



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Károly Róbert Campus

Vezetés és szervezés mesterképzési szak

A veresegyházi Gombai Cukrászda

imázsprofiljának vizsgálata

Tartalmi kivonat

Belső konzulens: dr. Domán Szilvia

egyetemi docens

**Belső konzulens
intézete/tanszéke:** Agrárlogisztika,
Kereskedelem és
Marketing Tanszék

Külső konzulens:

Készítette: Szappanos Sándor

Gyöngyös

2023

Szakedolgozatomban a veresegyházi Gombai Cukrászda imázsprofilját vizsgálom és bemutatom a kutatás eredményeit. A témaválasztás a második félévben hallgatott Szolgáltatásmarketing és -menedzsment tárgy teljesítéséhez készítendő feladat kapcsán fogalmazódott meg bennem.

A cukrászda nem a hagyományos apáról-fiúra szálló és fejlődő vállalkozás, hanem nevezhetjük első generációs vendéglátóhelynek. A jelenlegi üzlet és műhely a második telephelye a cégnek. Az első cukrászdát 2001-ben nyitotta a család a saját lakóházuk földszintjén kialakított üzlethelyiségben, Veresegyház új építésű városrészének központjában. A nyitás után gyorsan nyilvánvalóvá vált, hogy a növekvő város, a növekvő – és nem utolsó sorban fizetőképes – kereslet kielégítésére nem alkalmas az üzlet és a műhely, így újabb telephelyet kerestek és épült meg első ütemben egy új sütőüzem, majd a ma is működő cukrászda.

A dolgozat elkészítésével a tulajdonosoknak szeretnék nyújtani egy képet, hogy milyenek látja a vállalkozást a külső környezet, milyenek ítélik meg a vendégek a személyi és tárgyi tényezőket, hogy ítélik meg a folyamatokat, milyen fejlesztendő területeket, milyen új szolgáltatási elemeket vár el a piac.

A kutatáshoz és az imázsprofil megalkotásához primer kutatást végeztem kérdőíves formában, amelyet az interneten tölthettek ki a válaszadók. Ezen kívül felhasználtam szekunder kutatási eredményeket is leginkább az iparág múltjának és jelenének bemutatására, a tágabb környezet statisztikai eredményeinek fényében.

Dolgozatom főbb fejezeteiben a marketing kialakulása, fogalma és fejlődése, a szolgáltatásmarketing sajátos keretein belül a marketingmix bemutatása, a cukrászipar fejlődésének története szerepel. Ezek mellett bemutatom Veresegyházat és a Gombai Cukrászda történetét, felépítését, szolgáltatásait és termékeit. Az anyag és módszer ismertetése után a kutatás eredményének elemzése és végül az összefoglalás zárja a dolgozatot.

A dolgozat előkészítése folyamán mélyebben megismertem a Gombai Cukrászda működését, múltját, jövőbeni terveit. A felkészülés a szolgáltatásmarketing területén lévő ismereteim bővítését jelentette egyrészt, másrészt a dolgozat magját adó kérdőív összeállításának módszereit tanulmányoztam.

A dolgozat célja, hogy a két azonos tartalmú kérdőív segítségével bemutassam a külső környezet, a vásárlók, a szolgáltatás igénybe vevők véleményét az emberi és tárgyi tényezők, valamint a folyamatok tekintetében és ugyanezen elemek mentén kapott dolgozói válaszok

alapján összehasonlítást tudjak tenni. Ez az úgynevezett tükör imázs és ön imázs elve. Az összehasonlítással a szervezet láthatja és az eredménytől függően igazolhatja, hogy ismeri az ügyfelei igényét, elégedettségét vagy jelentősebb eltérések esetén milyen intézkedéseket kell tennie, hogy növelje az elégedettséget, az ügyfélélményt.

A kutatásom alapján kirajzolódott a Gombai Cukrászda imázsprofilja a tükör és ön imázs összevetésével. Az átlagpontoszámok alapján a görbék azt mutatták, hogy egy-két elem kivételével hasonlóan látják a dolgozók és a vásárlók a szolgáltatások emberi és tárgyi tényezőit, valamint a folyamatokat.

A dolgozók mind a három tényezőnél néhány tized ponttal magasabbra értékelték saját magukat, de kijelenthető, hogy a cukrászda ismeri a saját korlátait és lehetőségeit és ismeri az ügyfelei véleményét szolgáltatásaival kapcsolatban. A vezetőség törekszik arra, hogy a lehetőségekhez képest és a gazdaságosság határain belül javítsa a színvonalat, magasabb ügyfélélményt nyújtson.

Az emberi tényezők esetében a frontszemélyzetet értékelték a cukrászda ügyfelei. Az első vonalban dolgozó kollégák kiválasztásánál fontos szempont, hogy tudjanak bánni a vevőkkel, kedvesek, udvariasak, határozottak legyenek. Ezeket a szempontokat a kiválasztási folyamatban a cukrászda is szem előtt tartja.

A cukrászda jövőbeli terveiben szerepel az új technológiai megoldások beillesztése az üzletmenetbe, a termékek színvonalának megőrzése, javítása, az aktuális trendekből a vevők igényeinek és a saját profitjuknak a figyelembevételével minél több elem átvétele, megvalósítása.