevezetett intézkedések határozták meg.

Az eurozónában a gazdasági teljesítmény 2020 harmadik negyedévben 4,3 százalékkal csökkent az előző év ugyanezen időszakához képest, míg az előző negyedévhez képest 12,6 százalékos növekedést ért el a szezonálisan és munkanaphatással igazított adatok szerint. A kiskereskedelmi forgalom a második hullám védekezése által hozott törvények miatt csökkenésnek indult és 2,9 százalékkal kevesebb volt a tavalyi év ezen időszakában regisztrált szintjéhez képest. Havi megfigyelésben még nagyobb mértékű, 6,1 százalékos lett a csökkenés. A munkanélküliségi ráta novemberben 8,3 százalék volt. Az eurozóna inflációja az előző hónaphoz hasonlóan decemberben -0,3 százalékon alakult.⁵

⁴ Magyar közlöny (2020), Covid19-koronavírus-járvány Magyarországon
URL: <https://magyarkozlony.hu> Letöltés ideje: 2021.03.18

⁵ Magyar Nemzeti Bank (2021.január), MAKROGAZDASÁGI ÉS PÉNZÜGYI PIACI FEJLEMÉNYEK
URL: <https://www.mnb.hu/letoltes/hatteranyag-a-monetaris-tanacs-2021-január-26-i-ulesenek-rovidített-jegyzokonyvehez.pdf> Letöltés ideje: 2021.03.25

2.sz. ábra: Havi termelési indikátorok és a GDP alakulása



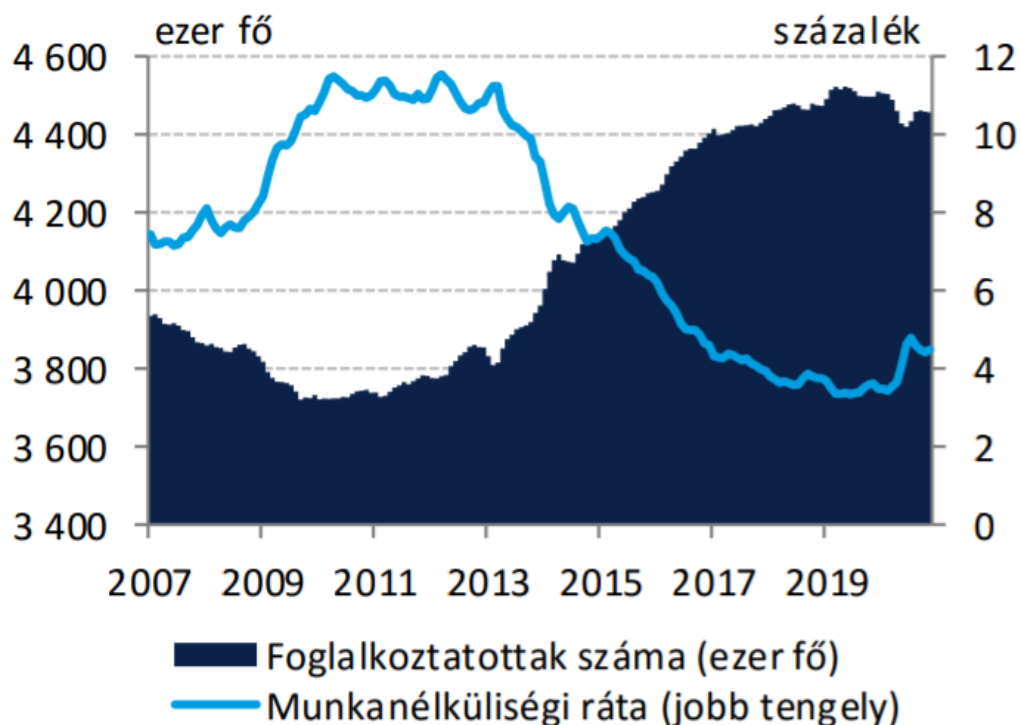
Forrás: MNB 2020

„Megjegyzés: A havi termelési indikátorok (ipar, építőipar, kiskereskedelem) súlyozott átlaga, ahol a súlyok a GDP növekedési ütemét magyarázó regresszióból származnak.”⁶ A fenti ábrán látható, hogy 2020 harmadik negyedévében az előző év azonos időszakához képest 4,6 százalékkal csökkent. Megkezdődött a felépülés a járványválságból a negyedik negyedévben, például több nemzetgazdasági ág is bővült teljesítményügyileg. Viszont ez a kilábalás egy lassú és elhúzódó gyógyulásnak mutatkozik a rendelkezésre álló adatok alapján.

A fenti ábrán még érdemesnek vélem megfigyelni, hogy mennyiben más a válsághelyzet jelenleg, amit a koronavírus idézett elő és mennyiben más a 2007 és 2010 közötti válság, ami sokkal szélesebb ívet ír le, a mostani hirtelen csökkenéshez képest mind a GDP mind a termelésre nézve, bár utóbbi több ideig tartott.

⁶ Magyar Nemzeti Bank (2021.január), MAKROGAZDASÁGI ÉS PÉNZÜGYI PIACI FEJLEMÉNYEK URL: <https://www.mnb.hu/letoltes/hatteranyag-a-monetaris-tanacs-2021-január-26-i-ulesenek-rovidített-jegyzokonyvehez.pdf> Letöltés ideje: 2021.03.25 KSH számítás

3.sz. ábra: A foglalkoztatottak létszáma és a munkanélküliségi ráta



Forrás: MNB 2020

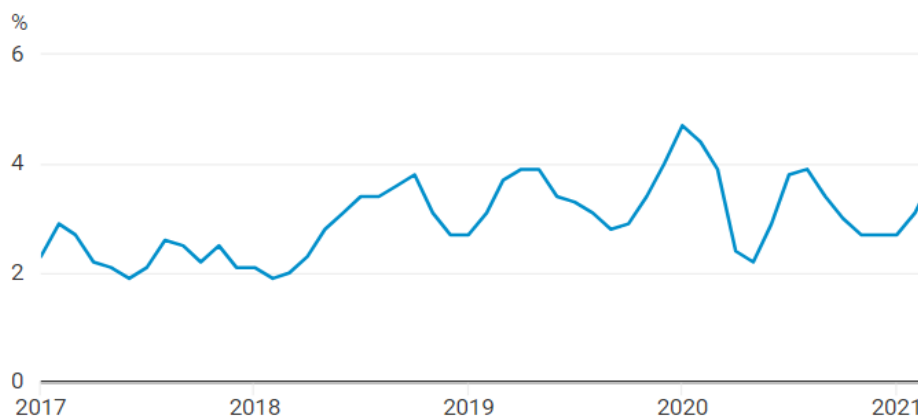
Megjegyzés: Az ábrán szezonálisan igazított, mozgóátlagok szerepelnek.

A fenti 2. ábrán láthatóvá válik számunkra, hogy a nemzetgazdasági foglalkoztatottak 2020 novemberében az előző év ugyanezen időszakához mérve 25,8 ezer fővel, tehát 0,6 százalékkal csökkent, így 496 000 fő lett. A munkanélküliségi ráta 4,1 százalék volt 2020 novemberében, ami azt jelenti, hogy 33,8 ezer fővel nőtt az előző év azonos időszakához képest.⁷ Megfigyelhető itt is a 2007 és 2010 közötti válság, ahol munkanélküliségi ráta erősen megnőtt így ezzel együtt a foglalkoztatottak száma nagyon alacsony volt. Ezen ábrán ugyan csak megfigyelhető, hogy teljesen máshogy alakul a mostani előidézett válság, az előző világválsághoz képest. Sokan veszették el munkahelyüket, de nem közelíti meg a 2007-től 2010-ig tartó válság munkanélküliségét, sem foglalkoztatottak számát.

A következő ábrán megtekinthetjük a kormányzati intézkedések elsődleges hatásait, a fogyasztói árak változását. 2020 decemberben az infláció éves összevetésben 2,7 százalékon alakult. Az átlagos infláció azonban 3,3 százalék volt.

⁷ Magyar Nemzeti Bank (2021.január), MAKROGAZDASÁGI ÉS PÉNZÜGYI PIACI FEJLEMÉNYEK
URL: <https://www.mnb.hu/letoltes/hatteranyag-a-monetaris-tanacs-2021-január-26-i-ulesenek-rovidített-jegyzokonyvehez.pdf> Letöltés ideje: 2021.03.25

4.sz. ábra: Fogyasztói árak változása (az előző év azonos időszakához képest)



Forrás: KSH 2021

2020 januárban az előző év azonos időszakához képest 4,7 százalékkal nőtt a fogyasztói ár. 2021 januárban az imént említett mértékhez képest 2,7 százalék volt ennek a változásnak az értéke.⁸

A pénzügyi piacok mutatóin belül szeretnék kitérni a hitelezési feltételekre, mert nagy mértékben megváltoztatta ezt a pandémia. Érdekesnek találom a nem pénzügyi vállalatok és a háztartások nettó hitelfelvételét. 2020 novemberben 45,5 milliárd forinttal nőtt összesen a vállalati hitelállomány. Ebben közrejátszott, hogy a forintbitelek 107,7 milliárd forinttal nőttek, illetve a devizahitelek 62,3 milliárd forinttal csökkentek. A lakossági hitelek 84,9 milliárd forinttal nőttek 2020 novemberben. 12 százalékkal maradt el az új hitelek kibocsátása az előző év novemberi hónapjához képest.⁹ Főbb szerepet ebben a személyi kölcsönök visszaesése játszik. A járványhelyzet bejelentését megelőzően a hitelezés az általános tendenciában növekedett, akár a személyi kölcsönt, akár a lakáshitelt figyeljük. Amikor hazánkban megjelentek az első fertőzöttek és a járvány egyre inkább terjed, fordulóponthoz érkezett a pénzügyi piac. Törlesztési moratóriumot vezettek be, majd a teljes hiteldíjmutatót (THM) maximalizálták a fogyasztási hiteleknél.¹⁰

⁸ KSH Fogyasztóiár (2021 március 09-es frissítés) - indexek a termékek és szolgáltatások főbb csoportjai szerint [URL:http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_qsf001.html](http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_qsf001.html) Letöltés ideje: 2021.03.25

⁹ Magyar Nemzeti Bank (2021.január), MAKROGAZDASÁGI ÉS PÉNZÜGYI PIACI FEJLEMÉNYEK URL: <https://www.mnb.hu/letoltes/hatteranyag-a-monetaris-tanacs-2021-január-26-i-ulesenek-rovidített-jegyzokonyvehez.pdf> Letöltés ideje: 2021.03.25 KSH számítás

¹⁰ Hogyan befolyásolta a hitelpiacot 2020-ban a koronavírus? - Vrazsovits Rita (2020.12.17.) [URL:https://bank360.hu/blog/hogyan-befolyasolta-a-hitelpiacot-2020-ban-a-koronavirus](https://bank360.hu/blog/hogyan-befolyasolta-a-hitelpiacot-2020-ban-a-koronavirus) Letöltés ideje: 2021.03.25

A moratórium azt a célt szolgálja, hogy a hitelezők tőke, kamat és díjfizetését átmenetileg halaszthatja, de a moratórium végén az adós ezt köteles megfizetni. Fontos megemlíteni, hogy a moratórium nem kötelező ez egy lehetőség volt a szorult helyzetbe kerülő személyek, vállalkozások számára. Áprilistól volt már észlelhető a változás a hiteleket érintve. Ebben a hónapban az előző év áprilisi eredményei a most folyósított hitelek 27 százaléka volt. A lakáshiteleknél volt a vírushelyzet hatása a legkevésbé szembetűnő, itt az április és június közötti időszak kivételével a többi hónapban mind meghaladta az előző évi értéket.

3 VENDÉGLÁTÓIPARRA GYAKOROLT HATÁSOK

A vendéglátóipart először 2020 március 16-án érintette a járvány terjedésének csökkentése érdekében létrehozott kormányrendelet. A KSH adatai szerint Magyarországon megközelítőleg 52 000 étterem működik. Ez a szám magában foglalja az éttermeket, kávézókat, cukrászdákat, valamint diszkókat, tóparti lángososokat, hekk árusokat, strand büféket, iskolai menzákat. Az általános családi éttermek nagy része kisvállalkozás és a családi, vagy a baráti társasági működtetésben dolgoznak, a tulajdonos munkájával és hozzáadott tőkéjével, különösebb külső segítség vagy akár gazdasági ismeretek nélkül. Esetükben nem biztos, hogy a legjobb megoldás az a felvetés, hogy kölcsön felvételből korrigálják bevételekiesésüket.¹¹ Egyből felmerült a kérdés, hogy vendégek nélkül hogyan lesznek képesek fizetni alkalmazottaikat és fenttartani vállalkozásaikat, fizetni bérleti díjikat.

Június 30-ig a kormány, a munkáltatók járulékfizetési kötelezettségét egészében elengedte, a turizmus, a vendéglátás, a szórakoztatás, a sport, a kultúra és a személyszállítás területein. A vendéglátóhelyek március 16-tól csak reggel 6 óra és délután 3 óra között lehettek nyitva az ott fogyasztó vendégek számára, ezen kívül csak az ott dolgozók vagy az elvitelre rendelő vásárlók, illetve a futárok lehettek ott.

A következő törvényt március 27-én hozta a Kormány a vendéglátóiparra vonatkozóan, miszerint vendég nem tartózkodhat, nem fogyaszthat helyben, csak elvitelre és házhozrendeléssel lehet igénybevenni szolgáltatásokat. Ezzel egyidőben kijárási

¹¹ Deloitte - Hogyan menthető meg a magyar vendéglátóipar? – Gémesi Péter (2020.03.18.)
URL:<https://www2.deloitte.com/hu/hu/pages/ado/articles/hogyan-mentheto-meg-a-magyar-vendeglatoipar.html> Letöltés ideje: 2021.03.30

korlátozás lépett életbe, miszerint a lakóhelyet és a tartózkodási helyet csak alapos vagy bizonyítható indokkal lehet elhagyni.

Május 4-én ez a rendelet megszűnt. Újra látogathatóak lettek a vendéglátóhelyek a főváros és Pest megye kivételével, de egyelőre a vendégek csak teraszon fogyaszthatták el rendeléseiket. A főváros és Pest megye területein még fenntamardt a kijárási korlátozás is. Budapesten és környékén csak később élvezhették a vendégek a korlátozások feloldásokkal járó előnyöket, de nyáron már minden kinyithatott és igazi „szabad” nyár következett a vendéglátóipari egységeknek. Ezen időszak alatt az éttermek már bent is fogadhattak vendégeket.

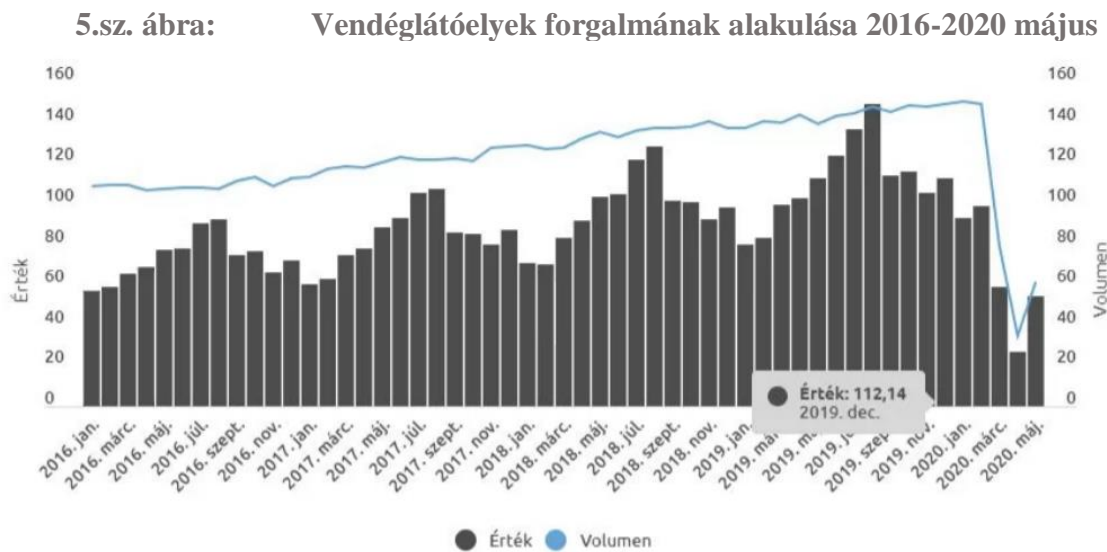
A vírus második hullámához 2020 augusztusában érkeztünk el Magyarországon. Az akkor bevezetett intézkedések azonban nem voltak olyan szigorúak, mint az első hullám alatt. November 11-én szigorúbb intézkedéseket hoztak, miszerint esti, éjszakai kijárási tilalom lépett életbe és a vendéglátóhelyek ismét nem fogadhattak vendégeket.

A vírus harmadik hulláma 2021-ben ért el hazánkba. Februárban jelentős növekedésnek indult a fertőzöttek és a halálozások száma, ezt már főként a már mutálódó vírus okozta. A harmadik hullámot követően a beoltottsághoz mérték a nyitás mértékét. A vendéglátóhelyek, akkor nyithattak ki, amikor a beoltottak száma elérte a 3,5 milliót. Ezt a számot április 24-én értük el, így kinyithattak a teraszok, ugyanis az éttermek még csak ott fogadhattak vendégeket. A következő lenyhítő intézkedés határát 4 millió fő beoltottnál húzták meg, ekkor az összes vendéglátóhely kinyithatta kapuit, viszont belső helyiségekben csak a védettségi igazolvánnyal rendelkezőket engedhették be. A nem beoltott, illetve már vírus által nem védett polgár, aki nem rendelkezik védettségi igazolvánnyal még mai napig csak a teraszokon foglalhat helyet.¹²

Az vendéglátóipar az elmúlt egy évet folyamatos félelemben töltötte. Azonban több, a 2008-as pénzügyi válság idején indult vállalkozásnak, vendéglátóhelynek ez már ismert volt, hiszen akkor is csak kevés induló tőke állt rendelkezésükre és a vendégeknek sem volt sok felesleges, elkölteni való pénze. Akkor is az egyik legfőbb nézőpont a kreativitás volt és hogy próbálják kihozni vállalkozásaikból a maximumot. 2020-ban ez a helyzet megismétlődött és kevésből kellett többet termelni. Ezt mérlegelve több étterem elkezdte házhozszállítását.

¹² Magyar közlöny (2020), Covid19-koronavírus-járvány Magyarországon
URL: <https://magyar kozlony.hu/> Letöltés: ideje: 2021.03.18

A legnagyobb probléma azonban a munkaerő megtartása, kifizetése és a bérleti díjak fizetése voltak. Nagy forgalmi kiesést jelentettek a céges megrendelések nélkülözése, illetve a rendezvények hiánya is.



Forrás: KSH

A KSH az általa szolgáltatott adatokban nem emel ki területimegoszlást a válságra vonatkozóan, de összességében látszódik a vendéglátóipar összeomlása a bezárást követő hónapban, májusban. A kereskedelmi vendéglátóhelyek májusban 54 millió Ft bevételt termeltek összesen Magyarországon, közölte a Központi Statisztikai Hivatal. Ez a bevétel a tavalyinak kevesebb, mint a fele. A munkahelyi étkeztetés szférájában még ennél is nagyobb hanyatlás volt érezhető. Előtte lévő hónapban, amikor még a helyben fogyasztás sem volt engedélyezett a bevételek közel háromnegyede tűnt el a tavalyi adatokhoz képest.

4 GYORSÉTTERMI FOGYASZTÁS VIZSGÁLATA

A kutatás során kérdőívet készítettem, amit körülbelül 200 ismerősömnek küldtem ki, abból elemzésemig 141 fő töltötte ki. A korosztály felöleli a 19 és annál fiatalabbakat, egészen 65 éves korosztályig. Így egy teljes képet kaptam korosztályokra bontva a vizsgált hipotéziseimre. Kérdőívemben található kérdések első része a járvány megjelenés előttiszokásait vizsgálta a kitöltőknek, majd a vírus alatti szokásaikra, illetve változására kérdeztem rá.

Hipotéziseim megválaszolására egy kérdőívet készítettem majd elemeztem. Kíváncsi voltam, hogy mennyiben változtak meg a gyorséttermi szokásai a kitöltőknek a vírushelyzet alatt.

Összesen 141 fő töltötte ki a kérdőívet. Ennek 13%-a férfi és 87%-a nő, a nagy különbség miatt a nemek között nem kívánok különbséget tenni a későbbiekben. A kitöltők 23%-a él a fővárosban, 24%-a megyeszékhelyen és 53%-a él egyéb városban vagy községben. Életkorukat tekintve a legfiatalabbak és legidősebbek a kitöltők 12%-át teszik ki, 41% a 21- 35 év közöttiek, 28%-a, a 36- 50 év közöttiek és 19% az 51 -65 év közötti kitöltők aránya.

Az egyik kérdésben kitértem arra, hogy melyik gyorsétteremben fogyasztanak a leggyakrabban. A McDonald's-ban a válaszadók 63%-a, KFC-ben 20%-uk és a Burger Kingben 13% fogyaszt, a fennmaradó 4% egyéb gyorséttermet jelölt meg. Erre a kérdésre a későbbi esettanulmányomnál térek ki részletesebben.

A kitöltők között 4 olyan fő volt, aki a vírus előtt nem fogyasztott gyorséttermi ételt és ez a vírus alatt sem változott, valamint nem volt olyan kitöltő, aki naponta fogyasztott gyorséttermi ételt.

4.1 Mennyiben változtak meg a fogyasztók gyorséttermi szokásai a vírushelyzet alatt?

4.1.1 Településtípus szerint

A hipotézisem az, hogy az emberek szokásai csak kis mértékben változtak meg.

Először a fővárosban és megyeszékhelyen élőket vettem össze, az egyéb városban vagy községben élőkkel. Őket a későbbiekben 1. és 2. csoportként fogom említeni, az 1.

csoportba a budapesti és megyeszékhelyen élő válaszadók, míg a 2. csoportba az egyéb városban vagy községben élő válaszadókat tettem.

Az 1. csoportba tartozó kitöltők, akik a vírus előtt hetente és havonta többször étkeztek – ők a csoport 46%-át teszik ki -, elmondható, hogy szinte változatlanul fogyasztottak továbbra is gyorséttermi ételeket. 12%-uk fogyaszt rendszeresebben, 29%-uk ritkábban és a vírushelyzet alatt 2 fő, tehát csupán 6% döntött úgy, hogy nem fogyaszt gyorséttermi ételt.

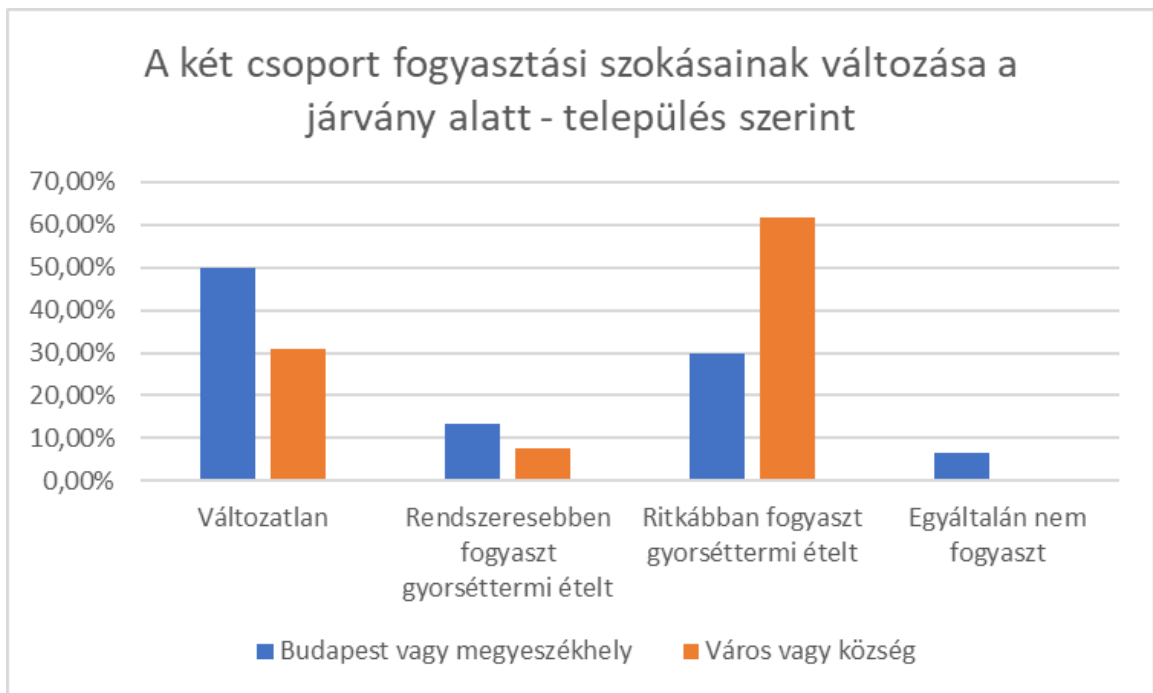
A csoport azon tagjai, akik a járványt megelőzően havonta vagy évente 1-2 alkalommal választották a gyorséttermi opciót, a pandémia alatt 6%-uk nem változtatott ezen, míg 37% változtatott ezen oly módon, hogy azóta ritkábban vagy egyáltalán nem eszik gyorsétteremből. Ezen válaszadók közül csupán 1 fő volt, aki azóta rendszeresebben étkezik gyorsétteremből.

A 2. csoportban lévők csupán 18%-a olyan, aki a pandémia előtt hetente vagy havi rendszerességgel választotta a gyorséttermi lehetőséget. Közöttük nincs olyan, aki azóta egyáltalán nem fogyasztana ilyen terméket, inkább változatlan maradt az eddigi fogyasztói szokásuk vagy ritkábban rendelnek.

Akik havonta vagy évente csak pár alkalommal fogyasztottak a vírus előtt, azok 15%-a eszik azóta rendszeresebben és ugyanekkora százalékuk fogyaszt ritkábban is. Kiemelném, hogy ezen válaszadók 30%-a döntött úgy, hogy nem fogyaszt egyáltalán gyorséttermi ételt a vírus időszaka alatt.

Az alábbi ábrán láthatjuk, hogy az előzőekben leírtak szerint a hetente vagy havonta többször fogyasztók szokásai hogyan változtak meg a két csoportban.

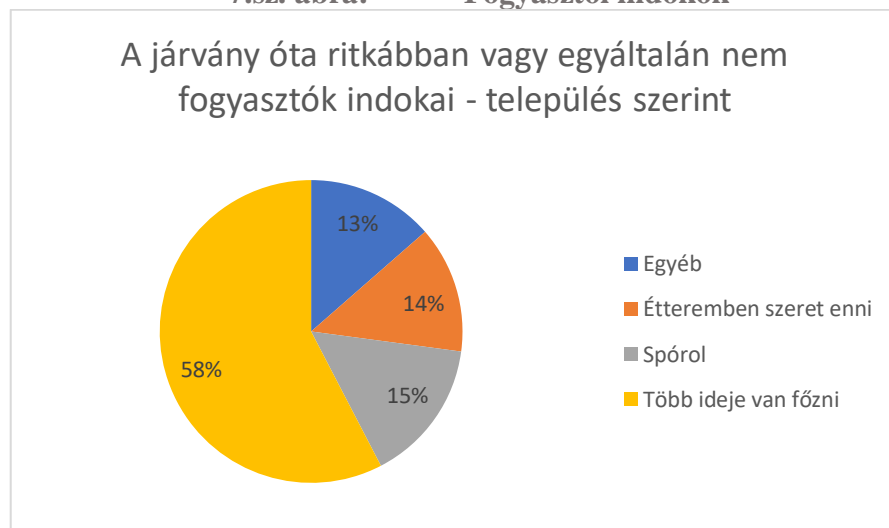
6.sz. ábra: Fogyasztás település szerinti megoszlása



Forrás: Saját ábra

Az 1. és 2. csoportba tartozók közül, akik ritkábban vagy egyáltalán nem fogyasztanak lehetőséget választották, főleg azért döntöttek így, mert többet vannak otthon, több idejük van főzni, ebből kifolyólag pedig kevesebbet rendelnek. Kevesen voltak azok, akik az étterem hiánya miatt döntöttek úgy, hogy kevesebbet fognak enni. Ebben az esetben nem tudunk különbséget tenni a két csoport attitűdje között.

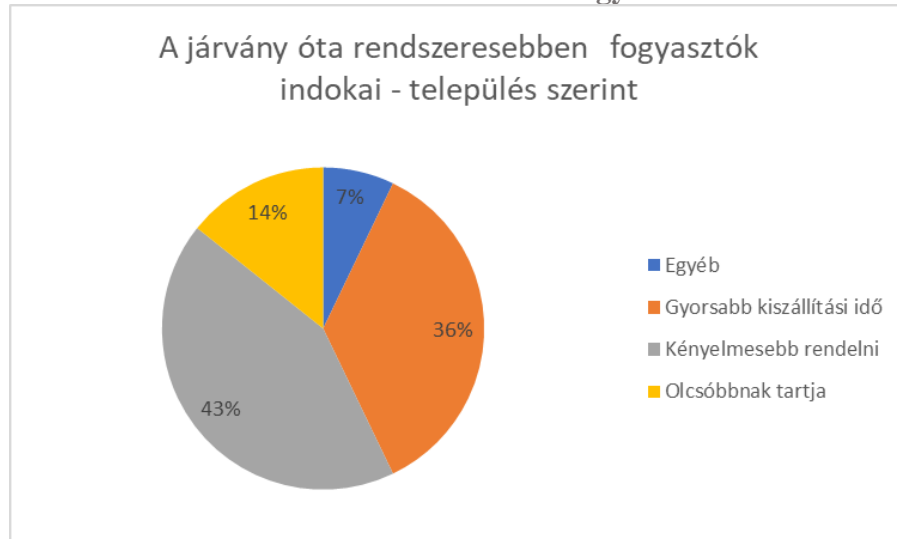
7.sz. ábra: Fogyasztói indokok



Forrás: Saját ábra

Az 1. és 2. csoport tagjai közül azok, akik gyakrabban fogyasztanak a gyorséttermekből, főleg a kényelmet és a gyors kiszállítási időt jelölték meg indokként. Ebben az esetben sem tudunk különbséget tenni a két csoport viselkedése között.

8.sz. ábra: Rendszeresen fogyasztók indokai



Forrás: Saját ábra

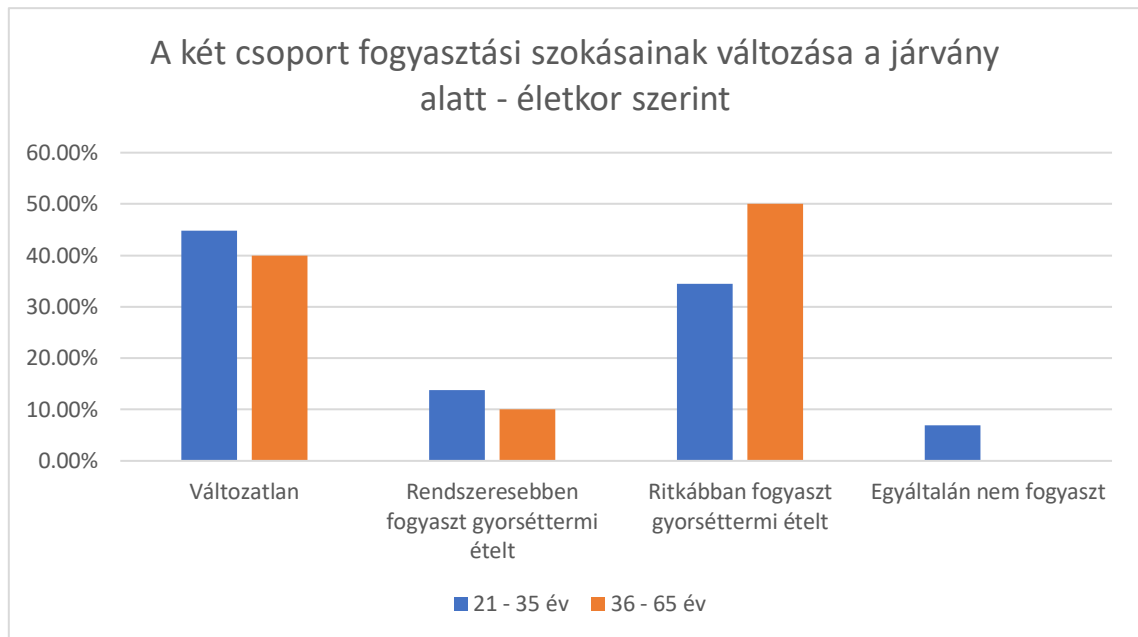
4.1.2 Korcsoport szerint

A hipotézisemen belül most életkor szerint hasonlítom össze a kitöltők által kapott eredményeket. 3. csoportként nevezem el a 21 -35 év közöttieket és 4. csoportként a 36 - 65 év közötti kitöltőket. A másik két csoport elemszáma nem releváns, így őket nem veszem bele az elemzésembe.

A 3. csoport esetében azok, akik hetente vagy havonta többször is fogyasztottak gyorséttermi ételt, a vírus alatt szintén azt figyelhetjük meg, hogy leginkább változatlan maradt ez a szokásuk, hiszen a csoport 44% -a teszi ki ezt a részt. Viszont ennek a csoportnak 34 %-a az, aki ritkábban fogyaszt ilyen ételleket, mint rendszeresebben, ők a csoport 13%-át teszik ki.

A 4. csoportban ezt a vizsgálatot nehezebb volt elvégezni. A 36 -65 évesek csupán 14%-a fogyasztott heti és havi többszöri rendszerességgel gyorséttermi ételt, míg a 3. csoport 50%-a igen. A 4. csoport ezen mutatók mentén vizsgált alanyai közül a fele eszik a vírus óta ritkábban, mint előtte. Rendszeresen csak 1 fő és változatlanul pedig 40%.

9.sz. ábra: Életkor szerinti megoszlás



Forrás: Saját ábra

A 3. csoport másik része, aki havonta vagy évente 1-2 alkalommal választotta a gyorséttermeket. Ennek a vizsgált csoportnak a fele változatlanul tartja ezt a szokását. Kis része, csupán 14%-a eszik azóta rendszeresebben, viszont 29%-a eszik ritkábban.

A hasonló mutatók mentén vizsgált 4. csoport szintén fele fogyaszt változatlan gyakorisággal gyorséttermekben. 3%-uk rendszeresebben és 14%-uk ritkábban választja ezt a lehetőséget. Külön kiemelném, hogy ennek a csoportnak 30% viszont egyáltalán nem fogyaszt gyorséttermi ételt jelenleg, a vírus ideje alatt.

A két csoport azon tagjai, akik úgy gondolják, hogy ritkábban fogyasztanak gyorséttermi ételt a vírus óta, leginkább azért választotta ezt, mert vagy több idejük lett főzni – bár ez inkább a 4. csoportban volt mérvadó – vagy pedig azért, mert inkább étteremben szeretnek enni.

A két csoport kis része volt az, aki a tudatos pénzköltés miatt eszik ritkábban gyorséttermekből. Az egyéb válaszadók között a tudatos életmód választása került előtérbe, ami miatt úgy határoztak, hogy inkább elhagyják a gyorséttermek által nyújtott ételek fogyasztását. Összességében a kérdezők 45%-a választotta, hogy több ideje van főzni, 23%-uk étteremben szeret enni, 19%-uk spórol, 13%-uk egyéb választ adott.

Az előzőekhez hasonlóan a rendszeresebben fogyasztók között sem teszek korbéli különbséget. Mindkét csoportra az a jellemző, hogy azért fogaszt rendszeresebben ezekből az éttermekből, mert kényelmesebb a rendelés és gyorsabb a kiszállítás. Nagyon kis részük gondolta azt, hogy olcsóbb, mint más éttermek. Ebben az esetben az egyéb válaszadók között megjelentek olyan válaszok, melyben megjelölik a rendszeresebb

összejöveteleket (lakáson belül), melynél ez a legegyszerűbbnek tűnő választás. A válaszadók közül volt olyan, aki az egyik megjelölt kategóriát, a kényelmesebb rendelést, írta be az egyébhez.

A járvány óta rendszeresebben fogyasztók indokai között 46%-ban dominál, hogy számukra kényelmesebb rendelni, 27%-uk a gyorsabb kiszállítási idővel támasztja alá gyakoribb rendelését, a válaszadók 18%-a olcsóbbnak tartja és 9 százalékuknak egyéb indoka van a rendszeresebb fogyasztásra.

Úgy gondolom, hogy a kérdésre kapott válaszok alapján hipotézisem beigazolódtott. A válaszadók leginkább változatlan rendszerességgel fogyasztanak továbbra is a gyorséttermekben. Ellenben az is elmondható, hogy a változatlanság mellett a ritkább fogyasztási szokások, rendszerességek is előtérbe kerültek.

4.2 Mennyiben változtak meg a fogyasztók gyorséttermi szokásai a vírushelyzet után?

4.2.1 Településtípus szerint

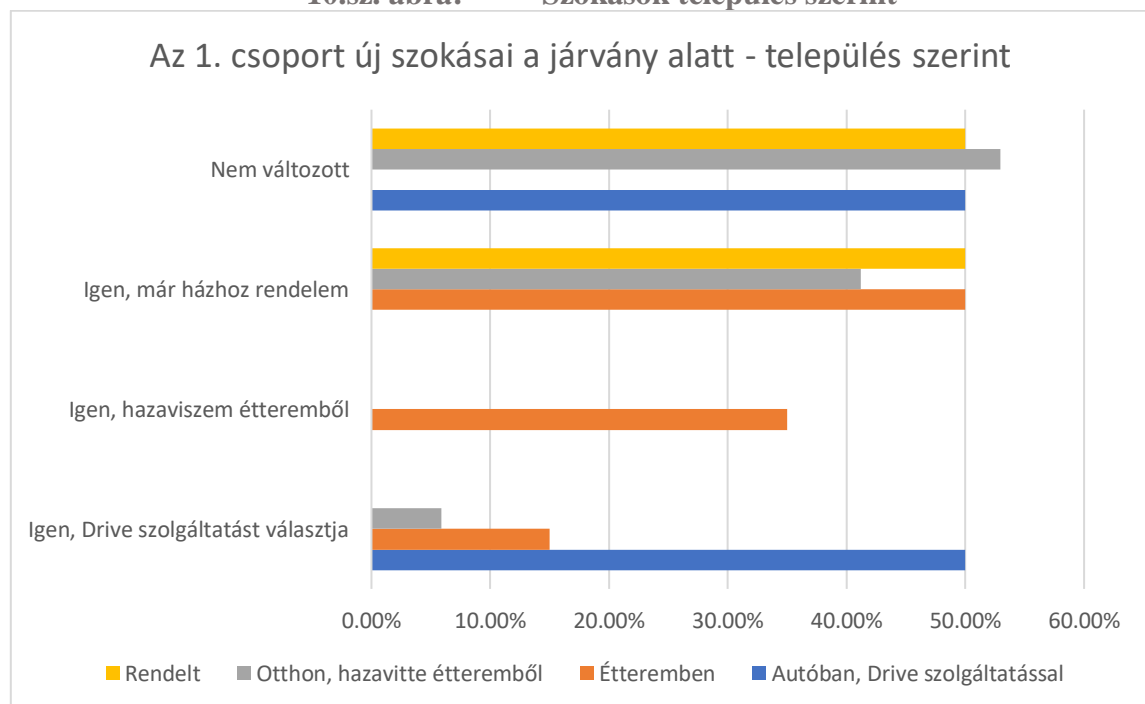
Hipotézisem az, hogy az emberek visszatérnek a régi szokásaikhoz.

Ezt a kérdésemet is 2 csoport mentén szeretném első körben összehasonlítani. Az előzőhöz hasonlóan az 1. csoportba a Budapesten és megyeszékhelyen élők tartoznak, míg a 2. csoportba az egyéb városban és községben élők kerültek be.

Az 1. csoport 60%-a, tehát igen jelentős része étkezett a vírus előtt gyorsétteremben a helyszínen (későbbiekben: étteremben). 26%-uk vásárolta meg helyszínen amit hazavitt és otthon fogyasztotta el, kis részük, 9%-uk rendelt gyorsétteremből a vírus előtt. Drive szolgáltatást pedig elenyésző számban vettek igénybe.

A vírus után, az eddig étteremben fogyasztók fele rendelte meg az ételt és 35% az, aki étteremből vitte haza a megvásárolt ételt. Az autós kiszolgálást 15%-uk választotta. A járványt követően ez a csoport szintén étterembe kíván menni és igen elenyésző részük választana más opciót. Azok közül, akik hazavitték az étteremből az ételüket, változatlanul viselkedtek a pandémia ideje alatt is (57%), magas arányban, 41%-uk váltott át a rendelésre és a fennmaradóak a drive szolgáltatást választották.

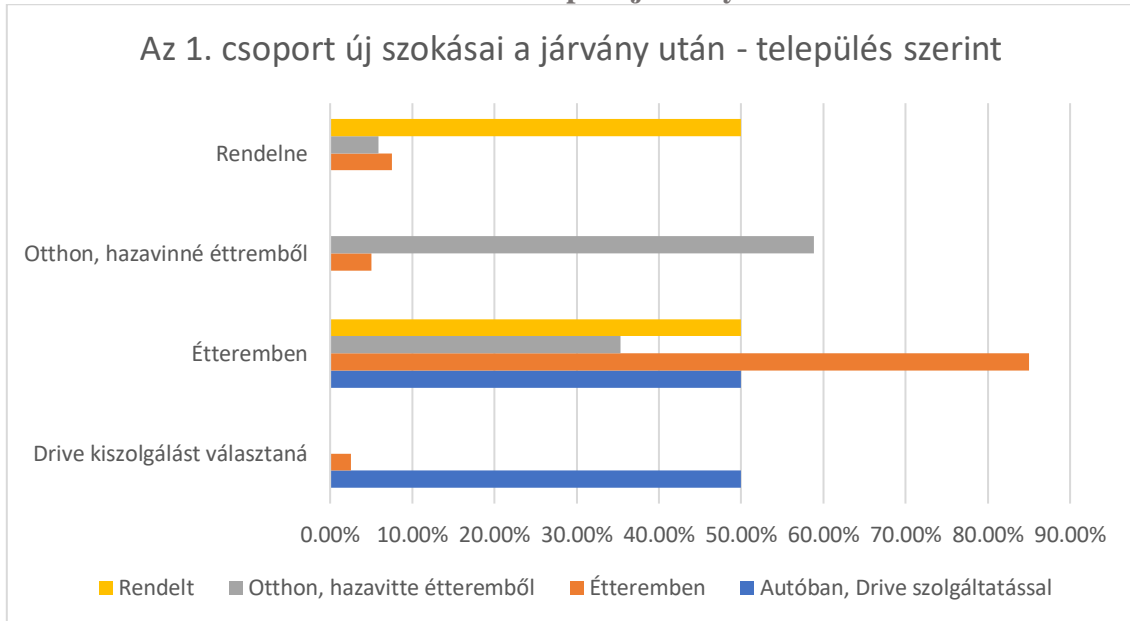
10.sz. ábra: Szokások település szerint



Forrás: Saját ábra

A válaszadók többsége a járvány után is inkább hazavinnék magukkal rendelésüket, kis részük viszont étterembe ülne fogyasztani. Akik a vírus előtt is rendeltek, azok azóta is változatlanul a rendelés mellett rakják le voksukat, viszont 50%-uk étkezne inkább étteremben a vírus után és a másik fele rendelné továbbra is házhoz az ételt. Nagyon kis rész az, aki a vírus előtt a drive szolgáltatást vette a leggyakrabban igénybe, de ők a járvány alatt és után is ezt a lehetőséget preferálják.

11.sz. ábra: 1. csoport járvány utáni szokásai

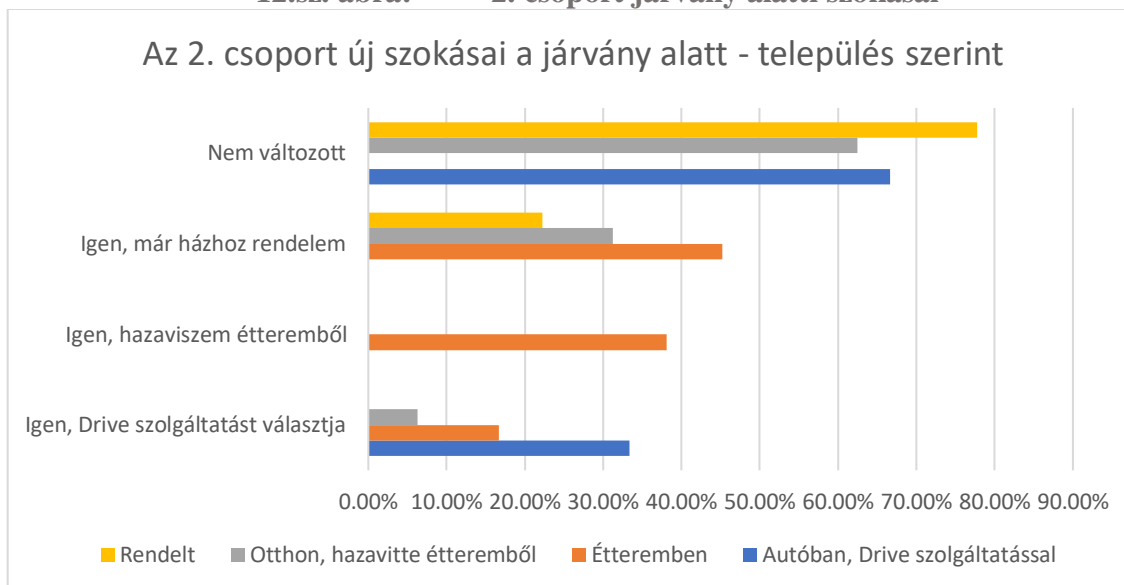


Forrás: Saját ábra

A 2. csoport szintén magas számban étkezett az étteremben a vírus előtt, 55%-uk. A csoport érdekessége, hogy ők kisebb települések lakói, a vírus előtt mégis magasabb számban rendeltek házhoz, mint a nagyvárosban élők, ugyanis a 12%-uk tett így. 21%-a a válaszadóknak hazavitte az étteremből a megvásárolt ételt, míg összesen 8% volt az, aki az autós kiszolgálást választotta.

A korábbiakhoz hasonló szempontok mentén vezetném le a kutatásom eredményeit. A 2. csoportba tartozók közül, akik eddig étteremben ettek, a járvány alatt főleg a rendelést választották (45%), 38% vitte haza étteremből és 16% tért át az autós kiszolgálásra. 86% szeretne ismét étteremben étkezni, a fennmaradó 14% hasonlóan oszlik meg a három különböző lehetőség között. A vírus előtt ételt az étteremből hazavivők közül a pandémia alatt szintén így eljárók 68%-ban voltak, őket 31%-kal követik azok, akik már inkább házhoz rendelik az ételt és a maradék pedig a drive kiszolgálást választották. Ebből a vizsgált halmazból 37% lenne, aki a vírus után inkább étterembe menne, 18% rendelne és 43%-uk viselkedne továbbra is úgy, ahogy a vírus előtt.

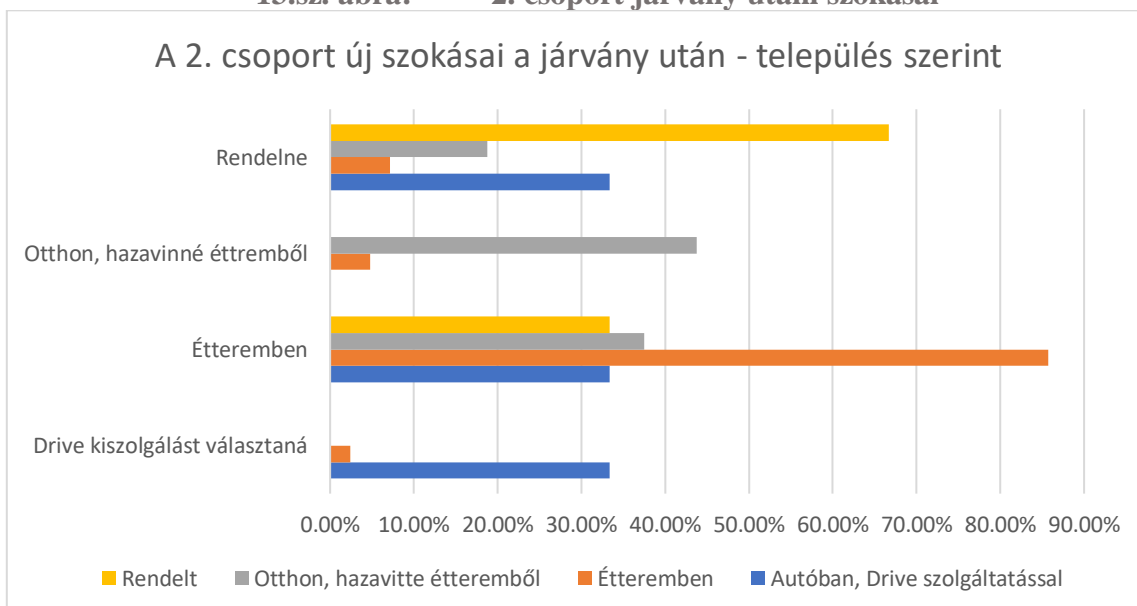
12.sz. ábra: 2. csoport járvány alatti szokásai



Forrás: Saját ábra

A korábban rendelők között nem volt olyan, aki a járvány alatt más módot választott volna a gyorséttermi fogyasztásra, tehát mindenki továbbra is rendelt. Vírus után csupán 33%-uk menne étterembe, a többiek szintén a rendelést választanák. A drive kiszolgálást választók esetében is hasonló tendenciát vehetünk észre, ők a vírus alatt is ezt választották és utána 33% választaná szintén ezt, 33% rendelne és 34% menne étterembe.

13.sz. ábra: 2. csoport járvány utáni szokásai



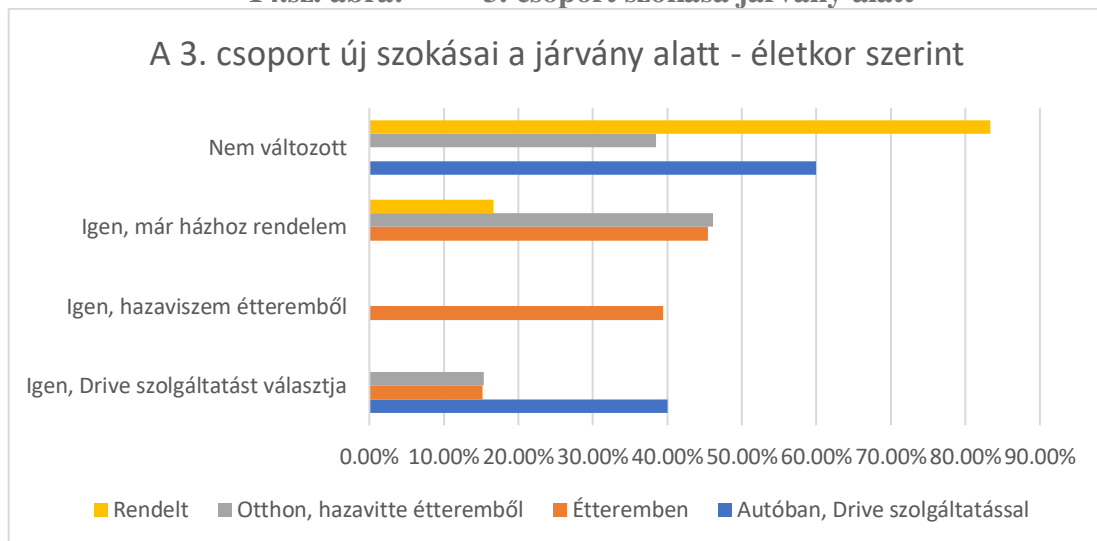
Forrás: Saját ábra

4.2.2 Korcsoportok szerint

Hipotézisem az, hogy az emberek visszatérnek a régi szokásaikhoz.

Szintén két csoportra osztanám az életkor szerinti összehasonlításhoz is, a 3. csoportba a 21 – 35 év közöttiek, a 4. csoportba a 36 – 65 év közöttiek kerülnek. A másik két csoportot szintén nem vizsgálom, számuk nem adna releváns információt a hipotézisem alátámasztásához. A 3. csoport tagjai közül a járvány előtt étteremben étkezők a csoport 57%-át teszik ki, míg a 4. csoport ezen tagjai 61%-ban vannak. Ezen változó mentén vizsgált 3. csoport tagjai közül 10% rendelt a vírus alatt, hasonlóan a 4. csoporthoz, akik közül 7% döntött így. Az étteremből hasonló arányban viszi haza a megvásárolt ételt a két csoport (22 és 27%), az autós kiszolgálást választók is szinte megegyező, 8 és 3%-ban vannak. Mindkét csoportban hasonló arányban rendeltek házhoz a vírus megelőzően, ami a korábbi megfigyelések után nem meglepő, hogy változatlan maradt a pandémia időszaka alatt is. A 3. csoport tagjai közül 22%-uk vitte haza az étteremből az ételt a járvány előtt és a 4. csoportban ez a szám 28%-ra emelkedik. Ebben a vizsgálatban jól látható szignifikáns különbségek adódtak. A 3. csoport 38%-a vitte magával haza az ételt változatlanul, viszont ez a szám 68%-ra ugrik a 4. csoport tagjai között. Szintén érezhető eltérést ad a vírus alatt rendelők száma. Amíg a 3. csoport 46%-a rendel a vírus óta házhoz az ételt, addig a 4. csoportnak csak 26%-a választotta ezt az utat. Ugyanígy az autós kiszolgálás esetében, a 4. csoport válaszadói között nem találtam olyat, aki inkább az autós kiszolgálást választotta volna, ellenben a 3. csoport 15%-a igen.

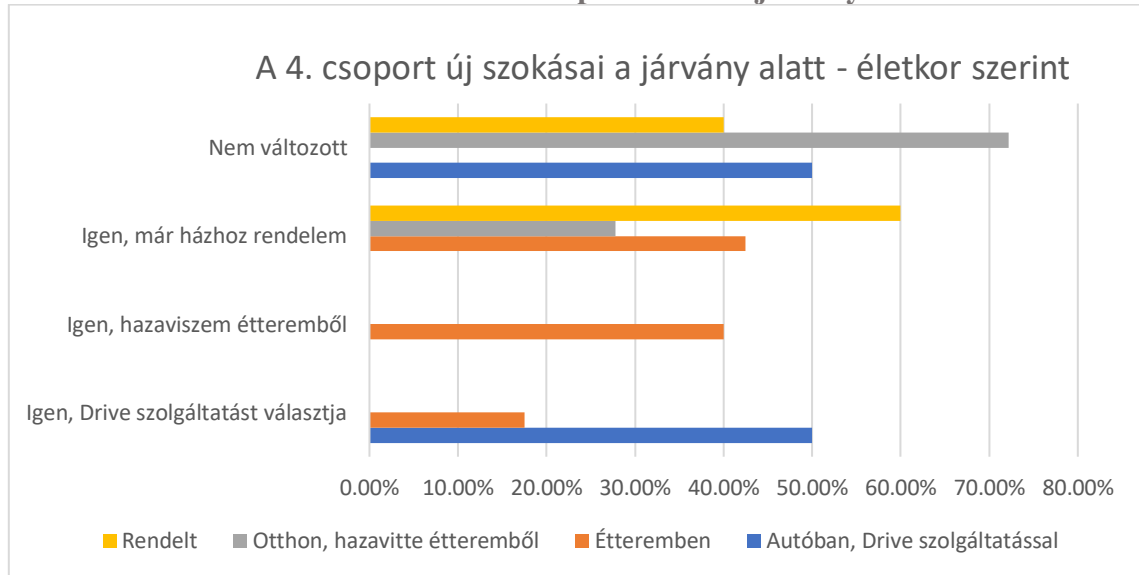
14.sz. ábra: 3. csoport szokása járvány alatt



Forrás: Saját ábra

A vizsgált változók közül az utolsó a drive, autós kiszolgálás, melyet a 3. csoport 8%-a választott a vírus előtt és a 4. csoportnak is csak 4%-a. Ez a korábbi rendeléssel kapcsolatos elemzéshez hasonlóan változatlan maradt a járvány alatt.

15.sz. ábra: 4. csoport szokása járvány alatt



Forrás: Saját ábra

A 3. csoport azon tagjai, akik a vírus előtt étterembe jártak, a vírus után 84%-ban kívánnak ismételten visszatérni ehhez a szokásukhoz, ugyanez elmondható a 4. csoportra is, ahol ez az arány 82%-ban jelenik meg. A rendelők és otthonra ételt hazavivők különbségei nem szignifikánsak, nagyon kevesen is választották ezeket az opciókat. Az egyetlen különbség az az, hogy a 3. csoport tagjai között nincs olyan, aki a pandémia után az autós kiszolgálást választaná, addig a 4. csoport 5%-a viszont igen.

A korábban rendelők között olya módon van eltérés, hogy a fiatalabb korcsoport továbbra is inkább rendelne, mint a vírus előtt (67%) és kis részük menne étteremben. A 4. csoportban is csak ez a két választás került elő a járvány utánra, ellenben a kitöltők aránya fordítva oszlik meg, tehát ők inkább mennének étterembe (80%) és kis részük rendelne továbbra is.

A két csoport hasonlóan viselkedik a fennmaradt két változó esetében. Akik a járvány előtt hazavitték az ételt, azok közel fele szintén így tenne, nagyobb részük menne étterembe és kis részük rendelné meg az ételt. Az autós kiszolgálást választók fele pedig a járvány után étterembe menne, míg a másik fele szintén a drive megoldást választaná. Véleményem szerint a hipotézisem nem állja meg 100%-ig a helyét.

A járvány után azok közül, akik nem étteremben étkeztek, sokan nem térnek vissza a régi szokásaikhoz, hanem újra az éttermi fogyasztást választanak. Úgy gondolom, hogy ezt a

jelenséget a szakdolgozatomban korábban is leírt korlátozások idézték elő. Az emberek ismét társaságra vágnak, így inkább a közösségi tereket fogják előnyben részesíteni.

4.3 Mik az ételrendelés főbb szempontjai a fogyasztók szerint?

Ehhez a kérdésemhez és a hipotézisem alátámasztásához a kérdőívemben egy 6 szempontból álló kérdéssort kellett megválaszolni a kitöltőknek. Az alábbi hat kategória társult a rendeléshez:

1. Több különböző platformon keresztül tudok rendelni
2. Sokkal több étterem közül tudok választani
3. Gyors kiszállítási idő
4. Érintkezésmentes kiszállítás
5. Előre tudom, mire számítsak
6. Ár - érték arány

A különböző szempontokat egy 4 pontos sávon tudták értékelni. Az alábbi négy értékelés a következő volt: teljes mértékben, többnyire, kevésbé és az egyáltalán nem. Semleges válaszlehetőséget azért nem szerettem volna opcióként adni, mert így sokkal relevánsabb információkat kaphattam.

A hipotézisem ennél a kérdésnél az, hogy szerintem az embereknek ételrendelés során a gyors kiszállítás a legfontosabb, valamint az, hogy tudják, mire számíthatnak. Ezt követi az ár – érték aránya és után a többi szempont.

4.3.1 Településtípus szerint

A korábbiakhoz hasonlóan itt is 4 különböző csoportot fogok összehasonlítani. Melyből az első kettő a település szerinti megoszlás lesz. Az 1. csoport tagjai a Budapesten vagy megyeszékhelyen élők, valamint a 2. csoport tagjai egyéb városban vagy községben élnek.

1. Több különböző platformon keresztül tudok rendelni

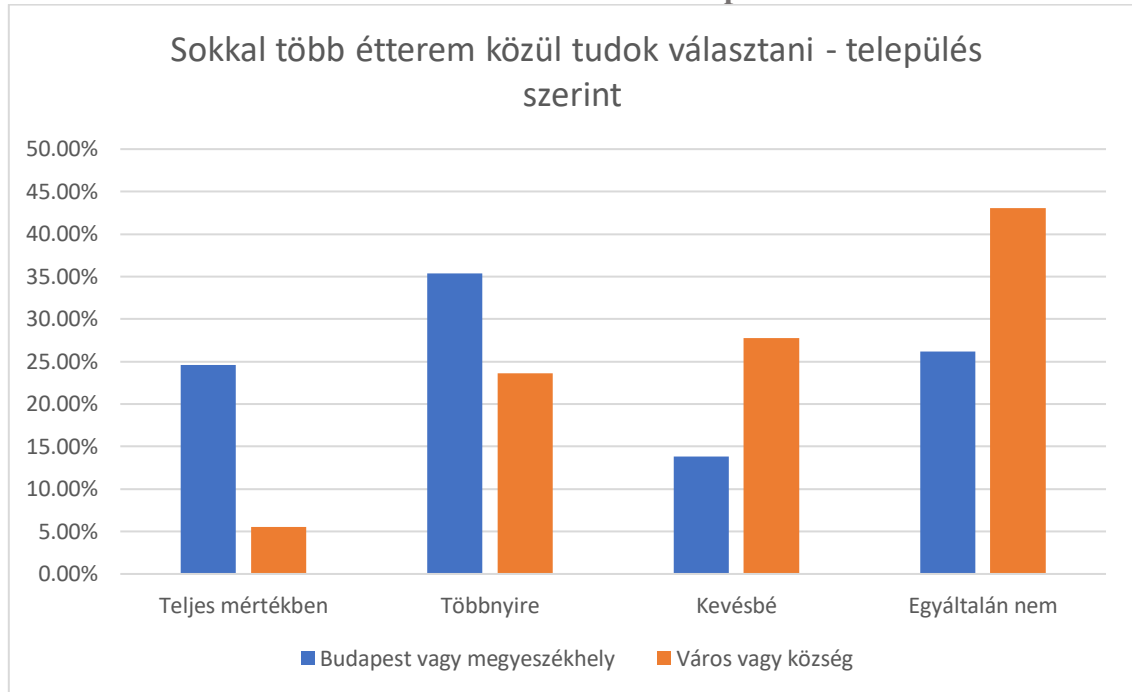
A megjelölt szempont esetében egyik csoport sem gondolja úgy, hogy ez lenne a legfontosabb ételrendelés során. Az 1. csoport 44%-a gondolja lényegesnek, viszont a 4. csoport tagjai közül csak 27%-a érzi ezt így.

2. Sokkal több étterem közül tudok választani

Az előző szemponttól eltérően ennél már jól definiálható eltéréseket tapasztaltam. Míg az első csoport több, mint fele, 60%-a tartja fontosnak, hogy több különböző hely közül

tudjon választani, addig a másik csoport csupán 30%-a vélekedik így. Személyes véleményem szerint ez azért lehet, mert a nagyvárosokban sokkal több választási lehetőségünk van, mint egy kisváros vagy község esetében.

16.sz. ábra: Éttermek település szerint



Forrás: Saját ábra

3. Gyors kiszállítási idő

A különbség ebben az esetben ugyan nem nagy, viszont kirajzolódik a települések közötti eltérés, mely a kiszállítási időhöz való viszonyulást mutatja. A nagyvárosiak 63%-a, a kisvárosiak 56%-a érzi fontosnak a gyors kiszállítási időt. Véleményem szerint ez azért lehet, mert a községben élőkhez lassabban érkezik meg egy-egy rendelés, mint a nagyvárosban élők esetében.

4. Érintkezésmentes kiszállítás

Az alábbi szempont esetében teljesen eltérő tendenciát mutat a két vizsgált csoport. Az 1. csoport inkább nem érzi fontosnak az érintkezésmentes kiszállítást (71%). Ellenben a 2. csoport véleménye szinte fele-fele arányban 45% érzi fontosnak és 55%-a nem tartja lényegesnek ezt a szempontot.

5. Előre tudom, mire számítsak

A gyorséttermek és frechise-ok egyik legnagyobb előnye, hogy az ember településtől függetlenül tudja, hogy mire számíthat. Így számomra nem meglepő, hogy a válaszadók

ezt lényegesnek találták. Az 1. csoport 63%-a és a 2. csoport 62%-a gondolja ezt meghatározó jelenségnek a gyorséttermek esetében.

6. Ár - érték arány

Az utolsó szempont hasonlóan oszlik meg a két csoport között, fele – fele arányban. Ebből kifolyólag úgy vélem, hogy ez a szempont nem teljesen fontos, de nem is érdektelen a válaszadók számára.

4.3.2 Korcsoport szerint

A második két csoportom a 21 – 35 év közöttiek (3. csoport) és a 36 – 65 év közöttiek (4. csoport).

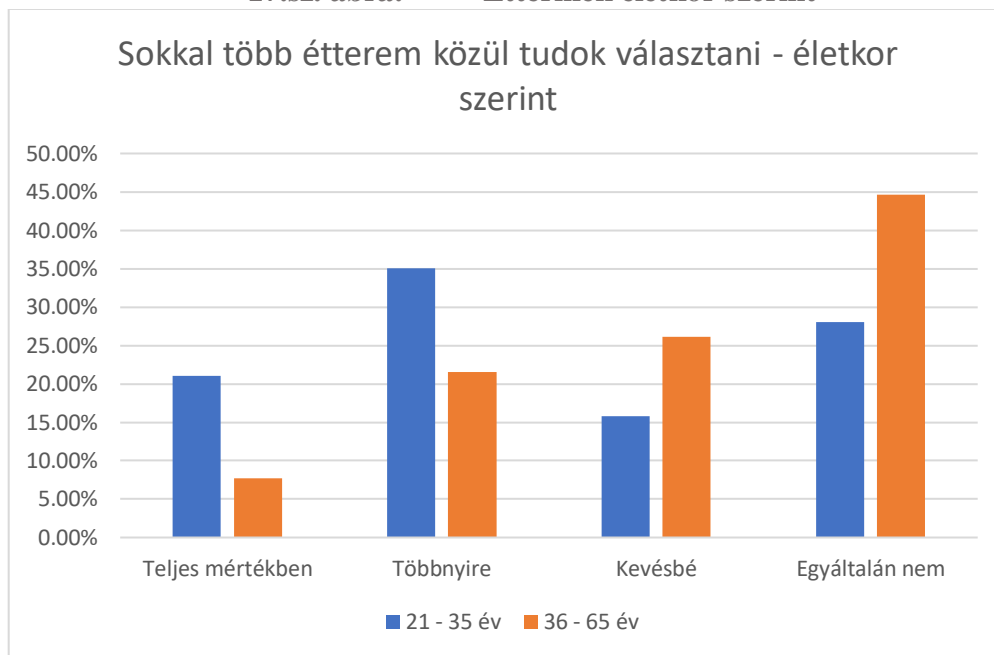
1. Több különböző platformon keresztül tudok rendelni

Az életkor tekintetében nagyobb különbségeket találtam ennél a szempontnál, mint a korábbi vizsgálat során. A 3. csoport szinte fele- fele arányban gondolja ezt lényegesnek és kevésbé annak. 46%-a gondolja lényegesnek és 54%-a pedig nem. Ellenben a 4. csoport 77%-a gondolja azt, hogy ez a szempont nem fontos.

2. Sokkal több étterem közül tudok választani

A fiatalabb korosztály nagyobb része, 56%-a tekinti ezt a kategóriát fontos tényezőnek az ételrendelés kapcsán, addig az idősebb csoport tagjai 71%-a nem tekinti annak. Véleményem szerint itt a generációs különbségek jelennek meg, míg a 3. csoportba tartozó generáció szívesen próbál ki újat és bátran mer kockáztatni, addig ez a 4. csoportra nem feltétlenül mondható el. Szerintem az utóbbi csoport tagjai inkább a jól bevált módszereket és ezeket éttermeket szereti.

17.sz. ábra: Éttermek életkor szerint



Forrás: Saját ábra

3. Gyors kiszállítási idő

A kiszállítási idővel kapcsolatban azt láthatjuk, hogy a 3. csoport sokkal lényegesebbnek tartja azt, mint a 4. csoport. Utóbbi válaszai szinte megegyeznek az egyes lehetőségekben, míg előbbi több mint fele inkább fontosnak véli ezt a kategóriát.

4. Érintkezésmentes kiszállítás

Az érintkezésmentes kiszállítást illetően azt tudjuk elmondani, hogy a két csoport között nincs nagy különbség, sőt, lényegében egyik csoport sem tartja azt fontosnak. A 3. csoport 66%-a és a 4. csoport szintén 66%-a tartja kevésbé- vagy egyáltalán nem fontosnak.

5. Előre tudom, mire számítsak

Az alábbi kategória, a vizsgált csoportok tekintetében oly módon lesz kicsit érdekesebb, hogy ugyan mindkét csoport számára lényeges az, hogy szinte biztosan tudják, hogy amit megrendelnek az milyen lesz. Ellenben a 4. csoport tagjai között nagyobb arányban választották a kevésbé fontos lehetőséget. Tehát a 3. csoport 68%-a érzi ennek fontosságát, de a 4. csoport csupán 59%-a gondolkodik ekképp.

6. Ár - érték arány

Ebben a kérdésben a 4. csoport véleménye szinte ugyanolyan mértékben jelenik meg az egyes lehetőségek között, míg a 3. csoport inkább fontosnak véli ezt a szempontot (65%).

Az alábbi elemzések alapján úgy vélem, hogy hipotézisem sikeresen beigazolódott. Tehát a mintám alapján az embereknek ételrendelés során nagyon fontos a gyors kiszállítási idő és az, hogy tudják, mire számítsanak. Ez a két jelző pedig tökéletesen illik a gyorséttermekre. A fontossági sorrendbe pedig az ár – érték aránya következett, ami szintén igaz jól érzékelteti a gyorséttermek népszerűségét. Ugyan a többi jelző is elmondható a megnevezett éttermekre, de azt kevésbé tartják fontosnak a válaszadók.

4.4 Mennyire gyakori a gyorséttermi fogyasztás a vírushelyzet alatt?

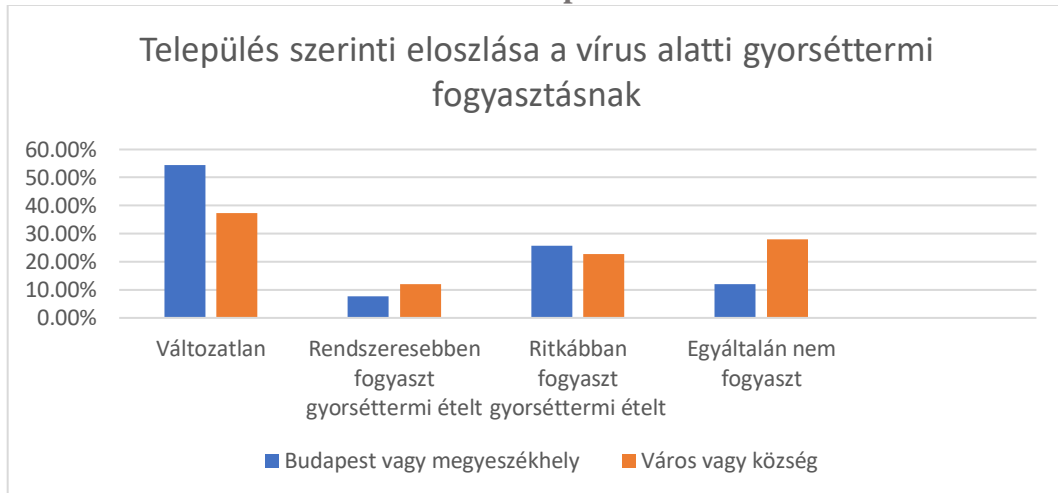
Az első hipotézisem vizsgálata alapján úgy vélem, hogy erre a kérdésemre adott válasz az lesz, hogy az emberek a vírushelyzet alatt kevesebbszer fogyasztanak gyorsétteremből. Az előző három vizsgálathoz hasonlóan szintén két- két csoport mentén szeretném vizsgálni a kérdésemet, így újra megjelenik a település szerinti 1. (Budapest vagy megyeszékhely) és 2. (egyéb város vagy község) csoportom. Valamint az életkor szerint elkülönített a 3. (21 – 35 év) és 4. (36 -65 év) csoportjaim is.

Korábban már vizsgáltam, hogy a vírus előtti gyakorisággal fogyasztók szokásai milyen mértékben változtak és elmondható, hogy a legtöbb esetben változatlan maradt a korábbi viselkedésük. Így ebben a kimutatásban ugyan szerepeltetem a változatlanságot is, de azt nem kívánom ismételtén kifejteni.

4.4.1 Településtípus szerint

A Budapesten vagy megyeszékhelyen élőket megfigyelve azt láthatjuk, hogy legnagyobb arányuk, 26%-uk ritkábban fogyaszt gyorséttermi ételt, míg ez a szám a városban vagy községben élőkénél alacsonyabb, az ő esetükben ez 23%. Különbség jelenik meg a rendszeresebben fogyasztók között is, a 2. csoport 12%-a vélekedett így, amíg az 1 csoport résztvevői csak 8%-a fogyaszt gyakrabban gyorséttermekből. A legnagyobb differencia az egyáltalán nem fogyasztók között fedezhető fel, hiszen az első csoport 12%-a döntött úgy, hogy a járvány alatt nem fogyaszt gyorsételt, addig ez az arány a 2. csoport esetében nagyot nőtt, 28%-uk választotta ezt az opciót.

18.sz. ábra: Település szerinti eloszlás

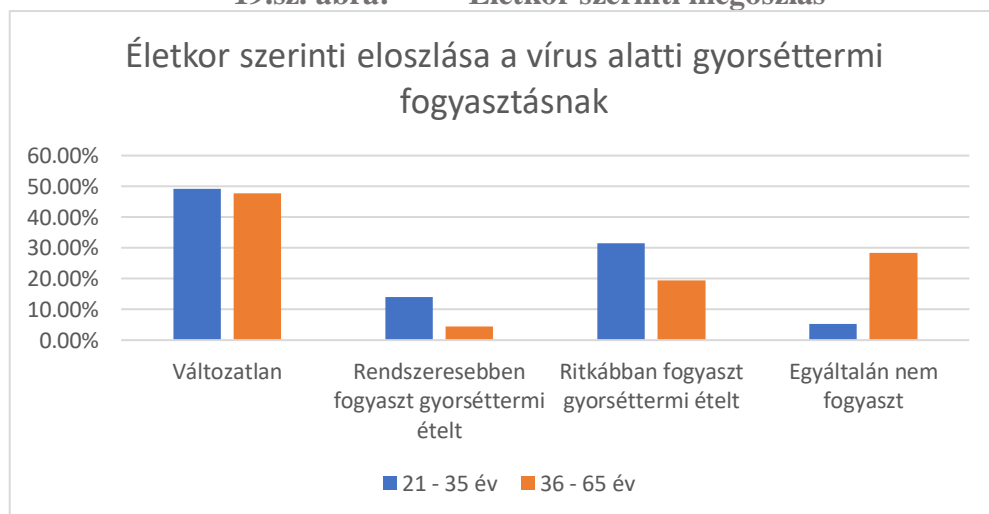


Forrás: Saját ábra

4.4.2 Korcsoport szerint

Életkor szerinti megoszlásban hasonló egyezéseket és különbségeket találhatunk, mint a település szerintiben. A két csoportra az jellemző, hogy ritkábban fogyaszt gyorsétteremből, ám a 4. csoportra inkább elmondható, hogy a vírus alatt egyáltalán nem fogyaszt gyorséttermi ételt, ezt az opciót 28%-uk választotta, míg a 3. csoport tagjai közül csak 5%-ban vannak azok, akik egyáltalán nem fogyasztanak ilyen étteremből. Rendszeresebbek közül a fiatalabbak többen vannak, nekik 14%-a gondolja úgy, hogy a járvány óta rendszeresebben fogyaszt gyorséttermekből, ellenben az idősebb korosztály 4%-a az, aki ilyen választ adott. A ritkábban fogyasztók többségébe pedig a 3. csoport került magasabb aránnyal, nekik 32%-a az, aki ide sorolta magát. A 4. csoport válaszadónak 19%-a került a ritkábban fogyasztók csoportjába.

19.sz. ábra: Életkor szerinti megoszlás



Forrás: Saját ábra

Mindezek alapján hipotézisem beigazolódott. Így a vizsgálatom során az derült ki, hogy az emberek többsége ritkábban vagy egyáltalán nem fogyaszt gyorsétteremből a COVID megjelenése óta hiába a házhozszállításnak, a sok választéknak, a kényelem ellenére is főzést választják. Pedig 150 százalékkal növekedett a házhozszállításra jelentkező éttermek száma.

4.5 A nem gyorséttermi vendéglátóhelyekre gyakorolt hatás

Az eredmények mutatják, hogy miért is kellett ennyi étteremnek végleg bezárnia.

A vírus miatt a vendéglátóhelyek 22 százalékának kellett bezárnia 2020-ban a márciustól májusig tartó első hullám idején hozott korlátozások miatt, de azóta szerencsére 2/3-ának sikerült újra erőt kapni és kinyitni miután a korlátozásokat feloldották. Miután újra nyithattak az éttermek, mindössze 10 százalékuk gondolta úgy, hogy nem folytatja a házhozszállítást és ismét csak az ott fogyasztó vendégeket szolgálja ki.

Mint kérdőívemből kiderült a gyorséttermi szokásaikat nem nagy részben változtatta meg a Covid-19 járvány időszaka, így kíváncsi voltam más alternatívákra is.

A Falatozz.hu-nál a legnehezebb időszakban 59 százalékkal növekedett az új megrendelők száma. Így már látszódik, hogy akinek otthonról kellett dolgoznia, illetve gyermeke is otthonról tanult inkább a házias, tápláló ételeket rendelték. Ezek alapján komplett családokat is ellátott az oldal, ezt az is bizonyítja, hogy 12-15 %-al nőtt az átlagos kosárérték. A növekedés így 2020 márciusban az előző hónaphoz képest 4,5%-os, majd áprilisban 8 százalékos volt már a növekedés.

Az online fizetések aránya is emelkedett, a vírus alatt ebben a 3 hónapban 26 százalékkal. A honlap igazodott is növekedő fogyasztóihoz, így létrehozott „Maradj otthon akciót”, illetve „Karantén menüt”. Így a vásárlók olcsóbban jutottak teljes adag menühöz és pékárú szállítást is kérhettek a cég által.¹³

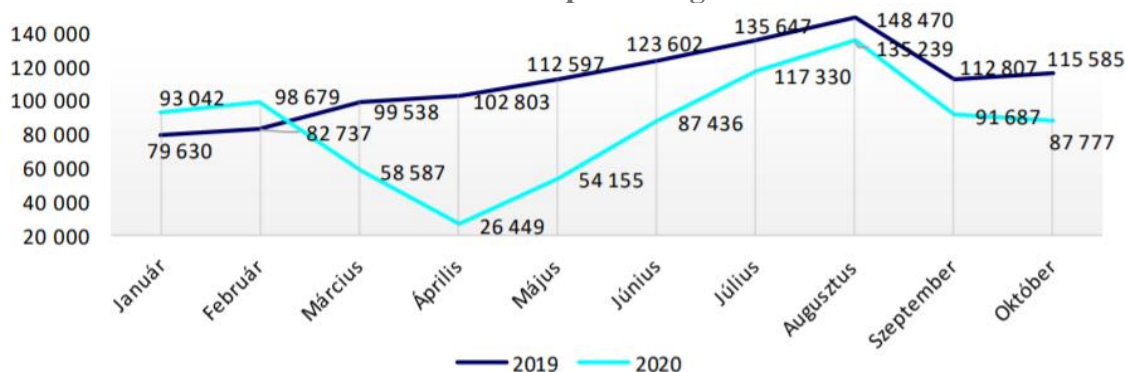
Természetesen a vendéglátók között nem csak a gyorséttermeket, éttermeket kell megemlíteni, hanem ide tartoznak a zenei vendéglátóhelyek, munkahelyi gyors-és önkiszolgáló éttermek, büfék, italüzletek, illetve cukrászdák is.

¹³ Vendéglátás magazin - A koronavírus átszabta az ételrendelési piacot is (2020.06.20.)

URL:<https://vendeglatsmagazin.hu/koronavirus-atszabta-az-etelrendelesi-piacot/>

Letöltés ideje: 2021.04.10

20.sz. ábra: Vendéglátóhelyek kereskedelmi forgalma 2019-2020 januártól szeptemberig



Forrás: ÁSZ szerkesztés, KSH 4.5.23h

Az diagramon láthatjuk a vendéglátóhelyek kereskedelmi forgalmát 2019-2020 januártól szeptemberig tartó hónapjai összehasonlítását millió Ft-ban.

Egyértelműen szembetűnik a járvány Magyarországra érkezését követő hónapokban a visszaesés, majd az újra nyitás idején az emelkedés. A 2019-ben lévő emelkedés egyértelműen a szezonalitást mutatja. A következő diagramon a vendéglátóhelyek munkahelyi eladási forgalmát figyelhetjük meg 2019-2020 összehasonlításában ugyan csak az előbb említett hónapokban millió Ft-ba.

21.sz. ábra: Vendéglátóhelyek munkahelyi eladási forgalma 2019-2020 januártól szeptemberig



Forrás: ÁSZ szerkesztés, KSH 4.5.23h

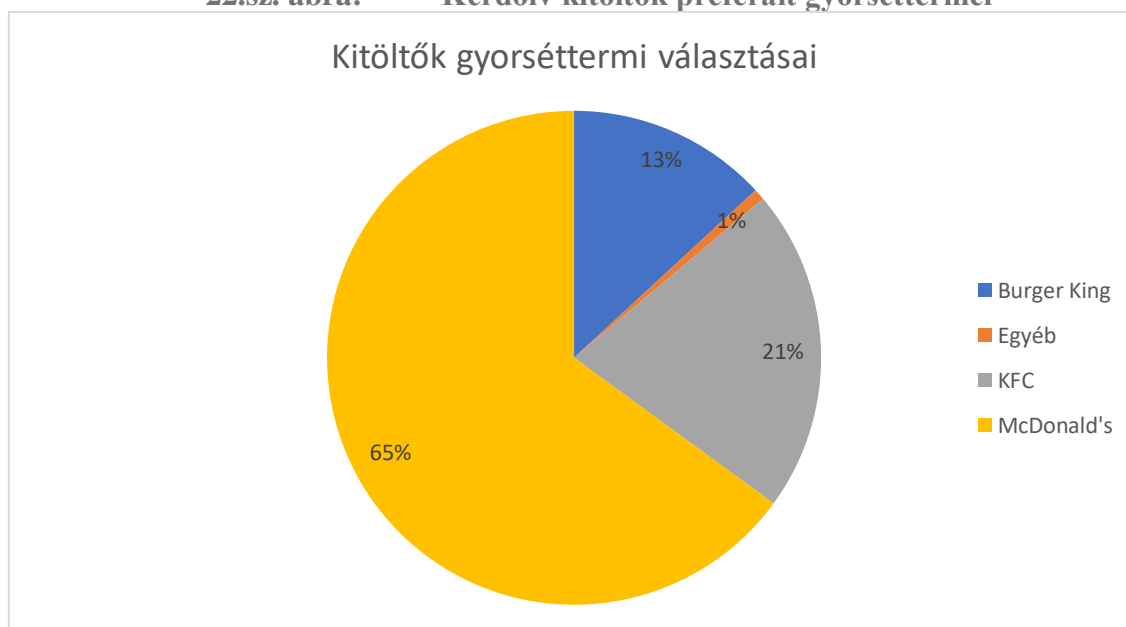
Erre a kimutatásra is igaz és látszódnak az éttermek szezonalitása. 2020-ban a járvány első hullámában erős mélypont figyelhető meg, ami nagyon lassan növekedett, azonban érdekes, hogy a második hullám idején ősszel erős növekedésnek indult az eladási forgalom. A járvány összességében 2019-2020 január-októberi adatokat összehasonlítva 263 milliárd, tehát 24%-os visszaesést figyelhetünk meg a kereskedelmi eladásnál, a munkahelyi eladásnál összesen 23 milliárd Ft-ot így 21%-os visszaesést látunk.

5. MCDONALD'S ESETTANULMÁNY

A világ egyik legnagyobb gyorséttermi hálózata a mindenki számára ismert McDonald's Corporation. Közel már 120 országban működik. Az első ilyen nevű éttermet 1940-ben nyitotta a Richard és Maurice McDonald testvérpár. A későbbi cégvezető Ray Kroc csatlakozott a testvérpárhoz, aki a franchise hálózat kiépítésében játszott nagy szerepet. Magyarországon jelenleg 113 db éttermet üzemeltetnek és további éttermek is elérhetőek lesznek már 2021-ben.

A McDonald's életében mindig fontos szerepet játszott a nagy kockázatokra való felkészülés, az ellátási lánc tervezése. Azonban a Covid-19 járvány, mint minden éttermet, így őket is váratlanul érintette. Az étterem hálózat amerikai elnöke Bill Garret azt nyilatkozta, hogy a „A Covid-19 mindenki munkájának a részévé vált. Rávettük magunkat, hogy sok mindenben másképp gondolkodjunk, beleértve az étlapot, a működéshez szükséges folyamatokat, valamint a vevők és az alkalmazottjaink kiszolgálását (mind az éttermekben, mind a vállalati irodákban) egy új és az eddigőtől eltérő módon, amely előtérbe helyezi a biztonságukat.”¹⁴

22.sz. ábra: Kérdőív kitöltők preferált gyorséttermei



Forrás: Saját ábra

¹⁴ Case study: McDonalds responds to the COVID-19 crisis

[URL:https://theonebrief.com/case-study-mcdonalds-responds-to-the-covid-19-crisis-nb](https://theonebrief.com/case-study-mcdonalds-responds-to-the-covid-19-crisis-nb)

Letöltés ideje: 2021.04.12

A kérdőívemből kiderül, hogy a gyorséttermi fogyasztók 65%-a rendelés és éttermi étkezés során a McDonald's-ot választja. Nem hiába tartják a legnagyobb éttermi láncnak.

A pandémia idejére válaszként a McDonald's egy új modellt és csapatstruktúrát dolgozott ki. Volt, amikor a csoport az amerikai vezető vezetésével naponta, akár háromszor is ülésezett, mert a vírushelyzet, az információk folyamatosan változtak és újra át kellett szervezni, gondolni a helyzetet és helyesen kezelni azt. Kritikus fontosságú volt az alkalmazottak erőforrásainak támogatása akár az éttermi dolgozókról, akár az irodai dolgozókról beszélünk. Nem szabad figyelmen kívül hagyni azt sem, hogy nem csak az éttermeknek kellett bezárnia, hanem az irodai dolgozókat is több országban a rendeletek miatt otthoni munkavégzésre kellett felkérni.

„Feljogosítottuk a működésért felelős vezetőinket a szükséges döntések meghozatalára az emberek és vállalkozásunk védelme érdekében, de a pandémiára vonatkozó megközelítésünkben is következetességet akartunk biztosítani, hogy minden eddiginél erősebben jöjjünk ki ebből a válságból – a közös elvek megtartása segítette ezt a megközelítést” - mondta Garrett.

A biztonság nem csak a vírushelyzet idején, hanem már évek óta fontos szerepet játszik az új nyitott koncepciójukban. 2018-ban a központ átköltözött Chicago belvárosába, ahol átfogó HR-csoportot, jogi, globális biztonsági és több más csapatot is igényelt egy olyan iroda tervezése és kivitelezése, ahol dolgozóik biztonságban és kellemes környezetben végezhetik munkájukat.

"Az embereket meglepte, hogy mennyire biztonságban érzik magukat, amikor beléptek az irodába, ezért nagyon büszkék voltunk a csapatra, amely együtt dolgozott ennek megvalósításáért" - mondja Sheri Malec, a McDonald's munkahelyi megoldásokért felelős vezető igazgatója. „Az ez idő alatt levont tanulságok közül a legfontosabbnak az agilitás tartom. A helyzet olyan gyorsan változik, hogy készen kell állnia a válaszádra, amikor új adatok, vagy új tudományos ajánlások jelennek meg."

A járványhelyzet azonban újabb kihívást hozott, akár a biztonság helyzetéről, akár a munkavégzésről beszélünk. Most újra meg kell vizsgálni a vállalati munkaerőnek a járványhelyzetet követő gondolkodását.

"Korábban már rendelkezünk egy rendszerrel, amely segíti az embereink személyes szükségleteit a munkanap közben" - mondta Malec. „A világjárvány előtt meglévő rugalmasság és működési modellek valóban jól felkészítettek minket a munkaerő változásaihoz való alkalmazkodásra.”

A McDonald's a Covid-19 megakadályozása érdekében a higiéniai eljárások mellett az éttermi struktúrát is változtatta. Prioritást élvezett az egészség és biztonság megóvása.

Ezért:

- Érintés nélküli műveletekre tértek át
- A munkahelyi dolgozókat műszak előtt hőmérséklet-ellenőrzésre kötelezték és alapos kézfertőtlenítést kértek tőlük.
- Az éttermekben távolságtartó matricákat helyeztek el az elvitelre vásárló vendégek számára.
- A pult mögött is ügyeltek a dolgozók megfelelő távolságtartására.
- Védőplexiket telepítettek a pultokra.
- Kötelező volt a vásárlók és dolgozók számára az orrot és arcot eltakaró maszk viselése.
- A dolgozók kesztyűben dolgozhattak.
- Több étteremben elérhetőek voltak a kihelyezett maszkok, arra az esetre, ha a vásárló otthon hagyta a sajátját.
- Növelték az éttermek a gyakori tapintású pultok, eszközök tisztítását, fertőtlenítését.
- Gyakori figyelmeztetést kaptak a munkavállalók, a gyakori kézmosás és higiénia betartására.
- Elérhetővé tették vendégek számára is az alkohol alapú fertőtlenítő használatát.
- Amikor a korlátozások engedték az éttermi fogyasztást, néhány asztalt és széket elzártak a fogyasztók elől, segítve a távolság betartását.
- Gyakrabban tisztították az asztalokat.
- Módosították a vevők számára az elérhető italtöltő automatákat.¹⁵

¹⁵ McDonald's COVID-19 Frequently Asked Questions
[URL:https://www.mcdonalds.com/us/en-us/coronavirus-covid19](https://www.mcdonalds.com/us/en-us/coronavirus-covid19) Letöltés ideje: 2021.04.16

Ahogy korábban már említettem McDonald's jelentős erőforrásokat fektetett a munkavállalók jóllétébe. Az Egyesült Államokban országszerte hallható volt a vendéglátóhelyek válsága, csődjei és kénytelenek voltak alkalmazottakat bocsátani el, a McDonald's eközben bővítette munkaerejét és körülbelül 260 000 éttermi alkalmazottat alkalmazott az Egyesült államokban.

A Mayo Klinikával lévő együttműködését is bejelentette, 2020 júliusától kezdődően, ezzel folyamatos betekintést engedve a biztonsági és a tisztasági intézkedésekbe. Az étterem és a klinika vezetői rendszeresen találkoztak, hogy az egészségvédelmi és a biztonsági politikát és eljárásokat áttekintsék, figyelembe véve természetesen az orvostársadalom javaslatainak változását is.

Elérhetővé tették az alkalmazottak számára a fizetős betegszabadságot, ha megfertőződtek a világjárvánnyal. Ezen kívül a Blue Cross Blue Shield 24/7 ápolói vonalat is elérhetővé tették számukra. Ebben többek között érzelmi, lelki tanácsadást is kaphattak ebben a nehéz időben. Azzal is segítették a munkavállalóinak, hogy továbbra is rugalmas munkarendet kínáltak nekik.

Természetesen nem csak az alkalmazottak fizikai biztonságára építettek, hanem pénzügyi támogatásaikat is növelték. Többek között az élvonalbeli alkalmazottakat konkrét kompenzációs csomaggal látták el, ami a megbecsülési fizetséget jelentette. Többen kaptak fizetésemelést, rendszeres volt a bónusz és ingyenesen étkezhetek. Ezen felül kaptak ajándékkártyákat és egyéb pénzügyi juttatásokat. Ez a McDonald's számára nem meglepő, mindig jutalmazta a cég a „nagy család” dolgozóit. Mint az alábbi példa mutatja, ebben a vírushelyzet sem kivétel, a dolgozók mindennél fontosabbak a vállalat számára.¹⁶

A vállalati tulajdonban lévő üzletek alkalmazottjainak is bónuszokat ajánlott, és 2020 első negyedében, az ösztönző bónuszokat megduplázta egyes vezetők számára.

2020-ban ünnepelte az éttermi lánc a Archways to Opportunity program ötödik évfordulóját is, amellyel középiskolai oktatáshoz és egyetemi tandíj támogatáshoz több, mint 125 millió dolláros támogatást adott. A diákok legfeljebb 2500 dolláros támogatást kaptak egyénenként.

¹⁶ How McDonald's Supported Employees During the COVID-19 Pandemic (2021.01.15) - Peggy Carouthers
[URL:https://www.qsrmagazine.com/employee-management/how-mcdonalds-supported-employees-during-covid-19-pandemic](https://www.qsrmagazine.com/employee-management/how-mcdonalds-supported-employees-during-covid-19-pandemic) Letöltés ideje: 2021.04.20.

A támogatási programjában mintegy 60000 éttermi és vállalati alkalmazottat is támogatott. Ezen kívül továbbra is lehetőséget biztosított a karrier-tanácsadási szolgáltatáshoz, illetve az angol nyelv elsajátításához második nyelvként.

A márka COVID-19 válaszáról a McDonald's e-mailben elmondta a *QSR* magazinnak: „A személyzet és a vezetők a szíve és lelke azoknak az éttermeknek, amelyekben dolgoznak, biztonságuk és közérzetük az elsődleges prioritás, amely minden döntéshozatalunkat irányította. Amint februárban felismertük, hogy a COVID-19 hatással lesz az Egyesült Államok éttermeire is, történelmünk leggyorsabb és legnagyobb operatív átalakítását hajtottuk végre a személyzet és az ügyfelek biztonságát szem előtt tartva. Ez magában foglalt a vállalat tulajdonában lévő és a franchise-ban működő éttermekben több mint 50 fokozott működési intézkedést, beleértve a fokozott tisztítást és fertőtlenítést, az univerzális maszk hordási szabályozást, a védőkorlátok telepítését, az érintés nélküli műveletek beiktatását és a napi hőmérséklet- és egészségügyi ellenőrzéseket.

Ezek az intézkedések lehetővé tették, hogy több mint 2000 helyi franchise-tulajdonos nyitva maradjon a McDelivery, a Drive Thru és a take-out révén, és eleget tudjon tenni annak a felelősségének, hogy több mint 800 000 személyzet számára biztosít helyi munkát, miközben közösségüket szolgálja - ideértve a több mint 12 millió elsősegélynyújtót és az egészségügyi dolgozót akik ingyenes Köszönjük Ételt kaptak.”¹⁷

2020 negyedik negyedében a McDonald's amerikai értékesítései megugrottak, annak köszönhetően, hogy a vendégek egy-egy megrendelésnél többet költöttek. A nemzetközi értékesítések is nagy sikert arattak a Covid-19-hez kapcsolódó korlátozások, lezárások alatt. 2020 utolsó 3 hónapját figyelve, az amerikai MCD éttermek értékesítései 5,5 százalékkal nőttek. Minden marketing-befektetés és egyéb befektetés, mint például, ami a csirke McNuggets-el kapcsolatos, megtérült. ¹⁸

¹⁷ How McDonald's Supported Employees During the COVID-19 Pandemic (2021.01.15) - Peggy Carouthers
[URL:https://www.qsrmagazine.com/employee-management/how-mcdonalds-supported-employees-during-covid-19-pandemic](https://www.qsrmagazine.com/employee-management/how-mcdonalds-supported-employees-during-covid-19-pandemic) Letöltés ideje: 2021.04.20.

¹⁸ McDonald's sales took a hit from Covid-19 restrictions - Danielle Wiener-Bronner 2021.01.28.
[URL:https://edition.cnn.com/2021/01/28/business/mcdonalds-earnings/index.html](https://edition.cnn.com/2021/01/28/business/mcdonalds-earnings/index.html) Letöltés ideje: 2021.04.20.

Amerikában növekedtek ugyan az eladások, azonban Európában a McDonald's nemzetközi értékesítéseinek növekedése lassabb ütemben, vagy egyáltalán nem változott. A korlátozások leküzdése érdekében "igyekszünk mindent megtenni a digitális üzletvezetés, a szállítás és a vezetés terén" - mondta Chris Kempczinski vezérigazgató a jövedelemről szóló elemzői felhívás során.

A McDonald's bevétele összességében a negyedévben 2 százalékkal, így 5,3 milliárd dollárral esett vissza.

"Amit most látunk, hogy a gazdasági bizonytalanság aggodalma messze az egyetlen ... a legnagyobb aggodalom, amely a fogyasztóinkkal szemben fennáll" - mondta Kempczinski. "Úgy gondoljuk, hogy a megfizethetőség egyike lesz azoknak a dolgoknak, amelyekre 2021-ben körültekintően kell koncentrálnunk."¹⁹

Amerikában ideiglenesen 14 éttermet zártak be a koronavírus miatt, és arra kérte Franchise partnereit is, hogy az ő példájukat kövessék a biztonság érdekében és csak a drive ablakokon keresztül, illetve futárszolgálatokkal működjenek. Az amerikai éttermi lánc bevételei 70%-át a drive in szolgáltatás növeli, ezért sem érintette az éttermeket drasztikusan a bezárás.²⁰

Magyarországon az éttermek nem zártak be, de erősen növekedett a NetpincérGo, illetve később elérhetővé váló Wolt alkalmazáson keresztüli rendelés.

Nem hiába, hiszen a McDonald's-ot elismerték külföldön a technológia leghatékonyabb marketingje alapján is.

"2020-ban a McDonald's erősebben hajolt a digitális médiához, és kulturális szempontból releváns módszereket talált arra, hogy márkáját kiemelje a tévében és a közösségi médiában" - írták a KeyBanc Capital Markets elemzői Eric Gonazalez vezetésével.²¹

Elemzések alapján a koronavírus érkezése óta több, mint megháromszorozódtak a mobil rendeléseik.

¹⁹ McDonald's sales took a hit from Covid-19 restrictions - Danielle Wiener-Bronner 2021.01.28.

URL:<https://edition.cnn.com/2021/01/28/business/mcdonalds-earnings/index.html>

Letöltés ideje: 2021.04.20.

²⁰ Koronavírus: Drasztikus lépést tett a McDonald's a járvány megelőzése érdekében

URL:<https://www.nosalty.hu/ajanlo/koronavirus-drasztikus-lepest-tett-mcdonalds-jarvany-megelozese-erdekeben> Letöltés ideje: 2021.04.25

²¹ Market Watch - McDonald's earnings: Improvements made during COVID-19 in 2020 will bolster 2021
URL: <https://www.marketwatch.com/story/mcdonalds-earnings-improvements-made-during-covid-19-in-2020-will-bolster-2021> Letöltés ideje: 2021.04.27

"2021-ben arra számítunk, hogy a McDonald's folytatja az innovációt (a komplexitás növelése nélkül), és hatékony módszereket talál az alapmenü ismertségének növelésére, egyúttal kihasználva az újonnan kifejlesztett technológiai képességeket is." Ezen kívül elemzők kiemelték többek között azt is, hogy az éttermi lánc több zenei előadóval is együttműködött az alkalmazás használata során, mint például Travis Scott vagy J Blavin.

KeyBanc a McDonald's részvényei 235 dolláros céllal minősíti. Miszerint továbbra is nehézségekkel kell szembenézni, figyelve a negyedik negyedéves adatokat 2020-ban, mert a joghatóságok által hozott rendelkezések, leállások befolyásolják mindezt. A vállalat azonban a jövőbe tekint és tovább élő beruházásokat tervez, azokra összpontosít. Igaz megemelkedtek a költségek a járvány idején, de nagyobb működési hatékonyság folytatható a több csatornás értékesítés révén.

Ezeket figyelembe véve az MKM 255 dolláros céllal minősíti a részvényvásárlást a McDonald's-nál. Az átlagos cél ár, illetve átlagos túlsúlyos részvényminősítése 241,89 dollár.²²

A McDonald's részvényei 7,2% -kal csökkentek az utolsó három hónapban, azonban összesen az elmúlt évben 1,1% -ot növekedtek.

UBS az amerikai gyorséttermet 240 dolláros ár céllal minősíti, ő az egyik legfontosabb válogatottja. Ezzel szemben a Kalinowki 273 dolláros ár céllal teszi mindezt.

A cég azt nyilatkozta, hogy bár a globális éttermi értékesítés 23,9% -kal esett vissza, az index idővel javulni kezdett, az éttermi értékesítés az amerikai piacon április 19,2% -kal esett vissza, ez júniusban csak 2,3% -ra csökkent. Az eladások visszaesése viszonylag nagyobb volt, mint amit az elemzők vártak, ami 22,8 százalékos csökkenés lett volna. Az adózott eredmény az előző évi 1,5 milliárd dollárhoz képest 2020-ban 484 millió dollárra, így 68 százalékkal esett vissza. Ezt az árbevétel visszaesése és a költségek növekedése okozta. Egy részvényre jutó eredmény 2019-ben mért 1,97 dollárról 0,65 dollárra esett vissza, így a csökkenés mértéke 67 százalékos volt.²³

²² Market Watch - McDonald's earnings: Improvements made during COVID-19 in 2020 will bolster 2021
URL: <https://www.marketwatch.com/story/mcdonalds-earnings-improvements-made-during-covid-19-in-2020-will-bolster-2021> Letöltés ideje: 2021.04.27

²³ • Portfolio - Megroppant a McDonald's a koronavírus alatt
URL: <https://www.portfolio.hu/uzlet/20200728/megroppant-a-mcdonalds-a-koronavirus-alatt-442754>
Letöltés ideje: 2021.04.28

Az éttermi értékesítése 2020 áprilisban, a vírus Európába érkezését követően, a cég nemzetközi szegmensében, ahova hozzá tartozik Franciaország és többek között Németország is, kétharmadával visszaesett. Ez a szám viszont júniusra már csak 18,4 százalékos volt.

A fejlődő piaci szegmensben, mint például Kína vagy Brazília az értékesítés helyreállása lassabban működött, így látható, hogy 2020 áprilisban 32,3 százalékkal csökkentek az éttermi eladások, majd májusra 20 százalékkal, júniusban is csak minimálisan újra romló 20,3 százalékkal. Ebben a szegmensben Kína a legérdekesebb, ahol a vírus ekkorra már fél éve jelen volt.

Japánt is még fontos megemlíteni, mivel ott ebben a negyedévben nőtt az éttermi értékesítés, a Covid-19 járvány ellenére.

A befektetőknek sem volt az járvány időszaka stresszmentes, nem örültek, hogy a McDonald's cég árfolyama 2,2 százalékkal került lejjebb a nyitás előtti kereskedésben.

A McDonald's fogyasztókra vonatkozó statisztikái még nem nyilvánosak, így dolgozatomban arra nem tudtam kitérni. Az esettanulmányom hipotézise, miszerint a nagy gyorséttermi hálózatot nem viselt meg drasztikusan a Covid-19 járvány megjelenése és az az által bevezetett rendeletek, beigazolódott.

6. ÖSSZEFOGLALÁS

Szakedolgozatomban végére érve úgy gondolom, hogy a kutatott témám bemutatása minden olvasó számára érdekes és új információkat nyújthat, napjainkat érintő legnagyobb problémáról, a koronavírusról és a vírus által okozott gazdasági hatásokról. A dolgozatomban kitűzött célként első sorban a Covid-19 vírus eredetének és terjedésének mélyebb információit ismertettem. Ebben a részben főként a külföldi hírportálok, folyóiratok tanulmányozása volt segítségemre. A járvány globálissá válását mutattam be. Mai napig hihetetlen, hogy milyen gyorsan terjedt és előidézett egy válságot. Fontos megemlíteni, hogy olyan szektorokat kényszerített szorult helyzetbe, melyek eddig a gazdaság húzóereje voltak akár hazánk szemszögéből, akár globális szempontból nézzük. Részletesen taglalom az állami, illetve vállalati szerepvállalást, a hozott intézkedéseket és azok gazdasági hatásait.

Mélyebben bemutattam a makrogazdasági hatásait, majd a Magyar Nemzeti Bank és a Központi Statisztikai Hivatal közzétett információi alapján elemeztem a Havi termelési indikátorokat és a GDP alakulását. Az ábrákon látható az előző 2007-2010-ig tartó világválság is, ami teljes összképet ad a jelenlegi koronavírus által okozott válság az akkori különbségeire. Ezek alapján figyeltem meg a foglalkoztatottak létszámát és a munkanélküliségi rátát, ami hipotézisemet, miszerint drasztikusan csökkent a munkanélküliségi ráta, megcáfolta, miszerint minden hónapban az előző év azonos időszakához képest a csökkenés 1 százalék alatt volt.

A vírus hatására a fogyasztói árak változásának megfigyelését is fontosnak tartottam. Ott hipotézisem beigazolódott, miszerint nem volt kiemelkedő a változás az előző évek azonos időszakához képest.

Megfigyeltem pénzügyi piacokon belül a hitelezést, mert a kormány által véghez vitt egyik fontosabb monetáris intézkedés a moratórium volt.

A dolgozatomban központjába azonban a vendéglátóipart állítottam. Úgy gondolom egyik legnehezebb helyzetbe ez az ipar került. Többször be kellett zárniuk, újra kellett formálni vállalkozásaikat, volt, hogy bevétel nélkül kellett alkalmazottaikat fizetni, hogy az újraindításkor legyen kivel folytatni tevékenységüket. Részletesen levezettem, hogy a jelenleg mögöttünk álló vírus 3 hulláma időrendileg milyen hatással volt az iparra, mikor milyen formában dolgozhattak, tarthattak nyitva.

Kiemelten figyelmet kaptak a dolgozatban még a gyorséttermi láncok. Hipotéziseimet, melyek szerint az emberek járvány előtti gyorséttermi fogyasztása, nem nagy mértékben, vagy szinte egyáltalán nem változott meg a járvány hatására, valamint, hogy az éttermek lehetősége, a házhozszállítás, illetve Drive kiszolgálás nem formálta át a fogyasztók szokásait, beigazolódott. Mint már említettem a 4. fejezetben lévő kutatás során kérdőívet készítettem, amit körülbelül 200 ismerősömnek küldtem ki, abból elemzésemig 141 fő töltötte ki. Figyeltem arra, hogy a korosztály a 19 éves, vagy annál fiatalabbtól egészen a 65 éves, vagy annál idősebb korosztályig terjedjen. Így egy teljes képet kaptam korosztályokra bontva a vizsgált hipotéziseimre. Kérdőívemben található kérdések első része a járvány megjelenés előttiszokásait vizsgálta a kitöltőknek, majd a vírus alatti szokásaikra, illetve változására kérdeztem rá. Végezetül, előrevetíttem a Covid-19 utáni időszakot, amellyel széleskörűen elemezni tudtam, hogy gyorséttermi szokásaik mennyiben térnek majd vissza az eredetihez. Általános következtetésként vontam le, hogy a kényelem, gyors kiszállítás és szélesebb platform ellenére, fogyasztók szeretnének visszatérni éttermekbe és ott fogyasztani ételeiket. Kérdéseim között konkrét McDonald's-ra vonatkozó kérdéseimet, az esettanulmányom során használtam fel.

Annak ellenére, hogy a házhozszállításra jelentkezők száma 150 százalékkal növekedett, azonban inkább egészségesebb alternatívát választanak.

A vendéglátóhelyek 2019 és 2020-as évének összehasonlítását végeztem kereskedelmi forgalom, majd a munkahelyi eladási forgalom alapján bemutattam, illetve elemeztem. Ebben a részben alapul a KSH adatait vettem.

Az 5. fejezetben esettanulmányt készítettem a McDonald'sról, amit azért választottam, mert pénzügyi osztályán végeztem gyakorlatomat. Az esettanulmányt több külföldi hírportál tanulmánya alapján készítettem. Bemutattam a saját kérdőívem eredményének McDonald's-ra vonatkozó diagrammomat. Az amerikai gyorséttermi láncnál is a koronavírus járvány hatásaira voltam kíváncsi. Ebben a fejezetben nem csak Magyarországon, hanem globálisan vizsgáltam az eredményt. Hipotézisem, miszerint a nagy gyorséttermi hálózatot nem viselt meg drasztikusan a Covid-19 járvány megjelenése és az az által bevezetett rendeletek, beigazolódott.

Olvasók figyelmébe ajánlom a vendéglátóipar figyelemmel kíséretét a következő egy évben is. Jelenleg a vendéglátóhelyeket Magyarországon csak védettségi igazolvánnyal

lehet látogatni, a terasz kivételével így relevánsnak tartom, hogy az idén nyári szezon sem fogja bevételben meghaladni a 2019-es adatokat. A vírus még jelen van napjainkban, elemzők szerint újabb 4. hullám következhet be, tekintettel arra, hogy egyre több mutáció jelenik meg és még kevés ország érte el azt a beoltottsági szintet a koronavírus elleni vakcinákból, hogy biztonságban érezzék magukat.

Röviden összegzem kutató kérdéseim és hipotéziseim.

Kutatásom alapján arra a következtetésre jutottam, hogy a vendéglátóipar 2020-as évében a nehézségek ellenére sem omlott össze, talpon maradt. A fogyasztók új szokásokat alakítottak ki a vírus hatására, melyekhez alkalmazkodva az éttermek a jövőben, olyan bevételhez jutnak majd, ami felülmúlja a Covid-19 megjelenése előtti éveiket is, feltéve, hogy a járvány terjedése lelassul és az emberek újra biztonságban érzik magukat, illetve korlátozás mentesen ülhetnek be és fogyaszthatnak kedvenc éttermeikben.

Irodalomjegyzék:

- BM Országos Katasztrófavédelmi Főigazgatóság (2020), Vészhelyzet kezelése
URL:<https://www.katasztrofavedelem.hu/26424/veszlyhelyzetek-kezelese>
Letöltés ideje: 2021.03.18
- Case study: McDonalds responds to the COVID-19 crisis
URL:<https://theonebrief.com/case-study-mcdonalds-responds-to-the-covid-19-crisis-nb/> Letöltés ideje: 2021.04.12
- Deloitte - Hogyan menthető meg a magyar vendéglátóipar? – Gémesi Péter (2020.03.18.)
URL:<https://www2.deloitte.com/hu/hu/pages/ado/articles/hogyan-menthető-meg-a-magyar-vendeglatoipar.html> Letöltés ideje: 2021.03.30
- Hogyan befolyásolta a hitelpiacot 2020-ban a koronavírus? - Vrazsovits Rita (2020.12.17.)
URL:<https://bank360.hu/blog/hogyan-befolyasolta-a-hitelpiacot-2020-ban-a-koronavirus> Letöltés ideje: 2021.03.25
- How McDonald's Supported Employees During the COVID-19 Pandemic (2021.01.15) - Peggy Carouthers
URL:<https://www.qsrmagazine.com/employee-management/how-mcdonalds-supported-employees-during-covid-19-pandemic> Letöltés ideje: 2021.04.20.
- Koronavírus: Drasztikus lépést tett a McDonald's a járvány megelőzése érdekében
URL:<https://www.nosalty.hu/ajanlo/koronavirus-drasztkus-lepest-tett-mcdonalds-jarvany-megelozese-erdekeben> Letöltés ideje: 2021.04.25
- KSH Fogyasztóiár (2021 március 09-es frissítés) - indexek a termékek és szolgáltatások főbb csoportjai szerint
URL:http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_qsf001.html
Letöltés ideje: 2021.03.25
- Magyar közlöny (2020), Covid19-koronavírus-járvány Magyarországon
URL: <https://magyarkozlony.hu/> Letöltés ideje: 2021.03.18
- Magyar Nemzeti Bank (2021.január), MAKROGAZDASÁGI ÉS PÉNZÜGYI PIACI FEJLEMÉNYEK URL:<https://www.mnb.hu/letoltes/hatteranyag-a-monetaris-tanacs-2021-január-26-i-ulesenek-roviditett-jegyzokonyvehez.pdf>
Letöltés ideje: 2021.03.25

- Market Watch - McDonald's earnings: Improvements made during COVID-19 in 2020 will bolster 2021
URL:<https://www.marketwatch.com/story/mcdonalds-earnings-improvements-made-during-covid-19-in-2020-will-bolster-2021> Letöltés ideje: 2021.04.27
- McDonald's COVID-19 Frequently Asked Questions
URL:<https://www.mcdonalds.com/us/en-us/coronavirus-covid19>
Letöltés ideje: 2021.04.16
- McDonald's sales took a hit from Covid-19 restrictions - Danielle Wiener-Bronner 2021.01.28.
URL:<https://edition.cnn.com/2021/01/28/business/mcdonalds-earnings/index.html> Letöltés ideje: 2021.04.20.
- Portfolio - Megroppant a McDonald's a koronavírus alatt
URL:<https://www.portfolio.hu/uzlet/20200728/megroppant-a-mcdonalds-a-koronavirus-alatt-442754> Letöltés ideje: 2021.04.28
- Vendéglátás magazin - A koronavírus átszabta az ételrendelési piacot is (2020.06.20.)
URL:<https://vendeglatasmagazin.hu/koronavirus-atszabta-az-etelrendelesi-piacot/> Letöltés ideje: 2021.04.10
- WHO (2020) - Coronavirus disease (COVID-19) Weekly Epidemiological Update and Weekly Operational Update, ismeretlen szerző
URL:<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/situation-reports/> Letöltés ideje: 2021.03.15
- WHO (2019) - Global research on coronavirus disease (COVID-19) , WHO/2019-nCoV/FAQ/Virus_origin/2020.1 Letöltés ideje: 2021.03.15