



**Zsana Önkormányzata Polgármestere**

**6411 Zsana Kossuth u. 3.**

**Tel: 77/590-055**

**e-mail: [zsana@zsana.hu](mailto:zsana@zsana.hu)**

**ELŐTERJESZTÉS**

Zsana Önkormányzata Képviselő-testülete 2024. szeptember 26-i ülésére

**Tárgy: Zsana, Kossuth u. 5/B. szám alatti önkormányzati ingatlan bérleti díjának meghatározása**

*Tisztelt Képviselő-testület!*

Zsana Önkormányzata Képviselő-testülete 124/2018.(XI.27.) Kt. határozattal döntött a 3A Takarékszövetkezet tulajdonát képező Zsana, Kossuth L. u 5/B. szám alatti ingatlan megvásárlásáról. Az ingatlan végül 2019. augusztusában került az Önkormányzat tulajdonába. Az épület 2024-ben teljes felújításon esett át azzal a céllal, hogy helyi vállalkozásoknak helyet tudjon biztosítani.

Zsolyomi-Tóth Elizabet kérelemmel fordult a Képviselő-testülethez, melyben leírta, hogy a fenti épületet kívánja bérbe venni kozmetikai, műköröm építés, masször, fodrász, szempillaépítő szépségipari szolgáltatás nyújtása céljából.

Javaslom az ingatlan bérbeadását határozatlan időre, bruttó 40.000,- Ft/hó bérleti díjért, az előzetes egyeztetéseknek megfelelően 2024. október 7. napjától.

A fentieknek megfelelően kérem a Képviselő-testületet, hogy az előterjesztést megtárgyalni, a határozati javaslatot elfogadni szíveskedjék!

**Határozati javaslat:**

**.../2024.(IX. 26.) Kt.**

**Zsana, Kossuth u. 5/B. szám alatti önkormányzati ingatlan bérleti díjának meghatározása**

**1. Zsana Önkormányzata Képviselő-testülete Zsana, Kossuth u. 5/B. szám alatti, 97 hrsz-ú önkormányzati ingatlan bérleti díját 2024. október 1. napjától bruttó 40.000,- Ft/hó összegben állapítja meg.**

**2. A Képviselő-testület Zsolyomi-Tóth Elizabet 6411 Zsana, Nyírfu u. 29. szám alatti kérelmező részére a Zsana, Kossuth u. 5/B. szám alatti, 97 hrsz-ú önkormányzati ingatlant 2024. október 7. napjától határozatlan időre bérbe adja azzal, hogy az Önkormányzat a bérleti díjat minden év január 31. napjáig felülvizsgálja.**

**3. A Képviselő-testület felhatalmazza Visnyei Miklós Polgármestert a bérleti szerződés aláírására.**

Határidő: 2024. október 7.

Felelős: Visnyei Miklós polgármester

Határozatról értesül:

1. Visnyei Miklós polgármester
2. kérelmező
3. Gazdálkodás helyben
4. Irattár

Zsana, 2024. szeptember 25.

  
Visnyei Miklós



Tisztelt Polgármester Úr,  
Tisztelt Képviselőtestület !

Balotaszállási Közös Önkormányzati Hivatal ZSANA Kirendeltsége - Zsana Önkormányzata		
Érkezett: 2024. Szept. 12.	Melléklet: ..... db.	Iktatószám: 215-2
		Zsana 2024. 24.
Előszám:	Utószám:	Előadó: V. M.

Alulírott Zsólyomi-Tóth Elizabet (született: Kiskunhalas, 1994.05.25., anyja neve: Lavati Gabriella) 6411 Zsana, Nyírfák utca 29. szám alatti lakos az alábbi kérelemmel fordulok Önökhöz:

Kozmetikus tanulmányaim befejezése után folyamatosan terveztem, hogy tudásom egy saját vállalkozáson belül kamatoztathassam.

Vállalkozásom több ágazatból állna, hiszen több ilyen szakirányú végzettséggel is rendelkezem.

1. Első ilyen ágazat amit megvalósítanék az a kozmetika lenne folyamatosan bővülő szolgáltatásokkal, bármely korosztály és nem számára.
2. Második ágazat a Callux lábápolás, mely egy gyümölcssavas hámlasztással történő eljárás keretein belül fogadja vendégeit.
3. Harmadik ágazat jelenleg folyamatban van, hiszen egy műköröm építő és körömdizájner tanfolyamot fogok elvégezni. Természetesen a tanfolyam elvégzése után szeretném a helyiségbe a műkörömpépitést is bevezetni ezzel bővítve a szolgáltatások palettáját. A vizsgám időpontja: 2024.10.12.

Terveim között szerepelt az is, hogy egyéb vállalkozók bevonására is lehetőség nyílhasson az összes helyiséget kihasználva. A jelenlegi állás szerint sikerült megállapodnom egy fodrásszal, egy szempillaépítővel és egy masszörrel.

Tehát, egyik kisebb helyiségben **masször** vállalkozó állna munkába.

A nagy helyiségben egy **fodrász** (Főnix Studio), valamint egy **szempillaépítő** kezdené el munkásságát. A lenti helyiséget használnám én, mint **kozmetikus és műkörömpépitő és körömdizájner**.

Azt gondolom ezek a szolgáltatások még jobban élhetővé teszik ezt a kis falut, valamint az emberek nagy többségének nem kell azért egyéb városokba utaznia, hogy ilyen szolgáltatásokat igénybe vehessen.

Így szeretném kérelmezni, hogy a Zsanán található volt Takarékszövetkezet 6411 Zsana, Kossuth utca 5. szám alatti épületét erre a célra Zsana Önkormányzata bérbe adja részemre. A betársult vállalkozókkal természetesen megállapodást kötünk, így osztozva fizetnénk ki a teljes bérleti díjat, de természetesen a főbérlet én lennék.

Kelt: Zsana, 2024. szeptember 11.

Kérelmem pozitív elbírálásában bízva,  
maradok tisztelettel:

  
Zsólyomi-Tóth Elizabet





# **Lizi Szépségműhely Üzleti terv**

**Készítette: Zsólyomi -Tóth Elizabet  
kozmetikus technikus**



## **Tartalomjegyzék**

1. Bevezetés
2. A tervezett vállalkozás bemutatása
3. A tervezett vállalkozás szervezeti felépítése
4. A piaci igényeket felmérő primer kutatás eredményei
5. Részletes versenytárselemzés, konkurencia analízis
6. A tervezett vállalkozás marketing stratégiája, marketing-mix
7. Összefoglalás, javaslatok, következtetés





## **1. Bevezetés**

Mindig is izgatottság fogott el, ha eszembe jutott a gondolat, hogy egyszer lesz egy saját kozmetika üzletem. Úgy gondolom, hogy egy kozmetikus szakember egyik kiteljesedése az lehet, ha a szakmája szépségeit és persze nehézségeit is, egy saját vállalkozás menedzselésével és irányításával tapasztalja meg. Egyértelműen az az egyik vágyam, hogy a jövőben ezt megtapasztalhassam, így adott volt, hogy ebben a témában gondolkozzak a jövőt tekintve.

## **2. A tervezett vállalkozás bemutatása**

Tervezett vállalkozásom Zsanán található egy kisebb faluban. Zsana Bács-Kiskun vármegye déli részén fekszik, Csongrád-Csanád vármegyével határos település. Kiskunhalastól mintegy 14 kilométerre délkeletre található, a Szegedre vezető 5408-as út mentén.

A belsőtér kialakítása rendkívül egyszerű, de mégis elegáns és nagyon otthonos légkört teremt bármely korosztály számára. A hasonló kozmetikákból, sajnos nem igazán van kínálat a közelben.

## **3. A tervezett vállalkozás szervezeti felépítése**

A szervezet egy társadalmi formáció, amely bizonyos emberek közös tevékenységére irányul. Jellemzően valamilyen cél vezérli, aminek érdekében képes az erőforrásait mozgósítani. A szervezeti struktúra meghatározza a tagok munkakörét és a kommunikációs szinteket, illetve magában foglalja a szervezeti sémát.

A szervezeti struktúra határozza meg a munkafolyamatokat, az ösztönzési rendszert, és a kiválasztás körülményeit is. A megfelelő szervezeti struktúra kialakítása hozzájárul a feladatok hatékony megoldásához, ezáltal pedig a közös cél eléréséhez. Nagyon fontos, hogy a személy megfelelő szakképzettséggel és elhivatottsággal tegye ezt.

## **SWOT ANALÍZIS**

**Erősség:** Egyedülálló környezet, panoráma, Nagy, turisztikailag fejlett városok jelenléte: Szeged, Kiskunhalas, Fejlődő infrastruktúra: úthálózat, szálláshelyek, fürdők, kommunikáció



**Gyengeség:** Bár fejlődik, de jelenleg gyenge a régió infrastrukturális helyzete, Bizonytalanság a kereslettel kapcsolatban.

**Lehetőség:** Növekvő igény az ilyen jellegű szolgáltatásokra, Pályázati lehetőségek, Szolgáltatások és arculat bővítése. A régió egyre növekvő turisztikai jelentősége, új piacokra való belépés.

**Veszély:** Konkurencia, Változó jogszabályi környezet, Vásárlóerő csökkenése, Gazdasági válság, Pályázati lehetőségek számának csökkenése, Váratlan költségnövekedés miatti kiadások és többlet ráfordítás

#### **4. A piaci igényeket felmérő primer eredményei**

A piacelemzés egy közgazdaságtani vizsgálat, egy konkrét üzleti cél érdekében. A mai világunkban nélkülözhetetlen és egyben elkerülhetetlen az információ áramlása, így a cégek is és a kisebb vállalkozások is arra törekednek, hogy minél több információt szerezzenek be a versenytársaiktól, hogy a megszerzett információk birtokában azokat előnyükre használják fel. Ez nem meglepő, hiszen mi is ezt csináljuk, ha például venni szeretnénk egy új telefont, vagy elmennénk egy régóta vágyott nyaralásra információt gyűjtünk az ismerőseinktől, az internetről, hogy melyik lehet az ideális választás.

Az információ beszerzése kétféle lehet, primer és szekunder.

A személyes felkutatást választottam, melynek eredménye a megkérdezett személyek közül túlnyomó részt arra hajlott, hogy nagy igény lenne egy helyi kozmetikára, illetve úgymond szépségcentrumra. Igaz minden korosztálynak más szolgáltatás keltette fel az érdeklődését. Így célom ezeket az információkat felhasználni és így alakítani a szolgáltatásaim.

#### **5. Részletes versenytárs elemzés, konkurencia analízis**

A versenyképesség, mint fogalom a globalizáció és az egyre gyorsuló gazdasági verseny hatására került előtérbe. A gazdasági verseny közvetlen kihatással bír az emberi élet mindenségére, és sok szempontból kihatással van az emberek hétköznapijaira is, hiszen versenyzünk a munkahelyünkön, az iskolában, a szerelemben is, tehát kijelenthető, hogy az élet minden területén jelen van.

Így van ez, sőt sokkal inkább jelen van a kozmetikai világában is. Hiszen nagyon sokan már ezt tanulják és mindenki próbál a legjobb lenni, bár nem biztos, hogy mindenki ezt a legjobb szakmai tudással teszi.



Egy kozmetikai létesítmény esetében nagyban befolyásolja a versenyképességet a kozmetika területi elhelyezkedése, a kínált szolgáltatás minősége és egyedisége a versenytársak jelenléte és azok teljesítőképesége.

Egy kozmetikai esetében a versenyképességet úgy tudjuk mérni, hogy mennyire képes eladható szolgáltatásokat nyújtani, úgy, hogy közben elégedettek legyenek a vendégek.

Helyben fő konkurenciája a kozmetikának nincsen, azonban egy szegedi vállalkozó alkalmanként ellátja korábban kezelt néhány vendégét.

## **6. A tervezett kozmetika marketing terve, marketing mix**

A marketing mix tulajdonképpen a marketing eszközök összességét jelentik, amelyeket a vállalat arra használ, hogy a kitűzött célokat elérje az adott piacon. A célja, hogy a lehető legkisebb befektetés mellett a lehető legnagyobb profitot hozza a vállalat részére. Fontos a megfelelő marketing mix kidolgozása, ugyanis ez segít a megfelelő marketing eszközök meghatározásához.

**Price:** Az árak kialakítása nehéz feladat minden vállalkozás számára. Akkor tudjuk elérni a legnagyobb árbevételt, ha megfelelően pozícionáltuk a saját termékünket, és a megfelelő árstratégiát alkalmaztuk. Olyan árat kell képezni, amelyet a vevő képes és hajlandó is megfizetni, de emellett profitot is termel és nem utolsó sorban versenyképes is.

Az árképzés kialakításánál figyelni kell a termék ár-érték arányát, ugyanis, amennyiben egy magasabb ár ellenében egy alacsonyabb szolgáltatást kap a vevő, úgy vevői elégedetlenség fog kialakulni.

Esetemben azért tudok magasabb árat kialakítani, mert újdonsággal szolgálok, professzionális termékeket felhasználva olyan élményt tudok nyújtani, amit a vendég még nem tapasztalt, így hajlandó magasabb árat fizetni. Az árak kidolgozásánál természetesen figyelembe veszem azt is, hogy árkedvezményeket is bevezessek, akciók vagy nyereményjátékok keretében.

**Product:** Ez az elem tartalmazza a vállalat kínálatának összességét, amely minőségben képes kielégíteni a vevői igényeket. Ide soroljuk magát a terméket vagy szolgáltatást és a termékfejlesztést egyaránt. Figyelembe kell venni, hogy egyre inkább bővülnek az igények a szolgáltatásokat illetően.

**Place :** Fontos a jó kereskedelmi partnerek megválasztása. A disztribúciós csatornák közül a legfontosabb az internet, ezért nagyon fontos, hogy megfelelő Google keresésre optimalizált online felülettel rendelkezzen a vállalkozás.



**Promotion:** Az ösztönzéspolitika tudatja a vásárlókkal, hogy a termék létezik. Feladata, hogy felkeltse a vevő érdeklődését. Nem elég, ha a kialakított szolgáltatásunk magas minőségű, el kell tudni juttatni a vevőhöz a terméket. A legfontosabb, hogy a vállalkozásnak azt kell bemutatni, hogy mi az amiben többet tud nyújtani a versenytársaktól, hogy mivel tudja felhívni magára figyelmet, mivel tud kitűnni a többiek közül, ezt a megfelelő kommunikációval tudjuk elérni.

Egy vállalat számára egyaránt fontos a külső és belső kommunikáció is. A külső kommunikációt arra használjuk, hogy a különböző – a vállalkozás és termék számára legmegfelelőbb kommunikációs csatornán keresztül elérjük a célpiacunkat. A tervezett vállalkozás esetében a külső kommunikációt tekintve a legfontosabb értékesítési csatorna az internet. Egy jól kialakított honlap az egyik legfőbb promóciós eszköz lehet.

**People:** A szépségiparban az egyik legmeghatározóbb eszköz az emberi tényező. Lényeges szempont, hogy megfelelő hátteret alakítsunk ki, valamint, hogy megfelelő legyen a kommunikáció a kozmetikus és a vendégei között. A kommunikáció hiánya sok problémához vezet.

**Phisycal evidence:** Külső kialakítás. A külső kialakítás rendkívül fontos, hiszen ez az első, amit meglát a vendég. Szép környezet, virágokkal, fákkal, rendezett kisudvarral vagy előkerttel. A parkolás pedig természetesen megoldott. A belső kialakítás szintén nagyon fontos, hiszen a vendégeink ott veszik igénybe az általunk nyújtott szolgáltatást. Egyszerű, mégis elegáns de nyugtató környezet, jó illatokkal és lágy zenei dallamokkal.

**Process :** A szolgáltatásnyújtás menedzselése szintén fontos feladat a vállalkozás kialakításában. A folyamatokat úgy kell kialakítani, hogy azok nyomon követhetők és ellenőrizhetők legyenek. Természetesen kell, hogy legyen szabályozás, de emellett nagyon fontos, hogy a kozmetikus talpraesett, határozott, és jó problémamegoldó képességgel rendelkezzen, valamint kiváló szakmai tudással és tapasztalattal.

## 7. Összefoglalás

Amikor az ember egy új vállalkozás indításán gondolkozik, mindig annak kell lennie a legfontosabbnak, hogy valami újat, különlegeset és egyedit tervezzünk. Mindenképp olyan vállalkozást szeretnék indítani, amely eltér a többitől és egyedi. Ahogyan azt már korábban is kifejtettem, nagyon szeretem az otthonos, természet közeli, virágokkal és díszfákkal teli, diszkrét épületeket. Ezek miatt döntöttem úgy, hogy ezen a vonalon indulok el az új vállalkozás létrehozása kapcsán. Szeretnék mindent figyelembe venni a vállalkozásom beindítása érdekében, mellyel egy csodálatos, nyugtató környezetet biztosíthatok a leendő vendégeim számára.

Fontos nekem, hogy elégedetten távozzon a vendég és ha megkérdezi bárki, hogy tud-e egy jó kozmetikust ajánlani, engem fog mondani, mert tetszett neki a szolgáltatás és a környezet is.

