

MRTT Vándorgyűlés
Dualitások a regionális tudományban
Mosonmagyaróvár, 2017. október 19–20.

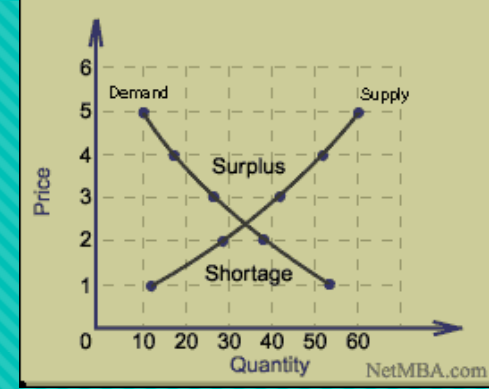


Egy „tér-érzékeny” marketing modell bemutatása

Dr. habil. KOVÁCS ANDRÁS, PhD., főiskolai docens

Budapesti Gazdasági Egyetem, KVIK, Kereskedelmi Intézeti Tanszék

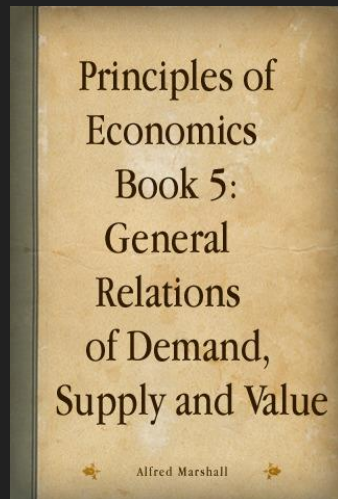
Marshall: Közgazdaságtan és tér



„...Again, markets vary with regard to the period of time which is allowed to the forces of demand and supply to bring themselves into equilibrium with one another, as well as with regard to the area over which they extend. And this element of ***Time requires more careful attention just now than does that of Space.***”

Alfred Marshall: Principles of Economics. Book V: General relations of demand, supply and value. Introductory: On markets. 6th §.

MacMillan. London. 1920. 8th. Edition.



Tér-interpretációk

1. Abszolutista („tartályszerű”) térfelfogás – (Descartes-i alapokon)
 - Fizikai létezőkből áll (pl. települések, utak)
 - Abszolút távolságok jellemzik (pl. km)
 - A „külső tér”
2. Relacionista (kapcsolati alapú) térfelfogás – (Leibniz-i alapokon)
 - Kapcsolati hálózatok által meghatározott tér
 - „Belső terek” – pl. a facebook kapcsolati térhálója
3. A megélt (un. „harmadik”) tér – (Lefebvre és Soja)
 - Egyéni tér érzet és tér-képzet
 - Nekem „hogyan áll össze”? Én hogyan látom a teret? Pl.: egy bevásárlóközpont térszerkezete egy vásárló számára

Vállalati folyamatok és térbeliség

Vállalati folyamatok	Kibertér	Hibrid tér	Földrajzi tér
INPUT			
Anyagok	soft termékek (software)		
		hard termékek (gépek)	
Emberi erőforrás	telework	home office	Irodai munka
Pénzügyi források	átutalás	Váltó, csekk	készpénz
TRANSZFORMÁCIÓS			
Termelés	soft termékek		
		hard termékek	
Raktározás	soft termékek (pl. adatfelhő)	Szolgáltatás + termék (pl. egészségügyi szolgáltatások)	hard termékek
OUTPUT			
Elosztás, marketing	Minden termék és szolgáltatás (cross-channel marketing)		

Forrás: saját
szerkesztés

A tér megjelenése a marketingben

4P-modell, Mccarthy, 1960

1. Product (Termék)
2. Price (Ár)
3. Place (Hely)
4. Promotion (Promóció)

4c-modell, Lauterborn, 1990

1. Customer wants and needs (Fogyasztói igények, szükségletek)
2. Cost (Költség)
3. Convenience (Kényelem)
4. Communication (Kommunikáció)

De a tér ott van mindenütt...

1. Piacelemzés: mikro és makro környezetelemzés (STEEPLE, PORTER, SWOT)
 - Társadalmi-gazdasági térfolyamatok
 - Környezeti meghatározottságok (lokális, regionális, országos, makroregionális és globális szinteken)
 - Helyi, regionális, országos politikai tényezők, folyamatok
 - Lehetőségek és veszélyek térbeli távolsága,
 - Versenytársak elhelyezkedése a térben
 - Beszállítók, üzleti partnerek távolsága
 - Vevőink közelsége, sűrűsége, elhelyezkedése
 - ...

De a tér ott van mindenütt...

2. Minden P-ben (C-ben):

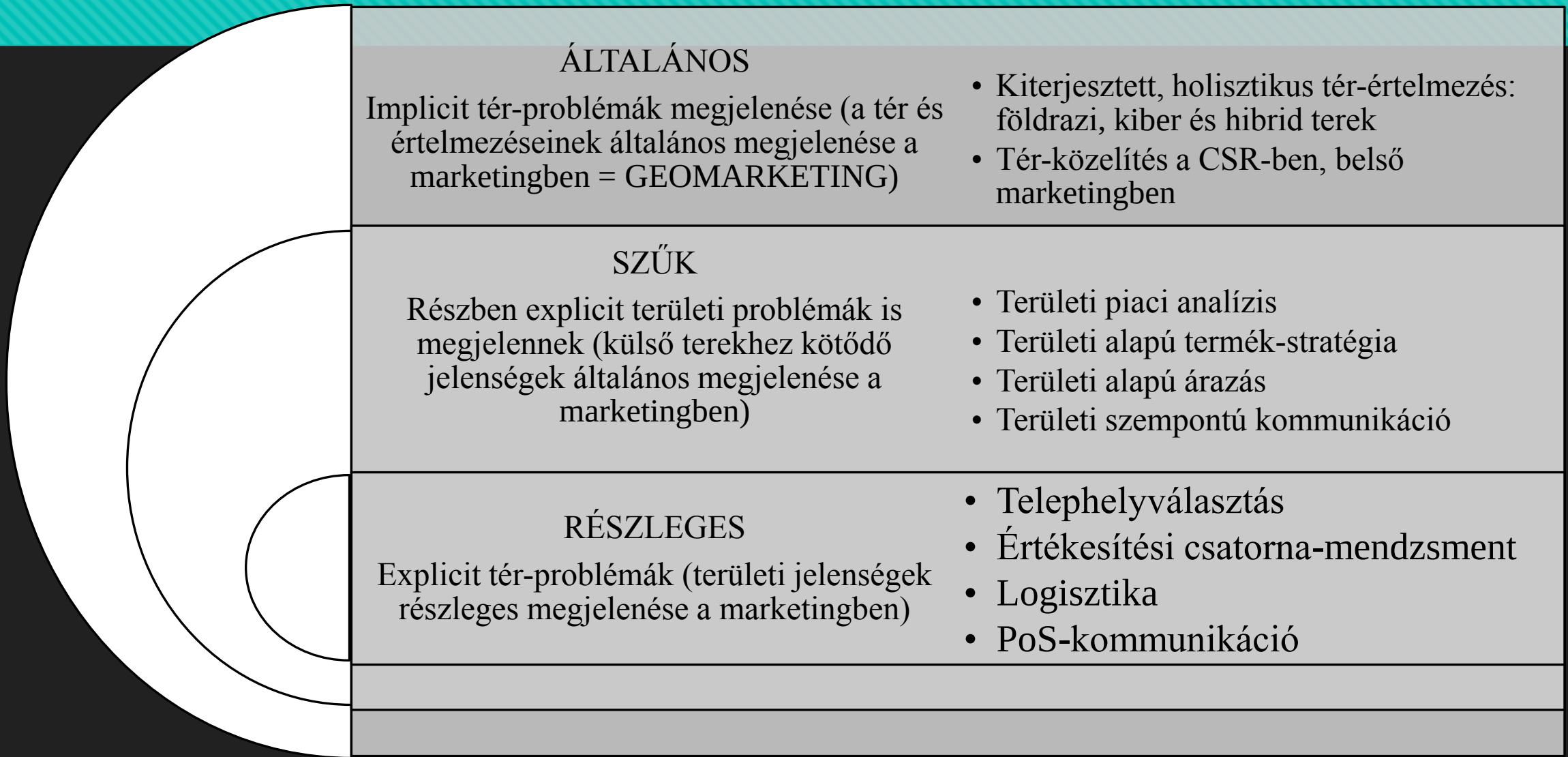
- Termékstratégia (Customer needs) a térben – térben kiterjesztett termékstratégia
- Árstratégia (Cost) a térben – hely alapú árdiszkrimináció
- Promóció (Communication) stratégiában „külső” és „belső” terek, melyeken keresztül a vállalat elérheti a célcsoportjait
- Hely stratégia (Convenience) – csatornák és telephelyek (a földrajzi és kibertérben), melyeket a kiválasztott célcsoportok előnyben részesítenek

De a tér ott van mindenütt...

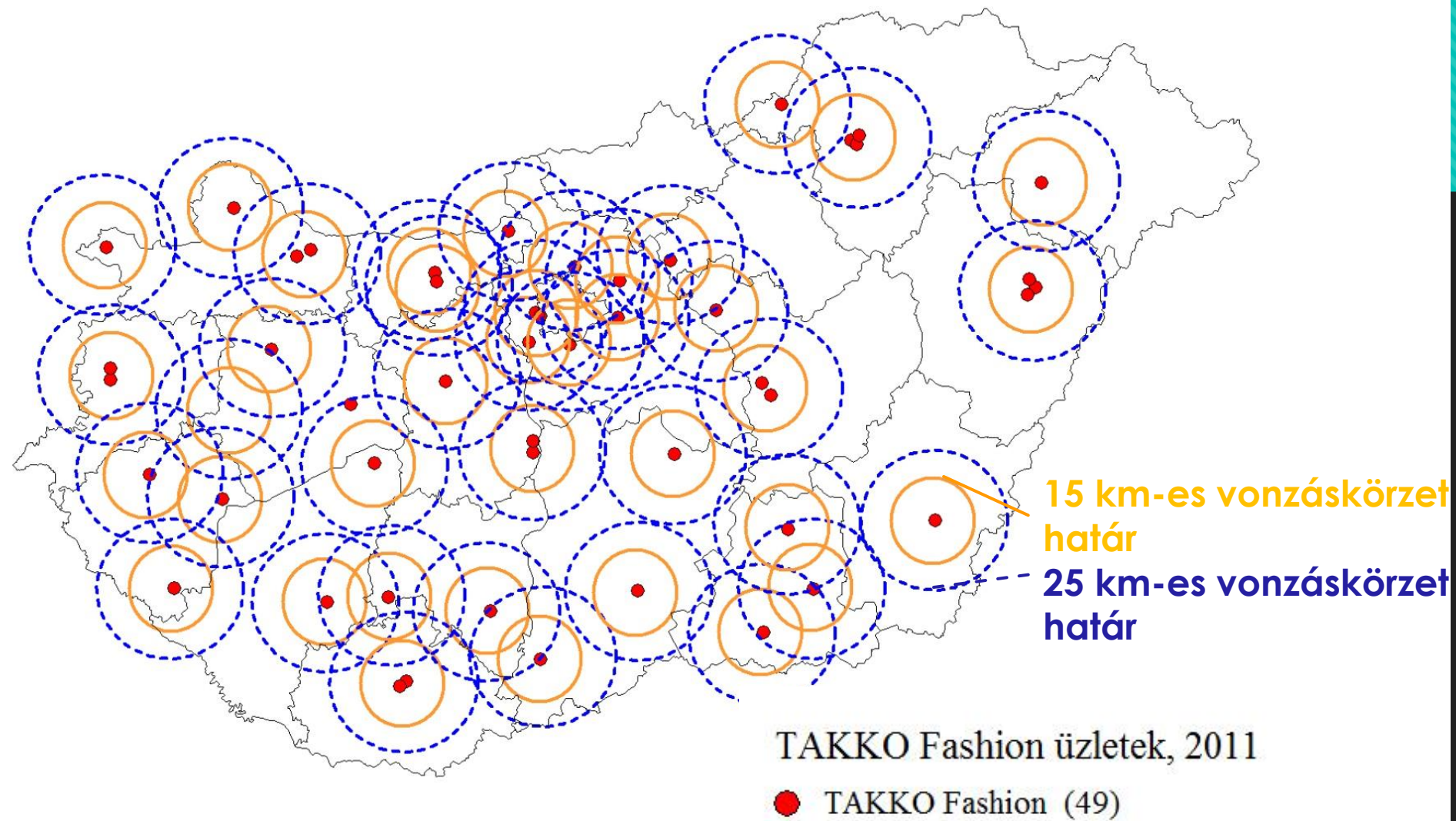
3. Kotler holisztikus marketing modelljében:

- Kapcsolati marketing – stakeholder-ek kapcsolati hálójának elemzése – és ennek térbeli kérdései (földrajzi közelség és kapcsolati erősség)
- Társadalmi felelősségvállalásra építő marketing (CSR) – Vállalati felelősségvállalás a természeti és társadalmilag alkotott környezetért (térért) (pl. örökbe fogadott helyek, terek: játszóterek, szigetek, stb.)
- Belső marketing – a vállalati formális és informális hálózatok kapcsolati terei (pl. alkalmazotti hálózatok, kapcsolatok, stb.), és ezek földrajzi térkapcsolatai (divíziók közötti kapcsolatok, szomszédsági hatások, stb.)

A geomarketing egy lehetséges modellje



TAKKO-piacelemzés példa

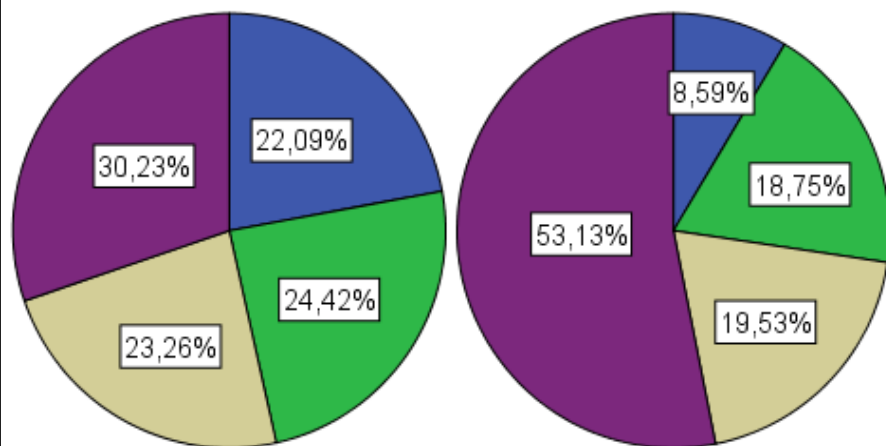


Fizetés és termékátvétel

A megkérdezettek lakhelye szerint

Bankkártyás
fizetés
gyakorisága

- Mindig
- Többségében
- Ritkán
- Soha



Chi-Square Tests

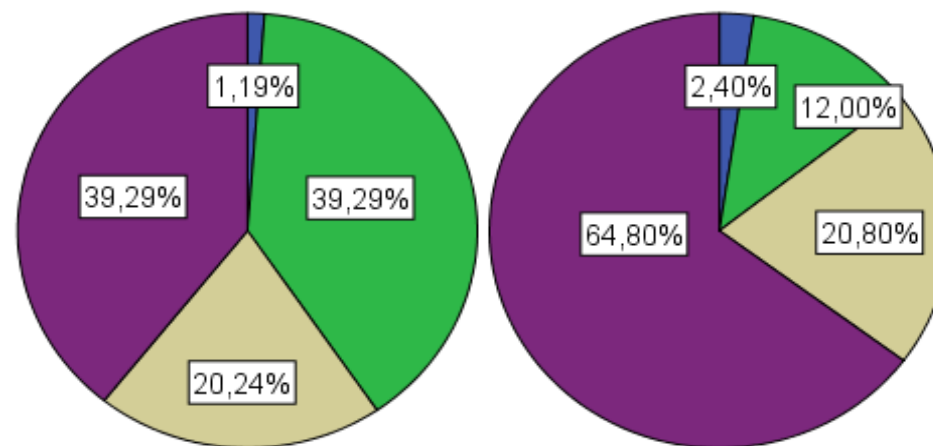
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13,949 ^a	3	,003
Likelihood Ratio	14,066	3	,003
Linear-by-Linear Association	13,087	1	,000
N of Valid Cases	214		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 12,06.

A megkérdezettek lakhelye szerint

Megrendelt
termékek
átvételének
gyakorisága
átvevőhelyen

- Mindig
- Gyakran
- Ritkán
- Soha



Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22,674 ^a	3	,000
Likelihood Ratio	22,621	3	,000
Linear-by-Linear Association	16,383	1	,000
N of Valid Cases	209		

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,61.

atás,

- Sziget - MasterCard® Pay Pass™ infopont
- Kijelölt sátrazóhely
- Lakókocsi Kemping

- VIP Kemping
- Akadálymentes Kemping
- Családi Kemping és Gyermekmegőrző
- Zuhanyzó
- Értékmegőrző

- Csomagmegőrző
- Kerékpármegőrző
- Telefontöltő-pont
- Nemzeti Dohánybolt
- Fesztivalkártya feltöltőpont és CITYPASS értékesítés

- Fesztivalkártya Help Desk
- Pénzváltók
- Elsősegélyhely
- Gyógyszertár
- Juventus - Sziget hajójárat
- BKK jegyértékesítés és info
- EU4U Konzulátus
- Sziget Bevándorlási Hivatal

- 1** A38 Színpad
- 2** Afro-Latin-Reggae Színpad & Világfalu
- 3** Axe Space Camp
- 4** B.my.Lake presents: Colosseum
- 5** Before I Die
- 6** Budapest Info
- 7** Cirque du Sziget
- 8** Civil Sziget
- 9** Cölkxpon Chill Garden
- 10** D-Link Blues Színpad
- 11** Dreher Pub
- 12** European Meeting Point
- 13** Fidelio KultúrZóna
- 14** Film+ Szinema
- 15** GOTOHUNGARY
- 16** Gourmet Negyed Bor- és Fröccskert
- 17** Holland Meets Hungary Színpad
- 18** Hungaria presents Urimuri Daydreamer Party Boat
- 19** Internetsátor
- 20** Ír Kocsmá
- 21** Jana Aqua+ Bár
- 22** Kelet-Európa Vurstli
- 23** Kreatív Workshop Zóna
- 24** Logikai Játékok Sátora

- 25** Luminárium
- 26** Magic Mirror
- 27** Magyar Zenei Színpad
- 28** MasterCard Balaton Sound presents: Party Aréna
- 29** MEEX Fridge Bár
- 30** Múzeumi Negyed
- 31** Nagy Útca Színház
- 32** Nescafé Style Creator
- 33** OTP Bank Világzenei Party Nagyszínpad
- 34** Összművészeti Színpad
- 35** Pop-Rock Nagyszínpad
- 36** PORT.hu Hungarikum Falu
- 37** Puglia Sounds — Mambo Színpad, Puglia falu
- 38** Romkocsmá Negyed
- 39** Sport- és élménypark a Sport TV támogatásával
- 40** Sziget - Hír24 Városközpont

- 41** Sziget Beach
- 42** Sziget Eye
- 43** Sziget Művészeti Zóna - Agora
- 44** Sziget Művészeti Zóna - Mozdó Képtár
- 45** Sziget-Mercedes VIP
- 46** Sziget Szervezőiroda
- 47** Tarot Labirintus
- 48** The Jack Daniel's Experience
- 49** Új Széchenyi Terv Ability Park
- 50** VOLT Fesztivál Terasz
- 51** WAMP Design piac
- 52** We Love Budapest Infopont / Trafik konténer bár
- 53** Yeni Raki Roma Sátor
- 54** YouTube presents Budapest Park Tribute Színpad

