



BUDAPESTI MŰSZAKI ÉS GAZDASÁGTUDOMÁNYI EGYETEM
Építészmérnöki Kar
Urbanisztika tanszék

Siófok vendéglátási egységeinek arculata és lehetőségei

Készítette:

Szabó Kristóf

(Építészmérnöki kar, osztatlan képzés)

Nagy Fruzsina

(Gazdálkodási és menedzsment alapszak, BA)

Konzulensek:

Dr. Szabó Julianna

(egyetemi docens, Urbanisztika Tanszék)

Varga Imre

(tudományos munkatárs, Urbanisztika Tanszék)

Tudományos Diákköri Konferencia
Budapest, 2016

Tartalom

Nyitó gondolat.....	2
Siófok történeti áttekintése.....	2
Témaválasztás	2
Szakirodalom.....	3
Módszertan	4
Helyszín felosztás.....	4
Földrajzi szempontú adatok értékelése.	6
Interjúk	12
Operacionalizálás második lépése.....	14
Online kérdőív.....	19
Összefoglalás.....	27
Forrásjegyzék	28

Nyitó gondolat

Dolgozatunk témájául Siófok város éttermi hálózatának vizsgálatát tűztük ki. A város területén rengeteg étterem található, mivel Magyarország legtöbb látogatott turisztikai állomása, Budapest után. A szolgáltató szféra legszembetűnőbb egységei az éttermek. A turisztikailag leterhelt városon kifejezetten jól végig követhető az éttermek arculatának változása.

Egy étterem létrehozásakor rengeteg dolgot figyelembe kell venni. A tulajdonosok által elképzelt imázs megteremtéséhez különböző stratégiákon keresztül lehet eljutni. Ezen stratégiák egy rendkívül divergens étteremállományt keltettek életre Siófokon.

Ezeknek a helyeknek széles látogatói körnek meg kell felelnie. Üdülés alkalmával az étteremlátogatás egy kedvelt szabadidős tevékenységgé válik. Ugyanakkor egy ebédszünet alkalmával is sok esetben elérhetőnek kell lennie. Mindannyiunk előnyére válhat, ha az ilyen jellegű szolgáltatások a lehető legjobban tükrözik a betérők igényeit.

Dolgozatunkban arra kerestük a választ, hogy ebben a turisztikailag rendkívül igénybe vett városban milyen üzleti modellek vannak jelen. Kutatásainkkal ezen modellekről átfogó képet szeretnénk adni, valamint a hasonló jellegű vizsgálatok számára módszertant alkotni.

Siófok történeti áttekintése

Siófok települési életében a kezdetektől fogva fontos szerepet játszik a turizmus jelenléte. A balatoni hajózás megszületésével megindult a turisztikai fejlődés Siófokon az 1800-as években. A Balaton szabályzásával már a 19. század végén megindulhatott az első part menti szállodák építése. A 20. század második felében szervezeten célzottan turisztikai fejlesztések indulhattak. A külföldi vendégek újból megjelentek, új szállodák épültek és felélénkült a lakásépítés is. A jelenlegi képet leginkább a Petőfi sétány 2006-os és városközpont 2011-es felújítása határozza meg.

Témaválasztás

A siófoki szolgáltatás szféra rendkívül szerteágazó és sok izgalmas lehetőséget rejt. Ugyanakkor a helyszíni felmérési idő rövidsége és az adatmennyiség abszolválhatósága miatt kénytelenek voltunk szűkíteni a skálát a vendéglátó ipari egységekre. Arra utalok ezzel, hogy ezen egységeket is szerettük volna minél inkább összevethető kategóriákba sorolni. Így meghatároztuk a vizsgálandó éttermek körét a felszolgáló személyzettel és legalább IV.

kategóriába sorolt elemekben. A helyszíni elemzés során fontosnak tartottuk a Petőfi sétány illetve a belváros teljes vizsgálatát. Szerettük volna a város leginkább turistamentes övezetét – Siófok-kilitit – felmérni, valamint lehetőségeinkhez mérten Siófok-sóstó és Balatonszéplak területeit is bejárni. Ez utóbbiak körbejárása során a helyszínen tapasztaltuk, hogy a kutatásunk időpontjában – augusztus utolsó hetében – a szezon végével az éttermek túlnyomó többsége már bezárt. Ennek következtében vizsgálati szempontjainkhoz elegendő információ nem állt rendelkezésünkre.

Szakirodalom

A nemzetközi gyakorlatban sok kutató vizsgálja az éttermek értékelésének szempontrendszerét. Ennek felállítása ugyanakkor rendkívül nehéz dolog a téma szubjektivitásából fakadóan. Andaleeb és Conway vizsgálatai során felállítottak egy alkalmas rendszert, mellyel átfogó képet kaphatunk egy étterem minőségéről. Ugyanakkor az általuk felállított modell egyik gyengeségeként már ők is kiemelték, hogy csupán kis mértékben veszi az értékelés rendszer alapul az utcáról betérő vendég gondolatait. Nem fektet hangsúlyt az olyan jelenségekre, amik adott esetben megakadályozták a potenciális vevő betértét. Csupán közvetett adatokat kaptak felméréseik során, mint például az árszínvonal és az ezzel való elégedettségi mutatók. Modelljük kiindulásiként szolgált számunkra is, mivel kvantitatív adatgyűjtéssel kezdték vizsgálatukat, ezt követően kvalitatív interjúztatással próbáltak meg átfogóbb képet kapni az aktuális helyzetről. Végül találatáikat faktorelemzéssel tesztelték, korrelációs rátákat felállítva, így az összefüggéseket alátámasztva.

A szakértői pontozás során is, az öt fő szempontból csupán egy az étterem által keltett első benyomás, formaalkotás, illetve személyiségének és környezetének vizsgálata. Ez a rendszer egy 20 pontos skálán értékeli az éttermeket, így az arculat csupán négy ponttal veszi ki részét az összpontszámból.

Siófok esetében, a nyári turizmus mintegy megháromszorozza a város lélekszámát egy rövid időre. Ebből kifolyólag az éttermek jelentős része, leginkább ezt az embertömeget hivatott kiszolgálni. Véleményünk szerint, számukra rendkívül fontos szerepet játszik az alkalmi választás, melyre sokkal inkább van hatással a látogatóban ébredő első benyomás. Ezért szeretnénk tanulmányunk során módszertant állítani egy étterem kifelé is szóló attribútumainak vizsgálatára.

Módszertan

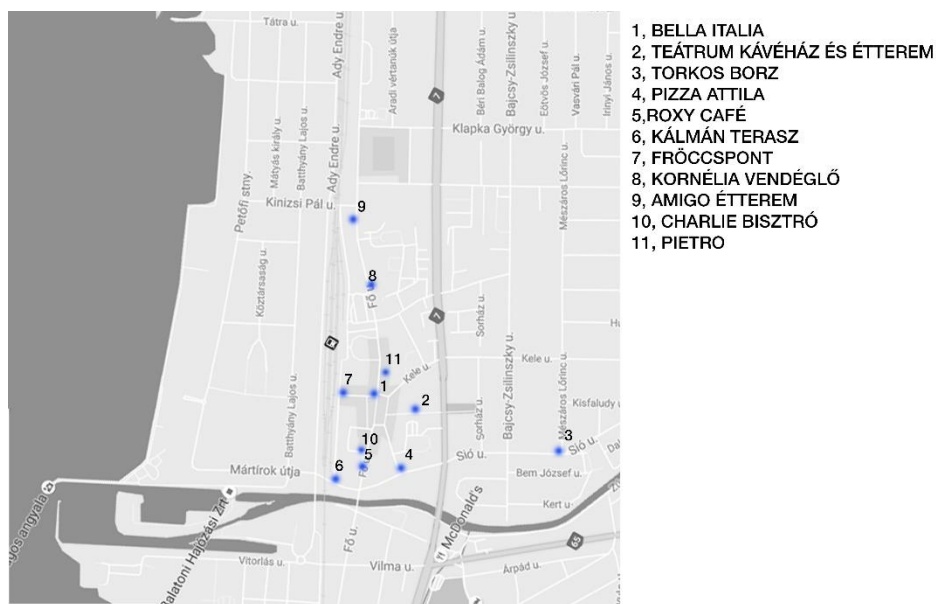
Vizsgálataink elvégzéséhez olyan adatokat gyűjtöttünk, amelyek mérhetőek és a vendégek szempontjából meghatározóak lehetnek a választásnál. Ezen kívül a helyi alkalmazottakkal rövid beszélgetésben tájékozódunk az éttermek profiljáról. Szűrőpróba szerűen néhány étterem tulajdonosával mélyinterjút készítettünk. Az így elkészült listát további besorolás és profilalkotás céljából online felületeken kapott értékelésekkel hasonlítottuk össze. Végül a felhasználói preferenciák oldaláról közelítve a kérdést egy szintén online, kérdőív formájában kérdeztük az embereket választási szokásaikról, valamint, az általunk már megalkotott tipológiáról.

Helyszín felosztás

A helyszín bejárása során kerestük a vizsgálható elemeket. Majd az első vizsgálati szempontunk a földrajzi fekvés szerinti felosztás volt. Teljesen elkülönülő zónák rajzolódnak ki a város mentén. Ezek szemmel láthatóan elkülönülnek. Érezhető a sűrűség változása is a parttól a belváros felé haladva. A Petőfi sétánytól a belvárosba átérve nyilvánvalóvá vált, hogy a két térség nem vizsgálható együttesen, így külön kell kezelni őket.

Tehát a konkrét adatgyűjtést megelőzően lefektettünk három, minden valószínűség szerint kutatásra alkalmas körzetet.

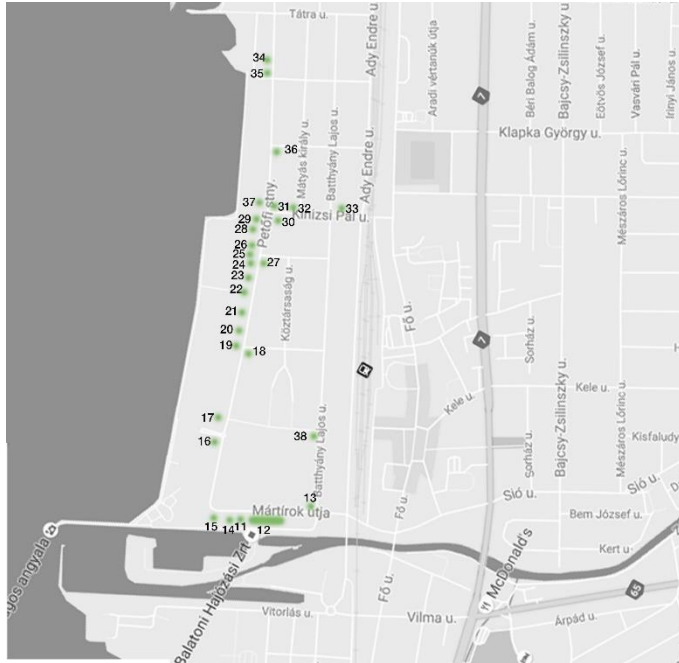
A belvárost és vonzáskörzetét a vasútvonal másik oldalával és a 7-es úttal határoltuk le, valamint észak-keletről a Kinizsi Pál utcával, a dél-nyugatról pedig szintén a Sió csatornáig jelöltük ki. (Az egyetlen étterem, amely ez alól kivételt képez a belvárosi térhez szorosan



1. ábra Siófok belvárosának éttermei

kapcsolódó munkahelyeket is kiszolgáló étterem, amely a hetes út túloldalán található)

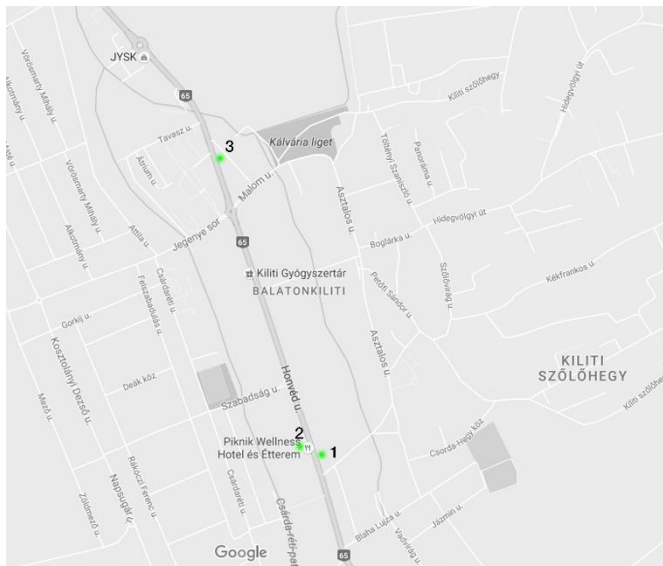
A Petőfi sétány és vonzáskörzete határának a Táttra utcától a Sió csatorna torkolatáig terjedő szakaszt választottuk. Másik két oldalát egyértelműen szegélyezi a vasútvonal, illetve a Balaton partja.



- 12, RAMIREZ RESTAURANT
- 13, MUSTAFA GYROS
- 14, KRÚDY PANZIÓ
- 15, MATRÓZ GYROS
- 16, SZÓDA ÉTTEREM
- 17, CAMPUS ÉTTEREM
- 18, RAMIREZ 2
- 19, RENEGADE
- 20, BOHEM CAFE
- 21, DINER M
- 22, BACARDI MUSIC CAFE
- 23, TEQUILA TAVERNA
- 24, LA RIVA PIZZÉRIA ÉS ÉTTEREM
- 25, COLORADO
- 26, QURCUMA QGRILL
- 27, BEACH GARDEN
- 28, TERASZ ÉTTEREM
- 29, BROWNIE
- 30, PÁTER VENDÉGLŐ
- 31, PIROSKA
- 32, LUCULLUS KERT
- 33, BALATON ÉTTEREM
- 34, MALA GARDEN
- 35, GOLDEN BRIDGE
- 36, MIKES
- 37, BALATON HOTEL
- 38, PARK HOTEL RESTAURANT

2. ábra a Petőfi sétány éttermei

Harmadik, kontrol, zónának Siófok-kilitit választottuk, mert ez Siófok turisztikailag legkevésbé érintett területe.



- 1, KILITI CSÁRDA
- 2, PIKNIK ÉTTEREM
- 3, BALATON GRILL VENDÉGLŐ

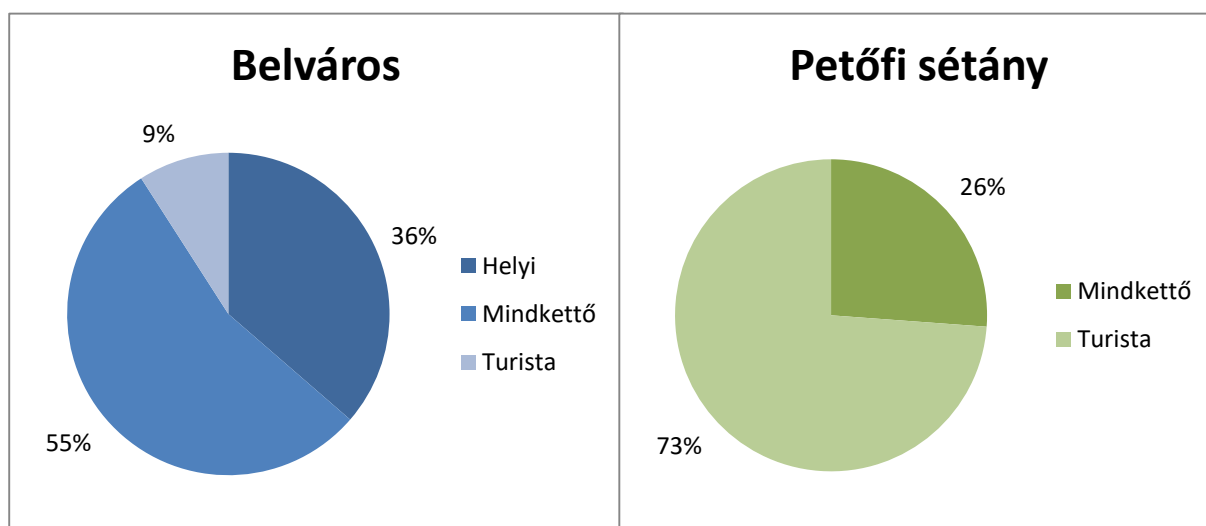
3. ábra Balaton-kiliti éttermei

Ezen három helyszínen kívül szeretnénk volna Siófok-Sóstó és Balatonszéplak éttermeit is feltérképezni, viszont ott járva azt tapasztaltuk, hogy augusztus 20.-át követően – a szezon végével – az éttermek jelentős része bezárt, így nem volt alkalmunk kellő mértékben adatot gyűjteni.

Földrajzi szempontú adatok értékelése.

Várakozásaink szerint a parthoz közeledve rendkívül megnő az éttermek sűrűsége. Az éttermek sűrűsége a városban drasztikusan változik, míg a belvárosban és a Petőfi sétány által határolt területen 42 körüli étterem jutna, egy négyzetkilométerre, addig ugyanez az érték Siófok-kiliti esetében mindössze 1,2. A sétány csupán azért nem rendelkezik kiugróan magas értékkel a belvároshoz képest, mivel az általunk alkotott zónahatárok alapján egy kisebb lakóövezeti zóna is található itt, ugyanakkor a határokat szűkítve kizártunk volna potenciális vonzaskörzeteket.

Minden étteremben röviden beszélgettünk egy alkalmazottal, ideális esetben a tulajdonossal/vezetővel. Megkérdezésükkel átfogó képet kaptunk az étterembe látogató vendégekről. Legfőbb szempontunk az volt, hogy a vendégkör honnan érkezik. Ilyen módon elkülönítettünk két csoportot: azokat akik helyi lakosok, illetve a nyaraló turisták körét. Nyilvánvalóan az éttermek többsége mindkét félre épít, de előfordult olyan eset is, ahol ez jobban elkülönült.

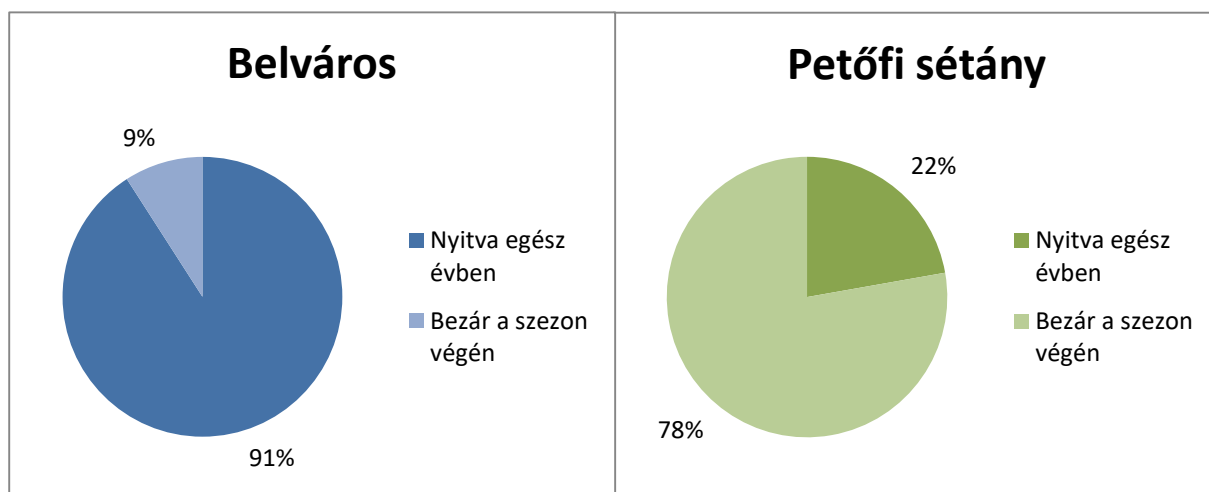


5. ábra üzleti modellek a belvárosban

4. ábra üzleti modellek a Petőfi sétányon

Látható, hogy míg a belvárosban az éttermek 36%-a kizárólag a helyi vendégekre számít, addig a Petőfi sétányon ezt a kategóriát egy megkérdezett sem válaszolta. A turistákra építő egységek egyértelműen túlsúlyba kerültek a sétány mentén, ahol 74% volt az arányuk, míg a belvárosban csak 9%. Volt, aki azt nyilatkozta, hogy mindkét félre számít, a sétányon az éttermek negyede, a belvárosban az éttermek több mint fele. Nem volt meglepetés, hogy a part menti helyek közül egyik sem szervezte üzletét kizárólag helyi látogatóknak. A Petőfi sétány arculatából fakadóan ezek az eredmények várhatóak voltak. Helyszíni felmérésünk időpontjában Kilitin a nyitva tartó csárda mérete a napi igényeket meghaladja, főleg nagyobb rendezvények alkalmával használják ki.

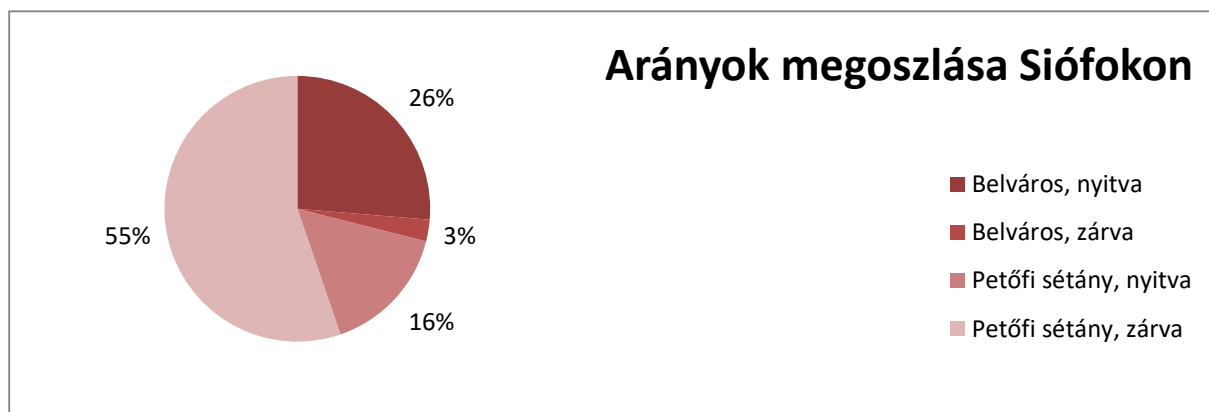
A következőkben a nyitva tartásról érdeklődtünk. Arra voltunk kíváncsiak, hogy van-e összefüggés az éves nyitva tartás és a megcélzott vendégkör között. Amíg a sétány körzetében talált éttermek közül csupán 22% van nyitva egész évben, addig a belvárosban ez az érték 91%.



7. ábra nyitva tartás a belvárosban

6. ábra nyitva tartás a Petőfi sétány mentén

A Balaton parton megtalálható 27 étteremből mindössze három olyan van, aki csak turista vendégeket vár és egész évben nyitva tart. Az ilyen jellegű statisztikák alkotása közben tapasztaltuk, hogy megjelennek határterületek. Beszéltünk olyan üzlettulajdonossal, aki egyértelműen rendelkezik siófoki vendégkörrel is, de az üzlethelyisége adottságai miatt nem tud egész évben nyitva tartani, mivel nincs fűthető helyisége. Ennek ellenére a tendencia azt mutatja, hogy ha egy étterem egész éves nyitva tartásra törekszik, törzsvendégei körében található lakosok is.



8. ábra nyitva tartás megoszlásának aránya

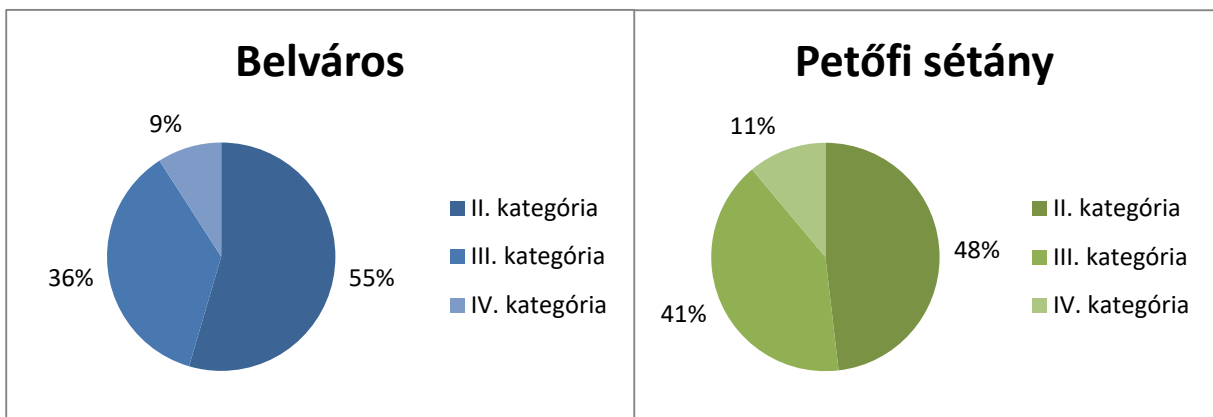
Az üzletek napi nyitvatartási ideje a településen elfoglalt helye alapján nem változik számottevően. Azonban éjjel-nappali nyitvatartási idővel csak a part mentén találkozhatunk. Megfigyelhető továbbá, hogy délelőtti nyitva tartással, vagyis reggelizési lehetőséggel csak azok az éttermek éltek, melyek rendelkeztek egyúttal rendelkeztek szállás lehetőséggel is.

A vizsgált éttermeink definíciójának megalkotásakor figyelembe vettük az éttermek kategória besorolásokat is. A jogszabályi rendelet alapján az újonnan kiadott működési engedélyeken már nem szerepel ezen besorolás. Ennek kihelyezése ily módon már nem kötelező. Ugyanakkor számunkra rendkívül jó támpontként szolgált, hogy határozottan el tudjuk dönteni egy étteremről: vizsgálatunk tárgyát képezi e vagy sem. Ezen jogszabályi pontok közül számunkra elengedhetetlen kitétel volt a kétnemű mosdó megléte, ennek kellő higiéniai feltételei: „A vendégek részére a vendégtértől független előtérből nyíló, nemek szerint elkülönített, egészségügyi papírral, szappannal, higiénikus kéztörlési (szárítási) lehetőséggel és tükörrel ellátott WC-, mosdóhelyiséggel rendelkezik”. Az étterem önálló és rendezett portállal rendelkezik és van a vendégkörrel foglalkozó kijelölt személyzet. Ezen kívül az éttermek kategorizálását megkönnyítő magasabb elvárások lefektetése. Az ilyen tulajdonságokkal is rendelkező éttermek a II. kategóriás besorolást kapták. „Ülőfogyasztás esetén a magyar nyelvűn kívül legalább két idegen nyelven is (amelyek közül az egyik az

angol vagy a német nyelv) ét- és itallapot, illetve árlapot rendszeresítenek, és ezen a nyelven rendelést is felvesznek; a berendezési és felszerelési tárgyak helyiségenként egységesek és hibátlanok.”

Felmérésünk során kis százalékban ugyan, de találtunk olyan éttermet, melyek a jogszabályi kategóriában csupán a büfé besorolást érnék el. Ezeket statisztikáink megalkotásakor figyelmen kívül hagytuk. A legjellemzőbb hiányosság az elkülönített kétnemű mosdó, illetve a felszolgáló személyzet hiánya volt.

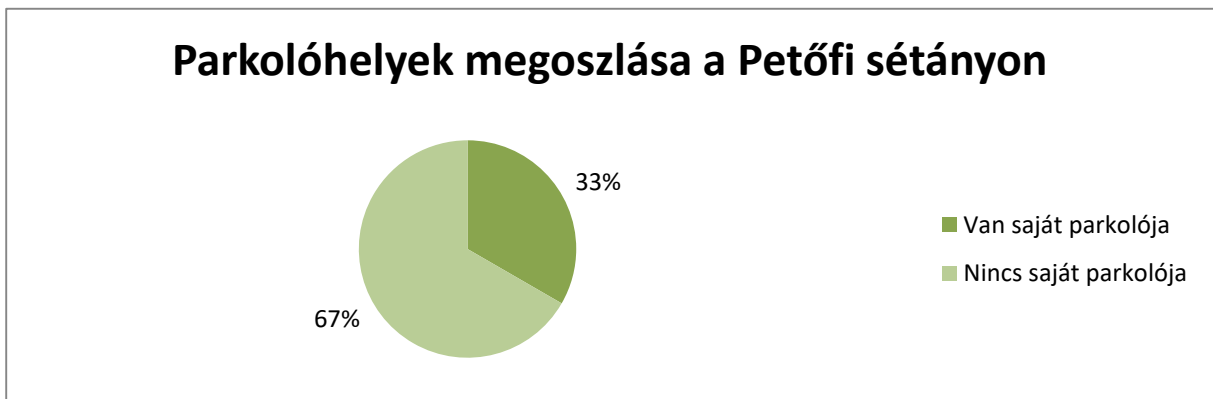
A földrajzi bontásban a magasabb, második kategóriát elérő helyek aránya 40% a sétány mentén. Ugyanez az érték a belvárosban már 60%. Ennek legvalószínűbb oka a sétány „buliturizmusa”. Mivel ezen jellemzően fiatalabb korosztály még kevésbé értékeli ezeket a kisebb kényelmi szempontokat.



9. ábra étterem kategóriák a belvárosban

10. ábra étterem kategóriák a Petőfi sétányon

Saját parkolóhellyel a városközpontban egy étterem sem rendelkezik. Ennek legfőbb oka a 2011-ben befejezett városközponti fejlesztés keretein belül létrejött mélygarázs. Így ezen területen a parkolás teljesen megoldott és az utcai látképet sem zavarja. A sétányon ez már sokkal inkább jelent problémát, mivel a Balaton közelsége miatt mélygarázs nem, vagy csak

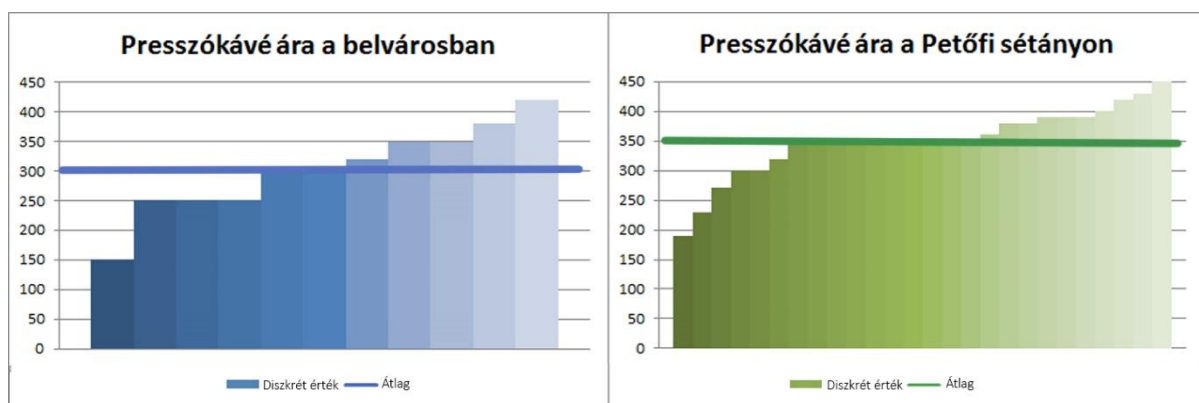


11. ábra parkolóhellyel rendelkező éttermek aránya

nehezen és drágán építhető. Ezért a város vezetése ilyen jellegű beruházást még nem hajtott végre. A csekély számú meglévő parkolóhely ugyanakkor a várostól bérelhető. Ezzel a lehetőséggel, vagy a saját telken való parkoló kialakítással az éttermek 33%-a él.

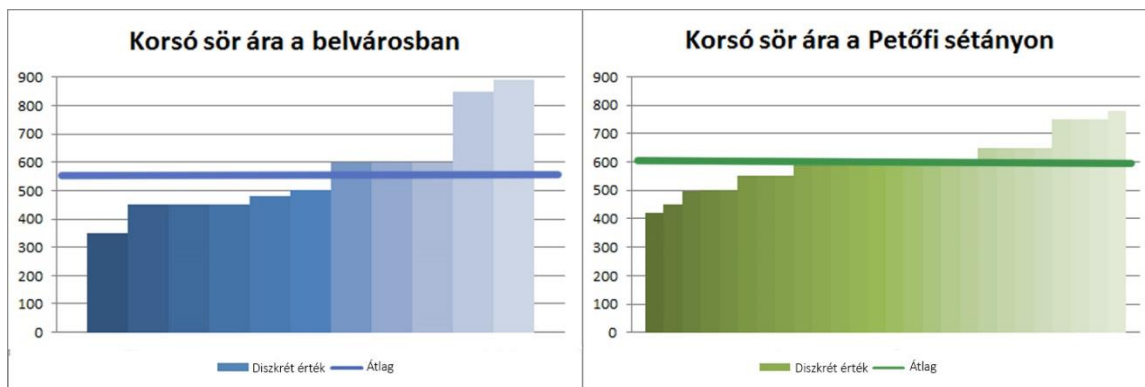
A legtöbb esetben Kilitit, mint kontrollcsoportot azért nem vizsgáltuk külön, mert ott rendkívül alacsony a minták száma, mint ez egy turisztikailag kevésbé érintett településen várható. Ilyen módon itt a legalacsonyabb az egy négyzetkilométerre eső éttermek száma. Minden üzlet egész évben nyitva van, sajnos étteremkategóriáról nem sikerült adatokat gyűjtenünk. A parkolási lehetőség viszont minden esetben megoldott, mivel minden étterem szabadon álló épülettel rendelkezik, és udvarán vagy portája előtt lehetősége volt parkoló kialakítására.

A földrajzi felosztásban utolsóként az éttermek árszínvonalát vizsgáltuk. Ennek keretein belül minden étteremben feljegyeztük egy pohár eszpresszó, egy korsó sör, egy tál gulyásleves és egy adag rántott hús árát. Ebben a szekcióban leszögeznénk, hogy bizonyos helyeken nem lehetett rántott húst köret nélkül kapni, így ezek esetében az ár tartalmazza a köretet is. Ez viszont mindössze három helyet érint, így ezekkel az adatokkal is számoltunk.



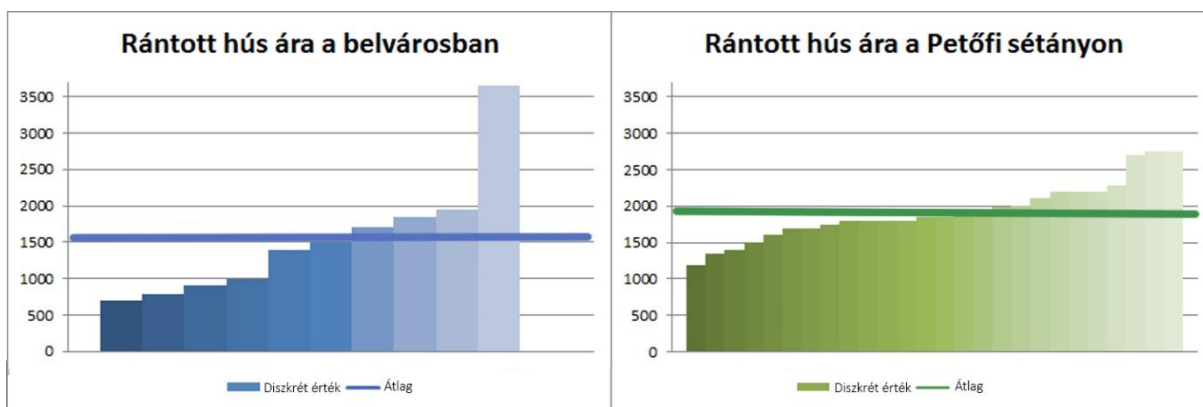
12. ábra átlagár összehasonlítás: presszókávé

Általánosan elmondható, hogy a négy kategóriából három esetében a Kilitiben mért átlagár a legalacsonyabb. Ezen kívül mind a négy kategóriában a Petőfi sétány átlagárai a legmagasabbak.



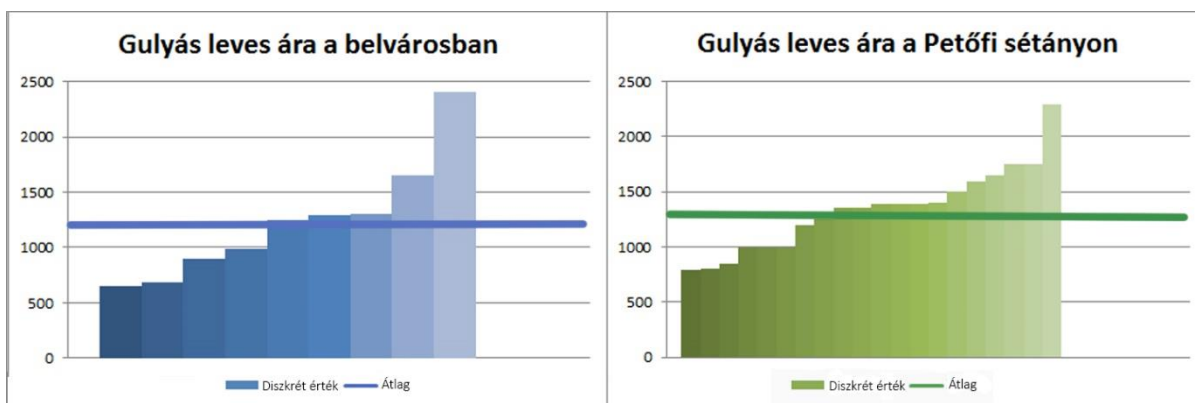
13. ábra átlagár összehasonlítás: korsó sör

A belváros annak ellenére, hogy az átlagárak szintjén a középmezőnyben helyezkedik el, a négy kategóriából háromban mégis itt találjuk a legmagasabb egyéni árakat. A Rántott hús átlag ára Kilitiben 1790 forint volt, míg a belvárosban ez az érték 1540, így ez a kategória, ahol nem Kiliti a legolcsóbb. Ennek legfőbb oka lehet a belvárosi dolgozói réteget napi szinten kiszolgáló éttermek lehetnek.



14. ábra átlagár összehasonlítás: rántott hús

Végezetül, a gulyáslevesről készült grafikonon láthatjuk, hogy ezt az ételt több étteremben nem forgalmazták. Ennek legtöbb esetben az étterem tematikus étlapja volt az oka, melybe adott esetben egy bécsi szelet még helyt kaphatott, de egy ilyen jellegű hungaricumot az



15. ábra átlagár összehasonlítás: gulyásleves

üzemeltető már túl kilógónak találhatott.

Ezen vizsgálatokból láthatjuk, hogy a piaci verseny nagy. Szezonban rendkívül sok éttermet képes fenntartani a turisztikai forgalom. A Petőfi sétány és vonzáskörzete a szórakozni vágyókat hivatott kiszolgálni és ez a szolgáltatások jellegében egyértelműen tükröződik. Ilyen módon nem is elvárható, és nem is valódi alternatíva egy egész éves nyitva tartás és a mindössze 25 ezer fős város lakóinak nincs is szüksége ennyi vendéglátó ipari egységre.

A leginkább kiegyenlített és fenntartható piaci viszonyok talán a belvárosban és vonzáskörzetében tudtak kialakulni, ahol a helyiek is megjelennek, mint potenciális vendég. Nem véletlen tehát, hogy ebben a zónában a legkifizetődőbb egy éttermet egész évben nyitva tartani.

Interjúk

Az étterem látogatások során, szűrőpróba szerűen egy-egy tulajdonostól mélyinterjút kértünk. A következő fejezetben ezekről adnánk rövid értékelést.

Elsőként egy olyan úriemberrel beszélünk, aki egész életét a siófoki vendéglátásban töltötte, több saját étterme is volt, jelenleg is üzemeltet egyet a belvárosban. T. L. kérésünkre mesélt az elmúlt évtizedekben lezajló változásokról a vendéglátó



16. ábra T. L. éttermének belső tere

iparban. Elmondta, hogy míg a korábbi évtizedeket leginkább

a politikai berendezkedés határozta meg számára, addig ma egy átalakuló fogyasztói kör támaszt kihívásokat az üzletágban dolgozók számára. Véleménye szerint egyre kevésbé jellemző üzleti jelenség a házi cukrászda, vagy a kivendéglő, mint családi vállalkozás. Mindeközben a fiatalok fogyasztási szokásai is nagymértékben változnak. A leves fogyasztás az új nemzedék berkeiben egyáltalán nem jellemző. A betérő vendégek pedig sokkal kevésbé időznek el asztaluk mellett, mindenki rohan. Ezen jelenségekkel nekik kell lépést tartaniuk, mivel, ha ezt lassan teszik, az újonnan érkező fél-gyors éttermek kiszorítják őket a piacról. Többek között az étteremben felszolgált italok, vizek palackos kiszerezésével próbálnak meg a

távozó vendégnek kedveskedni, valami útravalóval szolgálni. Úgy gondolja, hogy ilyen apróságok kellenek ahhoz, hogy a vásárlói bizalmat megőrizték, megnyerjék maguknak az üzlet tulajdonosok.

Később egy Coctail bár vezetőjétől is kértünk elbeszélgetést, ő korábban saját étteremmel rendelkezett a Petőfi sétányon, de ma is egy rendkívül frekventált helyen üzlettulajdonos és üzletvezető. B. T. is már a beszélgetésünk korai szakaszában beszélt a szolgáltatás szférában



18. ábra B. T. bárjának belső tere

általánosan fontos bizalom megnyeréséről. Maga is

hasonló apróságokkal próbál nyomot hagyni vásárlóiban, a víz itt is palackos, valamint az asztalok díszítéseiről személyesen, élő virággal gondosodik. Az apróságokon túl ő kiemelte a városi fejlesztési irányok drasztikus hatásait az ő iparágukra. Persze az, hogy a főtér felújításával, a városi programok egy része oda költözik, az számunkra és számára is logikus következmény volt. Ugyanakkor, szerinte a Balaton part, szinte kizárólag buli-turizmusi használatát pazarlásnak gondolta. Szerinte a Balaton-parti városoknak egy együttes turisztikai stratégiát kéne kidolgoznia, ahol egymással együtt működve alakítanak ki programokat és a

balatoni hajózás segítségével egész napos körtúrák során az emberek szervezett programokon vehetnek részt. Úgy gondolja, a program minősége választja meg a vendégekört. Középtávon, a Petőfi sétány csupán nyári nyitva tartását, a kellő minőségű és mennyiségű



17. ábra P. A éttermének belső tere

programmal kora tavasztól késő ősziig kitolhatóknak látja.

Végül P. A.-val beszélgettünk az egész éves nyitva tartás kérdéséről. Ő egy belvárosi étterem vezető helyettese. Kérdésünkre, miszerint, hogy tehető egy üzlet egész évben kifizetődő vállalkozássá elmondta: hogy az ő éttermük leginkább azzal tud ilyen hatékonysággal és vevőkörrel egész évben működni, mert több lábon állva van jelen a piacon. Ők mindamellet, hogy egy 150 férőhelyes éttermet üzemeltetnek, étel házhoz szállítással is foglalkoznak. Ezen felül kiemelte, hogy mindig is fontosnak tartotta a trendekhez való alkalmazkodást. Ezt többek között olyan kezdeményezésekkel valósítják meg, hogy online felületeken és egy applikációban is jelen vannak, ahol a vásárlókat buzdítják a visszatérésre, megéri törzsvásárlónak lenniük éttermében. Hangsúlyozta ugyanakkor a szféra túlterheltségét. A váltakozó, olykor megjósolhatatlan forgalom mennyiség szélsőséges helyzeteket szül, mikor is a vásárló joggal panaszkodik, hogy nincs elég nagy személyzet, vagy fordított esetben az üres étteremben áll fél tucat pincér. Ez ellen ugyanakkor még ilyen fejlesztésekkel is nehéz védekeznie.

Összességén, tehát interjúink során, hogy minden megkérdezett fontosnak találta a látogatókban lehető legnagyobb bizalom keltését, hiszen a „legjobb reklám a visszajáró vendég”. Ezt a legapróbb kényelmi szempontoktól képzelik felépíteni. Fontos feladatként értékelték még a város vezetésének felelősségét, hogy a turisztikailag érintett pontokra kellő mennyiségű embert vonzzanak. Az egész éves nyitva tartásról, holott egyikük sem zár be télen, másként nyilatkoztak. Volt, aki csupán a szezon kitolásáról beszélt, volt, aki kellő mennyiségű helyi és visszajáró vendéget tudott szerezni ahhoz, hogy ne is merüljön fel a téli leállás.

Operacionalizálás második lépése

Mérési eljárásaink megalkotásakor az eddig felsoroltakon túl egyéb szempontokat is szerettünk volna vizsgálni. Olyan, betérő felhasználók számára is szembe tűnő, főleg objektív, elemeket kerestünk, amik mind az alkalmi, mind pedig a visszatérő vendégek választását befolyásolhatják. Ezen elemeket próbáltuk, egy turizmus által potenciálisan érintett területre speciálisan szabni. Így kerültek értékelési szempontjaink közé többek között az éttermek teraszán biztosított mesterséges árnyék (terasszal az összes étterem rendelkezett) és az egész éves nyitva tartás kérdése is. Vizsgáltunk továbbá, általánosabb kérdéseket is, amik mind helyi, mind pedig távolról érkező vendégeket is befolyásolhatnak a választásban. Ilyenek

voltak például a szabad felhasználású wi-fi megléte, vagy, hogy rendelkeznek-e légkondicionált helyiséggel.

Az adatokat összegyűjtve szükségünk volt, illetve szeretnénk volna egy rendszert felépíteni, ami minden étterem esetében megmutatja, hogy mennyire sikerült a felhasználók számára megfeleljen, mennyire teljesített jól a hely a teljes szolgáltatást tekintve. Ilyen mérésekre sajnos sem idő sem pénzügyi keretek nem álltak rendelkezésünkre. Ideális esetben, egy néhány tagú felmérő bizottság segítségével, előre meghatározott aspektusokat lenne érdemes mérni. Nyilván valóan ezen mérési aspektusok sok esetben szubjektívek, ugyanakkor a valósághoz ily módon tudnánk leginkább közelíteni. Egy ilyen feltérképezés során osztályozni lehetne a külső rendezettségét, a teríték minőségét, a kiszolgálást, az ételek ízvilágát. Ezzel kaphatnánk a legátfogóbb képet a jelenlegi helyzetről. Ugyanakkor kutatásunk mivoltából adódóan fontos lenne kellő hangsúllyal szerepeltetni az ezek közül fogyasztás nélkül is mérhető elemeket.

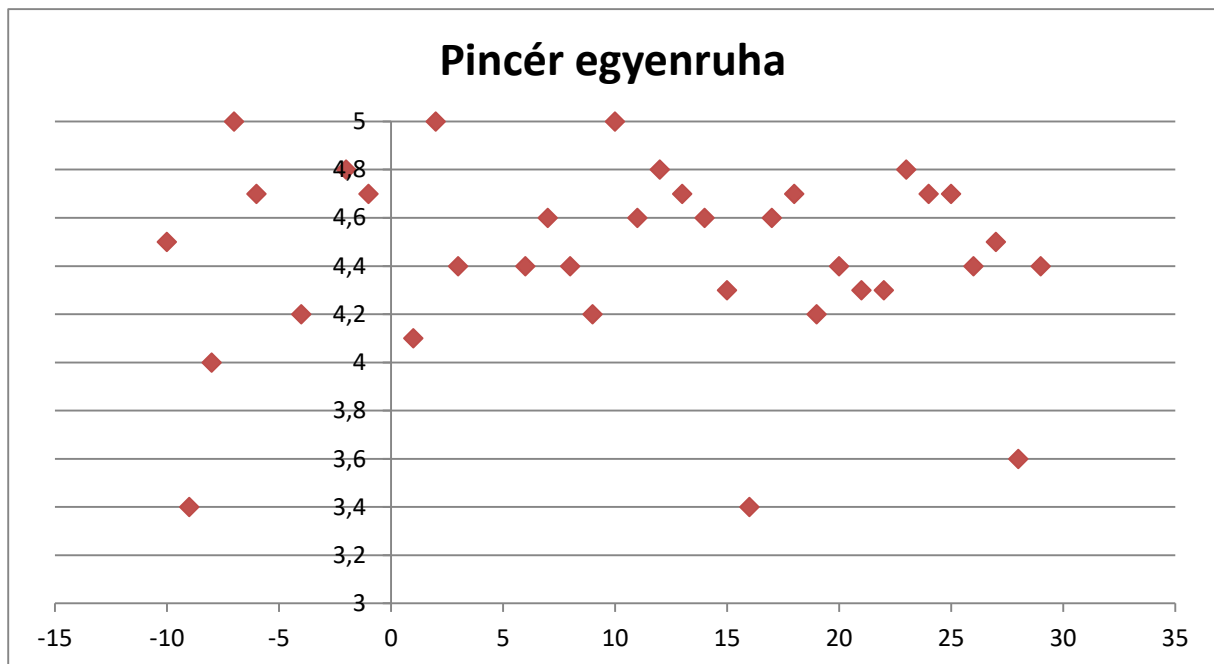
Az általunk elképzelt módszertan felállításához, ennek igazolásához, illetve finom hangolásához az előbb elmondottak hiányában más összevetési pontot kerestünk.

Az online étterem értékelő oldalak használata egyre inkább elterjedőben van. Ezeken a websiteokon kapott értékelésekre az éttermek és az egész szolgáltatás szféra egyre inkább figyel, mivel az új generáció számára egy gyorsan elérhető támpontot adhat, segíthet a választás során. (Erre később, online kérdőívünk elemzésénél részletesebben is kitérnénk.)

A különböző értékelésre lehetőséget adó oldalak közül, (Google; Facebook; TripAdvisor; Ittjártam) a Facebook-on volt megtalálható szinte kivétel nélkül az összes étterem. Ezért a következő összehasonlításunk során ezeket az értékeket vesszük alapul. Egyes éttermek esetében az értékelők száma meghaladta az ötvenet, így elég pontos képet alkotva az étterem tényleges minőségéről. Az összevethetőség korlátai itt azonban megjelennek, mivel ezeket az értékeléseket nagy százalékban a fogyasztó vendégek készítették. Ugyanakkor előfordulhatnak korrelációk az egyes elemek és a szolgáltatás minősége között. Mi az ilyen összemetszéseket kerestük faktorelemzéssel.

Összevetettük tehát az általunk felmért összes szembetűnő elemet, úgymint: egyenruha a pincérekén, vendégek számára elérhető Wi-Fi hotspot, kötött étlap, légkondicionált belső helyiség, saját parkoló, férőhelyek száma, illetve árszínvonal. Egy-egy étterem esetében semmilyen fórumon nem találtunk összevethető értékelést, így ezek a helyek az összehasonlításokban nem szerepelnek. Ilyen jellegű összehasonlítást, így 36 étteremről tudtunk elvégezni. Az értékelést a vendégek minden esetben 5 fokozatú skálán végezték

Elsőként a pincérek egyenruha viseletét vizsgáltuk. Egyenruhának vettünk minden olyan öltözéket a felszolgáló személyzet esetében, amely vagy az étterem nevével, logójával ellátott ruhából, vagy csak egy közös, de esetenként logó nélküli viseletből állt. Az egyenruhával rendelkező éttermek esetében az átlagértékelés 4,35 volt, míg ahol nem rendelkeztek egyenruhával, ott 4,41. Elmondható tehát, hogy emellett az esetszám mellett, ez túl csekély eltérés, hogy ez alapján kimondható lenne összefüggés.



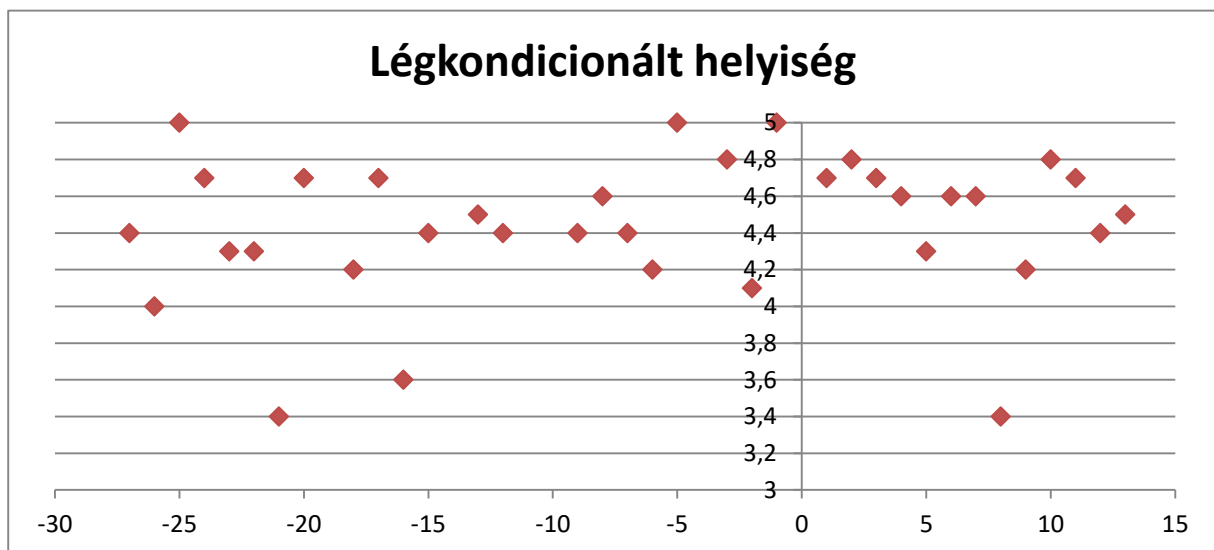
19. ábra pincérek egyenruhája az online értékelés viszonylatában

A nyílt Wi-Fi hotspot esetében azt tapasztaltuk, hogy meglepő módon az átlag értékelés ezen szolgáltatás meglétével fordítottan volt arányos. Többek között azon helyeken nem találtunk Wi-Fit, ahol az étterem fő profiljának a helyi dolgozók napi menüs kiszolgálása volt a fő profilja. Ezen helyeknek ugyanakkor az értékelése meghaladta a városban található átlagot. Ennek több oka is lehet, melyre kutatásunkban nem nyílt lehetőség válaszokat keresni. Ennek ellenére elmondható, hogy a szolgáltatással nem rendelkező éttermek átlag értékelése közel három tizeddel magasabb.

Következő vizsgált szempontunk a kötött étlap megléte volt. Ez esetben azt vizsgáltuk, hogy a hely rendelkezik e lapozható, borítóval rendelkező étlappal. Ezzel legfőbb célunk a büfé jellegű, ugyanakkor definícióinknak megfelelő éttermek differenciálása volt. Ez legtöbb esetben sikerült is. Itt is meg kell ugyanakkor említeni néhány határterületet is. Egyes esetekben az étterem repertoárja olyan kicsi volt, hogy egy normál lapra elfért, itallap pedig külön volt, s míg ez a „kötött étlap” kategóriának nem felel meg, kis mértékben sem keltett „büfé” benyomást. Ennek ellenére, mégis itt tapasztaltuk a legnagyobb eltérést. Míg azokon a

helyeken, ahol a hagyományos fűzött étlap stílust választották az átlag értékelések 4,42 pontot értek el, addig a fűzött étlappal nem rendelkező helyeken ez csupán 3,94 volt. Elmondható tehát, hogy feltételezésünk ebben az esetben magas fokú korrelációt mutatott, mely szerint, ahol az éttermek nem adnak az étlap kellő minőségű elkészítésére, várhatóan alacsonyabb szintű szolgáltatást is nyújtanak.

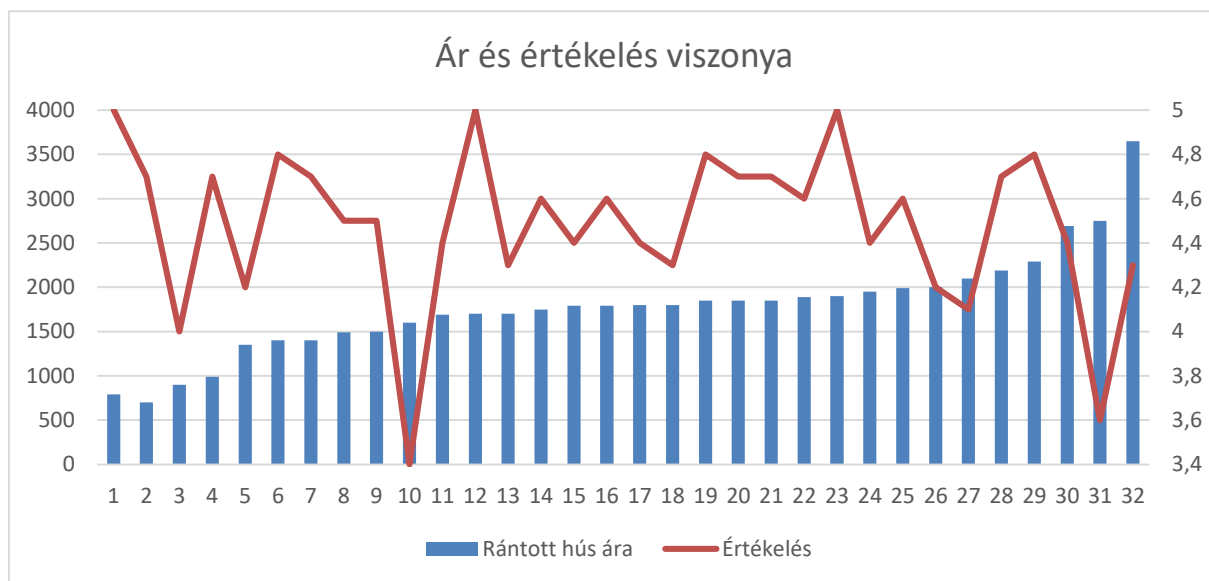
Az légkondicionálás kérdése Siófok esetében kevésbé mérvadó lehet, mint egy, az országban, általános helyen található étterem esetében. Mivel a legtöbb üzleti modell a teraszon étkező vendégekre számít, valamint sok esetben nem is rendelkezik belső, légkondicionálható, zárt helyiséggel így várható volt, hogy az értékek közt nincs nagy eltérés.



20. ábra légkondicionált helyiséggel rendelkező éttermek és értékeléseik

Saját parkolók esetében csak a Sétányt volt érdemes megvizsgálni, mivel mint írtuk a belváros és Kiliti esetében a parkolás minden esetben megoldott. Ezek esetében az összehasonlított értékek között nem mutatkozott érdemi eltérés. Ez talán annak is köszönhető, hogy míg több mint 30%-uk bérel vagy kialakított parkolót udvarán, sok esetben ez, főleg bérelt parkolóhelyek esetében nem is köthető az étteremhez. Esetenként egy tábla figyelmeztet, hogy a vendégek részére fenntartva, de volt, ahol csak a tulajdonostól tudtuk meg ezt az információt.

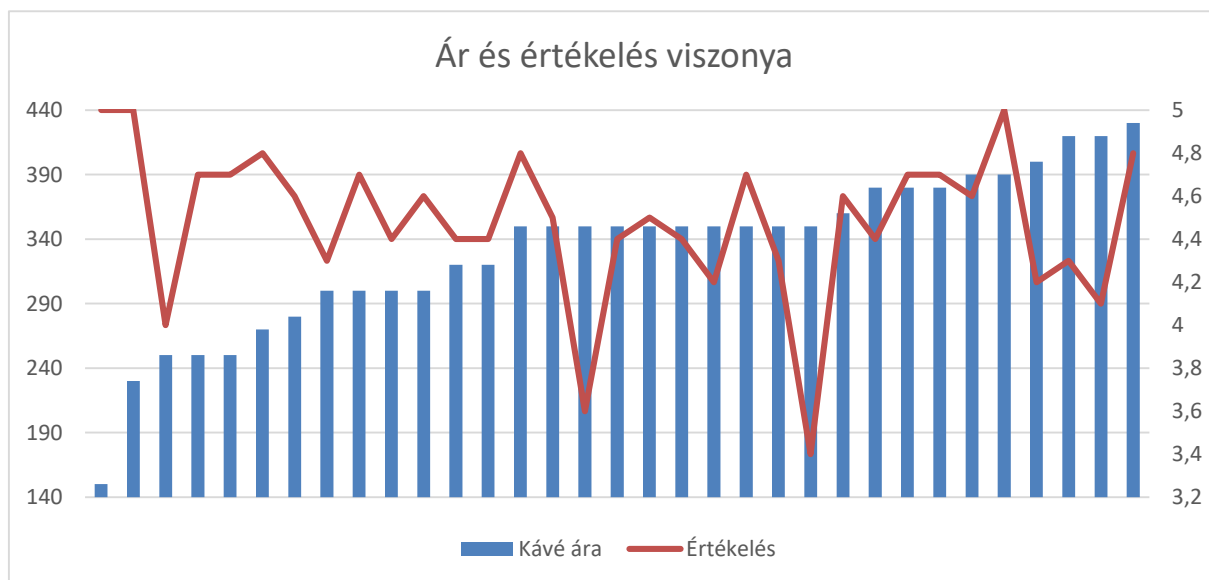
Összehasonlítottuk továbbá minden étterem esetében az ár színvonalat a kapott értékeléssel. Négy összehasonlítási irányból indultunk el. A kávé a sör a rántotthús és a gulyásleves árait mértük föl minden étterem esetében.



21. ábra ár és értékelés viszonya: rántott hús

A rántott hús esetében az értékeléstől teljesen függetlenül mind a magasabb, mind az alacsonyabb árral rendelkező helyekre találunk példát

A kávé esetében látható, hogy a legmagasabb árú helyeken viszonylagosan alacsonyabb értékelést kapott éttermek állnak. Ugyanakkor ez az eset egyik felmért ár esetében sem annyira kimagasló, hogy általánosítani tudnánk belőle.



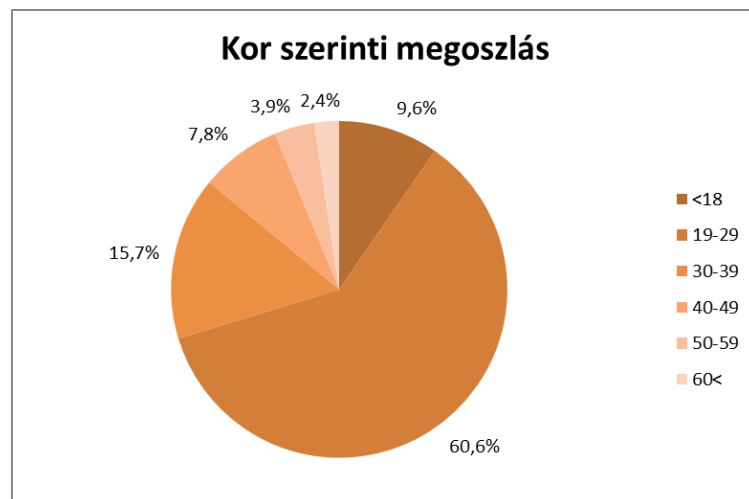
22. ábra ár és értékelés viszonya: presszókávé

A gulyásleves és a sör is hasonló értékeket adott. Így tehát elmondható, hogy Siófok esetében az ár általánosítható módon nem befolyásolja egy étterem minőségét felhasználói szempontból. Ugyanakkor ez semmilyen körülmények közt sem jelenti, hogy választási szempontból sem befolyásolná.

Online kérdőív

Online kérdőíves kutatásunk abból a célból indult el, hogy nagyobb rálátással rendelkezünk az emberek véleményére. Ez egy olyan téma, amiben nehezen lehet objektíven vizsgálni, így igyekeztünk olyan kutatási formát választani, ami szubejektív módszer a téma feldolgozására. Facebookon osztottuk meg az ismerőseinkkel és néhány nagy létszámú csoporttal. A kérdőívünk anonim volt, rövid, tizenöt kérdéssel. Kérdőívünk sikeresnek mondható, összesen 1090-en töltötték ki, két hetes kitöltési időszaka alatt 2016 szeptemberében.

Először demográfiai adatokat gyűjtöttünk, ebből a legérdekesebb a kitöltők életkora. Nyilvánvalóan számítottunk egy torzult adathalmazra, hiszen ezek a fórumok a fiatalabb generációk között a legnépszerűbbek. A kitöltők közel hatvanegy százaléka a 19-29 éves korosztályba tartozott. Erre az eredményre számítottunk annak ismeretében, hogy leginkább ez a korosztály aktív a közösségi oldalakon.



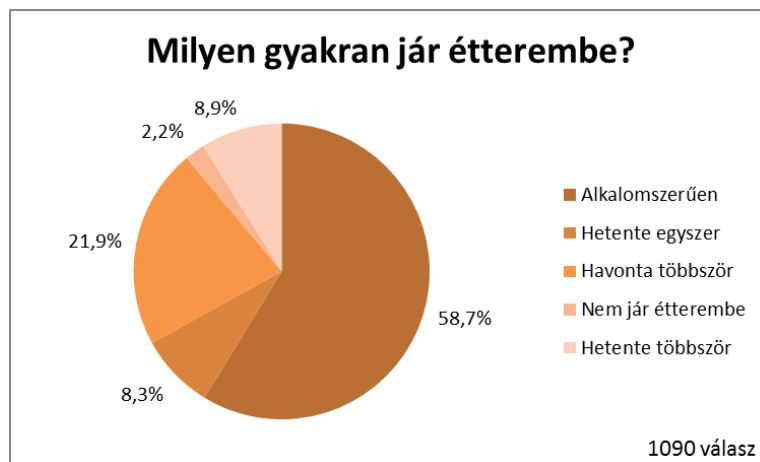
23. ábra Kor szerinti megoszlás

Szintén demográfiai oldalról nézve, a női kitöltők meglehetősen magasabb számban voltak jelen.



24. ábra Nem szerinti megoszlás

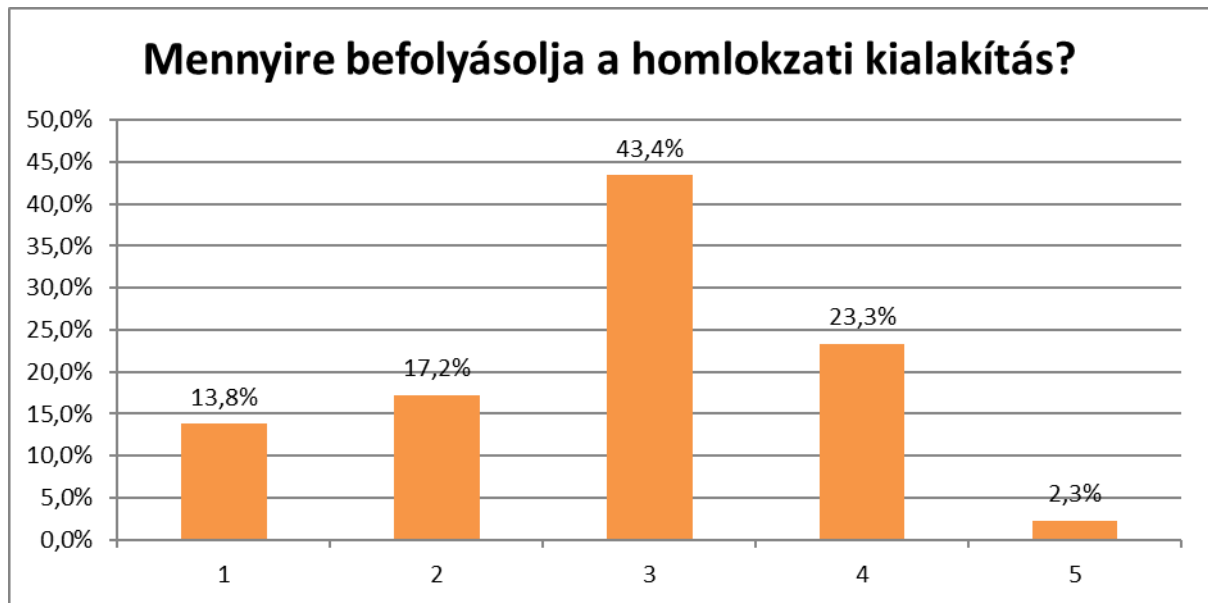
Ezt követően az étterem használat gyakoriságát mértük a kitöltők között. Itt is beigazolódtak várakozásaink, mely szerint több mint ötven százalékban, csak alkalom szerűen járnak az emberek étterembe. Ez a siófoki üzleti modellek egyik alapvetése is, mely szerint a turisztikai szándékkal érkező vendégek hajlandóak pénzt áldozni nyaralás alkalmával.



25. ábra étterem látogatási szokások

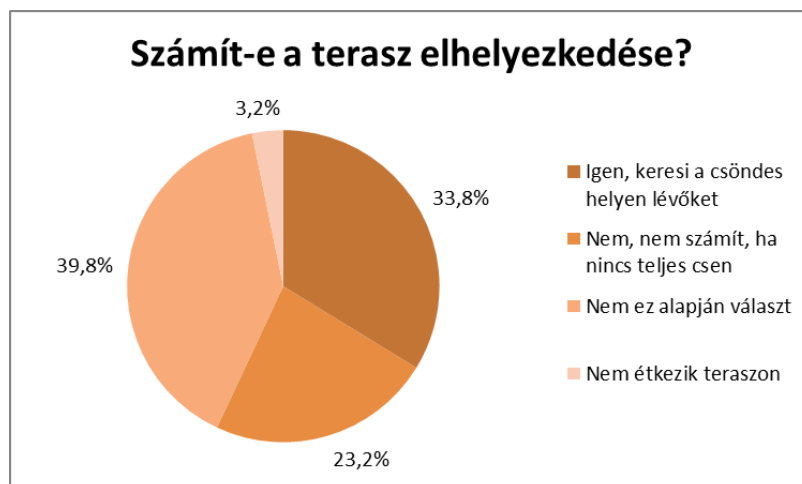
A kezdetektől szeretnénk volna építészeti szempontból, a homlokzat alkotás oldaláról is megvizsgálni az éttermeket. A helyszínen járva tapasztaltuk, hogy amellet, hogy ezek nehezen mérhető aspektusok, leginkább mivel Siófok esetében egyáltalán nincs egységes építészeti gondolat, vagy korstílus még az egy utcán egymás mellett található éttermek esetében sem, ezért nem, vagy csak rendkívül nehezen tehetők ilyen témában általános jellegű kijelentések. Ezért úgy döntöttünk elsőként megvizsgáljuk, egyáltalán mennyiben

befolyásolja a betérő vendégeket a külső homlokzat, ennek elemei és igényessége.



26. ábra homlokzat fontossága 1-nem fontos 5- csak ez alapján dönt

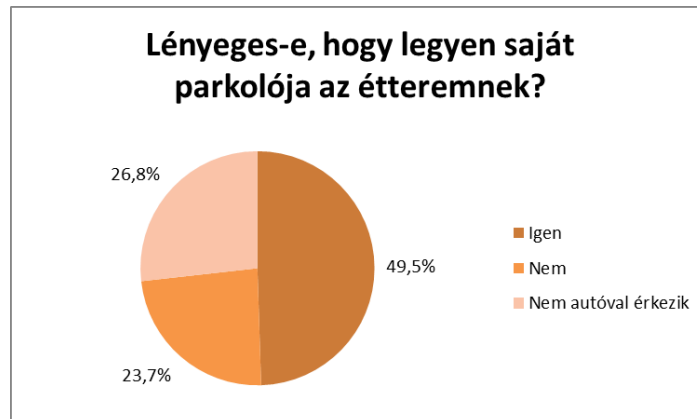
Ezt követően arról kérdeztük kitöltőinket, hogy mennyiben befolyásolja őket egy terasz holléte, egyáltalán érdekli e őket. Siófok esetében a teraszok a legaktívabb szereplők egy étterem imázsának kialakításában, sok esetben teljesen kitakarják a mögötte található épület homlokzatát. Ezek egészen a szerelt behúzható napernyővel fedett teraszoktól, egészen a csupán márkajelzésekkel teleaggatott műanyag ernyőkig terjednek. Egy valami azonban közös, terasza mindenkinek van.



27. ábra terasz fontossága

Kérdeztük ezt követően az embereket a parkoló fontosságáról is, mivel ezek általában közvetlen elemként kapcsolódnak a teraszokhoz, nagyban befolyásolhatják a külső képet. A válaszadók közel felének fontos volt, hogy rendelkezzen parkolóval az étterem, ez egy

nagyobb érték, mint amilyen arányban a sétány mentén ténylegesen találunk parkolót. A belvárosban és Kilitin ez nem okozna gondot.



28. ábra parkolás lehetőségének fontossága

Ezen összetevők alapján külsőn alapuló tipológiát alkottunk, és megkérdeztük kitöltőinket, milyen jellegű étterembe tér be legszívesebben. A tipológia megalkotásánál szempont volt a teraszt fedő mesterséges árnyék milyensége, a homlokzati elemek az étterem imázsának összevetése, a különböző elemek, cégérek, reklámtáblák mérete. Ezek alapján az egyszerű jellegteltől, a modern tervezettig készítettünk skálát, melybe összes éttermünket el is helyeztük.



Jellegtelen



Hétköznapi, közönséges

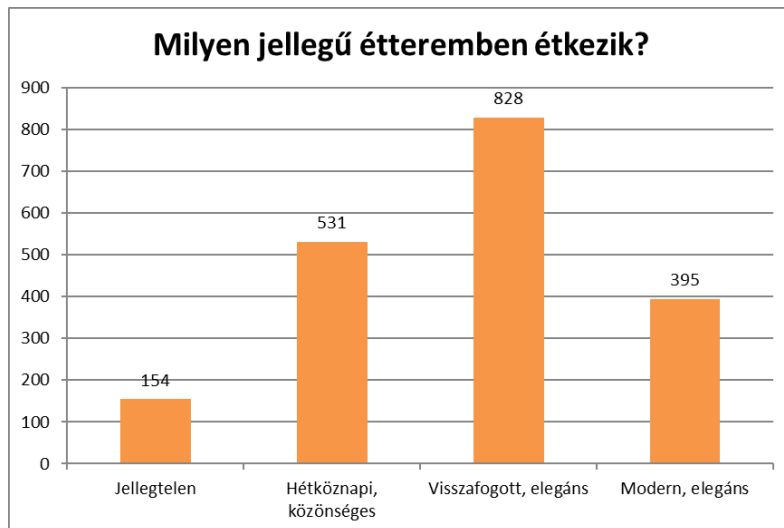


Visszafogott, elegáns



Modern, elegáns

29. ábra külső tipológia



30. ábra külső tipológiára kapott válaszok

Ehhez hasonló tipológiát készítettük el a belsőről is, hiszen ezen félig nyitott terű éttermek esetében javarészt nem beszélhetünk külsőről belső nélkül. Sok esetben ez a határ elmosódik.



Jellegtelen, mindegy



Puritán, egyszerű



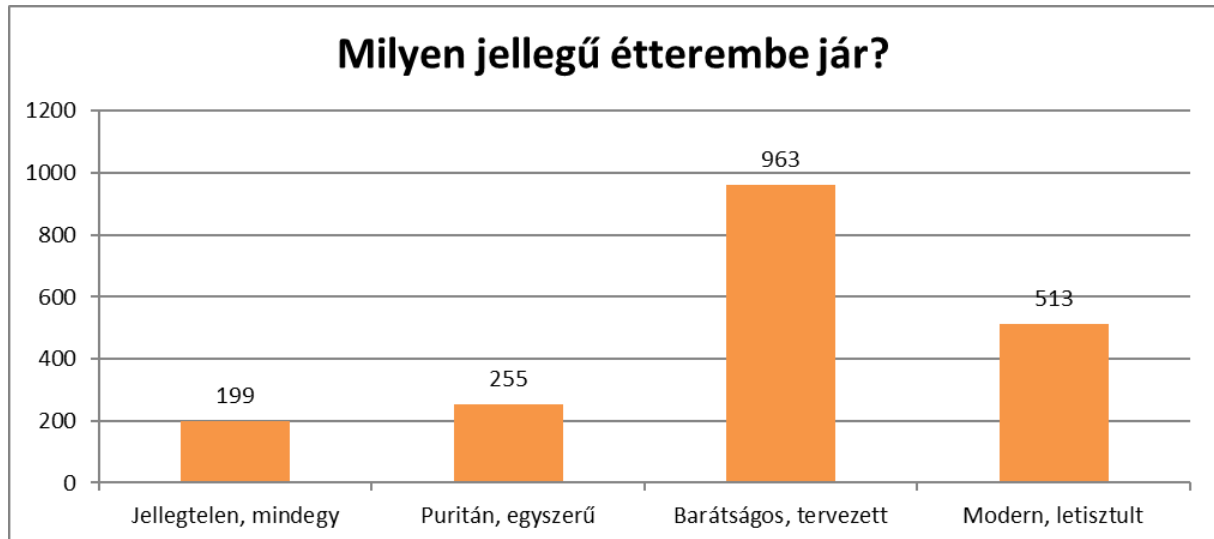
Barátságos, tervezett



Modern, letisztult

31. ábra belsőépítészeti tipológia

Hasonló oldalról közelítettük a tipológiát mint a külső esetében. A besorolást követően a külső és az ennek megfelelő belsőépítészeti kategóriák esetében szinte teljes volt az átfedés az egyes éttermeknél. Szempont volt a belső bútorok egységességének mértéke, a jelenlegi trendek alkalmazása, a belső dekoráció és színvilág illetve az étterem stílusát tükröző bútorzat.



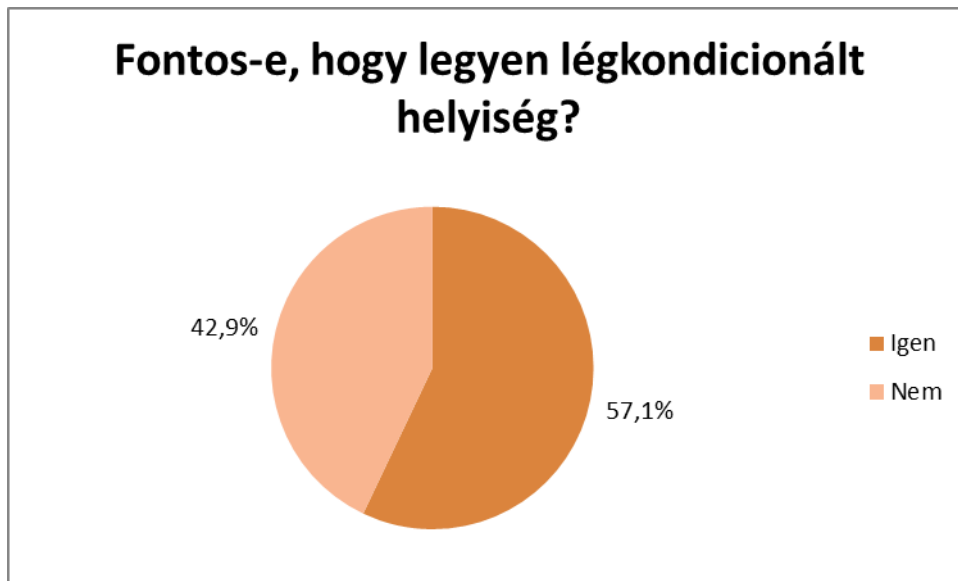
32. ábrabelső tipológiára kapott válaszok

A belső építészet esetében online kitöltőinket is kérdeztük az általunk vizsgált szubjektíven értékelt témakörökről. Ebből megtudtuk, hogy 55%uk igenis ad a kötött étlap meglétére, ezen kategóriában volt az átlagértékeléseknél a legnagyobb eltérés a kötött étlappal rendelkező éttermek javára.



33. ábra kötött étlap kérdése

Míg a pincérek egyenruhájának fontosságáról a vélemények megoszlása közel 50-50% volt, kérdőívünkben a légkondicionált helyiséget fontosnak tartók aránya volt a legmagasabb, 57%-kal.



34. ábra légkondicionált helyiség kérdése

Végül a marketing anyagok fontosságáról kérdeztük kitöltőinket, mivel a helyszínen ennek vizsgálatára nem nyílt módunk, viszont hasonlóan döntő szereppel bírhat egy alkalmi választás esetében. . Itt több választ is lehetett jelölni, mi három konkrétat adtunk meg (online hirdetés, szórólap, tábla az étterem környékén), de hagytunk lehetőséget az egyéb válaszok beküldésére is. Többen éltek ezzel a lehetőséggel, így kaptunk olyan válaszokat is, mi szerint az ajánlás rendkívül fontos, valamint előzetesen figyelnek az általunk is használt online értékelő oldalakra. Legtöbben az online hirdetésekre adtak kitöltőink közül, nyilván egy ilyen jellegű kérdőív esetében már azokkal találkozunk, akik hajlandóak igénybe venni az ilyen jellegű lehetőségeket.



35. ábra marketing anyagok fontossága

Kérdőívünk segítségével átfogóbb képet kaphattunk a felhasználói igényekről, illetve választ kaptunk arra, hogy mind külső, mind belső építészeti az emberek leginkább a negyedik kategóriánkban megjelenő, rendezett, és saját stílussal rendelkező éttermet választják. Választ kaptunk arra is, hogy az ilyen éttermekért hajlandóan mutatkoznak az átlagnál moderáltan többet is fizetni. Ezen válaszok alapján az ilyen jellegű beruházások kifizetődőnek látszanak. Illetve rendkívül nagy számú kitöltő vélekedett úgy, hogy az internetes felületeken megjelenő marketinges eszközök őt befolyásolják.

Összefoglalás

Kutatásunk összegzéseképpen röviden szeretnénk megjegyezni a kutatási anyagban szereplő mintavételek alacsony száma okozta esetleges pontatlanságokat. Amennyiben hasonló jellegű kutatást végezhetnénk nagyobb esetszámot adó városban, avagy hasonlóan turisztikailag igénybe vett városban, az eltérések talán jobban kirajzolódnának.

Az első, földrajzi alapú vizsgálat során, könnyű volt a különböző zónákról általánosságokat mondani, azok arculata nagyon eltérő volt. Elmondható, hogy a belvárosi üzlet politikák a legkétarcúbbak, ugyanakkor a helyi lakosság magas szintű jelenlétéből fakadóan a leginkább kiegyensúlyozott és fenntartható piacot van lehetőségük megcélozni.

Interjúink során lehetőségünk nyílt a szolgáltatás szféra világában egy kicsit jobban elmélyülni. Sok esetben valódi és kézzel fogható problémákat tártak fel számunkra a tulajdonosok. Fontos azonban az ilyen jellegű információkat kellő távolság tartással kezelni, mivel ezen vélemények kialakulásának hátterét nem tudjuk vizsgálni.

Az online értékelésekkel való összehasonlítás során, próbáltunk korrelációt keresni egy étterem színvonala és külső, mérhető tulajdonságai között. Ezen kutatások fontosak lehetnek egy újonnan kialakításra kerülő üzlet esetében. Az általunk mért adatok körülbelül fele mutatott összefüggést a minőséggel. Az ilyen jellegű vizsgálatok pontosabb lefolytatásának körülményeiről is röviden nyilatkoztunk. Ezekkel talán még eredményesebben ki lehetne mutatni az elengedhetetlen stratégiai lépéseket üzletnyitáskor.

Kérdőívünk első tanulsága az online mivoltából fakadó demográfiai torzulás volt. Ennek ellenére a sok válaszadó által teljesebb képet kaphattunk a választási szokásokról. kérdőívünkben röviden vizsgáltuk, az általunk meghatározott objektív elemek fontosságát, melynek során örömmel tapasztaltuk, hogy minden esetben a kitöltők több mint fele is fontos aspektusnak találta azokat. Végül tipológiai alkotásunknak köszönhetően, potenciális további vizsgálatokhoz szeretnénk volna megteremteni egy alapot. Ezek részletesebb tárgyalását, később, szívesen folytatnánk.

Forrásjegyzék:

Siófoki személyes adatgyűjtési időszak: 2016 augusztus 28-szeptember 3

Online adatgyűjtési időszak: 2016 szeptember 19-20.

Andaleeb, S. S., Conway, C., Customer satisfaction in the restaurant industry: an examination of the transaction-specific model, *Journal of Service Marketing*, Vol. 20, No. 1, 2006.

Bojanic, D. C., Rosen, L. D., Measuring service quality in restaurants: an application of the SERVQUAL instrument, *International Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol. 18, No. 1, 1994.

Online értékelések forrásai:

<https://www.facebook.com/>

<https://www.google.hu/>

http://epiteszforum.hu/files/Siofok_bemutatasa.pdf (2016.szeptember 26.)

<http://www.diningguide.hu/ertekelesi-szempontok/>

Térképek forrása:

<https://www.google.hu/maps> (2016. augusztus 30.)

Nemzetközi étterem kutatás:

<http://www.wseas.us/e-library/conferences/2013/Dubrovnik/MATREFC/MATREFC-27.pdf>

(2016. október 19.)