

# **SZAKDOLGOZAT**

MATÓK LÍVIA

2015



**Budapesti Gazdasági Főiskola  
Kereskedelmi, Vendéglátóipari  
és Idegenforgalmi Kar**

# **Egy vendéglátóipari egység profilváltásának vizsgálata vonzáskörzet számítások alapján**

**Konzulens:**  
Kozák Tamás  
Főiskolai docens

**Készítette:**  
Matók Livia  
Kereskedelem és  
Marketing szak  
Nappali tagozat  
2015

# IGAZOLÁS

## Szakdolgozati konzultációkról

Dátum	Téma	Aláírás
09.25	Vizsgák	AS
10.16	Dolgozat feljuttatása / Beszélgetés	AS
11.06	Műveltség és Helyzetkép	AS
11.20	Dolgozat ellenőrzés	AS

(Minimum 3 alkalommal kell a konzulenssel egyeztetni. A dátum mellett szerepelnie kell, hogy miről volt szó az adott időpontban.)

## Nyilatkozat

Igazolom, hogy ..... Máté Lina ..... hallgató  
(BA KM szak, ..... kezeléstechnika ..... szakirány; ..... IV. ..... évfolyam;  
..... Nappali ..... tagozat)

a konzultációkon ..... alkalommal megjelent. Valamint igazolom, hogy a szakdolgozat általam látott legutolsó – értelemszerűen nem a végső, a hallgató által leadni kívánt – változata a még javasolt kisebb változtatásokat figyelembe nem véve, kielégíti egy szakdolgozattal szemben támasztott formai és tartalmi követelményeket.

Budapest, 2015. október 20 .....



.....  
Belső konzulens aláírása

**Hallgatói nyilatkozat a szakdolgozat leadásához**

Alulírott.....Modók Lina.....

**a Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és  
Idegenforgalmi Kar**

BA.....képzésének kereskedelmi és marketing, kereskedelmi..... szakos/szakirányos  
nappali..... tagozatos hallgatója nyilatkozom, hogy egy vendéglátóipari  
és marketing szakirányú mesterképzés keretében  
szakdolgozatom alapjain.....

címmel bírálatra és védésre beadott szakdolgozat saját munkám eredménye,  
amelynek elkészítése során a felhasznált irodalmat a szerzői jogi szabályoknak  
megfelelően kezeltem (a szükséges lábjegyzet / végjegyzet hivatkozásokat, valamint  
az ábrák hivatkozását megfelelően helyeztem el).

Budapest, 2015. november..... hónap 20.....nap

.....Modók Lina.....

**hallgató aláírása**

## Tartalom

1. Ábrajegyzék .....	3
2. Bevezetés.....	4
3. Szakirodalmi áttekintés .....	6
3.1. Vonzáskörzet fogalma .....	6
3.2. Vonzáskörzeti forgalombecslési módszerei .....	7
3.2.1. Piacfoglalási számítás .....	8
3.2.2. Gravitációs modellek .....	9
3.2.3. Regresszió .....	10
3.3. A kereskedelmi egység tevékenységének lényege .....	10
3.3.1. A vendéglátóipari vállalkozás tevékenysége .....	12
3.3.2. A kiskereskedelem .....	12
3.3.3. A vendéglátásról .....	13
3.3.4. A kereskedelem és a vendéglátás összehasonlítása .....	14
4. Alkalmazott kutatási módszerek .....	16
4.1. Kutatási probléma meghatározása .....	16
4.1.1. Feltevések felállítása.....	17
4.2. Kutatási módszer kiválasztása .....	17
4.2.1. Interjú, Információgyűjtés .....	17
4.2.2. Információ feldolgozás .....	18
4.2.3. Fókuszcsoport mélyinterjú elemzése .....	19
5. Kutatás.....	21
5.1. Jászberény bemutatása .....	21
5.1.1. Magyarország demográfiai helyzet és fogyasztási szokásai ..	23
5.1.2. Jászberény város demográfiai helyzete .....	24
5.2. Piccoló söröző története .....	25
5.2.1. Piccoló söröző versenytársai.....	26
5.2.2. Piccoló söröző GYELV elemzése .....	27
5.3. Miért pont kávézó? .....	29

5.3.1. Kávéfogyasztás Magyarországon .....	31
5.3.2. Jászberényi kávézók .....	33
6. Kutatási eredmények bemutatása.....	34
7. Konklúziók, javaslatok.....	39
8. Összefoglalás.....	40
9. Mellékletek.....	41
10. Irodalomjegyzék.....	49

## 1. Ábrajegyzék

1. ÁBRA: Vonzáskörzet .....	5
2. ÁBRA: Piacfoglalási számítási modell.....	7
3. ÁBRA: Huff féle mutató.....	8
4. ÁBRA: Railly féle mutató .....	8
5. ÁBRA: Regresszió függvény képlete .....	9
6. ÁBRA: Kutatási folyamat .....	15
7. ÁBRA: Jászberény létesítményei.....	20
8. ÁBRA: Magyarországra látogató külföldiek megoszlása régió szerint .....	21
9. ÁBRA: Magyarország népessége gazdasági aktivitás szerint .....	22
10. ÁBRA: Jászberény népessége gazdasági aktivitás szerint .....	23
11. ÁBRA: Piccoló söröző .....	24
12. ÁBRA: Piccoló söröző Gyelv elemzése .....	26
13. ÁBRA: A világ kávétermelése.....	29
14. ÁBRA: Pilvax kávéház régen .....	32
15. ÁBRA: Piacfoglalás számítási modell .....	34
16. ÁBRA: Jászberény város kávézók elhelyezkedése, és a Piccoló vonzáskörzete .....	36
17. ÁBRA: Regressziós elemzés saját becslés alapján .....	38
18. ÁBRA: Vendéglátói egységenkénti alapterület és forgalom .....	38



## 2. Bevezetés

A szakdolgozatom készítése során olyan módszert szeretnék bemutatni, mely segíthet és útmutatást nyújt abban, hogy a profilváltással kapcsolatosan hogyan lehet figyelembe venni a vonzáskörzet számítását.

Az iparban a gazdasági egységek térbeli elhelyezését már a 19. században szempontrendszer alapján választották ki, míg a kereskedelemben ez a környezetelemzés stratégiai jelentőségűvé a 20. század második felébe vált és épp ez adja az aktualitást is.

A szakirodalmi áttekintésben olyan példákat mutatok be, melyek segítik a megértést és majd a kutatásban ezeknek az általános példákat a gyakorlatban is alkalmazom emellett kutatásom célja, hogy a képet kapjak, hogy hogyan ítélik meg a vendéglátó egységet jelenleg, a későbbiekben tervezett változásokat hogyan befolyásolja az üzletek térbeli elhelyezkedése.

Ennek megfelelően a konkrét egységgel kapcsolatosan feltevéseket állítottam fel, melyek alapját képezik az egész dolgozatomnak, valamint a kutatásomnak is. Az alkalmazott kutatási módszerek nem merítik ki a téma teljes tárházát, a dolgozatomban a megkérdezést tartottam megfelelőnek, mélyinterjút és egy mini fókuszcsoport vizsgálatot választottam, hogy képet kapjak a jelenlegi vendéglátói egység megítéléséről és helyzetéről és a fogyasztók igényeiről.

Választásom azért erre a cégre esett, mert a közeli ismerősöm édesapja vezeti a kezdetektől és tőle többször hallottam az elmúlt években történt jelentős jogszabályi változásokról, azok hatásairól. Szeretnék, neki segíteni, hogy hogyan tudná a lehetőségeit kihasználni minimális befektetéssel.

Többek között bemutatom a város ahol élek és elemzem a lehetőségeket majd, a demográfia helyzetét szemléltetem mivel a kutatásomban jelentős szerepet kap a népesség gazdasági aktivitása.

Emelet fontosnak tartom, hogy az olvasó képet kapjon a jelenlegi vendéglátó egységről, és versenytársairól. Majd elemzem a küldő és belső környezetét. Dolgozatomban leírt információk – remélem - rámutatnak arra, hogy a változtatás érdekében milyen új profilváltásba érdemes belekezdeni.

A következőkben, a saját ötletemet szeretném alátámasztani, hogy miért pont kávézót képelek el. Majd a kutatás lényegi részében piacfoglalási számítással támasztom alá az elképzelésem. Megvizsgálom a kiválasztott piacot, hogy megbizonyosodjak róla, hogy helyes a megérzésem. A lehetséges versenytársak feltérképezése mellett várható kereslet meghatározást végzek.

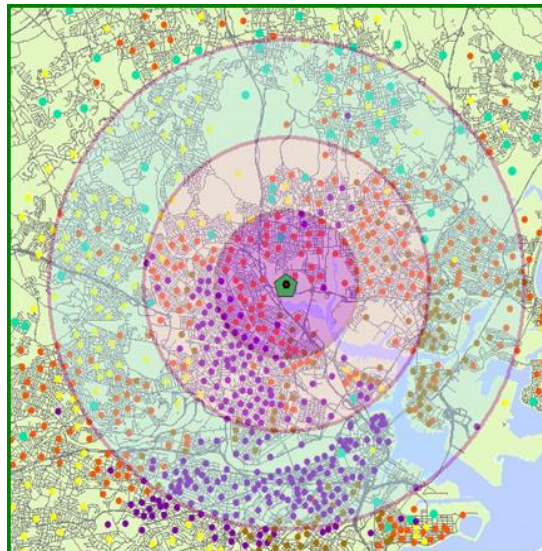
Bízom benne, hogy munkám során sikeresen átfogó képet alkottam a vonzáskörzet meghatározás fontosságáról, ismertetni tudtam az elemzési szempontokat és módszereket, illetve egy konkrét lehetőség vizsgálatán keresztül ezt a gyakorlatban is be tudtam mutatni.

Dolgozatom a konkrét esetben szubjektív, mert azokat a dolgokat említtem meg, amelyek a témámmal kapcsolatban fontosnak ítéltam meg.

### 3. Szakirodalmi áttekintés

#### 3.1. Vonzáskörzet fogalma

A kereskedelmi vállalkozások életében fontos szerepet játszik a gazdasági környezet, a versenyhelyzet, a vállalkozás stratégiája, várható költségek, és a telephely stratégia, mivel, amikor egy vállalkozás kiválasztja a telephelyét, ahol gazdasági tevékenységet szeretne végezni, figyelembe veszi a hely adta lehetőségeket és ez alapján dönt, hogy hol vesz, vagy esetleg bérek üzletet.



1. ábra – Vonzáskörzet  
Forrás: Kozák Tamás órai anyag

A vállalkozások a telephely választási döntéseiket üzleti kalkulációk segítségével próbálják meg alátámasztani, ebben segít a forgalombecslési módszerek illetve vonzáskörzet meghatározás, ezek a módszerek alkalmazása nagyban segíti a vállalkozót, hogy nagyszámú és megfelelő vásárlóerővel rendelkező fogyasztókat érjen el, és növelhesse a kereskedelmi egysége árbevételét.

A szakirodalomban gyakorlati alkalmazása során angolul - *location theory* - azaz telephelyelméletnek nevezzük, mely magába foglalja a - *catchment analysis* - magyarul vonzáskörzet meghatározást. Elsősorban ezek az elméletek a kiskereskedelmi üzletek földrajzi elhelyezkedésére, valamint térbeli elhelyezkedés illetve a piaci szereplők viselkedésének modellezésére és vizsgálatára koncentrálnak. Ezeket a telephely kiválasztás módszereit a multinacionális vállalatok alkalmazták először. (KOZÁK T. 2014)

„A telephely stratégia előnyt jelent a kiskereskedelmi vállalatok számára, mert az üzletválasztásnál az egyik legfontosabb tényező az üzlet elérhetősége, megközelíthetősége.” (AGÁRDI I. 2010 p.309)

*„A telephely vonzáskörzete olyan folytonos földrajzi terület, amely magába foglalja a kiskereskedelmi egység vásárlóinak többségét, illetve innen származik árbevételének jelentős része.” (AGÁRDI I. 2010 p.317)*

Meg kell említeni a vonzáskörzet területi meghatározását is, mert ez is elengedhetetlen, hiszen ez alapján tudjuk számszerűsíteni a potenciális piac nagyságát illetve a lakosság száma alapján tudjuk meghatározni a vásárlóerőt. Érdemes figyelembe venni még forgalom tervezése során az infrastruktúra adottságait, mert ez is növelheti az értékesítést, de a marketingtevékenység hatékonyságát is érdemes számításba venni. (KOZÁK T. 2014)

### **3.2. Vonzáskörzeti forgalombecslési módszerei**

Fontosnak tartom, hogy tisztázzuk, mit is jelent egy kereskedelmi egység számára a vonzáskörzet. Vásárlóerő számításának alapja lehet a vonzáskörzet, ezt lehet egy körrel vagy egy alakzat által definiálni, amit méterben adunk meg vagy akár kifejezhető  $\text{km}^2$ -is.

Ha új egységet nyitunk, és már van az adott településen hasonló profilú egység, figyelembe kell venni, hogy tudunk-e többletforgalmat generálni. illetve milyen piaci részesedést tudunk kiharítani. Ebben segít nekünk a piacfoglalási számítás illetve a fogyasztási adatokra épülő előrejelzés.

A fogyasztási adatokra alapozó előrejelzésnél azt kell figyelembe venni, hogy a múltbéli tapasztalatokon alapuló mutatószámok hogyan alakulnak. Tudni kell, a piac nagyságát, a fogyasztók számát, a fajlagos fogyasztás és a vásárló erő indexet. A piacméret meghatározásánál tehát figyelembe kell vennie, hogy a vizsgált területen az egy főre eső vásárlóerő hogyan viszonyul az országos átlaghoz.

(KOZÁK T. 2014)

### 3.2.1. Piacfoglalási számítás

Nagy valószínűséggel egy új vendéglátó egységnek egy adott régióban vagy településen meg kell küzdenie a konkurenciával, ezért indokolt lehet annak figyelembevétele, hogy új üzlet nyitásával tud-e többlet forgalmat generálni, illetve milyen piaci részesedést tud magának kiharcolni. Ennek modellezésére szolgálhat az úgy nevezett piacfoglalási számítás, ebben a potenciális piacmértékből kiindulva tervezzük meg, hogy adott piacfoglalási, illetve piaci részesedés esetén milyen forgalommal számolhatunk. (KOZÁK T. 2014)

Szeretném a példát bemutatni jelen esetben fiktív adatokkal. A konkrét példákban azt feltételezem, hogy van már három versenytárs ezen a piacon, és mi is szeretnénk a versenytársakkal azonos profilú új vendéglátóipari egységet nyitni.

Fontos tudni, hogy múltbéli tapasztalatokon alapuló mutatószámokkal kell majd figyelembe vennünk, feltételezem, hogy a településen a potenciális piacméret 46 millió. A kielégítetlen keresletet 10 millióra becsültem, és úgy gondolom, hogy a versenytársaktól 1,5 millió forint forgalmat tudok elvonni, melynek hatására 25%-os módosított piaci részesedéssel számolhatunk. Az új üzlet tervezet forgalma 11,5 millió forint lehet.

	<i>Saját bolt</i>	<i>1 Versenytárs</i>	<i>2 Versenytárs</i>	<i>3 Versenytárs</i>	<i>Összesen</i>
<i>Piaci forgalom (E Ft)</i>		12 000	12 000	12000	36 000
<i>Részesedés</i>		33%	33%	33%	99%
<i>Kielégítetlen kereslet (E Ft)</i>	10 000				
<i>Becsült piacfoglalás (E Ft)</i>	1 500				
<i>Módosított forgalom (E Ft)</i>	11. 500	11. 500	11. 500	11. 500	46 000
<i>Módosított piaci részesedés %</i>	25%	25%	25%	25%	100%

2. ábra - Piacfoglalási számítási modell  
Forrás: saját szerkesztés a saját adatok alapján

Módszer előnye: nyilvános adatokkal számolunk, népességszám adatok alapján becsülhetjük meg a piac nagyságát. A módszer hátránya: hogy főként szakmai tapasztalatokon nyugszik, ami eltérő vagy hibás területi meghatározást is eredményezhet. (KOZÁK T. 2014)

### 3.2.2. Gravitációs modellek

Sokféle gravitációs modell létezik. Szeretnék említést tenni a **HUFF Gravitációs modell**-ről, de mivel a vizsgálataim során nem dolgozok vele, ezért nem fektetnék az elméleti részben nagy hangsúlyt, amit érdemes tudni róla, üzletválasztás valószínűségét számíthatjuk ki vele. Vizsgálja a potenciális telephelyméretét és a boltok távolságát a fogyasztóktól. Azért zárnám ki, mert ezt a modellt ritkább bolthálózáttal rendelkező és alacsony nem egyenletes népsűrűségű térségben alkalmazzák.

$$P_{ij} = \frac{\frac{S_j}{T_{ij}^\lambda}}{\sum_{i=1}^n \frac{S_j}{T_{ij}^\lambda}}$$

3. ábra - Huff féle mutató

Forrás: Agárdi I. idézi Huff, D. L. 1964 p 34-38.

A következőkben szeretném bemutatni a **Railly féle gravitáció modell**-t, melyet még fontosnak tartok megemlíteni. A modell alkalmazása, hogy a boltok közti távolságokat adottnak vesszük. A vonzaskörzeti határokat a becsült vásárlóerő alapján számítjuk ki. Viszont a vásárlói döntések a modellben semlegesnek számítanak. (KOZÁK T. 2014)

$$d_{AX} = \frac{d_{AB}}{1 + \sqrt{\frac{M_B}{M_A}}}$$

4. ábra - Railly féle mutató

Forrás: Kozák T. 2014 p 484.

### 3.2.3. Regresszió

A regressziós számítás előjelzések készítésére nagyon jól alkalmazható. Okozati kapcsolatot vizsgál. A várható kereslet meghatározására is alkalmas, mivel a keresletet befolyásoló tényezők alapján előre lehet jelezni a forgalom és nyereség nagyságát. Fontos hogy sok adat a rendelkezésünkre álljon. A függvény segítségével forgalmi becsléseket tehetünk, például végezhetünk olyan számításokat hogy, alapterületet és az árbevételt vesszük figyelembe, de alkalmazható a lakosságszám vagy a vásárlóerő alakulása alapján is. Fontos, hogy minél több tényezőt figyelembe tudjunk venni, mert így pontosabb becslést végezhetünk, de néha érdemes csak létfontosságú befolyásoló tényezőket vizsgálni. (KOZÁK T. 2014)

$$Y = b_0 + b_1x$$

5. ábra - Regresszió függvény képlete  
 Forrás: saját szerkesztés tanulmányok alapján

### 3.3. A kereskedelmi egység tevékenységének lényege

Nagyon fontos egy kereskedelmi egység milyen helyet foglal el az értékesítési csatornában, a dolgozatomban egy vendéglátóegységről egységről lesz szó, mely tevékenységére a kereskedelem, az ipar és a szolgáltatás sajátos összefonódása jellemző. Munkámban a kereskedelemmel, a vendéglátással és a vonzáskörzettel kapcsolatosan szeretném az elméleti részt ismertetni.

*„A kiskereskedelem mindennapjaink nélkülözhetetlen velejárója, szintén észrevétlenül szivárogo be az életünkbe. A kiskereskedelemről sokaknak a napi élelmiszervásárlás vagy a bevásárlóközpontok jutnak eszébe. Azonban a reggeli újság megvásárlása, a kávé- vagy bankjegyautomata használat, az internetes banki ügyintézés, továbbá a kereskedelmi televíziók kínálata mind-mind kiskereskedelmi tevékenységet takar. Minden olyan értékesítési tevékenység, amely a végső fogyasztókat célozza, kiskereskedelmi tevékenységnek számít.” (AGÁRDI I. 2010 p.21)*

Napjainkban beszélhetünk boltnélküli kiskereskedelemről és bolti kiskereskedelemről, illetve kereskedelmi szervezetekről.

Minden kiskereskedelmi üzlet típus működése során növekedési és hanyatlási szakaszon is átmegy. Ezt úgy nevezik, hogy kiskereskedelmi élelciklus. A kiskereskedelmi üzletek gyorsan növekedésnek indulnak, majd ennek következményében eléri az érett szakaszt. Az élelciklus végén vagy tartósan jelen maradnak a piacon vagy hanyatlásnak indulnak.

A legfontosabb döntés egy kiskereskedő számára a célpiac meghatározása. Amíg ezt nem sikerül pontosan meghatározni, nem tud helyesen dönteni a termékválasztékról, a reklámüzenetekről, a szolgáltatás szintjeiről, és az üzlet dekorációjáról. Továbbá a termékválasztéknak összhangban kell lennie a célpiac igényeivel. A termékválaszték szélességét és mélységét is meg kell határozni, ami elég nagy kihívás. Ez után következik a stratégia meghatározása, majd a beszállítók választása.

Meg kell még említeni mennyire fontos az üzlet légköre. Minden boltban megvan a maga elosztása, mely nehezíti vagy könnyűvé teszi a bejárás lehetőségét. Kutatások bizonyítják, hogy az üzletben hallható zene hatással van a vásárlóra, manapság már illatokat is permeteznek így igyekeznek a vásárlókra hatni.

Minden kiskereskedő nagyobb bevételre törekszik, ezért kulcsfontosságú, hogy amikor az árakról dönt, vegye figyelembe a versenytársak árát, hogy a célpiacra megfelelően pozicionáljon. Kétfajta kiskereskedőt lehet megkülönböztetni: az egyik alacsony áron ad és nagy forgalma van, a másik magas áron ad és kis forgalma van. Különböző taktikákat is érdemes figyelembe venni, mint például egy-egy termék árát érdemes alacsonyan tartani, hogy a vevőket be tudjuk csábítani és a kevésbé fogyó termékeket érdemes leárazni. Ezek mellett fontos a marketing kommunikáció eszközök megválasztása is. De ami a legfontosabb, az a telephelyválasztás. (KOTLER, P. and KELLER, K. L. 2006)



### 3.3.1. A vendéglátóipari vállalkozás tevékenysége

Egy jól működő vendéglátóipari üzletnek - ugyan úgy, mint a kiskereskedelmi egységnek - nagyon sok mindent kell összehangolni, ilyen például a megfelelő áru választék, megfelelő áron és mennyiségben, a megfelelő helyen és időben, hisz így tudja csak kielégíteni a fogyasztói igényeket.

A következőkben bemutatnám azon feladatokat, amelyek a kiskereskedelmi egységnek általánosságban el kell látnia, hogy sikeres legyen a piacon, majd rátérnék a vendéglátással kapcsolatos kérdéskörre.

### 3.3.2. A kiskereskedelem

- Kiskereskedelem környezete

Első és legfontosabb lépés a kiskereskedelmi vállalkozások számára, hogy mikor a stratégiájukat tervezik, vegyék figyelembe a környezeti tényezőket. Fontos a makrogazdaság és nem utolsó szempont a jogi környezet sem, ezen felül a gazdasági mutatók, mint például a GDP, fogyasztói árindex, munkanélküliségi ráta fontos szempont. Zen kívül érdemes még ismerni a versenyjogi szabályozást.

Célszerű még a kereskedelmi egység szektorait megvizsgálni, a kiskereskedelmi forgalom alakulását, illetve a piaci szereplők részesedését, de legfontosabb ismerni a fogyasztóinkat azok magatartását érdemes tanulmányozni, hogy milyen tényezők motiválják őket, hogyan választanak üzletet és terméket.

- Kiskereskedelmi stratégia

A kiskereskedelmi stratégia tartalmazza a vállalkozás célkitűzéseit, és erőforrásokat. A stratégiában benne van a célcsoport meghatározása, az áruválaszték, egyéb szolgáltatások, mert ezáltal tehetnek szert versenyelőnyre.

- Kiskereskedelmi mix

Több funkciókra bontható le a kiskereskedelmi mix. Ide tartozik: a kiskereskedelmi szolgáltatások, az üzlet belső tere atmoszférája és dekorációja, a kiskereskedelmi kommunikáció meghatározása, valamint a telephely kiválasztásával kapcsolatos döntések.

- Kiskereskedelmi vállalkozás operatív működése

Egy kiskereskedelmi boltnak gondoskodnia kell az információ áramlásról és az áruról, ezen felül még menedzselni kell az üzletet, gazdálkodni kell a költségekkel, raktározni kell - ami az operatív feladathoz tartozik.

- Kiskereskedelmi vállalkozás teljesítménye

Általában a vállalkozás alkalmaznak teljesítmény mérő rendszereket ilyen például az eszköz arányos nyereség, ez képes mérni a nyereséget és az eszközigényt. Ezen felül még mérhetjük a készletgazdálkodás hatékonyságát.

(AGÁRDI I. 2010)

### **3.3.3. A vendéglátásról**

A vendéglátás, mint tevékenység a vendégekről való gondoskodás jelenti. Az évszázadok során a vendégség sokféle formája jött létre: a rokonok, ismerősök otthoni elhelyezésétől kezdve a vendéglátó üzletekben történő ellátáson át a kereskedelmi szálláshelyeken való vendégfogadásig.

A vendéglátás sajátos kereskedelmi tevékenység, amelynek keretében helyben fogyasztásra ételeket és italokat készítenek és ezzel összefüggően szórakoztató és más szolgáltatásokat nyújtanak. A vendéglátás szerkezetét tekintve a kereskedelmen kívül még két funkciót lát el. Ugyanis az ételek, néha az italok előállítása is a vendéglátóhelyeken történik. Ennyiben „ipari” termelés a vendéglátóipar. Az elkészült termékek (ételek, italok) felszolgálása, már a nevéből is adódik, szolgáltatás.

A vendéglátó tevékenység lebonyolításhoz meghatározott tárgyi feltételek meglétére is szükség van. Elsősorban egy üzlethelysége, ahol a vendégfogadáson kívül a berendezéseknek, gépeknek, felszereléseknek, árukészleteknek és a dolgozók számára is biztosítani szükséges a helyet.

Üzlet fajtái:

- Meleg-konyhás üzletek (Étterem, Vendéglő, Csárda, Söröző, Étkezde-kifőzde, Kávéház, Gyorsétkező helyek, Snack bár, Cukrászda)
- Italüzletek (Kocsma, Borozó, Pub-sörbár, Nappalibár)
- Egyéb vendéglátóhelyek (Bár, Borház, Borozó, Borpince, Büfé, Eszpresszó, Ételbár, Étkezde, Fagyizó, Falatozó, Grill étterem, Internet kávézó, Kávézó, Laci konyha, Lángossütő, Palacsintázó, Sütemény bolt, Teázó, Tejbár)
- Munkahelyi vendéglátás (A munkahelyi vendéglátás alapvetően csak abban tér el a másik fajta vendéglátástól, hogy a vendégkör meghatározott. Fajtái: munkahelyi étterem, munkahelyi büfé, menza)
- Zenés szórakozó helyek: (Varieté, Diszkó)

A vendéglátóipar tevékenysége:

- termelő vagy ipari tevékenység  
( Pl.: melegkonyhák, hidegkonyhák, és cukrász termelők)
- értékesítő vagy kereskedelmi tevékenység  
( Pl.: éttermek, cukrászdák, eszpresszók, büfék, italüzletek)
- szolgáltató tevékenység  
( Pl.: zene, műsor, ruhatár, felszolgálás)

### **3.3.4. A kereskedelem és a vendéglátás összehasonlítása**

A kereslet és kínálat között a kereskedelemben és a vendéglátásban szoros összefüggés van. A kereskedelem és a vendéglátás kínálatát is a piacon megjelenő kereslet alakítja.

Ahhoz, hogy egy kereskedelmi vagy egy vendéglátó üzlet megfelelően működjön a kínálatának meg kell felelnie az elvárásoknak, mennyiségben és minőségben is megfelelő választékot kell összeállítania. Mind két esetben a legnagyobb bizonytalanság a kereslet felmérésében van.

A vendéglátó vállalkozások és a kereskedelmi vállalkozások tevékenységére is külső és belső kockázati tényezők vannak hatással. Külső kockázat például a működési feltételeket érintő gazdasági változások, a kereslet csökkenése, belső kockázat lehet az üzemeltetési probléma, az elmaradt fejlesztés hiánya, de ezeket a tényezőket figyelembe vehetjük és készülhetünk rá, hogy elkerüljük a felmerülő problémákat.

A kereskedelmi szolgáltatások célja a vásárlásból fakadó élmény fokozása, jellemzője, hogy jelentős része a személyes kontaktusra épül. Mind a kereskedelmi, mind a vendéglátási tevékenységnél fontos a személyzet szakmai ismeretekkel felvértezett udvarias viselkedése, mert ennek hiányában nem fog jól működni sem a kereskedelem, sem a szolgáltatás.

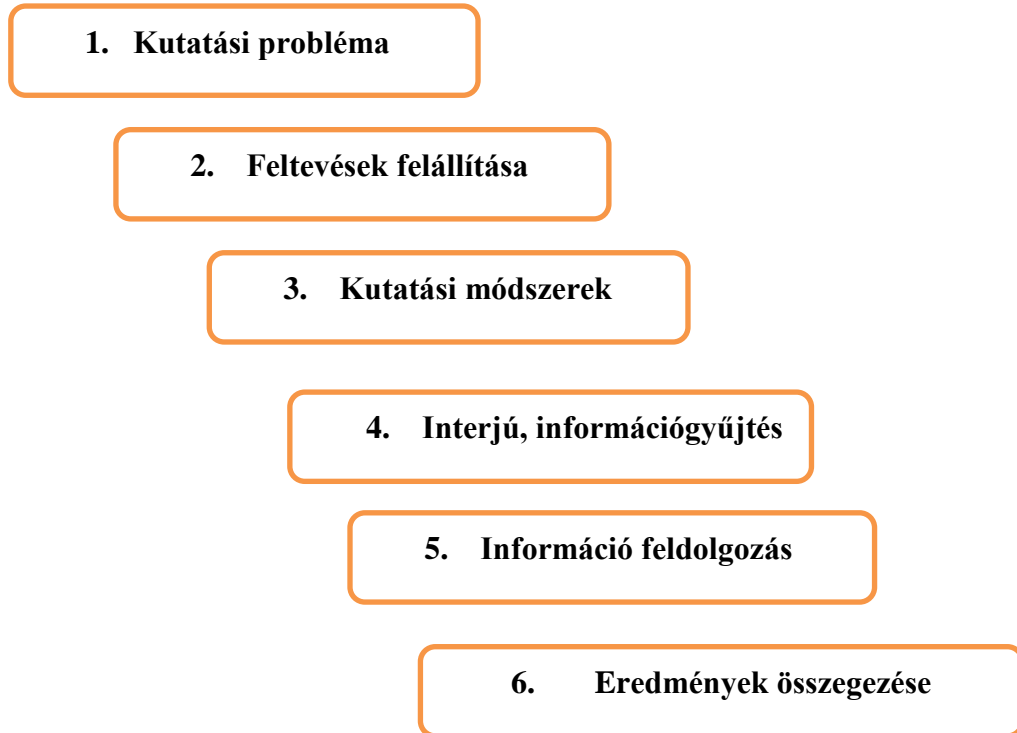
A vendéglátásban a megjelenő költségek magasabbak, az üzlet kialakítása, berendezése, az összes megjelenés körülményei színvonalasabbak. Fontos megjegyezni, hogy a vendég, mikor betér egy vendéglátó helyiségbe, már az előtt mérlegeli, hogy az üzlet választéka, árszínvonala megfelel-e igényeinek és jövedelmi helyzetének, de azt is figyelembe veszi, hogy az adott hely mennyire népszerű.

Nagyon fontos, ha egyszer már betért az adott vendéglátó vagy kereskedelmi egységbe minden lehetséges módon törekedjünk arra, hogy legközelebb is ezt a helyet válassza, mert mint tudjuk, a meglévő elégedett ügyfeleket meg kell tartani. A legeslegjobb reklám lehet - és nem kerül sokba - a szájhagyomány útján terjedő mesélés, mivel ha elégedettek a vásárlók, fogyasztó máskor is szívesen jönnek.

A kereskedelmi árrés, azaz az eladási és a beszerzési ár különbsége, a vállalkozás teljesítményét méri a piacon, a kereskedelmi vállalat árpolitikáját az értékesítési árak kialakításán felül döntően az elérni kívánt kereskedelmi árrés nagysága határozza meg. Általánosan a vendéglátás magasabb haszonkulccsal dolgozik, magasabb áron értékesít, mint a bolti kiskereskedelem.

## 4. Alkalmazott kutatási módszerek

A szakdolgozatomban a használt kutatási folyamatokat a következő ábra szemlélteti:



6. ábra - Kutatási folyamat  
Forrás: saját szerkesztés, tanulmányok alapján

### 4.1. Kutatási probléma meghatározása

Egy vendéglátó egység – söröző - életciklusa során érkezett a stagnáló - hanyatló életszakaszába. A probléma a játékgépek gyors betiltása után következett be, vélhetően a forgalom megváltozott és a bevételben is csökkenés következett be. A kialakult helyzeten változtatni szükséges, melyhez alapvetően egy jó üzletpolitika kell.

Kutatásom célja, hogy a képet kapjak milyen kávézót igényel a jászberényi lakosság, illetve a városban mennyire ismerik a söröző működését, továbbá hogyan módosítja a kialakuló képet a vonzáskörzet számítás.

#### 4.1.1. Feltevések felállítása

A feltevéseim feltételezésünk szerint igazak, de ezeket a kutatás végeredménye fogja igazolni vagy megcáfolni.

##### Feltevések:

- H1: A Piccoló söröző forgalmának csökkenéséből arra lehet következtetni, hogy az üzletnek érdemes új profilt választani.
- H2: A kávézóvá alakítás igényelné a legkisebb befektetést a profilváltáshoz.
- H3: A vendégkör változása forgalomnövekedést okoz.

#### 4.2. Kutatási módszer kiválasztása

A feltevéseket saját magam állítottam össze, azok elfogadásának vagy elvetésének bizonyítására. Primer kutatási módszert választottam. A primer kutatási módszerek: megkérdezés, megfigyelés, kísérlet. A dolgozatomban a megkérdezést tartottam megfelelőnek, annak érdekében, hogy megtudjam milyen a kávézó kialakítás megítélése.

Mélyinterjút és egy mini fókuszcsoport vizsgálatot választottam, mivel úgy gondolom, ez lesz a legjobb kutatási módszer, hisz kérdéseimre azok válaszolnak, akik régóta a kereskedelemben dolgoznak, és saját vállalkozásukat építik, illetve rendszeresen fogyasztanak kávé és járnak kávéházakba.

##### 4.2.1. Interjú, Információgyűjtés

A személyen interjúkat, kettő fő vállalkozóval készítettem, akik régóta a kereskedelemben dolgoznak, az interjú 10-15 kérdés megválaszolását foglalja magában, a teljes interjút a mellékletben csatoltam. A kérdések személy szerint picit változtak ez annak köszönhető, hogy az interjú alanyaim más kereskedelmi kategóriában dolgoznak, de főként azonos kérdéseik voltak.

Véleményem szerint a személyes interjú előnye, hogy az interjúban feltett kérdéssort saját magam állíthattam össze, és azokra a kérdésekre, ami a dolgozatomhoz szüksége megkaptam a választ a legilletékesebb személyektől. Az elbeszélgetés személyes formában történt, a témával kapcsolatban nyitottak és kötetlenek voltak velem. Az interjúk eredményei kvalitatív.

A fókuszcsoporthoz négy személlyel készítettem, kettő férfi és kettő nő. A legfiatalabb csoporttag 20 éves a legidősebb 62 éves volt. Átlag életkoruk 39 év. A csoporttagok kiválasztásánál figyelembe vettem, hogy egyenlő arányban legyenek a nemek illetve, valamint rendszeres kávéfogyasztók, kávéházba járók legyenek. Név szerint: T. Márton (31), B. Mária (62), M. Viktória (20), K. Tamás (42).

Információt gyűjtöttem még a Központi Statisztikai Hivatal felméréseiből, illetve az Elektronikus Beszámoló Portál segítségével a versenytársak mérlegét is vizsgáltam, továbbá Jászberény Önkormányzat honlapján elérhető dokumentumok és határozatok segítségével átfogó képet kaptam.

#### **4.2.2. Információ feldolgozás**

A fókuszcsoporthoz elemzése: A kiscsoportos interjú lehetőséget ad arra, kötetlen beszélgetés folytassak a kávéfogyasztási szokásokról. A mintavétel tervezésekor figyelembe vettem, hogy a résztvevők aktív kávéfogyasztók legyenek. A forgatókönyv kialakításakor az általánostól haladtam a specifikus irányba. Rövid bevezetés után rátértem a lényegre.

Forgatókönyv:

1. Mi jut eszükbe a kávéról?
2. Milyen szerepet játszik az életükben a kávé?
3. Hol szoktak kávézni?
4. Mit gondolnak a Piccoló sörözőről? Bemennének oda esetleg kávézni?
5. Jászberényben melyik kávézót választják és miért?

### 4.2.3. Fókuszcsoporth mélyinterjú elemzése

A fókuszcsoporth elemzése:

A szűrőkérdésem segítségével olyan alanyokat választottam, akik rendszeresen kávéznak. Fontos volt számomra az is, hogy rendszeresen járjanak kávézóba.

Első kérdésemre, hogy mi jut az eszükbe a kávéról, főként az válaszolták, hogy „*melegség, aroma, frissesség, a barna szín minden árnyalat, jókedv, mosoly, meghittség*”. (M. Viktória, 20)

A következő kérdésre hogy milyen szerepet játszik az életükben a kávé, azt a választ kaptam az egyik személytől, hogy „*Egy újabb jó nap kezdete mellyel jól indul a napom.*” (T. Márton, 31) a többi csoporttag is egyet értett ezzel. Mindenkinek a reggeli kávéjáról kezdett el mesélni, és arról, hogy kávé nélkül nem is tudná elkezdni a napot. Majd rátértem a következő kérdésre, ahogy arról kérdeztem a fókuszcsoporth tagokat, hogy hol szoktak kávézni.

Mindenki egyértelmű választ adott, hogy a reggeli kávéját otthon issza meg vagy a munkahelyén. De mindenki említette, hogy ebéd után is szívesen kávézik. Ha idejük engedi, szívesen járnak kávézóba. Az egyik hölgy személy említette, hogy „*Én pénteken mindig munka után szoktam kávézóba menni, ilyenkor találkozok a barátnőimmel és megbeszéljük a hetet.*” (B. Mária, 62), Az egyik férfi személy mesélte, hogy „*Mikor úton vagyok, és úgy érzem, szükségem van egy kis energiára, általában ott kávézom, ahol a legközelebb hozzájutok, legyen ez egy benzinkút vagy kávézó*” (K. Tamás, 42). Miután mindenki válaszolt a kérdésre feltettem a következőkérdést, hogy mit gondolnak a Piccoló sörözőről? Bemennének-e oda esetleg kávézni?

A válaszok a következők voltak: „*Igen ismerem, de nem ide mennék kávézni ez egy söröző.*” (M. Viktória, 20). „*Én is ismerem, ha szükségem lenne kávéra, persze hogy bemennék*” (K. Tamás, 42). „*Én is ismerem, de sose voltam még és megmondom őszintén, szerintem sose mennék be egy kávéra, úgy gondolom, hogy sörözőbe inkább inni mennek nem kávézni.*” (B. Mária, 62). „*Én már sokszor voltam ott, nincs semmi baj a hellyel, egy igazi söröző. Igaz az előttem szóló hölgy véleménye is helytálló, én is inkább inni mentem oda mintsem kávézni*” (T. Márton, 31).



Majd a forgatókönyv alapján feltettem az utolsó kérdést, hogy Jászberényben melyik kávézót választjátok és miért? A válaszok a következők voltak:

*„Én csak is az Insomniát, mindig oda járok, teljesen megvagyok vele elégedve, nagyon hangulatos egy hely.”* (B. Mária, 62). *„Minden kávézóban volt már szerencsém járni, de ami a legjobban tetszett az a Szikra Galéria kávéház, bár a kiszolgálás nem volt a legjobb.”* (T. Márton, 31). *„Én általában a Promenádba megyek, mert az esik a legközelebb.”* (K. Tamás, 42). *„Én is az Insomniába járok, tetszik az a hely.”* (M. Viktória, 20).

A fókuszcsoporthoz vizsgálatban megállapítható, hogy a kávé a mindennapi szükséglet közé tartozik.

Az is elmondható, hogy nem csak otthon kávéznak, hanem szívesen elfogyasztják az üzletekben is. Valaki azért, mert pont szüksége van egy kis energiára, valaki meg inkább beszélgetni, találkozni jár oda.

Jászberényben a kávézás szempontjából az Insomnia kávézó a legkedveltebb.

A Piccoló sörözővel kapcsolatban megállapítható, hogy a férfiak nyugodtan bemennek, de a hölgyek nem szívesen mennek be, ami valószínű a hely neve, profilja miatt lehet.

A mélyinterjú elemzése:

A személyes interjúk során kiderült, hogy a dolgozatomban vizsgált vendéglátói egységnek nem igazán megy jó az elmúlt években a vállalkozása. A másik településen, ahol profilja alapján egyed uralkodónak számít a vendéglátó egység, nagyon is jól megy. Ebből is látszik, hogy mennyire fontos a telephely és a profil jó megválasztása.

## 5. Kutatás

### 5.1. Jászberény bemutatása

Jászberény az Észak-alföldi régióban, Jász-Nagykun-Szolnok megyében található, a megye második legnagyobb városa. A város alapterülete 221,4 négyzetkilométer. Lakosok száma: 26499 fő, Lakások száma: 12203.

A városban található az ország egyik legrégebbi múzeuma, az 1874-ben alapított Jász Múzeum, ahol látható a város és a jázság szimbóluma, nemzeti ereklyénk a Lehel kürtje. Továbbá híres az Állat-és Növénykert, mely nem csak a környék, hanem az egész ország látogatottságát is élvezi. A város nevezetessége még a hagymakupolás termálfürdő és a jégpálya, valamint két szabadtéri strand.



7. ábra - Jászberény létesítményei  
 Forrás: <http://www.uzletekjaszbereny.hu>

A városban jelentős a sportélet. A sportolók számos európai és országos aranyérmét gyűjtöttek be különféle (például küzdő sportok, görkorcsolya, jégkorong stb.) sportágakban és jelentős eredményeket értek el a csapatsportokban (kosárlabda, röplabda, labdarúgás).

A város vasúton a Hatvan-Szolnok közötti villamosított vonalon közelíthető meg. A vonalon ütemes közlekedés van, valamint tanítási időszakban pénteken Szegedről Miskolcra, vasárnap Miskolcra Szegedre közlekedő Campus Express is megáll a városban.

A város közúton Budapestről a 31-es főúton, illetve a Hatvant Szolnokkal összekötő 32-es főúton érhető el. Több más alsóbbrendű útvonalon is el lehet érni a városba: Jászárokszállás, Jászfelsőszentgyörgy, Farnos felől.

Jászberény sokat fejlődött gazdaságilag az utolsó évtizedekben. Elkerülő út épült, jól működő vállalkozások jöttek létre és a város markáns szerepet tölt be az ország szellemi életében.

A nemzetközi hírű Jászság Népi Együttes minden évben megrendezi a Nemzetközi Táncház és Zenésztábort és az azt követő Csángó Fesztivált. Rendszeres program az Országos Mézvásár és a Jászberényi Nyár rendezvény sorozat is. Ezek az események és létesítmények így időközönként maguk után vonzzák a magasabb idegenforgalmat és a többlet vendéglátási igényt.

A külföldről érkező turistáknak kb. 5-7 % -a keresi fel az Észak-alföldi Régiót, amely így nem a legkeresettebb körzet az ország turisztikailag jelentős helyszínei között.

	Budapest és Közép-Dunavidék együtt	Budapest	Közép-Dunavidék	<b>Észak- Alföld</b>	Nyugat-Dunántúl	Észak-Magyarország	...
2009	37,3	35,0	2,3	<b>5,5</b>	34,7	5,0	...
2014	44,9	42,4	2,5	<b>7,3</b>	25,5	3,5	...

8. ábra: Magyarországra látogató külföldiek megoszlása régió szerint  
Forrás: KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL 4.5.6. tábla.

Ugyan csak ez mondható el a magyar a magyar turisták körében. (KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL 4.5.9. tábla).

Az utazás legfőbb okaként az ismerősök meglátogatása szerepel (KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL 4.5.10. tábla).

### 5.1.1. Magyarország demográfiai helyzet és fogyasztási szokásai

Mint köztudott Magyarország egyre többen későbbi életkorban alakítanak családot, és kevesebb gyermeket vállalnak, ezáltal a gyermeklétszám csökken, nagyon sokan mennek külföldre dolgozni és ezáltal, előregedő társadalomnak számítunk, ami a gazdaság számára nem igazán jó. A következőkben szeretném bemutatni a Magyarországi adatokat népességi aktivitásuk szerint.

A népesség gazdasági aktivitás szerint (2011)					
Terület	Foglalkoztatott	Munkanélküli	Inaktív kereső	Eltartott	Összesen
Országos	3 942 723	568 497	2 949 727	2 476 681	9 937 628
Terület	Foglalkoztatott	Munkanélküli	Inaktív kereső	Eltartott	Összesen
	<b>megoszlás, százalék</b>				
Országos	39,70	5,70	29,70	24,90	100,00

9. ábra – Magyarország népessége gazdasági aktivitás szerint  
 Forrás: KSH; 2011. ÉVI NÉPSZÁMLÁLÁS 3. Országos adatok

A következőkben szeretném ismertetni a kávéfogyasztás helyzetét Magyarországon, mert ezekkel az adatokkal fogok a későbbiek során számolni.

A KSH adatai szerint 2010-ben az egy főre jutó kávéfogyasztás 2,3 kg volt, majd a következő évben és 2012-ben 2,2 kg. Mivel a legutolsó népszámlálási adatok 2011-ből származnak, ezért a 2011-es kávéfogyasztási adatot fogom figyelembe venni a számításaimnál.

### 5.1.2. Jászberény város demográfiai helyzete

„A Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Kormányhivatal Jászberényi Járási Hivatalának tájékoztatása szerint: Jászberény állandó népessége 26449 fő lakónépessége pedig 27804 fő július 31-i adatok alapján.” (Ism. 2015, p. 2)

A népesség gazdasági aktivitás szerint (2011)					
Terület	Foglalkoztatott	Munkanélküli	Inaktív kereső	Eltartott	Összesen
Jászberény	11 473	1 062	8 622	5 930	27 087
Terület	Foglalkoztatott	Munkanélküli	Inaktív kereső	Eltartott	Összesen
	<b>megoszlás, százalék</b>				
Jászberény	42,40	3,90	31,80	21,90	100,00

10. ábra – Jászberény népessége gazdasági aktivitás szerint

Forrás: KSH; 2011. ÉVI NÉPSZÁMLÁLÁS 3.11. Jász-Nagykun-Szolnok megye

Az országos átlaghoz képest Jászberényben nagyobb a foglalkoztatottak aránya, ebből az következik, hogy a munkanélküliek aránya azonban kevesebb. Az is elmondható, hogy az eltartottak száma az országos átlaghoz képest kevesebb, tehát az átlag alatt gyarapszik lakosságunk. Az inaktív keresők száma azonban az országos átlagnál magasabb, mert a rendszerváltozást követően lehetséges volt a nyugdíjkorhatárt megközelítő munkavállalóknak az előnyüdjig igénybevitelére.

Sajnos azt is meg kell említenem, hogy lakosság száma 2002-től kezdődően folyamatosan csökken. A népességcsökkenés okai lehetnek a következő társadalmi folyamatok, melyek hatásai megjelennek megyei és városi szinten. A társas kapcsolatokat jellemző, hogy átalakultak, itt gondolok már fentebb említett országos problémára, hogy a fiatalok egyre kevesebben és későbbi életkorban alapítanak családot. A házasság a fiatalok körében egyre kevésbé népszerű, inkább a társas élettársi kapcsolatot választják. A nők egyre későbbi életkorban egyre kevesebb gyereket vállalnak. A városban lévő fiatalok a tanulási időt kitolják, ezáltal a későbbi életkorban válnak gazdaságilag aktívvá. A tanulási idő után bizonyos létszám nem tér vissza a városba, nem is itt folytatja életét, ezért csökken a lakosság Jászberénybe.

## 5.2. Piccoló söröző története

Két barát, nevezetesen Táboros József és Kovács György kereskedelmi rendeltetésű épületet épített 1992-ben. A két rendeltetési egységet tartalmazó épület Jászberény központjához közel a 31. számú főút mellett.



11. ábra - Piccoló söröző  
Forrás: Saját fénykép

Az egyik üzlethelyiségben Táboros József egy vendéglátó egységet - sörözőt - kezdett el üzemeltetni, míg a másik egységben Kovács György meg egy zöldséges kisboltot. A zöldséges üzlet később eladásra került és az új tulajdonos - Szabó Jánosné – az üzlethelyiséget bérbe adta. Jelenleg ebben az egységben egy optikai üzlet működik már elég régóta.

A Piccoló söröző 23-éves múlttal rendelkezik, nagyrészt töretlen volt a gazdasági pályafutása, azonban 2011-től nehézségei támadtak, mert a jogi szabályozás változása – szinte egyik napról a másikra a nyerőgépek után fizetendő adó 100 ezer forintról 500 ezer forintra változott, - jelentős többlet terhet okozott. Majd 2012-ben meg is tiltották a nyerőgépek üzemeltetését a kaszinókon kívül, ami rengeteg fő profilként italt forgalmazó vendéglátó egységnek jelentős bevételkiesést jelentett. Az üzlet forgalma, nyeresége ettől az időtől kezdve nem tudott emelkedni.

A Jászberény, Szövetkezet u. 20 szám alatti söröző galériás kialakítású, melyet jelenleg nem használnak. Az üzlet álló és ülő vendégfogadásra alkalmas vendégtére 30 négyzetméter, jelenleg kb. 20-25 fő befogadására alkalmas, Nyitott kerthelyiséggel rendelkezik.

### 5.2.1. Piccoló söröző versenytársai

A jászberényi vendéglátóhelyek száma jelenleg 145 db, melyből 53 db üzletet egyéni vállalkozó üzemeltet, 84 db üzletet társas vállalkozás, a fennmaradó 8 db üzletet pedig nonprofit szervezet. A működő vendéglátóegység jelentősebb részének az ital a fő profilja.

Jelenleg Jászberényben sok vendéglátó egység található, jelentősebb részük profilja az ital. A legfőbb versenytárs a Corner söröző, mely szintén a 31. számú főút mellett a Kossuth Lajos utca 42 szám alatt található egy önálló ingatlanon és 210 méter távolságra van. Az épület alapterülete 95 négyzetméter, az álló és ülő vendégfogadásra alkalmas vendégtér befogadó területe 50 négyzetméter. Az üzlet megjelenése hasonló a Piccoló söröző megjelenéséhez.

A másik nagy versenytárs, a Gösser Fórum Söröző, mely szintén a 31. számú főút mellett a Bérkocsis utca 1. szám alatt egy társasház földszintjén található. Ehhez az üzlethez tartozik melegkonyha és bő ital- és borkínálat és ezen felül még kávékülönlegességei is vannak. Az üzlet vendégtere 50 négyzetméter, a vendégtér galériás, álló, ülő és „boxos” kialakítású.

A harmadik olyan versenytárs, aki a közelben van, és jól működik, az a városközponti Lord Söröző, melynek alapterülete 70 négyzetméter és a vendégtér befogadó területe 50 négyzetméter, mely „boxos” kialakítású. Az önálló ingatlanon létesült üzlet rendelkezik kerthelységgel. Jászberényben a Táncsics Mihály út 6 szám alatt található.

Ezen kívül még megtalálható söröző jellegű vendéglátó egységek Jászberényben:

- Vasutas Klub Söröző
- Kis Faház söröző
- Tere-Fere Club Söröző
- Rózsakert söröző
- Kulacs söröző
- Kanizsa Söröző
- Berva Söröző
- Törpe söröző
- Szőlőskert
- Fészek Söröző
- Rákóczi Söröző
- Dreher Söröző
- Seregély Söröző

és a kisebb büféket, presszókat még figyelembe se vettem.

### 5.2.2. Piccoló söröző GYELV elemzése

A belső és külső környezet elemzésére a GYELV elemzés – angol megfelelője a SWOT - hivatott. A GYELV mozaikszó, erősségek – *stregths*, a gyengeségek – *weaknesses*, lehetőségek - *opportunitate*, veszélyek - *threats* szavak kezdőbetűiből állítható össze. Az elemzésben a belső és a külső környezet vizsgálata együttesen jelenik meg. A belső és a külső elemek szétválaszthatók, ezért a külső elemek azok a tényezők, melyek akkor is léteznének, ha maga a vállalat nem, ide tartozik a környezeti tényezők és a mikroköznyezeti szereplők. Ezek az elemeknek a csoportját a környezetből eredő lehetőségek és veszélyek alkotják. A belső elemek a vállalati erősségek és gyengeségek. (KOTLER P. and KELLER K. L. 2006)

A GYELV/SWOT elemzés azért is fontos mert, a marketingmix erre épül. Tudnunk kell az vállalkozásunk erősségeit, mert ezáltal tehetünk szert versenyelőnyre. A gyengeségeket és a veszélyeket is figyelembe kell venni, és egymással összefüggésben kell vizsgálni. Illetve mindenképp arra kell törekedni, hogy azokat a vállalkozás elkerülje, illetve minimalizálja.

A következőkben bemutatom a Piccoló söröző elemzését, melyet az alábbi táblázat segítségével szeretnék szemléltetni:

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Régóta a piacon van</li> <li>• Földrajzi helyzete</li> <li>• Kinti kerthelység</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nincs közvetlen parkolóhely</li> <li>• Megszokott termékek és berendezés</li> <li>• Középkorú célcsoport alacsony fizetéssel</li> <li>• Nincs weboldal</li> </ul>
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Új profil váltása</li> <li>• Új célcsoport megválasztása</li> <li>• Kerthelység bővítése</li> <li>• Hely bővítése, szomszédos üzlet megvétele</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kialakult kép</li> <li>• Versenytársak</li> <li>• Nehéz gazdasági helyzet</li> </ul>

12. ábra - Piccoló söröző Gyelv elemzése  
Forrás: saját szerkesztés



## **Erősségek**

Erősségnek mondható a Piccoló söröző már régóta a piacon van ez köszönhető a földrajzi fekvésének. Helyileg a belváros központjában is átvezető 31. számú főút és egy alsóbbrendű út csomópontjánál, egy jól megközelíthető helyen található. Bár tény, ez a fekvés hordoz magában gyengeségeket, de ezt majd ott említem meg. A söröző vendégköre nagyrészt visszajáró vendég. A helyet sokan ismerik. A sörözőhöz kerthelység is tartozik, ami nagyon jó lehetőség és véleményem szerint tovább kellene bővíteni, de majd a lehetőségeknél megemlítem.

## **Gyengesége**

A Piccoló söröző legnagyobb gyengesége, hogy megragadt a megszokott termékeknél és régi berendezéseknél. Kutatás folyamán megtudtam, nem is igazán fordítanak nagy energiát az új dolgokra, változatos akciókra. Abból a szempontból rossz ez a stratégia, hogy a vendégkört ezáltal nem tudják változtatni, nehezen találnak új vásárlókat. Gondot okoz még, hogy a célcsoport demográfiailag középkorú és többségük alacsony fizetéssel rendelkezik. Szintén itt említeném a weboldal hiányát, mert így az ifjúság körében kevésbé ismert. A parkoló hely hiányát viszont abból a szempontból tenném ide, hogy aki kávézóba megy, az nem feltétlen iszik alkoholt, így szükséges a parkolás megoldása, mert jelenleg megfelelő parkolási lehetőség csak a főútvonal másik oldalán áll rendelkezésre.

## **Lehetőségek**

A gyengeségekből adódóan a lehetőségeket leginkább az új profilváltásban látom és elsősorban új célcsoport meghatározásban. Olyan célcsoportot kellene megcélozni, akiknek magasabb fizetése van. Továbbá a kutatás során kiderült, hogy a lakosság egyre inkább szereti a csendes beülős helyeket, ahol kellemesen tudnak beszélgetni. Úgy gondolom a galériát is meg kellene nyitni, továbbá a kinti kerthelységet is át kellene alakítani úgy, hogy fedett legyen a hidegebb hónapokban, ezáltal jobban ki lehetne használni a kinti részt, bár a legjobb döntés az lenne, ha a mellette lévő üzletet is meg tudná a tulajdonos venni és egy helyé alakítanák át.

## Veszélyek

Úgy gondolom komoly veszélyt jelent a sok versenytárs a piacon. A már meglévők is rendkívül erős piaci pozícióval rendelkeznek, ismertek a lakosság körében. További fenyegetést jelent még az a negatív kép, ami a lakosság fejében kialakult a sörözőkkel kapcsolatosan.

A gazdasági fellendülés hiánya a kereslet megcsappanását hozta, ezért általánosan elmondható, hogy a vendéglátóegységek színvonala is csökkent.

## A változási igény felmerülése

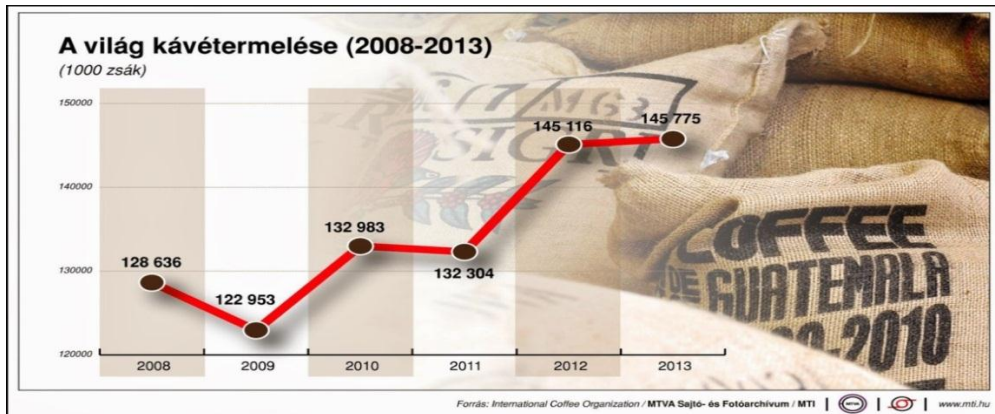
A probléma felmerülése, ahogy már említettem a kutatási módszernél, a bevétel csökkenésből következett, a cél az, hogy a meglévő adottságok figyelembevételével hogyan lehetne a lehető legminimálisabb költségbefektetéssel a bevételt és ezáltal a nyereséget is növelni. A legkézenfekvőbb megoldás a profilváltás illetve a profil bővítés. A feladat rést találni a város vendéglátós piacán úgy, hogy az a kialakult igényeknek megfeleljen.

## 5.3. Miért pont kávézó?

*„Fekete, mint az ördög, forró akár a pokol, tiszta, mint egy angyal, édes, mint a szerelem”*

(Talleyrand)

Talleyrand ismert francia filozófus és diplomata, az ő szavai mindent elárul a kávéval kapcsolatban. A kávézó terve azért jutott eszembe, mert mint az köztudott, a világ minden táján fogyasztanak kávé az emberek, kutatások szerint minden négy emberből legalább három kávéfogyasztó, és a világ második legnépszerűbb itala.



13. ábra - A világ kávétermelése  
 Forrás: <http://piackutatas.blogspot.hu>

Gazdaságilag, mint a fenti grafikonon is látható a kávétermelés folyamatosan nő, ezzel együtt tény, hogy az elmúlt években egyre többen isznak kávé. Továbbá a zöld kávé iránti kereslet is magas, mert ezt ma már étrend-kiegészítőként és természetes zsírégető fogyasztószerként is előszeretettel használják. Mivel az egész világon nő a kávéfogyasztás, ezért növelni kellene a termelést.

Az elmúlt évben, Brazíliában - a világ legnagyobb arabica termelője - nagy szárazság volt kevesebb kávé tudtak termelni, ezért valószínűleg nő majd a kávé ára. A kávé termelés egy része Közép-Amerikából átkerülhet Ázsiába és a csendes-óceáni térségbe. Erre azért van szükség, mert a klímaváltozás miatt az ültetvényeket fenyegeti a szárazság és a helyváltoztatással a túlzott hőség nem fogja annyira befolyásolni a termelést, mert ott magasabb fekvésű ültetvényeket hozhatnak létre, így vélhetően az áremelkedés nem ugrik meg jelentősen.

A nemzetközi tőzsdéken folyik a kávé kereskedelme. A nemzetközi kávépiacot a keresleti és kínálat nagyban befolyásolja az áringadozás melyet ciklusokban követik egymást. Ezért elmondható hogy a kávépiacot a ciklikusság jellemzi. A ciklus tíz és tizenkét évig tart.

Közgazdaságtanból tanultunk, hogy mikor a kínálat meghaladja a keresletet, az úgy nevezzük, hogy túlkínálat, ilyenkor alacsony a kávé ára. Általában ilyenkor elégetik a kávé, vagy elhanyagolják a kávécserjéket. A kávéexportáló országok csökkentik a termelést és az exportot is visszafogják.

Ezáltal a raktárban a készlet növekszik. Majd ennek következtében a kínálat csökkenni kezd, ezzel ellensúlyozzák a piacot. Majd ez követően a kávé ára kezd emelkedni és a magasba szöknek, ilyenkor szoktak befektetni és elkezdik a cserjéket telepíteni. Ezt követően növekedni kezd a kínálat és újból kezdődik a kávé árának csökkenése. Ez az ingadozás azonban tervezhető.

A választás oka nem csak a fent említett dolgok, hanem a vendéglátóhely meglévő adottságai is. A vállalkozásnak szüksége lenne megújulni, hiszen a stagnálást meg kell állítani. Ennek egyik útja a profilváltás, mert az üzlethelyiség saját tulajdon, s az elhelyezkedése is igen kedvező. Az adottságokat figyelembe véve, itt nem a 66. sörözőt kell üzemeltetni, hanem egy egyedi kávézót, mert az embereknek szükségük van a kiváló kávékra és a kedves felszolgálásra, ehhez szinte csak a belső arculat megváltoztatására, némi eszköz beszerzésére és pozitív hozzáállásra van szükség.

Egy csésze kávéhoz 6 gramm kávé szükséges, így az 1 kilogrammos kiszerezésből minimálisan 166 csésze kávé készül. 1 kg kávé 8001,- Ft-ba kerül (CAFFE P. 2014), vagyis egy csésze kávénak 48 Ft a nettó beszerzési ára, míg az eladási ára 320 Ft. A kiszámítható haszonkulcs ezért közel 564 %.

### **5.3.1. Kávéfogyasztás Magyarországon**

Egy kis történelem: A kávé ismertté a középkorban vált Magyarországon, a török étkezés elmaradhatatlan kelléke volt. 1714-ből származik az első ismert pesti kávéra vonatkozó adat. A XX. század elején már 500 kávéház működött a fővárosban, ami alkalmat adott az embereknek beszélgetésre és politizálásra. A kávéházakban megjelentek a játékok, biliárd, dominó, a tarokk és más kártyajátékok. A vendégek fontos gazdasági, politikai vitákat folytattak, újságokat olvastak, vagy sakkoztak, és a kávé mellé hűsítőket fogyasztottak.

Kultúrtörténeti jelentőségű a Pilvax kávéház szabadságharcban betöltött szerepe vagy a Centrál Kávéház, ahol A Hét című folyóirat újságírói dolgoztak, majd később megalapították a XX. század legnagyobb hatású magyar folyóiratát, a Nyugat.



14. ábra - Pilvax kávéház régen

Forrás: <http://www.funzine.hu>

A kávéházi fogyasztás a gazdasági válság hatásaként visszaesett, ekkor többen inkább az otthoni kávézás mellett döntöttek, de akik továbbra is rendszeresen járnak kávéházba azok a jobb és magasabb minőséget igényelték.

A vásárlók kedvence a tejes kávékészítmények, melyeket kimutatások bizonyítanak. Ilyen kávékészítmények a cappuccino, a caffè latte, vagy a latte macchiato. Egyre nagyobb igény és többen keresik ezeket a kávékülönlegességeket nyáron főként a frappék és a jegeskávék a kedveltek.

Hazánk a világhoz képest a kávéfogyasztás terén kicsit elmaradt, de jellemző a minőségi kávéfogyasztás. A fogyasztók nem az árát, hanem a kávé ízvilágát részesítik előnybe, függetlenül attól, hogy otthon vagy vendéglátóhelyeken fogyasztják.

Magyarországon a Központ Statisztikai Hivatal felmérése szerint 2011-ban az egy főre jutó kávéfogyasztás 2,2 kg volt. (Később számításaimnál ezt adatot fogom használni.)

### 5.3.2. Jászberényi kávézók

Szeretném bemutatni a jászberényi kávézókat, az első és legnagyobbban működő kávézó az Insomna café és bár mely, Jászberény központjában a piacon található - mellékletben található a helyről kép, - egy rendezett környezetben, modern belsővel és egy pici, de hangulatos terasszal a belvárosi sétány felé. A kávézó belsejének élénk atmoszférája van és világos, ezáltal kellemes környezetet biztosít. Alapterülete 58 négyzetméter és a vendégtér területe 35 négyzetméter az üzemeltető INSO Vendéglátó, Kereskedelmi és Szolgáltató Bt. árbevétele a tavalyi évben 14 499 000 Ft volt.

A másik kávézó a piacon a Café Promenád, mely Lehel vezér tér 13 szám alatt található és a Lempi Gastro Kft. üzemeltet. A kutatásom során kiderül, hogy ez a kft üzemelteti a Gösser Fórum Sörözőt. A Kft árbevétele 2014-ben 35 942 000,- Ft volt, melynek az üzemeltető szerint egyharmad része a Café Promenád bevétele - melyet a regresszió számításnál fogok figyelembe venni - ami 11 981 000, - Ft. A helyről, azt kell tudni, hogy elég picike, 48 négyzetméter az üzlet alapterülete és a vendégtér befogadó területe 25 négyzetméter, a kávézó szintén rendelkezik kerthelységgel, melyről a mellékletben található kép a belső tér modern, minimal-art stílusú.

Figyelembe kell még venni a Szikra Galéria Kávéházat, mely a Rákóczi út 40. szám alatt található. Ez igazából egy rendezvény ház, étterem, kávéház és galéria egyben. A hely maga nagyon nagy, viszont a kávézó alapterületét 70 négyzetméter. A helyet a Scintilla-Trio Kft üzemelteti, elektromechanikus alkatrész és belsővezeték gyártással foglalkoznak. A cég árbevétele nagyon nagy, az egyik munkatáruktól tudtam meg hogy a kávézó árbevétele 14 000 000,- Ft körül volt a tavalyi évben. Az egész létesítmény nagyon új és elegáns, a mellékletben szintén helyeztem el róla képeket.

Természetesen Jászberényben „espresso” kávé több vendéglátóhelyen, és a benzinkutaknál is lehet kapni. A kisebb-nagyobb élelmiszer üzletekben, boltokban általában ital és kávé-autómata gép is található.

## 6. Kutatási eredmények bemutatása

A dolgozatomban elérkeztem a kutatási rész bemutatásához, ahol szeretném bemutatni a számításaim eredményeit.

A piacfoglalás számítás segítségével számoltam, hogy milyen forgalmat tudna produkálni az új kávéház. Mint az már kiderült a dolgozatomból, hogy három versenytárral kell számolni, ha szeretnék a piacra lépni. Megjegyezném, hogy múltbéli tapasztalatokon alapuló mutatószámokkal dolgoztam.

	<i>Saját bolt</i>	<i>Insomnia café és bár</i>	<i>Szakra Galéria Kávéház</i>	<i>Café Promenád</i>	<i>Összesen</i>
<b>Piaci forgalom (E Ft)</b>		15 000	14 000	11 000	40 000
<b>Részesedés</b>		37,5 %	35 %	27,5 %	100 %
<b>Kielégítetlen kereslet (E Ft)</b>	9 000				
<b>Becsült piacfoglalás (E Ft)</b>	1000				
<b>Módosított forgalom (E Ft)</b>	10 000	14 667	13 667	10 667	49 000
<b>Módosított piaci részesedés %</b>	20,4 %	30 %	27,8 %	21,8 %	100 %

15. ábra – Piacfoglalási modell számítása  
Forrás: saját szerkesztés kutatási eredmények alapján

Számításaim alapján a piacméret jelenleg 40 millió. A módosított forgalmat pedig úgy számoltam ki, hogy az egy főre jutó kávéfogyasztás 2,2 kg volt 2011-ben, majd megnéztem a 2011-es népszámlálási adatokat, ahol kiderült Jászberény lakossága 27 085 fő, így és az éves kávéfogyasztás 59 587 kg Jászberényben.

Feltételeztem, hogy a kávé fogyasztók közül az 5/6 rész otthon issza meg a kávéját, ezért közel 9 931 kg fogyasztás várható Jászberény vendéglátó és egyéb üzletek egységeiben. Mivel egy vendéglátó helyen 1 presszó kávé előállításához 6 g kávéra van szükség, kiszámoltam, hogy mennyi adag kávé fogyasztanak el Jászberényben évente. Az eredmény 165 519 adag kávé évente.

Majd megállapítottam, hogy Jászberényben a vendéglátóhelyen átlagosan 320 forintba kerül egy kávé. Ez alapján becsültem a piac nagyságát 52 966 080 forintra.

A kielégítetlen keresletet 9 millió beszültem, hiszen nem csak e három kávézóban fogyasztanak kávé, ezért a teljes 12 966 080 Ft különbséggel nem számolhatunk.

Továbbá úgy gondolom, hogy a versenytársaktól 1 millió forint forgalmat tudok elvonni, melynek hatására 20,4 %-os részesedéssel számolhatunk. Az új üzlet tervezett forgalma 10 millió forint lett.

Szeretném ezt azzal az ellenőrző számítással alátámasztani, mely szerint a 20,4 %-os részesedést megszorozom a fentiekben említett jászberényi vendéglátóhelyen elfogyasztott kávé adaggal, ami 165 519 adag kávé évente. Ebből összesen 33 765 adag kávé lesz, melyet a kávé árával megszorozva (320 Ft/adag) az árbevételre 10 805 080 Ft, azaz a becslés megfelelő volt.

A következőkben szeretném bemutatni a versenytársak földrajzi elhelyezkedését, és a söröző vonzáskörzetét. Nagyon lényeges, hogy a jelen esetben már meglévő vendéglátóegységekkel foglalkozunk, ezért a vonzáskörzetük szinte már adott.

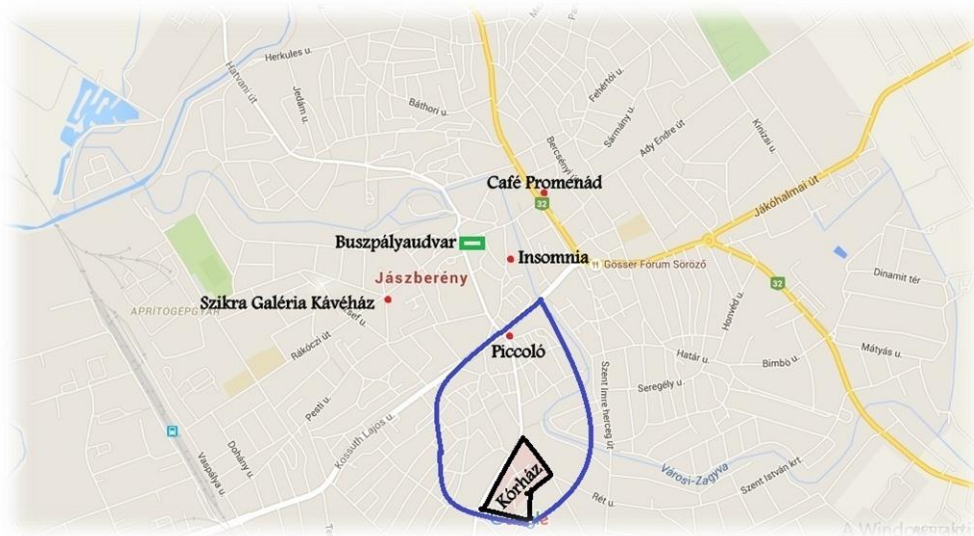
Nagyon lényeges, hogy a jelen esetben már meglévő vendéglátóegységekkel foglalkozunk, ezért a vonzáskörzetük szinte már adott. A közelmúltban lakótelepekkel körülvett városközpont szerkezetileg hosszútávon nem kerül átépítésre, rehabilitációra, ezért a helyi lakosság sűrűsége, összetétele ezen a területen jelentősen nem fog változni, ezért a már meglévő adottságokra kell fókuszálni.

A söröző versenytársait már ismertettem, most az új funkcióhoz tartozó kávézókkal kell foglalkozni, melyek földrajzilag jóval távolabb helyezkednek el, így vonzáskörzetük kevesebb területen fedí le az egység vonzáskörzetét.

Továbbá kávézóból, ha nem is válik az üzlet egyeduralkodóvá mind összesen versenytársként a városban összesen három egységgel kell számolni.



Piros ponttal jelöltem a kávézókat és a sörözőt, a nevüket is oda írtam az azonosítás megkönnyítése érdekében.



16. ábra: Jászberény város kávézók elhelyezkedése és a Piccoló vonzáskörzete  
Forrás: Google Map-s és saját szerkesztés kutatási eredmények alapján

Az ábrán fekete vonalakkal jeleztem a kórház területét, mely számunkra nagyon fontos. Illetve, meg kell említenem a zöld téglalappal jelzett jászberényi buszpályaudvart, a honnan az átmenő forgalom a kórház irányába a söröző előtt halad el.

Ahogy már említettem, fontos a Jászberényi Kórház, mert jelentős hatással van a vonzáskörzetünkre és egyben ő maga is része a vonzáskörzetnek.

Szeretném még elmondani róla, hogy a kórház léte 1745-re vezethető vissza. Jelenleg 282 fő ellátását biztosító ágyszámmal működik, ebből 170 aktív ágy, 112 krónikus ágy. A kórház fekvő- és járóbeteg kapacitásainak mérete optimálisnak mondható. A területi kötelezettsége 26 településre terjed ki, Jász-Nagykun-Szolnok és Pest megyékben. A települések lakosságszáma jelenleg kb. 113 000 fő.

A kórházi ágyak telítettsége igen változó. Becslésem alapján a 282 fő beteghez naponta két látogató érkezik, azaz 564 fő a napi látogató szám. Feltételezem, hogy a környékbeliek, akik a kórházba jönnek, nem csak autóval érkeznek, ezért a buszpályaudvar felé és főtér, valamint a piac irányába közlekedők – egy kávé egy üdítő vagy süti érdekében betérnek a kávézóba.

Ha a látogatók a 20 % tér be a vendéglátó egységbe, mely 112 fő/nap és fogyaszt el egy kávé és egy üdítőt, mely értéke 500 Ft, akkor napi szinten 11 200 Ft fix bevétellel számolhatunk a kórház irányából.

A jelenlegi kávéfogyasztás a sörözőben 15-20 db kávé/nap. Ha ezt is figyelembe veszem és próbálom nem túl magasra tenni a mércét - nem lépek ki az adott határból és még plussz 20 kávéval számolok naponta, akkor az 6 400 Ft és ha csak az fele kér még hozzá mást is, akkor az együtt plusz 8.200 Ft/napi árbevétel.

A várható napi vendégforgalom növekedést az üzlet jelenlegi adottságai lehetővé teszik, hiszen a látogatási idő jellemzően napközbeni és épp az ebben az időszakban a legkisebb a kapacitáskihasználtság.

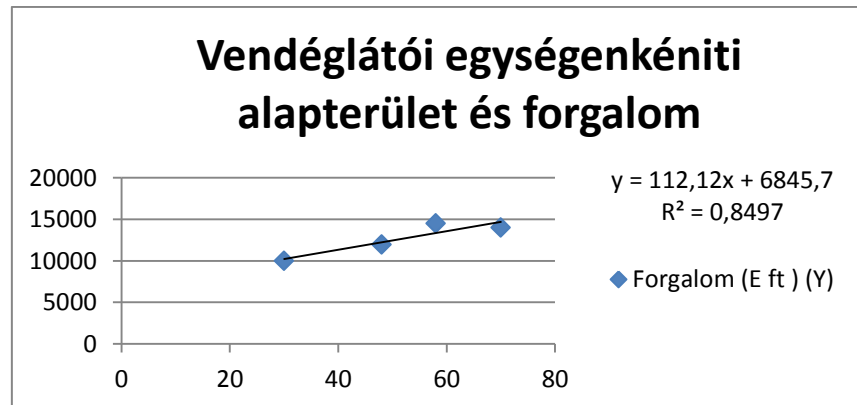
Az árbevétel ellenőrzésére itt is elvégzek egy ellenőrző számítást, mely szerint a napi 112 fő vendég az egész évben 40 320 fő forgalmat generál. A bevétel ekkor szintén a 320 Ft/adag átlagos kávé-árral számolva 12 902 400 Ft. A fentiek alapján a bevétel biztosított.

Az utolsó számítást, melyet végeztem az a regressziós számítás, melyben a várható keresletet támasztom alá, a forgalom és alapterület alakulásának függvényében. Megjegyezném, hogy némely adat becsült érték, mikor bemutattam a kávézókat Jászberényben említettem, hogy miért ezekkel a számokkal dolgozok. A példába bele tettem a Piccoló kávéház becsült árbevételét is, mert szeret tudni, hogy az adatok szoros kapcsolatban állnak-e egymással.

Bolt	Alapterület (m <sup>2</sup> ) (x)	Forgalom (Ezer Ft-ban) (y)
<b>Insomnia café és bár</b>	58	14 499
<b>Szikra Galéria és Kávéház</b>	70	14 000
<b>Café Promenád</b>	48	11 981
<b>Piccoló</b>	30	10 000

17. ábra - Regressziós elemzés saját becslés alapján összeállított adatokkal  
 Forrás: Saját szerkesztés kutatási eredmények alapján

Az adatokat adatelemzéssel elemeztem „excel” táblázatban, melynek eredményei a következők, a regressziós függvény képlete  $Y = 6845,7 + 112,12x$ . Az eredmények, ahol a 6845,7 az a pont ahol a forgalom alakulását jelölő egyenes metszi a tengelyt. A másik paraméter 112,12, az egyenes meredekségét jelöli, jelen esetben a bolt alapterület változásának függvényében hogyan változik a forgalom. A korrelációs érték, 0,921803, mely tehát szoros kapcsolatot jelez.



18. ábra - Vendéglátói egységenkénti alapterület és forgalom  
 Forrás: Saját szerkesztés tanulmányok alapján

Számításomat visszahelyettesítve az alábbiakat állapítom meg: és itt is kijön a 10 millió, az  $x=30\text{m}^2$ ,  $112,12 \cdot 30 + 6845,7 = 10209,3$  eFt.

## 7. Konklúziók, javaslatok

A vendéglátás piacára való betörés nem okoz nagyobb gondot, hiszen eddig is jelen volt az egység a város életében.

Első lépésként, egy profilbővítés után várható, hogy a régi vendégkör átalakul, bővül olyan új vendégkörrel, akik magasabb fizetéssel rendelkeznek. Az új célcsoport az a felnőtt korcsoport, aki már belépett a munka világába, családalapítás előtt áll, a 30-as korosztálytól fölfelé, akik már kiépített egzisztenciával rendelkeznek.

Az üzlet nyitásával járó procedúrát is magunk mögött tudjuk hagyni viszont a profilbővítés természetesen pénzbe került. Szükségünk lesz néhány új berendezésre, például kanapákra, mert elengedhetetlen egy kávézóban az ilyenfajta berendezés. Van egy felső galéria rész, mely nincs kihasználva, ezért itt a kávézás intimitását biztosítani lehetne. Amit a jövőben, ha eredmények bizonyítják, hogy a profilváltás siker és több bevétel lesz, akkor lehetőség lesz az alkalmazott létszám bővítésére, illetve a felső részt addig is biztonsági kamerával látnám el.

Az kávézó magas színvonalúvá tenném mind ez folyamatosan apró óvatos lépésekkel és alapos utánajárásokkal, amelyre a mérsékelt árfekvés és a megfelelő minőség lenne a jellemző. A versenytársak által diktált trendet követném, mert se alacsonyabb, se magasabb színvonalat nem érdemes megütni az elején, de mindenféleképpen az egyediségre törekednék.

Mindenképpen szüksége lenne az új helynek egy weboldalra melynek túlzottan nagy költségei nincsenek.

Ezen felül felmerült bennem a szomszédos üzlethelység megvétele, ami egy nagyon jó befektetés lenne, viszont nagyon sokba kerülne, amit jelenleg ez a vállalkozás nem engedhet meg magának, viszont az ötlet megvalósításához érdemes lenne befektetőket keresni.

## 8. Összefoglalás

Egy jó ötlet a profilbővítéshez, profilváltáshoz nem mindig elég. Szükség van olyan adatokra, ismeretekre, amelyek nélkül a feladatot megvalósítani nem lehet, ezért egy jól kidolgozott, megfelelő háttérkutatással és számszerűsített adatokkal rendelkező üzleti tervet kell készíteni.

Az üzleti tervben szerepelnek az alapvető adatok, a környezet, a kínálat, kiadások, bevételek, a célkitűzések, a vendégkör, marketing terv, működési terv (hogyan, kivel), pénzügyi terv. Összességében elkészítése egy rendkívül alapos és összetett feladat, amely nagy odafigyelést és pontosságot igényel.

Kutatásom végére világossá vált, hogy az elvégzett helyzetelemzés önmagában nem alkalmas a vállalkozó részéről az érdemi döntés meghozatalára, de nagyban segíti a nyereséges üzemeltetéshez vezető utat. Be kell azonban látnom, hogy a kutatásom során jól összeszedett alapadatok alapján elvégzett valamennyi számítási módszert, ebben a már kialakult helyzetben is, jelentősen segíti a vállalkozót a döntés meghozásában, hisz még több rálátást nyer az elkövetkezendő évek viszonylagos helyzetére. Továbbiakban a vállalkozó részéről azt a célt szükséges kitűzni, hogy minél több ember keresse fel a vendéglátó egységet, és azáltal több nyereséget tud majd realizálni, miközben a vendégek igényeinek követésével, a piaci környezethez való alkalmazkodással és az árrugalmassággal tudja biztosítani a vállalkozás jövőjét.

Bízom abban, hogy a szakdolgozatom során sikerült átfogó tájékoztatást adni vonzáskörzet meghatározás fontosságáról, érthetően ismertettem az elemzési szempontokat és módszereket.

Primer kutatásom eredménye azonban arra enged következtetni, hogy hiányzik egy színvonalas, de megfizethető kávézó a városból. Az embereknek szükségük van a kiváló kávékra és a kedves felszolgálásra. Hiszen nem kiszolgálni kell a vendégeket, hanem felszolgálni nekik.

## 9. Mellékletek

### 1. melléklet

#### Interjú Táboros Józseffel

**Kérem, mutatkozzon be, és mondja el hol dolgozik!**

*Táboros József vagyok, a Baktató Kereskedelmi, Vendéglátóipari Szolgáltató és Vállalkozási Kft egyik tulajdonosa és a Piccoló söröző üzemeltetője.*

#### **Mikor nyitotta meg a Piccoló sörözőt?**

*1992-nyitottunk és ebben az évben építettük az épületet, Kovács Gyurival, aki akkor zöldségest üzemeltetett, de az üzlet jelenleg optikaként működik.*

#### **Miért ez a söröző neve és pontosan hol található?**

*Azért ez a neve, mert elég kicsi a hely illetve a Piccoló söréről kapta, Jászberényben található Szövetkezet utca 20/A. szám alatt.*

#### **Mekkora a söröző befogadó területe?**

*30 négyzetméter, négy asztal van benne és körülbelül 20-25 fő befogadására alkalmas.*

#### **Milyen egyéb plusz dolgot tudnak adni a vendégek számára?**

*Vendégek rendelkezésére áll ingyenes vezeték nélküli internet, zenegép valamit flipper gép és jégkrém is árusítunk. A közel jövőben bővítés történik. 10 négyzetméterrel fogunk bővülni. Valamint rendelkezünk 16 négyzetméteres kerthelységgel.*

#### **Hány főt dolgoztat jelenleg?**

*Jelenleg két főt foglalkoztatok.*

#### **Naponta átlagosan mennyien fordulnak meg a sörözőben?**

*Körülbelül 50-55 fő.*

#### **Mennyi kávé fogy el naponta?**

*Napi 15-20 kávé fogy.*

**Hány konkurens van Jászberényben?**

*Igen sok, a közvetlen környezetben egy, de Jászberényben nagyon sok söröző található.*

**Hogy van a nyitvatartási ideje?**

*Hétfőtől csütörtökig, 7-tól 23-ig, péntek szombat 7-től 02-ig, vasárnap 8-tól 23-ig.*

Készült: Jászberény, 2015. október 10.

## **2. melléklet**

### **Interjú Cs. Nagy Gyulával**

#### **Kérem mutatkozzon be, és mondja el hol dolgozik!**

*Cs. Nagy Gyulának hívnak és a Bern kávézó egyik tulajdonosa vagyok Cegléden.*

#### **Mikor nyitották meg a kávézót?**

*2006. június 20-án nyitottuk meg a Bern Kávéházat.*

#### **Miért ez a kávézó neve és pontosan hol található?**

*Cegléden az Árpád utca 23/a szám alatt található. A kávézó egyik társtulajdonosa svájci, Bern mellett lakik. Innen az elnevezés.*

#### **Hány tulajdonosa vagy a kávézónk?**

*Kettő, én és az egyik barátom, viszont régóta én foglalkozok a kávézóval.*

#### **Mekkora a kávézó befogadó területe?**

*Az üzlethelység 50 négyzetméter, 25 fő kényelmesen elfér, amikor az időjárás engedi, mindig megnyitjuk a teraszt is ilyenkor plusz 16fő. Nagyon barátságos kávézó vagyunk, attól függetlenül, hogy kicsinek tűnik.*

#### **Milyen egyéb plusz dolgot tudnak adni a vendégek számára?**

*A világhíres olasz kávéfajták, megtalálható nálunk az Alfero, ami 60% arabicából és 40% robustából tevődik össze. Vagy ott van például a Mannel, ami 95% arabicát és 5% robustát tartalmaz. Ezzel is próbálunk a vendégeink kedvében járni. Olyanokéban, akik szeretik a nem megszokott, különleges kávéfajtákat. Ezen felül még van vezeték nélküli internet lehetőség is. A potenciális vásárlóinkat plusz akciókkal is várjuk minden nap 17: 00-tól a tea és péksütemény fél áron kapható.*

#### **Hány főt dolgoztat jelenleg?**

*Két állandó pincér dolgozok, plusz egy beugró, aki a megnövekedett forgalom idején néha besegít.*



**Naponta átlagosan mennyi kávét adnak el?**

*Napi 50-80 adag kávé fogy el.. A vendégforgalom 40-60 ember naponta, ebből 80% törzsvendég.*

**Hány konkurens van Cegléden?**

*Abban a szerencsés helyzetben vagyok, hogy nincs konkurens.*

**Hogy van a nyitvatartási ideje?**

*A téli nyitvatartási időnk hétfőtől péntek reggel 8-tól este 19.00-ig, szombat vasárnap 8-tól délután 17:00-ig.*



Forrás: A kávézó facebook oldal

Készült: Cegléd, 2015. október 02.

**3. melléklet**

**Insomnia Cafe&Bar**



Forrás: Saját fénykép



Forrás: A kávézó facebook oldala



Forrás Saját fénykép

Szikra Galéria Kávéház

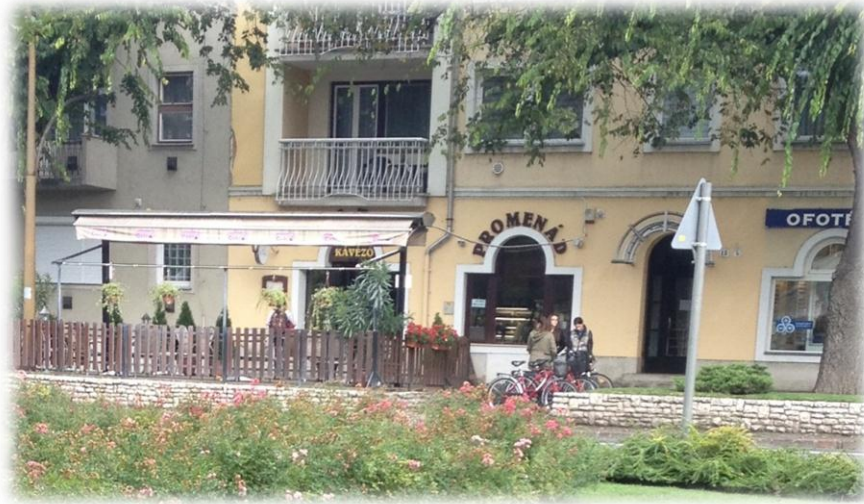


Forrás: Saját fénykép



Forrás: A kávézó weboldala

Café Promenád



Forrás: Saját fénykép



Forrás: A kávézó facebook oldala

## 4. melléklet

## Regresszió számítás

	Alapterület (m2) (x)	Forgalom (E ft) (Y)
Insomnia café és bár	58	14 499 Ft
Szikra Galéria és Kávéház	70	14 000 Ft
Café Promenád	48	11 981 Ft
Piccoló	30	10 000 Ft

Forrás: Saját szerkesztés kutatási eredmények alapján

## ÖSSZESÍTŐ TÁBLA

<i>Regressziós statisztika</i>	
<b>r értéke</b>	<b>0,921803</b>
r-négyzet	0,849721
Korrigált r-négyzet	0,774582
Standard hiba	977,1823
Megfigyelések	4

## VARIANCIANALÍZIS

	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>
			1079841	
Regresszió	1	10798418	8	11,3086
Maradék	2	1909770	954885,2	
Összesen	3	12708188		

	<i>Koefficiense k</i>	<i>Standard hiba</i>	<i>t érték</i>	<i>p-érték</i>
				0,06177
Tengelymetszet	<b>6845,731</b>	1785,225	3,834661	2
				0,07819
Alapterület( m2) (x)	<b>112,1201</b>	33,34103	3,362827	7

Forrás: excel számításaim

## 10. Irodalomjegyzék






### Könyvek:

- 📖 AGÁRDI I. (2010) *Kereskedelmi marketing és menedzsment*, Akadémiai Kiadó, Budapest
- 📖 ENDRŐDY G. ÉS DR. VEREBES P. (2005) *A vendéglátó üzleti tevékenység szervezése és gazdálkodása*, DUÁL Budapest Bt., Budapest
- 📖 JÓZSA L. (2005) *Marketingstratégia*, Akadémiai Kiadó, Budapest
- 📖 KOTLER, P. J. AND KELLER, K. L. (2006) *Marketing Management*, Pearson Prentice Hall Publishing, New Jersey
- 📖 LEVY, M. AND WEITZ, B. (2009) *Retailing management*, McGraw, Hill
- 📖 Porter, M. E. (2006) *Versenysztratégia*, Akadémiai Kiadó, Budapest


### Elektronikus források:

- 📖 ANTAL VALI (2009) *Kávé - Fekete, mint az ördög, forró akár a pokol, tiszta, mint egy angyal, édes, mint a szerelem* [on-line]. Elérhetőség: <http://antalvali.com/kave-fekete-forro-pokol-angyal-edes.html> [olvasva: 2015.10.18.].
- 📖 CAFFE PERTE (2014) *Gran Bar Argento kávé 1 kg* [on-line]. Elérhetőség: <http://www.caffeperte.hu/termek/caffe-perte-gran-bar-szemes-argento-kave/> [olvasva: 2015.10.18.].
- 📖 DANÓ GY.(2014) *Kávetermelés és termelői ár - grafikonok* [on-line]. Elérhetőség: <http://piackutatas.blogspot.hu/2014/03/kave-termeles-es-termeloi-ar-grafikonok.html> [olvasva: 2015.10.10.].

- ☞ HVG.HU (2015) *Drága és hiánycikk is lesz a kávé?* [on-line]. Elérhetőség: [http://hvg.hu/gazdasag/20151004\\_Draga\\_es\\_hianycikk\\_is\\_lesz\\_a\\_kave](http://hvg.hu/gazdasag/20151004_Draga_es_hianycikk_is_lesz_a_kave) [olvasva: 2015.10.20.].
- ☞ IGAZSÁGÜGYI MINISZTERIUM (2014) *INSO Vendéglátó Kft Mérlege* [on-line]. Elérhetőség: [http://e-beszamolo.im.gov.hu/oldal/kereses\\_merleg\\_urlap?b=y%2fHRj2%2fX92yuQkqzs qKkiw%3d%3d&so=1&c=IdPhaZ%2bhxmDGNhQKT3vpRA%3d%3d](http://e-beszamolo.im.gov.hu/oldal/kereses_merleg_urlap?b=y%2fHRj2%2fX92yuQkqzs qKkiw%3d%3d&so=1&c=IdPhaZ%2bhxmDGNhQKT3vpRA%3d%3d) [olvasva: 2015.11.08.].
- ☞ IGAZSÁGÜGYI MINISZTERIUM (2014) *Lempi Gastro Kft Mérlege* [on-line]. Elérhetőség: [http://e-beszamolo.im.gov.hu/oldal/kereses\\_megjelenites?b=0eyTYPiVWShShLtSSa9ceg%3d%3d&so=2&o=O7H84O7EfS0aRxIPKVGpzw%3d%3d](http://e-beszamolo.im.gov.hu/oldal/kereses_megjelenites?b=0eyTYPiVWShShLtSSa9ceg%3d%3d&so=2&o=O7H84O7EfS0aRxIPKVGpzw%3d%3d) [olvasva: 2015.11.08.].
- ☞ JÁSZBERÉNY SZENT ERZSÉBET (2015) *KÓRHÁZ. SZENT ERZSÉBET KÓRHÁZ RÖVID TÖRTÉNETE* [on-line]. Elérhetőség: <http://www.jaszberenykorhaz.hu/page.php?64> [olvasva: 2015.11.08.].
- ☞ JÁSZBERÉNY VÁROS HONLAPJA (2014) *Működési engedély köteles üzletek* [on-line]. Elérhetőség: [http://www.jaszbereny.hu/dok/muk\\_eng130627.pdf](http://www.jaszbereny.hu/dok/muk_eng130627.pdf) [olvasva: 2015.09.29.].
- ☞ JÁSZBERÉNYI ÜZLETEK (2015) *Jászberény létesítményei* [on-line]. Elérhetőség: [http://www.uzletekjaszbereny.hu/write/Image/telepulesek/cityheader\\_2\\_big.jpg](http://www.uzletekjaszbereny.hu/write/Image/telepulesek/cityheader_2_big.jpg) [olvasva: 2015.09.29.].
- ☞ KOZÁK T. (2014) *Kisboltok vonzáskörzetének meghatározása, azaz dohánybolt-telephely kiválasztása kvantitatív módszerekkel* [on-line] Elérhetőség: [http://publikaciotar.repositorium.bgf.hu/630/1/BGF\\_Alkamazott\\_Tudomanyok\\_I\\_Forum\\_Konferenciakotet\\_KozakTamas.pdf](http://publikaciotar.repositorium.bgf.hu/630/1/BGF_Alkamazott_Tudomanyok_I_Forum_Konferenciakotet_KozakTamas.pdf) [olvasva: 2015.09.18.].

-  FUNZINE.HU (2014) *Budapest klasszikus történelmi kávézói* [on-line].  
Elérhetőség: <http://www.funzine.hu/hu/2014-09-budapest-klasszikus-tortenelmi-kavezoi/#prettyPhoto> [olvasva: 2015.09.28.].
-  KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATA (2015) *4.5.6 A több napra Magyarországra látogató külföldiek megoszlása a felkeresett turisztikai régió szerint,* *országoként* [on-line].  
Elérhetőség: [https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_evkozi/e\\_ogt007.html](https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_ogt007.html)  
[olvasva: 2015.10.29.].
-  KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATA (2014) *4.5.9. A többnapos belföldi utazások időtartama célrégió szerint* [on-line]. Elérhetőség: [https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_eves/i\\_ogt010.html](https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_ogt010.html) [olvasva: 2015.10.29.].
-  KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATA (2015) *4.5.10. A belföldi, turisztikai célú többnapos utazások fő adatai az utazás célja szerint* [on-line].  
Elérhetőség: [https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_evkozi/e\\_ogt009.html](https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_ogt009.html)  
[olvasva: 2015.10.29.].
-  KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATA (2013) *13. Égetett szeszes italok, kávé, tea, dohány fogyasztása, 1970–2013* [on-line].  
Elérhetőség: [http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_hosszu/elm13.html](http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_hosszu/elm13.html)  
[olvasva: 2015.09.28.].

### Újságcikk:

-  ISMERETLEN (2015) Jászberény demográfiai helyzete, *Jászkürt*, 4. ÉV 38. SZÁM pp. 1-2 [on-line]. Elérhetőség: [http://berenycafe.hu/sites/default/files/1538\\_jaszfurt\\_ujsag\\_kicsi.pdf](http://berenycafe.hu/sites/default/files/1538_jaszfurt_ujsag_kicsi.pdf)  
[olvasva: 2015.09.18.].