

Szent István Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet

ILLIK-E ÜZLETI SZEMPONTBÓL ISASZEGEN TEÁOR4711-ET NYITNI A CÉGINFORMÁCIÓS ADATBANK ADATAI ALAPJÁN?

Is it proper to open a grocery store in Isaszeg
based on data from company information services?

Konzulens:
Dr. Pitlik László, egyetemi docens,
SZIE GTK MY-X Kutatócsoport

Önálló szervezeti egység vezetőjének neve:
Dr. Káposzta József
Egyetemi docens

Készítette:
Horváth Gergő
W2AR3H
Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök
Területfejlesztési szakirány
Levelező tagozat

Gödöllő
2016

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés.....	3
1.1. Témaválasztás indoklása.....	3
1.2. A feladat háttere.....	4
1.3. A dolgozat célja	4
1.4. Érintett célcsoportok	5
1.5. Várható hasznosság.....	6
2. Szakirodalmi feldolgozás	7
2.1. Versenyképesség Magyarországon.....	7
2.2. A kiskereskedelemről	8
2.3. A klasszikus üzleti tervezésről.....	10
2.4. Beruházás és befektetés alapvetéseiről	12
2.5. Google Trends, mint igényfelmérő opció	14
2.6. A hasonlóságelemzőről.....	15
2.7. Szakértői rendszerekről.....	16
3. Az anyag és a módszertan	18
3.1. Google Trends elemzés levezetése	18
3.2. Alternatív megoldások hasznosságának összevetése.....	20
3.3. A tervezett megoldás adatvagyonának bemutatása	22
3.3.1. Objektumok	23
3.3.2. Attribútumok és irányuk	24
3.4. A feladat megoldása best practice segítségével	27
3.5. A feladat megoldása COCO hasonlóságelemzővel	28
4. Eredmények.....	31
5. Következtetések, javaslatok	32
5.1. Következtetések	32
5.2. Javaslatok.....	33
6. Összefoglalás.....	35
7. Irodalomjegyzék.....	36
8. Rövidítés- és definíciós jegyzék.....	38
9. Mellékletek.....	40

1. Bevezetés

Ez a fejezet tartalmazza a diplomadolgozatom motivációját, a témaválasztás indoklását. Szó esik továbbá a diplomadolgozat céljáról, az érintett célcsoportokról, illetve leírásra kerül a munka jellege, hasznossága és célcsoportjai is.

1.1. Témaválasztás indoklása

Napjaink fogyasztói társadalmában mindig van igény új beruházásokra, (vö. <https://www.uzletetide.hu/>) - ezek milyensége azonban utcánként, városrészenként, településenként/régióként eltérő lehet. Személy szerint sok alkalommal hallottam már, hogy egyes üzletfajtákból az optimálisnál több van egy körzetben/településen, másokból pedig a szükségesnél is kevesebb. Ezek a tapasztalatok ösztönöztek engem arra, hogy egy olyan, tudományos alapokon nyugvó rendszert hozzak létre, létre szemben a szakirodalom és a megkérdezett szakértők által alapvetően intuitívan kezelt kérdéskörrel, amely a fogyasztók igényeit figyelembe véve felméri/megbecsüli a vizsgált település piaci lehetőségeit, illetve azt, hogy egyes területek mekkora potenciált hordoznak magukban. Diplomadolgozatom során TEÁOR 4711-es kódszámmal jelzett, *(lásd rövidítés - és definíciós jegyzék)* kis kockázatú vállalkozásforma életképességét vizsgálom egy megadott településen, Isaszegen. Mivel a vállalkozások sikeressége legnagyobb részben a megfelelő helyválasztáson, az adekvát marketingen, szakértelmen és a vállalkozó empatikus viselkedésén múlik, így bármely vállalkozás sikeressége ezek összességének harmonizálásától függ.

Dolgozatom az előbb felsorolt tényezők közül a megfelelő lokáció kérdéskörét dolgozza fel, ezáltal nagyban kötődik az általam preferált vidékfejlesztési politikához is. Gazdasági – és vidékfejlesztési agrármérnök hallgatóként kiemelt jelentőséggel bír számomra, hogy a gazdaságilag elmaradott térségek fejlődésének lehetőségét vizsgálhassam, ebből pedig szeretném dolgozatommal én is kivenni a magam részét nemzetközi tapasztalataim beépítése mellett.

1.2. A feladat háttere

Az előző fejezetben megemlítettem motivációm a dolgozat megírására elsősorban egy kihasználatlan üzlethelység bérleti jogának megvásárlási lehetősége ihlette. Úgy véltem, egy megalapozott tervezéssel sikeres, profitot termelő vállalkozássá tehető ez a régóta nem használt helység. Mivel személyes érintettségem is van a témában, igyekeztem racionálisan és optimálisan gondolkodni, hogy ne érjen anyagi veszteség. Bármilyen üzleti tervezéshez elengedhetetlen a megfelelő helyzetelemzés, mellyel időt és pénzt spórolhat meg a vállalkozó.

A racionalitás egyik oldalon gondos, logikus, intuitív gondolkodást igényel, másrészt olyan objektív tükrörendszereket, melyekben a belső megérzések szembesíthetők a tény-alapú, objektív modell-jelzésekkel...

1.3. A dolgozat célja

„Az üzleti-stratégiai tervezés egyszerű alapelve, hogy minden vállalkozásnak legyen jól definiált küldetése, célja és feladata. Tudnunk kell, hogy kik és mik vagyunk, melyik üzletágban és piacon dolgozunk.”

Forrás: http://miao.gau.hu/avir/intranet/debrecen_hallgatoi/tananyagok/jegyzet/17-Uzleti_tervezes.pdf

A tanulmány elsődleges célja a fentebb említett idézet mintájára, hogy segítségül szolgáljon vállalkozások helyszínének megválasztásában. A diplomadolgozat azért készült el, hogy tanulási minta alapján hasonlóságelemző segítségével meghatározzam, hogy egy adott profilú vállalkozás képes-e profitot realizálni. Ezzel egyidejűleg tájékoztatást nyújtok ennek a realizálható profitnak a várható mértékéről, illetve konkurenciaelemzést végez a településen működő egyéb szolgáltatási tevékenységek körében. Mindezt egy fajta racionálisan (bárki számára, gyorsan és egyszerűen) elérhető adatvagyonok alapján, mely egyben az itt bemutatott módszertan tanácsadásban való alkalmazhatóságát is megalapozza.

Célul tűztem ki továbbá azt is, hogy a dolgozatra alapozva 5 naptári év elteltével ismét megvizsgáljam ugyanezeket a településeket, megegyező szempontok alapján, így reális képet kaphatok a köztes időben lezajlott gazdasági változásokról. Mivel a dolgozat a 2012-es év viszonyait és a 2014-es év viszonyait is elemzi, az említett 5 év leteltével átfogó képet kaphatok az elmúlt majd 10 év piaci viszonyairól.

1.4. Érintett célcsoportok

Mivel a XXI. századi lét elengedhetetlen feltétele az anyagi javak megléte, dolgozatom első sorban profitorientált szempontból igyekszik körüljárni egy vállalkozás beindításának szempontjait. Kezdő vállalkozóknak és vállalkozásbővítőknek szól, akik anyagi javakat invesztálnának vállalkozásukba, remélve, hogy a befektetett összegből a jövőben még több pénzhez juthatnak.

„Mai világunkban a pénz központi szerepet játszik. A pénzhasználat kikerülhetetlen számunkra, mivel mindannyian így, vagy úgy, de szükségszerűen gazdasági értelemben is kapcsolatba kerülünk egymással. Mindannyian a gazdasági-társadalmi élet, a piacgazdaság szereplői vagyunk, hiszen a modern gazdaságban, amit piacgazdaságnak is nevezünk, a gazdasági döntések alakítói és helyszínei a piacok (áru, erőforrás, pénz).”

Forrás: <http://www.penziskola.hu/konyv/az-en-penzem/ii-mindenható-penz/5-penz-szerepe-es-funkcioi/1-penz-szerepe-gazdasagban>

A dolgozatírás által érintett célcsoportok háromféleképpen kategóriába sorolhatóak:

- direkt módon érintett természetes személyek és/vagy vállalkozások,
- közvetetten érintett természetes személyek és/vagy vállalkozások, illetve
- profilváltó vállalkozások.

Direkt módon érintett célcsoport lehet minden olyan magánvállalkozás, kis- és középvállalkozás, önkormányzat, szervezet, nagyvállalat, és gazdasági szervezet, ami a konkurenciaelemzés igénybe vételével kíván magának új telephelyet választani.

Egy másik megközelítés szerint azok számára is hasznos a dolgozat, akik a közeljövőben üzleti már meglévő üzlethelységük birtokában kooperálni szeretnének más vállalkozásokkal. Ebben az esetben az üzlethelység már adott, egyfajta fix pont, de a kooperáció sikeressége még kérdéses.

Harmadikként olyan vállalkozások is érdekeltek lehetnek a szolgáltatások igénybe vételére, amelyek már üzemelnek, azonban nem, vagy csak kismértékben termelnek profitot. Ilyenkor hasznos megvizsgálni, hogy az ilyesfajta vállalkozás alkalmas-e árbevétel realizálására, vagy a vevők irányából érkező érdektelenség a közeljövőben sem fog megváltozni. Utóbbi esetben érdemes a vállalkozás üzemeltetésének leállítását szorgalmazni, vagy profilt váltani.

1.5. Várható hasznosság

A dolgozat hasznossága elsősorban azon múlik, hogy a döntéshozó mire akarja használni az elvégzett tanulmányt. Mivel több aspektusból is vizsgálható a hasznosság, így nem csak egy, fix "vevőkör" számára lehet alkalmas az elvégzett elemzés.

- Számszerű, primer adatokkal készített előzetes kalkuláció a 2012-es és 2014-es évek alapján - mellőzi a szubjektív véleményformálást, kizárólag statisztikai adatokra támaszkodik. Ez stratégiai szinten hasznos mindazoknak, akik a tény-alapú döntéshozatalt részesítik előnyben.
- A hasonlóságelemző települési rangsora alkalmas a vizsgált objektumok összehasonlítására egymással - így a gazdasági fejlettség vagy elmaradottság az objektumok "párba állításával" szemléltethető. . A modellezés keretében előállított szimulátor segíti a jelenségek megértését, az emberi intuíciók finomhangolását.
- Becslés-tény érték eltérése, avagy egyezése - a túl nagy különbség akár egyik, akár másik érték javára árulkodó lehet az üzletmenet sikerességét illetően. Összefügghet egy-egy alkalmazott kiváló, vagy éppen nem megfelelő kiszolgálási módjával. A kiugróan magas becslés-tény eltérés nemcsak a tulajdonos számára lehet hasznos, hanem egyéb adóhatósági szerveknek is (vö. kockázati profilok levezetése). Megvizsgálhatják, mi lehet a "titka" a sikeres vállalkozásnak.
- Munkahelyteremtés és gazdaságélénkítés a tanulmány alapján - amennyiben bebizonyosodik egy üzletforma létjogosultsága, úgy az üzletbe alkalmazott(ak) kell(enek), és persze kialakul egy új vevőkör, akik gazdaságilag fogyasztókká válnak.
- Az ilyen jellegű elemzések kiválthatják, csökkenthetik a gazdasági tanácsadás érdekében lekötött forrásokat a vállalkozók/befektetők oldalán, ami társadalmi szinten a tudásmenedzsment általános hatékonyságát növeli és a tanácsadókat egyre újabb és újabb tudástranszfer folyamatok optimalizálása felé tolja (vö. http://miau.gau.hu/miau/216/nemet_tanacsadas.docx)

2. Szakirodalmi feldolgozás

A fejezetben szó lesz a gazdasági versenyképességről Magyarországon, a kiskereskedelem fontosságáról és felépítéséről, valamint az üzleti tervezésről. Ezen három rész kiegészítőjeként szó esik a magyarországi beruházásokról és befektetésekről, valamint helyet kap a dolgozat gyakorlati részéhez elengedhetetlen hasonlóságelemző és a szakértői rendszerek. Fontos továbbá megemlítenem, hogy a dolgozat szoros kooperációban íródott Nagy Dávid Balázs TDK dolgozatával, aki azt vizsgálja, érdemes-e Isaszegen halszaküzletet nyitni. A dolgozat megtekinthető az alábbi linken keresztül: <http://miau.gau.hu/miau2009/index.php3?x=e0&string=Nagy.D.vid>

2.1. Versenyképesség Magyarországon

Rendkívül fontosnak tartom megemlíteni a dolgozatom kapcsán a versenyképesség fogalmát, elvégre ez által nyer értelmet bármilyen vállalkozás beindítása - versenyképessé kell tenni a piac többi szereplőjéhez mérten. Fontos, hogy hol és milyen módon kezdünk telephelyet keresni, vállalkozásunknak. *"A versenyképes régiókat prosperáló gazdaság, nagyarányú foglalkoztatottság, tartós és fenntartható fejlődés, folyamatos megújulási képesség jellemzi."* (Goda - Kollár - Tóth, 2010. p. 37)

"A versenyképesség a közgazdaságtudományban régóta használt fogalom, általában a vállalatoknál a piaci versenyben helytállást, az országoknál pedig a nemzetközi versenyben való sikerességet jelenti.... A versenyképesség nehezen definiálható gyűjtőfogalom, lényegében a piaci versengésre való hajlamot, készséget jelenti, a piaci versenyben való pozíciószerezés és tartós helytállás képességét, amit elsősorban az üzleti sikeresség, a piaci részesedés és a jövedelmezőség növelése jelez. A versenyképesség fogalma mikro-szinten a piaci versenyben való pozíciószerezés, ill. helytállás képességét jelenti az egyes vállalatok, egymás versenytársai között, valamint makrogazdasági szempontból az egyes nemzetgazdaságok között."(Goda - Kollár - Tóth, 2010. p. 35.)

A versenyképesség növelése elengedhetetlen hazánkban. A piaci versengésre való hajlam előmozdítja a gazdasági fejlődést és mozgatórugója az egész magyarországi gazdasági élet felpozícionálásának is. Mivel a jelen gazdasági helyzet nem ismer monopóliumot, így a piac összes hasonló profilú szereplője konkurenciát jelent egy vállalkozás számára. Konkurenciát pedig csak úgy lehet legyőzni, ha a vállalkozás versenyképessé válik a piac többi szereplőjével szemben.

"A régiók, térségek, települések versenyképességét pedig nemcsak vállalkozásaik, hanem polgáraik, intézményeik, civil szervezetek sikeressége is méri. A vállalkozások versenyképességének javításához meghatározó a környezet - például telephely, informatikai, közlekedési elérhetőség, pénzügyi, tanácsadási szolgáltatások, megfelelő munkaerő - összehangolt fejlesztése kell." (Goda - Kollár - Tóth, 2010. p. 37.)

Amint az idézett szövegből is kiderül, a versenyképesség növeléséhez elengedhetetlen az infrastruktúra fejlesztése is, valamint a humán erőforrás. Fontosnak éreztem dolgozatomban megemlíteni, hogy a legsikeresebb vállalkozás sem nélkülözheti a pénztárgépeket, tömegközlekedési frekvenciát, kompatibilis munkaerőt. A versenyképesség kialakításához és fenntartásához ezek összhangja szükségeltetik.

2.2. A kiskereskedelemről

"A kiskereskedelmi formával találkozunk a legtöbbször, mondhatni nap mint nap vásárolunk friss termékeket elsősorban tejet, kenyeret, tojást. A kiskereskedelem a végső láncszem az értékesítési csatornában, mivel a végső fogyasztó, a felhasználó a kiskereskedőtől vásárolja meg az árut, szolgáltatást". (Horváth-Lehota-Fürediné-Fodor-Mácsai.2010. p. 145) Ennek megfelelően egy kiskereskedelmi egység csak úgy üzemelhet nyereségesen, ha megfelelően választott profilt, kínálatára a megfelelő kereslet jellemző. "A kiskereskedelmi szervezetek legfőbb funkciói a következők:

- Nagyobb mennyiségben történő beszerzés, de egyedi kiszolgálás szerinti választék kialakítása - a vevők igényeinek megfelelően - a heti kínálatban*
- Csak a folyamatos működéshez szükséges árukészlet raktározása.*
- Átmeneti finanszírozási feladatok ellátása..*
- Információgyűjtés a piacról, fogyasztói magatartásról, stb.*
- Eladóhely vásárlásösztönzés, reklamációk lebonyolítása, azok - a partnerekkel történő megállapodás szerint - finanszírozása.*
- Eladási körülmények biztosítása)nyitva tartás, árukihelyezés, világítás, stb.)*
- A vevőszolgálat lebonyolítása" (Horváth - Lehota - Fürediné - Fodor - Mácsai. 2010. p. 145)*

A fent említett funkció együttes fennállása eredményezhet kiválóan üzemelő vállalkozást. Fontosnak tartom még a sikerhez a kiszolgáló személyzet empatikus, szakértő hozzáállását,

illetve megemlíteném még az áruk elrendezését, vagyis azoknak funkcionális elrendezését. Átlátható, letisztult imázs nélkül a kiskereskedelmi egység sikeres üzemeltetése megkérdőjelezhető.

"A hagyományos boltban a vevő az eladótól kapja az árut, és neki fizet....Minőségi különbséget jelent, amikor a boltban önkiszolgálás alapján vásárolhatnak, hiszen munkaszervezés, kínálat szakosodása megteremti az alapját az újabb és korszerűbb formáknak. A hagyományos boltok teljesen nem tűntek el, egy részük megmaradt és mélyválasztékú szakboltta alakul és a sűrűn lakott városközpontokban, (településeken) találhatók. A hagyományos üzletek speciális formája, az ún. kényelmi bolt, amely mindennap hosszú nyitva tartással (éjjel-nappal) működik, és korlátozott számban szerepelnek a kínálatában a gyorsan fogyó áru. Ezek a "hiánypótló" vásárlások az átlagosnál magasabb árszínvonalon történnek, de létező fogyasztói igényt elégítenek ki." (Horváth-Lehota-Fürediné-Fodor-Mácsai.2010. p. 146-147)

Ennek megfelelően fontosnak tartom egy üzlet nyitvatartási idejét is. Nemcsak a jól felépített marketing, remek lokáció, de a nyitvatartási idő és a választék sokszínűsége is vonzó szempont a vásárlók számára. A hagyományos nyitva tartású üzletekkel szemben sokkal előnyösebb a 0-24-es nyitva tartás, ami akár az egész helység embertömegét odavonzza az éjjelente is üzemelő vállalkozásba. Az effajta üzlethelység létrehozása még akkor is kifizetődő lehet, ha a felmerülő többlet költségeket a termékek áraival kell kompenzálni.

Christian Dach a következőképpen karakterizálja a kereskedelmi egységeket *"Internet-Shopping versus stationärer Handel: zum Einkaufsstättenwahlverhalten von Online-Shoppern"* című művében.

- *Fachgeschäfte und filialisierter Fachhandel*
- *Verkaufsstände, freie Tankstellen, Lageverkauf*
- *Lebensmittel-Discounter*
- *Supermärkte*
- *SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte*
- *Lebensmittelfachhandel*
- *Warenhäuser*
- *Fachmärkte* (Dach, 2002. p. 16)

Vagyis megkülönböztet a kiskereskedelmi egységek mellett szaküzleteket, nagykereskedelmi egységeket, élelmiszer diszkontokat, szupermarketeket, önkiszolgáló hipermarketeket, élelmiszer szaküzleteket, áruházakat és márkaboltokat. Ezen egységek mindegyike közvetlen konkurenciát jelent a kiskereskedelmek számára, melyekkel komolyan számolni kell.

2.3. A klasszikus üzleti tervezésről

"A vállalkozás a gazdasági rendszer egyik alapegysége; tevékenységeikkel meglévő fogyasztói igényeket elégítenek ki, befektetéseket és innovációkat generálnak, szerepük fontos a foglalkoztatásban és a makrogazdasági teljesítmény értékelésében." (Áldorfa - Topa, 2015. p. 45)

A fenti idézet alapján megállapítható, hogy minden új vállalkozásnak gazdaságélénkítő hatása van. Egy induló vállalkozás esetében elengedhetetlen követelmény a megfelelő, átgondolt üzleti terv. *"... a telephely megválasztásának, a technikai, pénzügyi szükségletek felmérésének, az alkalmazandó technológia kiválasztásának, és — ami az induló vállalkozásnál talán a legfontosabb — a piac felmérésének jó eszköze az üzleti terv. A „papíron” elvégzett elemzés segíti a lehetőségek mérlegelését, a leendő vállalkozás életképességének, kilátásainak, esélyeinek átgondolását, a csapdák kikerülését, ezáltal csökkentheti az indulás kockázatát, lehetőséget ad a követendő üzleti stratégia megfelelő kidolgozására."* (Bálint-Ferenczy-Szücs, 2007. p. 7)

A kockázatot elkerülő stratégiának része az üzleti terv, aminek kivitelezését a leendő vállalkozás sikeres üzemeltetéséért szükséges elvégezni. A "papíron" elvégzendő elemzés lehetséges alternatívájaként szolgálhat a diplomamunkámban lévő módszer, melynek segítségével az elemzést tudományos módszerekkel megalapozva lehetne elvégezni. A tanulmánnyal és a megalapozott befektetési szándékkal, üzleti tervezéssel olyan vállalkozás hozható létre, amely versenyhelyzetben is életképes marad, nyereséget tud termelni. Egy üzleti tervezés számos célt rejthet magában:

1. ábra: Az üzleti terv lehetséges célja és az ennek megfelelő hangsúlyok

Cél	Az üzleti terv címzettje	Hangsúlyos fejezetek
Induló vállalkozás tevékenységi körének kialakítása	A leendő vállalkozás tulajdonosi köre, menedzsmentje	Termelési-, technológiai terv, értékesítési- és marketing terv, jövedelmezőségi terv
Működő vállalkozás fejlesztése, tevékenységének módosítása (új technológia, termék, piaci szegmens)	A vállalkozás tulajdonosi köre, menedzsmentje	Termelési-, technológiai terv, értékesítési- és marketing terv, jövedelmezőségi terv
A vállalkozás teljesítményének értékelése, vezetői tájékoztató	A vállalkozás tulajdonosi köre, menedzsmentje	Pénzügyi terv, értékesítési és marketing terv
Krízishelyzet feltárása, megoldása	A vállalkozás tulajdonosi köre, menedzsmentje	Termék, értékesítési és marketing stratégia, pénzügyi terv, likviditási terv
Üzleti partnerek tájékoztatása, új üzleti partnerek megnyerése	Beszállítók, vevők	Beszerezési terv, értékesítési terv, logisztikai terv
Új tulajdonostárs(ak) bevonása	Új befektetők, potenciális tőkebefektetők	Pénzügyi terv, jövedelmezőségi terv, értékesítési és marketing terv, termelési terv, szervezeti terv
Nem tulajdonosi tőkebevonás –hitelfelvétel	Pénzintézetek, hitelnyújtók	Pénzügyi-, pénzforgalmi terv, jövedelmezőségi terv, az üzleti terv egésze
Nem tulajdonosi tőkebevonás–visszatérítendő támogatások	Támogatást folyósítók	Az ötlet részletes kidolgozása, pénzügyi-, pénzforgalmi terv, jövedelmezőségi terv, az üzleti terv egésze, a terv fenntarthatósága
Nem tulajdonosi tőkebevonás –vissza nem térítendő támogatások	Támogatást folyósítók	Az ötlet részletes kidolgozása, pénzügyi terv, jövedelmezőségi terv, az üzleti terv egésze, a terv fenntarthatósága

Forrás: Bálint-Ferenczy-Szűcs, 2007

A saját célra készülő üzleti tervnek feltétlenül tartalmaznia kell a következőket:

"1: A vállalkozás indítása: az induló vállalkozás életképességének, kilátásainak, esélyeinek átgondolása, a vállalkozás üzleti stratégiájának kidolgozása

2. A működő vállalkozás fejlesztése:

új termék/szolgáltatás bevezetése

új technológia bevezetése

új tevékenységi kör indítása

új piac/piaci szegmens megcélzása

3. A vállalkozás teljesítményének mérése, nyomon követése

4. A vállalkozás krízishelyzetének megoldása" (Bálint-Ferenczy-Szücs, 2007. p. 7)

2.4. Beruházás és befektetés alapvetéseiről

"A beruházás és a befektetés kategóriák közül az utóbbi a tágabb. A befektetés magában foglalja azokat a tranzakciókat, amelyek révén a jelenbeli pénz t (jövedelmet) jövőbenire váltunk. A beruházás olyan befektetés, amely nem értékpapírok, hanem beruházás jellegű anyagi javak vásárlását jelenti." (Sóvágó, 2010. p. 23.)" Minden megtérülési lehetőséggel kecsegtető befektetés beruházásnak minősül." (Dr. Kovács, 1997.) "A beruházások alapvetően három területen befolyásolják a vállalkozások eredményességét. Elsősorban közvetlenül a vállalkozás nyereségére gyakorolt hatáson keresztül, a többleteredmény vagy a hatékonyabb termelés révén. A második terület a likviditási helyzet alakítása, amely a kivitelezési időszak kiadástöbbletét, a beruházásokkal kapcsolatos hitelek törlesztését valamint a működtetés során jelentkező bevételeket foglalja magában. Végül a vállalkozások vagyoni helyzetének, (a vagyon nagyságának és összetételének) megváltoztatása révén hat a gazdálkodás eredményességére." (Dr. Kovács, 1997.)

Mindent összevetve az új beruházások tehát nemcsak a vállalkozást beindító egyén életére vannak hatással, hanem a gazdaságot is élénkítik. Nyereségesség esetén a többletet gazdaságélénkítő befektetésekbe lehet investálni, vagy egész egyszerűen elkölteni - ami szintén kifizetődő az államgazdaságnak. A likviditási helyzetet tekintve a befektetőnek ugyan - mint ahogy arra a tanulmány is kitér - rövid távon megugranak a kiadásai, de ha az indokoltnál nem több kiadása keletkezik és jól választ vállalkozásának telephelyet, a vállalkozás nyereségessé tehető.

"A beruházásokkal megvalósított létesítmények általában hosszú élettartamúak, így a működésükkel kapcsolatos kiadások és bevételek is hosszabb időtávon jelentkeznek. Mivel a beruházási döntések jövőben végbemenő folyamatokra vonatkoznak és az információk a jövőről hiányosak, a döntéseket mindig terheli valamilyen bizonytalanság. Az információhiány és az ehhez kapcsolódó kockázat egymástól elválaszthatatlan jelenségek."
(Dr. Kovács, 1997.)

A tanulmány éppen ezt az információhiányt igyekszik áthidalni. Az elvégzett módszerrel előreláthatóbbá válnak a befektetés kockázatai, a realizálható haszon mértéke és akár a településen életképes vállalozási formák is. Mivel a tendencia alakulása az elmúlt/elkövetkező években rendkívül fontos, ezért érdemes az elmúlt évek statisztikáit is górcső alá venni, mielőtt beindulna egy-egy - különösképpen ha termék specifikus - vállalkozás. A jövőben végbemenő folyamatokat nehéz előre látni, de a kockázat minimalizálása sikerülhet, amennyiben a vállalkozást beindító személy és/vagy annak tanácsadó testülete megfelelően informálódik az aktuális gazdasági helyzetről.

"Az állóeszközök mobilitása korlátozott. A létesítmények, tárgyi eszközök újraértékesítése csak veszteséggel képzelhető el." (Dr. Kovács, 1997.)

Szakdolgozatom úgy íródott, hogy egy üzletformát vizsgál egy adott településen. A minta azonban ráhúzható bármilyen üzlethelység-típusra, illetve ily módon vizsgálható minden magyarországi település viszonylatában is. Amennyiben egy üzlethelység állóeszközei rendelkezésre állnak, úgy célszerű az előző profilhoz hasonló, vagy teljes egészében megegyező üzletformát létrehozni.

2.5. Google Trends, mint igényfelmérő opció

Az előző fejezetekben szót ejtettem a kiskereskedelmi egység jellemzőiről, az optimális üzletmenetről és a beruházások megtervezésének fontosságáról. A Google Trends (<https://www.google.hu/trends/>) segítségével átfogó képet kaphatunk a kiválasztott területek, régiók, országok, vagy akár az egész világ keresési szokásairól, melyek segítségünkre lehetnek egy üzletfajta helyének megválasztásában. Amennyiben a megbízónak nincsen konkrét elképzelése a helyszín, vagy akár az időpont tekintetében, érdemes figyelmébe ajánlani az ingyenes, internet kapcsolattal bárki számára hozzáférhető Google Trends keresőt, amely így megfelelő lehet kiindulási alapnak.

"Google Trends is a useful tool if you take the time to use it correctly but also if you go beyond the surface. One of the top tips I pass onto clients is to look at topics geographically to find out what people are searching for in a specific area."

(Forrás: <http://www.forbes.com/sites/paularmstrongtech/2016/04/01/why-your-business-should-be-using-google-trends/#7e0d8b845b18>)

A kereső az utóbbi órák/napok/hónapok/évek keresési trendjeit osztja meg velünk, azaz, - a fenti idézet szerint - hogy milyen kulcsszavakra kerestek rá leggyakrabban az internetes felhasználók. A keresési találatok nyelvi, területi, témaköri, stb. szűkítése mellett a Google Trends lehetőséget ad a találatok egymással való összevetésére is, ezzel mintegy vizuálisan szemléltetve a két keresési opció találatainak egymáshoz viszonyított számát.

"A Google Trends adatsorait sikeresen alkalmazták ingatlanpiaci előrejelzések, lakossági kiadások alakulása, és részvényárfolyamok prognózisa terén is."

(Forrás: <https://emok.hu/hirek-aktualitasok/tudomanyos-hirek/46-google-trends-avagy-ujabb-eszko-z-a-marketingkutatok-szolgalataban>)

Az Google Trends-et tehát a fenti idézet mintájára használták már háztartások bevételeinek felmérésére, részvény - és ingatlanárak felmérésénél/spekulációjánál is. Mindezek alapján úgy hiszem, hasonlóan hasznos lehet felhasználni akkor is, ha üzletviteli szempontból kívánjuk megvizsgálni az átlag internetes felhasználók keresési szokásait.

2.6. A hasonlóságelemzőről

"A hasonlóságelemzés nem más, mint esetek (előzmények és következményeik), ill. ezekből álló esetgyűjtemények alapján egy eddig soha nem tapasztalt (pl. éppen adott) előzmény-kombináció várható következményének levezetése összefüggések (modellek) alapján..."

"A hasonlóságelemzés, ..., olyan valós, gazdaságilag releváns kérdésekre keres válaszokat, melyek bármely vállalkozás/intézmény napi és stratégiai döntései kapcsán napirendre kerülhetnek. " (Pitlik, 2007)

A fenti idézet alapján a hasonlóságelemzés tehát megbecsli a vállalkozásokat érintő, még be nem következett változások összességét. A korábban tapasztaltakból szűr le következtetéseket, objektív adathalmaz alapján.

"A hasonlóságelemzés speciális esete az ár-teljesítmény viszony elemzése (általánosabb megfogalmazásban maga a benchmarking): az ár-teljesítmény viszony kapcsán megválaszolandó kérdés, ér-e annyit egy adott objektum (pl. áru, szolgáltatás, munkaerő) az adott tulajdonságai/kompetenciái alapján, mint amennyit kérnek érte? Benchmarking szemléletű kérdésfelvetés: Mit kell másként csinálnom, hogy jobban hasonlítsak pl. a legjövedelmezőbb vállalkozásokhoz (vagyis hogy, én is egy nagyon jövedelmező vállalkozással rendelkezem)?

A hasonlóságelemzés a tudásábrázolás legújabb tendenciáit is magába foglalja: megfigyelések alapján gombnyomásra kialakított összefüggések, ismét csak gombnyomásra online szakértői rendszerként felkínálhatók a világ bármely pontján hasonló jelenségekkel foglalkozók számára, akik nem birtokolják a megfigyelések adatait Következésképpen a hasonlóságelemzés adatigényes, de jól tolerálja az adathiányt." "akkor is képes a hasonlóságelemzésre alapozó tanulási folyamat modellt alkotni, ha csak jelképes mennyiségű tényadatot használhat."

"A hasonlóságelemzés keretében üzleti szimulációs modellek is építhetők, melyek konkurens objektumok paraméterei alapján keresik a várható jövőt, s így képesek a versengő objektumok kölcsönhatásait leképezni, s végül emergens rendszereket szimulálni."(Pitlik 2007)

Mivel a hasonlóság két termék, illetve üzleti modellek között számszerűsített adatok alapján mérhető, így a realizált jövedelem nagysága is meghatározható. A hasonlóságelemzők olyan hiányt töltenek be a versenyhelyzetben lévő konkurens

vállalkozások körében, melyet más módszerrel nem, vagy csak nehézkesen lehet meghatározni. A tény-alapú összehasonlítási módszerrel kizárhatóak a "vakfoltok", az előre nem látható gazdasági események által bekövetkező negatív változások is minimalizálhatóak.

A folyamat végrehajtásához nem szükséges egyéb, mint egy használható adatbázis a primer, vagy szekunder adatokkal együtt. Mivel az összehasonlítás a piac összes lehetőségének összevetését lehetővé teszi, így a kapott eredmény hasznos lehet a felhasználók számára.

2.7. Szakértői rendszerekről

"...a szakértői rendszereknek (SZR) sincs elfogadott definíciója. Szükségmegoldásként találhatunk olyan megfogalmazásokat, mint pl.

- a SZR adott kérdéskör kapcsán felmerülő ismeretek alapján képes intelligens következtetéseket levonni, vagy*
- a SZR segítségével az emberi problémamegoldó-képesség konkrét kérdéskörre vonatkoztatva modellezhető.*

Az első "definícióval" az a baj, hogy a lényegi jelző (az intelligens) nem határolható körül. Azaz végül is nem dönthető el két következtetésről (az ezeket szállító eljárásokról), hogy melyik intelligens(ebb) illetőleg tekinthető-e egyáltalán bármelyik is intelligensnek.

A második "definíció" azt állítja, hogy az emberi problémamegoldó-képesség, amit nem ismerünk, hiszen a terület specialistái sem tudnak definiálni, modellezhető, azaz egy amorf valamihez egy másik, hasonló rendszer alkotható.

A problémamegoldás központi kérdése és az adat-információ-tudás fogalmak definiálása kapcsán felmerült gondolatok alapján a következő pragmatikus definíciót szeretném a szakértői rendszer fogalmára javasolni:

A szakértői rendszer olyan eljárás, amely lehetővé teszi tetszőleges tényezők kapcsolataihoz (állapot-kombinációkhoz) tartozó következmények összefüggés-rendszerének számítógépes formában történő kezelését.

Tehát egy SZR képes választ adni, a "mi van/lesz, ha" kérdésre, vagyis képes a valóság modellezése révén összefüggések (hozzárendelések) leírására.. Így az SZR az objektív tudás tudatosodott, algoritmizálható formája.

A SZR a felsorolt jellemzők tekintetében még semmiben sem különbözne bármely, eredményül függvényt (hozzárendelést) megadó matematikai, statisztikai eljárástól (regresszió analízis, diszkriminancia analízis, stb.).

Kiegészítésképpen definiálandó még, hogy milyen típusú tényezők, milyen típusú összefüggéseit lehet egy SZR-ben kezelni: A SZR tehát szabályelvű, azaz alapvetően logikai műveletekre támaszkodik és alapvetően nem metrikus skálák adatait (tényezők opcióit, pl. színek, rangsorok) kezeli." (Pitlik 1997)

A szakértői rendszerek önállóan, külső közreműködés nélkül képesek a bevitt inputokat elemezni. A bevitt adatok alapján egyedi módszerekkel adnak eredményt a tárgyalt kérdésköréről.

3. Az anyag és a módszertan

Az anyag és módszer fejezetben ismertetésre kerülnek az aktuális felhasználói trendek, az elemzés során felhasznált módszer, részletes leírást kap az elemzés menete, bemutatom az adatvagyonról és a vizsgálatot lépésről lépésre. Itt foglal helyet a COCO hasonlóságelemző által kapott eredmény is, amelyet párba állítok, kvázi összehasonlítok az elemző nélkül készült eredménnyel is. Végül pedig levonom a következtetéseket az általam végzett munka és a best practice eredményeiből. A hozzáférés az adatvagyonhoz ingyenesen biztosított, a dolgozatban szereplő adatok azonnal hozzáférhetők, türelmi idő nélkül biztosítottak. A dolgozat maga tehát éppen arra akar példát mutatni, milyen adatok tárhatók fel ingyenesen online és milyen módszerek állnak rendelkezésre ingyenesen online. Ez a stratégiai megközelítés kiegészíteni/kiváltani szeretné a klasszikus, de drága, pl. piackutatás-jellegű felmérésekre alapozó megoldásokat...

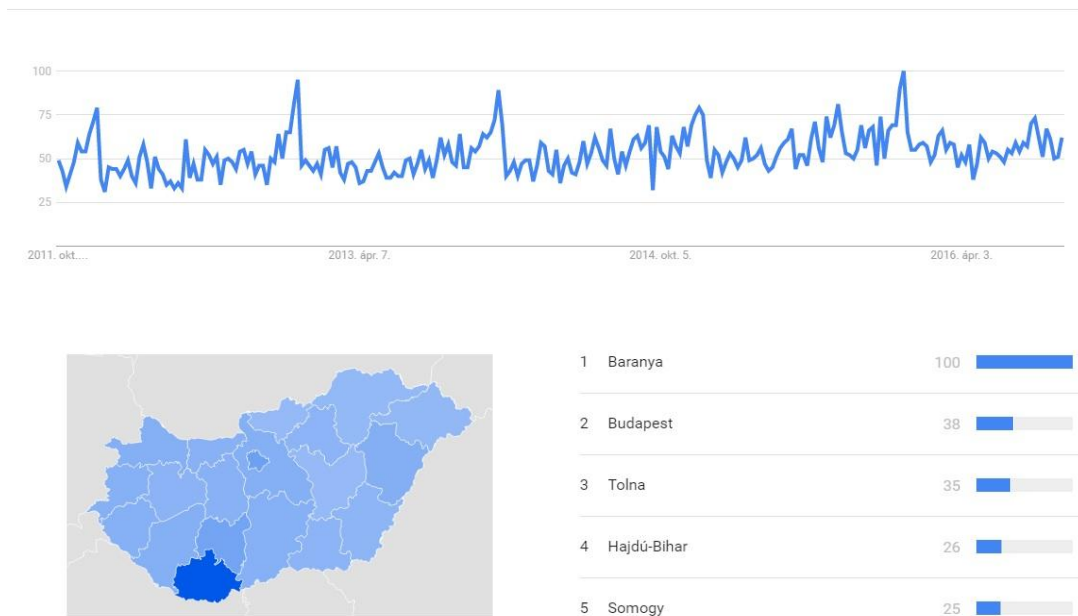
3.1. Google Trends elemzés levezetése

Mint azt már említettem, a Google Trends kiváló alternatíva a telephely kiválasztásának COCO hasonlóságelemzés megkezdése előtt, egyfajta 0. lépésként. Bár a hasonlóságelemző a vállalkozó igényeinek legmegfelelőbb adatokkal dolgozik, a vállalkozónak tudatában kell lennie, hogy mi is a pontos cél, milyen attribútumokat szeretne elemezteni és melyik kistérségben/megyében/régióban. Az alábbi ábrákon (*lásd 2. ábra és 3. ábra*) az utolsó öt év keresési találatait szemléltetem a "bolt" és "üzlet" keresőszavakra Magyarországon, megyékre lebontva. Meglepő tény, hogy a találatokat régiók szerint szűkítve a legmagasabb eredményt toronymagasan Baranya megye produkálta. A megye lakossága az évek alatt körülbelül 400.000 főt tett ki, míg a fővárosé az ingázó munkavállalók fővárosban elköltött jövedelmét figyelembe véve körülbelül 2.000.000 főt számlált.

(Forrás: http://www.ksh.hu/statszemle_archive/2009/2009_02/2009_02_166.pdf)

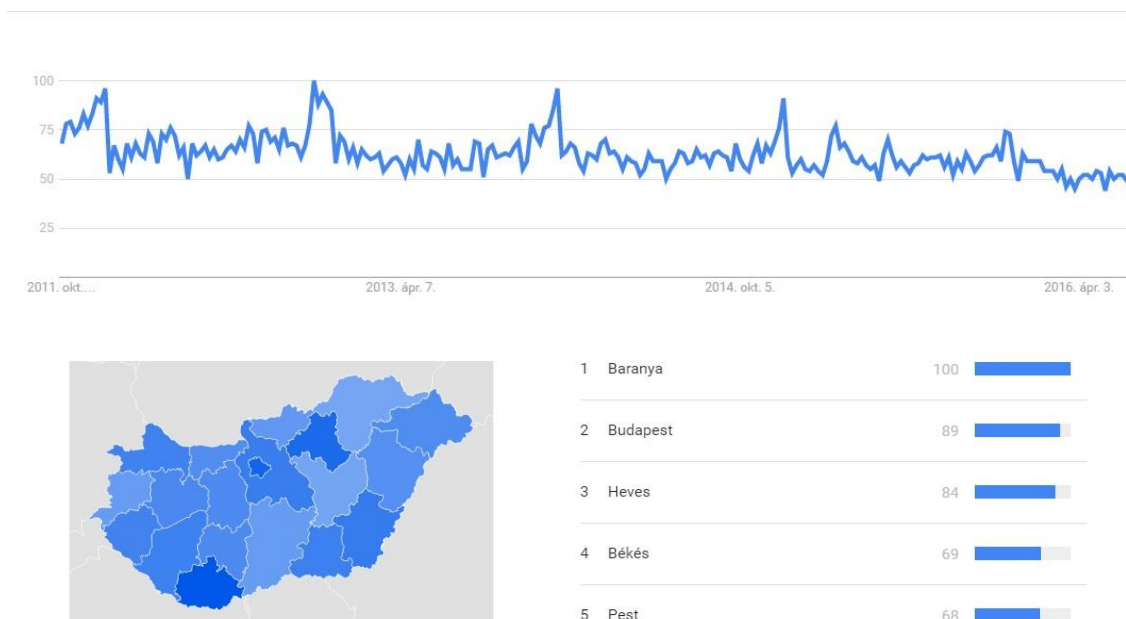
Az egy főre jutó "bolt", illetve "üzlet" címszavú keresések száma együttesen ettől függetlenül is nyolcszor nagyobb értéket képvisel Baranya megyében, mint Budapesten. Ebből kiindulva könnyen elképzelhető, hogy a megyében a meglévőnél több üzletre lenne szükség.

2. ábra



Google Trends találati eredmények "bolt" kifejezésre
Forrás: Google Trends

3. ábra



Google Trends keresési találatok "üzlet" kifejezésre
Forrás: Google Trends

3.2. Alternatív megoldások hasznosságának összevetése

Az érintett célcsoportok sokszínűségéből kiindulva a munka hasznossága is nagyban függ a megrendelő fél igényeitől. Jelenleg nincs tudomásom hasonló „kalkulátorról” a piacon, így a dolgozat hasznosságát számszerűen kifejezni nem triviális, mint ahogy általában véve a jövőbeni megtérüléshez jelenlegi értéket rendelni sem az, bármilyen módon is szülessék egy-egy terv. A fejezetben bemutatom a best practice-t, avagy az általam vélt legjobb megoldást és összehasonlítom a COCO hasonlóságelemzővel készített eredményekkel. A két módszer között a különbség elsősorban a vizsgálatok kivitelezésében mutatkozik meg. Annak függvényében, hogy a vállalkozást indító személy milyen igényekkel rendelkezik, a két módszer a vizsgálatok tekintetében lényegesen eltér, noha adatköltség tekintetében rendkívül hasonlóak.

Best Practice, aránypár jelleggel:

Ebben az esetben a best practice megoldás gyorsan kivitelezhető, aránypárokon alapszik. Alapfeltételezése, hogy a hasonló profillal rendelkező, az előző naptári év végén nagyjából megegyező haszonnal záró, területileg homogén jellegű települések üzleteit veti össze egymással, kvázi aránypárba állítja őket. "Ha a többi szereplő így, akkor az általam vizsgált szereplő úgy"- jelleggel. A munka értékét szakértői díjszabások alapján számoltam ki.

- Adatvagyon megszerzése a Creditreform adatbázisából: adatbázis használati díja jelképes, munkaidő 1 óra, munkadíj 1.000 Ft/óra. - Magyarországon a mért átlagkereset 160 800 forint volt a 2015-ös év során, ami óránként 1005 forintot tesz ki. Úgy vélem, az országos átlag szintje megfelelő összeg óradíj számításakor.
- Elemzés elkészítése Excel használatával: program használati díja ingyenes, munkaidő 1 óra, saját munkadíj 1.000 Ft/óra.
- Szakértő bevonása a munkafolyamatba. Szakértői munkadíj 4.000 Ft/óra, munkaidő 2 óra, teljes munkadíj 8.000 Ft.

(Forrás: <http://itszakerto.eu/dijszabas/>)

- Remélt haszon a munkáért: 5.000 Ft - Ez az összeg, amiért érdemes elkezdni az elemzést harmadik fél számára.

Összköltség: 10.000 Ft

Piaci érték: 15.000 Ft

Hasonlóságelemzés alkalmazása esetén:

A hasonlóságelemzés során az egyszerű aránypárba állítás helyett a folyamat komplexebben, biztosabban zajlik. A mátrix létrehozásához használt primer vagy szekunder adatokból összeáll az objektum-attribútum mátrix. Meghatározzuk az attribútumok irányát (több, vagy kevesebb hasonló üzlet megléte alkalmasabb-e a saját vállalkozásunk profitjának realizálásához), létrehozunk egy rangsor mátrixot, lefuttatjuk a hasonlóságelemzőn és megvizsgáljuk az így kapott becslés-tény összegének arányát. Ezáltal realisabb képet kaphatunk, mint az aránypárok vizsgálatával. Az elemzéshez szükséges adatok a következők:

- Adatvagyon megszerzése a Creditreform adatbázisából: adatbázis használata ingyenes, munkaidő 1 óra, munkadíj 1.000 Ft/óra.
- Elemzés elkészítése, ellenőrzése, értékelése Excel használatával és szakértői robot segítségével: program használati díja ingyenes, szakértői robot használati díja ingyenes (COCO), munkaidő 3 óra, saját munkadíj 1.000 Ft/óra, teljes munkadíj 3.000 Ft.
- Remélt haszon a munkáért: 21.000 Ft - a robotszakértő által elvégzett elemzés sorozat költségét (4 óra szakértői munkadíj 16.000 Ft értékben, valamint 5.000 forint, best practice megoldással megegyező hasznot) tartalmazza

Összesen: 4.000 Ft

Piaci érték: 25.000 Ft

A piaci érték maga szubjektív, a tanulmány értéke viszont jóval többre becsülhető, mint a best practice kivitelezésének munkadíja. Elmarad továbbá olyan munkadíj is, mint a szakértő bevonása a munkafolyamatba, mivel a szakértői robot maga is elvégzi a szükséges számításokat.

A két elemzés közötti különbség:

- Költségkülönbség értéke: 10.000 Ft – 4.000 Ft, azaz 6 000 Ft költségmegtakarítást eredményez a COCO hasonlóságelemző használata.
- Értékkülönbség számszerűsítve: 25.000 Ft – 15.000 Ft, vagyis 10.000 Ft többletértékkel von magával a COCO hasonlóságelemző használata.

Hasznosság – különbség értéke: (25.000 Ft – 4.000 Ft)-(15.000 Ft – 10.000 Ft), azaz 16.000 Ft tiszta hasznot jelent a COCO hasonlóságelemző használata

3.3. A tervezett megoldás adatvagyonának bemutatása

Az adatok összegyűjtéséhez a Creditreform Kft. céginformációs adatbázisát használtam.

"A Creditreform Magyarország vezető szolgáltató a kockázati elemzések, céginformáció készítés és követelés kezelés területén. A Creditreform szervezetet 1879-ben alapították Mainzban, azzal a céllal, hogy tagjai védelmet élvezzenek az esetleges veszteségektől. Ez a célkitűzés a mai napig nem változott. Segítünk abban, hogy a gazdasági folyamatok áttekinthetőbbé váljanak, hogy elkerülhetőek legyenek a veszteségek és hogy lesozorítsuk az üzletkötés során keletkező kockázatokat. Az idők folyamán szolgáltatásaink optimalizálódtak és bővültek, a cég ma már teljeskörű ajánlatot tud adni a kliensek és a kockázatok integrált menedzselési láncának bármely pontján."

Forrás: <http://www.creditreform.hu/index.html>

Mivel ezek az adatokhoz egyetemi hallgatói státusszal nem lehet hozzáférni, így legközelebb alternatívaként szolgálhatna a TEIR adatbázisa is. (<https://www.teir.hu/>)

Hogy kutatómunkámat minél eredményesebbé tegyem, és a célcsoportot még jobban be tudjam azonosítani, az adatbázis találatait a következő kritérium szerint szűkítettem le:

- Tevékenységek 4700-zal kezdődően a TEÁOR kódszámok szerint.
- Az alapvető kritérium az objektumok kiválogatásánál az volt, hogy mindegyiken legyen legalább egy TEÁOR 4711-es vállalkozás.
- Elhelyezkedés szerint a közép-magyarországi régiót vizsgáltam, hiszen az általam górcső alá vett település is ebben a régióban található.
- Jogi forma szerint betéti társaság
- Az éves jövedelem pedig 1 és 5 millió forint közötti kell, hogy legyen.
- A kereskedelmi egység alkalmazottainak száma legalább egy, legfeljebb 2 fő.

Az így kapott tanulási minta 2012-ben 23 objektumot tartalmaz, vagyis 23 olyan települést, amelyek megfelelnek a szűrési kritériumoknak. 2014-ben az objektumok száma a keresési kritériumok alapján 27-re emelkedett. Ezek az objektum adják alapját diplomamunkámnak.

3.3.1. Objektumok

Objektumok 2012-ben:

Szentendre (2000)	Monor (2200)
Pilisszentlászló (2009)	Monor - Monori erdő (2213)
Pomáz (2013)	Vecsés (2220)
Csobánka (2014)	Üllő (2225)
Érd (2030)	Ráckeve (2300)
Telki (2089)	Szigetszentmiklós (2310)
Pécel (2119)	Halásztelek (2314)
Dunakeszi (2120)	Szigethalom (2315)
Kistarcsa (2143)	Dömsöd (2344)
Órbottyán (2162)	Gyál (2360)
Hévízgyörk (2192)	Százhalombatta (2440)
Tura (2194)	Isaszeg (2117)

Objektumok 2014-ben:

Szentendre (2000)	Tura (2194)
Pomáz (2013)	Monorierdő (2213)
Csobánka (2014)	Vecsés (2220)
Érd (2030)	Üllő (2225)
Biatorbágy (2051)	Maglód (2234)
Piliscsaba (2081)	Ráckeve (2300)
Telki (2089)	Szigetszentmiklós (2310)
Budakeszi (2092)	Halásztelek (2314)
Gödöllő (2100)	Tököl (2316)
Pécel (2119)	Dunaharaszti (2330)
Dunakeszi (2120)	Gyál (2360)
Göd (2132)	Ercsi (2451)
Kistarcsa (2143)	Kosd (2612)
Fót (2151)	Isaszeg (2117)

3.3.2. Attribútumok és irányuk

Az alábbiakban bemutatásra kerülnek a becslőmodell attribútumai. A bemutatás szerkezete:

- Változó - id
- Elnevezés
- Mértékegység
- TEÁOR kód
- Hatásmechanizmus

A hatásmechanizmus (irány) lényege az, hogy ezen keresztül lehessen érzékeltetni, milyen kapcsolat van a függő és a független változók között, vagyis egyenes vagy fordított arányt (erősítő vagy kioltó hatást) illik-e vélelmezni a szakirodalmi megfontolások alapján pl. kereskedelmi tevékenységek párba állítása esetén?

Y - Élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelem (Ft/év) (TEÁOR 4711)

X1 - Iparcikk jellegű bolti vegyes kiskereskedelem (Ft) (TEÁOR 4719) - minél több iparcikk jellegű bolti vegyes kiskereskedelem található egy településen, annál több 4711 létesítése feltételezhető, mert a tapasztalatok szerint az üzletek nem egyenletes eloszlásra törekszenek térben, hanem egymást erősítő koncentrációs pontok alakulnak ki (vö. piac, bevásárló utca, bevásárló központ)...

X2 - Zöldség, gyümölcs kiskereskedelme (Ft) (TEÁOR 4721) - minél kevesebb zöldség, gyümölcs kiskereskedelme található egy településen, annál több 4711 létesítése feltételezhető. A zöldség és gyümölcs kiskereskedelme hatalmas konkurenciát jelent a 4711-es vállalkozásnak, tekintve, hogy napi szükségletek kielégítéséhez szükséges élelmiszeripari termékeket forgalmaz.

X3 - Hús-, húсарu kiskereskedelme (Ft) TEÁOR 4722) - minél kevesebb hús-, húсарu kiskereskedelme található egy településen, annál több 4711 létesítése feltételezhető. Elsősorban a felvágottak és a napi szükségletek kielégítésére szükséges húsmennyiség miatt jelenthet konkurenciát a 4711-nek.

X4 - Kenyér-, pékáru-, édesség-kiskereskedelem (Ft) (TEÁOR 4724) - minél kevesebb kenyér-, pékáru-, édesség-kiskereskedelem található egy településen, annál több 4711

létesítése feltételezhető. Pékárut vagy kenyeret szintén napi rendszerességgel fogyasztunk, aminek eredményeként növekedhet a versenyhelyzet - ez egyik vállalkozásnak sem jó hosszú távon.

X5 - Ital-kiskereskedelem (Ft) (TEÁOR 4725) - minél több Ital-kiskereskedelem található egy településen, annál több 4711 létesítése feltételezhető

X6 - Dohányáru-kiskereskedelem (Ft) (TEÁOR 4726) - minél több Dohányáru-kiskereskedelem található egy településen, annál több 4711 feltételezhető.

X7 - Egyéb élelmiszer-kiskereskedelem (Ft) (TEÁOR 4729) - minél kevesebb egyéb élelmiszer-kereskedelem található egy településen, annál több 4711 létesíthető.

X8 - Gépjárműüzemanyag-kiskereskedelem (Ft) (TEÁOR 4730) - minél több gépjárműüzemanyag-kiskereskedelem van egy településen, annál több 4711 létesíthető

X9 - Számítógép, periféria, szoftver kiskereskedelme (Ft) (TEÁOR 4741) - minél több számítógép, periféria, szoftver kiskereskedelme, annál több 4711 létesíthető

X10 - Telekommunikációs termék kiskereskedelme (Ft) (TEÁOR 4742) - minél több Telekommunikációs termék kiskereskedelme van egy településen, annál több 4711 létesíthető

X11 - Audio-, videoberendezés kiskereskedelme (Ft) (TEÁOR 4743) - minél több Audio-, videoberendezés kiskereskedelme van egy településen, annál több 4711 létesíthető

X12 - Textil-kiskereskedelem (Ft) (TEÁOR 4751) - minél több Textil-kiskereskedelem van egy településen, annál több 4711 létesíthető

X13 - Vasáru-, festék-, üveg-kiskereskedelem (Ft) (TEÁOR 4752) - minél több Vasáru-, festék-, üveg-kiskereskedelem van egy településen, annál több 4711 létesíthető

X14 - Villamos háztartási készülék kiskereskedelme (Ft) (TEÁOR 4754) - minél több Villamos háztartási készülék kiskereskedelme van egy településen, annál több 4711 létesíthető

X15 - Bútor, világítási eszköz, egyéb háztartási cikk kiskereskedelme (Ft) (TEÁOR 4759) - minél több Bútor, világítási eszköz, egyéb háztartási cikk kiskereskedelme van egy településen, annál több 4711 létesíthető

X16 - Könyv-kiskereskedelem (Ft) (TEÁOR 4761) - minél több Könyv-kiskereskedelem van egy településen, annál több 4711 létesíthető

X17 - Újság-, papíráru-kiskereskedelem (Ft) (TEÁOR 4762) - minél több Újság-, papíráru-kiskereskedelem van egy településen, annál több 4711 létesíthető

X18 - Sportszer-kiskereskedelem (Ft) (TEÁOR 4764) - minél több Sportszer-kiskereskedelem van egy településen, annál több 4711 létesíthető

- X19 - Ruházat kiskereskedelem (Ft) (TEÁOR 4771) - minél több Ruházat kiskereskedelem van egy településen, annál több 4711 létesíthető
- X20 - Lábbeli-, bőr- és bőráru-kiskereskedelem (Ft) (TEÁOR 4772) - minél több Lábbeli-, bőr- és bőráru-kiskereskedelem, annál több 4711 létesíthető
- X21 - Gyógyszer-kiskereskedelem (Ft) (TEÁOR 4773) - minél több Gyógyszer-kiskereskedelem van egy településen, annál több 4711 létesíthető
- X22 - Gyógyászati termék kiskereskedelme (Ft) (TEÁOR 4774) - minél több Gyógyászati termék kiskereskedelme van egy településen, annál több 4711 létesíthető
- X23 - Illatszer-kiskereskedelem (Ft) (TEÁOR 4775) - minél több Illatszer-kiskereskedelem van egy településen, annál több 4711 létesíthető
- X24 - Dísznövény, vetőmag, műtrágya, hobbiállat-eledelek kiskereskedelme (Ft) (TEÁOR 4776) - minél több Dísznövény, vetőmag, műtrágya, hobbiállat-eledelek kiskereskedelme van egy településen, annál több 4711 létesíthető
- X25 - Óra-, ékszer-kiskereskedelem (Ft) (TEÁOR 4777) - minél több Óra-, ékszer-kiskereskedelem van egy településen, annál több 4711 létesíthető
- X26 - Egyéb más új áru kiskereskedelme (Ft) (TEÁOR 4778) - minél több Egyéb más új áru kiskereskedelme van egy településen, annál több 4711 létesíthető
- X27 - Használati cikk bolti kiskereskedelme (Ft) (TEÁOR 4779) - minél több Használati cikk bolti kiskereskedelme van egy településen, annál több 4711 létesíthető
- X28 - Élelmiszer, ital, dohányáru piaci kiskereskedelme (Ft) (TEÁOR 4781) - minél több kevesebb Élelmiszer, ital, dohányáru piaci kiskereskedelme van egy településen, annál több 4711 létesíthető
- X29 - Textil, ruházat, lábbeli piaci kiskereskedelme (Ft) (TEÁOR 4782) - minél több Textil, ruházat, lábbeli piaci kiskereskedelme van egy településen, annál több 4711 létesíthető
- X30 - Egyéb áruk piaci kiskereskedelme (Ft) (TEÁOR 4789) - minél több Egyéb áruk piaci kiskereskedelme van egy településen, annál több 4711 létesíthető
- X31 - Csomagküldő, internetes kiskereskedelem (Ft) (TEÁOR 4791) - minél több Csomagküldő, internetes kiskereskedelem van egy településen, annál több 4711 létesíthető
- X32 - Egyéb nem bolti, piaci kiskereskedelem (Ft) (TEÁOR 4799) - minél több Egyéb nem bolti, piaci kiskereskedelem van egy településen, annál több 4711 létesíthető

3.4. A feladat megoldása best practice segítségével

A best practice módszer a számomra legmegfelelőbb helyettesítő módszer, amellyel gyorsan és ingyenesen lehet létrehozni az általam vélt legmegfelelőbb alternatíváját a COCO hasonlóságelemzővel végzett tanulmánynak. Legnagyobb előnye a már említett azonnali hozzáférhetőség és a hatalmas adatvagyon mellett az, hogy nem kell fizetni érte. A feladat megoldásának menete:

I - Szűrő használatával - a szűrők a Creditreform honlapján találhatók - kiválasztottam azokat a településeket, *(lásd 1. melléklet)* melyek a következő jellemzők mindegyikével bírnak:

- *Közép-magyarországi lokáció* - Mivel Isaszeg a közép-magyarországi régióba esik, fontos hogy a konkurenciaelemzésnél csak olyan települések kerüljenek az elemzés skálájára, melyek az elemzés alapjához hasonlóan ugyanazon területen találhatóak. Így lesz az elemzés homogén.
- *Betéti társaság jogi forma*
- *Alkalmazottak száma egy, vagy kettő*
- *TEÁOR kódszáma 47-essel kezdődő*
- *Éves bevétele a 2012-es naptári évben 1 000 000 Ft és 5 000 000 Ft közé esett*
- *A településen aktívan üzemel 4711-es TEÁOR kódszámú élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelem.*

II - Az így kapott Objektum - Attribútum - Mátrixból szemrevételezéssel kiválasztottam a TEÁOR 4778-as tevékenységi kóddal jelzett "Egyéb mns új áru kiskereskedelme" *(lásd rövidítés - és definíciós jegyzék)* üzletformát, mivel ez az üzletforma található meg a legtöbb településen úgy, hogy közben a céltelepülésen, Isaszegen is legyen belőle legalább egy darab az összehasonlításhoz.

III - Elvégeztem a méretfüggetlenítést, vagyis kiszűrtem minden objektumot, ahol a TEÁOR 4778-as tevékenység éves bevétele 0 Ft. Az így kapott pozitív minta alapján aránypárokban már fel tudtam becsülni az Isaszegen várható éves bevétel összegét. *(lásd 2. melléklet)*

IV - Diagramon ábrázoltam az objektumokhoz rendelt értékeket, majd megjelenítettem az egyenletes eloszlás egyenesét is. A kapott Y érték alapján pedig felbecsültem az Isaszegen

realizálható jövedelem nagyságát TEÁOR 4711-es kódszámú üzletfajta számára. (lásd 2. melléklet)

A best practice elemzést csak a 2012-es évre vonatkozóan végeztem el, mivel 2014-ben ez a TEÁOR 4778-as kódszámú üzlethelység Isaszegen már nem üzemelt. Az aránypárba állítás egyik hátránya, hogy a mintában szereplő üzlethelység időközben megszűnhet.

3.5. A feladat megoldása COCO hasonlóságelemzővel

Ahogy dolgozatomban korábban már említettem, a 2012-es és 2014-es év adatait vettem górcső alá. Ezek azok a naptári évek, melyek relevancia szempontjából még nem évültek el, és elég nagy a különbség köztük ahhoz, hogy kellően nagy időintervallumot foglaljanak magukban. Olyan attribútumokat választottam, amelyeknek forgalma vélelmezhetően befolyásolja a TEÁOR 4711-es bevételét. Minél több konkurens objektum jelenik meg a listában, annál valószínűbb, hogy a vállalkozás nem fog nyereségesen üzemelni - és fordítva. Ha a felhajtó erő nulla, ott az eredmény is nullával lesz egyenlő. Először a 2012-es adatokkal kezdtem a feladat megoldását, majd minden lépést megismétltem a 2014-es adatokkal is.

I - Szűrő használatával - a szűrők a Creditreform honlapján találhatók - kiválasztottam azokat a településeket, melyek a következő jellemzők mindegyikével bírnak. Erre azért volt mindenképpen szükség, mert anélkül az Objektum - Attribútum - Mátrix (OAM) példátlanul nagy lett volna és el kellett volna végezni a méretfüggetlenítést. A feltételek:

- *Közép-magyarországi lokáció* - Mivel Isaszeg a közép-magyarországi régióba esik, fontos hogy a konkurenciaelemzésnél csak olyan települések kerüljenek az elemzés skálájára, melyek az elemzés alapjához hasonlóan ugyanazon területen találhatóak. Így lesz az elemzés homogén.

- *Betéti társaság jogi forma* - Jogi forma alapján a szűrés kötelező, a betéti társaság tűnt a legjobb választásnak.

- *Alkalmazottak száma egy, vagy kettő* - Mivel kisebb vállalkozásban gondolkodtam, így a személyzet létszámát is szűkre szabtam. (Természetesen ez a feltétel is bármikor módosítható.)

- *TEÁOR kódszáma 47-essel kezdődő* - Ezzel a kódszámmal kezdődnek a kiskereskedelmek, így minden ilyen kódszámmal kezdődő kiskereskedelmi egység attribútumként szolgált a mintában.

- *Éves bevétele a 2012-es naptári évben 1 000 000 Ft és 5 000 000 Ft közé esett* - Ezt a kritériumot azért választottam szakdolgozatomhoz, mert magában foglal egy olyan minimum értéket, amiből már meg lehet élni - ha szűkösen is - és egy emberi mértékekkel az adott környezetben realizálható 5 millió forintos összeget. (Természetesen az elemzés elvégezhető 5-10 millió forint árbevételű produkáló vállalkozások és ezen tartomány fölött termelő vállalkozások esetében is.)

- *A településen aktívan üzemel 4711-es TEÁOR kódszámú élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelem* - Az Y attribútumnak mindig legalább egynek kell lennie, ugyanis csak pozitív példákból lehet tanulni. A 0 értékű Y ebben a logikai menetben értelmezhetetlen.

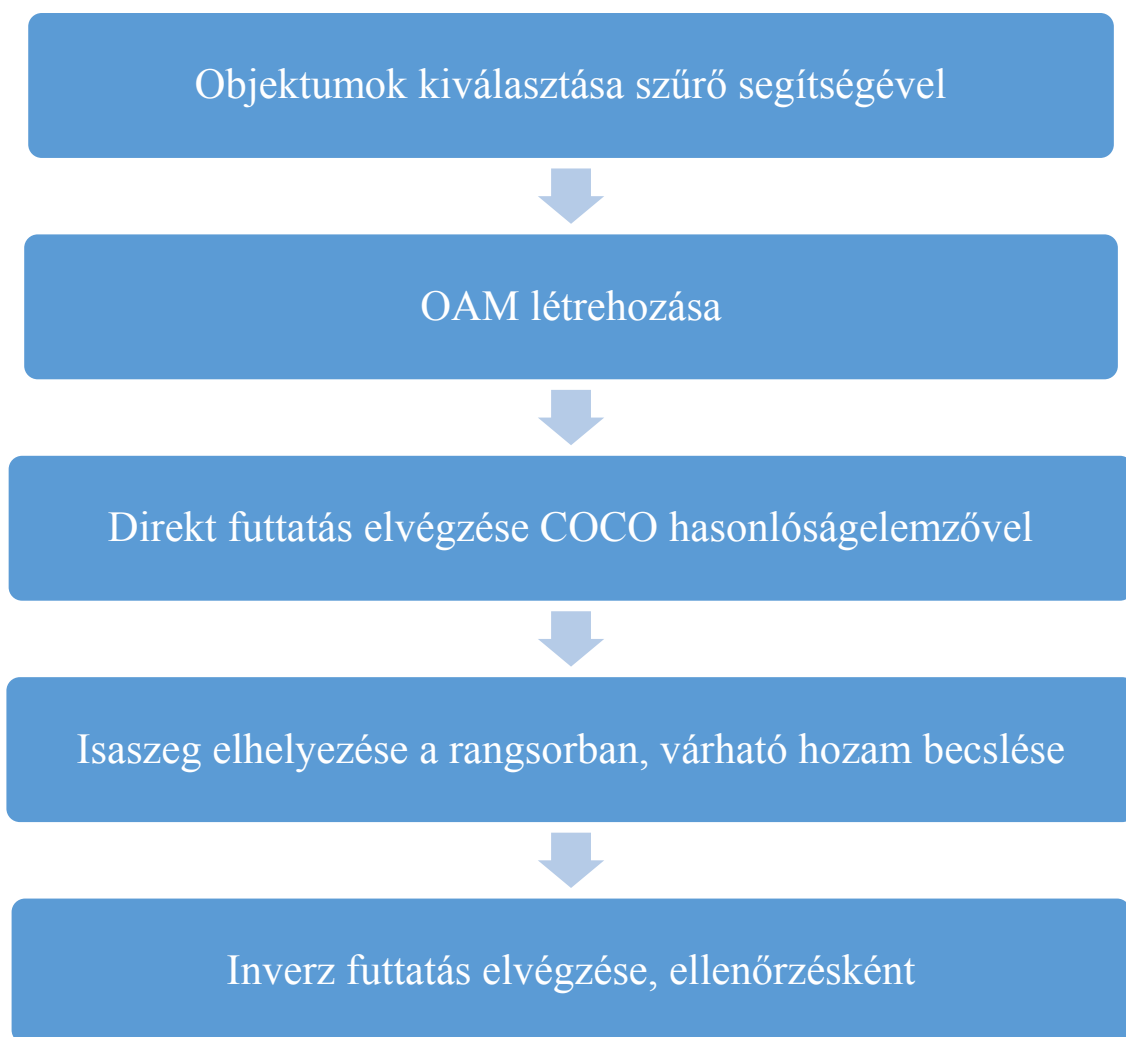
II - Az Adatok (2) fülön összesítést végeztem az egyes településeken a konkurens, vagy hasonló profillal rendelkező vállalkozások tekintetében. Összegyűjtöttem a gazdaságilag releváns attribútumokat, vagyis magyarázó/felhajtó tényezőket, (egyéb TEÁOR kódszámokkal ellátott kereskedelmi egységeket/tevékenységeket), amelyek forint mértékegységben megadott árbevételei a TEÁOR 4711-es aktivitásokat generálják, vagy gátolják. (lásd 3. és 4. melléklet) Kiszámoltam az összforgalmat az AL oszlopban, majd ezt az összeget összevettem a 2012-es és 2014-es is évben a 4711 által termelt összeggel. Az így mért korrelációs érték 2012-ben 0,14, 2014-ben pedig csupán 0,12, vagyis az értékek csak gyengén korrelálnak egymással. Ezt bizonyítja a diagramon található "porfelhő" is, az értékek nem fekszenek rá az egyenletes eloszlás egyenesére. (lásd 5. és 6. melléklet) Az AR oszlopban elkészítettem városok közti rangsor alapján hozzárendeltem Isaszeghez a rangsorban hozzá legközelebb álló település értékét, ezzel mintegy felépítve Isaszeg pozícióját a rangsorban. Ezt az értéket aztán az egyenletes eloszlás egyenesének egyenletével finomítottam, az így kapott sorszámhoz pedig hozzárendeltem az értéket a forintértéket is. Ezzel megkaptam az Isaszeg nyitható TEÁOR 4711-es előzetesen becsült bevételeinek értékét.

III - Következő lépésben elvégeztem a COCO hasonlóságelemzést. Az Objektum-attribútum mátrix (későbbiekben OAM) számadatait COCO hasonlóságelemzővel lefutattam, melynek eredményeként kapott elemzés az OAM_Direkt munkalapon található. Ezek azok az adatok, amelyek a forgalmat generálják, vagy gátolják. Az objektumok tény-átlaga alapján kiszámításra került az Isaszegen indítandó vállalkozás COCO elemzővel kiszámított maximuma, majd pedig ennek minimuma. Mivel Isaszegnél majdnem minden érték nulla, így a város legfeljebb az egy főre jutó felülbecslések

átlagával vizsgálható. A becslés-tény értéke említésre érdemes lehet, mert ahol magasabb a becslés értéke, mint a tényhez rendelt érték, ott az üzletpolitikát érdemes lenne a tulajdonosnak átvizsgálni. (lásd 7. és 8. melléklet) HA függvénnel leválogattam a tény-becslés sorokat és az AL oszlopban ábrázoltam őket. Az AM oszlopban pedig a nagyobb becslésértékkel rendelkező objektumok átlagából kiszámítottam az isaszegi TEÁOR 4711-es várható bevételének ellentettjét. (lásd 7. és 8. melléklet)

V - Az OAM inverz lapfűlön fordított irányokat adtam meg, és így hoztam létre ellenőrzésképpen ezt a rangsort, ami fordított irányban számol.

4. ábra



COCO elemzés folyamatára

4. Eredmények

A fejezetben bemutatásra kerül a best practice és a COCO elemzővel elvégzett módszerek eredménye, illetve az ezek közti eltérések/egyezőek. Belekerül továbbá a COCO elemzővel elvégzett éves összevetések eredménye is. Az eredmények vizuális megjelenítéséhez mellékleteket használtam, ezzel segítve munkám könnyebb átláthatóságát.

Eredmények a best practice módszer és COCO módszer összevetésében:

A 2012-es évet tekintve megállapítható, hogy merőben más eredményt kaptunk mindkét módszer használatával. A best practice alapján tervezhető üzlet, mely elsősorban a "ha ebből ennyi, akkor abból annyi" - elvére támaszkodik, kifejezetten nyereségesen üzemelne. (lásd 2. melléklet) Azonban az évente 3,6 millió forintot hozó vállalkozásformát sem tekinthetjük kellően attraktívnek. Amint az a 9. mellékleten látható, a 2012-es adatok alapján COCO rendszer segítségével Isaszegen a realizálható összeg mindösszesen 1,2 egy naptári évre. Mivel ez a bevétel nettó árbevétel, így legfeljebb 100 000 forint hozam várható havonta.

Eredmények a 2012-es és 2014-es elemzés összevetésében:

A 2014-ben elvégzett vizsgálat COCO hasonlóságelemzővel az amúgy is csekély évi 1,2 millió forintos hozamtól is elmarad közel félmillió forinttal. (lásd 9. melléklet) A 762 ezer forintos várható nettó árbevétel havonta 63 ezer forintot eredményez. Ez a tény azt jelenti, hogy a két év vizsgált adatai alapján nem lehet racionálisan pozitív döntést hozni, vagyis az üzletnyitás nem indokolható. Az amúgy is csekély összeg közel a felére csökkent a két évvel később elvégzett elemzés alapján, így TEÁOR 4711-es profilú üzlet Isaszegen nem üzemelhet sikeresen.

Eredmények Google Trends felhasználásával:

Ahogy azt a 2. és 3. ábra is jól mutatja, a Google Trends keresési találatok a "bolt" és "üzlet" szavakra kifejezetten megugranak a karácsonyi időszak közeledtével az egész országban. Ezek a kiugró értékek jelenthetik a sikeres üzletnyitás kulcsát. Baranya megye messze meghaladta az országos átlagot keresések számában, így bármilyen üzleti vagy bolti vállalkozás indításánál megelőlegezett potenciált rejt magában.

5. Következtetések, javaslatok

Ebben a fejezetben említésre kerülnek a következtetések, melyeket a tanulmányban elhangzott eredmények alapján hasznosnak véltem összefoglalni. Javaslatok olvashatók továbbá arról is, mennyire alkalmas ilyen profilú befektetésre Isaszeg városa, illetve miként lehetne az eredményeket hitelesebbé tenni, a tanulmány felhasználásával lépéselőnyre szert tenni más, hasonló elképzeléssel rendelkező vállalkozóval szemben.

5.1. Következtetések

A dolgozatból megállapíthatóvá vált, hogy TEÁOR 4711-as kódszámmal fémjelzett, korábban megadott kritériumokkal rendelkező profilú vállalkozást Isaszegen nem érdemes beindítani. A 2012-es összeg a fenntartási költségek tekintetében, a befektetett munka és odafigyelés tényének tudatában, valamint a meghatározott időközönként elvégzendő minőségbiztosítási feltételek teljesítésére szánt pénzösszeg tudatában igencsak elhanyagolható. Figyelembe véve a 2014-es év 762 000 forintos várható bevételt megállapítható, hogy a tendencia az évek múlásával csökken. Annak ellenére, hogy ez a vállalkozásforma rendkívül "populárisnak" hat, - *"Ebbe a szakágazatba tartoznak az áruk széles körének kiskereskedelmi értékesítésével foglalkozó üzletek, amelyekben az élelmiszerek, italok és dohányárak értékesítése a meghatározó, és olyan általános áruházi kiskereskedelem, ahol az eladás túlsúlyát jelentő élelmiszer, ital és dohányárak mellett több más termékcsoportot is árusítanak, így pl. ruházati cikket, bútort, háztartási gépet, vasárut, kozmetikai cikket stb. - (<http://www.teaorszamok.hu>)"* - a tanulmány alapján mégis nehezen üzemelhetne Isaszegen nyereségesen.

Mindazonáltal közrejátszhatnak olyan tényezők, melyeket látszólag nem lehet számszerűsíteni. Vannak az évnek népszerű szakaszai, amikor fellendül az üzletek forgalma, ezáltal egyes boltok az éves bevételük rapszodikusán szerzik. A megfelelő időben nyitott üzlet olyan ki nem számítható előnyökkel rendelkezik, mint az ott vásárló emberek megszokása. Ha az üzlet megfelelően felszerelt és a kiszolgáló személyzet is szakmailag kompetens, a vásárló "odaszokik", és ezzel rövid időn belül mintegy törzsvásárlóvá avanszálódik. Az itt bemutatott megoldás egy fajta aggregált tükörképet becsül, vagyis a nehezen számszerűsíthető jelenségek eredőjét is tartalmazza, hiszen ezek részei a tanulási mintaként feldolgozott települési adatoknak.

5.2. Javaslatok

A szakdolgozat célja az volt, hogy feltárja vajon reálisan elérhető jövedelem biztosításának van-e esélye egy isaszegi TEÁOR 4711-es vállalkozás esetében. Hipotézisem, miszerint a 4711-es vállalkozás Isaszegen sikeresen működhet, megdőlt. Első javaslatom a dolgozattal kapcsolatban, a keresési kritériumok kiszélesítése lenne. Mivel az általam választott kritériumok csak kis szegmensét fedték le a piacnak, így a teljes biztonság kedvéért érdemes lenne több régiót, vagy akár az egész országot figyelembe venni. Noha a közép-magyarországi régióban az eredmény nem számít kiugrónak, könnyen lehet, hogy más régiókban az eredmény ennél sokkal kedvezőbb lett volna. Több és sűrűbb mintát eredményez az is, ha nemcsak más régiót, hanem tágabb intervallumokat alkalmazunk. Más fajta jogi formájú vállalkozásokat is górcső alá veszünk, vagy növeljük a profitot egészen 10-15 millió forintig terjedő összegig. Ezek a változtatások nagyban hozzájárulnának ahhoz, hogy amennyiben a vállalkozó mindenképpen 4711-es profilú üzletet kíván nyitni, még teljesebb képet kapjon az aktuális piaci helyzetről.

Minél nagyobb az elérni kívánt árbevétel, annál inkább javallott előtte háttérkutatót végezni a helyi piaci helyzetről. A tanulmány módszerét bármilyen profilú vállalkozásra el lehet végezni, nem csak egy specifikus (4711-es) egységre és nem csak egy településre (Isaszegre).

- Javaslom továbbá azt is, hogy amennyiben a vállalkozó kedvű személy nem kötött lokális szempontok szerint, (vagyis egy adott érdekeltségű üzletet akar beindítani az ország egy tetszőleges pontján) a tanulmányban alkalmazott módszerrel keressen telephelyet magának. Ilyenformán kiszűrhető minden olyan település is, ahol nem érdemes beindítani a vállalkozást.

- Remek marketinggel szinte bármit sikerre lehet vinni: ez alól az üzletek sem kivételek. Alapszintű honlap tervezői tudás birtokában saját, önálló weblap szerkeszthető, vagy helyi érdekeltségű újságokban kisebbfajta hirdetésekkel lehet növelni az üzlet ismeretségét. De az is igaz, hogy széllel szemben nem lehet a sikerben reménykedni. Ezen naiv bölcsességek között teremtettem rendet az alkalmazott módszertan...

- Az elemzés inverz része ismét csak választ ad arra, hol nem szabad nyitni 4711-es üzletet. A fordított irányok megadásával képzett Excel sheet kiszűr minden olyan települést, ahol nem lehet érdemben nyilatkozni arról, hol érdemes megnyitni egy-egy üzletet.

- A 2012-es és 2014-es elemzést torzíthatná az időközben kötelezően bevezetett pénztárgépek használata. Ez a radikális változtatás bizonyára befolyásolta a két évben kapott eredmények közötti különbségeket. Érdemes lenne megvizsgálni a 2016-os év adatai alapján az idei eredményeket is, amit célszerű a 2014-es évvel párhuzamba állítani. A pénztárgépek NAV - hoz való bekötésének bevezetése formálisan az eddig eltitkolt jövedelmek legalább részleges feltárásához illik, hogy vezessen, így a 2014-es visszaesés még nagyobb kockázatokra mutat rá. A 2016-ra egyre markánsabban érvényesülő kiskereskedelmi forgalomnövekedés újabb pozitív (felhajtó) erőterként illene, hogy hasson egy esetleges következő vizsgálatban...

- A lakosság igényeinek felmérése mindig kincset ér. Amennyiben egy ismerős területen bebizonyosodik, hogy nincs igény új üzletforma megnyitására, úgy az üzletnyitási szándékot érdemes még egyszer megfontolni. Az igényfelmérés azonban drága és az emberek megkérdezése nem szerződés, nincs benne semmi garancia – ezért is előnyösek az aggregált tükörképek/jövőképek levezetésére alkalmas módszerek.

- Javasolt továbbá a Google Trends elemzés figyelembevételével, hogy bármilyen üzletet az év második felében, lehetőleg az utolsó negyedévben nyissunk. Kimondottan ellenjavallott üzletet nyitni év elején, ugyanis a lakossági érdeklődés az év első pár hónapjában, főként januárban és februárban pang.

6. Összefoglalás

Dolgozatom során az általam leírt innovatív döntéshozatali/üzleti tervezési módszert egy élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelmi egységen keresztül kívántam bemutatni. TDK munkám készítése közben a számomra leginkább releváns Creditreform Kft. céginformációs adatbázisát használtam primer forrásként. Kinyertem azokat a szükséges adatokat, amelyek a kiskereskedelmi egység létrehozásának kérdésében döntő jelentőséggel bírnak, amiknek megléte vagy hiánya az élelmiszerjellegű bolti vegyes kiskereskedelmi egység forgalmát generálják, vagy gátolják. Mivel a tanulási minta létrehozásához elengedhetetlen olyan településeket vizsgálni, melyeken ilyen jellegű üzlet már üzemel, így a továbbiakban azokkal az objektumokkal dolgoztam, amelyek rendelkeznek ezzel az üzlethelyiséggel. Ezek árbevétele éves szinten 1 és 5 millió forint közé esik, alkalmazottjainak száma 1-2 fő. Így kellően pontos képet kaptam a vizsgált település gazdasági helyzetéről, nagyobb rálátást nyertem a konkurens vállalkozások meglétére, vagy hiányára.

A robot-szakértő a felismert minta alapján lépcsőzetesen rangsorolta az objektumokat, a becslés- és tény-oszlopok minden objektumnál megnevezik az aktuális tény és a becslő komponensek mennyiségét. Az így kapott mintával összevettem Isaszeg adatait is változónként. Hipotézisem (miszerint Isaszegen lehetne nyitni 4711-es TEÁOR kódot viselő boltot) egy főre jutó felülbecslések átlagával számolva hamisnak bizonyult. A feladat ugyan egy konkrét üzletfajtát vizsgál, de bármilyen vállalkozás (TEÁOR) életképessége mérhető vele, így az itt bemutatott megoldás egy tanácsadó cég know-how rétege is lehetne a jövőben...

7. Irodalomjegyzék

Könyvek jegyzéke

1. Áldorjai György, Topa Zoltán (2015): Helyi gazdaság - és vállalkozásfejlesztés. Szemelvénygyűjtemény, Gödöllő, 45. p.
2. Bálint János, Ferenczy Tibor, Szűcs István (2007): Üzleti tervezés, Debreceni Egyetem Agrár- és Műszaki Tudományok Centruma Agrárgazdasági és Vidékfejlesztési Kar, Debrecen, 7-13. p.
3. Goda Pál, Kollár Kitti, Tóth Tamás (2010): Regionális gazdaságfejlesztés, Szent István Egyetemi Kiadó, Gödöllő, 35-37. p.
4. Horváth Ágnes, Lehota József, Fürediné Kovács Annamária, Fodor Mónika, Mácsai Éva (2010): Marketing, Szent István Egyetemi Kiadó, Gödöllő, 145-147. p.
5. Pitlik László (2007): Üzleti informatika, Szent István Egyetemi Kiadó, Gödöllő
6. Pitlik László (1997): Szakértői Rendszerek, Informatikai szöveggyűjtemény 1997, Gödöllő
7. Sóvágó Lajos, (2010): Pénzügytan I. (2010): Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft., Budapest, 23. p.

Idegen nyelvű forrás

1. Christian Dach, (2002): Internet-Shopping versus stationärer Handel: zum Einkaufsstättenwahlverhalten von Online-Shoppern, Kohlhammer, 16. p.

Internetes források

1. Pénziránytű Alapítvány Internetes honlapja
(<http://penziranytu.hu/archivalt-pop-torzanyag/konyv/az-en-penzem/ii-mindenható-penz/5-penz-szerepe-es-funkcioi/1-penz-szerepe-gazdasagban>), - Letöltve 2016.10.01.
2. K & H Bank innovációs portál
(<https://www.uzletetide.hu/>), - Letöltve 2016.10.01.
3. Dr. Kovács Árpád Endre (1997): Hogyan döntsek a beruházásokról? A beruházások gazdasági előkészítése, megítélése. RAABE Kiadó, Gazdálkodók Kézikönyve

- (https://miau.gau.hu/szr/uzl_terv.html), - Letöltve 2016.10.01.
4. Creditreform Céginformációs Adatbázis.
(<http://www.creditreform.hu/index.html>), - Letöltve 2016.10.01.
 5. TEIR adatbázis
(<http://www.teaorszamok.hu>), - Letöltve 2016.10.01.
 6. IT szakértői honlap
(<http://itszakerto.eu/dijszabas/>), - Letöltve 2016.10.09.
 7. KSH Statisztikai szemle
(http://www.ksh.hu/statszemle_archive/2009/2009_02/2009_02_166.pdf), -
Letöltve 2016.10.12.
 8. Forbes magazin
(<http://www.forbes.com/sites/paularmstrongtech/2016/04/01/why-your-business-should-be-using-google-trends/#7e0d8b845b18>), - Letöltve
2016.10.12.
 9. Google Trends
(<https://www.google.hu/trends/>), - Letöltve 2016.10.12.
 10. Dr. Prónay Szabolcs: Google Trends, avagy újabb eszköz a marketingkutatók
szolgálatában
(<https://emok.hu/hirek-aktualitasok/tudomanyos-hirek/46-google-trends-avagy-ujabb-eszkoez-a-marketingkutatok-szolgalataban>), Letöltve
2016.10.12.

8. Rövidítés- és definíciós jegyzék

- Attribútum: Olyan tulajdonság, mely elválaszthatatlanul hozzátartozik valamihez, vagy valakihez.
- Avanzsál: Rangsorban előre lép.
- Benchmarking: A benchmarking olyan elemzési és tervezési eszköz, mely lehetővé teszi a vállalat összehasonlítását a versenytársak legjobbjával, valamint más iparágakba tartozó vállalkozásokkal.
- COCO: Component - based object comparison for objectivity.
- Egyéb mns új áru kiskereskedelme: Egyéb máshová nem sorolható áruk kiskereskedelme

Ebbe a szakágazatba tartozik:

- a foto-, optikai- és precíziós műszer (pl. fotolemez, film, fotovegyszer, fényképezeti fényforrás, kontaktlencse, szemüveglencse, szemüveg, szemüvegkeret, távcső, optikai teleszkóp, mikroszkóp, fényképezőgép, vetítők, fotooptikai alkatrész és tartozék, kézi hossz mérő, fény mérő, hőmérő) kiskereskedelme
- az optikusi kiskereskedelmi tevékenység
- ajándéktárgy, emléktárgy, kézművesáru, kegytárgy szakosodott kiskereskedelme
- művészeti galériák kereskedelmi tevékenysége, a műalkotások szakosodott kiskereskedelme
- háztartási tüzelőolaj, palackozott gáz, szén és tűzifa szakosodott kiskereskedelme,
- fegyver és lőszer szakosodott kiskereskedelme,
- tisztítószerek szakosodott kiskereskedelme,
- bélyeg és érme szakosodott kiskereskedelme,
- az egyéb, máshová nem sorolt, nem élelmiszertermék:
- a vetőmag, olajos magvak, takarmány
- az élő állat
- az egyéb mezőgazdasági nyersanyagok
- az ásványok szakosodott kiskereskedelme
- Emergens: Felmerülő, kibontakozó.

- Felhajtóerő: Áramló közegbe helyezett testre ható erőnek az a komponense, mely merőleges az áramlás irányára.
- Krízis: külső és belső események hatására kialakult kritikus állapot, amelyben a lelki egyensúly felborul.
- Likviditási kockázat: Az a fajta kockázat, amikor fennáll annak a veszélye, hogy egy gazdasági szereplő nem, vagy csak késve fogja tudni kiegyenlíteni a tartozásait.
- OAM: Objektum - Attribútum - Mátrix
- Potenciál: Teljesítőképeség, lehetőség
- Pragmatikus: Legcélszerűbb felhasználást tekintő
- Spekulatív: Elmélkedő, töprengő.
- TDK: Tudományos Diákkör
- TEÁOR 4711: Élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelem

Ebbe a szakágazatba tartoznak:

- az áruk széles körének kiskereskedelmi értékesítésével foglalkozó üzletek, amelyekben az élelmiszerek, italok és dohányárak értékesítése a meghatározó
- olyan általános áruházi kiskereskedelem, ahol az eladás túlsúlyát jelentő élelmiszer, ital és dohányárak mellett több más termékcsoporthoz is árusítanak, így pl. ruházati cikket, bútort, háztartási gépet, vasárut, kozmetikai cikket stb.
- TEIR: Területfejlesztési Információs Rendszer

9. Mellékletek

1. melléklet

Részletek: demo3 Beállítás Törlés

▼ **Tevékenység**
47 Kiskereskedelem (kivéve: gépjármű, motorkerékpár)

▼ **Régió**
Közép-magyarországi régió

▼ **Jogi forma**
8 Betéti társaság (Bt.)

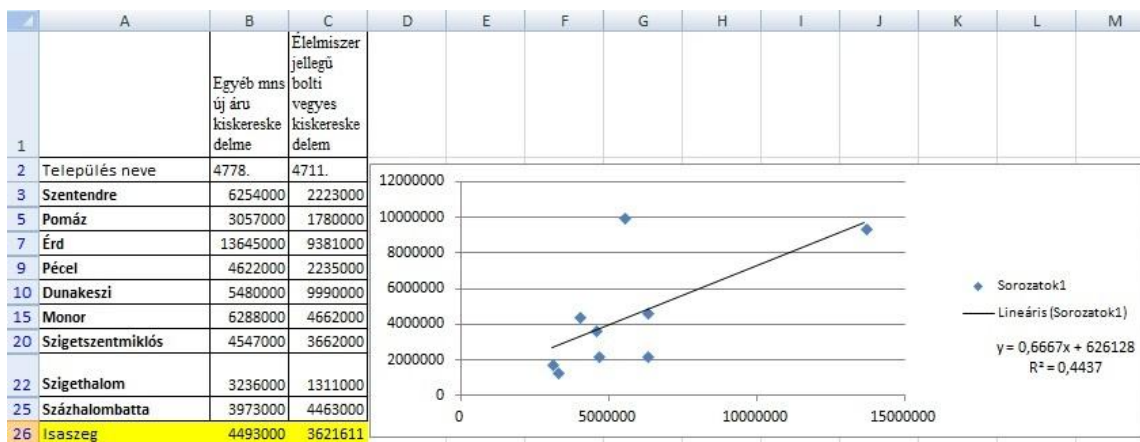
▼ **Forgalom**
1000000 - 5000000

▼ **Alkalmazottak**
1 - 2

▼ **Bonítás vizsgálat**

Szűkítési kritériumok (Forrás: Creditreform adatbázis)

2. melléklet



Best practice megoldás eredménye 2012-ben (Forrás: saját számítások, ahol a számoszlopok mértékegysége forint, a grafikon X-tengelye = TEÁOR 4778-as értéke és ennek mértékegysége forintban, Y tengelye = TEÁOR 4711-es értéke és ennek mértékegysége forintban.

Megjegyzés: Isaszeg sárgával kiemelt értéke a 4711-es kódoszlop kapcsán a következő képlettel került kiszámításra: $B26 * 0,6667 + 626128$

3. melléklet

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	
1																																				
2		Összeg / Forgalom	kód főbb tevékenység																																	
3			Ipaclick jellegű bolti vegyes kiskereskedelm (F)	Zöldég, gyümölcs kiskereskedelme (F)	Hús-, húsbau kiskereskedelme (F)	Peákru-, edesség kiskereskedelme (F)	Ital kiskereskedelme (F)	Dohányár u kiskereskedelme (F)	Egyéb elemiszek kiskereskedelme (F)	Gépjármű üzemany g kiskereskedelme (F)	Stamitóg ép, periféria, szodvver kiskereskedelme (F)	Telekomm unikációs temek kiskereskedelme (F)	Audio-, videobere ndezés kiskereskedelme (F)	Tentli kiskereskedelme (F)	Vasaru-, festék-, üveg kiskereskedelme (F)	Villamos háztartási készülékek kiskereskedelme (F)	Butor, világítási eszköz, egyéb háztartási cikkek kiskereskedelme (F)	Könyv kiskereskedelme (F)	Újság, papíraru kiskereskedelme (F)	Sportruka kiskereskedelme (F)	Ruházat kiskereskedelme (F)	Lábbeli-, bőraru kiskereskedelme (F)	Gyógyászati termek kiskereskedelme (F)	Gyógyászati termek kiskereskedelme (F)	Illatszerek kiskereskedelme (F)	Disznóvén y, vetomag, hobbiállat, étel kiskereskedelme (F)	Oru-, élelmiszerek kiskereskedelme (F)	Egyéb ms s árú kiskereskedelme (F)	Hazsnált cikkek kiskereskedelme (F)	Élelmiszerek, ital, dohányár y, ital kiskereskedelme (F)	Tentli, ruházat, lábbeli kiskereskedelme (F)	Egyéb árú kiskereskedelme (F)	Csomagok, üldő, internetes kiskereskedelme (F)	Egyéb nem bolti, piaci kiskereskedelme (F)	Élelmiszerek jellegű bolti vegyes kiskereskedelme (F)	
4	Település neve	Hányfőszám	4719	4721	4722	4724	4725	4726	4729	4730	4741	4742	4743	4751	4752	4754	4759	4761	4762	4764	4771	4772	4773	4774	4775	4776	4777	4778	4779	4781	4782	4789	4791	4799	4711	
5	Szentendre	2000	3950000																																	
6	Piliszentlászló	2009													4116000		4507000	3559000				3923000	9232000	3350000												
8	Pomáz	2013	1089000																																	
9	Csabánka	2014																				3219000														
15	Érd	2030	3427000	5637000	2802000						1959000		5560000	6194000	4558000		7879000				4566000					5174000	13643000	4939000				2905000	4560000	1202000	9381000	
27	Telki	2039									3892000											3383000														3001000
35	Pécel	2119																				2727000			2598000			4622000							2235000	
36	Dunakeszi	2120	37821000					3891000									4330000				1753000					4168000	5480000							1534000	9990000	
43	Kistarcsa	2143																			7577000													5991000		
47	Órbottyán	2162		2335000																														2904000		
57	Hévígyvörk	2192	2038000																							1804000								4039000		
58	Tura	2194		2266000														4409000						1380000										1681000		
59	Monor	2200																								4504000	6218800	4187000						4662000		
61	Monor - Monori erdő	2213	2308000	4270000												3031000										2282000						1340000		1769000		
64	Vécserő	2220	5946000	4296000	3786000					3223000					3035000							3875000											1016000	9916000		
65	Üllő	2225																																2777000	1920000	
73	Nékeve	2300																								2029000								1945000		
74	Szigetszentmiklós	2310	5908000	7071000	1362000						2895000						4877000	7579000			12237000					9249000	4547000	1890000			4690000		3662000			
75	Halásztelek	2314																								2955000	1509000				2808000			2844000		
76	Szigethalom	2315		1230000																				1952000		2730000	3236000						1311000			
85	Dömsöd	2344	4207000														2627000				1853000				2060000								9159000			
87	Gyál	2360	1990000																														5869000	4273000		
95	Százhalombatta	2440	3156000													4756000																3973000		4463000		
114	összeg	2117													2141000																			?		

2012-es adatvagyon COCO hasonlóságelemzéshez

(Forrás: Saját)

4. melléklet

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	
			Ipari cikkek jellegű bolti vagy kiskereskedelmi (Ft)	Zöldág, gyümölcs kiskereskedelmi (Ft)	Hús-, hal- kiskereskedelmi (Ft)	Kenyér-, pékáru-, édesség- kiskereskedelmi (Ft)	Ital- kiskereskedelmi (Ft)	Dohányár- u- kiskereskedelmi (Ft)	Egyéb élelmiszer- g- kiskereskedelmi (Ft)	Gépjármű- üzemany- g- kiskereskedelmi (Ft)	Számitógé- p, periféria, szoftver kiskereskedelmi (Ft)	Telekom- munkai- os termé- kiskereskedelmi (Ft)	Audió-, videobere- ndezés kiskereskedelmi (Ft)	Textil- kiskereskedelmi (Ft)	Vasár-, festék-, üveg- kiskereskedelmi (Ft)	Villamos- háztartási készülék- kiskereskedelmi (Ft)	Bútor, világítási eszköz, egyéb háztartási cikk kiskereskedelmi (Ft)	Könyv- kiskereskedelmi (Ft)	Újság-, papírár- u- kiskereskedelmi (Ft)	Sportszer- kiskereskedelmi (Ft)	Ruházat kiskereskedelmi (Ft)	Lábbeli-, bőrár- u- kiskereskedelmi (Ft)	Gyógyászati termék kiskereskedelmi (Ft)	Gyógyászati termék kiskereskedelmi (Ft)	Illatszert- kiskereskedelmi (Ft)	Dísznővé- ny, vetőmag, műtrágya, hobbyáru kiskereskedelmi (Ft)	Óra-, ékszert- kiskereskedelmi (Ft)	Egyéb más új áru kiskereskedelmi (Ft)	Hazmált élelmiszer kiskereskedelmi (Ft)	Élelmiszer, ital, dohányár- u kiskereskedelmi (Ft)	Textil, ruházat, lábbeli piaci kiskereskedelmi (Ft)	Egyéb áru- kiskereskedelmi (Ft)	Csomag- ulási, internetes kiskereskedelmi (Ft)	Egyéb nem bolti, piaci kiskereskedelmi (Ft)	Élelmiszer jellegű bolti vagy kiskereskedelmi (Ft)	
2	Település neve	Irányítószám	4719.	4721.	4722.	4724.	4725.	4726.	4729.	4730.	4741.	4742.	4743.	4751.	4752.	4754.	4759.	4761.	4762.	4764.	4771.	4772.	4773.	4774.	4775.	4776.	4777.	4778.	4779.	4781.	4782.	4789.	4791.	4799.	4711.	
3	Biatortó	2051																																		1350000
4	Budakeszi	2092	3388000							1473000											3916000								6548000							2396000
5	Csóbánka	2014																												4171000						1282000
6	Dunaharaszti	2330	3740000													2441000		4258000			2060000						4572000									4001000
7	Dunakeszi	2120																9071000			1538000															2628000
8	Ercsi	2451																																		2521000
9	Erd	2030	4627000	5222000										4715000	4711000	3712000	8414000				1808000								4774000	3327000		3401000	3417000	1402000	6129000	
10	Fót	2151		2028000																									2052000	1650000		3444000				5538000
11	Göd	2132																			2027000														3350000	
12	Gödöllő	2100													8893000		3460000				7105000	1353000						4327000					1119000		4080000	
13	Gyál	2360															2743000				1568000										1471000		1085000			4459000
14	Hajószelek	2314																							3196000										4475000	
15	Kistarcsa	2143																			5990000														4347000	
16	Kosd	2612																			4971000														1688000	
17	Maglód	2234	4341000														3450000																		3141000	
18	Monorierdő	2213																3031000																	2036000	
19	Pécel	2119																									3787000	2120000		2359000						4056000
20	Piliscsaba	2081	3335000																																	2160000
21	Pomáz	2013																			1839000														1018000	
22	Ráckeve	2300																																		1945000
23	Szentendre	2000																																		4207000
24	Szigetszentmiklós	2310	4209000	4790000							3360000					3993000		3151000		1655000	4887000					2042000		4496000					1896000	3649000		7425000
25	Telki	2089																			3990000															3258000
26	Tököl	2316																																		4822000
27	Túra	2194																								2814000										2514000
28	Üllő	2225																																		1920000
29	Vecses	2220	4393000	6630000		3786000				3423000					2964000															1401000						2193000
30	Isaszeg	2117													1460000																					15767000

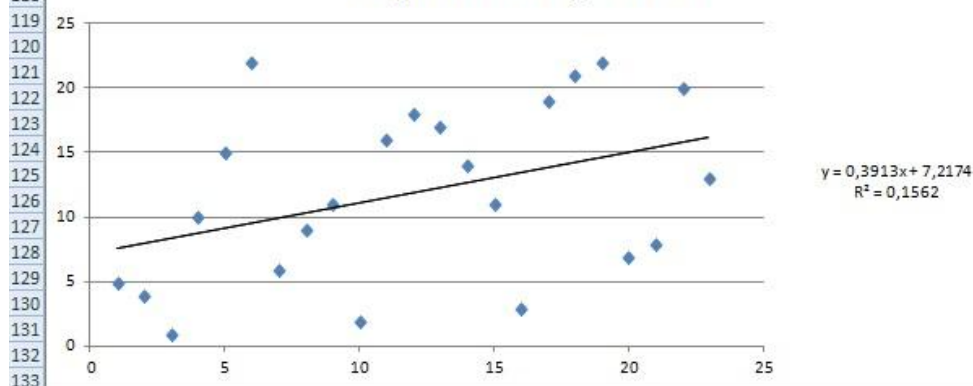
2014-es adatvagyon COCO hasonlóságelemzéshez

(Forrás: Saját)

5. melléklet

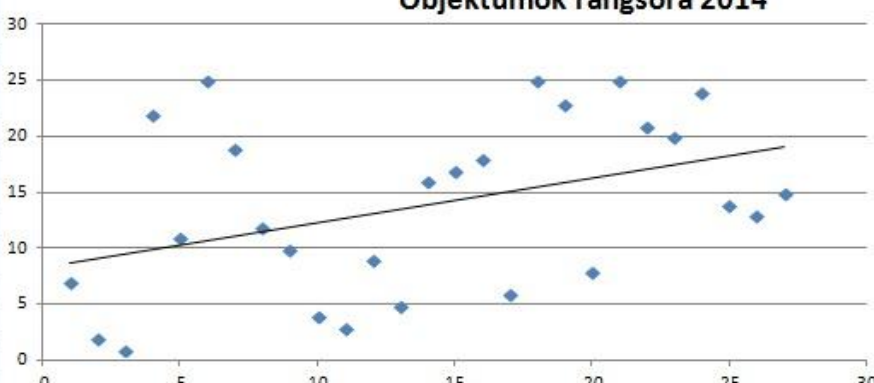
	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AQ	AR	AS
1									
2									
3			0,156233561						
4	Település neve	Összes bevétel a 4711 nélkül	Korreláció	Együttmozgás			Település neve	Rangsor/4711	Rangsor/összes
5	Szentendre	51935000	0,139875795				Szentendre	16	3
6	Pilisszentlászló	0					Pilisszentlászló	19	22
8	Pomáz	14601000					Pomáz	20	7
9	Csobánka	0					Csobánka	6	22
15	Érd	75107000					Érd	3	1
27	Telki	7275000					Telki	11	16
35	Pécel	9948000					Pécel	15	11
36	Dunakeszi	24938000					Dunakeszi	1	5
43	Kistarcsa	7577000					Kistarcsa	5	15
47	Órbottyán	6374000					Órbottyán	12	18
57	Hévízgyörk	3842000					Hévízgyörk	22	20
58	Tura	8055000					Tura	14	14
59	Monor	14979000					Monor	7	6
62	Monor - Monori erdő	13431000					Monor - Monirerdő	21	8
64	Vecsés	26975000					Vecsés	2	4
65	Üllő	2777000					Üllő	18	21
73	Ráckeve	5884000					Ráckeve	17	19
74	Szigetszentmiklós	62305000					Szigetszentmiklós	10	2
75	Halásztelek	7272000					Halásztelek	13	17
76	Szigethalom	9148000					Szigethalom	23	13
85	Dömsöd	10747000					Dömsöd	4	10
87	Gyál	9948000					Gyál	9	11
95	Százhalombatta	11865000					Százhalombatta	8	9
114	Isaszeg	6634000					Isaszeg	17	
115	Ráckeve/4711	1945000						14	
116	Tura/4711	2514000					Isaszeg/becsült bevétel	2514000	

Objektumok rangsora 2012



COCO előzetes kalkuláció 2012-es adatok alapján (Forrás: saját számítások, ahol az összes bevétel oszlop mértékegysége forint, a grafikon X-tengelye = TEÁOR 4711-es rangsora, Y tengelye = TEÁOR összes egyéb rangsora)

6. melléklet

	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AQ	AR	AS
1									
2	Település neve	Összes bevétel a 4711 nélkül	Korreláció				Település neve	Rangsor/4711	Rangsor/összes
3	Biatorbágy	6548000	0,1189				Biatorbágy	26	13
4	Budakeszi	9560000					Budakeszi	20	8
5	Csobánka	4572000					Csobánka	27	15
6	Dunaharaszti	18772000					Dunaharaszti	13	5
7	Dunakeszi	17119000					Dunakeszi	17	6
8	Ercsi	0					Ercsi	18	25
9	Érd	39681000					Érd	3	1
10	Fót	7146000					Fót	5	11
11	Göd	4427000					Göd	14	16
12	Gödöllő	26257000					Gödöllő	11	3
13	Gyál	6867000					Gyál	8	12
14	Halásztelek	3196000					Halásztelek	7	19
15	Kistarcsa	7940000					Kistarcsa	9	10
16	Kosd	4971000					Kosd	25	14
17	Maglód	3450000					Maglód	16	18
18	Monorierdő	3031000					Monorierdő	22	21
19	Pécel	8266000					Pécel	12	9
20	Piliscsaba	0					Piliscsaba	21	25
21	Pomáz	2857000					Pomáz	4	22
22	Ráckeve	3035000					Ráckeve	23	20
23	Szentendre	22765000					Szentendre	10	4
24	Szigetszentmiklós	26469000					Szigetszentmiklós	2	2
25	Telki	3990000					Telki	15	17
26	Tököl	0					Tököl	6	25
27	Tura	2814000					Tura	19	23
28	Üllő	1401000					Üllő	24	24
29	Vecsés	12366000					Vecsés	1	7
30	Isaszeg	1460000					Isaszeg	23	
31	Ráckeve/4711	1945000						17	
32	Dunakesz/4711	2626000					Isaszeg/becsült bevét	2626000	
33	Objektumok rangsora 2014								
34									
35	$y = 0,3993x + 8,2991$ $R^2 = 0,1667$								
36									
37									
38									
39									
40									
41									
42									
43									
44									
45									
46									
47									
48									
49									
50									
51									

COCO előzetes kalkuláció 2014-es adatok alapján (Forrás: saját számítások, ahol az összes bevétel oszlop mértékegysége forint, a grafikon X-tengelye = TEÁOR 4711-es rangsora, Y tengelye = TEÁOR összes egyéb rangsora)

7. melléklet

AH	AI	AJ	AK	AL	AM
			0,7557		
Település neve	Becslés	Tény+0	Delta	Delta/Tény	
Szentendre	3384828,5	2223000	-1161829	-52,26	-1161829
Pilisszentlászló	2998136,3	1919000	-1079136	-56,23	-1079136
Pomáz	3196994,5	1780000	-1416995	-79,61	-1416995
Csobánka	2998136,3	5760000	2761863,7	47,95	
Érd	7955173,8	9381000	1425826,2	15,20	
Telki	3714704,1	3001000	-713704,1	-23,78	-713704,1
Pécel	3389916,6	2235000	-1154917	-51,67	-1154917
Dunakeszi	8471611,3	9990000	1518388,7	15,20	
Kistarcsa	3964442,7	5991000	2026557,3	33,83	
Órbottyán	3673575,6	2904000	-769575,6	-26,50	-769575,6
Hévízgyörk	3008312,4	1681000	-1327312	-78,96	-1327312
Tura	3508213,8	2514000	-994213,8	-39,55	-994213,8
Monor	4418975,6	4662000	243024,4	5,21	
Monor - Monori erdő	3192330,4	1769000	-1423330	-80,46	-1423330
Vecses	8408858,7	9916000	1507141,3	15,20	
Üllő	3256355,1	1920000	-1336355	-69,60	-1336355
Ráckeve	3196994,5	1945000	-1251995	-64,37	-1251995
Szigetszentmiklós	5534107,7	3662000	-1872108	-51,12	-1872108
Halásztelek	3648135,3	2844000	-804135,3	-28,27	-804135,3
Szigethalom	2998136,3	1311000	-1687136	-128,69	-1687136
Dömsöd	4959581,5	9159000	4199418,5	45,85	
Gyál	4254037,9	4273000	18962,1	0,44	
Százhalombatta	4334598,7	4463000	128401,3	2,88	
Isaszeg		4143608,7			-1213767

Becslés-tény értékek 2012-ben, sárgával pedig az isaszegi TEÁOR 4711 várható bevételeinek ellentettje (Forrás: saját számítások, ahol a becslés és a tény oszlopok mértékegysége: forint)

8. melléklet

AH	AI	AJ	AK	AL	AM
Település neve	Becslés	Tény+0	Delta	Delta/Tény	
Biatorbágy	2766346	1350000	-1416346,0	-104,91	-1416346
Budakeszi	3235172.	2396000	-839172,6	-35,02	-839173
Csobánka	2735867.	1282000	-1453867,8	-113,41	-1453868
Dunaharaszti	3954548.	4001000	46451,9	1,16	
Dunakeszi	3338260.	2626000	-712260,7	-27,12	-712261
Ercsi	2735867.	2521000	-214867,8	-8,52	-214868
Érd	5694047.	6129000	434952,7	7,10	
Fót	4687818	5538000	850182,0	15,35	
Göd	3662764	3350000	-312764,0	-9,34	-312764
Gödöllő	3989956.	4080000	90043,4	2,21	
Gyál	3959926.	4459000	499073,4	11,19	
Halásztelek	3979199.	4475000	495800,4	11,08	
Kistarcsa	4574421.	4347000	-227421,2	-5,23	-227421
Kosd	2917840.	1688000	-1229840,7	-72,86	-1229841
Maglód	3569088.	3141000	-428088,3	-13,63	-428088
Monorierdő	3073817.	2036000	-1037817,4	-50,97	-1037817
Pécel	3979199.	4056000	76800,4	1,89	
Piliscsaba	2735867.	2160000	-575867,8	-26,66	-575868
Pomáz	3200660.	5859000	2658339,5	45,37	
Ráckeve	3033030.	1945000	-1088030,4	-55,94	-1088030
Szentendre	4511671.	4207000	-304671,9	-7,24	-304672
Szigetszentmiklós	6655903.	7425000	769096,2	10,36	
Telki	2917840.	3256000	338159,3	10,39	
Tököl	2735867.	4822000	2086132,2	43,26	
Tura	3288061.	2514000	-774061,3	-30,79	-774061
Üllő	2735867.	1920000	-815867,8	-42,49	-815868
Vecsés	1413382	15767000	1633177,1	10,36	
Isaszeg		3975925,9			-762063

Becslés-tény értékek 2014-ben, sárgával pedig az isaszegi TEÁOR 4711 várható bevételének ellentettje (Forrás: saját számítások, ahol a becslés és a tény oszlopok mértékegysége: forint)

9. melléklet

TEÁOR 4711 bevételének becslése		
Év	Összeg	Mértékegység
2012	1213767	Forint
2014	762063	Forint

TEÁOR 4711 bevételének becslése 2012-ben és 2014-ben
(Forrás: Saját számítások)

Konzultációkon való részvétel igazolása

A hallgató neve: Horváth Gergő

A belső konzulens neve és beosztása: Dr. Pitlik László, egyetemi docens

A témát kiadó önálló oktatási szervezeti egység neve: Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet

Nevezett hallgató a 2016/2017 tanévben a diplomamunka készítésével kapcsolatos konzultációkon rendszeresen részt vett. Az elkészített dolgozatot

**ILLIK-E ÜZLETI SZEMPONTBÓL ISASZEGEN TEÁOR 4711-ET
NYITNI A CÉGINFORMÁCIÓS ADATBANK ADATAI ALAPJÁN?**

címmel bemutatta. A dolgozatnak a Záróvizsgálóhoz kapcsolódó bírálati eljárásra való beadásával egyetértek.

Gödöllő, 2016.10.12.

.....
konzulens aláírása

Nyilatkozat

Alulírott Horváth Gergő, a Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnöki alapképzési szak, területfejlesztési szakirány, levelező tagozatos végzős hallgatója nyilatkozom, hogy az ILLIK-E ÜZLETI SZEMPONTBÓL ISASZEGEN TEÁOR 4711-ET NYITNI A CÉGINFORMÁCIÓS ADATBANK ADATAI ALAPJÁN? címmel védésre benyújtott szakdolgozat saját munkám eredménye, amelynek elkészítése során a felhasznált irodalmat a szerzői jogi szabályoknak megfelelően kezeltem.

Gödöllő, 2016.10.10

.....

Hallgató aláírása

Szakdolgozat rövid bemutatása

A szakdolgozat készítőjének neve: Horváth Gergő

A szakdolgozat címe: Illik-e üzleti szempontból Isaszegen TEÁOR 4711-et nyitni a céginformációs adatbank adatai alapján?

A témát kiadó önálló szervezeti egység neve: Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet

A belső konzulens neve és beosztása: Dr. Pitlik László, egyetemi docens

Kulcskifejezések: hasonlóságelemzés, üzletnyitás, TEÁOR 4711, kiskereskedelem

A dolgozat rövid leírása: Diplomamunkám során arra kerestem a választ, hogy a céginformációs rendszer adatai alapján nyereséges lehet-e Isaszegen élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelmi egységet nyitni és üzemeltetni? Minden vállalkozó számára elsődleges szempont a vállalkozás helyszínének tökéletes megválasztása, hogy így az általa remélt legmagasabb hasznot érhesse el. Dolgozatom lényegében az üzleti tervezés megreformálására tett kísérletsorozat része, amelynek során egy TEÁOR 4711 üzlet várható sikerességét, vagy esetleges sikertelenségét vizsgáltam.

ILLIK-E ISASZEGEN TEÁOR 4711-ES FŐTEVÉKENYSÉGŰ ÜZLETET NYITNI A CÉGINFORMÁCIÓS RENDSZER ADATAI ALAPJÁN?

Is it proper to open a grocery store in Isaszeg based on data from company information services?

Diplomamunkám során arra kerestem a választ, hogy a céginformációs rendszer adatai alapján nyereséges lehet-e Isaszegen élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelmi egységet nyitni és üzemeltetni?

Minden vállalkozó számára elsődleges szempont a vállalkozás helyszínének tökéletes megválasztása, hogy így az általa remélt legmagasabb hasznot érhesse el. Dolgozatom lényegében az üzleti tervezés megreformálására tett kísérletsorozat része, amelynek során egy TEÁOR 4711 üzlet várható sikerességét, vagy esetleges sikertelenségét vizsgáltam.

Első lépésben a Creditreform Kft. adatbázisának 2012. évi vonatkozású adatai alapján olyan településeket (objektumokat) választottam ki, ahol már létezik ilyen kiskereskedelmi egység. Összegyűjtöttem a gazdaságilag releváns attribútumokat, vagyis magyarázó/felhajtó tényezőket, (egyéb TEÁOR kódszámokkal ellátott kereskedelmi egységeket/tevékenységeket), amelyek forint mértékegységben megadott árbevételei a 4711-es aktivitásokat generálják, vagy gátolják. Az elvégzett hasonlóságelemzés után, mely egy induktív szakértői rendszert, vagy más szavakkal szimulációs rendszert hozott létre, hozzárendeltem Isaszeg meglévő értékeit is a kapott mintához, így megkaptam az üzlethelység maximalizálható bevételeinek értékét.

Diplomadolgozatom ugyan egy adott üzletfajtát vizsgál itt s most még csak statikusan, de a módszer bármilyen jellegű tevékenység esetén megismételhető lépések sorozatából áll össze, így az üzletviteli tanácsadással foglalkozó cégek, cégeken belül döntés-előkészítéssel foglalkozó csoportok portfóliójába bárhol és bármikor beilleszthető – dinamizált alapadatok mellett is. A módszertani megújulás a döntési kockázatok csökkentésén keresztül képes többletérték termelésre.