

**Burgenland és Nyugat-Magyarország
kiskereskedelmi tevékenységet végző vállalkozásai
körében végzett
„rejtett” értékelési tesztek
eredményeinek összesítése**

2012. július

A vizsgálat CÉLKITŰZÉSE

Az infrastruktúra, valamint a termékek és a szolgáltatások minőségének összehasonlítása burgenlandi és nyugat-magyarországi központi bevásárló központokban, telephelyeken: **Eisenstadtban, Oberwartban, Sopronban és Szombathelyen.**

Vizsgált ágazatok

- élelmiszer kiskereskedelem
- sportcikk kiskereskedelem
- textil kiskereskedelem
- ékszer kiskereskedelem
- építőanyag és barkácsárú kiskereskedelem (DYI)
- villamossági és elektronikai termékek kiskereskedelme
- papír kiskereskedelem

Módszer

Egy strukturált vezérfonal mentén összesen 60 „rejtett” értékelési tesztet végeztek el a május-július közötti időszakban. 40 tesztet osztrák fogyasztók végeztek el, ezek közül 20 tesztet Burgenlandban és szintén 20 tesztet Magyarországon, valamint 20 tesztet magyar fogyasztók készítettek Burgenland tartományban, azzal a kikötéssel, hogy minden – bevásárlás helyszínéül szolgáló – városban két tesztet belvárosi üzletekben, három tesztet pedig a város szélén működő üzlethelyiségekben, boltokban kell elvégezni. A tesztelők kötve voltak az ágazat kiválasztását illetően, az üzleteket viszont szabadon választhatták ki vásárlási szokásaik alapján. Ezért két tesztet Siegendorfban, egyet pedig Deutschkreutzban végeztek el.

FŐBB EREDMÉNYEK

Miért vásárolnak a magyarok Burgenlandban?

- átlátható ár-érték arány
- prémium minőség
- árak feltüntetése
- közlekedési eszközökkel való elérhetőség
- megjelenés és tisztaság

A magyar fogyasztó számára mindenek előtt az átlátható (transzparens) ár-érték arány lényeges, valamint annak biztosítása, hogy prémium minőségű terméket, szolgáltatást vásárol. Annak ellenére hogy Magyarországon a vezető ágazatokban valamennyi vezető lánc jelen van, még a termékek múltbeli imidzse dominál. Az embereknek továbbra is az a benyomásuk, hogy a termékek minősége a – külön ezen piac számára gyártott – másodosztályú termékeknek felel meg. Ausztriában egyértelműbb a mennyiségi adatokra vonatkozó tájékoztatás, ugyanúgy az árak feltüntetése, mindenek előtt akciók, kedvezmények és kiárusítások esetén. A magyar fogyasztónak az a benyomása, hogy jelenleg Burgenlandban több és jobb árut kap ugyanazért a pénzért. A magyarok nagyon ár-érzékenyek és magas elvárásokat támasztanak – a Burgenlandban már megszokott, Magyarországon viszont inkább ritkaságnak számító – cserelhetőségekkel szemben. A jelenlegi helyzetet a magyarországi infláció is meghatározza. A Nyugat-Magyarországon élők egyértelműen jobbnak tartják a Burgenland irányába kiépített közlekedési infrastruktúrát az ország belsejébe irányuló közlekedési lehetőségekkel szemben.

FŐBB EREDMÉNYEK

Magyar fogyasztóktól származó IDÉZETEK a burgenlandi kiskereskedelemmel összefüggésben

- *Magyarországon mindig van lehetőség az ár módosítására*
- *Burgenlandban világos az ár-, kedvezmény- és árleszállítási politika*
- *Ugyannak a csokoládénak, ugyanak a mosópórnak más a minősége Magyarországon*
- *a burgenlandi fogyasztók kellemesebbek, nyugodtabbak és szervezettebbek*
- *az eladók kedvessége kiszámítható; jobb szakképesítéssel rendelkeznek*
- *a burgenlandi bevásárlások esetében magasabb a biztonságérzet*
- *az üzlethelyiségek tisztábbak*
- *a választék differenciáltabb és szélesebb*
- *világos szabályok léteznek a termékek visszaszolgáltatására és becserélésére vonatkozóan*
- *a forint /euró árfolyam azt a benyomást kelti a magyar fogyasztókban, hogy a termékek – nominálisan nézve – olcsóbbak (egy 3.000 forintos termék Ausztriában „csak” 10 euróba kerül). Az infláció miatt Magyarországon folyamatosan emelkednek az árak. „pénz illúzió”.*















FŐBB EREDMÉNYEK

Mit figyeltek meg a burgenlandi tesztelők Magyarországon?

- a burgenlandi fogyasztó már nincs a magyarországi kiskereskedelem középpontjában
- a burgenlandi fogyasztás a szolgáltatások irányába tolódik el
- Sopron városképe turisztikai, Szombathelyen pedig a „hazaiak” határozzák meg azt

Azokat az üzleteket, amelyek az értékelés során Burgenlanddal összevetve jó eredményt érnek el, az üzlethálózatok arculata és brand-je határozza meg (pl. Müller, ARA). Az eladók csak elvétve használják aktívan a német nyelvet (pl. az osztrák fogyasztók kiszolgálása esetén), ill. csak kevés helyen tüntetik fel az árakat euróban. Az árak már nem olyan mértékben alacsonyabbak a burgenlandi árakhoz képest, mint néhány évvel korábban. A bevásárló központokban, a Tesco-tól kiindulva, a termékek minősége inkább a magas és „high end” között helyezkedik el, itt nincsenek különbségek, hanem – ellenkezőleg – részben más nagy értékű márkák találhatók meg. A belvárosban a bevásárlók hiába keresnek hazai, nagy értékű márkákat. A termékek frissessége és minősége, valamint azok megjelenése és prezentálása általában nem éri el a burgenlandi szintet, színvonalat. A parkolókat – mindenek előtt a városok szélén – „túlméretezettnek” érzékelik.

ÖSSZBENYOMÁS áttekintése – Burgenland – Nyugat-Magyarország

	Burgenland	Westungarn
parkolási lehetőség		
környezet		
termék minősége		
kedvesség		
kompetencia, tanácsadás		
megjelenés, tisztaság		
összbenyomás		

A **burgenlandi kiskereskedelem** mindenk előtt a termékek minősége, a személyzet kedvessége és kompetenciája, valamint a tanácsadás miatt kedvelt a magyar fogyasztók körében. Az osztrák fogyasztók esetében mindenk előtt a hálózatban működő kiskereskedelmi egységek tisztasága és megjelenése adott okot kritikára, ami az összbenyomásban csapódik le.

Infrastruktúra, termékek és szolgáltatások értékelése

	Eisenstadt	Oberwart	Sopron	Szombathely
parkolási lehetőség	↘	↗	↗	→
környezet	→	↑	↓	→
termék minősége	↗	↑	→	→
kedvesség	↑	↑	↘	↓
kompetencia, tanácsadás	↗	↑	↓	↘
megjelenés, tisztaság	→	↗	↘	↘
összbenyomás	↗	↑	↓	↘

Az Oberwartban működő üzletek jobb értékelést kaptak az eladók kedvessége, a szolgáltatás minősége, továbbá a kompetencia és tanácsadás vonatkozásában, mint az Eisenstadtban található boltok, üzletek.

Részletes értékelés város szerint – összes ágazat és üzlet

vizsgált terület	magyarok Burgenlandban		burgenlandiak Magyarországon	
	Eisenstadt	Oberwart	Sopron	Szombathely
parkolási lehetőség	3,0	1,8	1,9	2,1
környezet	2,4	1,4	2,9	2,4
termék minősége	1,7	1,4	2,5	2,1
kedvesség	1,4	1,6	2,7	3,0
kompetencia, tanácsadás	1,6	1,0	2,9	2,8
megjelenés, tisztaság	2,3	1,8	2,8	2,6
összbenyomás	2,1	1,6	3,0	2,7
Összesített értékelés	2,1	1,8	2,7	2,5

Részletes értékelés ágazat szerint – magyarok Burgenlandban

	Textil	Drogerie	Elektronik	Optiker	Möbel	LEH	DIY
parkolási lehetőség	1,7	2,7	1,0	4,0	2,5	2,5	2,0
környezet	1,3	1,8	1,5	3,0	2,5	1,8	3,0
termék minősége	1,3	1,5	1,5	2,0	1,5	2,0	2,0
kedvesség	1,7	1,3	2,0	1,0	1,0	1,5	2,0
kompetencia, tanácsadás	1,0	1,7	1,0	1,0	1,0	1,8	2,0
megjelenés, tisztaság	1,3	2,0	2,0	1,0	2,0	1,8	4,0
összbenyomás	1,5	1,8	2,0	2,0	2,0	1,8	3,0

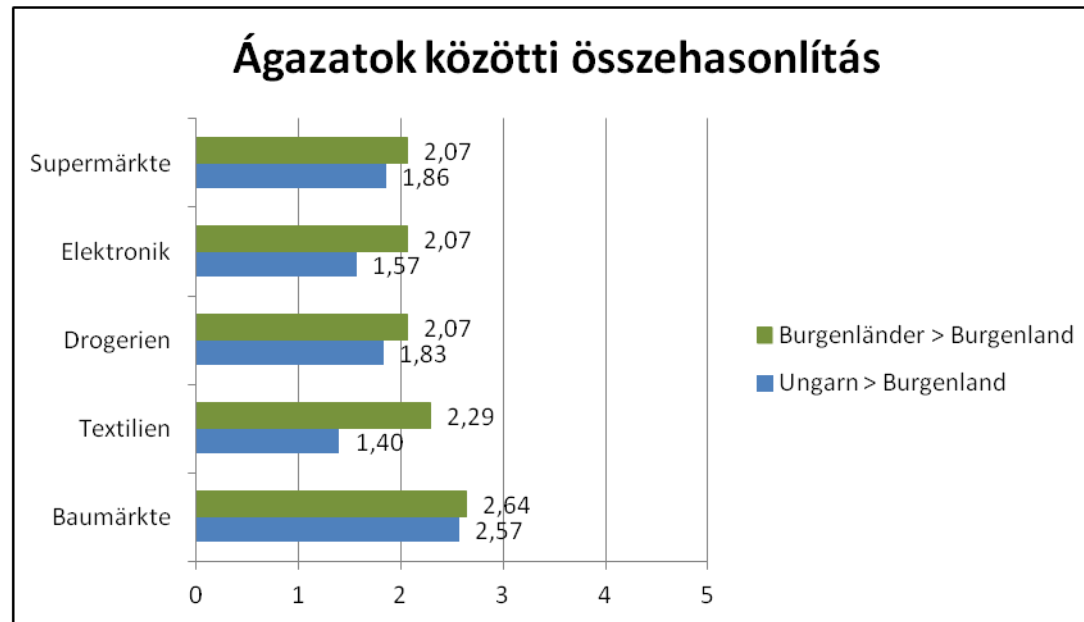
A magyar fogyasztók számára mindenek előtt a textil kiskereskedelem, az élelmiszer kiskereskedelem és a drogériák jelentenek vonzó ágazatokat Burgenlandban. Ezen területek kínálata nőtt az elmúlt években úgy az értékesítő üzletek, mint a márkák tekintetében. Magyarországon viszont továbbra is az a vélemény uralkodik, hogy a kelet-európai piacokon forgalmazott termék minősége nem azonos az Ausztriában, ill. Nyugat-Európában forgalmazott egy és ugyanazon termék minőségével.

Részletes értékelés ágazat szerint – burgenlandiak Magyarországon

	Schuhe	Juwelier	Elektronik	LEH	Sport	Drogerie	Möbel
parkolási lehetőség	2,0	3,0	1,0	1,8	2,8	1,8	1,5
környezet	3,0	3,5	2,5	2,8	2,8	2,0	2,5
termék minősége	2,5	2,5	2,0	2,8	2,3	1,8	2,5
kedvesség	1,5	3,0	2,5	3,0	3,5	2,8	3,0
kompetencia, tanácsadás	2,0	3,0	3,0	3,0	3,5	2,5	2,5
megjelenés, tisztaság	2,0	3,5	2,5	2,8	2,8	2,3	3,5
összbenyomás	2,5	3,5	3,0	2,8	3,3	2,3	3,0

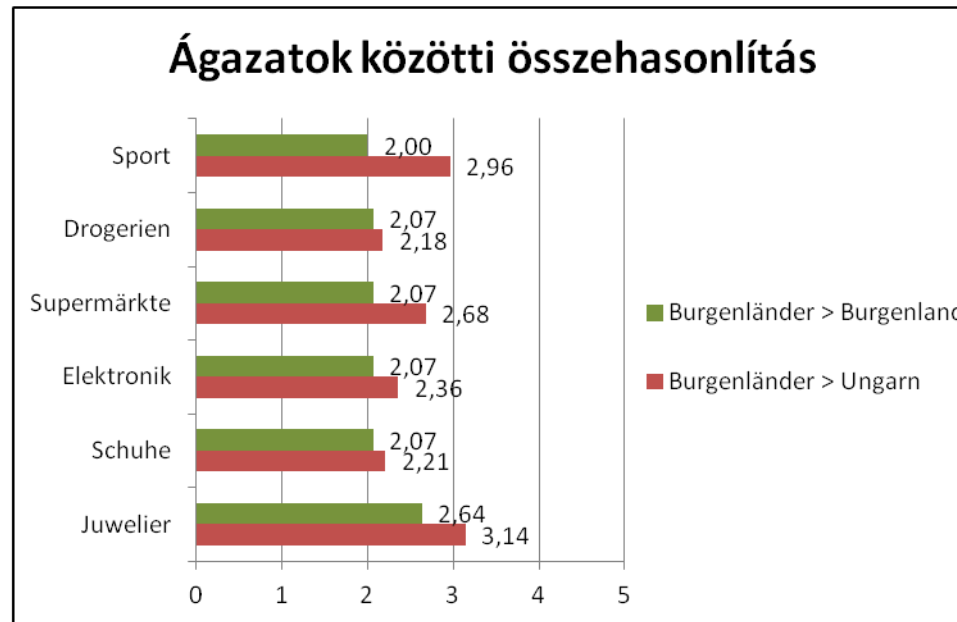
A burgenlandi tesztelők megjegyezték, hogy mindenképp előtérbe kerültek a belvárosi üzletek, ill. boltok alig, vagy egyáltalán nem „szakosodtak” osztrák vevőkre, valamint azt, hogy az ottani eladók például alig beszélnek németül. Sopron és Szombathely centrumának képét a „hazaiak” dominálják.

Ágazati összehasonlítás I – kiskereskedelem Burgenlandban



A magyar fogyasztókkal ellentétben a burgenlandi vásárlók – összességében véve – kritikusabban ítélik meg a saját országukban működő kiskereskedelmi ágazatokat.

Ágazati összehasonlítás II – kiskereskedelem Burgenlandban és Nyugat-Magyarországon



A burgenlandiak által végzett tesztek belső összehasonlításában – a várakozásoknak megfelelően – jobbak a Burgenlandban elért eredmények a Magyarországon elért eredményekhez képest. Az ágazatok közötti összehasonlításban a drogéria, a cipő és az elektronikai cikk kiskereskedelem területén tapasztalható a legnagyobb hasonlóság.

Bevásárló városok pozicionálása – LEGMAGASABB ÉRTÉKEK az adott helyszínhez (településhez) viszonyítva

