

PANNON EGYETEM
GAZDÁLKODÁSI KAR ZALAEGERSZEG

Závecz Daniéla

Gazdálkodási és menedzsment felsőoktatási
szakképzés

Egy vállalkozás árképzési tevékenységének bemutatása

2021



PANNON EGYETEM
Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

NYILATKOZAT

a szakdolgozat/záródolgozat digitális formátumának benyújtásáról
(Szövegszerkesztővel történő kitöltés után nyomtatandó egy példányban.)

Hallgató neve:	Závecz Daniéla		
Szak:	Gazdálkodási és Menedzsment FOSZK		
Szakirány (ha van):	Digitális üzleti szolgáltatások		
Neptun kód:	R5BFXM	Benyújtás éve:	2021
Szkdolgozat/záró- dolgozat címe:	Egy vállalkozás árképzési tevékenységének bemutatása		
Témavezető (belső konzulens) neve:	Dr. Palányi Ildikó		
Gyakorlóhelyi (külső) konzulens neve:	Sütő-Komládi Gyöngyvér		
Legalább 5 kulcsszó a dolgozat tartalmára vonatkozóan:	Marketing-mix, árképzés, termékválaszték, emberi tényező, értékesítési politika		

Kérjük a szerzői döntésnek megfelelő opciót aláhúzni:

Hozzájárulok / nem járulok hozzá, hogy szakdolgozatomat/záródolgozatomat az egyetem az interneten a nyilvánosság számára repozitóriumában közzétegye.

A hozzájárulás szerzői feltételei:

- mások számára a közzététel semmilyen formában nem engedélyezett,
- a dolgozat magáncélra letölthető, a forrás és nevem megjelölésével szabadon idézhető, de az idézést meghaladó felhasználás (átvétel) tilos,
- hozzájárulásom időtartamra nem korlátozott és bármikor visszavonható.

Hozzájárulás hiányában a dolgozat csak az egyetem könyvtáraiban az arra kijelölt számítógépeken, képernyős megtekintéssel kutatható. Egyéb hozzáférés, többszörözés nem engedélyezett.

Felelősségem tudatában kijelentem, hogy szakdolgozatom/záródolgozatom digitális adatállománya mindenben eleget tesz a vonatkozó hatályos intézményi előírásoknak, tartalma megegyezik nyomtatott formában benyújtott szakdolgozatommal.

Dátum:Závecz Daniéla.....
hallgató aláírása

A digitális szakdolgozat könyvtári benyújtását és átvételét igazolom.

Dátum: 2021.06.04.

Szabó G. Tibor s. k.
.....
könyvtári munkatárs P.H.

PANNONEGYETEM
GAZDÁLKODÁSI KAR ZALAEGERSZEG

Závecz Daniéla

Gazdálkodási és menedzsment felsőoktatási
szakképzés

Beszámoló a szakmai gyakorlatról

2021

Tartalomjegyzék

Első rész	5
Szombathely Megyei Jogú Város Polgármesteri Hivatala	5
A Szombathely Megyei Jogú Város Önkormányzata tulajdonában álló nonprofit Kft., a FEHE.....	6
Rövid cégtörténet	6
A non-profit működési forma	8
Telephelyek és céljaik	10
Második rész	12
A szakmai gyakorlati napló szemléltetése heti bontásban.....	12
Harmadik rész	17
A gazdálkodó szervezet szervezeti – jogi formája, tevékenységi köre, a termelés és/vagy a szolgáltatás jellemzői, szervezeti felépítése	17
A gazdálkodó szervezet vezetési – irányítási rendszere, döntési mechanizmusai, hatásköri megosztása, alkalmazott vezetési stílus	18
A vállalkozás hosszabbtávú tervekészítési módszere, időtávja.....	19
Irodalomjegyzék	20
Ábrajegyzék	20

Első rész

Szombathely Megyei Jogú Város Polgármesteri Hivatala

Szakmai gyakorlatomat Szombathely Megyei Jogú Város Polgármesteri Hivatalában (9700 Szombathely, Kossuth Lajos utca 1-3.) és az önkormányzat tulajdonában lévő cégnél töltöttem el. Az első feladatomban a Polgármesteri Hivatal belső egységeinek megismerése és megértése volt, hogyan kapcsolódnak egymáshoz, valamint hogyan segítik egymást a feladatok megfelelő teljesítésében. Alap jogszabályként a Magyarország helyi önkormányzatáról szóló 2011. évi CLXXXIX. törvény (továbbiakban: Mötv.) említhető, mely szerint „a helyi önkormányzás a település, valamint a megye választópolgárai közösségének joga, melynek során érvényre jut az állampolgári felelősségérzet, kibontakozik az alkotó együttműködés a helyi közösségen belül. A helyi önkormányzás a helyi közügyekben demokratikus módon, széles körű nyilvánosságot teremtve kifejezi és megvalósítja a helyi közakaratot.”¹ Feladat- és hatáskör ellátás tekintetében „a helyi önkormányzat ellátja a törvényben meghatározott kötelező és az általa önként vállalt feladat- és hatásköröket. A helyi önkormányzat - a helyi képviselő-testület vagy a helyi népszavazás döntésével - önként vállalhatja minden olyan helyi közügy önálló megoldását, amelyet jogszabály nem utal más szerv kizárólagos hatáskörébe. Az önként vállalt helyi közügyekben az önkormányzat mindent megtehet, ami jogszabállyal nem ellentétes. Az önként vállalt helyi közügyek megoldása nem veszélyeztetheti a törvény által kötelezően előírt önkormányzati feladat- és hatáskörök ellátását, finanszírozása a saját bevételek, vagy az erre a célra biztosított külön források terhére lehetséges”.²

Szombathely Megyei Jogú Város Polgármesteri Hivatala Szervezeti és Működési Szabályzatában (SZMSZ) leírtak alapján a belső szervezeti egységei magában foglalják a Polgármesteri Kabinetet, Belső Ellenőrzési Irodát, Főépítészeti Irodát, Informatikai Irodát, és a Gondnoksági Irodát, valamint öt osztályt: Jogi és Képviselői Osztályt, az Egészségügyi és Közszolgálati Osztályt, a Közgazdasági és Adó Osztályt, a Hatósági Osztályt, és végül a Városüzemeltetési és Városfejlesztési Osztályt. Minden osztályt egy osztályvezető, az osztályokon belüli irodákat pedig egy irodavezető koordinálja. Alattuk különböző feladatokat ellátó alkalmazottak dolgoznak. Az alkalmazottak feladatait vezetőik jelölik ki, de alapvetően a feladatok vezetői döntésre való előkészítésénél az önálló munkavégzés dominál. A Polgármesteri Hivatal képviselőjében eljárni a Jegyző jogosult, őt az Aljegyző

¹ Helyi önkormányzatáról szóló 2011. évi CLXXXIX. törvény

² Helyi önkormányzatáról szóló 2011. évi CLXXXIX. törvény

helyettesítheti, és az általa meghatározott feladatokat láthatja el, valamint a Jegyző az, aki a munkáltatói jogokat gyakorolja, az Möt. 239. § -ban említettek kivételével. Szombathely MJV Polgármesteri Hivatala az Önkormányzat Közgyűlésének hivatala egyben. A Közgyűlés tagjai a polgármester, az alpolgármesterek, a tanácsnokok és városi képviselők. A Hivatal önkormányzati rendeletek, szabályzatok és utasítások figyelembevételével működik, továbbá figyelembe kell vennie az országos jogszabályokat, és természetesen ez előbbiek nem tartalmazhatnak utóbbival ellentétes és enyhébb előírásokat.

A szakgyakorlat egy részét a Városüzemeltetési és Városfejlesztési Osztályon, azon belül is a Városfejlesztési Irodán végeztem. Az Osztály ezen kívül még három irodát foglal magába, a Kommunális és Környezetvédelmi Irodát, a Közbeszerzési Irodát és a Beruházási Irodát. Ezen három iroda az SZMSZ-ben meghatározott feladatkörében segíti egymás munkáját a feladatok, projektek lebonyolításában.

Miután a szervezeti egységek és a helyi önkormányzás működését megismertem, nagyobb betekintést nyerhettem a Városüzemeltetési és Városfejlesztési Osztály, azon belül pedig a Városfejlesztési Iroda munkájába.

A gyakorlatom legnagyobb részét azonban a gazdálkodás és menedzsment szakirányhoz kapcsolható, az önkormányzat 100%-os tulajdonában lévő Fogyatékkal Élőket és Hajléktalanokat Ellátó Közhasznú Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaságnál töltöttem, amely társaság az Möt. 13. §-ában foglalt helyi közügyek, valamint a helyben biztosítható közfeladatok körében ellátandó helyi önkormányzati feladatok ellátásában vesz részt.

A Szombathely Megyei Jogú Város Önkormányzata tulajdonában álló nonprofit Kft., a FEHE

Rövid cégtörténet

2016. január 1-jével a Savaria Rehab-team Szociális Szolgáltató és Foglalkoztatási Nonprofit Kft. beolvadt a Regionális Szociális Forrásközpont Közhasznú Nonprofit Kft.-be és így az egyesült cég neve is megváltozott, az új név: Fogyatékkal Élőket és Hajléktalanokat Ellátó Közhasznú Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság (rövid neve: Fogyatékkal Élőket és Hajléktalanokat Ellátó Nonprofit Kft.)



Székhelye Szombathelyen a 11-es Huszár út 116. alatt található.³

1. A Fogyatékkal Élőket és Hajléktalanokat Ellátó Közhasznú Nonprofit Kft. a város szociális ellátásának két nagy tevékenységét látja el. Fogyatékos emberek alap- és nappali ellátása: önálló életvitelt támogató szolgáltatások (Támogató Szolgálat, Fogyatékos Emberek Nappali Szolgálata); Foglalkoztatást elősegítő szolgáltatás (4M Szolgálat, munkaerő - piaci szolgáltatás)
2. Hajléktalan embereket ellátó szociális intézménye: Utcai szociális szolgálat (tartósan utcán tartózkodó egyének ellátása); Átmeneti szállás (személyeknek az elhelyezése); Nappali melegedő (tartósan utcán élő emberek nappali ellátása); Éjjeli menedékhely (éjszakai szállás biztosítása); Házi orvosi szolgálat (hetente két alkalom); Hajléktalanok Otthona (idős hajléktalan emberek ellátása)⁴

³ Szombathely MJV Önkormányzata (Összeáll.) Fogyatékkal Élőket és Hajléktalanokat Ellátó Nonprofit Kft. (online) (Megtekintve: 2021. április 5.) Hozzáférés: <https://www.szombathely.hu/intezmenyek/szocialis-intezmenyek/fogyatekkal-eloket-es-hajlektalanokat-ellato-nonprofit-kft/fogyatekkal-eloket-es-hajlektalanokat-ellato-kozhasznu-nonprofit-kft.18390/>

⁴ Féhe Nonprofit Kft. (Összeáll.) Magunkról röviden, tevékenységeink (online) (Megtekintve: 2021. április 5.) Hozzáférés: <http://fehe.hu/>

A non-profit működési forma

/ Közhasznú Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság /

A társaság önálló gazdasági tevékenységeket folytat, tevékenysége során keletkező jogok és kötelezettségek kizárólagosan illetik, illetve terhelik. Önálló adó, munkajogi és társadalombiztosítási jogalanyisággal rendelkezik.

A társaság saját cégneve alatt önálló jogi személyként tevékenykedik, szerezhethet jogokat, vállalhat kötelezettségeket, így különösen tulajdont szerezhethet, szerződéseket köthet, pert indíthat és perelhető.⁵

A nonprofit gazdasági társaságok a normál társaságok közül a miatt lógnak ki a sorból, mert elvileg nem eredményorientáltak, a civilekhez pedig azért nem tartoznak igazán, mert a társasági jogi konzekvenciák vonatkoznak rájuk.

Bármely társasági forma létrehozható nonprofit gazdasági társaságként: így lehet közöttük betéti társaság, korlátolt felelősségű társaság is. Főszabályként az adott társasági formára jellemző társasági jogi szabályokat kell betartani az alapításukkor. A fő különbség a for profit szférához képest, hogy eredményüket, eredménytartalékukat nem oszthatják fel, azt osztalékként – az őt létrehozó tagok részére – még megszűnés esetén sem szabad kifizetni!⁶

Általában a nonprofit kifejezést jogszabályok nem határozzák meg, azaz nem adnak definíciót. A jogirodalom az alábbi elemek fennállása esetén jut arra, hogy az adott működés nonprofit.

- jogi személy formájában (azaz intézményesült, nyilvántartásba, vagy bejegyzésre került valamely közigazgatási szervnél, bíróságnál);
- fő célja nem a profit szerzés, hanem valamilyen közjót szolgáló cél, de vállalkozási tevékenységet folytathat kiegészítő jelleggel;
- nem állami (de valójában sem az állami, sem a piaci szektorhoz nem sorolható);
- a bevételét, a nyereségét, a vagyontárgyát nem osztja fel és csak nonprofit célra használhatja;
- intézményesült belső szervezete van.

Nonprofit gazdasági társaság – nagyobb horderejű feladatok ellátására alkalmasak

⁵ Cég belső anyaga (Összeáll.) Szervezeti és működési szabályzat

⁶ 5 perc adó (Összeáll) A nonprofit gazdasági társaságok, mint különleges esetek (online) (Megtekintve: 2021. április 5.) Hozzáférés: <https://5percado.hu/nonprofit-gazdasagi-tarsasagok-mint-kulonleges-esetek/>

A gazdasági társaságokról szóló 2006. évi IV. törvény 4. §-a rendelkezik a nonprofit gazdasági társaságokról, mely a közhasznú társaságok mintegy jogutódként bevezette a magyar jogrendszerbe a nonprofit gazdasági társaság fogalmát. A nonprofit gazdasági társaság olyan gazdasági társaság, amelyet nem jövedelemszerzésre irányuló közös gazdasági tevékenység folytatására alapítanak. Nonprofit gazdasági társaság bármely társasági formában alapítható és működtethető. A gazdasági társaság nonprofit jellegét a gazdasági társaság cégnevében a társasági forma megjelölésénél fel kell tüntetni. Nonprofit gazdasági társaság létrejöhet úgy is, hogy a már működő gazdasági társaság legfőbb szerve elhatározza a nonprofit gazdasági társaságként való továbbműködést. Nonprofit gazdasági társaság üzletszerű gazdasági tevékenységet csak kiegészítő jelleggel folytathat, a gazdasági társaság tevékenységéből származó nyereség a tagok (részvényesek) között nem osztható fel, az a gazdasági társaság vagyonát gyarapítja. Látható tehát, hogy a nonprofit gazdasági társaság – főleg abban az esetben, ha Kft. formában működik – a közhasznú társaság jogintézménybeli örökösének tekinthető azzal a különbséggel, hogy a közhasznú társaságra vonatkozó speciális szabályokat a Ptk. tartalmazta, a nonprofit gazdasági társaságra irányadókat pedig a Gt. A közhasznú társaságra a Ptk. utaló normája alapján a Gt. Kft-re vonatkozó szabályai voltak irányadók, ezzel szemben a nonprofit gazdasági társaság valamennyi társasági formában működhet. A közhasznú társaság nem minősült gazdasági társaságnak, a nonprofit gazdasági társaság egyértelműen az, mint említettük, a rá vonatkozó speciális szabályokat a Gt. tartalmazza.⁷

⁷ Dr. Majos Ágnes (Összeáll.) Nonprofit szabályok – Kitekintés (online) DOC fájl. (Megtekintve: 2021. április 6.) Hozzáférés: https://www.kisleptek.hu/ma_files/nonprofit_osszesito.doc

Telephelyek és céljaik

1.

9700. Szombathely, Kolozsvár út 27. – Hajléktalanok Otthona

A Hajléktalanok otthona azoknak a hajléktalan személyeknek nyújt teljes ellátást, akik koruk, egészségi állapotuk miatt fokozott gondozást, ápolást igényelnek, s akiknek ellátása átmeneti szálláshelyen már nem biztosítható.

2.

9700. Szombathely, Zanati út 1. – Hajléktalan Embereket Ellátó Szociális Intézmény

Hajléktalanok átmeneti szállására mindazon hajléktalan személyek kérhetik felvételüket, akik szociális és mentális gondozást igényelnek. A hajléktalanok éjjeli menedékhelye az önellátásra és a közösségi együttélés szabályainak betartására képes hajléktalan személyek éjszakai pihenését, valamint krízishelyzetben éjszakai szállás biztosítását lehetővé tevő szolgáltatás. Az éjjeli menedékhelyre mindazon személyek kérhetik felvételüket, akik éjszakájukat közterületen, vagy nem lakás céljára szolgáló helyiségben töltik. Az éjszakai pihenés mellett az éjjeli menedékhely biztosítja mindazon szolgáltatásokat, amelyek az alapvető fizikai szükségletek kielégítéséhez nélkülözhetetlen.

3.

9700. Szombathely, Sas utca 2. – Közfoglalkoztatás

A társaság Szombathely városában évek óta szervezi a nehéz helyzetben lévő emberek foglalkoztatását. A város lakossága számára értékes, értéket teremtő feladatokat végez a 2011-től megújult közfoglalkoztatási programoknak köszönhetően. A programokban résztvevők között felülreprezentált a hajléktalan, vagy a hajléktalanság veszélyzónájában élő személy.

4.

9700. Szombathely, Vörösmarty út 36. – Fejlesztő foglalkoztatás

Intézményi jogviszonnyal rendelkező hajléktalan emberek foglalkoztatása zajlik 2 telephelyen. A szervezet tulajdonában álló Vörösmarty u. 36. szám alatti műhelyben, illetve a Kötő utca 12. szám alatt. Kétféle foglalkoztatási formában – munkaviszonyban és fejlesztési szerződéssel. A telephelyen összesen 42 fő foglalkoztatására van lehetőség.

5.

9700. Szombathely, Kötő út 12. – Brikettáló és kreatív műhely

A társaság a közfoglalkoztatás keretében 2016. évtől papír brikettáló műhelyt üzemeltet, melyben készült briketteket 7 kg-os egységcsomagokban hátrányos helyzetű

családok között osztják szét. A legújabb programnak köszönhetően a cég 2018. évtől egy lézergravírozó műhellyel is bővült. A kreatív műhelyben készített egyedi ajándék termékeket vásárokon, a Kézműves Kuckó Ajándékboltban és folyamatosan bővülő viszonteladói hálózatok keresztül értékesítik.

6.

9700. Szombathely, Óperint út 1. – Vas Megyei Család, Esélyteremtési és Önkéntes Ház

A Vas Megyei Család, Esélyteremtő és Önkéntes Ház kiemelt figyelmet fordít az előítéletek lebontására, a többségi társadalom érzékenyítésére hátrányos helyzetű embertársaink irányába. Emellett fontos célunk az önkéntesség kultúrájának népszerűsítése, illetve a családügyi programok megvalósítása.

7.

9700. Szombathely, Fő tér 23/B – Kézműves Kuckó Ajándékbolt

8.

9700. Szombathely, 11-es Huszár út 116. – A társaság székhelye - Fogyatékkal élőket ellátó szolgáltatás

A fogyatékos emberek saját lakókörnyezetében történő segítése, önálló életvitelük megkönnyítése, legfőképpen a lakáson kívüli közszolgáltatások elérésének segítségével, valamint önállóságuk megőrzése mellett a lakáson belüli speciális segítségnyújtás biztosításával. Az intézmény működési engedélye 65 fő ellátására ad lehetőséget. Az intézmény az ellátást igénybe vevők számára szociális, egészségi, mentális állapotuknak megfelelő napi életritmust biztosító szolgáltatást nyújt, helyi igényeknek megfelelő közösségi programokat szervez, biztosítja, hogy a szolgáltatás nyitott formában, az ellátotti kör és a lakosság által egyaránt elérhető módon működjön.⁸

⁸ Szombathely Pont (Összeáll.) Fogyatékkal Élőket és Hajléktalanokat Ellátó Nonprofit Kft. (online) (Megtekintve: 2021. április 6.) Hozzáférés: <https://szombathelypont.hu/hasznos/szocialis-intezmenyek-es-bolcsodek/fehe/fogyatekkal-eloket-es-hajlektalanokat-ellato-kozhasznu-nonprofit-kft.19648/>

Második rész

A szakmai gyakorlati napló szemléltetése heti bontásban

Hét	Dátum	Elvégzett feladat
1.	2021. 02. 01. – 2021. 02. 05.	<p>Az első hetem az emberekkel és az önkormányzattal való ismerkedésről szólt. A Városüzemeltetési és Városfejlesztési Osztályon vezettek körbe, és mutatkoztam be az embereknek. Ezek után az osztályvezetővel, a külső konzulensem Sütő-Komládi Gyöngyvérrel egyeztetünk a szakmai gyakorlat és záró dolgozat részleteiről.</p> <p>Később bemutatták a többi osztályt is.</p>
2.	2021. 02. 08. – 2021. 02. 12.	<p>A második hetemen már a Polgármesteri Hivatal szervezeti és működési szabályzatait tanulmányoztam. Emellett alapvető irodai feladatokat láthattam el, ilyen például az időpontok egyeztetése, nyomtatás, levelek válogatása stb.</p>
3.	2021. 02. 15. – 2021. 02. 19.	<p>A harmadik hetemen megismerkedtem az önkormányzati tulajdonban levő cégekkel, és ezek közül, ami számomra a legérdekesebbnek tűnt azt kiválaszthattam, és ahhoz a vállalathoz nyerhetek betekintést a későbbiekben. A választásom a Fogyatékkal Élőket és Hajléktalanokat Ellátó Nonprofit Kft.-re esett. Ezt követően tanulmányoztam a Féhe szervezeti és működési szabályzatát.</p>

4.	2021. 02. 22. – 2021. 02. 26.	A negyedik héten még több új emberrel ismerkedhettem meg. A Féhe központjában kezdtem, ami Szombathelyen a 11-es Huszár úton található. Ezen a héten az ügyvezető igazgatóval, Németh Klárával töltöttem az időm nagy részét és mutatta be nekem a szakmai programot, a telephelyekről mesélt, ahová az elkövetkezendő hetekben nyerhetek betekintést.
5.	2021. 03. 01. – 2021. 03. 05.	Az ötödik hetemet szintén a Huszár úton töltöttem. Ez a hely nem csak a társaság székhelyeként szolgál. Itt található a Fogyatékos Emberek Nappali Szolgálat és a Fogyatékkal Élőket Ellátó Szolgáltatások. A telephely működésének és felépítésének megismerése mellett, részt vehettem a különböző napi tevékenységekben is a fogyatékos emberekkel, így nem csak az irodai részekben tevékenykedtem, ami különösen tetszett.
6.	2021. 03. 08. – 2021. 03. 12.	A hatodik hetemet a Sas utcai telephelyen töltöttem, aminek feladata a Közfoglalkoztatás. Új arcokat ismerhettem meg, és újabb feladatokat is. Gabriella mellett betekintést nyertem a gazdasági ügyekbe, István mellett pedig a közfoglalkoztatási feladatokat ismerhettem meg.
7.	2021. 03. 16. – 2021. 03. 19.	A hetedik hetemet az előző heti helyen töltöttem. Ezen a héten már részese lehettem egy nagyon pozitív és közvetlen csapatnak, és

		<p>részt vehettem a napi feladatok elvégzésében, ami a következőképp nézett ki egy napon: reggel 7 órakor aláírtuk a jelenléti- és munkajelentéseket a közfoglalkoztatottakkal, ezt követően csapatokra osztottuk őket, kiszabtuk a feladatokat, ami általában közterületek rendben tartása volt. Délelőtt és délután ellenőriztük őket, hogy megfelelően végzik-e a munkát, majd nap végén még egy jelenléti- és munkajelentést kellett alá írni. Napközben különböző megrendeléseket adtunk le stb.</p>
8.	2021. 03. 22. – 2021. 03. 26.	<p>A nyolcadik hetemen betekinhettem a Hajléktalanok Otthonába és a Hajléktalan Embereket Ellátó Szociális Intézménybe. Itt körbevezettek, aztán áttértünk a hely szervezeti és működési szabályzatára. Emellett az utolsó pár év pénzügyi beszámolóit és üzleti tervét tanulmányozhattam. Később a mindennapos tevékenységekbe segítettem. (Adatokat vittem fel gépre, időpontokat egyeztettem le stb.)</p>
9.	2021. 03. 29. – 2021. 04. 02.	<p>A kilencedik hetemet a Kötő utcai Brikettáló és kreatív műhelyben töltöttem, és néztem vég a folyamatokat. Itt a brikettgyártás mellett, lézergravírozó segítségével készítenek egyedi ajándéktárgyakat, amit a későbbiekben az ajándékboltban tudnak értékesíteni, de előtte még egy másik helyen kidekorálják és lekezelik az anyagot.</p>
10.	2021. 04. 12. – 2021. 04. 16.	<p>A tízedik hetemet a Vörösmarty úti telephelyen töltöttem – Fejlesztő foglalkoztatás hajléktalan személyek</p>

		<p>részére.</p> <p>Itt hajléktalan személyek mindenféle kisebb-nagyobb ajándéktárgyat készítenek, majd díszítik ki, amit az ajándékboltban eladásra bocsájtanak.</p> <p>Itt inkább a gazdasági résszel ismerkedtem, honnan és hogyan szerzik be az anyagokat, amivel dolgozni tudnak stb.</p>
11.	2021. 04. 19. – 2021. 04. 23.	<p>A tizenegyedik hetemet a Kézműves Kuckó Ajándékboltban töltöttem. Ide kerülnek az előző helyeken készült tárgyak.</p> <p>Betekintést nyertem az ajándékbolt mindennapjaiba, megismerkedtem a széleskörű termékválasztékkal, és ezek árainak kialakításáról.</p> <p>Kata az eladó mindent elmesélt a boltról és működéséről.</p>
12.	2021. 04. 26. – 2021. 04. 30.	<p>A tizenkettedik hetemet ismét az Ajándékboltban töltöttem.</p> <p>Besegítettem az eladási folyamatokba, emellett a hirdetési portálokat is kezelhettem.</p> <p>Korábbi pénzügyi beszámolókat tekintettem át.</p>
13.	2021. 05. 03. – 2021. 05. 07.	<p>A tizenharmadik hetemet is az Ajándékboltban folytattam. Az újonnan felmerülő kérdéseimre kaptam választ, illetve a mindennapi feladatok elvégzésében is tevékenykedtem. Ilyen például a hiányzó termékek rendelésének leadása, nap nyitás és zárás, eladott áruk feljegyzése, új áruk árázásának kialakítása stb.</p>

14.	2021. 05. 10. – 2021. 05. 12.	<p>Elérkeztem az utolsó héthez. Ezt a pár napot a Féhe központjában és az Önkormányzatnál töltöttem. Egy két dolgokban még besegítettem, átbeszéltük és összegeztük az elmúlt heteimet. Örülök, hogy ilyen széles körben nyerhettem betekintést az Önkormányzati tulajdonban levő Fogyatékkal Élőket és Hajléktalanokat Ellátó Nonprofit Kft.-hez is. Számomra nagyon pozitív volt, hogy ilyen családi, közvetlen és segítőkész környezetben tölthettem el a gyakorlatomat, örömmel fogok visszagondolni erre a tizennégy hétre.</p>
-----	-------------------------------	--

Harmadik rész

A gazdálkodó szervezet szervezeti – jogi formája, tevékenységi köre, a termelés és/vagy a szolgáltatás jellemzői, szervezeti felépítése

A szervezet hivatalos neve Fogyatékkal Élőket és Hajléktalanokat Ellátó Közhasznú Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság.

A szervezet fő tevékenysége a szociális ellátás, jogi státusza egyéb.

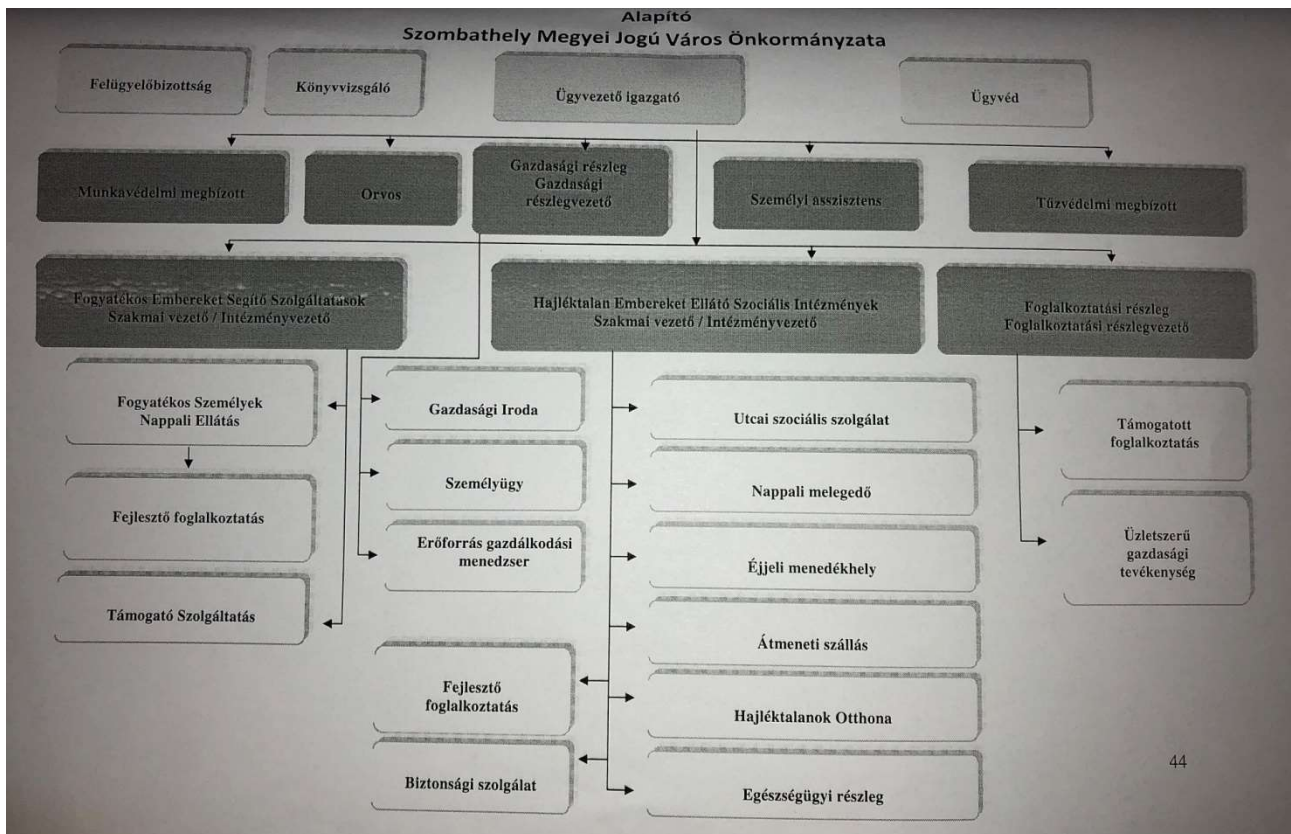
Államháztartáson kívüli szereplő.

A szervezet olyan integrált, komplex szolgáltatási rendszert kíván működtetni, amelynek célja a fogyatékos és a hajléktalan emberek lehető legszélesebb körben történő bevonása az ellátórendszerbe. A szervezeti integrációt megvalósítását segíti, hogy több ellátási típust egy intézmény keretein kerül biztosításra, az alap-, nappali, bentlakásos intézményi formák egymásra épülésével. Az egyes szolgáltatások, ellátási típusok egymásra épülésével, szoros együttműködésével biztosítható a célcsoportok komplex rehabilitációja (egészségi, foglalkozásai, szociális), illetve életkoruknak, egészségi állapotuknak megfelelő ellátás biztosítása. Az elmúlt években komplex szolgáltatási rendszer kialakítására került sor a fogyatékos és hajléktalan célcsoport segítésére, ennek a rendszernek a továbbfejlesztése a szervezet további céljai között szerepel. A komplex rendszernek a működtetéséhez folyamatosan biztosítja a szervezet az anyagi háttérrel, képezi a szükséges humán erőforrást, megteremti és fejleszti az infrastruktúrát.

A komplex szolgáltatások nyújtásának célja:

- a hátrányos helyzetű emberek társadalmi integrációjának elősegítése;
- az önálló életvitel támogatása
- a foglalkoztatás elősegítése
- a célcsoport mikro- és makro környezetének támogatása, fejlesztése
- esélyegyenlőség támogatása⁹

⁹ Cég belső anyaga (Összeáll.) Szervezeti és működési szabályzat



1. ábra – szervezeti felépítés

Forrás: cég belső anyaga

A gazdálkodó szervezet vezetési – irányítási rendszere, döntési mechanizmusai, hatásköri megosztása, alkalmazott vezetési stílus

A korábbiakban már említett szervezeti felépítési táblázaton jól látható a szervezet vezetési és irányítási rendszere, döntésköri mechanizmusai valamint hatásköri megosztása valamint az alkalmazott vezetési stílus is hasonlóképpen alakul.

Alapítóként a Szombathely Megyei Jogú Város Önkormányzata van jelen mindennekfelett. Alatta található a Felügyelőbizottság, a Könyvvizsgáló, az Ügyvezető igazgató és az Ügyvéd.

Az Ügyvezető Igazgató alatt áll a Munkavédelmi megbízott, az Orvos, a Gazdasági részleg/Gazdasági részlegvezető, a Személyi asszisztens és a Tűzvédelmi megbízott, a Fogyatékos Embereket Segítő Szolgáltatások/Szakmai vezető/Intézményvezető, a Hajléktalan Embereket Ellátó Szociális Intézmények/Szakmai vezető/Intézményvezető és a Foglalkoztatási részleg/Foglalkoztatási részlegvezető.

A Gazdasági részleg/Gazdasági részlegvezető alá tartozik a Gazdasági Iroda, a Személyügy és az Erőforrás gazdálkodási menedzser.

A Fogytékos Embereket Segítő Szolgáltatásokon/Szakmai vezetőn/Intézményvezetőn belül található a Fogytékos Személyek Nappali Ellátása és a Támogató Szolgáltatás.

A Fogytékos Személyek Nappali Ellátásából ered még a Fejlesztő foglalkoztatás.

A Hajléktalan Embereket Ellátó Szociális Intézmények/Szakmai vezető/Intézményvezető alatt áll az utcai szociális szolgálat, a nappali melegedő, az éjjeli menedékhely, az átmeneti szállás, a hajléktalanok otthona, az egészségügyi részleg, a fejlesztő foglalkoztatás és a biztonsági szolgálat.

A Foglalkoztatási részleg/Foglalkoztatási részlegvezető a támogatott foglalkoztatást és az üzletszerű gazdasági tevékenységeket foglalja magába.

A vállalkozás hosszabbtávú tervkészítési módszere, időtávja

A szervezet egy éves időintervallumban gondolkodik, éves üzleti terv alapján végzi működését.

Működésének alapja az üzleti terv, valamint a szakmai program konstruktív összehangolása. Mindezt a város Közgyűlése, valamint illetékes Bizottsága fogadja el.

Irodalomjegyzék

Cég belső anyaga – szervezeti és működési szabályzat

Helyi önkormányzatról szóló 2011. évi CLXXXIX. törvény

Internetes források:

<https://5percado.hu/nonprofit-gazdasagi-tarsasagok-mint-kulonleges-esetek/> (Letöltve: 2021. április 5.)

<http://fehe.hu/> (Letöltve: 2021. április 5.)

<https://szombathelypont.hu/hasznos/szocialis-intezmenyek-es-bolcsodek/fehe/fogyatekkal-eloket-es-hajlektalanokat-ellato-kozhasznu-nonprofit-kft.19648/> (Letöltve: 2021. április 6.)

<https://www.szombathely.hu/intezmenyek/szocialis-intezmenyek/fogyatekkal-eloket-es-hajlektalanokat-ellato-nonprofit-kft/fogyatekkal-eloket-es-hajlektalanokat-ellato-kozhasznu-nonprofit-kft.18390/> (Letöltve: 2021. április 6.)

https://www.kisleptek.hu/ma_files/nonprofit_osszesito.doc (Letöltve: 2021. április 6.)

Ábrajegyzék

1. ábra: Szervezeti felépítés (Forrás: cég belső anyaga, Szervezeti és működési szabályzat)

ZÁRÓDOLGOZAT

Egy vállalkozás árképzési tevékenységének bemutatása

Závecz Daniéla

Gazdálkodási és menedzsment felsőoktatási
szakképzés
Digitális üzleti szolgáltatások szakirány

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	24
2. Az árképzés elméleti megközelítése.....	25
2. 1. Árpolitika a marketing-mixben	26
2. 2. Az árazás lépései	28
2. 3. Az árak kialakítását befolyásoló tényezők	32
3. Árképzés a gyakorlatban – Kézműves Kuckó Ajándékbolt bemutatása.....	37
3. 1. Egyediség, minőség	37
3. 2. A vállalkozás környezete	39
3. 3. Pozicionálás	41
3. 3. 1. Termékválaszték	42
3. 3. 2. Az emberi tényező (humánerőforrás) igénye a feladatellátásban.....	44
3. 3. 3. Értékesítési politika	45
3. 3. 4. Kommunikációs politika	46
3. 4. A Kézműves Kuckó Ajándékbolt árazási gyakorlata	47
3. 4. 1. Ártervezés gyakorlati folyamata	47
3. 4. 2. Árakat meghatározó tényezők.....	47
3. 4. 3. Egyéb kapcsolódó költségek	49
4. Összefoglalás	52
5. Ábrajegyzék.....	53
6. Irodalomjegyzék.....	53

1. Bevezetés

Dolgozatomat egy számomra kedvelt témával kapcsolatban készítettem el, amiben főbb szerepet játszik az ár és a marketing, amik már az egyetemen tanultak során oly közel kerültek hozzám.

Egy vállalkozás árképzési tevékenységének bemutatása roppant izgalmas és egyben nehéz feladat, megismerni az adott helyen dolgozókat és azok munkáját, keresni az összefüggést az egyes csatornák közt, majd ezek után a mindennapi tevékenységekbe bekapcsolódva már könnyebb dolgom volt.

Először az árképzés, árpolitika, az árazás lépései és az árak kialakítását befolyásoló tényezők elméleti megközelítését vizsgálom.

Ezt követi a gyakorlatom során szerzett tapasztalati megközelítés, ami alatt a Kézműves Kuckó Ajándékbolt bemutatását értem. Ezt követően szemléltetem, mitől egyediek, minőségiek az ajándékbolt termékei, SWOT elemzéssel ismertetem a vállalat környezetét, pozícionálom a fogyasztói kört, kis ízelítőként betekintést nyújtok a színes termékválasztékba, majd a humán erőforrás fontosságáról ejtek néhány szót. A továbbiakban láthatjuk a vállalat értékesítési és kommunikációs politikáját.

Végezetül a Kézműves Kuckó árazási gyakorlatát szemléltetem, ahol első sorban meg tudjuk, milyen elvek szerint működik az ártervezés folyamata, melyek azok a tényezők amik ezeket befolyásolják és milyen költségekkel, kiadásokkal jár egy vállalkozás élete.

2. Az árképzés elméleti megközelítése

Ebben a fejezetben áttekintem, mit is értünk az ár és árképzés kifejezés alatt.

„Az ár központi eleme a gazdasági megfontolásoknak. Szerepe egyaránt fontos a vevők vásárlási döntéseiben és a vállalatok eredményességében. A marketinget művelők az árat a marketing-eszközrendszer egyik fontos elemének tartják: ennek ellenére vitathatatlan, hogy az árazás, mint vállalati tevékenység, sokkal kevésbé választható el a vállalat egyéb működésbeli területeitől – a költséggazdálkodástól, a számviteltől, a pénzügyektől, a jogtól, stb. – mint a marketing többi eszköze (piackutatás, csatornapolitika, reklám stb.). Az ár tehát inter-, illetve multifunkcionális területe a vállalati menedzsmentnek. Olyan multifunkcionális terület, amely rendkívül sok vita forrását képezheti a vállalaton belül is: az árakat okolhatják a vállalati értékesítés csökkenésért, a vevők elfordulásáért, de az árakat okolhatják a nyereség nem megfelelő alakulásáért is. Az árfunkció a piaci viszonyok között tehát csak akkor lehet eredményes, ha piacvezérelt.”¹⁰

„Az árképzés olyan terület, amelyről a vállalatvezetők ritkán beszélnek lelkesedéssel. Az ár könnyen megronthatja a fontos ügyfelekkel korábban kialakított jó kapcsolatot, és a versenytársak is gyakran használják fel az árképzést a vállalat piaci részesedésének eléréséhez. Vállalatvezetőkkel és az egyes szakterületek vezetőivel folytatott beszélgetéseink során gyakran hallottuk, hogy az ár meghatározása nagy nehézséget jelent, és ez a piacok globalizálódásával egyre inkább így lesz. Számos vállalat ezért inkább így gondolkodik: „meghatározzuk a költségeinket, és az iparágunkban szokásos haszonkulccsal számolunk”, vagy „az árak a piacon alakulnak ki, nekünk ehhez kell igazodnunk”. Vannak, akik egészen másképp vélekednek: az árat proaktívan, eszközként használják üzleti és pénzügyi céljaik megvalósításához. Ezek az „okos árképzők” felismerték az ár pozitív hatását, és olyan módon határozzák meg áraikat, hogy az megváltoztassa üzleti eredményüket.”¹¹

A fentiekből látszik, hogy az ár szerepe, mint a vevők, mint a vállalatok életében egyaránt fontos tényezőként van jelen.

¹⁰ Rekettye Gábor: Az ár a marketingben. Budapest: Hungarian edition Műszaki Könyvkiadó, 1999. ISBN 963 16 3046 3. 9. oldal

¹¹ Robert J. Dolan – Hermann Simon: Árképzés okosan. Budapest: Geomédia Kiadó Rt., 2000. ISBN 9637910670. 9. oldal

2. 1. Árpolitika a marketing-mixben

Marketingmix alatt a marketingeszközök különböző piaci helyzetekben alkalmazott, az adott piaci helyzetnek megfelelően kombinációját értjük. McCarthy „4P” elnevezésű eszköztára a következőkből tevődött össze: Product (termék), Place (hely), Pricing (árzás) és Promotion (piacbefolyásolása). A modern marketingmenedzsment kibővített „4P”-je az alábbiakra változott: People (emberek), Programs (programok), Processes (folyamatok) és Performance (teljesítmény).

A szolgáltatás piacon a marketingmix elemeit „7P”-nek nevezzük. Itt megtalálható a Product (termék), Price (ár), Place (értékesítési csatorna), Promotion (kommunikáció), People (emberi tényező), Process (folyamatok) és a Physical evidence (fizikai megjelenés).

A 4P a fizikai termékekre korlátozza a folyamatot, ezért később plusz három elemmel egészítették ki, így alakult meg a 7P.

Az árpolitika a marketingmix egyik leghatékonyabb eleme. Alapja a fogyasztók árészlelésének korlátozottsága.

Az ár megállapításának módszere és technikája az árpolitika. A piaci ár azt határozza meg, hogy a vásárló mennyit ismer el azokból a költségekből (ráfordításokból), amelyeket a vállalat a termék/szolgáltatás piacra juttatásához felhasznált. Az árpolitikát a cégek külső és belső feltételek alapján állapítja meg. Ebbe tartozik a kereslet és a kínálat elemzése, a piaci mozgásokra és árváltozásokra való reakcióképessége is.¹²

Ahhoz, hogy megértsük, a fogyasztók hogyan érzékelik az árakat, fontos tisztázni a referencia ár fogalmát, ami tömören viszonyítási árat jelent. „A vállalat által kialakított ár esetében döntő fontosságú, hogy a fogyasztó azt mihez viszonyítja, azaz mi alapján dönti el, hogy drága vagy olcsó az adott termék. A fogyasztó egyrészt viszonyíthatja adott termék árával kapcsolatos korábbi tapasztalataihoz, amit belső referencia árnak (a fogyasztó fejében lévő viszonyítási árnak) nevezünk (Kotler 1998, 558. o.). Abban az esetben azonban, ha a fogyasztó belső referencia ára nem kellően egzakt, akkor külső referencia árakhoz viszonyítja az adott termék árát. Külső referencia árként bármilyen feltüntetett ár szolgálhat, úgy, mint az üzletben található más hasonló termék ára, a terméken feltüntetett korábbi ára („ennyi volt”), illetve akár nyomtatott, vagy online termékkatalógusok, árlapok. Ezek alapján a fogyasztó árészlelése tehát nem abszolút,

¹² Papp Gábor (összeáll.) Árpolitika (online) HTML fájl. (megtekintve: 2021. 04. 11.) Hozzáférés: <https://pappgab.com/arpolitika/>

hanem relatív (már árakhoz viszonyított), és ebből adódóan bizonyos mértékig befolyásolható.”¹³

Ha a vállalat új terméket fejleszt ki, új elosztó hálózaton kezd terjeszteni, új földrajzi térségbe lép be, vagy új szerződéses kapcsolatokra tesz ajánlatot, akkor új árat kell megállapítania (Kotler 1998, 542.o.).

Az árcél azt a vezérlő elvet jelenti, amit a vállalat követ az adott termék árának meghatározásakor. Az árcélnak természetesen összhangban kell lennie a vállalat általános céljaival. Minél világosabbak a vállalat céljai, annál könnyebb az ár megállapítása.

A vállalat az alábbi hat főbb cél bármelyikét követheti:

- Túlélés

A vállalatnak ez lehet a fő célja, ha kapacitása kihasználatlan, esetleg erős a konkurencia, vagy változóak a fogyasztói igények. Az árakat csökkenti, mivel a túlélés fontosabb, mint a nyereség. Ha a bevétel fedezi a változó költségeket és az állandó költségek egy részét, akkor a cégnek nem kell kivonulnia a piacról. A túlélés csak rövid távú cél lehet.

- Pillanatnyi nyereség maximalizálása

Ez az árcél azt jelenti, amikor a vállalatok számításokat végeznek, hogy egyes adott árak mellett, milyen lenne a kereslet és a költségek, és kiválasztják azt az árat, amely a legnagyobb pillanatnyi nyereséget hozza.

- Pillanatnyi árbevétel

Vannak vállalatok, amelyek áraikat úgy képzik, hogy a legnagyobb pillanatnyi árbevételhez jussanak. Sok vállalatvezető úgy véli, hogy hosszú távon a bevétel maximalizálása a nyereség és a piaci részesedés maximalizálásához vezet.

- Forgalmnövekedés

Ezt az árcélt azok a vállalatok követik, amelyek úgy vélik, hogy a nagyobb összárbevétel csökkenő egységköltségekhez és hosszútávon növekvő nyereséghez vezet.

- A piac lefoglalása

Ilyenkor a vállalatok drágán értékesítik termékeiket. A piac lefoglalásának akkor van értelme, ha sok a vevő és nagy a kereslet, a magas ár nem vonz versenytársakat a piacra, a drágaság a kiválóság képzetét kelti (Kotler 1998, 544. o.).

- Vezető termékminőség

¹³ Szegedi Tudományegyetem (összeáll.): A marketing árpolitika alapjai, árképzési módszerek (online) PDF fájl. (Megtekintve: 2021. 04. 21.) Hozzáférés: http://eta.bibl.u-szeged.hu/1838/1/11.lecke_ar.pdf

Megtörténhet, hogy a vállalat terméke minőségével szeretne a piac vezetője lenni. A kiváló minőség és a magas ár tartósan az iparági átlag feletti hasznot biztosíthat.

Az előbb felsorolt hat alapvető cél mellett a vállalat piaci helyzete számtalan árpolitikai cél követését teheti szükségessé. Rekettye (1999) könyvében egy másik felosztást alkalmazva szemlélteti a lehetőségeket.

2. 2. Az árazás lépései

„Egy termék sikeres marketingjének egyik legfontosabb szempontja a megfelelő árképzés, azaz egy termék megfelelő árának meghatározása. A „megfelelő” ilyen értelemben azt az összeget jelenti, amelyért a terméket a lehető legnagyobb profitért lehet értékesíteni.

A megfelelő ár megszabása nem egyszerű feladat. Ha túl nagy, akkor az emberek nem fogják megvásárolni a termékeket (még ha kiváló értékesítési szöveg is tartozik hozzá), ha pedig túl alacsony, akkor a profit csak minimális lesz. Az alacsony ár a vásárlók számára azt jelentheti, hogy a termék rossz minőségű.

Az árak kialakítására a piac három szereplője van a legnagyobb hatással: a vevők keresletükkel, a versenytársak áraikkal, és a vállalat termelési költségeinek alakításával.”¹⁴

A nyereséghez kötődő árpolitikai célok: a hosszú és rövidtávú nyereség maximalizálása, a befektetések megtérülésének célja, az értékesítési volumen növelése a fajlagos költségek csökkentése és ezáltal a nyereség növelése érdekében, a fejlesztési költségek gyors megtérülése.

A forgalommal, illetve a piacrészesedéssel kapcsolatos árpolitikai célok: a piacrészesedés növelése és megtakarítása, az értékesítés növelése.

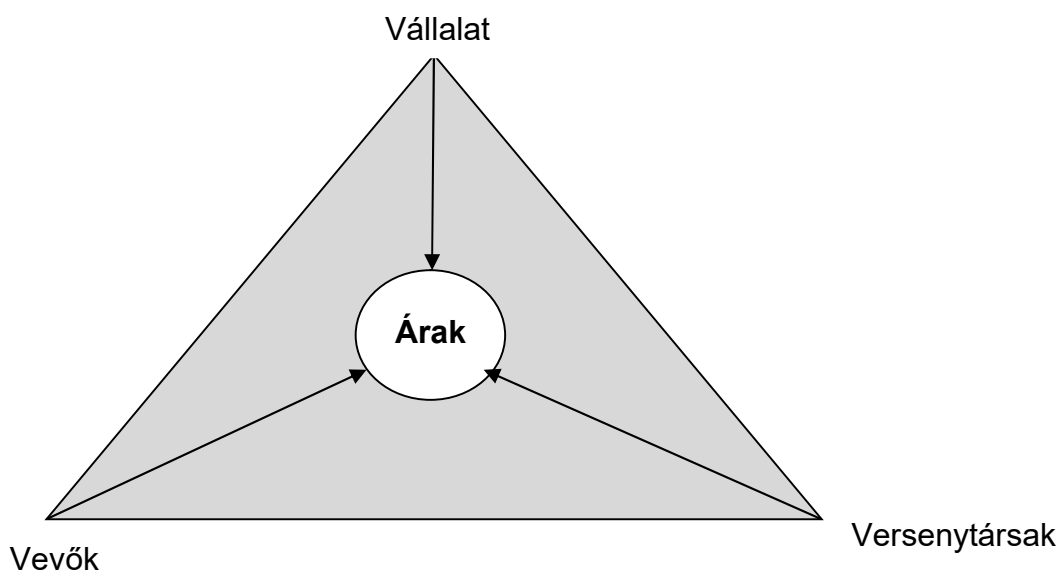
A versenytársak kezelésével kapcsolatos árpolitikai célok: az árvezető szerep kialakítása, illetve megtartása, új versenytársak belépésének megakadályozása, versenytársak kiszorítása a piacról, illetve a nagyobb versenytársak árkövetése.

Speciális marketingcélok: meghatározott imázs képviselete az árakon keresztül, a vevőkkel való kapcsolat kialakítása és megőrzése, a közvetítők lojalitásának megőrzése, fair piaci résztvevők látszatának megőrzése, stb.¹⁵

¹⁴ Marketing professzorok (összeáll.): Árképzés (online) HTML fájl. (Megtekintve: 2021. 04. 21.) Hozzáférés: <https://matebalazs.hu/arkepzes.html>

¹⁵ Rekettye Gábor (összeáll.): A marketing árpolitika alapjai, árképzési módszerek (online) PDF fájl. (Megtekintve: 2021. 04. 21.) Hozzáférés: http://eta.bibl.u-szeged.hu/1838/1/11.lecke_ar.pdf

A következő ábrán az árak kialakításának a háromszögét láthatjuk.



1. ábra

Az áralkialakítás menete:

1. Költségbecslés és konkurencia vizsgálat

Az ár meghatározása során először is fel kell mérni a mozgásteret, amin belül a cég meghatározhatja termékének árát. E mozgástér alsó korlátja a cég költségei, hiszen a költségeknél alacsonyabb áron, hosszú távon nem lehet értékesíteni egy terméket. A költségek meghatározásakor fontos kérdés, hogy mely költségeket vesszünk figyelembe, ugyanis a termékhez kapcsolódó közvetlen költségeken felül (alapanyag, gyártási költség, csomagolás, stb.) bizonyos közvetett költségeket (gyártósor költsége, üzem bérleti díja, rezsiköltség) is az értékesítésből kell fedezni, így ezeket is arányosítottan figyelembe kell venni. A költségbecslés során tekintettel kell lenni a méretgazdaságosságra, ami azt jelenti, hogy bizonyos költségek (fix költség) nem változnak attól, mert többet gyártunk (pl.: vezérigazgató bére, irodaház bérleti díja), így minél többet gyártunk, annál több termékre oszlanak el, így egy termékre egyre kisebb jut belőlük.

A konkurencia árai meghatározóak a cég szempontjából, hiszen a fogyasztó gyakran összeveti a hasonló termékek árait, külső referencia árat keresve. A konkurencia árainak feltérképezésekor különösen fontos szem előtt tartani, hogy nem csak a szoros márkaversenytársak árai, hanem a helyettesítő termékek árai is befolyásolják az általunk meghatározható árakat.

Az alábbi táblázatban láthatjuk, hogy a vevők mit gondolnak egy termék minőségéről árak alapján.

Minőség	Ár		
	Alacsony	Közepes	Magas
Alacsony	„Bóvli”	Gyenge minőségű termék	Átverés
Közepes	Gazdaságos termék	Átlagos termék	Drága termék
Magas	Kiváló termék	Jó minőségű termék	Exkluzív termék

2. táblázat

2. Árcél meghatározása

- Ártervező szerep – legolcsóbbnak lenni a piacon, így az ár érzékeny vevőket megcélozni pl.: koccintós bor
- Presztízsárazás – kifejezetten drágának lenni, ezáltal státuszsimbólummá válni pl.: Rolex
- Piaci behatolás – új termék esetén kezdetben alacsony áron adni a termékeket pl.: egy új kávézó
- Piaci lefölözés – új termék esetén kezdetben kifejezetten drágán adni a termékeket pl.: 3D-s tévé
- Stabil árazás – éveken keresztül ugyanazon az áron adni a termékeket pl.: Danone könnyű és finom
- Érdeklődés felkeltése – olyan árat meghatározni, ami érdekes pl.: 2015 Ft-os újévi pezsgő, 1956 Ft-os Forradalomról szóló könyv

Az ár számos dolgot kifejez a termékről, és közvetve a vállalatról is, az áralkalítás fontos lépése annak eldöntése, hogy pontosan mit szeretnénk kifejezni termékünk áraival, azaz milyen árcélt képviselünk. Az árcél egy olyan általános elv, mely áthatja a teljes áralkalítás menetét, egyfajta vezérmotívum. Igen sokféle árcél közül választhat egy vállalat, nincs legjobb, vagy legrosszabb, minden esetben a helyzethez, körülményekhez (piaci viszonyok, versenytársak, fogyasztói igények) legjobban illeszkedőt kell választania.

3. Árstratégia kialakítása

Az árstratégia az árra vonatkozó hosszú távú döntéseket foglalja magába. Az árstratégia során egyfelől alapul kell venni az árcél által megjelölt irányokat, másfelől a célcsoport sajátosságait. Olyan áron kell értékesíteni a terméket, mely a célcsoport igényeihez illeszkedik. El kell döntenünk, hogy milyen ár-minőség viszonyt kívánunk képviselni.

Az ár-minőség viszony mellett fontos árstratégiai döntés annak meghozása, hogy akarunk-e különbséget tenni a fogyasztók között, azaz bizonyos feltételek teljesülése esetén adunk-e kedvezményt egyes fogyasztóknak. Amikor szinte ugyanazt a terméket vagy szolgáltatást más-más fogyasztók más-más áron kapják meg, árdifferenciálásnak nevezzük. Az árdifferenciálás kiválóan alkalmas arra, hogy az ár érzékeny fogyasztókat is megnyerjük a kedvezményes lehetőségekkel, míg kevésbé ár érzékeny fogyasztók magasabb áron jussanak a termékhez. Az árdifferenciálás során több szempont szerint is elkülöníthetők a fogyasztók:

- Területi alapú árdifferenciálás: a fogyasztók által fizetendő ár attól függ, hogy HOL veszik igénybe az adott szolgáltatást. Pl.: stadion szektorban, belvárosi/külvárosi üzletben.
- Időbeli árdifferenciálás: A fogyasztók által fizetendő ár attól függ, hogy MIKOR veszik igénybe az adott szolgáltatást. Pl.: telefonálási csúcsidő, last minute utazás, éjfél előtt ingyenes disco belépés.
- Mennyiségi árdifferenciálás: a fogyasztók által fizetendő ár attól függ, hogy MENNYIT vásárolnak egyszerre. Pl.: 3-at fizet, 4-et vihet.

4. Árképzési módszer kiválasztása és árképzés

Az eddigiekben meghatároztuk az áralkalmazás mozgásterét, illetve az árcélokot, és az árstratégiai irányokat, immáron a konkrét ármeghatározásé a szerep, ki kell számoljuk, mennyiért fogjuk adni az adott terméket. Ezt nevezzük árképzésnek. Az ár meghatározásához több kiinduló pontot is választhatunk:

A költségalapú árképzés során a vállalati költségekből indulunk ki, és azok alapján határozzuk meg az árat. Megtehetjük, hogy egy általános haszonkulcsot használunk, vagy a beruházás adott időpontra történő megtérülését tűzzük ki. A költségalapú árképzés előnye, hogy egyszerű, hiszen csak saját költségeinket kell ismerni, hátránya viszont, hogy érzéketlen a piaci viszonyokra.

A fogyasztói árelfogadás vezérelt árképzés lényege, hogy a terméket olyan áron értékesítünk, amennyit hajlandó fizetni érte a fogyasztó. Ez többnyire azt jelenti, hogy a költségalapúnál magasabb árat is meghatározhatunk. A fogyasztói árelfogadás során

meghatározhatunk egy optimális árat, amikor a bevételünket maximalizálhatjuk. A fogyasztói árelfogadás vezérelt árképzés előnye, hogy jól illeszkedik a fogyasztók igényeihez, hátránya, hogy bonyolult és a fogyasztók alapos ismeretét igényli.

A követő árképzés a versenytársak áraikhoz illeszkedő árazást jelenti. Ez nem azt jelenti, hogy ugyanazon az áron adjuk termékünket, mint a versenytársak, hanem azt, hogy az ő áraikhoz viszonyítva alakítjuk ki a mi árainkat. Ennek előnye, hogy könnyen alkalmazható, és mégis figyelembe veszi a piaci viszonyokat, hátránya, hogy saját cégünk, és a mi fogyasztóink adottságait kevésbé veszi számításba.

5. Végső ár kialakítása

Az árképzés utolsó lépése, amikor az előző lépésben meghatározott áron apró módosításokat hajtunk végre, hogy jobban értékesíthető legyen a termék. Ilyen például:

- Pszichológiai árazás: 200 Ft helyett 199 Ft
- Csomagárazás: 1000 Ft-os bor és 1000 Ft-os sajt együtt „Borvacsora szettként” 2200 Ft
- Multidimenzionális árazás: 2000 Ft helyett 2500 Ft -20% vagy 1600 Ft-os pizza helyett 8 szeletes pizza, 1 szelet 200 Ft¹⁶

2. 3. Az árak kialakítását befolyásoló tényezők

Az árakat alapvetően négy tényező határozza meg: az árakkal elérni kívánt célok, a felmerült költségek, a piaci verseny és a vásárlói kereslet.

1. Az árcélok

Az árakkal elérni kívánt célok többsége a profithoz kapcsolódik. Vannak mennyiségi jellegű célok is, amelyek elsősorban az eladott termékmennyiségre, illetve az elérendő piaci részesedésre vonatkoznak. Egy adott termék piacán a vállalkozások a legkülönbözőbb árcélokot követhetik, illetve ugyanaz a vállalkozás egyszerre több különböző cél megvalósítását is előtérbe helyezheti. Minden vállalkozás saját céljai ismeretében tesz kísérletet árazási problémáinak megoldására. Az árproblémák különösen jelentősek:

- az eladások csökkenésekor
- a versenytársaktól messze eltérő árak esetén
- az értékesítők nagy nyomásakor

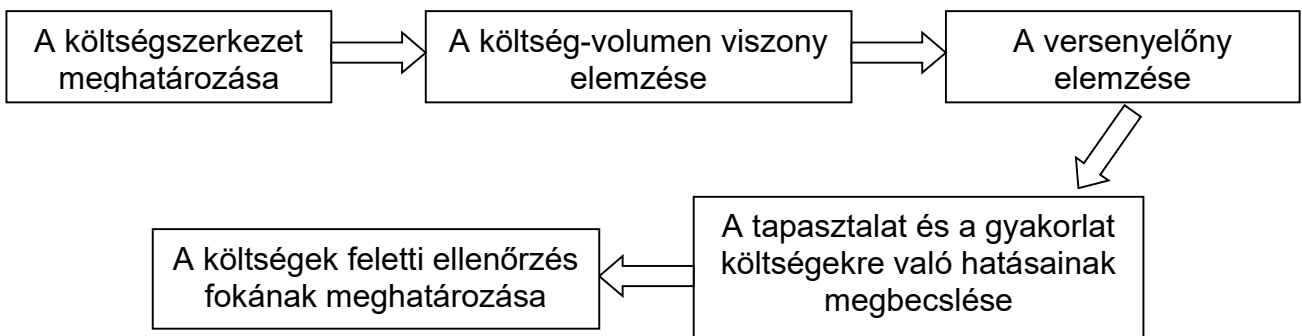
¹⁶ Deák István, Imreh Szabolcs, Kosztopulosz Andreász, Kütrösi Zsófia, Lukovics Miklós, Prónay Szabolcs (Összeáll.): Az áralkalítás menete (online). HTML fájl. (Megtekintve: 2021. 04. 21.) Hozzáférés: http://www.jgypk.hu/tamop13e/tananyag_html/gazdalapism/az_rkialakts_menete.html

- a kiegyensúlyozatlan termékvonalaknál
- az ár gyakori változtatásánál

Ebből következik az is, hogy egy vállalkozás nem csupán egy árcél kitűzésére tesz kísérletet, hanem áraiból célrendszert épít fel, amelynek konzisztenciája, ellentmondásmentessége esetén sikerre számíthat.

2. A költségek

Az árdöntéseken – jól érthető módon – lényeges a költségek szerepe. Elemzésük az alábbi ábrán látható lépéseket foglalja magába.



3. ábra: Költségelemzés szakaszai

Az elemzés kiindulópontja a termék termelési és eladási költségének, a költségek szerkezetének a meghatározása, amelynek során elkülönülnek az állandó (a termelési volumentől független) és a változó (a termelt mennyiségtől függő) költségelemek.

Megkísérélhető a munkaerő, a nyersanyagok, illetve a felhasznált tőke felmérése is.

A második lépcsőben kerülhet sor a költség-termelési nagyság viszony elemzésére. Mindez jelentheti a gazdaságos sorozatnagyság, a költségcsökkentéshez szükséges termékmennyiség meghatározását.

Ezt követi a versenyelőny elemzése. Összehasonlítjuk saját költségeinket a versenytársakéval, s meghatározhatóvá válik az eltérés iránya, amely lehet pozitív („mi olcsóbbak vagyunk”), negatív („ők olcsóbbak”), illetve közel azonos nagyságú. Nem egyszerű azonban megismerni a versenytársak adatait, ám a tapasztalt menedzserek mindenképpen képesek közelítőleg jó becslést készíteni.

A negyedik lépésben a gyakorlat, a tapasztalat szerepének értékelésre kerül sor. A tanulási vagy tapasztalati görbe révén (amely egyébként a múltbeli adatokon nyugszik), lehetőség van az árak csökkentésére. Számos termék esetén a termelési tapasztalat révén növelhető a termelés hatékonysága. Ugyanakkor ez nem feltétlenül igaz az összes termékre. Számos szempont együttes értékelése esetén becsülhető meg a későbbiekben

tárgyalt tapasztalati görbe. A görbe megbecsülhető az egy termék legyártásához szükséges közvetlen költségek és a tapasztalatnak köszönhető javulási mérték ismeretében. A kumulatív teljes közvetlen költség bármely pontban egyenlő az első termelt termék költségének és a termelt összes termékegység hatványának szorzatával.

Az utolsó lépésben meghatározható a vállalkozás árteremtő, áralakító ereje. Képes – e a vállalkozás árcéljai megvalósítására oly módon, hogy uralma alatt tartja költségeit? Esetleg nincs a költségek alakulására lényeges befolyása?

3. A piaci verseny

A piaci verseny értékelése során a vállalkozások számos információt igényelnek versenytársaiktól. Ezek jelentős része nem könnyen szerezhető meg, de mások (mint például a listaárak) könnyen hozzáférhetők (Jain, 1981).

A versenytársi árelemzéshez szükséges információk: közölt versenytársi árlisták, múltbéli versenytársi reakciók árváltozások idején, a versenytársi árváltoztatás időzítése, egyedi versenytársi kampányok, a versenytársi termékvonalak összehasonlításának eredményei, versenytársi árcélok, versenytársi pénzügyi (nyilvános) eredmények, állandó és változó versenytársi költségek, árcsökkenési várakozások, leértékelési képességek, az esetleges árháború következményei, stratégiai magatartás, versenytársi agresszivitás.

Ezek ismeretében meghatározhatók: a közvetlen versenytársak, a versenytársak áralapú pozicionálása, az egyes vállalkozók árstratégiai döntéseinek hatásossága, a versenytárs várható válaszlépéseinek milyensége egy esetleges árváltoztatás esetén.

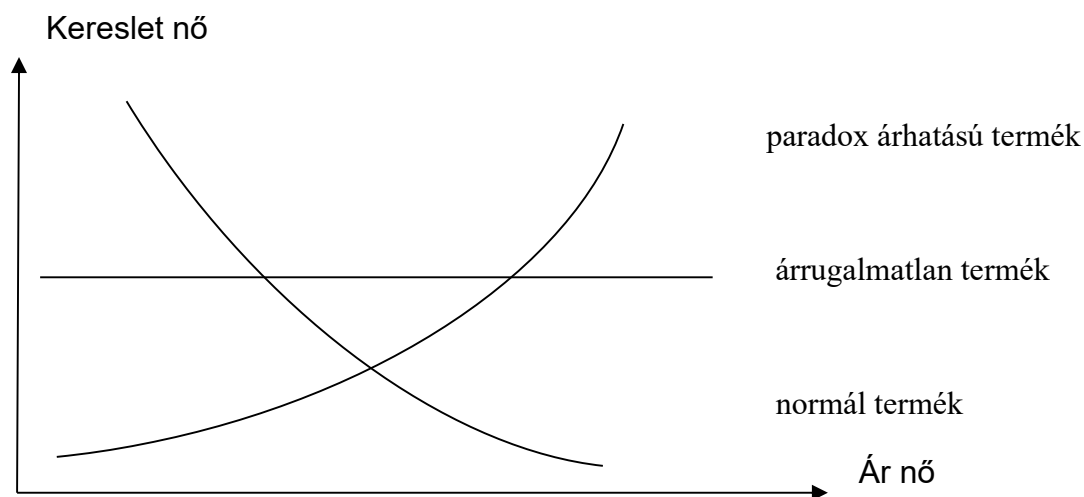
A legnehezebb feladatot általában a válaszlépések felmérése jelenti. Nem a „Pavlov kutyája”- effektusról van szó, tehát egy vagy több múltbéli válaszlépés-sorozat még nem jelenti azt, hogy akciónk idején is úgy lesz. Hasonlót éltünk át akkor is, amikor a Coca-Cola és a Pepsi vívott ádáz küzdelmet – s benne árharcot – a magyar piac birtoklásáért. Az utóbbi esetben az addigi piacvezető Pepsi mindent megpróbált, ám a Coca-Cola jobban bírta a versenyt, azóta – akárcsak a világ többi részén – itthon is piacvezető.

4. A vásárlói kereslet

A kereslet elemzése során az árak és a kereslet kapcsolatának feltárására kerül sor, amelynek fő eleme a keresleti rugalmasság vagy más néven árérzékenység vizsgálata. Az egyes termékekből eltérő darabszám vagy mennyiség értékesíthető különböző árakon, mint azt az alábbi ábra is szemlélteti.

Az árstratégia kialakítása során az adott termék árérzékenységi viszonyainak ismerete roppant lényeges. Ha a kereslet ár rugalmassága nagy, a vállalkozások árcsökkentésre törekednek. Különösen igaz ez az adott iparág vezető cégére. Árleszállításából adódó

veszteségeit az eladott többlettermékekből eredő profittal ellensúlyozhatja. Ha azonban a kereslet rugalmatlan, és helyettesítő termékből vagy nagyon kevés van, vagy nincs is, az árak emelkednek, bár lehet, hogy csak rövidtávon. Hosszabb távon vagy új versenytársak jelennek meg a túljövedelmezővé vált piacon, vagy a monopolhelyzetű vállalkozást a kormány szorítja rá az árak féktelen emelésének mellőzésére.



4. ábra: Árrugalmassági görbe

Az árstratégia kialakításához szükséges vevői információkat az alábbi táblázat foglalja össze:

- a vevők által értékének tekintett termékelemek, pl. teljesítmény, imázs
- a piac árelfogadó képessége
- a piac által elvárt ár
- az árstabilitás
- az iparág szezonalitása, esetleges ciklikussága
- a fogyasztó gazdasági körülményei a jelenben és a jövőben
- az árrugalmasság foka
- a fogyasztó kapcsolatai egymással és a kereskedőkkel
- reklámozási elvárások
- a termékdifferenciálás szükségessége
- létező szokások
- árváltozási reakciók a fogyasztók, az állam és intézményei esetén

Az árérzékenység meghatározását a múltbeli adatok, a fogyasztói felmérések, illetve kísérletek révén történhet. A múltbeli adatok mind matematikai úton, mind intuíciók,

megérzések révén értékelhetjük. Mégis leggyakoribbnak a regresszió elemzések tekinthetők, amelyek a fejlett matematikai és számítástechnikai apparátus révén könnyen megvalósíthatók. A fogyasztói felmérések gyakorlati megvalósítása megegyezik más marketingkutatások módszertanával. A kísérlet elvileg lebonyolítható laboratóriumi, szimulált környezetben is, ám erre Magyarországon nincs példa. A másik lehetőség a valóság, ahol egyszerű árváltoztatások sorozatával meghatározható, hogy mekkora árhoz milyen kereslet tartozik.

A négy fő meghatározó elemen túl számos egyéb más mérlegelési tényezőt ismerhetünk, amelyek a következők (Gillian-Hird, 1986): a termékdifferenciálódás foka, az erőforrások nagysága, a vállalat piaci pozíciója, a korábbi vállalati árstratégiák, a piacbővítési lehetőségek, a hitellehetőségek, a kormányzati korlátozások és hatások, az infláció nagysága, a termékvonalak kapcsolata, a termékélet görbe szakasza, az etikai megfontolások. Az említettek közül részletesebben csupán néhányra érdemes kitérni.¹⁷

¹⁷ Józsa László: Marketingstratégia – A tervezés gyakorlata és elmélete. Budapest: Akadémiai Kiadó Zrt. 2014. ISBN: 978 963 05 9482 0

3. Árképzés a gyakorlatban – Kézműves Kuckó Ajándékbolt bemutatása

A szakmai gyakorlati helyemhez kapcsolódó Kézműves Kuckóban a fogyatékkal élők és hajléktalanok által készített ajándéktárgyak vásárhatóak meg.

Gyakorlatom során betekintést nyertem arra a két helyszínre is, ahol ezeket a csodás munkákat készítik.

Az első a Kötő utcai műhely, ahol a fa termékek előállítása zajlik, a második pedig a Vörösmarty utcai műhely, itt a részletesebb munkálatok folynak.

A fejlesztő foglalkoztatás során előállított termékek fő értékesítési csatornája továbbra is a Kézműves Kuckó Ajándékbolt, mely Szombathely belvárosában, frekvenciált helyen, a Fő tér 23/B szám alatt, az Uránia udvarban üzemel.

Az üzlethelyiséget a Szombathely Megyei Jogú Város Önkormányzata biztosítja a szervezet számára, 2017. május óta ingyenesen, hiszen 100%-ban az önkormányzati tulajdonban van a cég. A boltban az év során egyre nagyobb számban teljesítettek magánszemélyek, óvodák, intézmények, cégek részére egyedi megrendeléseket is.



A fejlesztő foglalkoztatást 2019-ben és 2020-ban is 3 fő foglalkoztatást segítő munkatárs irányította. Feladatuk a foglalkoztatás szervezése és mindennapi koordinálása, ellenőrzése, a munkafolyamatok betanítása a foglalkoztatottak részére, anyagbeszerzés, telephelyek közti koordináció, értékesítés/vásárok szervezése, bolt üzemeltetése, illetve termékfejlesztés.

3. 1. Egyediség, minőség

Hogy mitől egyediek ezek a termékek? Minden termék más és más. Az egyedi termékek előállításához rendelkezésre állnak olyan gépek is, amelyek alkalmasak különböző termékek előállítására.

A műhelyrendszerű gyártásnál, amit funkcionális elrendezésnek is nevezhetünk, a berendezések funkció szerint rendezettek és minden termelő egységben a gyártásnak



csak egy technológiai fázisát végzik. Ennél a termelésnél a technológiai ellenőrzés jól megoldható, a géppark áttekinthető, a termelési terület jól kihasználható és egyszerre sokféle termék gyártása folyhat az egyedi gyártmányoktól kezdve a sorozatgyártásig. A különböző műhelyekben végzett műveleteknél hosszú a termék átfutási idő, nagyok az anyagmozgatási távolságok, a termékáramlás nem állandó, valamint a gyártás fajlagos költségei magasak.¹⁸



A Kötő utcai műhely asztalosipari gépekkel rendelkezik. Itt a különböző vastagságú rétegelt lemez táblákból méretre vágást és összeillesztést igénylő használati - és dísz tárgyak készülnek. Ilyen például: teafilter-tartó, különböző formájú és méretű tároló – dísz – és ékszerdobozok, irattartó, bortartó, kulcsakasztó, papír zsebkendő tartó, álló - és fali képkeretek, szalvétatartók, gyermek magasságmérők, ceruzatartók, poháralátét készletek stb.

Ebben a műhelyben a fejlesztő foglalkoztatásban résztvevők által végzett munkafolyamatok a következők: kézi – és gépi csiszolás, felületkezelés, pácolás, lakkozás, zsanérozás, méretezés, összeállítás, csiszolás és ragasztás.

A közfoglalkoztatási program keretében 2018-ban beszerzett lézergravírozó géppel készült termékek színesítik a termékpalettát.

A gravírozógéppel – szintén rétegelt lemezből – hasonló termékkört állítanak elő (dobozok, bortartók, képtartók, fa ékszerek...), melyek befejező munkálataiba kapcsolódnak be a fejlesztő foglalkoztatás résztvevői, mint a csiszolás, felületkezelés, csomagolás. Így a közfoglalkoztatás és a fejlesztő foglalkoztatás összefonódik, kiegészítik egymást és sikeresen működnek egymás mellett.

A Vörösmarty utcai műhelyben a rétegelt lemezből kézi lombfűrészsel kifűrészelt – az évszakokhoz és aktuális ünnepekhez kapcsolódó – kézzel festett, illetve pácolt ajtó, - és ablakdíszek, hűtő mágnesek, fenyődíszek mellett az egész éves termékkínálatot képező kulcstartók, ékszertartók, kilincsakasztók, képtartók, asztali díszek készülnek az év során.

¹⁸ A termelési folyamatok típusai (online) (Megtekintve: 2021. április 15.) Hozzáférés: http://www.agr.unideb.hu/ebook/logisztika/a_termelsi_folyamatok_tpusai.html

A fa termékek mellett, filc termékek varrásával is foglalkoznak. Barkácsfilc anyagból sablon után, kézzel kivágott és varrott ujjbábokat, illetve gyermekmesék szereplőiből összeállított ujjbáb – mesecsomagokat, kulcstartókat, ceruza – és ablakdíszeket, pálcás virágdíszeket, valamint az ünnepekhez, vásárokhöz kapcsolódóan szezonális termékeket, pl.: barka, - és karácsonyfadíszeket állítanak elő a műhely dolgozói.



A műhelyekben előkészített és összeállított használati – és ajándéktárgyak befejező – és díszítő munkálatait végzik a foglalkoztatottak, emellett kisebb ajándéktárgyakat, díszítárgyakat készítenek különböző díszítési technikák alkalmazásával. Ilyen például a díszítőfestés, kézi pirográfós dekorálás, képek/feliratok transzferálása fára, stencilezés.

A fa termékek mellett festett, gyúrt csomagolópapír és abból ragasztott különböző méretű ajándéktáskák és a vásárokon népszerű zsákbamacska-tasakok készülnek.

Az évek során folyamatos az új technikák, anyagok felkutatása a termékskála szélesítése érdekében.

Amellett, hogy az összes terméket egyesével, többnyire saját kezűleg készítik, fontos szerepet játszik, hogy nincs két ugyan olyan árucikk, esetleg hasonló, ebből is láthatjuk, mennyire egyediek ezek a csodák. Sok időt vesz igénybe, mire késznek nyilváníthatnak például egy hűtőmagnet, szem előtt tartva a minőség fontosságát.

3. 2. A vállalkozás környezete

A Kézműves Kuckó környezetét az alábbiakban elkészített SWOT elemzéssel mutatom be.



A társaság erősségeként a folyamatosan bővülő, színes termékválasztékot emelem ki első körben. Bármiről is legyen szó, egy új ötlet vagy elképzelés, képesek megvalósítani, vagyis a Kézműves Kuckóban rugalmasan tudnak alkalmazkodni az igényekhez.

A vásárlói vélemények azt is alátámasztják, hogy gondos odafigyeléssel készülnek az egyedi és minőségi termékek. A kellemes hangulatú boltba örömmel lépnek be a vevők, hiszen a munkatársakból árad az empátia

és kedvesség, nagyon segítőkészek, tapasztalataimmal ezt én is megerősíthetem. Aki üzenetben veszi fel velük a kapcsolatot, gyorsan, általában pár órán belül egyértelmű, világos választ kap kérdéseire, egyedi ajánlatok – árajánlatok kíséretében. A járványügyi vészhelyzet alatt Szombathely területén rugalmasan, rövid határidővel meg tudták oldani a termékek házhoz szállítását is.

Beszerzési forrásoknál kizárólag a város környéki helyeket, illetve helyi vállalkozókat említhetek meg, ezzel is a helyi kereskedőket támogatják, ami nagyon szép gesztus.

Ami számomra jelentősen feltehető gyengeségnek, az a kevés reklám, hirdetés, amivel még több embert érhetnének el. A szombathelyi Fő tér egy belső udvarában helyezkedik el a bolt, tehát nem közvetlenül a Fő téren van, így kissé kiesik a tömeg elől, sokan nem is tudják, hogy létezik ez a kis üzlet, és milyen termékeik vannak.

Lehetőségnek tekinteném figyelemfelkeltő táblák elhelyezését a Fő térre, illetve plakátok kihelyezését a városba. Kávézóba vagy kisebb üzletekben pár termékük, szórólapok kiállítását, ezáltal felhívva az ott vásárló ember figyelmét, máris jobban terjedne a Kézműves Kuckó híre, ezzel megoldva a korábban felsorolt gyengeségeket.

Veszély lehet egy (új) versenytárs megjelenése, aki náluk is olcsóbb árakkal kínálná termékeit, az ő egyedi áruikhoz hasonlítva, tehát egy kisebb ajándékbolt. A már meg lévő konkurenciával küzdve, itt a Pepcot és egyéb más nagyobb üzletláncot értek, így is kiszorulnak úgymond a piacról, hiszen ott sokkal olcsóbban juthatnak hozzá a különböző dísz – és ajándéktárgyakhoz. Egy újabb járvány szintén nagy zúrt okozna a termékek készítését, és értékesítését illetően, jelentősen csökkentve bevételüket.

	pozitív	negatív
belső	Erősségek: <ul style="list-style-type: none">• folyamatosan bővülő, színes termékválaszték• rugalmasság• empatikus, kedves, segítőkész dolgozók• gyors, egyedi	Gyengeségek: <ul style="list-style-type: none">• kevés reklám, hirdetés• nem előnyös üzlet elhelyezkedés

külső	árajánlatok <ul style="list-style-type: none"> • rövid határidőn belül teljesítenek • helyi kereskedők támogatása 	
	Lehetőségek: <ul style="list-style-type: none"> • figyelemfelkeltő táblák, plakátok elhelyezése • szórólapok kiállítása • több reklám 	Veszélyek: <ul style="list-style-type: none"> • új versenytárs megjelenése • újabb járványhelyzet

5. táblázat: SWOT elemzés

3.3. Pozícionálás

Az ajándékbolt fogyasztói körét nem tudjuk a leggyakrabban használt szegmentálási ismérvekhez, azaz nemhez, illetve korosztályhoz kötni. A fiatalabb generációtól az idősekig, nemtől függetlenül fordulnak meg az üzletben. Sokakat csak a kíváncsiság hajt és nézelődni jár be. Akik tudják, hogy kik készítik ezeket a termékeket, többnyire támogatói céllal is járnak be vásárolni. Cégek, illetve magánszemélyek konkrét elképzeléseiket szeretnék megvalósíttatni, például névjegykártya, esküvői ültető kártya formájában.

Vajon azért is betérnek az üzletbe a vevők, hogy e módon, felelősen gondolkodva támogassák a hajléktalanokat?

Ezek a termékek nem csak egyediségükről, hanem minőségükről is árulkodnak. Minden egyes darabot saját kezűleg készítik ez a foglalkoztatottak, precíz és aprólékos munkát végezve. Az árakat tekintve arányosan vannak kialakítva, nagyobb megrendeléseknél kedvezményeket is biztosítanak.

Szombathelyen és környékén ez az egyetlen ilyen hely, ahol hajléktalan személyek hozzák létre saját kezűleg az egyedülálló ajándék – és dísz tárgyakat, ebben is megkülönböztetve magukat versenytársaiktól. A környéken rajtuk kívül egy – két ajándéküzlet van, de ők magasabb árakkal, viszont szélesebb termékválasztékkal állnak a vevők szolgálatára, az egyediség háttérbe szorulásával.

3.3.1. Termékválaszték

A boltban az utcáról betérő vásárlók kiszolgálása mellett folyamatosan teljesítik magánszemélyek, cégek, intézmények, vállalkozások, szolgáltató cégek egyedi igényeit is. Vállaltak már céges logót, reklámtermékeket, reprezentatív termékeket, alkalmi (esküvő, évforduló, keresztelő, ballagás, búcsúztató) dekorációk tervezését és gyártását. Ilyen például a fa névjegykártya, esküvői ültető kártya, szülői köszönetajándékok, gyermekszületéshez kapcsolódó emléktárgyak. A korábbiakban már említett húsvéti és -karácsonyi vásárra, a Savaria Karneválra az évszaknak és ünnepnek megfelelő ajándék – és dísz tárgyakkal készülnek.

Az egyedi, névre szóló megrendelések száma folyamatosan növekszik, egyre inkább ismerik a cég ezen szolgáltatását a városban.

- Esküvő és évforduló



- Keresztelő, áldozás



- Babaköszöntő



- Feliratos táblák



- Egyéb más termékek





SEGÍTŐ VÁSÁRLÁS

A szervezet 2017 szeptembere óta használja az előállított termékeken a – Salva Vita Alapítvány által kiadott – Segítő Vásárlás védjegyet, amit matrica

formájában vehetünk észre minden terméken. Ez a védjegy tájékoztatást ad a vásárlóknak, hogy az általuk megvásárolt árucikk hátrányos helyzetű emberek által készített, így vásárlásával hozzájárul megváltozott munkaképességű emberek foglalkoztatásához.

3.3.2. Az emberi tényező (humán erőforrás) igénye a feladatellátásban

A fejlesztő foglalkoztatás az integrált intézmény keretében működik, ezért az intézményvezetői feladatokat az integrált intézmény vezetője látja el, aki szociális munkás végzettséggel rendelkezik.

A foglalkoztatás segítői feladatokat három fő látja el, közülük egy fő szociálpedagógus, illetve gyógypedagógus végzettséggel, egy fő pedagógus főiskolai végzettséggel, egy fő pedig szociális asszisztens végzettséggel rendelkezik.

A főállású segítők szervezik a munkavégzést, megtervezik a napi tevékenységeket, vezetik az adminisztrációt, fenntartják a foglalkoztatottak motivációját, részükre mentális, segítő szolgáltatásokat is nyújtanak.

Korábban már említettem, hogy a foglalkoztatottak által készített termékek mitől egyediek, így ők is kulcsfontosságú szerepet töltenek be a feladatok ellátásában, hiszen nélkülük nem jöhetnének létre ezek a nagyszerű ajándék – és dísz tárgyak, ők alkotják a humán erőforrás másik részét.

A 2020-as év beszámolójából kiderül, hogy ezeknek a foglalkoztatottaknak száma 52 főt takar, nem sokkal tér el az idei évtől. A foglalkoztatás időtartama napi 4 és 6 órában zajlik, egyéni képességek alapján meghatározva és figyelembe véve, hogy a meghatározott feladatmutató mellett minél több embert be tudjanak vonni a foglalkoztatásba.

Munkájukért óradíj jár, a Szt. 99/C § (5) alapján a fejlesztési óradíj összege nem lehet kisebb a mindenkori kötelező legkisebb órabér 30%-ánál. A Féhe intézményénél ez az óradíj 509 Ft/órát jelent.

21 munkanapos hónapban, ha a foglalkoztatott minden munkanap dolgozik, a díjazása: 4 órában bruttó 42.756 Ft, 6 órában bruttó 64.134 Ft.

19 munkanapos hónapban, ha a foglalkoztatott minden munkanap dolgozik, a díjazása:

4 órában bruttó 36.684 Ft, 6 órában bruttó 58.026 Ft.

3. 3. 3. Értékesítési politika

Korábban már említettem, ezeknek a termékeknek a fő értékesítési csatornája a Kézműves Kuckó Ajándékbolt. Itt minden vásárláshoz szórólapot adnak, ezzel is népszerűsítve az ajándékboltot, valamint tájékoztatják a vásárlókat arról, hogy megrendelésükkel, vásárlásukkal azokat az embereket támogatják, akik kiszorultak a munkaerőpiacról, nem segélyből akarnak élni, hanem munkával kívánják a megélhetésüket biztosítani.

Emellett fontos szerepet töltenek be a város hagyományos vásárai is az előállított termékek értékesítésében.

Az első ilyen a húsvéti vásár, majd a Savaria Történelmi Karnevál és az adventi vásár.

Húsvétkor a megszokott használati – és dísz tárgyak mellett, amit korábban már említettem, vásárolhatunk húsvéti ünnephez kapcsolódó ajándéktárgyakat is, ilyen például a tojástartó, barkadíszek, pálcás díszek.

A nyári karneválon árusított legnépszerűbb termékek a római kort, illetve a középkori hangulatot idéző, kézzel festett, különböző méretű – és formájú harci pajzsok, fa kardok és bárdok. Ezek mellett díszdobozok, képkeretek, kulcstartók, hűtőmágnesek, ajtóablak és egyéb fa használati – és dísz tárgyak, illetve filc termékek színesítik a termékkínálatot.

Az év utolsó ilyen vására szintén Szombathely Fő terén zajlik, ahol a téli időszakhoz és a karácsonyi ünnepkörhöz kapcsolódó egyedi, kézzel készített fa



ajtó – és ablakdíszeket, hűtőmágneseket, karácsonyfadíszeket, termékekből, tobozokból készített fenyődíszeket árusítanak.

Az ajándékbolt és vásárok mellett a Szociális Hét keretében megrendezett alkalmi árusítással egybekötött – érzékenyítő rendezvényen is bemutatták a fejlesztő foglalkoztatás keretében készült termékeket, emellett Nyílt napot rendeztek a Vörösmarty utcai műhelyben, ahol a látogatók megismerkedhettek a munkafolyamatokkal, végigkísérhették egy-egy termék elkészülésének útját és kipróbálhatták a termékek díszítését.

2018 és 2019 júniusában lehetőséget kaptak a Répcelaki fesztiválon termékeik árusítására a helyi önkormányzattól, ezt követően pedig meghívást kaptak a Budapesten megrendezett Piacok napjára az Erzsébet téren.

Ősszel a Hajléktalanellátás Országos Konferenciáján, Balatonföldváron volt lehetőség bemutatni a Kézműves Kuckó Ajándékbolt termékeit.

Sajnos a 2020-as év nekik sem kedvezett a vírus miatt, így a Facebook oldalukon és az Ajándékboltban tudták hirdetni és árulni termékeiket.

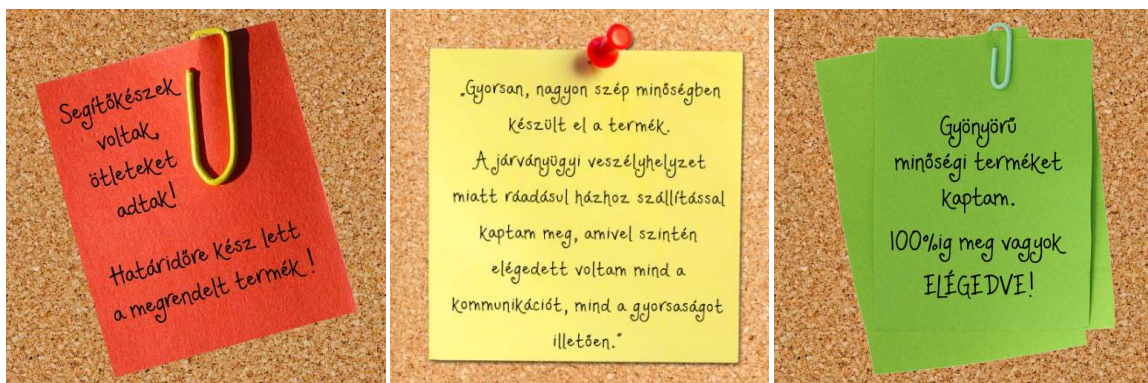
3.3.4. Kommunikációs politika

A Kézműves Kuckót nagyrészt a közösségi oldalukon hirdetett posztok és nyereményjátékaik miatt ismerik egyre szélesebb körben az emberek.

Több rendezvényen, vásáron vehetnek részt, nyílt napokat tartanak, ezzel is népszerűsítve termékeiket, a boltot, felvilágosítást adva a termékeiket elkészítő emberekről is.

A boltban elhelyezett „Vendégkönyv”-ben az üzlet nyitása óta számos elismerő bejegyzést olvashatunk. A tapasztalatok továbbra is azt mutatják, hogy növekszik a kereslet, az igény a kézzel készített egyedi termékek iránt, nő a megbecsülésük, ezt észrevehetjük a vevőkör folyamatos bővülésén, a visszatérő vásárlókon és a megrendelések számán is.

Íme, néhány vevői vélemény, amit a facebook oldalon is megosztottak:



3. 4. A Kézműves Kuckó Ajándékbolt árazási gyakorlata

3. 4. 1. Ártervezés gyakorlati folyamata

Első lépésként a termék önköltsége kerül meghatározásra. Ennél az összegnél nem lehet alacsonyabb a termék ára, majd felméri, hogy a piacon – amennyiben van hasonló termék – milyen áron forgalmazzák. Ennél, azaz a versenytársak által alkalmazott áraknál olcsóbban adják termékeiket. Amennyiben nincs a piacon ilyen jellegű termék, úgy az önköltségre számolnak 70% haszonrést.

A társaság rendelkezik számviteli politikával és önköltségszámítási szabályzattal, ezek alapján járnak el, illetve figyelembe veszik a piaci viszonyokat is.

Az önköltségszámítási szabályzat részletesen szabályozza az alap- és vállalkozási tevékenységük keretében előállított eszközök, elvégzett tevékenységek, nyújtott szolgáltatások tényleges közvetlen önköltségének meghatározását, valamint e szabály alapján biztosítja az önköltségszámítás belső és külső ellenőrizhetőségét.

Az önköltségszámítási szabályzat az alábbi témakörökben tartalmaz előírásokat:

- a) költség, önköltségszámítási alapfogalmak
- b) az önköltségszámítás tárgya
- c) a kalkulációs tényezők tartalma
- d) az önköltségszámítás módszere
- e) a munkaszámok
- f) az önköltségszámítás készítésének időpontja
- g) az önköltségszámításhoz szükséges adatszolgáltatás
- h) költségszámolás bizonylatolása
- i) az önköltségszámítás és a könyvviteli rendszer közötti egyeztetések.

3. 4. 2. Árakat meghatározó tényezők

Az előző pontban felsorolt témakörök lényegét részletezem a következőkben, hiszen ezek alapján működik az önköltségszámítási szabályzat, ami alapján az árakat határozzák meg. A költség, önköltségszámítási alapfogalmakhoz kapcsolódóan fontos megjegyezni a holtmunka jellegű költséget, ami magába foglalja az anyagköltséget, az igénybe vett szolgáltatást, az alvállalkozói teljesítményeket és az értékcsökkenési leírást. Emellett beszélhetünk még élőmunka jellegű költségekről, ami alatt a bérköltséget, a személyi jellegű egyéb kifizetéseket és a bérjárulékokat értjük.

A közvetlen önköltség és bekerülési érték körébe tartoznak azok a ráfordítások, amelyek az eszköz (termék, szolgáltatás) előállítás, üzembe helyezése, bővítése, rendeltetésének megváltoztatása, átalakítása, eredeti állagának helyreállítása során közvetlenül felmerültek, vagy az előállítással szoros kapcsolatban voltak, továbbá az eszközre (termék, szolgáltatás) megfelelő mutatók segítségével elszámolhatók.

Az önköltségszámításnak a következő formái ismertek:

Az előkalkuláció (előzetes önköltségszámítás) az a műszaki-gazdasági tevékenység, amellyel a termelés, vagy szolgáltatásnyújtás megkezdése előtt határozza meg a társaság valamely termék (szolgáltatás) előállítása során felhasználható élő- és holtmunka mennyiségét, és ebből az érvényben lévő árak, díjtételek alkalmazásával kiszámítják az előállítandó termékek (szolgáltatások) terv szerinti önköltségét.

A közbenső kalkulációnál a termelés (szolgáltatás) folyamatában – annak egyes fázisait követően – informál a költségek alakulásáról.

Az utókalkuláció az a műszaki – gazdasági tevékenység, amellyel a termelés, vagy szolgáltatásnyújtás befejezése után, a ténylegesen felhasznált élő- és holtmunka mennyisége és értéke alapján határozza meg a társaság az eszköz, termék, termékcsoporthoz, szolgáltatás, stb. tényleges közvetlen önköltségét, előállítási költségét. Az utókalkuláció képezi a következő évi termékárak, szolgáltatási díjtételek megállapításának egyik alapját.

Az önköltségszámítás tárgya a kalkulációs egység, és ezt az egységet a társaság valamely tevékenységének (termék, szolgáltatás) függvényében határozza meg.

A társaság kalkulációs egységként határozza meg a következőket:

- a termelési folyamatban előállított egy – egy terméket (befejezetlen-, félkész-, és késztermék)
- a termelési folyamatban előállított termékcsoporthoz
Termékcsoporthoz képző közös ismérvek lehet az azonos alapanyag, azonos kiviteli mód, minőség stb. Önköltségszámítási szempontból a termékcsoporthoz olyan egyedi termékek összessége, amelyek egyedi költség ráfordításait utókalkulációval nem lehet meghatározni.
- egy-egy szolgáltatást (megrendelő részére-, saját vállalkozásban végzett beruházások)

A kalkulációs egységek közvetlen költségét a társaság a következő séma alapján határozza meg:

Kalkulációs egység közvetlen költsége =

Közvetlen anyagköltség

- + közvetlen bérköltség
- + közvetlen bérek járulékai
- + előállítási külön költség
- + egyéb közvetlen költség

A kalkulációs egység előállítása érdekében felhasznált anyagok beszerzési áron számított értéke a közvetlen anyagköltség.

Anyagköltségek körébe kell sorolni az előállítás során felhasznált

- szakmai anyagokat (nyers- és alapanyag, segédanyag, fűtőanyag),
- egy éven belül elhasználódó szakmai eszközöket,
- kommunikációs anyagokat és a kis értékű tárgyi eszközöket,
- üzemanyagot,
- egyéb anyagot (tisztítószer, vegyszerek stb.),
- energia (gáz, villamos energia, távhő és meleg víz).

Előállítási költségek közé tartoznak az előállításához közel álló általános költségek arányos összegei is, amelyek az adott termékre, szolgáltatásra megfelelő mutatók, jellemzők segítségével számolhatók. Ilyen költségek:

- a gépkezelők, és gépkiszolgálók közvetlen személyi juttatásaként el nem számolt összege,
- a gépek (termelő berendezések) üzemeltetési költségei, energiaköltségei, a termelési célt szolgáló és közvetlen anyagköltségként el nem számolt anyagok (gőz, gáz, víz, stb.),
- a gépek (termelő berendezések) értékcsökkenési leírása,
- a terméket gyártó, szolgáltatást nyújtó műhely általános költsége.

3. 4. 3. Egyéb kapcsolódó költségek

A következő költségeket nem veszik figyelembe a termék árkialakításánál, de ezek is költségekkel járnak.

A hulladék olyan anyagmennyiség, amely az utalványozott és kiadott anyagok kiszabása, méretre vágása, megmunkálása közben keletkezik. Mind az előkalkulációban, mind az utókalkulációban az anyagköltség mellett a nyers- és alapanyagok felhasználásának

bruttó és nettó mennyiségi adatait is fel kell tüntetni. A tovább felhasznált saját termelésű készletek értékét tényleges közvetlen önköltségen kell számításba venni.

Közvetlen személyi juttatások költségeként kell kimutatni a kalkulációs egység előállítására érdekében felmerült, kifizetett személyi juttatások összegét.

Közvetlen személyi juttatásként kell elszámolni:

- a rendszeres személyi juttatásokat,
- a nem rendszeres személyi juttatásokat,
- külső személyi juttatásokat.

Közvetlen személyi juttatások járulékai között számolandók, az egészségügyi hozzájárulás, adók módjára fizetendő összeg, amelyet a személyi juttatások, vagy a foglalkoztatottak száma alapján kell megállapítani.

Szállítási és rakodási költség, a gépek és termelő berendezések bérleti díja az egyéb közvetlen költségekhez sorolható, viszont a gépjármű üzemeltetés a közvetett kiadásokhoz sorolható.

A társaság az egyszerű osztókalkulációs módszert alkalmazza az önköltség meghatározására, például a rezi költséget osztja a négyzetméterrel. Ettől eltérhet a társaság térítési díjainak jogszabály szerinti meghatározása, melyet a térítési díj szabályzat tartalmaz.

Kicsit eltérve a főbb költségektől, következik a munkaszám a kalkulációs egységet jelölő szám, amely a főkönyvi könyveléshez való kapcsolódást segíti elő. A termelés (szolgáltatás) megkezdését a nagyobb volumenű esetekben a kalkulációs egységet egyedileg azonosító munkaszám kiadása előzi meg.

A korábbi felsorolásnál, az f pontban említett időponthoz kapcsolódóan, a megrendelésre teljesített termék-előállítás (szolgáltatásnyújtás) esetében a tényleges önköltség megállapítása végett a tevékenység befejezését követő negyedév 15. napjáig utókalkulációt kell készíteni.

A saját kivitelezésben megvalósított beruházások, felújítások aktiválható értékének meghatározásához, a beruházás, felújítás befejezését követő, szintén negyedév 15. napjáig utókalkulációt kell készíteni.

Amennyiben a társaság szellemi és anyagi infrastruktúra magáncélú használatát engedélyezi, meg kell állapítani a térítési díj mértékét, mely magába foglalja a közvetlen és közvetett költségeket.

Ezt követi az önköltségszámításához szükséges adatszolgáltatás. Itt a termelés (szolgáltatás) költségeit a tevékenység folyamán, azok felmerülésével egyidejűleg kell az

alapbizonylatokon rögzíteni. Az alapbizonylatok feldolgozása a társaság számviteli rendszerében a számlarendben meghatározott számlákon év közben folyamatosan történik.

Az önköltségszámítás bizonylatainak kiemelt alaki és tartalmi kellékei a következőkből tevődik össze:

- a bizonylat megnevezése, sorszám,
- a bizonylatot kiállító szervezeti egység megjelölése,
- a gazdasági műveletet elrendelő személy vagy szervezeti egység megjelölése,
- az utalványozó és a rendelkezés végrehajtását igazoló személy,
- a készletmozgások bizonylatain az átvevő aláírása,
- a bizonylat kiállításának időpontja,
- meghatározott esetekben annak az időszaknak a megjelölése, amelyre a bizonylat adatai
- vonatkoznak,
- a (megtörtént) gazdasági művelet tartalmának leírása vagy megjelölése, a gazdasági
- művelet okozta változások mennyiségi-, minőségi- és értékadatai.¹⁹

Az elkészített utókalkulációk adatait a könyvviteli nyilvántartásban szereplő adatokkal kell egyeztetni, az utókalkuláció befejezését követő 5 napon belül.

¹⁹ Cég belső anyaga

4. Összefoglalás

Szakmai gyakorlatom során egy nagyon színes, családi társaságot ismerhettem meg, ami meghatározó szerepet tölt be Szombathely életében. Betekintést nyertem a Szombathelyi Polgármesteri Hivatal és a Fogyatékkal Élőket és Hajléktalanokat Ellátó Nonprofit Kft. mindennapjaiba, részt vettem a hétköznapi tevékenységek elvégzésébe, ami nem csak az irodai feladatokból állt. Ami a legjobban megfogott, az a Kézműves Kuckó Ajándékboltba való bepillantás, ahol a termékek árkiakításán túl, végignéztem több termék elkészítésének útját, amit egyénileg, saját kezűleg alkotnak a hajléktalan emberek. Mindig is érdekelt, hogyan zajlanak a kulisszák mögötti dolgok. Honnan és hogyan szerzik be az alapanyagot, mennyi időt vesz igénybe egy – egy termék elkészítése, milyen eszközökkel dolgoznak az emberek stb. Emellett a marketing-el kapcsolatos kérdések is favorit téma nálam, milyen platformokon hirdetnek, hogyan fotózzák be a termékeket, hogyan szabják ki áraikat, mennyi haszon van egy árucikken. Ezekre mind választ is kaptam.

Véleményem szerint, ez a kis Ajándékbolt a körülményeihez képest nagyszerűen helyt áll, az árképzési módszerük megfelelő.

Örülök, hogy itt tölthettem a gyakorlatomat, megismerve ezzel olyan embereket és munkáik fontosságát, amit valószínűleg nem tapasztaltam volna máshol. Felnyitotta a szemem, és rájöttem, hogy nem szabad elégedetlennek lenni és örülni kell mindannak, amim van, ez alatt főképp a családra és az egészségre gondolok.

5. Ábrajegyzék

1. ábra: Árkialakítás háromszöge

(Forrás: http://eta.bibl.u-szeged.hu/1838/1/11.lecke_ar.pdf)

2. táblázat: Az ár és a minőség viszonya

(Forrás:

http://www.jgypk.hu/tamop13e/tananyag_html/gazdalapism/az_rkialakts_menete.html)

3. ábra: Költségelemzés szakaszai

(Forrás: Józsa László – Marketingstratégia - A tervezés gyakorlata és elmélete)

4. ábra: Árrugalmassági görbe

(Forrás: Józsa László – Marketingstratégia - A tervezés gyakorlata és elmélete)

5. táblázat: SWOT elemzés

6. Irodalomjegyzék

Internetes források:

https://www.nyugat.hu/cikk/kezmuves_kucko_ajandekbolt_atadas (Letöltve: 2021. április 10.)

http://eta.bibl.u-szeged.hu/1838/1/11.lecke_ar.pdf (Letöltve: 2021. április 10.)

http://www.jgypk.hu/tamop13e/tananyag_html/gazdalapism/az_rkialakts_menete.html
(Letöltve: 2021. április 10.)

<https://matebalazs.hu/arkepzes.html> (Letöltve: 2021. április 11.)

<https://pappgab.com/arpolitika/> (Letöltve: 2021. április 11.)

http://eta.bibl.u-szeged.hu/1838/1/11.lecke_ar.pdf (Letöltve: 2021. április 10.)

http://www.agr.unideb.hu/ebook/logisztika/a_termelsi_folyamatok_tpusai.html (Letöltve: 2021. április 15.)

Szakirodalom:

Rekettye Gábor – Az ár a marketingben. Budapest: Hungarian edition Műszaki Könyvkiadó, 1999. ISBN 963 16 3046 3.

Robert J. Dolan – Hermann Simon – Árképzés okosan. Budapest: Geomédia Kiadó Rt, 2000. ISBN 9637910670

Józsa László – Marketingstratégia – A tervezés gyakorlata és elmélete. Budapest: Akadémiai Kiadó Zrt. 2014. ISBN: 978 963 05 9482 0

Cég belső anyaga



PANNON EGYETEM

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

NYILATKOZAT

Alulírott **Závecz Daniéla** nyilatkozom, hogy a záródolgozatomban foglalt tények és adatok a valóságnak megfelelnek, és az abban leírtak a saját munkám eredményei.

Tudomásul veszem, hogy a dolgozat elektronikus formátuma szerzői jogtisztaságának ellenőrzésére az Egyetem szoftveres ellenőrzést (plágiumszűrést) végezhet és ennek eredményét a dolgozat értékelésében felhasználhatja.

Tudomásul veszem, hogy a dolgozat elektronikus formátuma az Egyetem repozitóriumában kerül elhelyezésre és a hatályos jogszabályok, intézményi szabályzatok szerint, valamint a szerzői rendelkezésnek megfelelően biztosítható a kutatási célú hozzáférés. A dolgozat elektronikus formátumának metaadatai – ide értve a szerzői összefoglalót is – nyilvánosak.

Zalaegerszeg, 2021-05-25

Závecz Daniéla
hallgató aláírása



PANNON EGYETEM Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

ÖSSZEFOGLALÁS (benyújtandó két példányban)

Egy vállalkozás árképzési tevékenységének bemutatása

Závecz Daniéla

Gazdálkodási és menedzsment Felsőoktatási szakképzés

Záródolgozatom témája egy vállalkozás árképzési tevékenységének bemutatásának a vizsgálata, a Szombathelyi Polgármesteri Hivatal tulajdonában álló Fogyatékkal Élőket és Hajléktalanokat Ellátó Nonprofit Kft. példáján keresztül.

Dolgozatom során tanulmányoztam egy vállalat mindennapjait és munkásságát, elemeztem az erre vonatkozó információkat, továbbá igyekeztem egy átfogó, képet nyújtani, a vállalat megismerését segítve.

Munkámban elsőként az árképzés elméleti megközelítését veszem alapul, ezen belül az alapvető fogalmakat és hozzátartozókat értem, ilyen az árpolitika a marketing - mixben, az árazás lépései és az árak kialakítását befolyásoló tényezők. Ezután a gyakorlati árképzés kap szerepet, ahol maga a vállalat, a Kézműves Kuckó Ajándékbolt árképzési tevékenységét mutatom be részletesen. A következőkben megtudhatják, mitől egyediek és minőségiek a vállalat termékei, mi jellemző a környezetére. Pozicionálással megállapítottam a vásárlói kört, ízelítőként a termékválasztékot mutattam be nagyvonalúan, a humánerőforrás igényének fontosságát, majd az értékesítési és kommunikációs politikáját ismertettem. Mindezek után láthatjuk, hogy néz ki az ártervezés gyakorlati folyamata, mely tényezők határozzák meg az árakat, valamint az egyéb kapcsolódó költségeket.

A vállalat árképzési tevékenységéről elmondható, hogy a helyzetükhöz a legmegfelelőbb módszert, optimálisan alkalmazzák. Sikeresen munkáltatják az embereket, ezáltal növelve a hajléktalan személyek hasznosságát a mai világban, megmutatva, hogy ők is képesek a munkavégzésre, az értékteremtésre, egyedi ajándéktárgyak készítésével.

Véleményem szerint ez egy remek vállalat, am példamutató munkásságáról is ismert. Az általuk végzett árképzési tevékenység igencsak pozitívan működik, helytállónak bizonyul.

Bízom benne, hogy munkámmal sikerült bemutatnom a vállalat árképzési tevékenységeinek szegmenseit.