

SZAKDOLGOZAT

Boros Márta

2023

Magyar Agrár –és Élettudományi Egyetem

Károly Róbert Campus

**Egy vállalat/ vállalkozás
marketingterve**

**(Egy fiktív jászberényi papír-írószer bolt
marketingterve)**

(Mara papír-írószer bolt marketingterve)

Konzulens

Készítette

Dr. Domán Szilvia

Boros Márta

egyetemi docens

kereskedelem és marketing szak

marketingkommunikáció szakirány

levelező tagozat

2023

Szakedolgozatom témája egy fiktív papír-írószer bolt marketingtervének elkészítése volt. Témaválasztásom során több szempontot figyelembe vettem. Végül döntéshozatalom középpontjában a személyes okok álltak. Egyrészt olyan témával akartam foglalkozni, mely közel áll hozzám, sokrétű, színes, érdekes. Gyerekkorom óta szeretek papír-írószer boltban nézelődni, vásárolni. Szeretem a szép mintájú, jó minőségű füzeteket, írószereket és az ott kapható egyéb apróságokat. Kedvelem az igényesen berendezett, szépen rendben tartott üzleteket, ahol hatalmas választék van, valamint kedves és hozzáértő a kiszolgálás. Másrészt azért esett a választásom egy marketingterv elkészítésére, mert lényegesnek tartom, hogy olyan témát dolgozzak ki kereskedelem és marketing szakos tanulmányaim zárásaként, melyben ki tudom fejteni az elmúlt évek alatt tanultakat, el lehet mélyülni a részletekben. Végül, de nem utolsó sorban érdemes foglalkoznom a témával, mert számomra aktuális, hisz megfogalmazódott bennem az a gondolat, hogy az egyetemi tanulmányok befejezését követően szeretnék egy profitorientáltan működő papír-írószer boltot üzemeltetni. Egy újonnan induló vállalkozás számára ahhoz, hogy hosszú távon eredményes, hatékony és nyereséges legyen elengedhetetlen a marketingterv kidolgozása. Ezért úgy gondolom, hogy a választott téma által értékes információkat, jelentős ismereteket, tapasztalatokat lehet gyűjteni, melyeket később hasznosítani tudok a saját üzletem megnyitása kapcsán.

Szakedolgozatom megírását egy bevezető résszel kezdtem, melyben megfogalmaztam témaválasztásom okát, legfontosabb célkitűzéseim, illetve hipotéziseim. A második fejezetben szerepelt a témámhoz kapcsolódó elméleti háttér, valamint a szakirodalmak áttanulmányozása. Különböző források felhasználásával ismertettem a piackutatással, illetve marketingtervvel kapcsolatos legfontosabb tudnivalókat. A dolgozat következő fejezetét azzal indítottam, hogy néhány mondatban megfogalmaztam miért fontos számomra a kiválasztott téma. Ez a rész tartalmazta a leendő papír-írószer boltom mikro –és makro környezetének elemzését. Vizsgálatom a STEEP módszerrel kezdtem, majd a versenytárselemzéssel és a SWOT-analízissel folytattam. A kutatás segítségével igyekeztem felmérni az újonnan induló boltom lehetséges vásárlói körét és igényeit, továbbá azt, hogy a papír-írószer boltban vásárlók milyen tényezőket tartanak szem előtt amikor kiválasztják mely üzletbe térnek be. A negyedik fejezetben feldolgoztam a kérdőívemre beérkező válaszokat. A válaszok olykor a vártaknak megfelelően alakultak, olykor pedig meglepő eredmények születtek. Az eredmények elemzését és értékelését követően meghatároztam a célcsoportom, a legfontosabb üzleti céljaim, valamint elvégeztem megnyitásra váró boltom 7P elemzését. Ezt követő fejezetben a kérdőív válaszainak elemzése révén meg tudtam

állapítani, hogy a felállított hipotéziseim beigazolódtak vagy el kell azokat vetni. Kitértem arra, hogy egy üzlet nyitásához mely szempontokat kell figyelembe venni és milyen lehetséges kockázatokra kell felkészülni a működtetése során. Valamint javaslatot tettem egy fókuszáltabb vizsgálat lebonyolítására is. Szakdolgozatom megírását pedig egy összefoglaló résszel zártam le.

A következő néhány oldalon keresztül szeretném kiemelni, részletezni az általam lényegesnek ítélt részeket.

Jelentős fontosságú, hogy megfelelően mérjem föl a megnyíló üzlethelyiség elhelyezkedését, mivel annak kiválasztása meghatározó. Az újonnan nyíló papír-írószer boltom tervezett helyszíne Jászberényben a Petőfi utcában található. Azon a környéken van, ahol én is lakom. Abból kifolyólag, hogy a napjaim a város ezen részén töltöm, tapasztalom, hogy az errefelé élők mely típusú üzlet hiányát érzékelik, ezért úgy gondolom, hogy egy kisebb papír-írószer boltra van igény. Az üzlethelyiség amit választottam a város egyik legforgalmasabb részén található, ahol a város és a környékbeli falvak, de akár kisebb városok lakói is nap, mint nap megfordulnak.

Újonnan induló vállalkozás révén egyik fő feladatomban a marketingterv elkészítése, melyhez nélkülözhetetlen a piackutatás. Ezáltal körvonalazódnak a leglényegesebb jellemzők, a versenytársak száma, potenciális vásárlóim fő tulajdonságai, az árukészlet jellemzői.

Kutatásom témája a papír-írószer bolttal kapcsolatos vásárlási szokások felmérése volt különböző korcsoportba tartozó, Jászberényben és a város környékén élők között, illetve egy most induló vállalkozás feltételeinek elemzése, vizsgálata. Kutatási problémaként merült fel, hogy nem állnak rendelkezésemre konkrét adatok azzal kapcsolatban, hogy várhatóan ki lesz a lehetséges célcsoport, valamint milyen szükségleteik, igényeik lesznek. A kutatásom elkészítésének elsődleges célja volt, hogy olyan adatgyűjtést végezzek, mely hozzájárul az újonnan induló papír-írószer boltom következő marketingtervének kidolgozásához. Fő feladatomban volt megállapítani, hogy a hipotéziseim alátámaszthatók vagy el kell vetni őket. Tehát szerettem volna pontos választ kapni arról, hogy a leendő papír-írószer boltomban nagy valószínűséggel a vásárlók mely köre lesz a célközönségem és milyen termékeket, szolgáltatásokat részesítenek előnybe, ha betérnek egy-egy ilyen típusú üzletbe. Továbbá célomban volt minden lényeges információt megszerezni, mely elősegíti az üzletem elindítását és a lehető legnagyobb haszon elérését. Az elméleti tudásom megszerzéséhez és a kifejtett

STEEP-elemzés számadataihoz szekunder kutatás által jutottam. Viszont meggyőződésem volt, hogy kulcsfontosságú egy primer kutatás, saját adatgyűjtés elvégzése. A vizsgálat lefolytatása lehetővé tette, hogy minél több és hasznosabb adat álljon rendelkezésemre a fogyasztói szokásokról, magatartásról a boltom megnyitásához és későbbi nyereséges működéséhez. Primer kutatáson belül a megkérdezéses eljárásra esett a választásom. Az online kérdőívet interneten keresztül juttattam el a megkérdezettekhez. Kérdőívem linkét e-mailban továbbítottam és a közösségi oldalamon megosztottam, majd kértem ismerőseim néhány percet rám szánva töltsék ki és ha tehetik továbbítsák ismerőseiknek. A kérdőívhez csatoltam egy kísérő levelet, melyben megfogalmaztam kutatásom célját. A megkérdezetteknek 3 hetük (22nap) volt a kérdőív kitöltésére. A kérdőívem eredményeinek feldolgozását, elemzését, grafikonok elkészítését a Microsoft Excel 2016 táblázatkezelő program használatával végeztem el. 107 válasz érkezett be, melyből egyet nem tudtam értékelni, mivel nem kéresemnek megfelelően töltötte ki a kérdőívet. A maradék 106 választ is ellenőriztem, melyeknél egy-két kérdésre adott válasz hiányos volt, de ez nem akadályozta az értékelésem.

A következő felsorolás tartalmazza a hipotéziseim, melyeket a kérdőívre beérkezett válaszok alapján megfelelően tudtam elemezni:

- Az első feltevésém azzal kapcsolatos volt, hogy minden korosztályból lesznek vásárlóim, de a célcsoportom a 18 év alatti korcsoport lesz. A kérdőívre beérkezett válaszok alapján bebizonyosodott, hogy az első hipotézisem hamis. A kérdőívem 18. kérdésére érkezett válaszok többsége a 14 és 60 év közötti korosztályból származik. 14 év alatti korcsoportból csupán csak néhány fő töltötte ki a kérdéssort, ennek több oka lehet melyeket korábban már kifejtettem. Igaz, hogy a bolt feltételezett célközönségének bizonyos része a középiskolások nagy arányban kitöltötték a kérdőívet. Viszont az általános iskolásokról nem sikerült kellő információt begyűjteni, pedig a bolt olyan helyen nyílik, ahol rengeteg 14 év alatti gyermek megfordul. Ezért úgy vélekedek szükséges lenne egy újabb vizsgálat elvégzése is, mely választ adhatna a tényleges célcsoporttal kapcsolatos bizonytalanságomra.
- A következő feltételezésem szerint a papír-írószer boltban vásárlók főként az iskolaszerek, írószeresek, irodaszerek valamint a kreatív és hobby termékek iránt érdeklődnek. A kérdéssor eredményeinek elemzése révén a második hipotézisem alátámasztást nyert, melyben a 12. kérdés értékelése segített. Bár a válaszadók túlnyomó része ezen termékkategóriákat választotta, ennek ellenére nem lehet

elmenni amellet, hogy a többi kategóriára is rengeteg jelölés érkezett. Természetesen minden kategória termékeit értékesíteni fogom, viszont a beérkezett válaszok alapján eltérő választékban és mennyiségben.

- A harmadik feltevésém alapján a potenciális vásárlóim számára a termékek vásárlásánál, szolgáltatások igénybevételénél az ár, a minőség lesz a meghatározó szempont és nem pedig a márkanév. A kérdőívben a 14. kérdésekre adott válaszok alapján elmondható, hogy a harmadik hipotézisem beigazolódott. Ebből kifolyólag boltomban közép árkategóriás termékek magas minőségben lesznek elérhetők. A márkás termékek értékesítését háttérbe szorítom. Nem csak a 14. kérdésre érkezett kitöltések miatt döntöttem így hanem azért is, mert a megkérdezettek lényeges hányada átlagosnak érzi az életszínvonalát. Elsősorban mindenképp az átlagos jövedelemmel rendelkezők igényeit szeretném kielégíteni. Természetesen minden vásárló számít, ezért aki hajlandó lenne magasabb árat fizetni a jobb minőségért ők is meg lesznek elégedve a kínált termékekkel, hisz magas minőségű árukat értékesítek megfizethető áron.

A versenytársaim hiányosságait kihasználva, a kiküldött kérdőívemre beérkezett válaszokat elemezve és a pénzügyi, emberi, tárgyi, természeti erőforrásaim figyelembe véve a papír-írószer boltom megnyitásához szem előtt kell tartanom, hogy a lehetséges vásárlók mely szempontok alapján választanak vásárlásukhoz üzletet. A lefolytatott kutatás alapján fontos, hogy széles, minőségi, valamint trendi, menő legyen a termékkínálat. Az árakat annak megfelelően kell kialakítanom, hogy érdemes gondolnom az átlagos jövedelemmel rendelkező potenciális vásárlókra is. A válaszadók egy rétege figyelmen kívül hagyja az akciókat, kedvezményeket, reklámokat. Ez nem jelenti azt, hogy nekem is ennek megfelelően kell cselekednem. Úgy gondolom ezen eszközök fontosak, mert forgalom növelő hatásuk van annak ellenére, hogy nem a teljes potenciális vevőkört érintik. A kitöltők között akadnak olyanok is akik számára a bolt megközelíthetősége, közelsége nem lényeges. Úgy gondolom ez abból fakadhat, hogy közvetlen környezetükben nem található papír-írószer bolt, így már megszokták, hogy nagyobb távolságot meg kell tenni a termékek beszerzéséért. A nyitvatartást a versenytársaktól eltérően szeretném kialakítani. A válaszadók egy részének nem fontos a bolt külső és belső megjelenése. Ennek ellenére szem előtt tartom azokat a vásárlókat akik számára viszont ez a tényező meghatározó, mivel újonnan nyíló boltról van szó, ami még nincs berendezve. Bár több esetben előfordul, hogy a vásárlók nem kérnek tanácsot az eladótól, ettől függetlenül fontos, hogy megfelelő

alkalmazottakkal dolgozzak. Hisz ha csak annak a néhány érdeklődő vevőnek rossz a véleménye az eladóról, már az is kedvezőtlen hatással van a bolt hírnevére.

A legfőbb célom a vásárlói igények maximális kielégítése és a vevők elégedettségének elérése egy kifogástalan kiszolgálás mellett. A lefolytatott kutatásom során megbizonyosodtam arról, hogy a termékek beszerzésekor a kiváló minőséget és közepes árak kialakítását tartom szem előtt, nem pedig a márkanevet. Melyet azért teszek, hogy a potenciális vevőim szükségleteinek megfelelő árukínálattal rendelkezzen a boltom. Ha a kínálat megegyezik a vevőim igényeivel a boltom piaci pozíciója erősödhet. Emellett lényeges az új vevők megszerzése mellett a meglévő, törzsvásárlóim megtartása is, mert akár egy elvesztése is káros hatással lehet a bolt jövedelmezőségére. Természetesen lényeges célkitűzésem a bolt nyereséges működése.

A még sikeresebb piacra lépés érdekében szeretnék néhány javaslatot tenni avval kapcsolatban, hogy milyen mélyebb kutatást, elemzést lehetne elvégezni. Először is létfontosságú lenne egy átfogó pénzügyi kimutatás elkészítése annak érdekében, hogy hozzávetőlegesen tisztában legyek azzal mennyi profitra számíthatok. Kulcsfontosság lenne mielőbb árajánlatot kérni több nagykereskedéstől annak érdekében, hogy a számomra ideális beszállítókat ki tudjam választani. Úgy tervezem ha az elsőre megválasztott nagykereskedők megfelelőek lesznek akkor nem fogok változtatni. Ha pedig valami oknál fogva szükség lesz váltásra azt alapos körütekintés fogja megelőzni. Az elvégzett kérdőíves kutatásom rendkívül hasznos volt mivel alátámasztotta, hogy érdemes megnyitni a papír-írószer boltot, és megismertem a vásárlói igényeket, szokásokat. Viszont annak érdekében, hogy még több információ álljon a rendelkezésemre célszerű lenne a kérdőíves kutatást tovább folytatni. Tanácsos lenne a papír-írószer boltom tervezett helyszínének közelében személyesen megszólítani a járó-kelőket, majd a kérdőív kitöltése előtt elmondani nekik néhány mondatban a kutatásom célját és meghatározni a leendő bolt pontos helyét. Így konkrétabb adatokhoz juthatnék a bolt várható forgalmával kapcsolatban.

A szakdolgozatnak köszönhetően betekintést nyertem a piackutatás, és marketingterv készítés világába. Lehetőségem nyílt egy olyan részletes terv kidolgozására, melyet a jövőbeni papír-írószer boltom sikeres megnyitásához és működtetéséhez hasznosítani tudok. Végezetül Gondos Gabriella szavaival zárnám munkám: *„Hiszem és vallom, hogy a vásárlói elégedettségre lehet és kell is törekedni.”*