

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Szent István Campus

Záródolgozat

Készítette: Laub Ákos

Kereskedelem és marketing

FOSZK nappali

Neptunkód: HCY2BG

Külső témavezető: Kniesz Zoltán

Belső témavezető: Dr. Bence-Kiss Krisztina

Bikal, 2024

Tartalom

1	Bevezető	4
2	Cégtörténet bemutatása	5
3	A Cég termékei és szervezeti felépítése	5
3.1	Termékek.....	5
3.2	Egyedi termékek.....	5
4	Szervezeti felépítés.....	6
4.1	Vezetési struktúra, osztályok és egyéb részlegek felépítése	6
4.2	Munkafolyamatok	6
4.3	Kommunikációs csatornák	7
4.4	Szervezeti kultúra	7
5	Társadalmi szerepvállalás	7
5.1	Közösségi befektetések	7
5.2	Környezetvédelem.....	7
6	Közösségi média és webáruház.....	8
7	Magnet Tartálygyártó Kft termelési összesítése	9
8	Magnet Tartálygyártó Kft pénzügyi helyzetének elemzése	9
	Likviditás:.....	9
8.1	Likviditási mutató:	10
8.2	Likviditási gyorsráta:.....	10
8.3	Pénzeszköz likviditás:	10
8.4	Hitelfedezeti mutató:	11
9	Magnet Tartálygyártó Kft honlapjának értékelése	11
10	SWOT elemzés a Magnet Tartálygyártó Kft.-ről.....	13
10.1	Mi az a SWOT elemzés?	13
10.2	Az SWOT elnevezés az elemzés során vizsgált négy terület angol elnevezéseinek kezdőbetűiből tevődik össze:	13

10.3	Mire használhatjuk a gyakorlatban a SWOT elemzést?.....	13
10.4	Erősségek	14
10.5	Lehetőségek.....	14
10.6	Gyengeségek	15
10.7	Veszélyek	15
11	A marketingeszközök jellemzése 4P, illetve szolgáltatási szektorban 7P alapján.....	15
11.1	Marketing mix fogalma:.....	15
11.2	4P modell.....	16
11.2.1	Product- Termék.....	16
11.2.2	Price- Ár	16
11.2.3	Place- Értékesítés helye.....	17
11.2.4	Promotion- eladásösztönzés, promóció.....	17
11.3	7P modell.....	17
11.3.1	People- emberi tényezők	18
11.3.2	Physical- Evidence- fizikai tényezők	19
11.3.3	Process- folyamat	19
12	Gyakorlatihelyen végzett munka, képességek/készségek elsajátítása.....	20
12.1	2024.02.12.- 2024.03.12.....	20
12.2	2024. 03.13.- 2024.04.13.....	21
12.3	2024.04.14.- 2024.05.17.....	21
13	Következtetések	21
14	Javaslatok	22
15	Irodalomjegyzék.....	24

1 Bevezető

A modern gazdasági világban a vállalatok versenyképessége és fenntarthatósága számos tényezőtől függ, beleértve a hatékony üzleti stratégiát, az innovációt és a piaci alkalmazkodóképességet is. A vállalatok sikere gyakran összefonódik azzal, hogy mennyire képesek kihasználni a rendelkezésre álló erőforrásokat, beleértve az emberi, pénzügyi és technológiai erőforrásokat is. Ebben a kontextusban az ipari vállalatok, mint például a Magnet Tartálygyártó Kft, különösen fontos szerepet játszanak, hiszen termékeik és szolgáltatásaik, olyan iparágakban, mint a vegyipar, az élelmiszeripar és az energiaipar, nélkülözhetetlenek a gazdaság számára. Ezek a vállalatok gyakran hajtanak végre jelentős technológiai fejlesztéseket, hogy termékeiket még hatékonyabban és környezetbarát módon állítsák elő. A cég története során számos kihívással és lehetőséggel találta szemben magát, de folyamatosan fejlődött és alkalmazkodott a változó piaci környezethez. Jelenleg egy olyan piaci helyzet állt elő, hogy a megrendelések száma nagymértékben csökkent. A Magnet Tartálygyártó Kft széles körű szakértelmével és technológiai fejlesztéseivel a tartálygyártás terén, élen jár, és folyamatosan keresi az innovatív megoldásokat az ügyfelek igényeinek kielégítésére. Magyarországon egyedülállóan gyárt ilyen minőségben is mennyiségben tartályokat ez is jól mutatja, hogy a többi kisebb Magyarországi céghez képest milyen nagy előnye van a piacon a tartálygyártás terén. Szakmai gyakorlatomat ezen a helyen töltöttem február 12-től egészen május 17-ig. 14 hét alatt az egész rendszert bejárhattam a cégnél. Az első időszakban betekintést nyerhettem az a logisztikai osztály működésébe készletellenőrzésbe fuvarszervezésbe stb. Jelenleg a szakdolgozatom írása alatt kezdtem el megismerkedni az értékesítési osztály feladataival többek között az ügyfelekkel való kapcsolattartással és árajánlatok készítésével. Majd az utolsó hónapomat az eddig felsorolt tevékenységekkel fogom, tölteni valamint kiegészítésképp segítek az itt dolgozóknak a lezárt munkalapok digitalizálásban is, hiszen a cég nagy hangsúlyt fektet arra, hogy a lehető legkönnyebben megtalálható legyen minden gyártással és egyéb dolgokkal kapcsolatos dokumentum. Úgy vélem az itt dolgozók az eddig tapasztaltak alapján végig segítőkészek voltak velem és ennek köszönhetően könnyedén be fogom tudni mutatni, valamint elemezni a záródolgozatomban a cég működésének legfőbb elemeit termelési folyamatait. Záródolgozatomban mindenképpen szeretnék kitérni a Swot-analízisre, amelyben felmérem és ismertetem a cégnek minden részét és befolyásoló tényezőit. Emellett szeretném, bemutatni a céget és termék kínálatát. Véleményemet kifejtem az ottani munkaközösségről, a cég modernségéről, a főnökségről, továbbá leírom javaslataimat és tanácsaimat, amelyeket tapasztaltam a céggel kapcsolatban.

2 Cégtörténet bemutatása

Egy rövid bemutatóval kezdeném a beszámolómat, hogy hogyan is alakult meg a Magnet Tartálygyártó Kft. A cég 1992-ben alakult meg a Dél- Dunántúlon, Baranya megye északi csücskében található Mágocs nevű városban. A cég eleinte csak német piacra szállított viszont 1995-től pedig fokozatosan megkezdte a hazai előírásoknak megfelelő nyomástartó berendezések gyártását is. A Magnet Tartálygyártó Kft. életében a legnagyobb változás és fellendülés a 2000-es évek elején zajlott le, amikor is modern üzemcsarnokokat avatták fel. 2008-ig megduplázták az addigi termelési kapacitásukat, munkavállalóik és megrendeléseik számát, továbbá tevékenységeik köre is kibővült. A 2011-2019-ig tartó időszakban pedig 2 raktárcsarnok került átadásra, egy üzemcsarnok, ami idővel kibővítésre került, valamint a szigetelésgyártás is megkezdődött. A létszáma azóta is több mint 100 fő. A Magnet Tartálygyártó Kft Alapvető célkitűzése, hogy korszerű technológiák és gyártóeszközök alkalmazásával mindig a partnereik és vevőik elvárásainak megfelelő termékeket biztosítson.

3 A Cég termékei és szervezeti felépítése

3.1 Termékek

A cég rengeteg féle terméket állít elő például nyomástartó légtartályok, fűtési puffer tartályok (1. ábra), tartályhoz tartozó szigeteléseket, homokszórókat, víztartályokat, különböző acél szerkezeteket. Minden termékről, ami a cég nagyobb mennyiségben gyárt és nem egyedi termék arról a weboldalon a „Termékeink” fül alatt olvashatunk.

1. ábra Puffer tartályok



forrás: (Magnet-kft, 2020)

3.2 Egyedi termékek

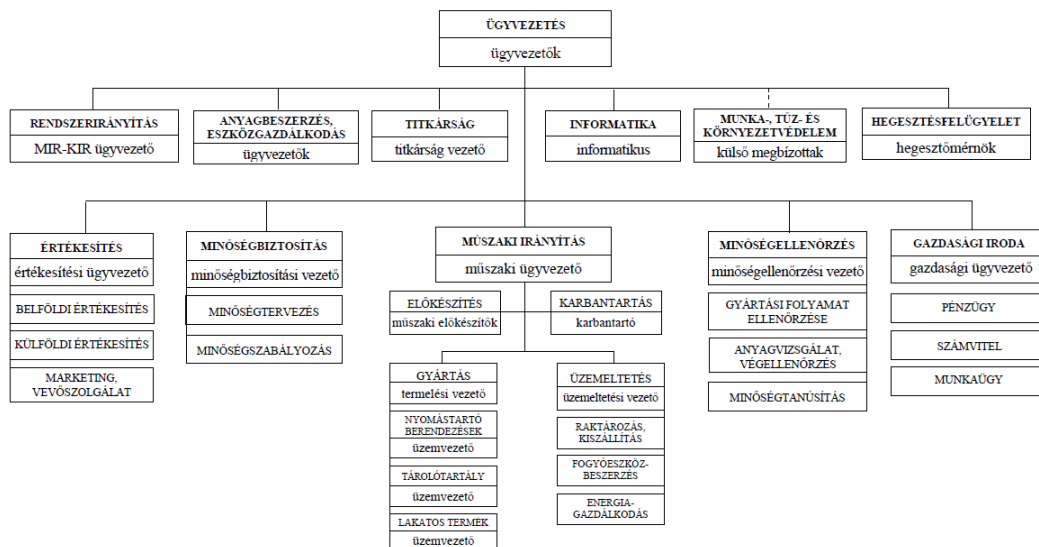
A cégnek számtalan olyan megrendelője akad, akiknek nem a nagyszámban gyártott termékre van szüksége, vagy éppen azokra kisebb nagyobb átalakításokkal. Ezeket a speciális,

különlegesen kialakított tartályokat, nyomástartó berendezések elkészítését is vállalni tudja a cég. Ezzel is egy nagyobb vásárlói kört tud kiszolgálni, mint az országban és külföldön egyaránt.

4 Szervezeti felépítés

4.1 Vezetési struktúra, osztályok és egyéb részlegek felépítése

2. ábra szerkezeti felépítés



Mágocs, 2017. szeptember 1.

Albert Csaba
ügyvezető igazgató

Forrás: (Magnet Tartálygyártó Kft. Informatikai osztály, 2024)

Az 2. ábrán látható az összes részleg a vezetőségtől lefelé, hogy hogyan épül fel a cég struktúrája.

4.2 Munkafolyamatok

Első sorban felveszik, a vevői rendeléseket ez után ennek megfelelően anyagbeszerzés következik és a gyártó résznek a szállítói rendelések kiadása. Eközben az irodában az adminisztratív részét végzik az anyag beszerzésnek tehát bevételezés stb. Maga a gyártás folyamat 4 részből áll az előkészítésből, összeállításból, nyomáspróbából, felületkezelésből valamint a minőségellenőrzésből, amit a gyártás közben és a gyártás után végeznek. Amennyiben a gyártás után valami hibát észlelnek akkor mielőtt kiszállításra kerül, a tartály a hibát kijavítják. Innentől már csak adminisztratív feladatok vannak fuvarszervezés abban az esetben, ha nem az ügyfél szervezi és a kiszállítás után a számlázás. 2024 elején a cég vásárolt egy hegesztő robotot, amit márciusban üzembe helyeztek ezzel is tovább javítva a minőségét a cég által előállított terméknek.

4.3 Kommunikációs csatornák

A cégen belül, ha például az irodából kell a gyártó részlegre eljuttatni valamit, jellemzően telefonon, emailen, sms-ben vagy cetlikkel kommunikálnak az emberek. Mivel a vezetőség is minden dolgozóval közvetlen így aztán, ha valami nagyobb horderejű problémát akarnak megbeszélni, akkor ezt többnyire személyesen, végzik. Itt pedig az irodán belül folyamatosan beszélgetnek, az emberek egymással együtt kávéznak, ebédelnek. Minden héten egyszer többnyire kedd reggel 9 órától van egy termelési értekezlet ilyenkor különböző részlegek vezetői összeülnek és átbeszélni a tervet a következő hétre.

4.4 Szervezeti kultúra

A cégnél mindenki mindenkivel tegeződő viszonyban van még az ügyvezető igazgatóval is. Barátságos légkör és csapatmunka jellemző többnyire a cégen belül mindenkire. Amikor valakinek névnapja van vagy születésnapja ezt is megszokták ünnepelni sokszor maga az ünnepelt hoz magával süteményeket, amiket utána együtt ebéd után elfogyasztanak. A cég kultúrájának részét képezni a minőségi termék előállítás az ügyfélközpontúság. A hegesztőknek valamint a minőségellenőröknek szokott lenni továbbképzés minden évben. Ami egy nagy előny, hogy minden pozícióban lévő ember jól meg van fizetve a munkájáért ezzel tovább erősítve a motivációt, hogy jobbnál jobb munkákat adjanak ki a kezeik közül.

5 Társadalmi szerepvállalás

5.1 Közösségi befektetések

TAO-s támogatásokkal különböző sportegyesületeket támogat a cég például a Bikali sakk egyesületet, Kozármislenyi női kézilabda csapatot.

Továbbá támogatja a cég a közeli iskolákat minden évben karácsonykor.

5.2 Környezetvédelem

A cég nagy hangsúlyt fektet, a környezetvédelemre nagymértékű lenne a károsanyag kibocsátása a cégnek főleg a festékanyagok köszönhetően, de ezeket megsűrűrik, és csak tisztalevegő jut ki a környezetbe, erről több tanúsítványa is van a cégnek.(3. ábra). Hulladék elszállításra is külön figyelmet fordítanak.

3. ábra ISO Tanúsítvány



Forrás: (Magnet Tartálygyártó Kft. Ügyvezetés, 2024)

6 Közösségi média és webáruház

A cégnek nincsenek közösségi médiában oldalai kivéve Facebook-on azt is kizárólag állás hirdetés céljából használják. A cég magánszemélyeket is kiszolgál, viszont mivel többnyire a nagy kereskedéseknek adnak el, hisz törekednek a nagyobb vagy egyedi megrendelésre így nem szükséges a cég számára extra marketing a közösségi médián keresztül. Webáruház ugyan ezen okból, nincsen, így ha valaki szeretne rendelést leadni azt a cég weboldalán keresztül meg tudja tenni a feltüntetett email címen keresztül valamint, telefonon lehet érdeklődni és árajánlatot kérni az általunk kívánt termékhez, viszont minden megrendelést email-ben kell megerősíteni.

Forrás: (Magnet Tartálygyártó Kft. Ügyvezetés, 2024)

7 Magnet Tartálygyártó Kft termelési összesítése

4. ábra Termelési összesítés

	2021	2022	2023
Nyomástartó	6716	5898	5434
Magyar nyomástartó	588	457	399
Homokszóró	332	379	451
Össz nyomástartó	7048	6277	5885
Gmodul	128	146	185
Egyéb egyedi átvétel	48	76	86
össz. egyedi átvétel	176	222	271
Sonnenkraft	722	665	733
Spärentauscher	188	170	96
TWL	4339	4663	4322
Egyéb puffer	10962	12306	11616
Össz puffer	16211	17804	16767
össz gyártott tartály	23259	24081	22652

Forrás: (Magnet Tartálygyártó Kft. Informatikai osztály, 2024)

8 Magnet Tartálygyártó Kft pénzügyi helyzetének elemzése

Úgy gondolom ez minden cég esetében egy nagyon fontos szempont, hogy milyen pénzügyi helyzetük és fontosnak tartom erről egy elemzést csinálni a záródolgozatomban. Néhány szempontot fogok vizsgálni, viszont mindenképp ezeknek a szempontoknak a fogalmainak leírásával fogom kezdeni.

- Likviditási mutató
- Likviditási gyorsráta
- Pénzeszköz likviditás
- Hitelfedezeti mutató

Likviditás: „a vállalatnak az a képessége, hogy fizetési kötelezettségeinek időben eleget tud tenni.” (Attila, 2020)

„A bevételek és kiadások időbeli összevetése alapján a vállalat sok esetben már előre fel tud készülni a várható likviditási hiányokra, erőfeszítéseket tehet a be- és kiáramló pénzek

összehangolására, az „úton lévő” követelések csökkentésére. Az egyes akciók ütemezésekor eleve érdemes figyelembe venni a **likviditás** szempontjait. Ha a vállalatnál átmeneti pénzhiány vagy túlzott likviditási többlet keletkezik, az a gazdálkodás hiányosságaira utal. Az átmeneti likviditási gondoknak természetesen lehetnek külső okai is, például a hitelezési feltételek megváltozása, a vevők fizetőképzetlensége.” (Attila, 2020)

8.1 Likviditási mutató:

A likviditási mutatót úgy tudjuk kiszámolni, ha a „Forgóeszközök”-et elosztjuk a „Rövid lejáratú kötelezettségek”-el. Ez a szám fogja megmutatni, hogy a cég forgóeszközei mennyire tudják fedezni a rövid lejáratú kötelezettségeit. Ez az érték cégnél 2020-ban volt a legmagasabb ekkor 9,66 volt, ami azt jelenti, hogy igen stabil és kiegyensúlyozott volt ekkora a cég, hiszen minél nagyobb ez az érték annál stabilabbnak mondható egy vállalat. Ez a szám ugyan csökkent a következő két évre, viszont ez bőven jónak számít főleg, hogy 2022-re sikerült stabilizálnia a cégnek és megtartani a 2021-es értéket. (Mind 2 évben 8,31 volt ez az érték.)

8.2 Likviditási gyorsráta:

A likviditási gyors rátát úgy tudjuk kiszámolni, ha a „Forgóeszköz- készlet”-et elosztjuk a „Rövid lejáratú kötelezettségek”-el. A likviditási az egyik mutatószám a vállalat likviditásának és fizetőképességének mérésére szolgál. A gyorsráta azt mutatja meg, hogy a vállalat mennyire képes kielégíteni azonnali kötelezettségeit a likvid eszközei segítségével. A cég esetében ez mutató mind a 3 vizsgált évben bőven a megfelelő érték felett van, hisz ha 1 vagy 1 felett van ez az érték az már jónak mondható. 2020-ban 4,54 volt, 2021-ben 3,84 és 2022-ban 3,47. Jól megfigyelhető, hogy évről évre csökkent ez a szám ennek ellenére úgy gondolom hiába stabilak és jók, ezek a számok, az, hogy ennyivel 1 felett vannak, ez jelenthet némi kihasználatlanságot is, amin érdemes lenne csiszolni.

8.3 Pénzeszköz likviditás:

A pénzeszköz likviditást, úgy tudjuk kiszámolni, hogy a „Pénzeszköz”-t elosztjuk a „Rövid lejáratú kötelezettségek”-kel. Ez a mutató azt mutatja meg, hogy a vállalat rövid távú eszközeinek milyen aránya pénzeszközökben áll rendelkezésre. Minél magasabb ez az arány, annál likvidebbnek és jobban fizetőképnek tekinthető a vállalat, mivel több pénzeszközzel rendelkezik a rövid távú kötelezettségek kielégítésére. Ez a mutató a cégnél mind a 3 vizsgált évben igen magas, ami arra enged következtetni, hogy túl nagy tartalékkal rendelkezik. Ezt 2 irányba lehet bontani, rövid és hosszútávra, hogy esetleg hirtelen nagy összeg jött be és ezért

van ez a magas átlag, de ez inkább rövidtávra jellemző. A cég, viszont mind 3 vizsgát évben magas értékkel rendelkezik, ami arra utal, hogy nem használják ki a lehetőségeiket (később ez veszteséghez vezethet) 2020-ban 2,91 volt, a vizsgált éve közül itt a legmagasabb, majd 2021-ben 2,31, ami egy fokkal jobb, de ezen is lenne, mint alakítani főleg, hogy 2022-ben 2,72-re emelkedett ismét.

8.4 Hitelfedezeti mutató:

A hitelfedezeti mutató úgy tudjuk kiszámolni, hogy meghatározunk egy következtetést az én esetemben ez a mérlegben leolvasható „Adózott eredmény” lesz, ami segítségével számolok, ezt az összeget pedig elosztjuk a „Rövid lejáratú kötelezettségek”-el. Az így kapott érték mutatja meg, hogy a vállalat mennyire képes fedezni a rövid lejáratú kötelezettségeit az adott időszakban realizált jövedelem vagy működési eredmény alapján. Minél magasabb ez az arány, annál jobban áll a vállalat pénzügyi helyzete rövidtávon. Ez a mutató 2020-ban 1,15, 2021-ben 0,97 volt, ami egy minimális csökkenést jelent az előző évhez képest, majd 2022-ben pedig 1,61 lett, ami igen jónak mondható, ez is jól mutatja, hogy a cég igen jó évet zárt 2022-ben.

5. ábra likviditásmutatók (2020-2022)

Likviditásmutatók (2020-2022)			
Évek	2020	2021	2022
Likviditási mutató	9,66	8,31	8,31
Likviditási gyorsráta	4,54	3,84	3,47
Pénzeszköz likviditás	2,91	2,31	2,72
Hitelfedezeti mutató	1,15	0,97	1,61

(Magnet Tartálygyártó Kft. Gazdasági iroda, 2024)

9 Magnet Tartálygyártó Kft honlapjának értékelése

A Magnet Tartálygyártó Kft. honlapját a <http://www.magnet-kft.hu/hu/index.html> címen találhatjuk meg. Szeretném ezt a honlapot néhány a cég szempontjából is fontos szempont szerint megvizsgálni. Olyan szempontok szerint, mint például mennyire könnyen érhető el az

oldal, amit a cég szeretne mutatni vele azt mennyire sikerült megvalósítani ezzel az oldallal, milyen termékek találhatóak az oldalon valamint, hogy mennyire átlátható az oldal. Ezen felül még néhány szempontot vizsgálnék például tartalom és struktúráját tekintve, navigációs keresés valamint média elemei és megjelenésüket tekintve. Fontos elmondani, hogy a weboldal néhány éve készült, amit egy itt dolgozó készített el.

A holnapra felérve a Magnet Tartálygyártó Kft logóját láthatjuk meg a bal felső sarokban. Az oldal letisztult és könnyedén lehet benne megtalálni mindent. Minden aloldalon úgy, mint a fő oldalon alul felül egy tartályhegesztést szimbolizáló képet láthatunk emellett az az összes aloldal ugyan azon tematika alapján van felépítve, ha vannak, képek többnyire a jobb oldalon vannak a betű szín pedig mindenhol kék a háttér pedig fehér. Az oldal megtalálható magyar, angol és német nyelven is ezt könnyen a zászlóra kattintva változathatjuk. 7 fül közül választhatunk, (Főoldal, Rólunk, Termékeink, Információ, Elérhetőség, Pályázat, Állás) ami tovább egyszerűsíti az oldalt és még átláthatóbbá teszi. A főoldalon minden elérhetősége is megtalálható a cégnek és még egy külön térképen is láthatjuk, hogy merre találják a céget. Röviden arról, hogy melyik menüpontban mik találhatóak. A „Rólunk” menüpontról nem beszélnek, sokat itt a cégtörténetről tudunk olvasni és a cég céljairól. A „Termékeink” pontban az összes termék, amit gyárt, a cég le van írva valamit az egyedi termékekről is szó esik amennyiben valakinek egyedi gyártású tartályra van szüksége akkor itt pontos tájékoztatás van írva arról, hogy ebben az esetben mit kell tennie. Az „Információ” pontban a rendelési és szállítási információkról van szó legfőképp emellett a panasz benyújtásra is itt van lehetőség amennyiben beolvassuk a QR-kódot, amit a panaszbejelentés alatt találunk, bedob egy oldalra ahol erre lehetőségünk lesz. Viszont amit úgy gondolok kissé felesleges ehhez a menüponthoz írni az az „állásajánlat” amihez amúgy is csak annyi van írva, hogy mindent megtalálunk az „Állás” fül alatt. Szerintem teljesen felesleges ide is leírni mikor úgy gondolom, teljesen magától érthető módon oda van rakva ez a külön menüpont. A következő az „Elérhetőség” menüpont. Ennek a fülnek a létezése gyakorlatilag teljesen felesleges a véleményem szerint így, hogy a fő oldalon pontosan ugyan ezt már egyszer leírták. Legalábbis én ezen annyiban változtatnék, hogy a fő oldalra nem írnám, ki ezeket az infókat helyére mehetne sokkal fontosabb inkább alap információ a fő oldalra és így az „Elérhetőség” menüpont is nagyobb értelmet nyerne. A „Pályázat” fül alatt a Magnet Tartálygyártó Kft. által nyert pályázatok vannak felsorolva és azoknak dokumentumait található meg. Az utolsó fül az „Állás” fül, amit korábban már taglaltam, hogy itt arról írnak, hogy mi képpen lehet

jelentkezni a céghez. A cégnél, ahogy írjak is folyamatosan keresnek új alkalmazottakat. Nem régebbe elismerésben részesítették a cégvezetőt, hogy a környéken ő foglalkoztatja cégénél a legtöbb embert. Amit így különlegességként megemlítenék ez az oldal alján található számláló, ami megmutatja melyik nap hány percig pontosan mikor léptek fel az oldalra és esetleg, hogy melyik országból tették ezt. Itt visszamenőleg 30 nappal meglehet vizsgálni melyik nap hányan jártak az oldalon.

Véleményem szerint összességében abszolút jól van felépítve és átlátható az oldal. Néhány apróság, amit említettem ezek javításával teljesen tökéletes lenne az oldal.

10 SWOT elemzés a Magnet Tartálygyártó Kft.-ről

10.1 Mi az a SWOT elemzés?

„A SWOT – amely a *strength*, *weaknesses*, *opportunities*, *threats*, azaz erősségek, gyengeségek, lehetőségek és veszélyek angol szavak első betűjét foglalja magában – átfogó diagnosztikai rendszer. Nemzetközi vállalatok esetében – a piaci lehetőségek vizsgálata mellett – különösen fontos része a kulturális különbségek elemzése, valamint a kockázatok feltérképezése.” (Alas, és mtsai., 2015)

10.2 Az SWOT elnevezés az elemzés során vizsgált négy terület angol elnevezéseinek kezdőbetűiből tevődik össze:

Strengths – erősségek

Weaknesses – gyengeségek

Opportunities – lehetőségek

Threats – veszélyek

10.3 Mire használhatjuk a gyakorlatban a SWOT elemzést?

- Stratégiai tervezés
- Döntéshozatal
- Kockázatkezelés
- Erőforrás-elosztás
- Versenyelőny
- Célkitűzés és teljesítményértékelés
- Hatékonyabb kommunikáció
- Személyes fejlődés

Forrás: (Máté, Features, 2024)

6. ábra SWOT Elemzés

Erősségek <ul style="list-style-type: none">• Hűséges ügyfélkör• Kiemelkedő minőség• Kedvező áru termékek• Egyedi vevőigények teljesítése• Gyors szériagyártás	Gyengeségek <ul style="list-style-type: none">• Raktározás• Alapanyag nyomon követés• Vonalkód rendszer hiánya• Digitalizáció fejlesztése
Lehetőségek <ul style="list-style-type: none">• Anyagár csökkenés• Pályázatok	Veszélyek <ul style="list-style-type: none">• Nyersanyagárak ingadozása• Gazdasági intézkedések• Megrendelések csökkenése

forrás: (Máté, Features, 2024)

10.4 Erősségek

A Magnet Tartálygyártó Kft. köszönhetően annak, hogy több mint 30 éve vannak a piacon egy hűséges sok cégből álló ügyfélkört épített ki. Amellett, hogy a piacon sokáig monopolhelyzetben volt a cég nem csak Magyarországon, hanem külföldön a mai napig a versenytársakhoz képesti kedvező árról és a kiváló minőségről híresek. A cégnél, ahogy már korábban is említettem az egyedi vevőigényeket is ki tudják szolgálni szintén magasminőségben. A 2024-ben üzembe helyezett hegesztő robot segítségével a cég tovább tudta gyorsítani a szériagyártás sebességét.

10.5 Lehetőségek

Német- osztrák piacon a fűtéskorszerítéshez érkeztek nem régiben pályázatok, aminek köszönhetően megugrik a megrendelések száma, de bármilyen egyéb pályázat fel tudja lendíteni a piacot. Alapanyag árak csökkenése, ami sokat segíthet a kiadások csökkentésén, ami bekövetkezhetne akkor, ha a háború lecsillapodna és természetesen, ha az ország helyzete is javulna.

10.6 Gyengeségek

A legnagyobb gond a cégnél a logisztikával van, ami teljesen rendezetlen ez által követhetlenné válik az anyagmozgás a telepen belül, hiszen nincs, vonal kód rendszer ez azt eredményezi, hogy az anyagok bevételezése és kiadása elméleti szinten sehol sincs, vezetve csak szólnak az illetékesnek és nagyjából ennyi. A gyártási naplóból nagyjából ki lehet következtetni, hogy a főbb elemekből mennyi fogyott, viszont a kisebbekről nincs semmi információ. Rengeteg idővesztés jelent a cég számára, hogy nem lehet bármikor digitálisan utána járni. Úgy gondolom, hogy a legnagyobb gondot ez jeleníti a cégnél a digitalizáció hiánya, ahogy említettem rengeteg papírt eredményez úgy, hogy ezeknek többségére többé nem lesz szükség csak jogszabályok miatt kötelező a megőrzésük.

10.7 Veszélyek

Az utóbbi időben kitört háborúnak/háborúnak köszönhetően minden cég köztük a Magnet is megérzi ennek következményeit. A háború kitörése óta az acél árat soha nem látott mértékben kezdtek el drágulni. Ebből kifolyólag létrejövő gazdasági intézkedések is tovább drágítottak mindent gondolok itt a gázra többek között vagy éppen az áramra, ami a cég esetében borzasztó nagy kiadásokat jelent, hisz a gyártórészleget gáztüzeléssel fűtik továbbá az alapanyagot készítő cégek is gázégőkkel melegíti fel alapanyagokat az elkészítéshez ami végsősoron a termék árát növeli meg. Ezekből következhet a nagymértékű drágulás és a fogyasztók vásárlási motivációjának csökkenése.

11 A marketingeszközök jellemzése 4P, illetve szolgáltatási szektorban 7P alapján.

Elsőnek azzal szeretném kezdeni, hogy pontosan mit is jelentenek ezek a leírt fogalmak.

11.1 Marketing mix fogalma:

A marketing mixet rengeteg féle képpen szokták definiálni itt van pár ebből. „A marketing mix azoknak a marketing eszközöknek az összessége, amelyet a szervezet a marketing célok elérése érdekében használ egy adott piacon.” (Máté, Features, 2024), „A marketing mix alapvetően azt jelenti, hogy a megfelelő terméket a megfelelő emberekhez, a legjobb időben és a legjobb áron juttatjuk el.” (Imre Norman, 2022), „Marketingmix: a marketingszemlélet érvényesítését szolgáló elvek és tevékenységek rendszere” (Imre Norman, 2022)

11.2 4P modell

„A négy eszközcsoport alkalmazásának célja az, hogy a célpiac számára értéket nyújtó termék a vevő számára megfelelő áron és megfelelő helyen álljon rendelkezésre.” (Bányai, és mtsai., 2016)

A marketing eszközrendszerének egyik típusa a 4P mix. A vállalat ez alapján alakítja ki marketing tevékenységét. Az így kialakított vállalati döntések együttesen a stratégia megvalósítását szolgálják. A 4P a marketing eszközök optimális eredményt adó kombinatív alkalmazása. (Sulinet) A 4P elemei a következő 4 angol szó kezdőbetűiből áll:

- Product (termék, termékpolitika)
- Price (ár, árpolitika)
- Place (értékesítés helye, értékesítési politika)
- Promotion (promóció, eladásösztönzési politika)

11.2.1 Product- Termék

A Magnet Tartálygyártó Kft termékeit tekintve sokszínű és többnyire minden embernek, akinek tartályra van szüksége annak minden elvárását teljesíteni tudja. Betudható ez annak is, hogy a megszokott szériagyártáson kívül bármilyen egyedi megrendelést is kiszolgál, a cég ez által szinte bármit meglehet kapni. A termékek minőségét tekintve a cég híresen jó volt mindig is a minőségi, de árban mégis kedvező tartálygyártásban. Ezt a cég azzal tudja elérni, hogy folyamatosan ellenőrzik a gyártás közben és a gyártás után az elkészült tartályokat a cég minőségellenőrei. Továbbá a hegesztés részét mára már néhány helyen a robotok vették át ezzel tovább javítva a termék minőségét. A csomagolását tekintve, ahogy a kamionra kerül az áru mindig a megrendelő elvárása szerint csomagolja a cég, ha nincs elvárás, akkor környezettudatosság érdekében nem csomagolják be. Amennyiben van, efelől kérés akkor többnyire van polifoammal vagy sztreccsfóliával vagy légpárnás fóliával csomagolják be az illetékes kollégák. A márkaértéke igen jó a cégnek, hisz ügyfelei tudják, hogy mindig a legjobb minőségben kapják meg a megrendelt árut.

11.2.2 Price- Ár

Az árképzés a Magnet Tartálygyártó Kft.-nél 3 részre bomlik „szerződött partnerek”, „nem szerződött partnerek”, és az „egyedi konstrukció megrendelések”. A szerződött partnerek

esetében minden partnernek van egy külön ár listája ezek azok a partnerek, akik a múltban többször és sokat rendeltek már. Számukra nagy mennyiség esetén jár mennyiségi kedvezmény. A nem szerződött partnerek azok a cégek vagy magánszemélyek, akik még nem vagy csak keveset rendeltek a múltban a cégtől. Ezeknek megrendelőknél egy kiskereskedelmi ár listájuk van, és ha ők is nagyobb mennyiségben rendelnek abban az esetben mennyiségi kedvezmény nekik is jár. Az utolsó pedig az egyedi konstrukció megrendelések. Ezek azok az esetek mikor az előre gyártott szériák helyett valami egyedi kialakításra van szükségük. Minden ilyen esetben telefonos és email-es egyeztetés szükséges és minden egyedi konstrukcióra külön- külön árat ad a cég természetesen szóba jöhet itt is a mennyiségi kedvezmény, de ez nem jellemző.

11.2.3 Place- Értékesítés helye

A Magnet Tartálygyártó Kft esetében az értékesítés két úton történik. Közvetetten és közvetlenül, hiszen a cég elad nagy kereskedéseknek is és kiskereskedéseknek is. Főleg nagykereskedéseknek, ahogy már mondtam nagy mennyiségben, de kiszolgálja a többi ügyfelet is. Kizárólag közúti szállítás van, a cégnél Magyarországon bárhova szállít. A főbb export irányait nézve szállít: Ausztriába, Németországba, Hollandiába, Franciaországba, Cseh Köztársaságba, Szlovákiába, Lengyelországba és Romániába is. A szállítás többnyire időben szokott megvalósulni kivéve, ha a minőség-ellenőrzés során valami olyan hibát találnak, amit tovább tart megjavítani, de nem jellemző, hogy késve szállítana le egy cég megrendelést.

11.2.4 Promotion- eladásösztönzés, promóció

A Magnet Tartálygyártó Kft működési elve, hogy nagy kereskedőknek adják el tartályaikat, ami azt jelenti, hogy a megrendelések száma attól függ leginkább, hogy az adott nagykereskedésnek milyen a promóciója, hiszen minél jobb és minél többet vesznek tőlük ez a cégnek is jó, hisz nő a megrendelések száma. A további nagy cégek, akik még nem partnerek, azok akár ajánlásokon keresztül ismernek meg, vagy ha éppen specifikusan keresnek rá interneten a tartálygyártókra. A Magnet folyamatosan törekszik az új partnerek kiépítésére, de jellemzően nap szinten érkezik új érdeklődő tartályok iránt.

11.3 7P modell

„A különböző osztályozások közül a szolgáltatásmarketing szempontjából említést érdemel *Booms* és *Bitner* megközelítése, akik a 4P-t további három tényezőcsoporttal egészítik ki: az

emberi tényező (people), a tárgyi elemek (physical evidence) és a folyamat (process) bővítéssel a *szolgáltatási marketingmix 7P-jéről* beszélnek. A hételemű marketingmix elsősorban az angolszász szolgáltatásmarketing képviselői által vált elfogadottá és alkalmazottá. A következő, ábra (5. ábra) tartalmazza a hételemű marketingmix elemein belüli legfontosabb mix-eszközöket. A szolgáltatások fizikai termékektől lényegesen eltérő jellemzői miatt a klasszikus marketingmix elembővítése indokolt és célszerű. A táblázatban szereplő elemekből is érzékelhető azonban, hogy a bővítés nem egyformán konzisztens elemeket tartalmaz, s azok indokoltsága erősen különböző., (Németh, Németh, & Papp, 2010)

7. ábra A hételemű marketingmix elemeinek legfontosabb mix-eszközei

Termék	Értékesítési csatorna	Promóció	Ár	Emberi tényező	Tárgyi elemek	Folyamat
<ul style="list-style-type: none"> - Fizikai termékjellemzők - Minőség - Tartozékok - Csomagolás - Garanciaik - Termékcsoportok, választék - Miskolás 	<ul style="list-style-type: none"> - Csatorna típusa - Árukiállítás (experidiális) - Közvetítő kereskedők - Címkék elhelyezkedése (lefedettség) - Szállítás - Raktározás - Csatornamenedzsment 	<ul style="list-style-type: none"> - Promóciós mix - Eladók: • létszám • kiválasztás • oktatás • ösztönzés Hirdetés: • célcsoportok • médiatípusok • hirdetésípusok • reklámszövegek • Választásmentés • PR 	<ul style="list-style-type: none"> - Rugalmasság - Árszint - Piaciressz feltételek - Differenciálás - Árlevegőállások - Árreagdmények 	<ul style="list-style-type: none"> - Alkalmazottak: • toborzás • oktatás • motiváció • jutalmazás • csapattimónia - Igénybevevők: • oktatás • tréning - A kultúra és az értékek továbbítása 	<ul style="list-style-type: none"> - Környezetterv: • esztétika • funkcionálitás • környezet - Berendezés - Tájékoztató jelzők - Alkalmazottak öltözéke - Egyéb kezelőfogható jellemzők: • jelzések • májzgek • nyilatkozatok • garanciaik • járulékos termékek 	<ul style="list-style-type: none"> - Tevékenységi folyamat: • szabványosított • adaptív - A lépések száma: • egyszerű • összetett - Az igénybevevő bevonásdási szintje

forrás: https://mersz.hu/mod/object.php?objazonosito=dj249szm_table024&usrid=1821220&wlid=99661292

Az általános értékesítési és marketingeszköz-gyűjtemény, a hagyományos 4P modell, az idő során egy szélesebb és sokoldalúbb modellre bővült, így jött létre a 7P modell. Ez a továbbfejlesztett modell magában foglal három új elemet: az emberi tényezőket, a fizikai bizonyítékot és a folyamatot is. A 7P modell különösen nagy relevanciával bír a szolgáltatásmarketing területén. (Monika, 2023)

- People (emberi tényezők)
- Physical Evidence (fizikai tényezők)
- Process (folyamat)

11.3.1 People- emberi tényezők

A Magnet Tartálygyártó Kft.-nél is mint minden cégnél nagyon fontos szerepet játszanak az emberi tényezők. Fontos, hogy a cégnél dolgozók motivációja megmaradjon annak érdekében, hogy folyamatos magas minőségű termékeket tudjon eladni a cég. Ezt többnyire év végi és félévi bonuszokkal próbálja elérni a cég. Valamint, ha valaki nem teljesíti az elvárt mennyiséget az adott hónapban ezzel kár okozva a cégnek természetesen a fizetésében fog mind ez meglátszani, viszont szerencsére erre nincs gyakran példa. A cég évente kettő munkavédelmi ruhát biztosít az itt dolgozónak kivéve, ha valami történik, azzal a ruhával

természetesen kapnak újat. Évente a gyárban dolgozó hegesztők, lakatosok és egyéb szakterületen dolgozó emberek tovább képzésben részesülnek.

11.3.2 Physical- Evidence- fizikai tényezők

Egyik, ha nem a legfontosabb és melleleg erre nagy hangsúlyt fektet a cég az pedig a minőség. Sokszor hangsúlyoztam már, hogy piacon ezzel tud a leginkább kiemelkedni, hogy jó minőséget gyárt jó áron. Nagyon fontos, hogy a gépek és a szerszámok, amikkel a dolgozók nap, mint nap dolgoznak ezek is modernnek legyenek és természetesen jó minőségűek. Például a 2024-ben frissen érkezett hegesztő robot és hozzá egy új daru szerkezet is jól mutatja, hogy a cég figyel rá, hogy mindig korszerű gépeket biztosítsanak az itt dolgozónak. A szállítás, ahogy már említettem korábban a megrendelő elvárásai szerint vannak csomagolva. Amennyiben erről nem érkezik külön kérés nem lesz külön becsomagolva az áru (Soha nem volt ebből olyan jellegű gond, hogy esetleg megsérültek volna a tartályok egy szállítás alatt). Amennyiben a megrendelő megtekintené, referencia munkáit a cégnek azt a weboldalon keresztül megteheti vagy személyesen az irodában felállított példányokon keresztül. A weboldalon, néhányán képpel bemutatásra kerül maga a gyártási folyamat is.

11.3.3 Process- folyamat

A cég ugyebár vagy szériában gyárt előre megtervezett méretű és fajtájú tartályokat vagy egyedi speciális tartályokat gyárt. Maga a tervezés folyamata az egyedi tartályoknál jelentős. Erre 2 főszakember van, aki mindig az aktuálisan rendelt egyedi termékeket megtervezi. A gyártás folyamatokat tekintve többnyire jól szervezett a cég kivéve, hogy amiről már írtam is, hogy mekkora hiányosságok vannak a raktározásban így az anyagbeszerzés folyamata is nehezebb, hisz tovább tart utána járni miből mennyi van készleten, viszont maga a gyártás és a minőség-ellenőrzés nagyon hatékonyan és gyorsan megy. Az értékesítési osztályon dolgozó embereknek foglalkoznak a kiszállítások kezelésével és az ügyfelek kiszolgálásával, ami többnyire telefonon és email-en keresztül történik. Mivel külföldi megrendelői is vannak a cégnek így fontos, hogy az ügyfélszolgálat tudjon a magyar mellett németül és angolul is. Természetesen az innovációs folyamatok is fontos szerepet játszanak, a cég életében ezért igyekszik a cég évről- évre új termékekkel frissíteni termék palettáját valamint, ahogy említettem mindig törekednek a korszerű gépek beszerzésére is.

12 Gyakorlatihelyen végzett munka, képességek/készségek elsajátítása

Szakmai gyakorlatom Mágocson töltöttem a Magnet Tartálygyártó Kft.-nél. Kettő fő osztályt jártam be a cégnél ez idő alatt ezek pedig a logisztikai osztály és az értékesítési osztály volt. Összesen 14 hetet leszek itt 2024.02.12-től 2024.05.17-ig. A célja főként az volt a cégnek, hogy jobba bele lássak a logisztikába és az ahhoz kapcsolódó feladatokba, valamint, hogy az értékesítésbe és az ahhoz kapcsolódó feladatokba nyernek nagyobb betekintést.

A logisztikai osztály fő feladatai közé tartozik: készletkezelés és raktározás, szállítás és szállítmányozás logisztikai folyamatok optimalizálása. A beszerzési osztály feladatai közé tartozik: Ügyfélkapcsolat-kezelés, árajánlatok készítése ár alku, szerződéskötés, termékinformáció nyújtás az ügyfeleknek és a piackutatás.

12.1 2024.02.12.- 2024.03.12.

Először a logisztikai osztályon kezdtem a gyakorlatomat ahol megismerkedtem az Actual nevű alkalmazással, amit később az értékesítési osztályon is használtam. Ez alatt a kicsit több mint 4 hét alatt rengeteg mindent tanultam meg a logisztikai osztályon. Fontosnak tartom kiemelni, hogy a cégnél megismerkedtem Foltin Lászlóval, aki mind itt a logisztikai osztályon mind pedig az értékesítési osztályon hatalmas segítséget nyújtott. Szinten mindent ő magyarázott el, mivel mindkét részleget ő vezeti.

Készségek, amiket elsajátítottam:

- Termék befogadás, tárolás és rendszerezést végeztem a raktárban az átláthatóság érdekében.
- Felmértük a raktárterületek kihasználtságát
- Készletellenőrzésben vettem részt, hogy átalakítás előtt miből mennyi volt a raktárban, hogy ezeket az anyagokat is tudjuk dokumentálni.
- Segítettem a fuvarszervezésben, fuvarlevelek és szállítólevelek kitöltésében.
- Lezárt munkalapokat digitalizáltunk-

Ezek mellett a főbb tevékenységek mellett logisztikai osztályon belül, de igazából bárhol ahol tudtam segítettem a kollégáknak így legalább a cég szerkezeti felépítésébe is jobban bele láttam.

12.2 2024. 03.13.- 2024.04.13.

Március közepétől átkerültem az értékesítési osztályra ahol szintén fontos szerepet játszott az Actual rendszer. Ezen az osztályon ismét körül belül 4 hetet töltöttem el, ahol ismét sok hasznos dolgot tanulhattam meg.

Készségek, amiket elsajátítottam:

- Első sorban segítettem Foltin Lászlónak az ügyfelekkel való kapcsolat tartásban legfőképp email-en keresztül, amíg ő pedig a telefonos ügyfeleket fogadta. Ez által gyakorolhattam hivatalos leveleket írni angolul is, hisz a magyar levelek mellett az angol levelek megválaszolása is az én feladatomból volt.
- Ezekből kifolyólag megtanulhattam, hogy adott ügyfeleknek termék információ nyújtás után milyen termékre lehet szüksége.
- Árajánlatokat készítettünk az ügyfeleknek főleg egyedi megrendelések esetén.
- Anyagbeszállítóknak is adtam fel rendelést az Actual rendszeren keresztül.

12.3 2024.04.14.- 2024.05.17.

Ebben az utolsó kicsivel több, mint egy hónapban terv szerint már csak ugyan ezeken az osztályokon fogok tevékenykedni, valamint segíteni szokás szerint az összes kollégának ahol tudok.

Véleményem szerint ezek a logisztikai gondok, amikről a záródolgozatomban korábban írtam ezek mind kijavíthatóak, viszont rengetek időbe fog telni mindent helyre hozni. Amíg itt leszek az alap és kezdő lépéseket megtesszük/megtettük annak érdekében, hogy helyre lehessen hozni.

13 Következtetések

Személy szerint én az eddig itt töltött időt nagyon élveztem és nincs kétségem afelől, hogy a maradék időben, amíg itt lehetek, ezen az állásponton változtatnék. Nagyon sok segítséget kaptam és szó szerint az Igazgató Úrtól kezdve az összes kolléga, ahogy segítséget kértem valamiben segített. Ennek köszönhetően rengeteget tanultam eddig és még fogok is. Jó látni, hogy egy vállalat, hogyan működik belülről. Mind a logisztikai és az értékesítési osztályon sokat tanultam mind azokról a tevékenységekről, amit összefoglaltam néhány sorral feljebb. A meglévő munkafolyamatok mellett, amit végeztünk nap, mint nap a legjobban mégis csak azt élveztem, hogy ez igen nagy gondot segíthetek megoldani, aminek köszönhetően a

raktározás, is mint gyengepont itt a cégnél végre rendeződhet. A cégnél megismerhettem az Actual-t, ami egy Integrált vállalatirányítási rendszer, amiben az a jó, hogy a vállalat saját maga választhatja ki, hogy pontosan miket tudjon ez az alkalmazás. Az alkalmazás 1- másfél havonta kap szoftverfrissítést, ami abban is nagyon jó, ha egy cég kér valamit és mind az teljesíthető kérés, akkor a következő szoftverfrissítésbe azt beépítik. Eleinte nehéz volt megérteni mit, hogyan kell benne csinálni viszont jó volt ebbe is mélyebben bele látni.

Szeretnék kicsit külön- külön beszélni a két osztályról ahol dolgoztam/dolgozni fogok:

Logisztikai osztály:

A logisztikai osztályon sok mindent csináltunk foglalkoztam a termékek befogadásával rendszerezésével. Készletellenőrzésen vettem részt valamint, leltározáson és a fuvarszervezésben vettem részt. Ahogy már említettem a legnagyobb kihívást és legnagyobb tudást igénylő tevékenység az a raktározási rendszer helyre rakásának elkezdése volt.

Értékesítési osztály:

Itt az értékesítési osztályon is rengeteg mindent csináltam többek között termék információnyújtás az ügyfeleknek, árajánlatokat készíthettem és az anyagbeszállítókkal is beszélhettem. Viszont, ami a legjobban tetszett az az ügyfelekkel való kommunikálás volt.

14 Javaslatok

Amit már többször is hangsúlyoztam beadandóm alatt az a raktár helyre rakása és a kevesebb papír használat, mellesleg a cég közel nem áll olyan rosszul a digitalizálással, de a mai világban úgy gondolom, mindig lehet hova tovább fejlődni, hiszen a környezettudatosság a prioritás. A gyárban dolgozók mellett én az irodai munkásoknak, akik az adminisztratív feladatokat végzik a cégnél nekik is szükséges lenne évente egy tovább képzés, mert sokszor azt vettem észre, hogy néhányan az Office 365 programokat is nehézkesen tudják használni. Erre van 2 javaslatom is az egyik, hogy például a „Training360” oldalán megtalálható több képzés, ami akár kifejezetten irodai informatikával foglalkozik itt az Office 365 programokat is tanítják valamint egyéb kiegészítő programokat is, amik adatelemzésre alkalmasak. Sok időpont és képzés szint közül lehet választani és szerintem ennek segítségével sokat lehetne dobni az itt dolgozók informatikai tudásán. Emellett a másik javaslatom, ami lényegesen költséghatékonyabb, de valószínűleg nem is annyira hatékony, hogy az informatikai osztályon dolgozókból meg lehetne bízni egy vagy több embert akik tartanak egy rövidebb átfogó bemutatást ezekről az alkalmazásokról. Utolsóként, amit kiemelnék még az pedig a nyugati piacra való nagyobb figyelem, mivel megfigyelhető, hogy nyugaton az ár az elvárások között

hátrébb van, mint itt keleten és hiába vagyunk nagyon olcsók nyugaton a legnagyobb prioritást a minőség és az időben megérkező szállítások állnak az első helyen. Tehát ha nekik termékenként többet kell, fizetni a még jobb minőségért inkább azt választják. Szerintem érdemes lenne körül nézni az alapanyag piacon, hogy melyik lehet az az anyag, amivel úgy lehetne körbe szigetelni a tartályt, hogy abszolút ne gyűrődjön meg kívülről és megfelelő legyen a nyugati országok rendelőinek is. Kis mennyiségben érdemes lenne rendelni néhány a cég számára új szigetelő anyagot és egy két tartályon kipróbálni ezeket, mert azt már megtapasztaltam az itt létem alatt, hogy ha valami „papíron” jó az nem biztos, hogy a gyakorlatban is jó lesz. Ugyan a „Magnet Tartálygyártó Kft honlapjának értékelése” fül alatt írtam már a cég weboldaláról, de röviden itt is megjegyezném, hogy célszerű lenne kicsit több idő foglalkozni a weboldallal, hiszen legutoljára 2020-ban volt hozzányúlva, és ahogy írtam korábban is csak egy itt dolgozó készítette magát az oldalt. Véleményem szerint célszerű lenne egy céggel felvenni ez ügyben a kapcsolatot, akik kifejezetten weboldalkészítéssel foglalkoznak, igaz a cégnek nem ez a legfontosabb és legnagyobb gyengepontja, de én magam is, ha egy cégről keresek információkat, hogy őket válasszam-e, az első dologom a weboldaluk megnézése, hiszen 2024-ben már szerintem egy alap dolog, hogy egy cégnek legyen egy korszerű és átlátható weboldala. Úgy gondolom, ezzel a felsorolt néhány javaslattal nagymértékben növelhetné a cég a hatékonyságát és ez által a profitját is.

15 Irodalomjegyzék

- Alas, R., Bánsági, S., Beke, J., Bencsik, A., Bernek, Á., Borgulya, I., . . . Tokár, Á. S. (2015). *Nemzetközi menedzsment*. Budapest: Akadémiai kiadó.
- Attila, C. (2020). *Vállalatgazdaságtan*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Bányai, E., Fojtik, J., Hetesi, E., Nagy, Á., Prónay, S., Rekettye, G., . . . Törőcsik, M. (2016). *Bevezetés a marketingbe*. Budapest: Akadémiai kiadó.
- Imre Norman, K. (2022. Október 11.). *dolgozattar.uni-bge.hu*. Forrás: A BIS Hungary Kft. marketing szemléletű bemutatása és elemzése: <https://dolgozattar.uni-bge.hu/41576/1/Kis%20Norman%20Imre-z%C3%A1r%C3%B3dolgozat.pdf>
- Magnet Tartálygyártó Kft. Gazdasági iroda. (2024. március 18). Pénzügyi információk. Mágocs, Baranya, Magyarország.
- Magnet Tartálygyártó Kft. Informatikai osztály. (2024. Április 6). Szervezeti felépítés. Mágocs, Baranya, Magyarország.
- Magnet Tartálygyártó Kft. Ügyvezetés. (2024. március 8). Céges belső információk . Mágocs, Baranya, Magyarország.
- Magnet-kft.* (2020. Május 3). Forrás: termékeink: <http://www.magnet-kft.hu/hu/termek.html>
- Máté, S. (2024. február 18.). *Features*. Forrás: Marketing mix és elemei – A 4P, 7P és 4C jelentése: <https://features.hu/marketing-mix/>
- Máté, S. (2024. február 12.). *Features*. Forrás: SWOT elemzés: Jelentése, célja, használata: <https://features.hu/swot-elemzes/#swot-elemzes-peldak>
- Monika, T. N. (2023. december 12). *Meraki*. Forrás: 4P, 7P és 4C: a marketing mix alapvető elemei: <https://meraki.hu/blog/4p-7p-es-4c-a-marketing-mix-alapveto-elemei>
- Németh, G., Németh, P., & Papp, I. (2010). *Szolgáltatási menedzsment*. Budapest: Akadémiai kiadó.
- Sulinet.* (dátum nélk.). Forrás: tudásbázis: A 4P és szerepe: <https://tudasbazis.sulinet.hu/hu/szakkepzes/mezogazdasag/gazdalkodasi-ismeretek/a-4p-fogalma/marketingmix>

1. ábra Puffer tartályok.....	5
2. ábra szerkezeti felépítés	6
3. ábra ISO Tanúsítvány.....	8

4. ábra Termelési összesítés	9
5. ábra likviditásmutatók (2020-2022).....	11
6. ábra SWOT Elemzés	14
7. ábra A hételemű marketingmix elemeinek legfontosabb mix-eszközei.....	18

NYILATKOZAT

a záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió¹ nyilvános hozzáféréseiről és eredetiségéről

A hallgató neve: Laufer Alos
A Hallgató Neptun kódja: HCY236
A dolgozat címe: Magnet Tartálygyártó Kft. tevékenységének alakulása
A megjelenés éve: 2024
A konzulens intézetének neve: Agrárgazdasági Intézet
A konzulens tanszékének a neve: Agrárgazdasági, Kereskedelmi és Marketing Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió² egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem MATER Hallgatói Dolgozatok repozitóriumába. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelte után

nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem MATER Hallgatói Dolgozatok repozitóriumában.

Kelt: 2024 év április hó 19 nap

Laufer Alos

Hallgató aláírása

¹ A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törölnendő.

² A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törölnendő.

NYILATKOZAT

Laub Ákos (név) (hallgató Neptun azonosítója: HCY2BG)
konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a
záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót¹ áttekintettem, a hallgatót az
irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól
tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő
védésre javaslom / nem javaslom².

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem*³

Kelt: 2024 év április hó 19 nap



belső konzulens

¹ A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törlendő.

² A megfelelő alá húzandó.

³ A megfelelő alá húzandó.