

# **SZAKDOLGOZAT**

**Király Zsolt István**  
**Kereskedelem és marketing**  
**szak**

**Kaposvár**  
**2023**

## **SAKDOLGOZAT TARTALMI KIVONATA**

**Dolgozat címe: Vevőelégedettség-Mérés a Köz-Ért 2013 Kft.-nél**

**A dolgozatot készítő hallgató neve: Király Zsolt István**

Kereskedelem és marketing szak, alapképzés, levelező tagozat

Tanszék/Intézet: Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet. Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék

*Belső témavezető:* Dr. Fülöp Nikoletta Egyetemi docens

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Kaposvári Campus

Egy vállalkozás tevékenységének a fenntartására és működésének gazdaságosságának az eléréséhez az egyik fő eszköz a vevőorientáció. Ez a napjainkban tapasztalható bizonytalan gazdasági helyzetben egyre inkább kihívások elé állítja a vállalatokat. A vevőorientált gondolkodásmód egyre bonyolultabbá válik, elérése érdekében számos összetevőt kell figyelembe venni, többek között: a szolgáltatás választék bővülésének az igényeit, a szolgáltatásminőség növelését, az igények kielégítésének a gyorsaságát, valamint a vásárlókkal való kommunikációt is.

A szakirodalmi áttekintést a kiskereskedelemmel kapcsolatos adatok kutatásával kezdtem melyben nagy segítségemre volt a KSH által már kielemezett és összegyűjtött adatok vizsgálata, ezután különböző szakirányú folyóiratokat, cikkeket, könyveket és web oldalakat tanulmányoztam át a számomra releváns szakirodalomból. Többek között a 7P, vevőelégedettség, szolgáltatásminőség és a vevői lojalitás témaköreiben. Kutatásom során igyekeztem olyan információkat szerezni, melyek segítenek abban, hogy az általam összeállított kérdőívet megfelelően tudjam megszerkeszteni, hogy értékelhető és pontos adatokhoz juthassak. A kérdőívet papír alapon készítettem el, egyszerű véletlen mintavételi eljárást alkalmaztam. 114 fő vett részt a kutatásomban.

Az eredményeim alapján elmondható, hogy a kutatásban részt vevők 68,30%-a legalább hetente egyszer betér a boltba vásárolni, és 20%-uk legalább naponta egyszer. A termék és szolgáltatás használatára vonatkozó kérdésekre adott válaszokból kiderül, hogy a vásárlók leginkább élelmiszer és háztartási áruk miatt járnak be napi szinten vásárolni, de heti szinten is jelentősnek mondható a csomag-átvevő pont igénybe vétele, valamint a gyógyszerkészítmények vásárlása is. Az adatokból az is jól látható, hogy a gázpalackvásárlás a leginkább nem vásárolt termék kategória (72,81%) ugyanakkor, mivel a gázpalack-vásárlás a mai világban már elenyésző a vezetékes gáz, valamint a villanyhasználat mellett, a havi 21,93%-os arány egy folyamatos és egyenletes fogyasztást mutat. A bolt minőségi teljesítményére feltett 13 kérdés kielemezése alapján elmondható, hogy az átlag pontszámot minden tekintetben meghaladta a bolt, és több volt a túlteljesítése, mint ahány tényezőben alulteljesített. A személyzettel

kapcsolatos minőségi jellemzőkre adott válaszokból is egyértelműen látható, hogy nincs fejlesztendő terület, a legrosszabbul teljesítő jellemző is 4,28%-os átlagot kapott a kitöltőktől.

Ezután a lojalitás kérdését vizsgáltam, amiben szintén jól teljesített a vállalkozás, hiszen a 4,365-ös mutatószám egy kiemelkedően magas lojalitási index érték. Végezetül a háttér változók következtek ahol a nem, életkor valamint az anyagi helyzetre tettem fel kérdéseket.

Ezután a következtetéseimet és a javaslataimat fogalmaztam meg. A vásárlók nagy része rendszeresen vásárol és használja a nyújtott szolgáltatásokat és elégedettek a vállalkozás teljesítményével, valamint elmondható, hogy nagy vásárlói lojalitással vannak a vállalkozás felé. A személyzet megfelelően motivált és lojális a vezetőséghez. Javaslataim közül kiemelném a személyzet motiválásának a fenntartását valamint a 60 év feletti vásárlás ösztönzését. A kapott eredményekből elmondható, hogy a Köz-Ért 2013 Kft. a hazai és helyi viszonylatokhoz képest is megbízható, biztos pozíciót tudhat magáénak. Vásárlóinak zöme visszatérő, lojális vásárló, akik elégedettek a bolt nyújtotta termékkínálattal és szolgáltatásokkal, valamint a személyzettel. A személyzete jól képzett, segítőkész, kedves munkavállalókból áll, akiket a vállalat megfelelően ösztönöz, hogy munkájukat jól végezzék.