

**Mall ideas!**

*The e-newsletter for Shopping Center Marketing*



# GIS – TELEPHELYVÁLASZTÁS

Sikos T. Tamás

Szent István Egyetem,  
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gödöllő  
[sikos.t.tamas@gtk.szie.hu](mailto:sikos.t.tamas@gtk.szie.hu)

# ELŐADÁSOM TÉMAKÖREI

- **A GIS, mint eszköz**
  - funkciói
    - adatnyerés (input)
    - adatkezelés (management)
    - **adatelemzés (analysis)**
    - adatmegjelenítés (presentation)
- **A telephelyválasztás szempontrendszer**
  - történeti szakaszai
  - kritériumai
- **Esettanulmány**

# ÜZLETI TELEPHELYVÁLASZTÁS: MŰVÉSZET VAGY TUDOMÁNY?

- **Az üzleti telephelyek választásának kutatási módszerei a XX. század elejére nyúlnak vissza.**
  - A korai kísérletek az akkori egyesült államokbeli **üzletláncok** nevéhez fűződtek. Ezek az úttörő jellegű vizsgálatok **a gyalogos forgalom mennyiségére, összetételére és minőségére**, továbbá a forgalom becslésére szorítkoztak.
- **1930 körüli időkre tehető, a második szakasz ebben az időszakban a főszerepet a „élelmiszer üzletláncok” játszották.**
  - Ebben a második szakaszban a hangsúly a különféle **kereskedelmi egységek piaci területének tanulmányozásán** és annak megállapításán volt, hogy mekkora ezek piaci részesedése.
- **Az üzleti telephelyválasztás kutatásának harmadik szakasza a II. világháború után, a nagy bevásárlóközpontok megjelenésének idejére tehető.**

# MIT VÁRNAK A KERESKEDELMI CÉGEK A TELEPHELYVÁLASZTÁS KUTATÁSI EREDMÉNYEITŐL?

Az elvárások alapvetően kétirányúak:

- **a potenciális üzleti forgalmat és a sikeres tevékenység lehetőségét felmérjék.** A potenciális üzleti forgalmat bizonyos hibahatáron belül becsülik.
- További elvárás az elemzőtől, hogy a nagyvárosi területen, vagy más nagyobb földrajzi egységen belül a számos telephelyválasztási lehetőség közül a cég számára azt az **optimális részesedést biztosító telephelyet válassza ki** (a piaci potenciálból, amelyik a jövőben minimális forgalmi csökkenéssel jár és hosszú távon pedig a befektetés maximális megtérülését ígéri).

# A TELEPHELYVÁLASZTÁS KRITÉRIUMAI

- természetföldrajzi feltételek
- demográfiai,
- településhálózati,
- gazdasági,
- infrastrukturális
- szociológiai feltételeinek,
- specifikus szempontok.

## TELEPHELYVÁLASZTÁST BEFOLYÁSOLÓ POZITÍV FAKTOROK

- a megfelelő településméret (nagy lakosság szám),
- a kiterjedt vásárlói vonzáskörzet (széles fogyasztópiac),
- a magas fajlagos lakossági jövedelmek (vásárlóerő),
- a jó közlekedési elérhetőség (kedvező forgalmi fekvés).
- Figyelembe veendő továbbá olyan további speciális adottságok, mint az idegenforgalmi központ szerep (szezonális fogyasztás), a tranzithelyzet, vagy a határ menti fekvés (bevásárlóturizmus).

# TELEPHELYVÁLASZTÁS ELLENHATÓ TÉNYEZŐK

- természeti-környezeti,
- gazdasági-társadalmi,
- adminisztratív akadályok.
- (pl. nem megfelelő talajmechanikai viszonyok, természet-, illetve környezetvédelmi eredetű korlátok, túlságosan erős versenytársak, a helyi lakosság ellenállása stb.).
- Ha ezek a tényezők számottevő mértékben nem fordulnak elő a tervezett telepítési helyszínét illetően, akkor a telepítést elősegítő pozitív tényezők fajtáit és jelenlétük mértékét kell számításba venni.

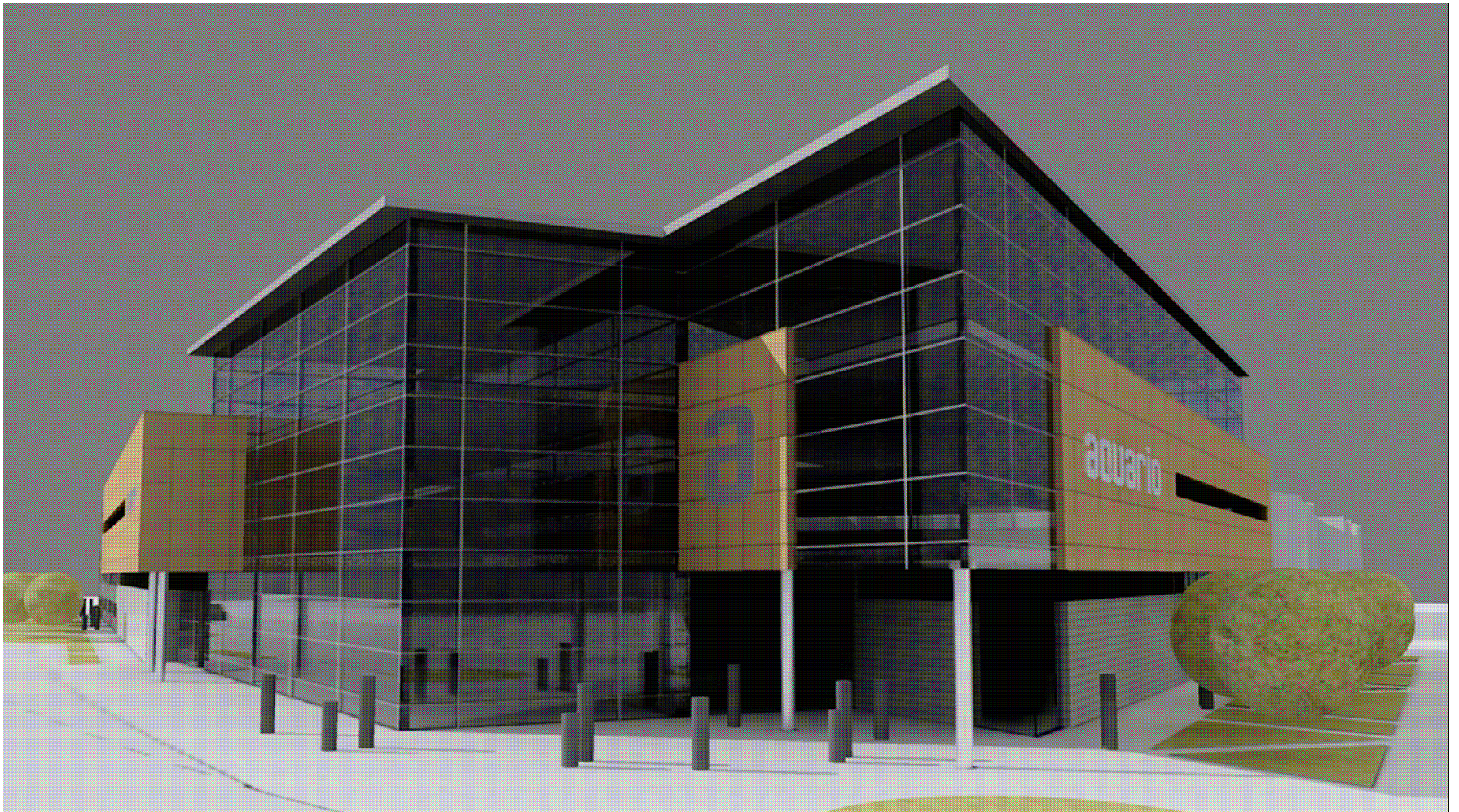
## MIKRORÉGIÓ DEMOGRÁFIA MÉRETE

- Ha a kistérségi központ 100 ezer lakosúnál nagyobb megyeszékhely, akkor az egész kistérség jelentős vásárlási-fogyasztói potenciált képvisel függetlenül attól, hogy a kistérséghez tartozó többi településben hány ezren laknak.
- Ha kistérségi központ 40-50 ezer fős középváros, de mellette 10 ezer fölötti népességű kisvárosok is találhatóak a kistérségen belül, akkor az ilyen térségek is nagy valószínűséggel a 100 ezer lakos feletti kistérség-kategóriába fognak kerülni, tehát szintén nagy méretű fogyasztói piacot alkotnak.
- Ha viszont a kistérségi központ alig néhány ezer lakosú kisváros, és a mikrorégió többi településének mérete lényegesen kisebb (pl. a nagyrészt 100-500 fős törpefalvakból álló kistérségek esetében), ott a vásárlók száma nagyságrenddel alacsonyabb lesz, mint a nagy lakosságú kistérségekben.





# Aquario Shopping Center



Hajós bevásárlóközpont, SK



Komárno Shopping Center, SK



Duna Áruház, H



Millennium Üzletház, H





## FONTOSABB LÁNCOK

Komárno





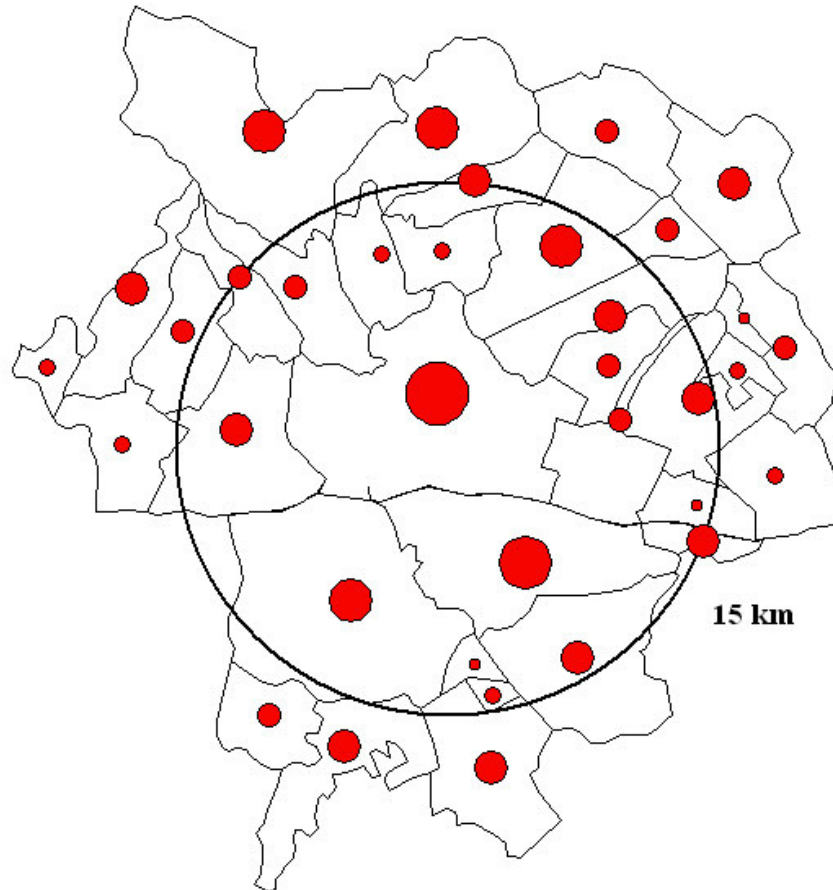
## FONTOSABB LÁNCOK

Komárom

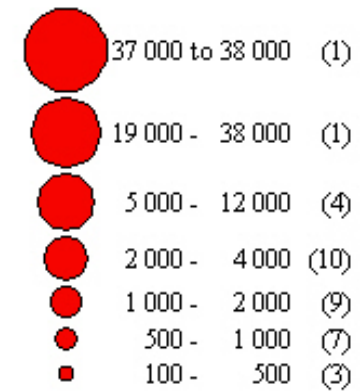
- Spar
- Penny Market



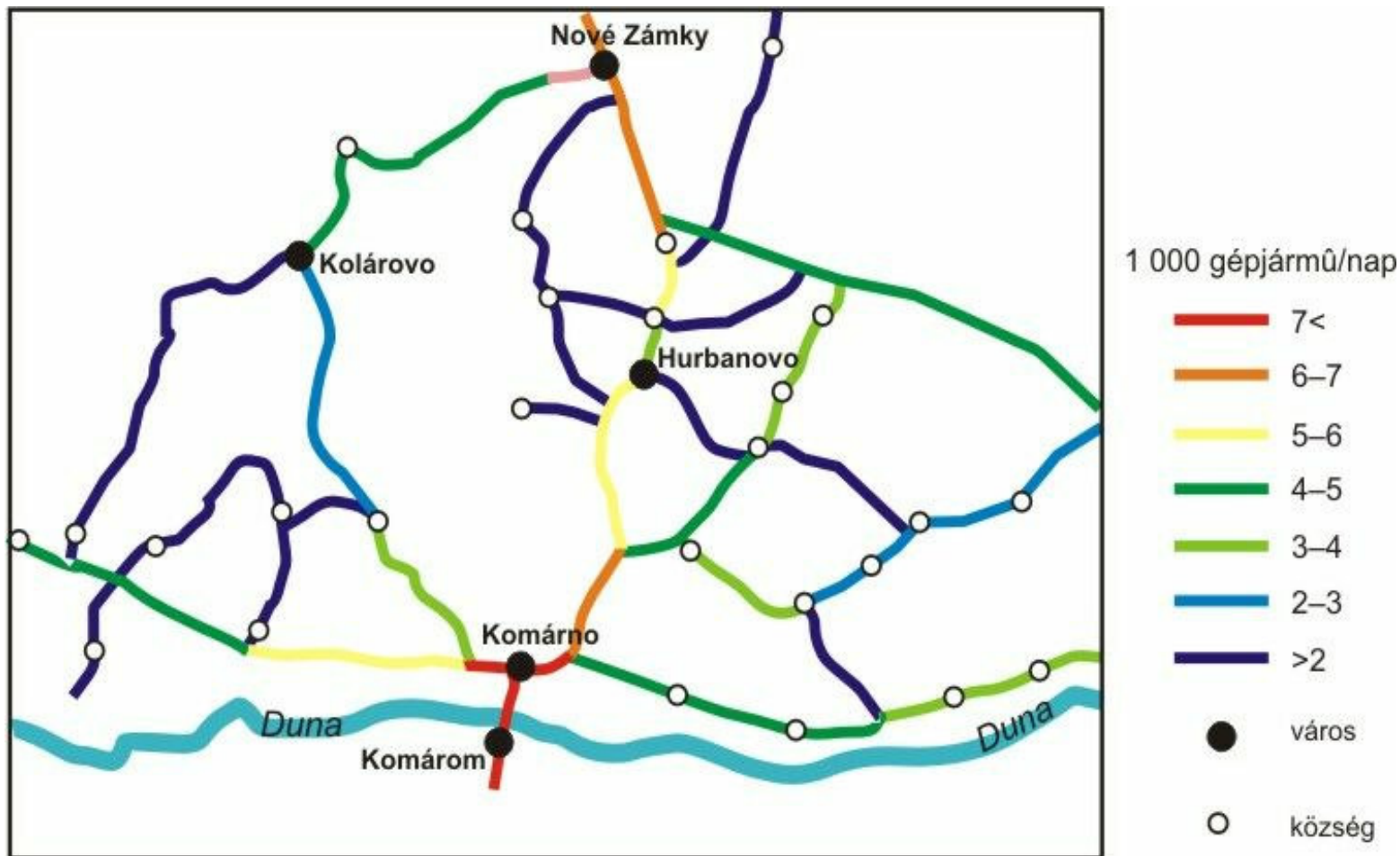
# A VONZÁSKÖRZET TELEPÜLÉSENKÉNTI LAKÓNÉPESSÉGE, FŐ



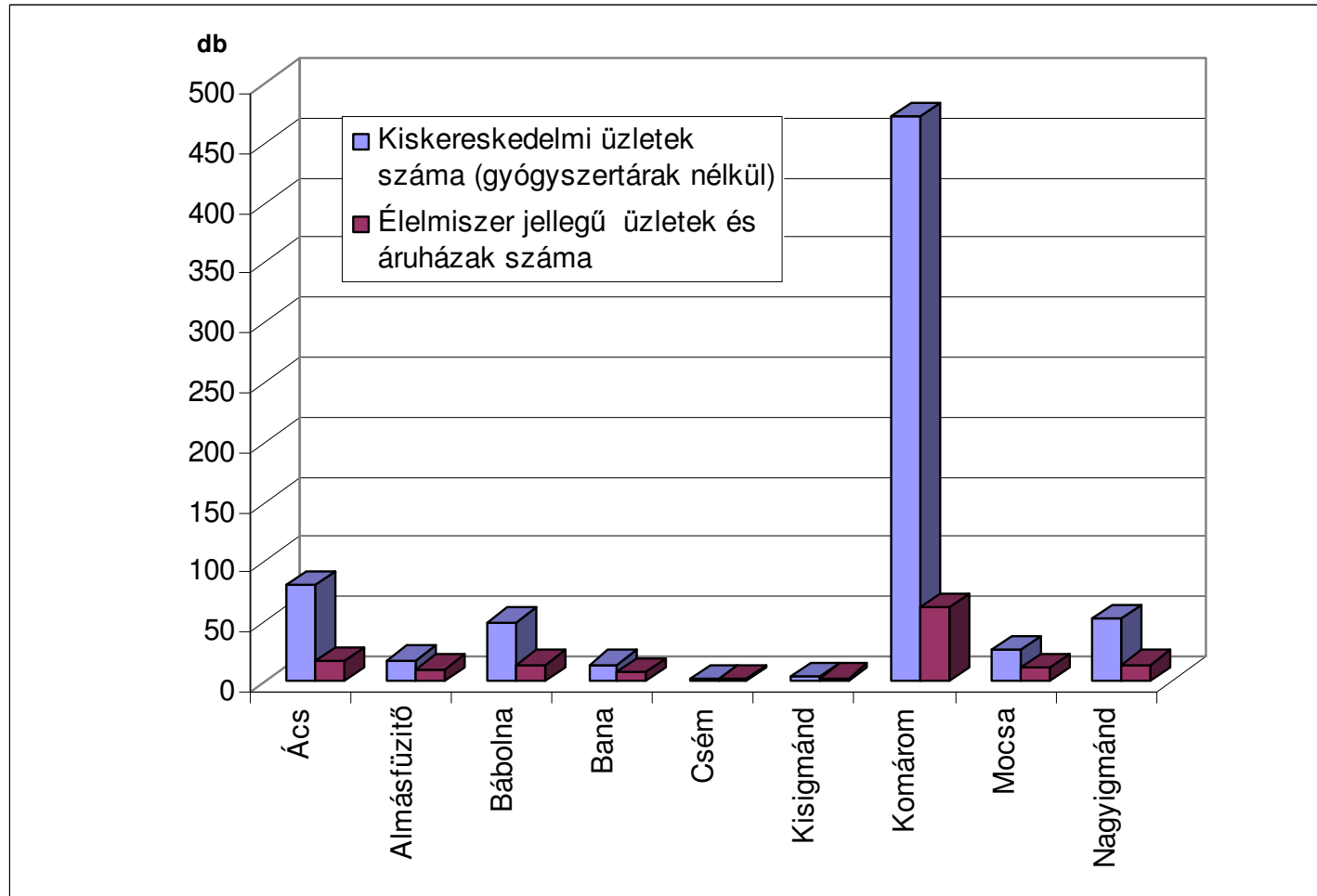
Komárno és vonzáskörzetének  
lakónépesége, 2001, fő



# A SZLOVÁKIAI KÖZUTAK FORGALOMTERHELÉSE KOMÁRO TÁGABB KÖRNYEZETÉBEN

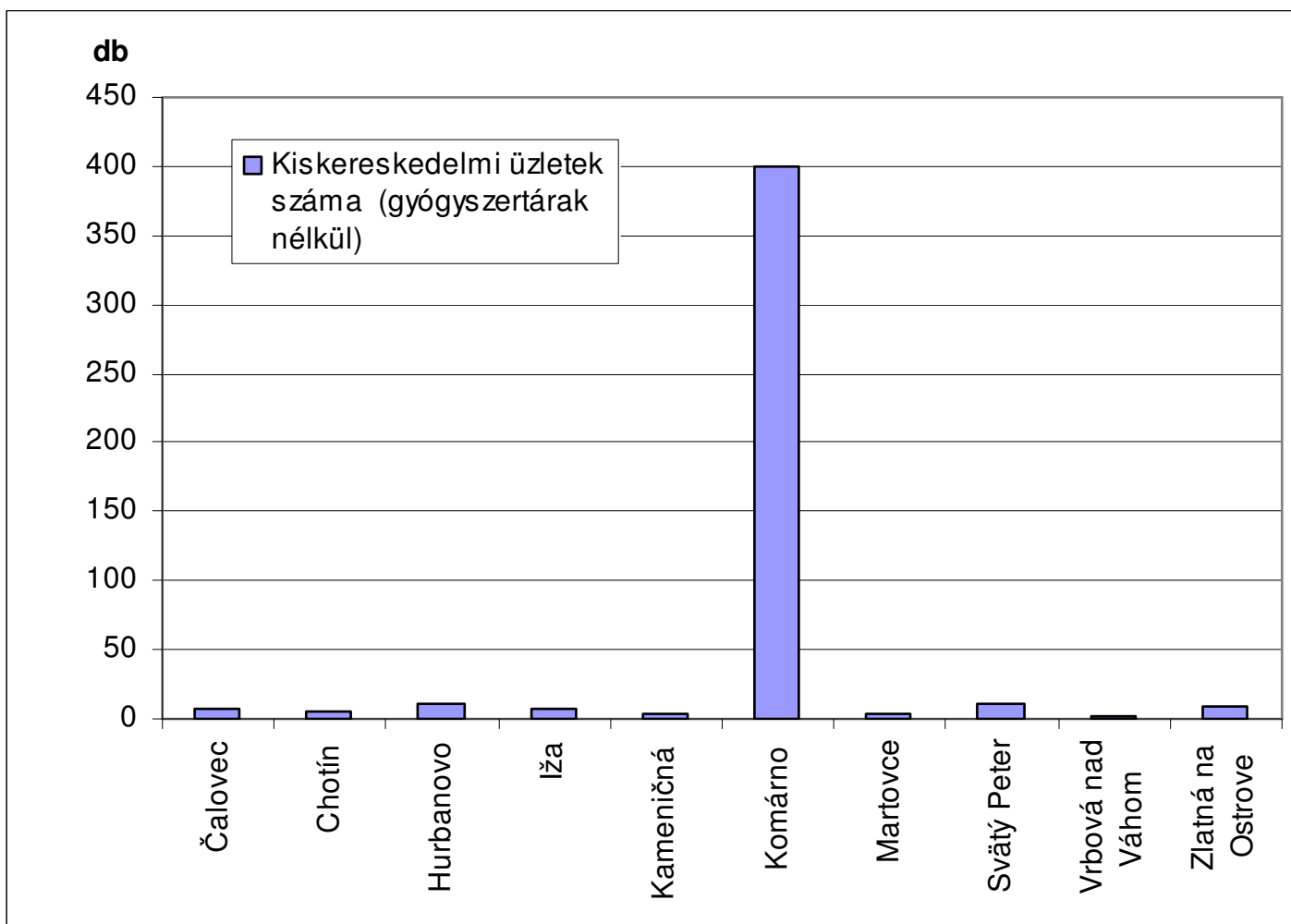


# A KISKERESKEDELMI EGYSÉGEK SZÁMA DÉL-KOMÁROM VONZÁSKÖRZETÉBEN, 2001

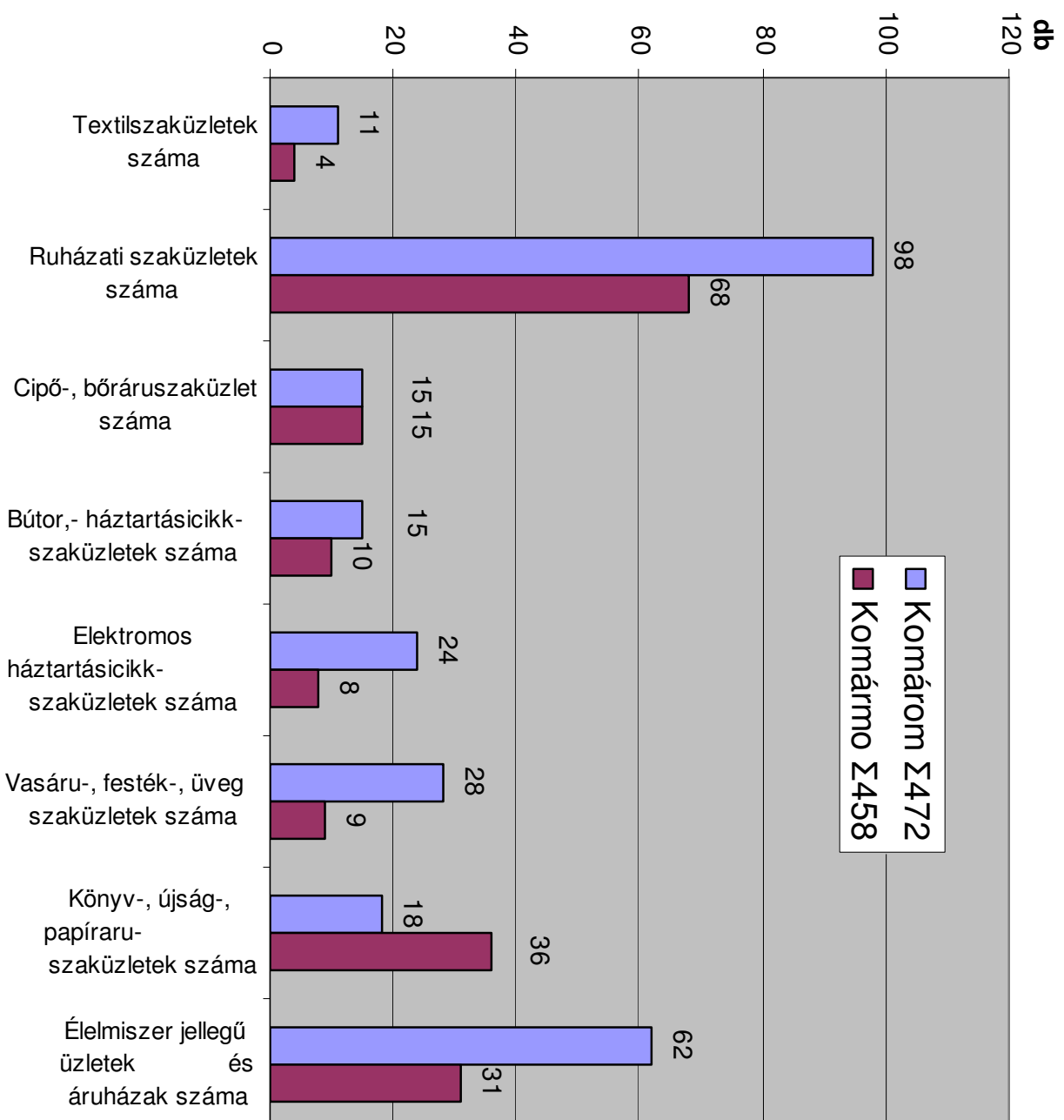




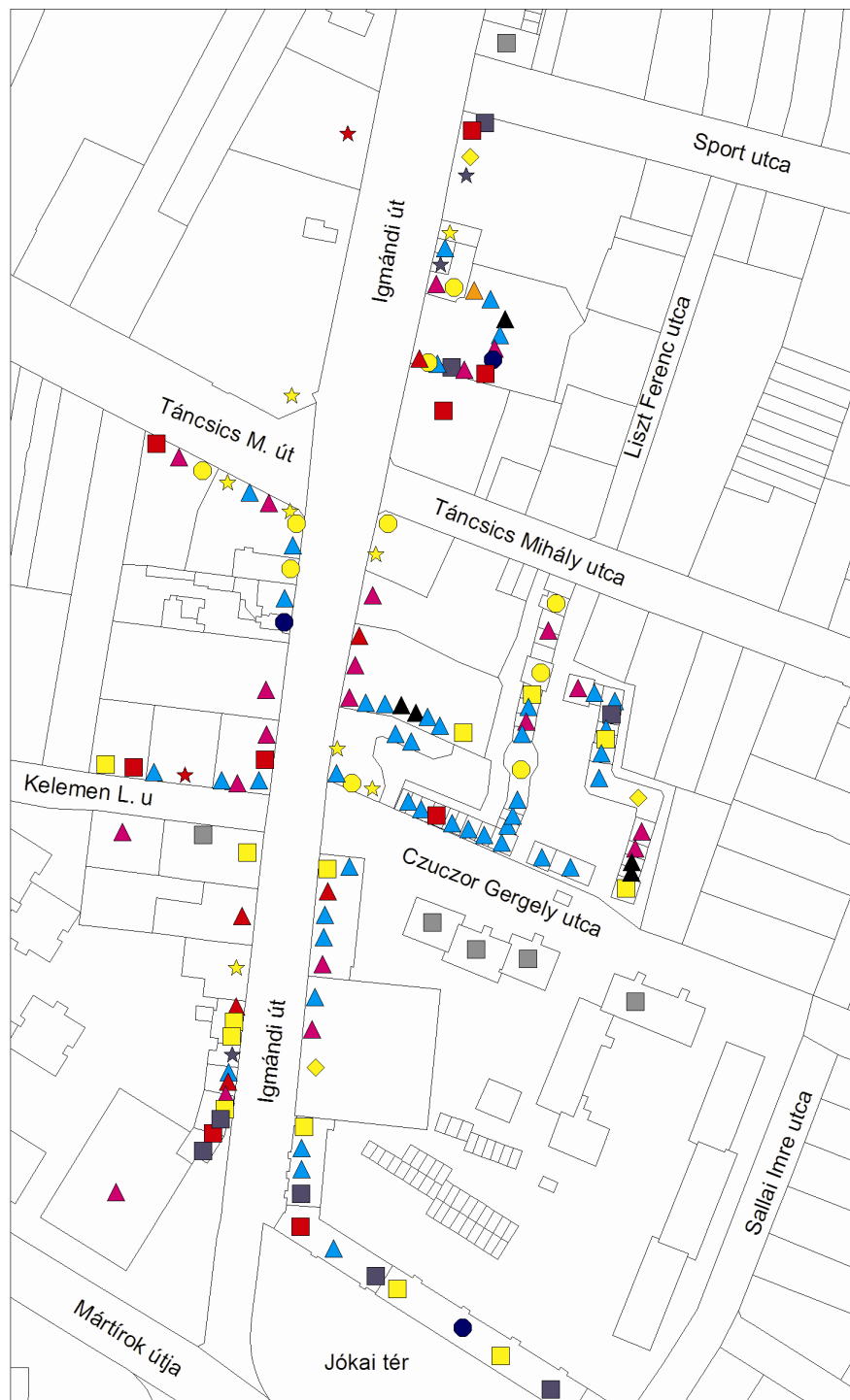
# AZ ÉSZAK-KOMÁROMI RÉGIÓBAN A KISKERESKEDELMI ÜZLETEK SZÁMA, 2001



# KOMÁROM-KOMÁRNO KISKERESKEDELMI ÜZLETHÁLÓZATÁNAK SZERKEZETTE



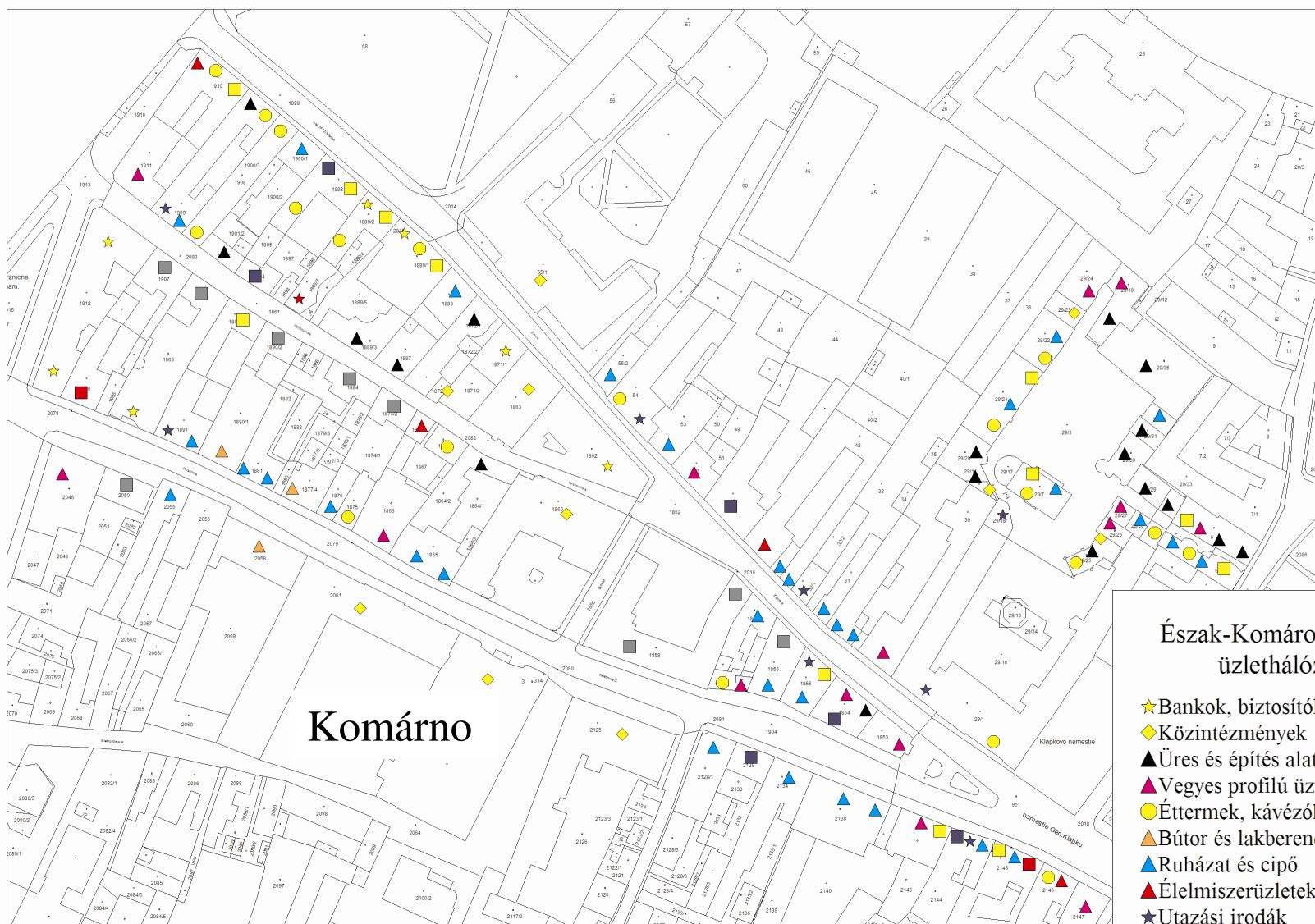
# Komárom



Dél-Komárom belvárosának  
üzlethálózata, 2006

★ Bank, biztosító, pénzváltó	(8)
◇ Közintézmények	(3)
▲ Üres üzletek	(5)
▲ Vegyes profilú üzletek	(21)
● Éttermek, kávézók, sörözők	(10)
▲ Bútor, lakberendezés	(1)
▲ Ruházat, cipő	(43)
▲ Élelmiszerüzletek	(7)
★ Utazási irodák	(3)
★ Szállodák, panziók	(2)
■ Könyvesbolt, játékbolt, hírlap, papíráru	(9)
■ Optika, ékszerüzlet, ajándéküzlet	(13)
■ Műszaki cikk, számítástechnika	(8)
■ Lakóházak	(6)
● Fodrász, kozmetika, manikűr	(3)

Σ 142 kiskereskedelmi  
egység található a vizsgált  
területen

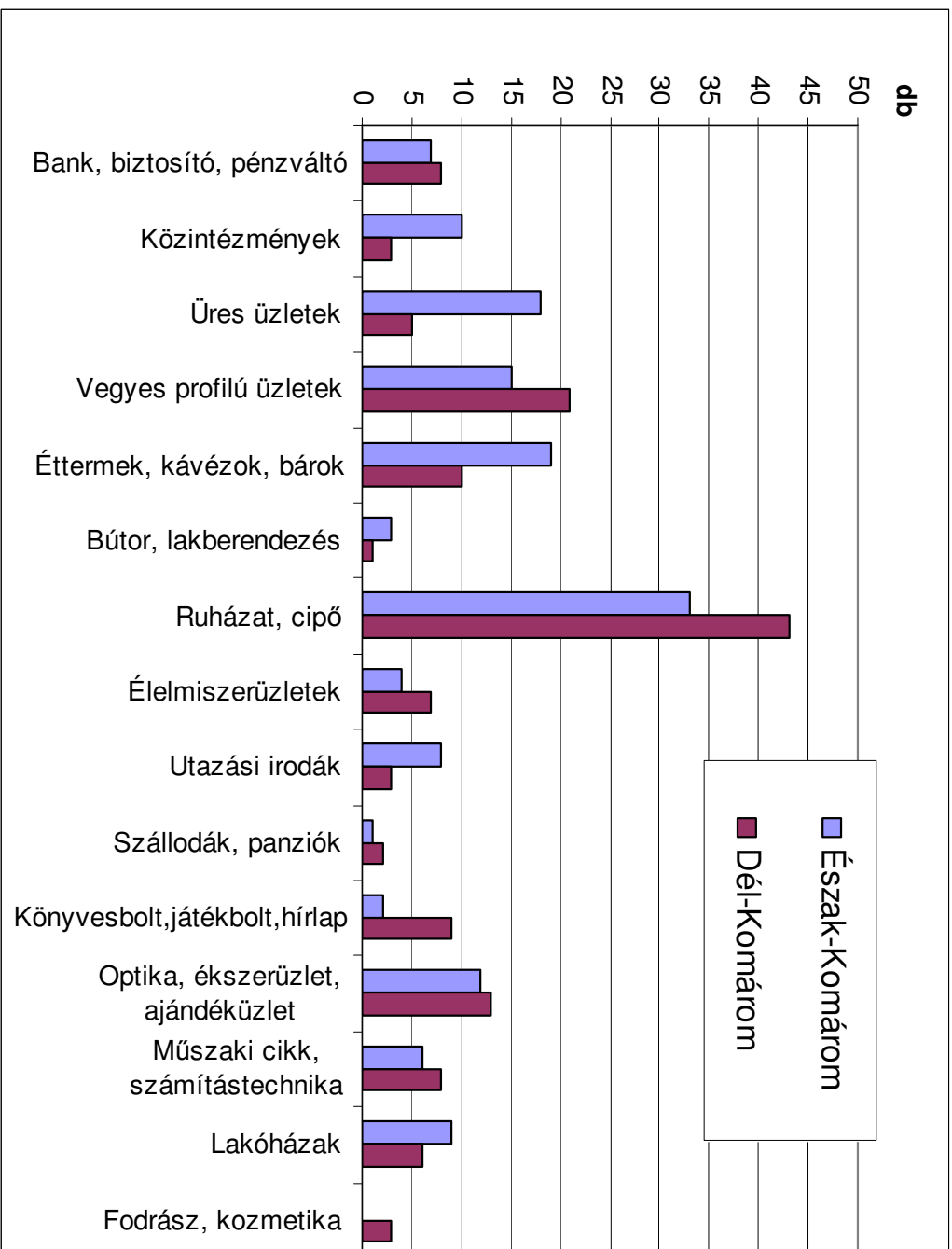


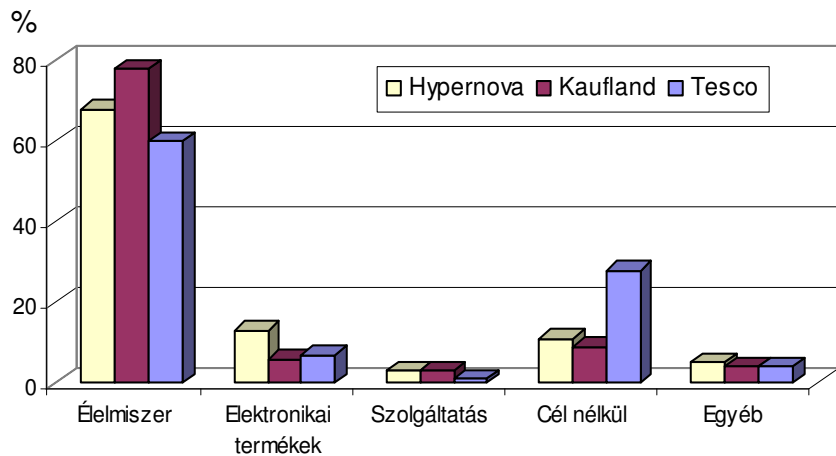
### Észak-Komárom belvárosának üzlethálózata, 2005

★ Bankok, biztosítók	(7)
◆ Közintézmények	(10)
▲ Üres és építés alatt álló üzletek	(18)
▲ Vegyes profilú üzletek	(15)
● Éttermek, kávézók, bárók	(19)
▲ Bútor és lakberendezés	(3)
▲ Ruházat és cipő	(33)
▲ Élelmiszerüzletek	(4)
★ Utazási irodák	(8)
★ Szállodák, panziók	(1)
■ Könyvesbolt, játékbolt	(2)
■ Optika, ékszerüzlet, ajándéküzlet	(12)
■ Műszaki cikk, számítástechnika	(6)
■ Lakóházak	(9)

Σ 147 kiskereskedelmi egység található a vizsgált területen

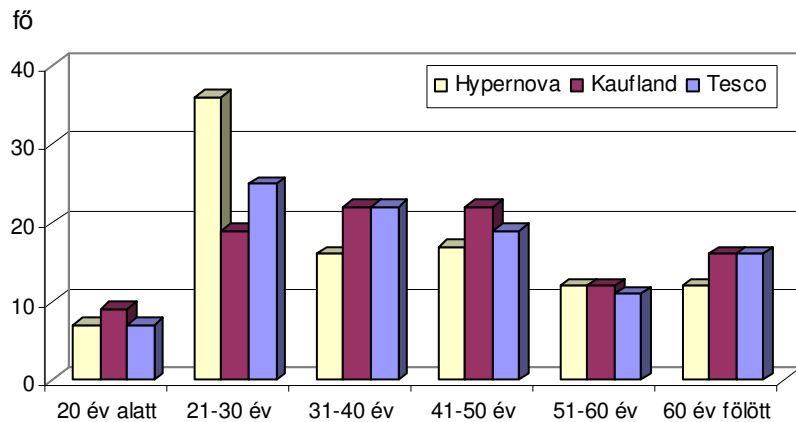
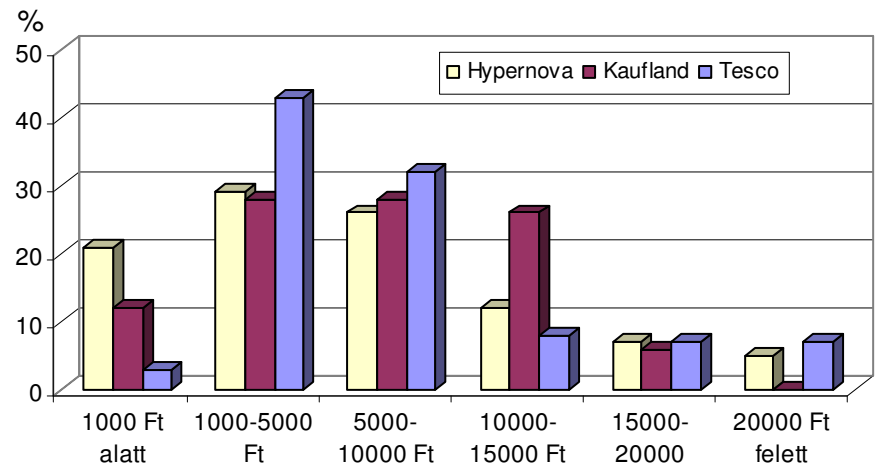
# ÉSZAK- ÉS DÉL-KOMÁROM ÜZLETTI-MIXE





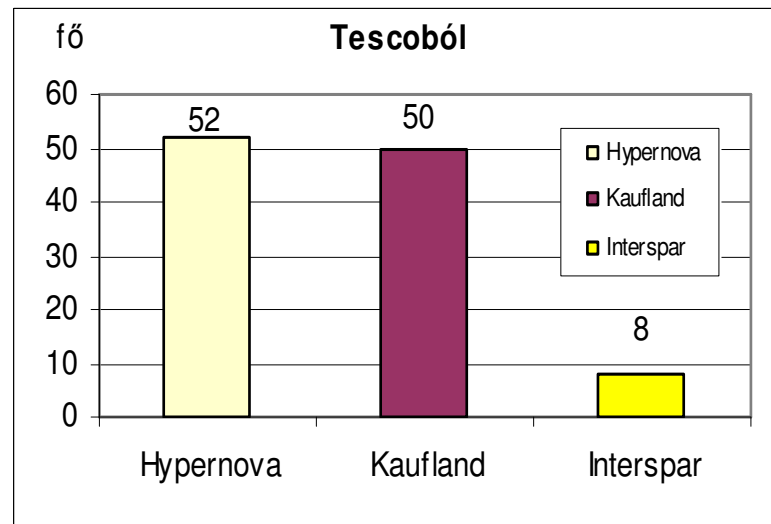
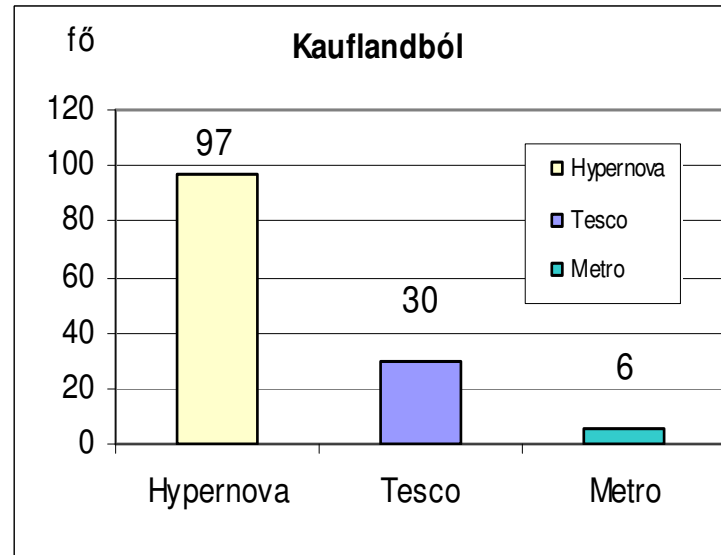
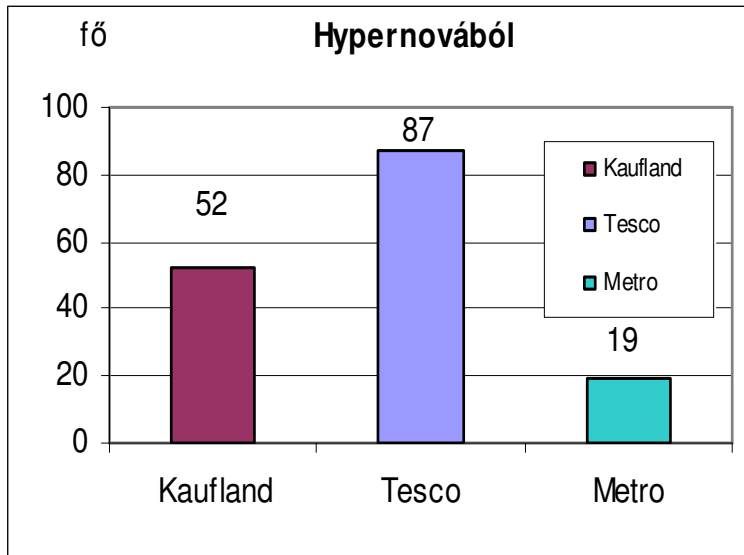
## A vásárlások célja szerint megoszlás

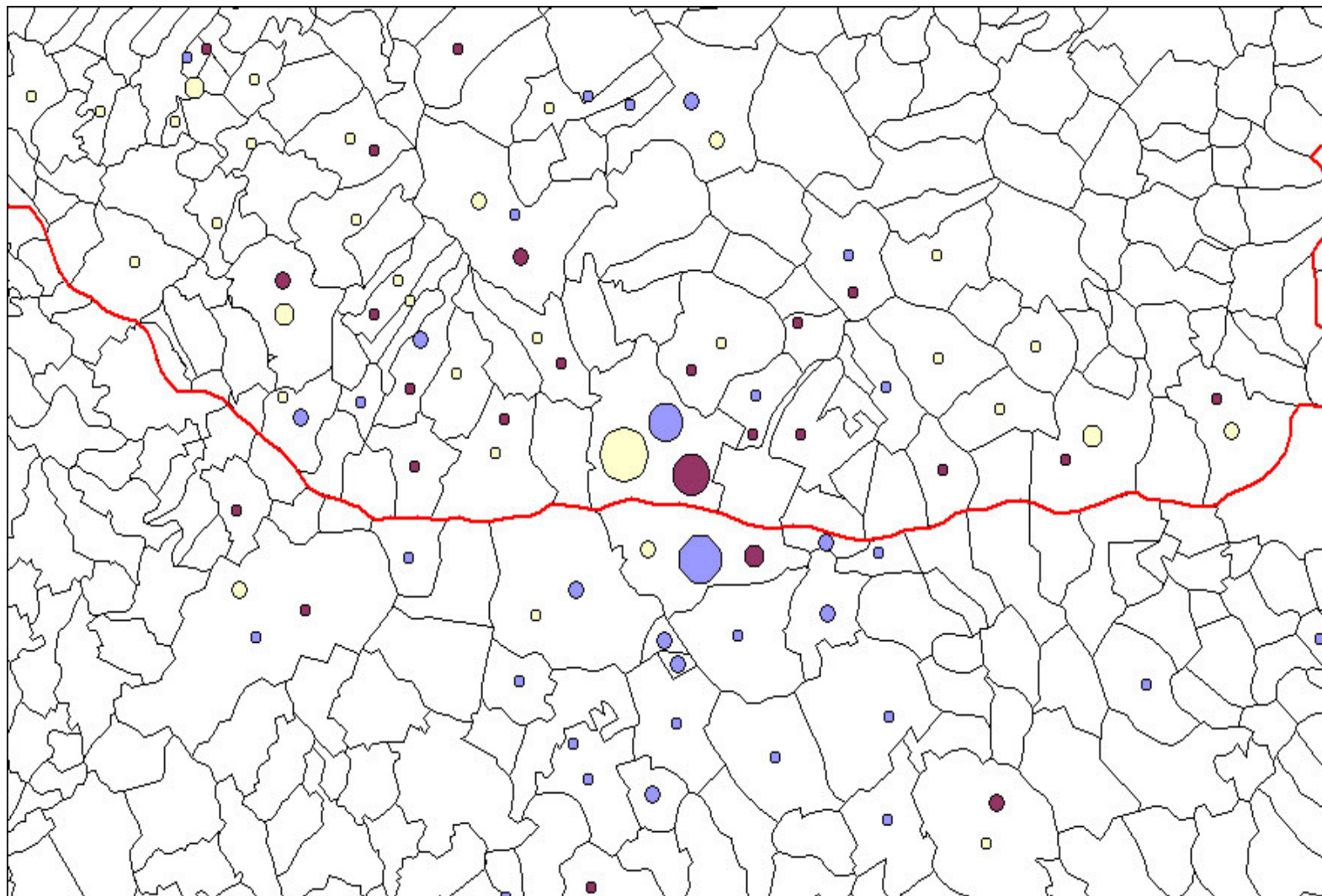
## A vásárlások nagysága a vizsgált hipermarketekben



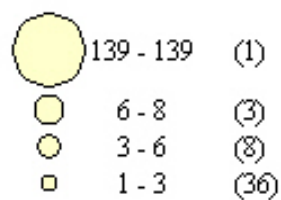
## A hipermarketek vásárlóinak korszerkezeti megoszlása

# MÁS KÖZPONTOK FELKERESÉSÉNEK GYAKORISÁGA

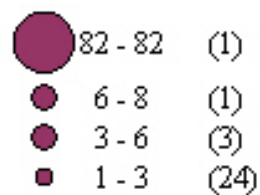




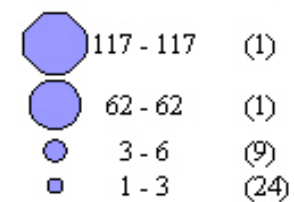
Az észak-komáromi Hypernova  
vonzáskörzete, 2005, fő



Az észak-komáromi Kaufland  
vonzáskörzete, 2005, fő



A dél-komáromi Tesco  
vonzáskörzete, 2005, fő





# ÖSSZEGZÉS

- Fokozódó verseny (ár, nyitva tartás, termékkínálat)
- Ár-konvergencia
- Valuta árfolyamhatás
- Várható a kereskedelmi szolgáltatások fejlődése a határ mindkét oldalán
- A közös városfejlesztést szolgáló EU projektek!?
- Versenytárs-elemzés
- Komárno Shopping Center?
- Aquario Shopping Center?

Köszönöm a figyelmet