

SIKERES GAZDABOLT ÉRTÉKESÍTÉSÉNEK ELEMZÉSE EGY HÁTRÁNYOS HELYZETŰ KISTÉRSÉGBEN

EXAMINATION OF SALES OF SMALL GROCERY STORE IN DISADVANTAGED SUBREGION

Földi Kata ^{1*}, Török Ádám Imre ²,

¹ Kereskedelem, Marketing és Nemzetközi Gazdálkodási Tanszék, Gazdálkodási Kar, Neumann János Egyetem, Magyarország

² hallgató Kereskedelem, Marketing és Nemzetközi Gazdálkodási Tanszék, Gazdálkodási Kar, Neumann János Egyetem, Magyarország

Kulcsszavak:

értékesítés
áruforgalom
előrejelzés
elemzés
Kunszentmárton kistérség

Keywords:

sales
goods turnover
estimation
analysis
Kunszentmárton subregion

Cikktörténet:

Beérkezett 2018. október 10.
Átdolgozva 2018. október 31.
Elfogadva 2018. november 5.

Összefoglalás

Sikeres kiskereskedő áruforgalmi folyamat értékesítés szakaszának elemzését és előrejelzését végeztük az egyik leghátrányosabb helyzetű kistérségben (Kunszentmárton) lévő községben, Tizsasason. Ahol a kiskereskedelem feltételei különösen kedvezőtlenek mikrokörnyezeti (Porter féle 5 versenyerő közül nagyon alacsony diszkrecionális jövedelmű vásárlók) szempontból. Vizsgálatunk célja az volt, hogy értékeljük kiskereskedő fejlődéséhez hogyan járult hozzá a vásárlói igényeket maximálisan kielégítő értékesítés valamint előrejelzést készítésünk az értékesítés várható alakulására.

Abstract

We analyzed and estimated sales value of a succesful retailer in Tizsasas, in one of the villages of the most disadvantageous subregion in Jász-Nagykun-Szolnok county. The retailer operates among extremely unfavorable micro environmental factors with customer with especially low discretionary incomes. Our objective was to evaluate turnover progress how sales maximizing customer demand satisfaction.

1. Bevezetés

Kutatásunk fő célja, egy a Jász-Nagykun-Szolnok megye Kunszentmártoni kistérségében található Tizsasas településen működő vállalkozás áruforgalmának értékelő elemzése volt. Szakirodalmi szerzők munkáinak segítségével felvázoltuk az összefüggéseket, amelyek az áruforgalmi folyamat egyes szakaszai (beszerzés, készletezés és értékesítés), és a kiskereskedelmi értékesítés tevékenységével kapcsolatban fontossággal bírnak. Feltártuk annak okait, hogy miként lehet egy előregedőben lévő, alig ezer lakossal rendelkező településen sikeres kereskedelmi vállalkozást üzemeltetni, fokozatosan fejleszteni-bővíteni az üzlet alapterületét, illetve az áruválasztékot egyaránt. A különböző gazdálkodási évek adatait egymással összehasonlítva pontos képet kaptunk miként alakult az üzlet árbevétele évről évre, és előrejelzést készítettünk trend függvény illesztéssel az idei évre. Elemzéseink alapján javaslatokat tettünk a gazdabolt értékesítésének további növelésével kapcsolatban.

* Földi Kata. Tel.: +36 203521546; fax: +36 56 512 496
E-mail cím: földi.kata@gk.uni-neumann.hu

2. Módszer

Szakirodalmi áttekintésünkben kitértünk az áruforgalom fogalmára és funkcióira, illetve szakaszaira. Terjedelmi korlát miatt jelen műben csak az értékesítés szakaszát fogjuk taglalni, mely logikailag 3. és fontosságilag az 1. helyet foglalja el.

Terjedelmi korlátok miatt csupán az értékesítés helyére és az értékesítést befolyásoló tényezőkre térünk ki, az értékesítéssel kapcsolatos fogalmakra és értékesítési módokra nem.

2.1. Az értékesítés, helye az áruforgalom folyamatában

Az értékesítés az áruforgalmi folyamat leglényegesebb szakasza, a beszerzett és készletezett áruk csak értékesítés útján hoznak hasznot, éppen ezért ebből a tevékenységből származik a vállalkozás bevétele. Olyan összetételű, választékú árumennyiséget kell beszerezni abban az ütemezésben, amelyben a vevőkör keresletét folyamatosan megfelelő szinten képes kielégíteni a vállalkozás. [1] Kereskedelmi vállalkozások eredményességének alapvető lételeme, az értékesítési folyamat optimális megszervezése. [2] Az értékesítést tárgyi oldalról szemlélve megállapítható, hogy az a késztermékek vevőkhöz való eljuttatásának folyamatoként írható le. [3] Némileg eltérő aspektusból vizsgálva az értékesítés az áruforgalom legmeghatározóbb mozzanata, amelynek bolti körülmények között az alábbi menete van: vásárlók fogadása, áruk bemutatása, ellenérték elszámolása, a megvásárolt termék csomagolása és vevő távozása. [4]

2.2. Az értékesítést befolyásoló tényezők

Az értékesítés közvetlen (direkt), közvetett (indirekt) illetve kettős volta is hatással van az értékesítésre. Egyes termékek esetében (például zöldség-gyümölcs) előszeretettel vásárolnak a végső fogyasztók a termelőtől. A közvetlen értékesítés előnyeként a frissesség, a helyi termékek, a fogyasztó-termelő kapcsolat és a bizalom sorakoztathatók fel. [5] Fontos szempont a vásárlók árérzékenysége, az értékesíteni kívánt termék árrugalmassága, amiből lemérhető miként változik a kereslet az árak változásával [6] A választék, a felmerülő költségek és az eladni kívánt termék életciklusa meghatározó szereppel rendelkezik, mivel ez a három tényező önmagában is más dimenzióba helyezheti az értékesítést, és annak lehetőségeit. [7] A nem megfelelően kialakított választék önmagában is gátolhatja az értékesítési forgalom növekedését, és a vállalkozás fejlődését is. A megfelelő választék kulcsfontosságú a sikert tekintve. A keresleti igények változásával a választékot érintő változtatások is szükségesegek lehetnek.

2.3. Gazdabolt bemutatása és története

Az anonimitását kérő, vizsgálat tárgyát képező Kft. 2008-as alapításától kezdve főtevékenységét tekintve mezőgazdasági jellegű tevékenységet, növénytermesztést végzett. 2012 tavaszán értesült egy a település forgalmas pontján álló vegyesbolt árukészlettel együtt történő megvételének lehetőségéről. A megvásárolt készlettel az ügyvezető személyes közreműködésével, aki mind az értékesítés mind az árubeszerzéssel kapcsolatos teendőket végezte, valamint 1 fő 4 órás alkalmazottal az üzlet 2012 augusztusában megnyitott. Az árukészlet összetételét is igyekeztek minél gyorsabban forgó és keresett ún. „kurrensebbé” tenni. Az üzlet döntően vegyesiparcikkeket forgalmazott, így a nyitáskor az átvett készletet, amelyet takarmányokkal, vetőmagokkal, dísznövényekkel, illetve az előzőleg a boltban forgalmazott zöldség- és gyümölcs választékkal jelentősen kiegészítették. 2012 telén megkezdődött a fa- és fűrészáruk, illetve csempék, burkolóanyagok készletbe vétele. A gazdabolt nyitásától kezdve nagy figyelmet fordított a különböző szezonális cikkek forgalmazására.

A településen jobbra élelmiszerboltok üzemelnek, a gazdabolt pedig vegyeskereskedés és mezőgazdasági jellegű áruk, kertészeti eszközök és takarmányok valamint kisebb alkatrészek és szerszámok értékesítésével mindösszesen egy konkurenciával rendelkezett a településen. A vásárlók részéről azonban felmerült az igény, hogy vásárlásaikat egy helyen végezhesék (Niels piacutató intézet üzletválasztás befolyásoló tényező), és ne kelljen több üzletet végigjárniuk mire a szükséges dolgokat meg tudják vásárolni. Az ilyen módon megnyilvánuló keresleti potenciálnak köszönhető, hogy a kezdeti takarmány és vegyeskereskedés a barkács és építőanyagok választékfejlesztése mellett egyidejűleg figyelmet fordítottak élelmiszerek, vegyi áruk, különféle ajándéktárgyak választékba vételére is.

2016-ban folytatódott a választék kismértékű átalakítása, az ügyvezető elmondása szerint ennek kiváltója is a vásárlók visszajelzéseiben volt keresendő, mivel sok vásárlók hiányolták termékeket az üzletből, és ebből kifolyólag több üzletbe is kénytelenek voltak betérni.

A 2017-es évben tovább folytatódott a kezdetektől jellemző állandó megújulás és folyamatos fejlődés, ami az üzlet kínálatát és összképét illeti. Jelentős fejlesztés egy platós teherautó beszerzése, melynek segítségével Tiszasason belül ingyen, 25 km-es körzetben pedig mindössze 2 ezer Ft ellenértékért vállalják a szállítást tűzifa, építőanyagok és nagyobb tételű takarmány vásárlása esetén egyaránt.

2018 évre a tulajdonos tervei alapján kisöprésre kerültek a ruházati készletek és a helyüket italdiszkont veszi át. Az ügyvezető várakozásai alapján ennek forgalma és kereslete kurrens képet mutathat és biztosítja a ruházati áruk elhanyagolható forgalmából következő javításra szoruló, egy négyzetméterre jutó forgalom emelkedését az előző időszakhoz képest.

2.4. Piaci viszonyok és közvetlen versenytársak

A térség kiskereskedelmi hálózatának fejlettsége jól jellemezhető a bevásárlóközpontok, hipermarketek és szupermarketek elterjedtségével [9]. A kunszentmártoni kistérségben egyedül Kunszentmártonban található szupermarket, a vizsgált községben egyik üzlettípus sem lelhető fel.

Mivel a gazdabolt árukészletének összetétele rendkívül szerteágazó, így konkurenciáról és piaci versenytársakról beszélni is meglehetősen összetett dolog. A környéken található kereskedelmi egységekkel való választék közötti egyezőség többnyire részleges, és kimerül adott esetben az élelmiszer és vegyi árukészletre, ami a környékbeli élelmiszer és ABC üzleteket illeti. Tiszasas településen üzemel egy COOP ABC üzlet, a COOP STAR Zrt. üzemeltetésében, mely leginkább a tejtermékek, csemege és húсарuk, illetve az akcióban meghirdetett termékköröket tekintve bír vonzerővel. Egyéb, a településen és a szomszédos községekben található magánkézben lévő élelmiszer és vegyeskereskedések tökeerőssége és lehetőségeik nem teszik lehetővé a gazdabolthoz hasonlóan széles választék biztosításának feltételeit. Jellemzően napi fogyasztási cikkek értékesítésével foglalkoznak, amelyet erős piaci árversennyel kívánnak gazdaságosan értékesíteni. A legjelentősebb versenytárs a SASI Tűzép - Trans Kft., amely Tiszasason 2, Csépán 1, Tiszaugon 1 üzletet működtet. Az üzletek közül 3 főként építőanyagokat, vasárukat, faipari árukat, szigetelőanyagokat, gépjármű alkatrészeket és villamossági árukat forgalmaz. A Tiszasason található Tűzép egységben üzemanyagot is értékesítenek. A SASI Tűzép - Trans Kft. készletét vizsgálva megállapítható az épületgépészettel és lakberendezéssel kapcsolatos áruk kiemelkedő szerepe, és az építőanyagok jóval magasabb részaránya, ami a nagyobb alapterülettel rendelkező leraktnak. Összességében elmondható a konkurens egységekről, hogy bár a gazdabolt kiterjedt árukészletének köszönhetően minden a közelben működő kereskedelmi egységgel részben azonos termékkört forgalmaz, viszont a SASI Tűzép – Trans Kft. üzletein kívül egyik sem olyan mértékű egyezés, amely a vállalkozás eredményességét és működési létjogosultságát erőteljesen befolyásolhatná. A SASI Tűzép - Trans Kft. üzleteit tekintve pedig megállapítható, hogy mind a gazdaboltnak, mind pedig a SASI Tűzép – Trans Kft. üzleteinek megvan az egymástól elkülönülő azon áruai, amik egy stabil vevőkört kialakítani képes bázist adnak.

3. Eredmények

3.1. A gazdabolt értékesítési forgalmának változása 2013-2017 között

A gazdabolt választéka a megnyitás óta nagyságrendekkel megnőtt, ezzel egyre szélesebb vevőkörnek kínálva a szükségleteik kielégítésének forrását. A 2012. augusztusi megnyitás töredék évét jelent a gazdabolt számára, így a 2012-es év adatai a többi gazdálkodási évvel nem hasonlíthatóak össze, az elemzés részét sem fogja képezni. A nettó árbevételek változása összes árucsoportra összesítve az 1. táblázat foglalja össze. A nettó árbevétel évről-évre növekedett. Az összevetés alapját képező 2013-as évben 17 827 ezer Ft árbevétel ért el nettó eladási áron számítva a gazdabolt. 2014 évben a bázis évhez képest 30,7%-os árbevétel növekedést realizáltak, az árbevétel 23 302 ezer Ft volt, mely a szélesedő kínálat által kiváltott vevőkör - bővülésnek és a vevők bizalmának erősödésének köszönhető megítélésünk szerint. 2015-ben az

előző évhez képest 31,7%-kal, a bázisul szolgáló 2013-as évhez képest pedig 72,1%-kal növekedett az árbevétel értéke, mely így már 30 684 ezer Ft értéket tett ki. Ez a tovább bővülő, szélesedő készletválasztéknak köszönhető, melyeket jó érzékkel a vevőkör igényeinek megfelelően alakítottak ki. 2016 évben az árbevétel tovább növekedett, az előző évhez képest 11%-kal, a bázis évhez képest pedig 91%-kal magasabb értéket mutatott. A 2016 évi árbevétel 34 054 ezer Ft értéket ért el. A növekedés főképp a készletek átrendeződésének köszönhető, és az új hazai építőanyag kiskereskedelemre ható makrotényezőnek. 2017-ben 40 140 ezer Ft árbevétel realizált a gazdabolt, mely az előző évhez képest 17,9% növekedést realizált, a bázis évhez képest pedig 125,2%-kal volt magasabb. Indokként a korábbiakban induló trendek erősödése, a gazdaság élénkülése és a helyesen megválasztott választék összetétel szolgálhat.

1. táblázat: A gazdabolt nettó árbevételének változása 2013-2017 között

Év	Nettó árbevétel (E Ft)	2013 év adata = 100%	Előző évadata = 100%
2013	17 827	100	-
2014	23 302	130,7	130,7
2015	30 684	172,1	131,7
2016	34 054	191,0	111,0
2017	40 140	225,2	117,9

3.2. A gazdabolt árucsoportonkénti árbevétele- és változása

Az árucsoportok forgalmi adatai az ügyvezető általi becsléseken alapulnak. Az árbevétel évről-évre nőtt, és ezt az árucsoportok is eltérő ütemben, de elősegítették. Az egyéb árucsoport egy szerteágazó kört foglal össze, mely tovább bontva nem adna ki olyan jelentős termékkört, mely indokolná a tovább bontását a kategóriának. Az egyéb árucsoportba tartoznak a horgász cikkek a vegyi áruk, az háztartási cikkek (kiszékek, eszközök). Illetve a szezonális áruk melyek egész évben szezonnak megfelelően változnak. A szezonális áruk jelentős részét fedik le a forgalomnak, de tovább bontani nem érdemes, mert heterogén csoportot alkotva jelentős ugyan a részarányuk, de homogén bontásban a főbb árucsoportokhoz nem mérhető a forgalmuk. Az árucsoportonkénti forgalmi megoszlást a 2. táblázat tartalmazza.

2. táblázat: Az árbevétel árucsoportonkénti megoszlása 2013-2017 között

Évek	2013	2014	2015	2016	2017
Árucsoport					
Food	11,0	12,0	12,7	12,2	9,3
Mezőgazdasági	28,0	25,3	22,0	21,8	19,9
Építőanyag	17,3	25,0	32,3	34,1	34,8
Tüzelőanyag	17,6	14,2	12,4	12,9	19,8
Egyéb	26,1	23,5	20,6	19,0	16,2
Összesen	100	100	100	100	100

A 2. táblázatról leolvasható, hogy 2014-es évben a megnövekedett forgalom némi átrendeződést okozott az árucsoportok forgalmi arányában. Ennek oka, hogy az összes árucsoportra vonatkozó forgalom nagyobb arányban nőtt, mint az előbbi három árucsoport forgalma. Az építőanyag árucsoport részarány-növekedést ért el, amely jelentős mértékben (+7,7% ponttal) javult az előző évhez képest.

2015 során a forgalom tovább nőtt csak úgy, mint az egyes árucsoportok által realizált árbevétel is, a növekedés mértéke azonban eltérő volt. Az építőanyag árucsoportjának forgalmi részaránya az előző évhez képest ismételtén nőtt (+7,3% pont), utóbbi mutató a kormány tudatos beavatkozásának eredménye. A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint a kiadott építési engedélyek száma 2012-től növekedési tendenciát mutat. Megnövekedett az érdeklődés és a

kereslet az építőanyagok iránt, ennek megfelelően a gazdabolt kínálatába egyre nagyobb választékban is egyre nagyobb szerepet kaptak.

2016-ban a forgalom tovább növekedett. Az építőanyag árucsoport forgalmi növekedése ismét meghaladta a gazdabolt átlagos forgalomnövekedését, ezért részaránya 1,8%-kal nőtt az előző évhez képest. Az átdolgozott Családi Otthonteremtési Kedvezmény [16/2016. (II.10.) Korm. rendelet [9] február 2016.02.11.-én lépett hatályba, ez a konstruktív kezdeményezés tovább élénkítette az építőanyag-piacot. A tüzelőanyag részaránya is pozitív irányban változott az előző évhez képest, mivel 0,5% ponttal magasabb volt, mint 2015-ben.

2017 évben a forgalom ismételtelen növekedett, ahogy az árucsoportok forgalmi adatai is. A forgalmi részarányok viszont eltérően alakultak. Az építőanyag árucsoport részaránya növekedett (+0,7% pont), a tüzelőanyag árucsoport forgalma viszont robbanásszerűen nőtt. Az árucsoport részaránya 6,9% ponttal nőtt az előző évhez képest, amely két tényező hatásának tudható be leginkább. Egyrészt a gazdabolt a 2017-es évtől lignit árusításába is kezdett a tűzifa mellett, másrészt egy tehergépjármű vásárlásával megnyílt a lehetőség a házhoz szállítás szolgáltatásának bevezetésére. Ez a két intézkedés nagyban bővített a vevőkörön, mivel a választék bővítésén túl kereskedelmi szolgáltatással bővítették a választékot (házhoz szállítással). Sok vásárló számára komoly feladatot jelent a megvásárolt tüzelő elszállítása, és gyakran a vásárlási alternatívák közötti döntést (beszerzési forrás) a házhoz szállítás biztosítása, illetve ennek feltételei határozzák meg.

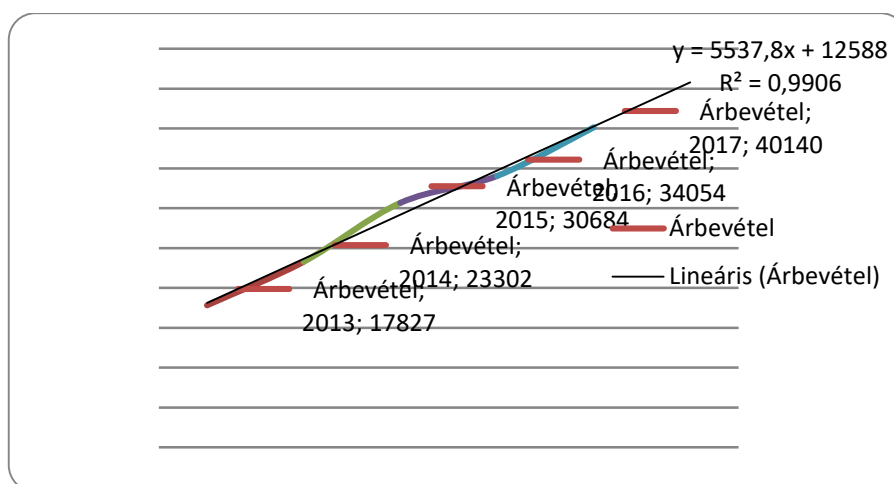
3.3. A gazdabolt forgalmának előrejelzése 2018 évre

3.3.1. Átlagos fejlődési ütem

A várható forgalom előrejelzésére két módszert alkalmaztunk. Az átlagos fejlődési ütem mutatóval az előző évek adataiból, és azok átlagos változásaiból lehet egy előrejelzést készíteni, mely a következő évre vetítve állapít meg egy „várható” forgalmat. A rendelkezésre álló adatokból elvégeztük az átlagos fejlődési ütem mutatóval az előrejelzést a 2018 évre várható forgalmat tekintve. A számolások értelmében a 2017. évi 40 140 ezer Ft forgalom 2018 évre várhatóan 22,5%-kal fog emelkedni. Ennek megfelelően a mutató eredménye alapján megközelítőleg 49 172 ezer Ft forgalom várható. Megítélésünk szerint ez az előrejelzés nem tükrözi a reálisan várható forgalmat 2018 évre, mivel az átlagos fejlődési ütemmel előre jelzett várható forgalom magasabb a ténylegesen elérhetőnél.

3.4. Lineáris trend

A trendszámítás az előrejelzés azon formája, amikor a szezonalitást a véletlent és a trendet vizsgálva megállapítható a három felsorolt közül melyiknek van a legnagyobb szerepe a forgalom változásában. A trendszámítás négy alapesete általánosan alkalmazott kereskedelmi vállalkozásoknál, a lineáris, az exponenciális, a logaritmikus és a hatványos. A négy elvégzett számítás közül azt célszerű alapul venni az előrejelzésnél, amelynél az R^2 értéke legközelebb van az 1-hez. Az excelben elvégzett trend függvény illesztések alapján a lineáris trend értéke került a legközelebb (0,9906). A lineáris trend függvénynél az x helyébe behelyettesítve a vizsgált évek számát eggyel meghaladó értéket megkapható a számszerű előrejelzés is. Ezzel a módszerrel a 2. ábrán lineáris trendvonalon túl számszerű adat is rendelkezésre áll.



1. ábra: A forgalom alakulása, és előrejelzése 2018 évre

Az árbevételt jelző vonal jól illeszkedik a lineáris trend vonalhoz. Az x helyére behelyettesítve a 6-ot (5 gazdálkodási évet vizsgáltunk) az eredmény 45 815 ezer Ft mint a 2018 évre várható árbevétel. Megítélésünk szerint sokkal valószínűbb, hogy ezt a forgalmi adatot eléri a gazdabolt a 2018-as évre, mint az átlagos fejlődési ütem mutatóval kiszámolt 49 172 ezer Ft-ot. Ezt igazolja a R^2 értéke, amely magyarázó erőként trendet tünteti fel 99,06 %-ban, a szezonális és véletlen pedig csupán 0,94% százalékban tehető felelőssé a forgalom konkrét értékeért. Ebből kiindulva előrejelzést tekintve a trend függvényvel számolt 45 815 ezer Ft-os értéket tartjuk irányadónak.

4. Következtetések

A gazdabolt megnyitása óta töretlen fejlődést mutat, amely a válságból kilábaló gazdaság, és a kormány által megszabott új irányvonalnak köszönhetően számos „húzó termékkel” rendelkezik. A gazdabolt jó példája annak, mi szükséges egy kereskedelmi vállalkozásnak a dinamikus fejlődéshez és sikeres gazdaságos működéshez egy leszakadó régió kis településén. A vásárlói igényeknek megfelelő áruválaszték kialakítása, mind elősegítik a felelős gazdálkodást. A piaci változásokra gyorsan, hatékonyan és rugalmasan reagáló vállalkozás, amely keresleti potenciál esetén bátran helyezi át a hangsúlyt a már jól bevált árucsoportokról addig nem forgalmazott árukra. A piaci változásokra gyorsan reagálnak és a raktározási kapacitáskorlát előnye, hogy nem marad nagy mennyiségű „elfekvő” készletük. Folyamatosan lefedetlen piaci rés keresése jellemző a gazdabolt üzletpolitikájára. Meglátásunk szerint a gazdabolt olyan értékesítési politikát folytat, amely a továbbiakban is sikeres lehet. Mivel a versenytársak is folyamatos fejlesztéseket és bővítéseket hajtanak végre, így elengedhetetlen a további választék bővítés a gazdabolt piaci pozíciójának megtartásához, illetve ennek erősítéséhez. Szűkíteni kell azon termékek körét, melyeket a konkurenciánál megtalálnak a vásárlók, de a gazdaboltban eddig nem forgalmaztak. A készlethiányosságokból adódó vásárlói elpártolásokat a minimálisra kell csökkenteni. Az éles piaci verseny miatt a versenytársak készletbővítéseire reagálni szükséges, máskülönben a piaci pozíció veszélybe kerül. A megszokott jó minőség szükségszerűen biztosítandó, mivel hamar kiütközne a vásárlók számára a nem megfelelő minőség, ez pedig a vásárlók elpártolásával járna.

Megítélésünk szerint minden adott, hogy a következő években is folytatódjon az eddigiekben megfigyelt folyamatos fejlődés, melynek révén még jelentősebb piaci szereplővé válhat a gazdabolt.

Köszönetnyilvánítás

Köszönettel tartozunk a kutatás támogatásáért, amely az EFOP-3.6.1-16-2016-00006 „A kutatási potenciál fejlesztése és bővítése a Neumann János Egyetemen” pályázat keretében

valósult meg. A projekt a Magyar Állam és az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával, a Széchenyi 2020 program keretében valósul meg.

Irodalomjegyzék

- [1] Stágel Imréné: [é.n]: Az értékesítéshez kapcsolódó tervezési és szervezési feladatok. Budapest, Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet [Online]. Elérhető:
http://kepzesevolucioja.hu/dmdocuments/4ap/17_0003_002_101130.pdf. [Megtekintés: 19-Február-2018].
- [2] Horváthé Herbáth Mária – Stágel Imréné [2009]: Az áruforgalmi tevékenység tervezése, elemzése, hatása az eredményre. Budapest, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft.,
- [3] Lőrinczi Gyula [2000]: Vállalatgazdaságtan Budapest, SZÁMALK Kiadó
- [4] Erdélyiné Reményi Hajnalka – Kovács Sándorné [2005]: Kereskedelmi alapismeretek és alapszabványok. Budapest, Tankönyvmester Kiadó
- [5] Juhász Anikó [2012]: A közvetlen értékesítés szerepe és lehetőségei a hazai élelmiszerek piacra jutásában. Budapest, Agrárgazdasági Kutató Intézet
- [6] Gábor Miklós – Sólyom Csaba [2006]: Kereskedelmi vállalkozások gazdálkodása és vezetése II. füzet Budapest: BGF
- [7] Némon Zoltán – Sebestyén László – Vörösmarty Gyöngyi [2006]: Logisztika folyamatok az ellátási láncban. Budapest, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft., 388 o.
- [8] Sikos T., Tamás - Kovács, András [2008] Új trendek a határ menti kiskereskedelemben Délnyugat-Szlovákiában” Területi Statisztika, 2008. november 11. 48. évf. 6. sz. p. 724-733.
- [9] 16/2016. (II. 10.) Korm. rendelet. In: Magyar Közlöny [2016] 16. szám pp. 786-813.