

MAGYAR AGRÁR- ÉS ÉLETTUDOMÁNYI EGYETEM

SZENT ISTVÁN CAMPUS

AGRÁR- ÉS ÉLELMISZERGAZDASÁGI INTÉZET

PORTFÓLIÓ

(SZAKMAI BESZÁMOLÓ)

BOTH VIVIEN

UNIABX

KERESKEDELEM ÉS MARKETING FELSŐOKTATÁSI SZAKKÉPZÉS

URBÁNNÉ TREUTZ ÁGNES

TANÁRSEGÉD

2023.

Tartalomjegyzék

A szervezet bemutatása, története, tevékenysége, termékek/szolgáltatások bemutatása, szervezeti felépítése.	3
Tulajdonosi szerkezete	7
A vállalat honlapja	10
Tesco piaci pozíciójának vizsgálata, iparág, versenytársak	13
A marketingeszközök jellemzése	15
Termék (Product)	15
Ár (Price).....	18
Értékesítési csatorna (Place).....	19
Kommunikációs politika (Promotion).....	20
Saját végzett munka rövid bemutatása	22
Következtetések, javaslatok	24
Irodalomjegyzék.....	27
Táblázat jegyzék.....	28
Ábra Jegyzék.....	29

A szervezet bemutatása, története, tevékenysége, termékek/szolgáltatások bemutatása, szervezeti felépítése.

Napjainkban a Tesco Magyarország mellett Bengaluruban, Közép-Európában és az Egyesült Királyságban is jelen van. Első magyarországi üzletét 1995-ben nyitotta. Jelenleg 202 üzlet található országunkban és nagyjából heti 2,5 millió vásárló fordul meg az üzletek valamelyikében. A Tesco arra törekszik, hogy minden nap egy kicsit többet tegyen a vásárlóiért, ezért minél több, jelenleg körülbelül 800 beszállítóval dolgozik együtt, hogy a vevők igényeit kielégítse. A cég logója az elmúlt évtizedekben sokszor változott. (1. ábra)



*1. ábra: Tesco logo 1930-tól napjainkig
Forrás: Tesco BST irodai plakát*

A Tesco története egészen 1919-re vezethető vissza. Eben az évben Jack Cohen (1898 – 1979) elkezdett élelmiszert árulni egy londoni bódéból. Majd 1924-ben Jack eladta az első saját márkás terméket, amely a Tesco Tea volt. A név TE Stockwell kezdőbetűiből származik, aki partnere volt a teaszállító cégnek, és CO, Jack vezetéknevéből. 1929-ben Jack megnyitotta az első Tesco üzletet Észak-Londonban. Az üzletben szárazárut árultak és az első márkás terméket, ami a Tesco Tea volt. A harmincas évek elején egy szintén Észak-Londoni telken élelmiszer raktárat hozott létre, majd az elkövetkezendő években Jack Cohen üzleteket vásárolt, ennek köszönhetően a Tesco egész Londonban, a külvárosokban és a szomszédos megyékben is megtalálható volt. 1960-ben már több mint 500 Tesco üzlet létezett. 1973-ban

elkezdődött a benzinkutak bevezetése a főbb telephelyeken és ezzel együtt a versenyképes árak biztosítása az Egyesült Királyság autósai számára.

1985-ban a Tesco elindította a saját márkás egészséges táplálkozási termékcsaládját, majd az elkövetkező években megnyitotta az első „Tesco Express” és a „Tesco Extra” üzleteit. Tesco Express-nek az 1000 m²-nél kisebb üzleteket hívjuk, ahol leginkább a fontosabb élelmiszereken van a hangsúly és nem jellemző, hogy bérlők vannak jelen az áruházban. Tesco Extrának pedig azokat a 3000 m² feletti üzleteket, amelyekben minden háztartási, élelmiszer jellegű, szépségápolási és szórakoztatási cikkek is megtalálható, illetve az áruházon belül jellemzően több bérlő is van.

1995-ben a Tesco elkezdett Közép-Európában is terjeszkedni. A magyarországi üzletek nyitását követték a cseh, szlovák, lengyel, ír, thai, malajziai, és indiai üzletek is. Ugyanebben az évben elindult a Tesco Clubcard, amely az első évben körülbelül 5 millió vásárlót vonzott.

2000-ben elindult a Tesco.com, majd egy évvel később elindult az F&F (Florence & Fred) ruhák forgalmazása az üzletekben.

A Tesco 2010-től kezdve egyre több szén-dioxid kibocsátás mentes üzletet nyitott meg szerte a világban. Például Ramsey-ben és Thaiföldön.

A 2012-ben Prágában majd Szlovákiában indította el először az online élelmiszervásárlást lehetőségét Közép-Európában.

A vállalat 2014-ben bevezetett egy új prémium termék kategóriát, a Tesco Finest termékcsaládot, amely az Egyesült Királyság leggyorsabban növekvő termékcsaládjá. Ez a márka számos egészséges élelmiszert tartalmaz, amelyek segítik a vásárlót a tudatosabb döntések elérésében.

2018-ban a Tesco új üzlettel lépett a piacra, amelyet a Tesco alapítójáról, Jack Cohen-ről neveztek el. A „Jack's” a lehetséges legalacsonyabb áron nyújtja a vásárlóinak a nagyszerű élelmiszereket. (tesco-bst.com, 2023)

A vállalat 2019-ben hozta létre a működését támogató közép-európai központját, a TESCO-BST Üzleti és Technológiai Szolgáltatások Zártkörűen Működő Részvénytársaságot (röviden: TESCO-BST Zrt.). Az itt levő munkavállalók több területen nyújtanak szolgáltatást magyar, szlovák és cseh Tesco üzletek számára.

Ilyen például a pénzügy, amely a közép-európai Tesco vállalkozások számára nyújt támogatást a tranzakciós területen. Ez az osztály az üzlet minden részlegével együttműködve gondoskodik a számlák kifizetéséről és a megfelelő bevételről a Tesco számára.

A pénzügy osztályon belül öt divízióra oszlanak a munkavállalók: Accounts Payable könyvelés, Accounts Receivable könyvelés, Áruházi pénzügy, Treasury és a Számlaegyeztető osztály.

Az Accounts Payable (röviden AP) könyvelő csapat a Tesco BST által befizetendő számlákkal, a cégből indított kifizetésekkel és a kimenő cash flow-val (tényleges pénzmozgással) foglalkozik. Ezek közé tartozik például a céggel együttműködő vagy külön felkérésre együtt dolgozó, leszerződött cégek/egyéni munkavállalók által a cég javára/részére elvégzett tevékenységek kifizetése. Ilyen lehet az auditor cégek kifizetése. A Tesco BST -nél évente több audit is zajlik, külsős és belsős cégek által, külsős auditot általában a Deloitte könyvvizsgáló cég végzi. Egyéb külsős tevékenységek lehetnek az irodaházzal kapcsolatos építészeti tevékenységek melyek jelenleg is zajlanak, ezek a kifizetések különböző építőipari cégeknek történnek, a jelentősebb építőipari munkákat és a magyarországi Tesco üzletek karbantartását a Cushman & Wakefield amerikai ingatlangazdálkodási cég végzi. (Tesco BST SOP, 2023)

Az Accounts Receivable (röviden AR) könyvelő csapat a cég számára befizetendő számlákkal, a cégbe befolyó pénzekkel foglalkozik leginkább, de feladatai közé tartozik még a belső szoftverek (Oracle) tesztelése és karbantartása, riportok készítése. A legjelentősebb befolyó pénzösszegek közé a különböző bérlők által fizetett díjak tartoznak, például bérleti díjak, földhasználati díjak, szerződéskötési díjak. Az AR csapat minden nap átnézi az áruházi pénzügy által generált számlákat, gondoskodik róla, hogy a NAV előírásainak megfelelően legyenek kiállítva a fizetési kérelmek, illetve, ha ez nem így történik és hibát találnak a generált számlákon, akkor ezt jelzik az áruházi pénzügy osztály számára és a számlák javításra/sztorozásra kerülnek. Az AR csapat minden egyes periódus végén pénzügyi zárást végez, ahol meggyőződik a kiállított számlák pénzügyi státuszáról és ezt viszonyítja az adott évi költségvetéshez, a befolyt pénzösszegeket különböző tételek szerint rendezik. (Tesco BST SOP, 2023)

Az áruházi pénzügy osztály (angolul Mall Finance) a magyar, szlovák, cseh Tesco üzletekben jelen levő bérlők pénzügyeivel, számláinak kiállításával foglalkozik. A Mall Finance osztály egy belső szoftveren keresztül nyilvántartást vezet a közép-európai Tesco üzletekben jelen lévő és korábbi bérlőkről, ahol megtalálhatóak a bérlők adatai, aktuális pénzügyi kötelezettségei, egyéni információik. A csapat minden hónap elején kiállítja a bérlők számára esedékes aktuális fizetési kötelezettséget, ezen leggyakoribb tételek a bérleti díj, közös költség, közüzemi költségek, forgalomarányos költségek. A csapat munkavállalói a Tesco Global Zrt.-ben meglévő ingatlangazdálkodói csapattól kapják meg az egyes aktuálisan beköltöző bérlők szerződéseit, fontos adatait, ezután a Mall Finance csapat a bérlőt felviszi a korábban említett belső szoftverbe, felvezeti a nyilvántartásba. Évente egyszer, júliusban az áruházi pénzügyi csapat elvégzi a bérlői bérleti díjak indexálását, mely a bérleti díjak értékének a KSH által számított korábbi éves infláció százalékkal való növelését jelenti. Erről a bérlőknek küldendő értesítési leveleket és számításokat készíti el a Mall Finance csapat. A csapat minden héten kedden és csütörtökön riportokat készít az ingatlangazdálkodási osztálynak, mely dokumentumok tartalmazzák a bérlők számára kiküldött számlák státuszát, összegét. A riportban egy korosított lista készül, mely a befizetetlen számlákat időrendi és összegrendi sorrendbe rendszerezi. Ezen riportok segítségével a Tesco adósságbehajtó cége fizetési felszólításokat küld, a régóra nem fizető bérlők számára. (Tesco BST SOP, 2023)

A Treasury csapat szorosan együttműködik az AR és az AP könyvelő csapattal, feladatuk a cég cash-flowjának kezelése, a céghez beérkező pénzeszegek számlákhoz rendezése, illetve a kifizetett számlák kiegyenlítése az Oracle rendszerben, a kimenő kifizetések elindítása. A Treasury csapat minden reggel egy riportot készít az előző napon megtörtént be- és kifizetésekről, a riport tartalmazza az összegeket, illetve, hogy kinek a részére történt a pénzügyi tranzakció és hogy sikerült-e beazonosítani és számlához rendelni minden befolyó tételt.

A számlaegyeztető osztályon (angolul Invoice Matching) belül is két nagy részre oszlik a csapat. Az egyik nagy csapat az élelmiszer termékekkel dolgozik (Food), a másik pedig olyan nem élelmiszer termékekkel, amikre szükség lehet a háztartásban (Non-Food). Például a szépségápolási szerek, tisztítószer, elektronikai cikkek és a papíráru sorolható ide. Ezen a két nagy csapaton belül több, 2-3 fős csoportokra osztódnak a munkavállalók.

Vannak, akik a bizományos számlákkal foglalkoznak, ami azt jelenti, hogy nem a beszállítás után, hanem az eladás után fizet a beszállítóknak a cég. A bizományos csapat mindennapi feladatai közé tartozik bizonyos időközönként hiány- többlet kimutatást készíteni a beszállítóknak a termékeikről, illetve minden héten lefuttatni egy riportot az előző heti eladott termékekről, majd kiküldeni a magyarországi, szlovákiai és csehországi beszállítóknak ezeket, amik alapján a beszállítók számlákat állítanak ki. A csapat bizományos számlákkal foglalkozó része ezeket a számlákat ellenőrzi és dolgozza fel egy belső rendszeren keresztül, majd az indiai Stock csapat részére küldik tovább feldolgozásra és könyvelésre. A számlaegyeztető osztályhoz tartozik még a visszáru csapat, akik a cseh, szlovák és a magyar boltokba, valamilyen okból visszavitt termékekkel foglalkoznak. Mindhárom országban levő Tesco üzletek újságos részével a számlaegyeztető osztály Lapker csoportja dolgozik.

Az ügyfél és vevőszolgálati (Customer and Colleague Engagement Centre) dolgozók külső és belső támogatást nyújtanak mind a kollégák mind az ügyfelek felé. A kollégákat támogató csapat informatikai és termékekkel kapcsolatos kérdésekkel foglalkozik, az ügyfelekkel foglalkozó csapat pedig a ClubCarddal, a Tesco online felületével és az általános ügyfélszolgálatással kapcsolatos kérdésekkel, akár telefonon, online vagy levélben. (tesco-bst.com, 2023)

Az ügyfél és termék csapat (People and costumer) a beszerzőkkel, a vevőkkel, valamint a kiskereskedelmi üzletág egyéb, kapcsolódó részeivel dolgozik együtt több területen is.

Az emberi erőforrás osztály (People Services) feladata az összes Tesco alkalmazottnak a jogilag megfelelő, pontos és időszerű szerződéseinek, munkával kapcsolatos HR adminisztrációinak, bérszámítása és kifizetésének biztosítása.

Ezeken kívül van még egy modern technológiai terület, amely világszerte több millió ügyfél és kolléga által használt szoftvereket és alkalmazásokat fejleszt.

Tulajdonosi szerkezete

A Tesco BST Zrt. anyavállalata, a Tesco Plc. a londoni tőzsdén jegyzett brit vállalat. A vállalat vezetését működtető igazgatóság tagjait a részvényesek választják. A részvénytulajdonosok között a legnagyobb hányaddal rendelkezők között intézményi befektetők, befektetési bankok állnak, de egyikük tulajdonlási aránya sem kiemelkedő, ahogyan az az 1. táblázatban is látszik. (Marketscreener, 2023)

Shareholders		Tesco PLC (GB00BLGZ9862) ▾	
Name	Equities	%	
Schroder Investment Management Ltd.	376,398,423	5.14%	
Silchester International Investors LLP	364,353,812	4.98%	
FIL Investment Advisors (UK) Ltd.	230,957,871	3.16%	
Norges Bank Investment Management	221,620,613	3.03%	
The Vanguard Group, Inc.	217,515,148	2.97%	
BlackRock Fund Advisors	202,736,289	2.77%	
Mondrian Investment Partners Ltd.	193,309,620	2.64%	
BlackRock Investment Management (UK) Ltd.	193,239,107	2.64%	
Artemis Investment Management LLP	125,575,454	1.72%	
GQG Partners LLC	115,495,888	1.58%	

1. táblázat: Tesco Plc. legnagyobb részvényesei

Forrás: <https://www.marketscreener.com/quote/stock/TESCO-PLC-4000540/company/>

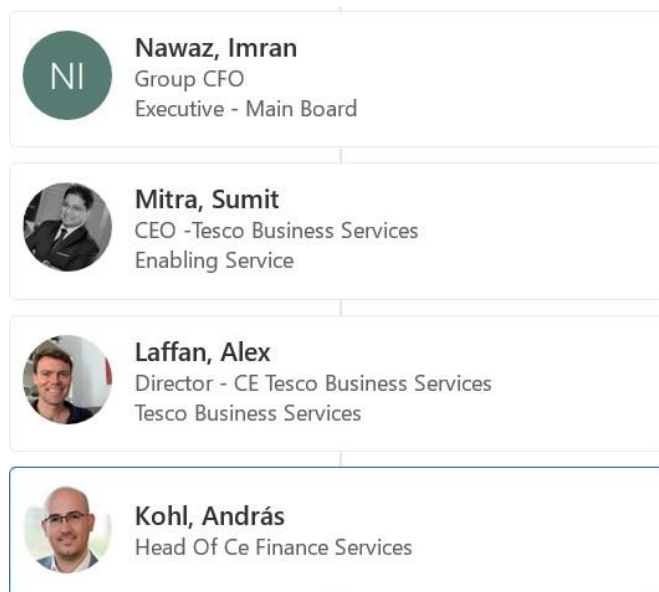
Jelenlegi Tesco Plc. igazgatótanács tagjai a 2.ábrán láthatóak.



2. ábra: Tesco Plc. igazgatósága

Forrás: <https://www.tescopl.com/about/board-board-committees-and-executive-committee/board/>

A Tesco BST igazgatósági tagjai Alexander Laffan, Guus Augustinus Willem Antoine Dekkers, Jiri Cerny, Jonathan Edward Brabin és Pálinkás Zsolt. (Nemzeti Cégtár, 2021)



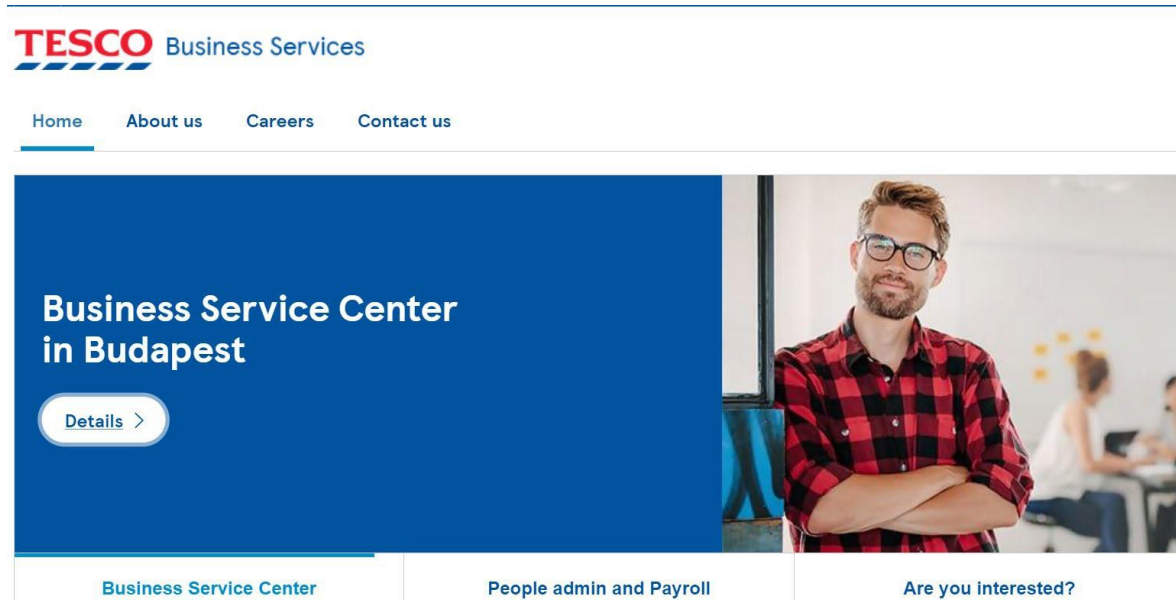
*3. ábra: Tesco BST pénzügyi vezetők
Forrás: Tesco BST Teams hierarchia lista*

A Tesco BST pénzügy osztályának hierarchiája több lépcsőn épül fel. A pénzügyi vezérigazgató, Imran Nawaz, a szolgáltatási részleg vezetője, Sumit Mitra és a közép-európai igazgató, Alexander James Michael Laffan. (3.ábra)

Alattuk minden osztálynak van külön vezetője. A közép-európai pénzügy osztálynak például Kohl András (3.ábra), majd a különböző osztályvezetők alatt vannak a felsővezetők (senior manager). Utánuk következnek a menedzserek, akik az osztályokon belüli csoportoknak a vezetői. A menedzserek alatt vannak a Leadek, aki a fő munkavállaló és a munkavállaló felettese. Az utolsó két lépcsőfok a fő munkavállaló (senior associate) és végül a szimpla munkavállaló (associate).

A vállalat honlapja

A Tesco BST honlapja a <https://tesco-bst.com/> linken érhető el. A honlapra megérkezve és a 4. ábrán is megfigyelhetjük, hogy a weboldal kialakítása csakis a Tesco márka klasszikus színeit alkalmazza (sötétkék, piros, fehér szín).



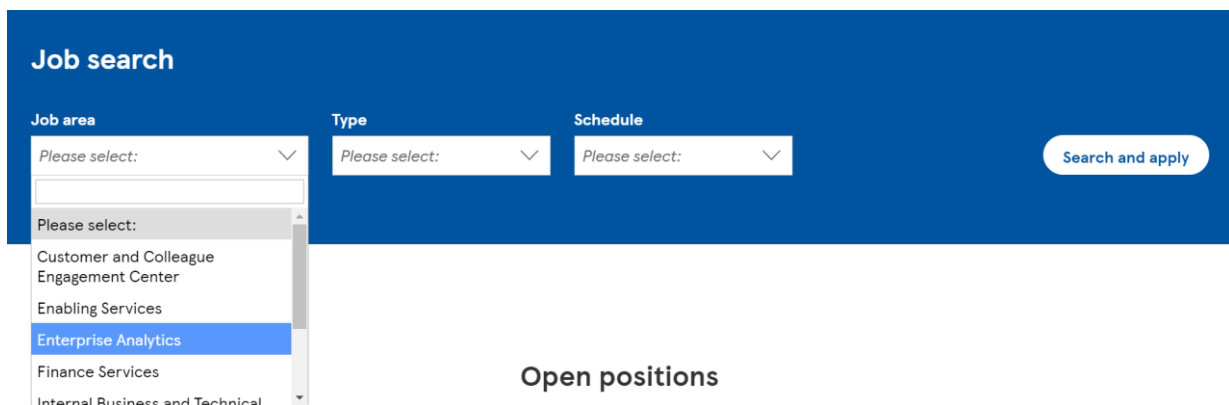
4. ábra: Tesco BST honlap
Forrás: tesco-bst.com

A honlap nyelve angol, és nincs is lehetőség más nyelvet kiválasztani. A főoldal legfőbb eleme, ami a megtekintő számára kiemelten látható, amolyan tekintet vonzó elemként szolgál, az egy három elemből álló képsor, mely időszakosan változik és minden egyes képre kattintva a weboldal három különböző menüpontját érjük el. Az első a Business Service Center, amire, ha rákattintunk, akkor egy, a honlap felhő tárhelyébe ágyazott PDF fájl kerül új böngésző ablakon megnyitásra. Ebben a dokumentumban egy rövid, egy oldalas ismertető látható a cég alapításának háttér gondolatáról, körülményeiről. A második menüpontra kattintva (People admin and Payroll) a cég által kínált álláslehetőségeket szemléltető oldal jelenik meg. Are you interested? néven láthatjuk a harmadik menüpontot, mely ugyanúgy funkcionál, mint a második menüpont. A három menüpont alatt a főoldalon egy rövid szöveg található, ami a Tesco BST szervezeti háttéréről ír. Alattuk megtalálható néhány átirányító link a Tesco közép-európai regionális weboldalaira, a weboldal menüpontjaira, illetve még a Tesco BST elérhetőségeit láthatjuk.

A korábban említett három menüpontos látványelem felett helyezkedik el a weboldal 4 fő menüpontja, ezek közül az első a home (kezdőlap), amelyet az előbb ismertettem. Utána

következik az About us (rólunk) fül, amely alatt az alábbi 3 alpont található: What we do (mit csinálunk), Tesco's history (Tesco története), Our Values (értékrendünk). A What we do menüpont osztályokra lebontva mutatja be a cég által végzett munkát/szolgáltatásokat, külön kitér a Customer and Colleague Engagement Centre, Customer and Product, Finance Services és a People Services osztályok által végzett tevékenységekre, pár mondatban összefoglalja őket. A Tesco's history menüpont az angol anyavállalat történetét, fejlődését mutatja be a kezdetektől, ahogy az a munkám elején bemutattam. Ez a rész egy történelmi analógiának is tekinthető, melyben fontos, a cég történetében jelentős eseményeket évekhez rendel, és mindegyiket röviden bemutatja. Az Our values menüpontban a Tesco értékrendjéről nyerhetünk felvilágosítást kezdve a fő szlogennel (Serving shoppers a little better every day- A vásárlók kiszolgálása minden nap egy kicsit jobban). Lentebb láthatjuk az előbb említett értékrend pontokba szedését, rövidebb ismertetését.

A Careers főmenüpontra kattintva egy álláskeresőknek kialakított belső portál tárul elénk, ahol a cég nyitott pozíciói között böngészhetünk.



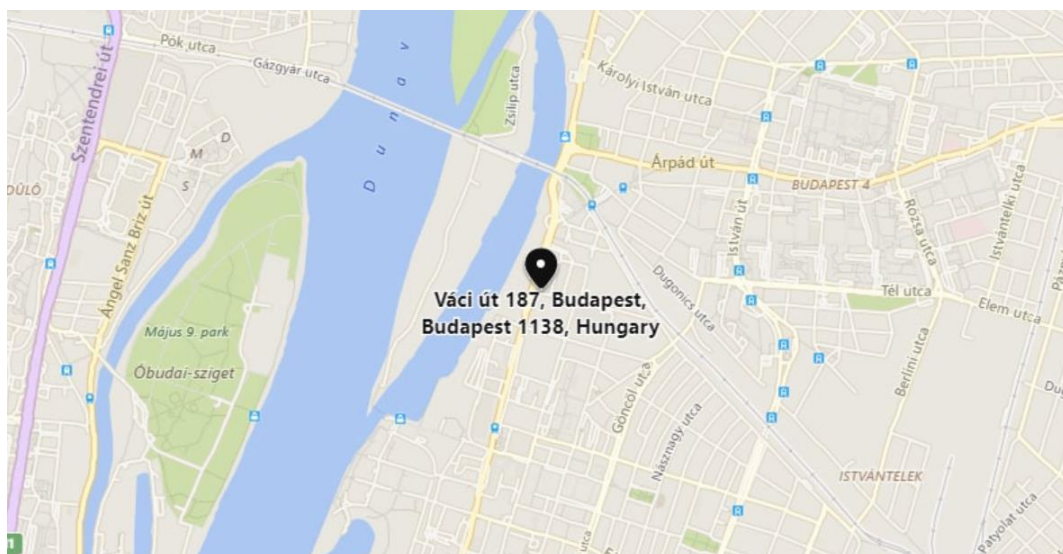
5. ábra: Tesco Bst Careers menüpont
Forrás: <https://tesco-bst.com/careers/>

Az oldalon három típusú feltétel szerint szűrhetünk rá az elérhető munkalehetőségekre. Első feltétel a cégen belüli elhelyezkedése a munkalehetőségnek. Ezen szűrőt lenyitva választhatunk a cég összes divíziója között. (5.ábra) Második szűrő alapján a munkalehetőség hierarchiális szintjét tudjuk kiválasztani. Végül a harmadik szűrőnél a teljes és részmunkaidős állásokat tudjuk szortírozni. Ha minden számunkra megfelelő szűrőt beállítottunk és rákattintunk a keresés gombra akkor a weboldal felkínálja a keresési feltételeknek megfelelően elérhető pozíciókat.

A megjelenített pozícióknál fel van tüntetve az álláslehetőség megnevezése, cégen belüli elhelyezkedése, hierarchiális szintje és az elvárt nyelvtudás az adott munkakörhöz.

Ha egy álláslehetőségre rákattintunk akkor egy új ablakon láthatjuk a pozíció számára külön létrehozott oldalt. Ezen oldalon nagybetűvel fel van tüntetve a pozíció neve, alatta egy három soros táblázatban néhány fontosabb információ az adott lehetőségről (cégen belüli-, hierarchiális elhelyezkedés, munkavégzés helye, nyelvtudási követelmények, munka jellege és a pályázat határideje). Alább látható az álláshirdetés teljes leírása, kezdve egy rövid ismertetővel a cégről, aztán egy munkaköri ismertető, a cég által támasztott követelmények meghatározása végül pedig a cég által ajánlott jövedelmezőségi és ösztönzési csomag. Ha szimpatikusnak találjuk az álláshirdetést, akkor a bal alsó sarokban találjuk a jelentkezés gombot, de ha mégsem felelne meg teljesen az adott állás, az oldal legalján található egy listát a hasonló munkalehetőségekről.

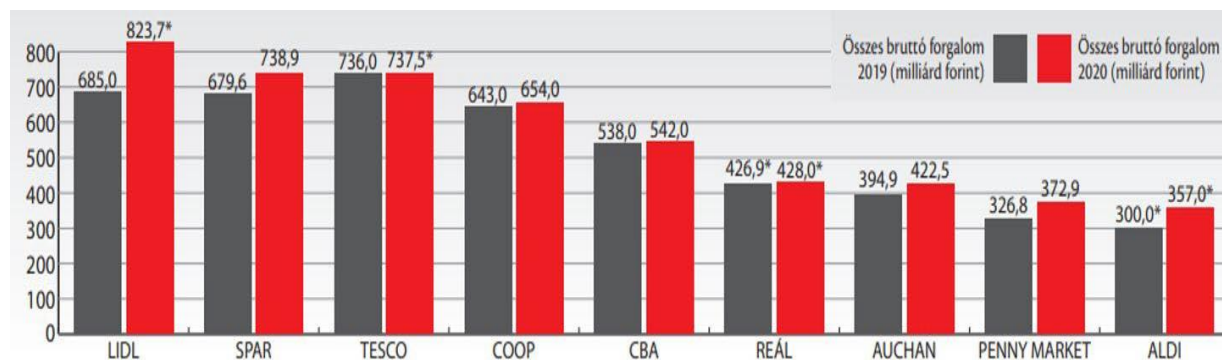
Az utolsó Contact us főmenüpontra kattintva a TBST elérhetőségeiről láthatunk néhány információt és emellett egy beágyazott térképet, ahol a Budapesti iroda elhelyezkedését láthatjuk. (6.ábra)



6. ábra: Tesco BST budapesti iroda elhelyezkedése
Forrás: <https://tesco-bst.com/contactus/>

Tesco piaci pozíciójának vizsgálata, iparág, versenytársak

A Tesco legnagyobb közvetlen versenytársai közé az Aldi, Lidl, Spar, Coop, Reál, Penny Market, Auchan és a CBA-Príma kiskereskedelmi egységek sorolhatóak, mivel ugyan azt a célcsoportot szolgálják ki a Tesco-hoz hasonló termékekkel. (Trademagazin, 2020)



2. táblázat: Tesco és versenytársai forgalmának diagrammja

Forrás: https://trademagazin.hu/wp-content/uploads/2021/05/FMCG-Kereskedelmi-Toplista-2020_poszter.pdf

A Tesco 2020-as bruttó forgalmát megfigyelve a 2. táblázatban észrevehetjük, hogy szinte ugyan annyi maradt, mint a 2019-es évben, csak egy kicsit növekedett. A legnagyobb versenytársainál, az Aldi-nál és a Lidl-nél viszont az mondható el, hogy kimagaslóan emelkedett, főleg az utóbbinál.

A Tesco az Aldi és a Lidl alacsony áraival próbálja felvenni a versenyt a Jack's üzlet bevezetésével, amely sokkal kevesebb terméket tartalmaz, mint egy normál Tesco üzlet. (7.ábra) A Tesco 25 millió fontot fektetett be a Jack's üzletág bevezetésébe, ami azt sugallja, hogy éppen csak belefolyik az akciós, olcsóbb termékek világába, de ha alacsony szinten is, de felveszi a versenyt a vetélytársakkal. (Telegraph, 2018)



7. ábra: Jack's üzlet

Forrás: <https://www.liverpoolecho.co.uk/whats-on/shopping/tescos-budget-supermarket-jacks-really-15830171>

S W O T E L E M Z É S	ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
	<ul style="list-style-type: none"> - Több országban is megtalálható - Egyre több üzlete nyílik - Változatos termékek - Nagy mennyiségű szolgáltatás kínálata - Kiemelkedő technológia - Széles termékválaszték - Frekventált helyen levő üzletek - Hatékony ellátási lánc hálózat - Online vásárlás lehetősége - ClubCarddal kedvezményesebb termékek, pontgyűjtési lehetőség - Dolgozói kedvezmények - Házhozszállítás lehetősége - Egyre több partneri kapcsolat új márkákkal - Új Tesco üzletek terjeszkedése - Magas árrés az árstop nélküli termékeken 	<ul style="list-style-type: none"> - Egyesült Államokban és Japánban sikertelen működés - Nagy mértékű pazarlás - Profit csökkenése az elmúlt évekhez képest - Lejárt termékek árusítása - Nem tisztességes üzleti tevékenységek - Alacsony szintű termékstratégia - Magas árképzés - Termékpaletta lassú bővítése - Az árstopos termékeken nagy a veszteség
	LEHETŐSÉGEK	VESZÉLYEK
	<ul style="list-style-type: none"> - Jack's üzlet megalapítása - Fogyasztói szokások változása - Stabilizálódó forint árfolyam - Munkanélküliségi ráta és a GDP kisebb mértékű csökkenése az előrejelzéseknél - Ételkiszállító alkalmazásokon belül a bolti bevásárlási funkció megjelenése az éttermek mellett (például: Foodora, Wolt) 	<ul style="list-style-type: none"> - Versenytársak sokasága - Gazdasági válság - Egyre magasabb költségek - Csökkenő vásárlási hajlandóság - Telített piac - Magyarországi kiskereskedelmi különadó

3. táblázat: Tesco SWOT elemzés

A marketingeszközök jellemzése

Termék (Product)

A Tesco termékei javarészt kiskereskedelmi jellegű termékek, ahol a legnagyobb súly az élelmiszer cikkeken és a mindennapi fogyasztási cikkeken van. Ezek mellett a nagyobb Tesco üzletekben megtalálhatóak az elektronikai, szépségápolási, ruházati és szórakoztatási cikkek is. Jellemzően egy-egy terméktípusnak több változatát is megtaláljuk különböző márkáktól, gyártóktól. Ennek fényében kijelenthető, hogy a Tescoban szélesebb áruválasztékot találhatunk, mint egy kisebb diszkont áruházban. A széles termékválaszték mellett a Tesco saját márkás termékeket is gyárt. Ezek közül a legelsőnek bevezetett márkátípus a Tesco Value, amely jelen van Magyarországon is az üzlet itthoni megjelenése óta. Ezzel a márkátípussal jellemzően élelmiszereknél és háztartási cikkeknél találkozhatunk, például száraz tészta, sör, mosószer, pelenka. A Value termékek könnyen felismerhetőek jellegzetes csomagolásukról, hiszen letisztultak, és egyszerűek, és jellemzően a Tesco tradicionális színeit használja (kék, piros, fehér) és az összes terméknek hasonló a csomagolása. (8.ábra) A márká célja az érzékeny fogyasztók megnyerése, a termékek jellemzően az adott palettán belül a legolcsóbbak a boltban belül, akik az alacsony árakat keresik azoknak vonzó lehet ez a termékcsalád, viszont puritán csomagolásuk és gyengébb minőségük miatt sok fogyasztó kerüli őket és napjainkban már nem annyira népszerűek, mint a 2000-es évek elején.



8. ábra: Tesco Value, saját márkás csoki

Forrás: <https://news.movehut.co.uk/tesco-axes-value-range-due-to-consumer-embarrassment-7685/>

Habár a Tesco Value a kezdetekben nagyon népszerű volt, ahogy a 2008-as gazdasági válság hatásai fokozatosan elmúltak és 2014-2015-től kezdve globálisan egy általános gazdasági jóllét kezdődött, így a vásárlónak már kevésbé volt szükségük az alacsony minőségű, nagyon olcsó és silány csomagolású termékekre. A Value termékcsalád folyamatosan veszített a népszerűségéből ezért innovációra volt szükség a Tesco részéről, mely egy válasz lett az új fogyasztói igényekre. Így jött létre a Tesco Finest termékcsalád, ami egy prémium minőségű, magasabb árkategóriájú termékek csoportja. A Finest termékek könnyen felismerhetőek a jellegzetes sötét színt tartalmazó csomagolásukról, mellyel a Tesco egy exkluzív hatást szeretne kelteni a fogyasztóban, aki megvásárolja ezt a terméket. (9.ábra) A Valueval ellentétben, a Finest termékcsaládnál nem találunk háztartási cikkeket a termékpalettában, leginkább az élelmiszerekre koncentrálnak. Például, hús, chips, csokoládé, magvak, bor. A Tesco Finest arra törekszik, hogy egy magas minőségű étkezési élményt nyújtson a fogyasztónak, aki úgy tudja érezni magát mintha egy étteremben lenne, ellentétben a Value családdal, ahol nincs hangsúly az élmény faktoron, csakis az áron. (tesco.hu/tesco-finest, 2023)



9. ábra: Tesco Finest Termékcsalád
Forrás: <https://www.tesco.com/groceries/en-GB/zone/tesco-finest>

A Value család után a legismertebb Tesco saját márka az F&F ruha brand. Az F&F márka logója fekete négyzetben, egy fehér F&F felirat. (10.ábra) Ebben a logóban nem találhatóak meg a klasszikus Tesco színek. Az üzletekben az F&F ruhaszekcióban bármelyik korosztály megtalálhatja a maga termékét, egészen a babaruháktól a felnőtt öltözetekig. Az F&F szekció kialakítása a nagyobb Tesco üzleteken belül, olyan mintha egy ruhabolt lenne az élelmiszerboltban belül. A ruha brand szlogenje „A divat, amiért érdemes benézni hozzánk”.



10. ábra: F&F logo
Forrás: <https://tesco.hu/ff-ruhasat/>

A Tesco “Jól enni, jól lenni” gyűjtő kategória alatt megtalálhatóak mindenfajta ételallergiára készült termékek, például glutén- és laktózérzékenységre (Tesco Free From). A vegán és vegetáriánus életmódot folytató fogyasztók a Plant Chef termékei közül válogathatnak. A környezetvédelemre és az állattartási módokra érzékeny fogyasztók számára az Organic, bio termékcsaládot szolgáltatja a Tesco.

A Pet Specialist egy prémium állateledel termékcsalád, amely mesterséges ízfokozók nélkül, széles választékban található meg a Tesco üzleteiben. A Pet Specialist kiváló minőséget ígér megfizethető áron, amellyel, hogy a házikedvenceink egészségesek lesznek a termékeiktől. A csomagolása fekete színű, a Finesthez hasonlóan prémium hatást kelt és az aktuális állattípus van feltüntetve rajta. (11.ábra)



11. ábra: Pet Specialist termékcsalád
Forrás: <https://tesco.hu/allateledek/>

A Fred&Flo a Tesco saját márkás termékcsaládja, amely pelenkákat, nedves törlőkendőket és más hasznos babaápolási kiegészítőket kínál a fogyasztók számára.

A Go Cook a Tesco sajátmárkás konyhai eszköz termékcsaládja. Egyedi minőséget, megfizethető árakat és praktikus kialakítást ígér ez a termékcsalád. Palacsintasütő, lábas, fazék, hőálló szilikon nyél és mindenféle főzési ambíciónak megfelelő termékeket kínál a Go Cook, 20 év garanciával. (Tesco.hu, 2023)

A fizikai termékek mellett a Tesco több saját, házon belüli szolgáltatást is nyújt. Napjainkban a legnépszerűbb és a legismertebb a Tesco Clubcard, amely a cég saját fogyasztói számára létrehozott hűségprogram. A Clubcard egy fizikális és digitális formában is létező vásárlói kártya melynek birtoklásával a vásárlók különböző kedvezményekre tehetnek szert, illetve minden vásárlás után pontokat kap a fogyasztó, melyeket később kedvezményekre tud beváltani. A Clubcard telefonos applikációjában időről időre személyre szabott kuponok jelennek meg, illetve időszakos eseményeken (nyugdíjas kedd, vasárnApp) kedvezményekre tehetünk szert, ha rendelkezünk ilyen kártyával. Napjainkban, ha meglátogatunk egy Tesco áruházat belépésnél egyből azok a termékek fogadnak, amelyek akciósak Clubcarddal. Ha végig megyünk az áruházban, szinte minden terméktípusnál találunk egy olyan terméket, amelyet alacsonyabb áron tudunk megvásárolni hogyha rendelkezünk a kártyával.

A magyar Tesco rendelkezik egy saját utazási irodával is, aminek a neve Útrakészen, amely klasszikus utazási irodai tevékenységeket végez. A weboldalt megnyitva több üdülési ajánlattal is találkozhatunk, és az utazó a saját igényei szerint tud válogatni az oldalon az akciós utazások között. A különböző utazási ajánlatok hasonlóan vannak hirdetve, mint egy Tesco élelmiszer, például az ajánlat kedvezmény összegét jelző sárga keret. Az utazási iroda biztosítási szolgáltatásokat is nyújt az utazni vágyók számára. (utrakeszen.hu, 2023)

Korábban Magyarországon próbálkozott a cég a Tesco Mobil bevezetésével, de ez sikertelen volt, és 2016-ban felfüggesztették a működését. Nagy-Britanniában a Tesco banki szolgáltatásokat is nyújt az ügyfelek számára (hitelnyújtás, számlavezetés).

Ár (Price)

A Tesco árazási stratégiája a különböző saját termékcsaládok esetében eltérő. A Value termékek ára alacsony, árérzékeny vásárlókat vonzanak, ezzel szemben a Finest termékek árazása magasabb és inkább a minőségre odafigyelő fogyasztókat vonzza, mint az árérzékenyeket.

Az F&F termékek ára korábban jelentősen alacsony volt a többi divatlánc árazásához képest, mára viszont hasonló árakkal dolgoznak, mint a népszerű fast fashion üzletek, így azokat a fogyasztókat, akiknek az ár a legfontosabb nem tudja már olyan könnyen megnyerni, mint régebben.

A Tesco Free From termékek drágábbak, mint a hasonló cikkek, amelyek a nem ételallergiával rendelkezők számára készülnek, viszont ez bármelyik áruházláncnál hasonlóan van. Ugyanez elmondható a Plant Chef és az Organic termékekről is.

A Pet Specialist termékek is a drágább árkatóriába tartoznak és hasonló árképzési stratégiával rendelkeznek, mint a Tesco Finest termékcsalád.

A kedvezményekről, akciókról a vásárlók a Tesco minden héten megjelenő különböző áruház típusokra kiadott akciós újságaiból tájékozódhatnak. Ilyen újságokat találhatunk minden bolt bejáratánál, de fizikai formában már nem annyira népszerűek, és a cég sem erőlteti a nyomtatott újságok terjesztését, inkább online és a telefonos applikációban jelentetik meg az akciókat. Személyre szabott akciókkal találkozhatnak a fogyasztók a Clubcard applikáción belül és a legtöbb akció kommunikációs csatornájába beékelődött a Clubcard szolgáltatás, a Tesco a legtöbb akciót ezen keresztül marketingeli.

Általánosságban Magyarországon a fogyasztók jelentősen árérzékenyek és emiatt a Tesco egyre inkább veszíti el a versenyt a német diszkontáruházakkal (Aldi, Lidl, Penny) szemben. A Tesco már nem mindig tudja megszólítani azokat a vevőket, akiket régebben, akik a cég magyarországi megjelenésekor még vevői voltak, mivel nem tudja megfelelően tartani az árversenyt a korábban említett vetélytársakkal.

Értékesítési csatorna (Place)

A Tesco értékesítési csatornája indirektnek tekinthető, mivel a beszállító és a vevő közé beékelődik a Tesco, mint kiskereskedelmi egység.

Az értékesítés formája a termékek esetében önkiszolgáló értékesítés, mivel a vevő veszi le saját magának a polcokról a terméket és általában csak a pénztárnál találkozik az eladóval. Természetesen kérhet vásárlás közben is segítséget az eladótól a vevő, de leginkább a vevő és az áru közötti kapcsolat van hangsúlyban.

A Tesco értékesítési helye az üzletei és az online vásárlási felülete. A Tesco üzletekből többfajta létezik, az egyik fajtája a Tesco Express, ami egy kis területű, kevésbé széles áruválasztékkal rendelkező, kisbolt jellegű üzlet.

Ezen felül találkozhatunk az általános Magyarországon legjobban elterjedt Tesco hipermarketekkel, amelyek már nagyobb területűek, széles termékpalettával rendelkeznek és több vevői igényt tudnak kielégíteni. A hagyományos hipermarketeknél is nagyobb területtel rendelkeznek a Tesco Extra boltok, amelyek még azoktól is nagyobb választékkal rendelkeznek az elektromos, ruházati, háztartási és egészségügyi termékek területén, illetve legalább 4-5 bérlői üzletet is találhatunk az áruházon belül.

A Tesco által nyújtott korábban részletezett szolgáltatásokat online tudjuk igénybe venni, de jellemzően egy nagyobb hipermarketben is van egy olyan stand, ahol egy alkalmazott a különböző szolgáltatások értékesítésével foglalkozik.

Online vásárlásra a Tesco saját honlapján és az applikációban is van lehetőség, ahol széles termékválasztékkal találkozhatunk és van lehetőség házhozszállítással megrendelni a termékeket, vagy akár egy megadott üzletben is át lehet venni azokat. A házhozszállítás időpontját a vevő választhatja ki, amikor neki a legmegfelelőbb minden nap 8-22 óra között és a kiszállítás pillanatáig a Tesco megfelelő (például hűtött) körülmények között tárolja a megrendelt termékeket. (tesco.hu/tesco-otthonrol, 2023)

Kommunikációs politika (Promotion)

A Tesco reklámokkal leggyakrabban a televízióban találkozhatunk, ilyenkor általában valamilyen akciós termék kerül bemutatásra, előtte előfordul, hogy egy rövid vásárlói szituációt láthatunk, vagy egy adott Tesco üzletben játszódó jelenetet. A reklámokban bemutatott akciós termékek jellemzően élelmiszerek vagy valamilyen szezonális termékek (pl.: nyáron medence, strandkellékek, télen karácsonyfadísz, kész sütemény), melyeknek általában az árkategóriája az alacsonyabb típusba esik, leggyakoribb az ezer forint alatti egységárú termék, hiszen a Tesco érdeke, hogy az alacsony árú termékeit reklámozza/mutassa be a vevői számára. Amikor a termék bemutatásra kerül a reklámban általában egy fehér háttér előtt jobb oldalt középen láthatunk egy képet a termékről az egységárával együtt, ami pirossal van bekarikázva.

A televíziós reklámokon kívül találkozhatunk még a közutak mentén óriásplakátokkal is, amelyeken 2022. nyara óta jellemzően a „Garancia az olcsó árakra!” kifejezés van főszerepben. (12.ábra)



*12. ábra: Tesco "Garancia az olcsó árakra" logo
Forrás: <https://www.youtube.com/watch?v=W3dluMwiMK0>*

Hirdetésekkel találkozhatunk még különböző online közösségi média felületeken. Megfigyelhető, hogy különböző ünnepi alkalmakon (pl.: karácsony, húsvét), amikor az étkezés van az egyik fő központban sokkal többször jelenik meg reklám.

A Tesco üzletekben történő vásárlásokkor sokszor hallhatjuk a Tesco Rádió által futtatott reklámokat, ahol az akciós termékekre hívják fel a figyelmet, vagy valamilyen szolgáltatást reklámoznak.

Saját végzett munka rövid bemutatása

A Tesco BST-nél töltött szakmai gyakorlatom alatt a számla egyeztető osztályon dolgoztam, ahol a bizományos számlák feldolgozásával foglalkozó csapat része voltam. Az első napokban megismerkedtem a bizományos csapat két másik munkavállalójával, akik a területünkön használt belső programokkal, majd a jövőben végzett feladataimmal kapcsolatban tájékoztattak minden fontos információval.

A heti feladataim közé tartozott minden kedden egy riportot készíteni, amit azután lehet elkezdni, hogyha az indiai Stock csapat megküldte részünkre az alap adatokat, mint például az eladott termékek és a visszaruk listáját. Ha ez megtörtént akkor egy Consignment Manager nevű, Windows Access alapú programon tudtam a jelentéseket lefuttatni, amit mindhárom (magyar cseh, szlovák) országra meg kellett csinálnunk. Én legtöbbször a magyar jelentéseket készítettem el és a magyar számlákat dolgoztam fel a gyakorlatom során, de lehetőségem volt a cseh és a szlovák számlákkal is dolgozni.

Heti feladataim közé tartozott még hétfőnként átnézni és kiegészíteni a beszállítói terméktáblázatot, ami egy saját, belső excel táblázat, amit a Reclassification (röviden: recla) tábla alapján vezettünk. A Reclassification tábla egy beszerzők által kezelt tábla, ahol az összes szállítót és a szállítókhöz tartozó termékeket vezetik fel azzal a dátummal, amikortól riportálni szeretnék. A beszerző felelőssége, hogy helyes adatokat írjon be a táblába. A Recla táblán a beszerzőknek péntekig van lehetőségük változtatni és a következő héten kedden aszerint készítettük el a jelentéseket, ahogy ők azt kezelték, mivel a beszállítói termék táblázatot aszerint módosítottam. Minden hétfőn naprakésznek kell lennie a beszállítói termék táblának, mert ez alapján a tábla alapján is kaptuk az adatokat a Stock csapatától.

Minden pénteken a szállítók megkapják email-en a heti jelentéseket, amely alapján az eladásra számlát küldenek. A számlák érkehetnek EDI rendszeren vagy emailben PDF formátumban. Mindkét esetben ugyanolyan módon kell ellenőrizni a fogyás számlákat. A számlán az ÁFA teljesítési dátumnak meg kell egyeznie a fizetési határidővel és a számlán levő megjegyzés rovatban fel kell tüntetni a számlázott időszakot (vagy dátum -tól, -ig, vagy, hogy melyik héthez tartozik az adott száma) és a leszámolt összes db számot is. Ez megkönnyíti az egyeztetést. Mennyiségileg is egyeznie kell a számlán feltüntetett darabszámnak a heti jelentésben levő darabszámmal. Ha van mennyiségi eltérés, azt jelezni kellett a szállítónak email-ben. Amíg a számla/számlák db számban eltérnek a kimutatásunktól, addig nem dolgozhattam azzal tovább. Lehet a számla és a kimutatás között ár eltérés is.

Ebben az esetben az adott szállítóhoz tartozó beszerzőnek kellett elküldenem a számlát és ő hagyta jóvá a fizetést.

Ezeket a beszállítóktól kapott számlákat fel kellett vezetnem egy közös meghajtón levő táblába. Azokat a számlákat, amelyek mindenben megegyeznek a heti jelentéssel, vagy a beszerző jóváhagyta az eltérést, azokat rögzítettem ODT-ben (Ofi Direct Tracker), ami egy belső számla rögzítő rendszer. Ezeket a rögzített számlákat az indiai AP csapat dolgozza fel/könyveli a továbbiakban.

Voltak ritkábban elvégzendő feladataim is. Ide tartozott a periódus zárás, amit mindig egy adott időszak elején kellett elvégezni. A minden kedden elvégzett riport futtatás után, ugyanabból a programból ki kellett másolni az adott periódusban létrehozott jelentések adatait majd az ODT nevű programból is le kellett tölteni az adott periódusban felvezetett és az indiai AP csapat által lekönyvelt vagy fel nem dolgozott számlákat, majd ezekből egy táblázatot csinálni, amely alapján kapunk egy értéket, amit a vezetőségnek kellett tovább küldenem jóváhagyásra.

A ritkábban végzett feladataim közé tartozott még a hiány-többlet (készletveszteség) jelentés készítése a beszállítóknak. Mindegyik beszállítónak általában negyedévente vagy kérésre hosszabb időre kell készletveszteség jelentést készíteni, amit a Consignment Manager nevű programól le kellett menteni a kért/meghatározott időszakra. A program létrehoz 2 excel táblát, amiből az egyiket kiküldtem a beszállítóknak, amit a saját adataikkal kitöltve küldtek vissza a másikkal pedig a háttérben dolgoztam a Tesco adataival és a megküldött beszállítói adatokkal. Ebben a folyamatban, ha megegyeznek a beszállító és a Tesco adatai akkor el kell küldeni az indiai Stock csapatnak jóváhagyásra a táblázatot, majd a jóváhagyások megérkezése után létre kell hozni még egy táblázatot, amiben termék szinten fel van tüntetve a beszállítónak a termékei, illetve az összes darabszám és összeg, ami alapján jóváhagyást/számlát kell készítenie. Miután ezt a táblázatot megküldtem a beszállítónak, és érkezett rá számla, ellenőriznem kellett, hogy helyes dátumokat, összeget és darab számot tüntetett-e fel a számlán, illetve, hogy feltüntette-e az adott hiány-többlet időszak dátumait. Majd a szokásos módon rögzítettem az ODT nevű programban.

Következtetések, javaslatok

A Tesco BST-nél töltött időm alatt az ott dolgozó személyeket nagyon megkedveltem és véleményem szerint egy nagyon összetartó csapat része lehettem. A menedzserem, a felettesem és a munkatársaim is végig segítőkészek voltak. A csapaton belül voltak konfliktusok több munkatársam között is, de általánosságban könnyen és gördülékenyen túlléptek rajta és a menedzserünk segítségével újra visszaállt a rend a csapatban. Több kollégám is felmondott a gyakorlati időm során egy jobb lehetőség miatt ezért folyamatosan új embereket ismerhettem meg a helyükre érkező kollégák végett és több csapatépítő vacsorán, eseményen vehettem részt, ahol még jobban összekovácsolódott a csapat.

A cégnél végzett munkámat nagyon hamar megtanultam és gördülékenyen vettem. A bizományos számlák ellenőrzésekor sokszor voltak eltérések összegben a kimutatás és a számla között és a beszerző kollégákkal nehezen lehetett kommunikálni, többszöri felszólítás ellenére is ritkán válaszoltak időben, ezért sokszor lejárt egy számla fizetési határideje. Az indiai AP csapat is sokszor későn, már a fizetési határidő lejáta után könyvelte a számlákat és az ilyen lejárt számlák miatt a beszállítók sokszor reklamáltak nekem és a kollégáimnak és számunkra/számomra nagyon kellemetlen helyzetek alakultak ki egy-egy esetben, mivel, ha az indiai AP csapat vagy a beszerzők valamelyike későn foglalkozott a számlával minden esetben minket kerestek meg a beszállítók és nekünk kellett magyarázkodni, illetve nyomozni a számlák után. Ennek megoldására sokkal jobb kapcsolattartást, illetve odafigyelést ajánlanék a különböző társosztályoknak. Véleményem szerint heti 1-2 közös megbeszélés kellene minden együtt dolgozó osztálynak és kevesebb ilyen probléma alakulna ki.

A munkafolyamat, amit végeztem sokoldalú volt, mivel a 32 darab magyar beszállító számlái mind különbözőek voltak és ezeknek a feldolgozása mellett minden kedden a folyamatos heti riportok készítése is része volt a mindennapjaimnak. Az ilyenkor futtatott magyar jelentések általában 4-5 órát is igénybe vettek és leginkább a rendszer miatt tartott ennyi ideig, mivel a rengeteg adatot nagyon lassan tudta feldolgozni a Consignment manager. Javasolnám ennek a programnak a fejlesztését és korszerűsítését, az nagyban megkönnyítené a bizományos csapat munkáját.

A heti több hiány-többlet egyeztetés sem ment mindig gördülékenyen, hiszen sokszor különböztek a beszállító és a Tesco adatai. Ebben az esetben folyamatos egyeztetés és új táblázatok készítése volt a teendő, egészen addig, ameddig végül nem egyeztek minden pontban (eladás, bevétel, visszáru, beszállítás) a két fél adatai. Ennek a folyamatnak a meggyorsítása érdekében szerintem minden beszállítónak a hiány-többlet jelentés

kiküldésekor létre kelleme hozni egy Teams megbeszélést, ahol egyeztetni kellene az adatokat. Ezzel a folyamattal többszörösen gyorsabb lenne az egyeztetés, hiszen jelenleg több napig, hétig, illetve hónapig is eltarthat mire a végére érünk egy szállító hiány-többlet egyeztetésének.

Az iroda, ahol dolgoztam egy nyitott iroda volt, és a mi emeletünkön általában a pénzügy csapat volt megtalálható. Nem tetszett ez a kialakítás mivel sokszor nehezen lehetett koncentrálni a hangzavar miatt. A felszereltsége átlagon felüli, hiszen minden asztalnál monitorok vannak, több nyomtató is megtalálható minden emeleten, az elektronikai eszközök (laptop, monitor, billentyűzet) tisztántartására is van lehetőség az asztalsorok szélén található kendők segítségével. Az összes szinten van egy konyha, ahol minden héten szerdán gyümölcsnap volt és a konyhákban több kávéfőző, mikró, hűtő és mosogatógép is megtalálható, illetve a takarító személyzet napi többször is takarítja az irodát/konyhát ezzel is megkönnyítve a munkavállalók dolgát. A szakmai gyakorlatom során több céges eseményen is részt vettem, a vezetés próbál odafigyelni, hogy minél több lehetősége legyen a munkavállalóknak kikapcsolódni az irodán kívüli életben is.

Az iroda helyileg az én lakóhelyemről nehezen megközelíthető és többször is át kell szállnom, hogy eljussak oda. Pozitívum, hogy az irodához viszonylag közel található meg a buszmegálló, vasútállomás és a metró is.

A HR osztály nehezen és lassan kezelte azokat az eseteket amikor valamilyen dokumentumra volt tőlük szükségem és volt, hogy csak többszöri megkeresésre értem el a humán erőforrás csapatból bárkit is, ez nagyon megnehezítette az ügyintézkést a szakmai gyakorlathoz szükséges papírokkal kapcsolatban is. Javasolnám ezen az osztályon dolgozóknak, hogy legyenek sokkal nyitottabbak a többi kolléga felé és nyújtsanak több lehetőséget a velük való kommunikációra, mint például heti több HR fogadóóra. Javasolnám még erre a problémára, hogy a humán erőforrás területre több kollégát vegyen fel a cég így több figyelem jutna a cégnél dolgozók problémáira.

A TBST vezetősége próbál mindent megtenni annak érdekében, hogy az ott dolgozó munkavállalók jobban érezzék magukat és több lehetőségünk is volt elmondani a javaslatainkat és a problémáinkat a céggel kapcsolatban. Az itt eltöltött időm alatt például egy „Every Voices Matter” nevű kezdeményezés folyt, ami egy online, név nélküli kérdőív kitöltés volt, ahol az eredmények alapján legnagyobb arányban a fizetés mennyiségére panaszkodtak a munkavállalók a munkamennyiséghez képest. Ezért mindenképpen javasolnám, hogy vizsgálják felül az alkalmazottak bérezését.

A Tesco BST honlapja véleményem szerint nagyon egyszerű és könnyen el lehet igazodni a menüpontok között. Negatívum, hogy csak angolul lehet használni, ami az angolul nem tudóknak nehézséget okozhat, így javasolnám, hogy az oldalon lehessen több nyelvet is kiválasztani.

Irodalomjegyzék

<https://bstrategyhub.com/> (2023.05.09.)

<https://daniellavarga.hu/marketing-mix/> (2023.05.06.)

https://hu.wikipedia.org/wiki/%C3%89rt%C3%A9kes%C3%ADt%C3%A9si_m%C3%B3do_k_a_kereskedelemben (2023.05.12.)

<https://www.marketscreener.com/quote/stock/TESCO-PLC-4000540/company/> (2023.05.06.)

<https://www.nemzeticetar.hu/nemzeticetar/cegadat/0110140160/TESCO-BST-Zrt> (2023.05.06.)

https://prezi.com/2_xle_6juvvg/tesco/ (2023.05.09.)

<https://tesco.hu> (2023.05.14.)

<https://tesco-bst.com/> (2023.05.14.)

<https://www.tescopl.com/about/board-board-committees-and-executive-committee/board/>
(2023.05.06.)

https://trademagazin.hu/wp-content/uploads/2021/05/FMCG-Kereskedelmi-Toplista-2020_poszter.pdf (2023.05.12.)

<https://utrakeszen.hu/> (2023.05.14.)

<https://www.youtube.com/watch?v=hR8JE-U4mnY> (2023.05.14.)

Táblázat jegyzék

1. táblázat: Tesco Plc. legnagyobb részvényesei Forrás:
<https://www.marketscreener.com/quote/stock/TESCO-PLC-4000540/company/> _____ 8
2. táblázat: Tesco és versenytársai forgalmának diagrammja Forrás: https://trademagazin.hu/wp-content/uploads/2021/05/FMCG-Kereskedelmi-Toplista-2020_poszter.pdf _____ 13
3. táblázat: Tesco Swot elemzés _____ 14

Ábra Jegyzék

1. ábra: Tesco logo 1930-tól napjainkig Forrás: Tesco BST irodai plakát _____	3
2. ábra: Tesco Plc, igazgatósága Forrás: https://www.tescopl.com/about/board-board-committees-and-executive-committee/board/ _____	8
3. ábra: Tesco BST pénzügyi vezetők Forrás: Tesco BST Teams hierarchia lista _____	9
4. ábra: Tesco BST honlap Forrás: tesco-bst.com _____	10
5. ábra: Tesco Bst Careers menüpont Forrás: https://tesco-bst.com/careers/ _____	11
6. ábra: Tesco BST budapesti iroda elhelyezkedése Forrás: https://tesco-bst.com/contactus/ _____	12
7. ábra: Jack's üzlet Forrás: https://www.liverpoolecho.co.uk/whats-on/shopping/tescos-budget-supermarket-jacks-really-15830171 _____	13
8. ábra: Tesco Value, saját márkás csoki Forrás: https://news.movehut.co.uk/tesco-axes-value-range-due-to-consumer-embarrassment-7685/ _____	15
9. ábra: Tesco Finest Termékcsalád Forrás: https://www.tesco.com/groceries/en-GB/zone/tesco-finest _____	16
10. ábra: F&F logo Forrás: https://tesco.hu/ff-ruhazat/ _____	17
11. ábra: Pet Specialist termékcsalád Forrás: https://tesco.hu/allateledelek/ _____	17
12. ábra: Tesco "Garancia az olcsó árakra" logo Forrás: https://www.youtube.com/watch?v=W3dluMwiMK0 _____	21