

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Károly Róbert Campus

**A bolt/üzlet/szolgáltató választás szempontjai a fogyasztó
szemszögéből**

ÖSSZEFOGLALÓ

Konzulens
Dr. Domán Szilvia
egyetemi docens

Készítette
Major Márk
kereskedelem és marketing szak
levelező tagozat

2025

Szakedolgozatom témájának a bolt/üzlet/szolgáltató választás szempontjait választottam a fogyasztó szemszögének megközelítéséből. Témaválasztásomat az támasztja alá, hogy vállalkozásom, az Anyagdepo.hu (korábban Major Tüzép) építőanyagok kis- és nagykereskedelmével foglalkozik lokálisan és online országosan egyaránt. Az elmúlt években volt lehetőségem személyesen betekintést nyerni a vásárlóink szokásaiba, vásárlási ciklusok elemzésébe, a kereslet ciklikus változásainak megfigyelésébe. Korábbi munkatapasztalataim is a kereskedelemhez köthetőek, ezáltal nem csak az építőanyagok forgalmazásába láttam érdemben bele, hanem élelmiszer és vegyi áru kereskedelemben is szereztem releváns tapasztalatokat.

Dolgozatom célja az volt, hogy mélyebb betekintést nyerjek a fogyasztói döntéshozatal folyamataiba, különös tekintettel azokra a tényezőkre, amelyek befolyásolják a vásárlók üzletválasztási preferenciáit. Célkitűzéseim közé tartozott továbbá, hogy feltérképezsem a döntéshozás egyes szakaszait, valamint azokat a külső és belső hatásokat, amelyek szerepet játszanak a fogyasztói magatartás kialakulásában.

A dolgozat első részében szakirodalmi áttekintést készítettem, amelyben bemutattam a fogyasztói döntéshozatal elméleti alapjait, a vásárlási döntés szakaszait, illetve az üzletválasztás különböző modelljeit. A szakirodalom feldolgozása során magyar és idegen nyelvű forrásokat egyaránt felhasználtam annak érdekében, hogy átfogó képet nyújtsak a témáról. A fejezetben részletesen ismertettem az üzletválasztás legfontosabb szempontjait, mint például a termékválaszték, az ár, a vásárlói élmény, az ügyfélkapcsolatok minősége, valamint a szolgáltatások színvonala. Emellett kitértem a piaci trendek alakulására, a fogyasztói szokások változására és az online vásárlási lehetőségek térnyerésére is, amelyek napjainkban egyre nagyobb szerepet töltenek be a vásárlási döntésekben.

A szakirodalmi háttér bemutatását követően primer kutatást végeztem, amelynek alapját egy online, szabadon kitölthető kérdőív képezte. A kérdőívet a Google Űrlapok segítségével hoztam létre, és célja az volt, hogy feltárja a fogyasztók üzletválasztási szokásait, valamint azokat a tényezőket, amelyek leginkább befolyásolják döntéseiket. A kutatás nem reprezentatív, ugyanakkor általános képet adott a vásárlói magatartásról. Összesen 114 válasz érkezett, melyek adatait statisztikai és tartalmi elemzéssel dolgoztam fel. A válaszadók között a nők voltak többségben.

Az eredmények elemzése során világosan kirajzolódott, hogy a szakirodalomban kiemelt tényezők, mint az ár-érték arány, az üzlet megbízhatósága, valamint a vásárlói élmény a

gyakorlatban is meghatározó szerepet töltenek be az üzletválasztásban. A kutatás rávilágított arra, hogy a fogyasztók döntéseik során elsősorban árérzékenyek, de emellett nagy hangsúlyt fektetnek a személyes tapasztalatokra és az ügyfélkiszolgálás minőségére is.

Az üzletváltás leggyakrabban az árak emelkedése, a gyenge minőség, illetve a nem megfelelő kiszolgálás miatt következik be. A kutatás eredményei alapján elmondható, hogy a vásárlók hosszú távon azokat az üzleteket részesítik előnyben, amelyek megbízhatók, jó minőségű termékeket kínálnak és pozitív vásárlói élményt biztosítanak számukra.

Az értékelés során levont következtetésem és javaslataim hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a vállalkozások és a kereskedelmi szereplők jobban megértsék a fogyasztói döntéshozatal mozgatórugóit, és ennek alapján hatékonyabban alakítsák ki üzletpolitikájukat, marketingstratégiájukat, illetve vásárlói kapcsolataikat. Összességében a dolgozat rámutat arra, hogy az üzletválasztás egy összetett, több tényező által befolyásolt folyamat, ahol az ár mellett a bizalom, a minőség és az ügyfélélmény is kulcsfontosságú szerepet tölt be.