

A ZÁRÓDOLGOZAT/SZAKDOLGOZAT/DIPLOMADOLGOZAT TARTALMI KIVONATA

A Nyílászárók értékesítési tendenciái az elmúlt években Magyarországon

Poszpischek Krisztián

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Budai Campus

Kereskedelem és marketing, alapképzési szak

Belső témavezető: Dr. Sente Viktória, egyetemi tanár, Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

1 Tartalmi kivonat

Az elkészített dolgozatom fő témája az utóbbi évek Magyarországi nyílászárók piacának értékesítési adatainak vizsgálata volt. Az eladási adatok megvizsgálásának a motivációját és aktualitását az utóbbi évek igen volatilis tendenciái szolgáltatták, amikor is évenként igen kiugró, és egymástól igen eltérő éveket tapasztaltunk ezen a piacon. A világban bekövetkezett, külső gazdasági környezet, és a hazánkban jelen levő pénzügyi, és politikai környezet tekintetében elemeztem a rendelkezésemre álló adatokat. Kutatásom célja volt, hogy az értékesítési adatok, és az erre ható tényezők megismerésével, közelebb kerüljek a Magyarországi nyílászáró piac mélyebb megértéséhez. Kutatásomhoz a JOLA cégcsoport szolgáltatta az országos szintű értékesítési adatait 40 üzletből, szinte a teljes országra kiterjedően. 2017 és 2023-as év adatait bocsátották rendelkezésemre a kutatásomhoz, havi szintű bontásokban. A céloom elérése érdekében több fajta módszertant is alkalmazok, mint például az idősor elemzés, mozgóátlag simítás, trendelemzés, kvantitatív elemzés, reálnövekedés, és trendanalízis. A kutatásom vizsgálatát követően jelentős megállapításokra jutottam mind a globális, mind pedig az országos szintű tényezők kapcsán. Illetve, hogy ezek hogyan és milyen mértékben fejtik ki hatásukat a nyílászárók értékesítési tendenciáira Magyarországon. A dolgozatom végére kijelenthető volt, hogy az infláció jelentős megugrása nem közvetlenül és azonnal, de hatással volt jelentős mértékben, az általam vizsgált piacra. Viszont kijelenthető a kutatás végére azon állításom is, miszerint a különböző politikai környezethez társítható juttatások is kifejtették hatásukat, sőt, beazonosítható volt egy vizsgált időszak, amikor az infláció negatívan, egy politikai szubvenció pedig pozitív irányban fejtette ki egyszerre hatását, egy időben. Továbbá éven belül ismétlődő mintákat is felfedeztem, amik nem eseményhez, vagy konkrét évhez köthető, mivel éveken átívelő tendenciáról van szó. Ezáltal a fogyasztók vásárlási attitűdjeihez is közelebb kerültem, hiszen voltak lényegesen kiugró, és az átlagostól igen alacsonyabb forgalmi hónapok is, ami a legtöbb vizsgált év esetén megfigyelhető volt. Ezen következtetések felhasználásával pedig létrehoztam egy értékesítési stratégiát a cég számára, ami előtérbe helyezi az általam megállapított trendeket, és ismétlődő mintákat. Az értékesítési stratégia kiterjed a raktározásra, áruforgalmi sebességre, gyártási határidőkre, marketingre, és egyéb más területekre is. Ezáltal fog tudni a cég alkalmazkodni az adott időszakhoz, optimalizálni a költségeket, és profitot maximalizálni. A kutatás által kinyert adatok, és az értékesítési stratégia versenyelőnyt jelent a cég számára, a többi versenytárhoz képest. Az utóbbi idők volatilis tendenciáit tekintve azt gondolom, hogy igen hasznos lehet a cég számára.