



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Szent István Campus
Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet
Kereskedelem és marketing alapszak

**AZ AUTÓIPAR VIZSGÁLATA MAGYARORSZÁGON A MERCEDES-BENZ
VÁLLALATÁN KERESZTÜL**

Témavezető: Villányi Judit, egyetemi docens
Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet
Közgazdaságtani és Természeti
Erőforrások Tanszék

Készítette: Kállai Áron Zsolt

Gödöllő
2024

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	2
2. Szakirodalmi feldolgozás	3
2.1. Az Európai Unió gazdasága és Németország	3
2.2. Az autókereskedelem és autógyártás története	8
2.3. Az autógyártás története hazánkban	12
2.4. Az autóipar szerepe Magyarországon.....	15
2.5. A Covid hatása az autóiparra	17
2.5.1. Németország	17
2.5.2. Magyarország.....	18
3. Módszertan.....	21
3.1. A Mercedes-Benz bemutatása	21
3.2. A Mercedes magyarországi telephelyének bemutatása	23
3.3. SWOT analízis	24
3.4. Kérdőíves felmérés	31
4. Következtetések, javaslatok	43
5. Összefoglalás	45
6. Irodalomjegyzék.....	45
7. Ábrajegyzék	52
8. Táblajegyzék	53

1. Bevezetés

Témaválasztásom azért erre a területre esett, mert mindig is érdekelték a világgal kapcsolatos politikai és gazdasági fejlemények. Ezen felül érdekelt az autó, mint technikai találmány és az autóipar átalakulásából kiindulva rendkívül érdekes ágazatnak tartottam kutatási támpontnak. Az autóipar manapság is jelentős, a jövőre tekintő strukturális változásokon megy végbe, így feltehetjük magunkban a kérdést, miként hat Magyarországra és a világ országainak nemzetgazdaságára.

Kutatásom során azokra a kérdésekre kerestem a választ, hogy milyen meghatározó trendek uralkodnak jelenleg az autóipart tekintve, ezen belül a Mercedes magyarországi vállalatára fókuszálva.

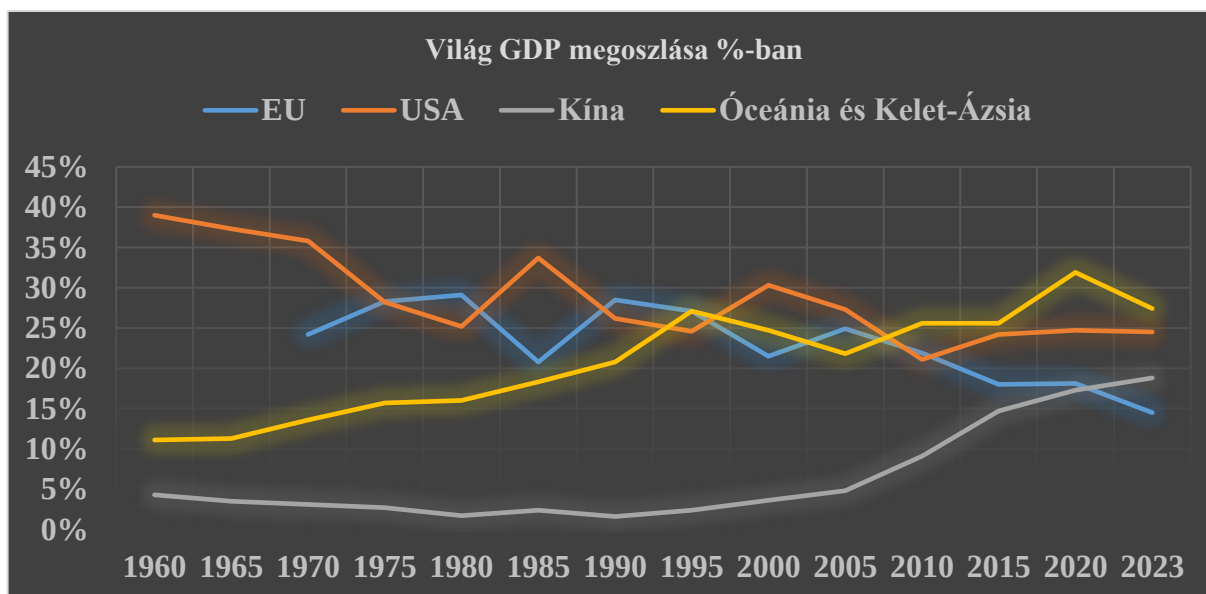
Kutatásom logikai menete alapvetően angol és magyar nyelvű szakirodalmakon nyugszik, illetve jól ismert szervezetek alapos statisztikai adatainak elemzésén. Ilyenek például az OICA (International Organization of Motor Vehicle Manufacturers), ACEA (European Automobile Manufacturers' Association) és KSH (Központi Statisztikai Hivatal), DESTATIS (Szövetségi Statisztikai Hivatal), DUIHK (Német-Magyar Kereskedelmi és Iparkamara), OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), Eurostat (European Commission), KPMG (Autóipari Intézet), GTAI (Germany Trade and Invest), VDA (German Association of the Automotive Industry) és a Trade DG Statistical Guide (az Európai Unió kiadványa). Segítségemre voltak különböző autóipari trendekkel kapcsolatos sajtócikkek, sajtóorgánumok, korábbi kutatási eredmények és jelentések is. SWOT analízisen keresztül bemutatom a Mercedes hazai vállalatát, illetve egy kérdőíves felmérés segítségével támasztom alá, illetve cáfolom az általam felállított hipotéziseket:

- H1: A Z generáció tagjai inkább vásárolnak használt autót, mint az idősebb korosztály tagjai.
- H2: A fővárosban élők körében gyakoribb a hibrid autó vásárlása, mint a fővároson kívül élők.
- H3: Befolyásoló tényezőként erőteljesebben számít a hétköznapiakban az üzemanyag árak változása a felsőfokú végzettségűek körében.
- H4: Van összefüggés a nemek és a márkahűség között.

2. Szakirodalmi feldolgozás

2.1. Az Európai Unió gazdasága és Németország

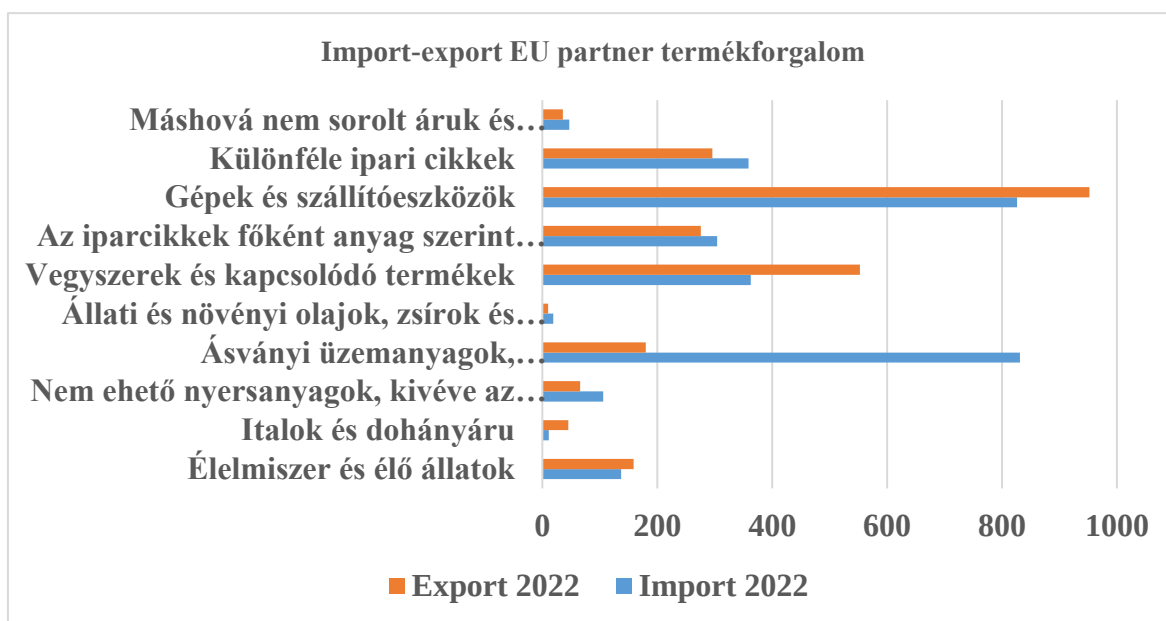
Mielőtt belekezdenék az EU gazdaságának bemutatásába a vizsgált szektor tekintetében, szeretnék néhány dolgot megemlíteni a világgazdaságról ahhoz, hogy megértsük a gazdasági folyamatokat. A Föld teljes globális GDP-je 2023-ban 1043,55 milliárd amerikai dollár volt. A fejlett országok GDP részesedésének tetőpontja 1992-ben volt, ekkor a nagy jövedelemmel rendelkező országok 85%-ot értek el. A 2000-es évektől folyamatosan vesztenek jelentőségükből. Olyan kelet-ázsiai országok, mint Kína felemelkedésével fölényük fokozatosan sorvad. Az Európai Unió tekintetében az 1979-es év volt a legsikeresebb, amikor az USA gazdasági teljesítményét is megelőzte. 1980-2005 között váltakozó ütemben, de folyamatosan gyengült a gazdaság, majd 2005-től egészen 2023-ig 17,6%-ra redukálódott az Európai Unió országok GDP részaeránya, amit az alábbi diagram szemléltet (EUROSTAT, 2023)



1. ábra: Világ GDP-jének megoszlása (Forrás: imf.org alapján, saját szerkesztés, 2023)

Ezen adatokból az állapítható meg, hogy az Unió országainak gazdasági súlya csökkenő tendenciát mutat a gazdaságban betöltött szerepét tekintve. Egyes elemzések szerint a világgazdaság a század közepére jelentősen át fog rendeződni. Az előrejelzések szerint a század közepén már csak 4 európai ország fog szerepelni a top 15 legerősebb GDP-vel rendelkező országok között, Oroszországot beleértve. (OECD, 2023)

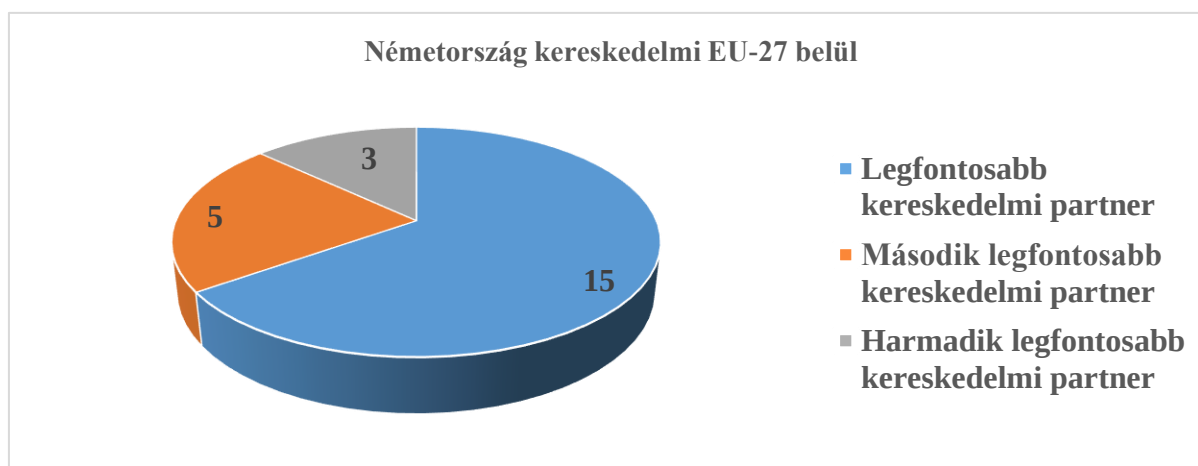
Kína megelőzte az Egyesült-Királyságot és feljött a második helyre 857 milliárd eurós értékkel (15.4%). 2022-ben 230 milliárd euróval a 3. legnagyobb export ország (9%), és 627 milliárd euróval a világ legnagyobb import országa (20.9%). Az Egyesült Királyság az elmúlt évszázadban sokat veszített pozíciójából, de még mindig jelentős gazdasági hatalomnak számít. Az EU harmadik legnagyobb partnere 545 milliárd euróval (9.8%). Második legnagyobb exportőr 329 milliárd euróval (12.8%) Harmadik legnagyobb importőr az Unió termék piacán 216 milliárd euróval (7.2%). Negyedik partner Svájc 333 milliárd euróval (6.0%) és exportban is szintén a negyedik helyet foglalja el 188 milliárd euróval (7.3%), még importban hatodik helyet foglalja el 145 milliárd (4.8%). Utolsó partner Oroszország 259 milliárd euróval. (4.6%) Exportban mindössze a kilencedik helyet foglalja el 55 milliárd euróval (2.1%). Importja viszont a negyedik a világon az energiahordozók miatt. Értékben 203 milliárd eurót tesznek ki (6.8%). (Unio, 2023)



2. ábra: Eu termékforgalma (Forrás: op.europa/en publication alapján saját szerkesztés, 2023)

Az ábrán jól látható, hogy a legnagyobb részarányt a gépek és szállítóeszközök részaránya képviseli, aminek értéke nőtt az elmúlt évekhez képest. Import oldalon megemelkedett az energiahordozók aránya. Számottevő növekedést a vegyi anyagok érték el. 2023 harmadik negyedében az import és az export egyaránt 4,6, illetve 1,2 százalékkal csökkent az előző negyedévhez képest. Az import érték szerinti rangsorolásakor a legnagyobb csökkenést az egyéb iparcikkek (-6,6 milliárd euró, -4,6%), gépek és járművek (-6,2 milliárd euró, -3,0%), valamint az energia (-4,7 milliárd euró, -3,5%) esetében tapasztaltuk. Csökkent a gépek és járművek kivitele (-6,9 milliárd euró, -2,7%) és az egyéb iparcikké (-2,7 milliárd euró, -

1,9%), míg az energia (3,4 milliárd euró, +11,1%) és a vegyszerek (3,2 milliárd euró, +2,5 %-kal nőtt. 2023 harmadik negyedévében az EU egyenlege többletet könyvelt el. Az EU 2022-ben 157 670 millió euró értékben exportált gépjárműveket az tagországokon piacán kívülre. Ezzel éves csúcsot döntött. Legnagyobb arányt Németország tette ki, mint autópiaci hatalom a maga 59%-ával (92 244 millió euró). Őt követi Szlovákia (9200 millió euró), valamint Belgium (8305 millió euró). Import oldalon szintén Németország van első helyen a tagországok között 19 879 millió euróval, utána jön Belgium 15 222 millió euróval és végül Franciaország 5 379 millió euróval. A közúti gépeket hat alkategóriába sorolhatjuk, ezen belül az autók uralják a termékkereskedelem forgalmát. A közúti járművek exportértéke 252,3 milliárd volt, míg importja 120,6 milliárd eurót tett ki. Az autóexport 157,7 milliárd euró, importoldalon 61,9 milliárd euró volt 2022-ben. A gépjármű alkatrészek 55,9 milliárd eurós exporttal és 28,5 milliárd eurós importtal rendelkeztek. Az áruszállító járművek exportja 18,9 milliárd eurót tett ki, importja pedig 7,5 milliárd euró volt. 2022-ben a mozgássérült kocsik és motorkerékpárok, kerékpárok, motoros és nem motoros kocsik 10,6 milliárd euró kereskedelmi hiányt értek el. Arról már szót emeltem, hogy mekkora szerepe van az Európai Uniónak a világkereskedelemben belül, de most szót ejtenék a tagállamok egymáshoz viszonyáról. Másik nagy kérdés az, hogy az egyes Uniós tagállamoknál milyen súllyal bír Németország kereskedelemben betöltött szerepe alapján. (KSH, 2022)



3. ábra: Németország kereskedelmi partnerei (Forrás: wordbank.org, saját szerkesztés, 2023)

Az ábra alapján tisztán kivehető, hogy Németország Európai Unió belüli kereskedelmi súlya kétségtelen. A német dominanciát az is jelzi, hogy a 23 tagállamból 15 tagállamnak Németország volt az első számú kereskedelmi partnere. Ez több, mint 2/3-os többség. Másik tényező, a korábban említett történelmi okok és a földrajzi közelség. Németország kapcsolatai az országokkal az EU-n belül eltérő súllyal éri az első számú kereskedelmi szerepkörét. Vannak olyan tagállamok, ahol 30 százalékos kereskedelmi részaránnyal első helyen áll, ilyen például Ausztria, Csehország, Luxemburg. De akadnak olyan államok, mint Bulgária és Finnország, ahol alig 10 százalékos kereskedelmi részarány is elegendő ahhoz, hogy első számú partner legyen Németország tekintetében. A további történelmi ok pedig a keleti blokk megszűnése, és az EU bővítése. 14 tagállam esetében Németország hagyományosan, a 2000-2010 között töltötte be ezt a pozíciót. (KSH, 2023)

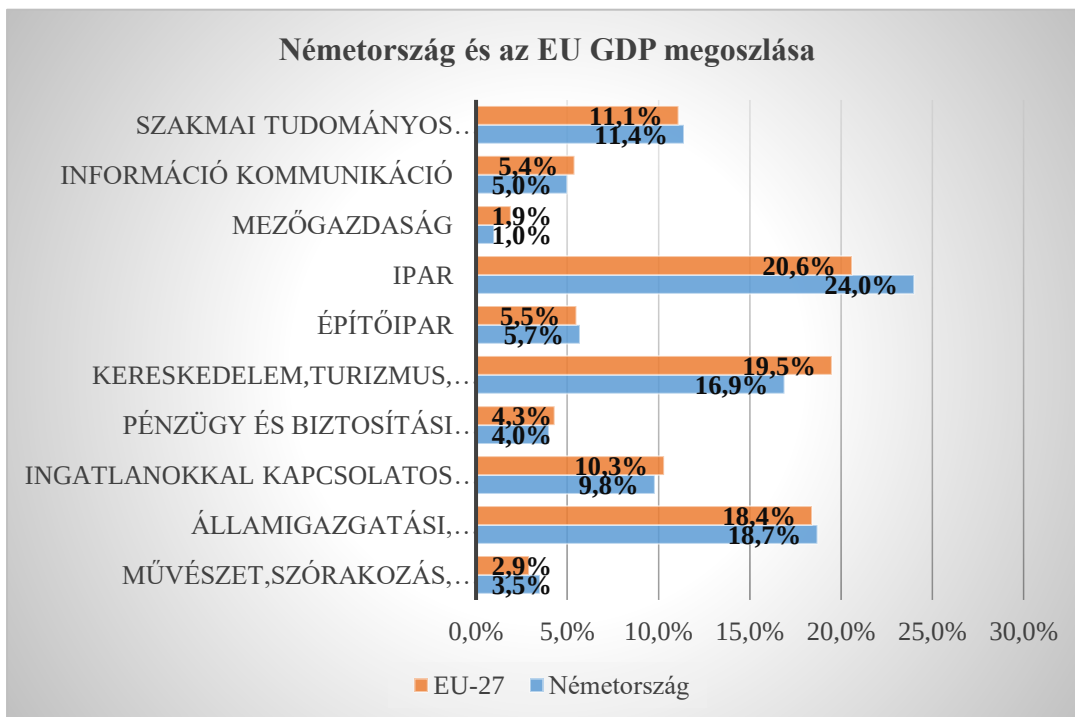


4. ábra: A legfontosabb Német exportcikkek (Forrás: destatis.de alapján saját szerkesztés, 2023)

Németország szerepe azért is kiemelkedő, mert a 24 feldolgozóipari ág közül 20-ban, ebben az országban volt a legmagasabb. Az sem elhanyagolható, hogy az EU hozzáadott értékéhez 32,4%-kal járul hozzá, ami nagyobb, mint az EU GDP világpiaci részesedése. Németországot szokták említeni úgyis, hogy Európához nagy, a világhoz kicsi. Európa második legnépesebb állama 84,5 millióval. Az egy főre jutó GDP 43 032 USD volt 2022-ben, ami szintén nagyobb az európai átlagnál. Legfontosabb exportcikke a gépjárművek és vegyi származékok.

2022-ben az Európai Unió GDP-je 15 907 188,8 millió euró volt, melynek 53,2%-án Németország (3 876 810 millió euró), Franciaország (2 639 039 ezer millió euró) és Olaszország (1 946 479,1 millió euró) osztozik. A Top10-ben őket Spanyolország,

Hollandia (958 549 millió euró), Lengyelország, Svédország, Belgium, Írország és Ausztria követi. Ez a tíz ország együttvéve már az Európai Unió teljes GDP-jének a 84,8 százalékával rendelkezik. (EUROSTAR, 2023)



5. ábra: Németország és az EU bruttó hozzáadott érték nemzetgazdasági ágazatok szerint (Forrás: ec.europa.eu alapján saját szerkesztés, 2023)

A fenti adatokból egyértelműen látszódik, hogy az ipar igen jelentős az európai gazdaságban, akár a foglalkoztatottságot nézzük, akár a hozzáadott értéket. Az iparon belül kiemelt szerepe van a feldolgozóiparnak. 2023-ban a feldolgozóipar adta az EU hozzáadott értékének átlagosan 16,3%-át. Ezen a területen is Németország 20,4%-kal az Unió élén áll.

A feldolgozóipar az Unión belül 33 millió embert foglalkoztat, ezen belül a gépgyártás 29 millió embert jelent. Az autóipar pedig csaknek 13-14 millió embert foglalkoztat, a GDP hozzáadott értékéhez pedig 7%-kal járult hozzá 2022-ben. A legjelentősebb feldolgozóipari régiói az Európai Uniónak Stuttgart (Németország), Katalónia (Spanyolország) és Oberbayern (Németország), Île de France (Franciaország) voltak, melyek külön-külön foglalkoztattak 400 ezer embert. Az sem mellékes, hogy a 20 legjelentősebb európai régió közül 4 német, 392,2 milliárd eurót adózik Európában a kormányoknak. Évente közel 59,1 milliárd eurót fektetnek be a cége kutatás-fejlesztésbe. Tagállamonként azonban ez eltérő, ami függ gazdasági szerkezettől is, ahol adott a feltétel, illetve vannak olyan országok, ahol nagy hagyománya van az autóiparnak. Ilyen például Anglia, Olaszország, Franciaország és Németország. De ide

sorolható még Spanyolország, Svájc és Belgium is. Az EU feldolgozóipari munkahelyeinek 10,5%-a az autóiparban található, teljes foglalkoztatásának 7%-át teszi ki, a feldolgozóipar munkahelyének 8,3%-a ebben a szektorban található. (EUROSTAT, 2023)

Az Európai Unió több tervvel állt elő 2030-ra, ebből az egyik, hogy tisztán elektromos autókat állítson elő. Ennek érdekében a termelést a feldolgozóipar szolgáltatába állította. Ilyen tervezet például, hogy az EU fogyasztásának 10%-a lehet csak az Unión belüli kitermelésből. Továbbá Unión belüli feldolgozásból származzon az éves fogyasztás 40%-a. Az fogyasztás újrahasznosítása legalább 25%-a belföldi legyen. Az utolsó pedig az, hogy harmadik ország esetében a fontosabb nyersanyagok importja nem haladhatja meg a 65%-ot éves szinten. A kitűzött célok a környezetvédelemre való felelősségvállalást és a klímavédelmet voltak hivatottak támogatni, miközben erősítik az ipart, új munkahelyeket teremtenek, mérsékelik az energia importot. Ez azonban a jelenlegi állapotában még várat magára, mivel az alapvető élelmiszerek árai felemelkedtek. A növekvő energiaárak mellett az emberek nagyobb érdeklődést kezdtek mutatni a nem benzin és gázolaj üzemeltetésű járművek iránt, amit a következő részben ki fogok emelni. Új gyártási trendek alakulnak ki a munkaerőpiacon is. Fel kell készülni a munkaerőpiacon a munkavállalónak és a munkáltatónak is egyaránt a változásokra. (OECD, 2023)

2.2. Az autókereskedelem és autógyártás története

Noha az autóipar alig 100 éves múltra tekint vissza, története során több jelentős szerkezeti és strukturális változáson ment keresztül, mind a gyártástól a kivitelezéstől, illetve a humánerőforrásig. A globalizáció hatására a földrajzi távolságok lerövidültek, aminek köszönhetően letisztultabbakká váltak a gyártási módok, a tervezés is és az áru-utánpótlási idő is gyorsabbá vált. A multinacionális cégek ezt a fajta gondolkodásmódot viszik tovább. Az autóipart a II. ipari forradalom hívta életre Angliában, mely élen járt a gépesítésben. A hatalmas urbanizáció megkövetelte a gépiesítést. Technológiai alapjait Németországban valósították meg, elterjedésében pedig Franciaország járt élen. Olaszországban pedig nagy szerepet játszik a mai napig a termelés hagyománya. Manapság az autó elengedhetetlen a civil élet mindennapjaihoz és ez igaz a gazdaságban, katonai területen betöltött szerepére is. Összekapcsolja a gazdasági szereplőket, ezáltal hajtóerőként funkcionál a gazdaságban. Nagy szerepe van a just-in-time termelésben és a lean gyártásban is. Elég ha csak belegondolunk

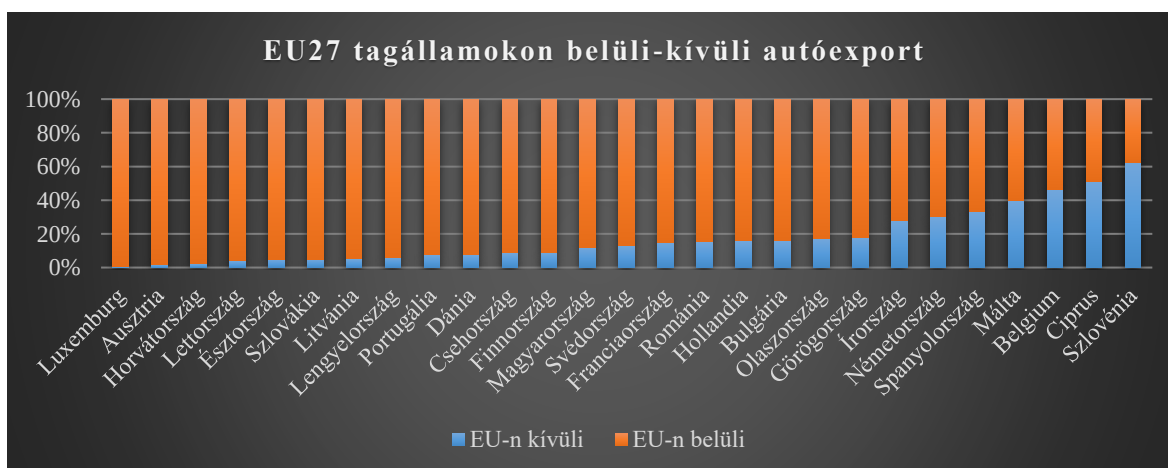
abba, amikor Henry Ford megépítette 1896-ban az első autómobilját. Előtte csak ló által vontatott kocsik voltak. Az autógyártás csak 1903-ban indult meg. A híres T modell 1908-ban indult útjára, akkoriban 850 dollárért. Elődje Curved Dash Oldsmobile volt, amelyet 1901-ben Ransome Eli Olds (1864-1950) autógyártó épített. Az ő ötlete volt a futószalag alapkoncepció. Ezt fejlesztette tovább Ford gyártósoron 1913-ban. Az autók elektromos berendezéseinek kifejlesztése Charles F. Kettering nevéhez fűződik 1912-től, majd 1920-ra az USA már 6 millió autóval élen járt a világon. (Bancsi, 2018)

Henry Ford ugyan forradalmasította az autógyártást, de nem volt ügyfélközpontú, egy kaptafára készültek a modellek. Ekkora már a General Motors az USA-ban 60%-os piaci részesedést könyvelhetett el. Időközben megjelentek a japán autók is a piacon, amik sikert értek el az alacsony fogyasztásuknak köszönhetően. Ennek eredményeként korlátozásokat vezettek be a japán autók behozatalára. Az autó minden tekintetben úttörő volt. Nemcsak munkahelyeket teremtett, hanem más ágazatokat is serkentett. Utakat kellett építeni, üvegre, acélra, gumira volt szükség. Mindezek mellett a társadalmi szokásokat is megváltoztatta. Az autók elterjedésével növekedett a nyerseanyaghozók fogyasztása is. A 60-as években még e tekintetben a kőolaj és földgáz nem volt számottevő energiaforrás, de a század második felétől azonban megelőzték a szén, mint energiaforrást. (Bolgár, 2020)

Az OAPEC (Arab Olajexportáló Országok Nemzetközi Szervezete) 1973-ban olajembargót vezetett be, amely az Amerikai Egyesült Államokat és a nyugat-európai szövetségeseit, és Japánt is érintette. Ennek hatására a kőolaj ára a négyszeresére emelkedett. A következő olajválság 1979-ben történt. A kínálat meghaladta a piaci igényeket, amit kihasználtak az arab országok és radikális áremeléseket vezettek be. A kedvezőtlen politikai helyzet, növekvő árakat gerjesztett az olajárpiacon, amik rontották az árfolyamokat. Az új koncepció az üzemanyag-fogyasztás csökkentése volt. Ennek érdekében csökkentették az autók tömegét, valamint fejlesztették az elektronikát benne. Ennek egyik példája az elektronikus fedélzeti számítógép, de ilyen volt a légzsák is. Továbbá nagy újítás volt a Mercedes részéről, hogy S-osztályú autókat blokkolásgátlóval látták el, illetve kifejlesztették a turbódízelt. Ezzel szemben a Rolls-Royce a vevők kényelmére fókuszált és bemutatta az első digitális klímaberendezést, ami nemigen volt gazdaságos az olajválság idején. Ford első találmánya volt az első szélvédő, bár ez átcsúszott a 80-as évekre. (Staud, 2016)

A 80-as évek találmánya volt többek között a multiplex kábelezés is, amit a Cadillac használt. 1985-ben mutatta be a Nissan elsőként négykerék kormányozható autóját. Két évvel később a Porsche fejlesztett ki olyan autókat, amik már nem csak a sofőr, hanem az utastársak biztonságát is védte. (Bukovics, Alapjárt, 2022) Talán a legfontosabb ma már közismert innovációról nem is beszéltem, pedig nagyban meghatározza a mai autókat és minden gépjárműben azóta is megtalálható. A korszak másik nagy vívmánya az ötfokozatú automata váltó megjelenése volt. Ez a BMW-hez fűződik. Ez a ma ismert menetstabilizátor. 90-es és a 2000-es években előtérbe került a kényelem, a biztonság és megjelentek az első hibrid üzemeltetésű autók. 1995-ben jelent meg az elektronikus menetstabilizáló rendszer, azaz az ESP. (Nigel, 1994)

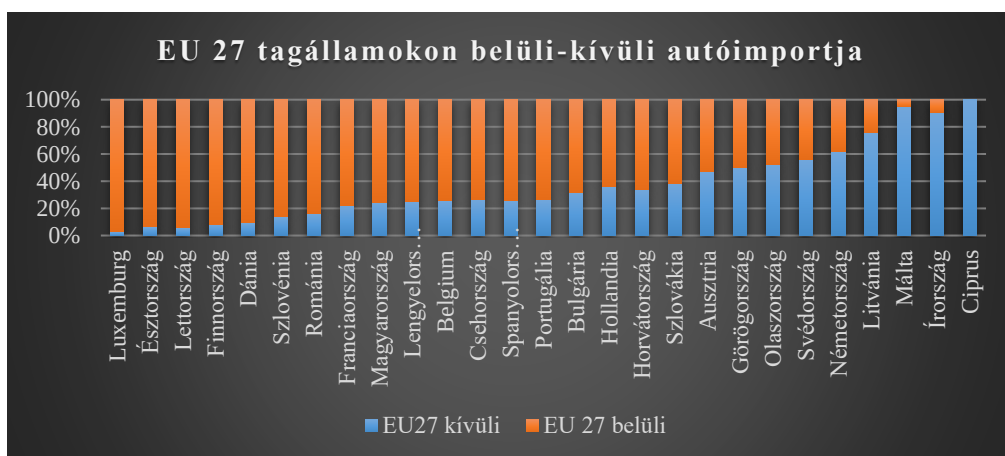
Megjelent az első adaptív sebességtartó automatával felszerelt autó a Mitsubishi jóvoltából. A könnyűfémek elterjedésével, valamint a költségtakarékosság és a környezettudatosság megnövekedésével nagyobb szerepet kapott az aerodinamika és a formatervezés. A legnagyobb haszonélvezői a Japán autógyártók voltak, mint például Toyota, Nissan, Honda. A mai autók inkább elektromechanika és anyag összetétel szempontjából fognak változni, továbbá törekedni fognak a gyártók a tisztán elektromos üzemeltetésre és a karbon-semlegességre. Az előző fejezetekben kifejtettem, hogy mekkora súlya van Ázsiának gazdaságilag mind a GDP hozzáadott értékében, mind a kereskedelemben, az export-import cserearányban. Nincs ez másképp az autópárházban sem, amit a következő részben emelnék ki. (Bukovics, Alapjárt, 2022) Az Acea (Acea Economic and Market Report Global and EU auto industry , 2023) közlése szerint az előző év első három negyedét együttvéve, több mint 55 millió autót gyártottak szerte a világon. A diagram jól ábrázolja, csak úgy, mint a GDP-nél, hogy Ázsia termeli a világ autópárházának csaknem a felét. (Green, 2021)



6. ábra: EU-27 államok extra-intra exportja, 2023 (Forrás: eurostat alapján, saját szerekszítés, 2023)

A legjelentősebb gazdasági értelemben is vett exportáló ország Kína volt, mind közül a legnagyobb. Kína részesedése a kontinensből 60,5% volt 2023-ban. USA részesedése 17,4%. A megnövekedett piaci igények miatt 17,5 millióra nőtt az autók száma. Jelenleg is fenyegeti az EU piacát, 15% a részesedéssel. Az EU piacán 8 millió autót regisztráltak. Figyelemre méltó az is, hogy a francia, német, olasz, spanyol piac tovább tudott növekedni az elmúlt évekhez viszonyítva. Rajtuk kívül még szépen tudott növekedni a cseh, szlovák, magyar, svéd és a belga autóipar is. Az EU országai együttesen 14%-kal haladták meg az előző év azonos időszakát.

Romániában viszont 3,6%-os visszaesés volt tapasztalható. Legnagyobb részesedéssel a Volkswagen csoport rendelkezik (26%). A csoporton belüli legnépszerűbb márkák a Volkswagen, Skoda, Audi, Seat. Ezen kívül gyártanak Cuprat, Porchet, Bentleyt és Lamborghinit. (Larry, 2006) Természetesen ez már nem az egyszerű emberek pénztárcájának mindennapi használatára készül. Ami az eladásokat illeti, megnövekedett az elektromos autók iránti érdeklődés 55%-kal, feltehetően a megnövekedett energiaárak miatt. A piaci részesedésük jelenleg 14-15%-os, míg a hibrid járművek 25,2%-ot értek el. A benzinüzemű autók 36%-ra szorultak vissza. Tavalyi kereskedelmi mérlege 69,972 millió euró volt a partnerekkel szemben. Az Unió legnagyobb 5 autóipari importőre értékben és mennyiségben 2022/23-ban. Első helyen Kína áll értékben, az előzetes adatok alapján már exportban is átvette Japán szerepét. Utána jön az Egyesült Államok és az Egyesült Királyság és végül Dél-Korea, Japán. Az értékbeli és mennyiségbeli különbségek országok között azért is lehettek, mert a termelést egyes gyártók kiviszik szegényebb országokba az olcsóbb munkaerő miatt. Olyan fejletlenebb országok, mint Marokkó és Törökország be tudott kapcsolódni a termelésbe. (ACEA, 2023)



7. ábra: EU-27 államok intra-extra importja (Forrás: ec.eurostat alapján saját szerkesztés, 2023)

Az EU-n kívüli behozatal aránya vegyes képet mutatott. Addig míg Szlovéniában, Cipruson és Belgiumban kiugróan magas volt ez az arány, addig Luxemburgban, Ausztriában és Horvátországban, Lettországon és Észtországban rendkívül alacsony. (Bancsi, 2018)

Ezzel szemben az Unión belüli és kívüli gépjármű exportban még nagyobb eltérés mutatkozott az államok között. Az EU-n kívüli export legnagyobb részesedését Ciprus érte el, illetve Írország és Málta. Még a legalacsonyabb Luxemburgban, Észtországban és Lettországon volt ez az arány. Ami a gépkocsik és egyéb személyszállításra szolgáló gépjárművek forgalmát illeti EU-n kívüli egyenlegére vonatkozóan, 2022-ben hat kategóriát lehet felsorakoztatni. Az ágazat összesen 131,7 milliárd euró többlet egyenleggel zárt. Legnagyobb egyenleggel az autógyártás zárt 95,8 milliárd euróval, az összes érték 72,1%-át jelenti ez a szám. A gépjárművek alkatrészei és tartozékai következett, 27,4 milliárd eurós egyenleggel. Az áruszállításhoz használt gépjárművek és speciális célú gépjárművek 11,4 milliárdos egyenleget értek el. Motoros és motoros kerékpárok, rokkant kocsik viszont 10,6 milliárd eurós deficitel 2022-ben. Itt is kiemelhető Németország, mint az Unió legnagyobb importőre. 72 783 milliós egyenleggel az Unió legnagyobb forgalmát bonyolította le és az export belsőpiac csaknem 4/5 részét fedi le. 2023 decemberében 264 500 személygépkocsi gördült le a németországi futószalagról. Ez 1,3%-os növekedést jelent az előző év azonos hónapjához képest. Csökkent az autóexport 2023 decemberében az előző év azonos hónapjához képest. 214 100 személygépkocsit, 1,2%-kal kevesebbet adtak el külföldön, mint tavaly azonos hónapban. 241 883 személygépkocsival, az új regisztrációk 23,0%-kal csökkentek 2023 decemberében az előző év azonos hónapjához képest. A következő részben szó lesz a magyar autógyártás történetéről, a német-magyar gazdasági kapcsolatokról, valamint a covidról, hogy az miként fejtette ki hatását az ágazatra mint két országra nézve. (Eurostat, 2023)

2.3. Az autógyártás története hazánkban

Hazánk történetében már a 19. században jelen volt az autógyártás vagy legalábbis voltak rá próbálkozások. 1818-19 körül Bolyai Farkas és Bodor Péter gőzkocsija, vagy Horti-Horváth József lendkerekes omnibusza kiváló példa erre. További előfutárai voltak 1841-42-ből Jedlik Ányos villamos hajtású kocsija, továbbá Wessely György önjáró kocsija és Preiner Ferenc gőzzel hajtott kocsija amit 1876-ban mutatták be, valamint Korda Ferenc akkumulátoros villanyautója 1890-ből. De valódi sikert azonban az első forgalomba helyezett autó, a Benz - Velo hozott 1895-ben, nem sokkal később már Törley rendelkezett az ország első

teherautójával. Szám Géza 1898-tól gyártott kerékpárokat, tricikliket és motorkerékpárokat, de 1900-tól a benzinmotoros autók összeszerelésével is foglalkozott. 1901-ben fektették le hazánkban elsőként a KRESZ szabályait a rendőrség és a Magyar Autóklub (Magyar Automobil Club) részvételével. Többek között előírták a forgalmi engedélyt, az autó műszaki állapotának ellenőrzését. (Zsuppán, 2009) 1896-ban kezdte meg működését a nemzetközileg elismert Magyar Waggon- és Gépgyár Rt. (Rába) gyár Győrben. A győri gyár nevéhez fűződik elsőként az autóiiparban a négykerékmeghajtás kidolgozása és megvalósítása. A vállalat olyan nemzetközi cégekkel működött együtt, mint a John Deere vagy a Scania. A hazai autógyártás azonban 1904-ben indult meg ipari méretekben. A század elején az országban mindössze 5 helyen működött autóösszeszerelő műhely. A fővárosban a Röck István Gépgyárban és a Ganz vagongyárban, a Kistarcsai Gépgyárban. Székesfehérváron Bory József igyekezett az autógyártást meghonosítani, míg a szabadkai születésű Szárits János motorkerékpárokkal kísérletezett. (Kárpátia, 2009) Az első világháború idejére már 10 magyar autómárka vált ismertté. Az első teljesen magyarországi gyártású kocsit Csonka János terve alapján 1905. május 31-én indult útnak. Podvinecz Dániel és Heisler Vilmos angyalföldi Malomépítészeti és Gépgyárában egy aacheni gyártól kapott tervekkel és alkatrészekkel szereltek össze automobiloikat, Phönix nevű kocsijukból 1911-ig harmincat gyártottak. A Westinghouse cég 1908-ban Aradon alapította meg a Magyar Automobil Rt. gyárát. 1911-től MARTA néven hozták forgalomba járműveiket. 1914-re Magyarországon mindössze 2877 személyautó, 316 teherautó, 126 motorkerékpár, 3319 gépjármű állt rendelkezésre. A hazai gyárak több lábon álltak, gyakorlatilag két külön iparágat jelentett az autóiipar, a kocsit-, illetve az alvázgyár. A korszakban viszont nem volt akkora érdeklődés a tőkések körében. Hadi szempontból az uralkodó nem tartotta hatékonynak az alkalmazásukat. Az első világháború alatt nem tudott kibontakozni a magyar autóiipar a nyersanyaghiány miatt, továbbá a háborús jóvátétel és az ország megcsönkítése jelentős piacvesztéssel járt. A MÁVAG csak 1920-as években tudott erőre kapni, ekkorra bizonyos autótípusokat már futószalagon gyártotta külföldi licenz alapján így akár Kínába, Indonéziába, Japánba, a Benelux államokba és Dániába is eljutottak. Ezekben az években kapcsolódott be a legnagyobb magyar gépipari vállalat a MÁVAG (Magyar Állami Vas- Acél- és Gépgyárak), majd a Weiss Manfréd Művek is bekapcsolódott a gazdaságba. A vészterhes korszak ellenére az ország viszonylag fellendült. 20 éves időszak alatt a gépjárműgyártására jellemzővé vált az, hogy a belföldi személy- és teherszállítási igények kielégítésére eleget tegyenek, a gyárak egymástól függetlenül gyártottak részben külföldi licenz alapján különféle gépjárműveket. Sorozatgyártásban készültek az alvázak, a karosszériák viszont egyedileg legyártva a megrendelők külön kívánságaira specializálódtak,

műhelyekben, kis darabszámba gyártották. A gyártási mód viszont kezdetleges volt. Az 1920-as évek második felében viszont a magyar autózás elég dinamikusan működött. 1929-ben bekövetkezett világgazdasági válság következtében több gyárat is bezártak, az emberek tömegesen lettek munkanélküliek, de a válság végével a gyártás újra fellendült, az iparág megújult. Erre szükség is volt a közelgő újabb háború miatt. Magyarországon az 1920-as évek végén a teljes traktorállomány csaknem fele Ford gyártmányú volt. A 30-as évek végén harckocsigyártás vette kezdetét Magyarországon is, de az anyagi és személyi feltételek nem álltak rendelkezésre és hosszas, továbbá költséges saját fejlesztések kellettek, ezért külföldi licenc alapján történt a hazai gyártás. Elsősorban a Weiss Manfréd Művek, a Magyar Waggon- és Gépgyár, a MÁVAG és a Ganz gyártott hadseregnek, mivel már járműgyártásban rendelkeztek tapasztalattal. 1938-1943 között a hadszíntéren feltűnt a Toldi, Nimród, Csaba páncélautó, Zrínyi önjáró löveg. Mire a hadipar és a gyárak teljes kapacitással működtek volna és meg lettek volna a kellő tapasztalatok, addigra az ország nyersanyag-bázisai le lettek rombolva. A második világháború teljesen szétrombolta az iparágat. A külső-belső piac is szétesett, a magas infláció miatt nehezen indult be a gyártás. A személygépkocsigyártás fejlődésnek indult, a haszongépek gyártása hanyatlani kezdtek. A gyárak főként a termelés újraindításához szükséges feltételek megteremtésére fordítottak energiát. A II. Világháborút követően lényegében nem volt hazai személygépkocsi gyártás, mivel a KGST államai között felosztották a piacot. A tehergépkocsikat a korábban jól alkalmazott típusra alapozva, a korábbi tapasztalatokat felhasználva a továbbfejlesztett konstrukciót alkalmazták. Az egykori nagyvállalatok, mint a Weiss Manfréd Művek, államosítva lettek. A Csepel gépjárművek főként a hadsereget szolgálta ki. (Ravasz & Sipos, 1997) Magyarország autóbuszok gyártására rendezkedett be. Olyan márka, mint az IKARUS piacképes volt a Mercedes-sel szemben és eljutott más nyugat-európai országba is. Az 1960-as évek közepétől a haszongépjárművek terén is történt jelentősebb gyártói kapacitás-növelés. KGST járműipari programja keretében 1963-tól a magyar teherautók igényeinek megfelelően nyugat-német MAN gyár licence alapján nagyteljesítményű közúti dízelmotorok gyártására és saját tervezésű nagy sorozatgyártású futóművekre állt át a gépipar. Ezt követően 1969-ben, egy újabb liszensz-jogmegvásárlás után megkezdődhetett a Rába tehergépkocsi legyártása, amiből több, mint 18 ezer készült. 1973-ban a Rába az amerikai Staiger liszenszét vette meg. 1975-től egészen a rendszerváltásig körülbelül a Rába Steiger traktorokból 3200 darab készült. Dutra néven traktort is gyártottak 1964-75 között a kisésti Vörös Csillag gyárban, amit az NDK-ba is exportáltak. Ezen kívül elindult az összeszedett polgári tehergépkocsik gyártása, illetve a teherautó- és autóbuszroncsok megjavítása. Járműveik rengeteg országba eljutottak a keleti blokk országain kívülre is.

(Kengyel, 2021) A rendszerváltást követően a volt KGST felvevő piaca megszűnt. Politikai és gazdasági okoknál fogva a partnerek nem tudtak vásárolni gépjárműveket az országtól, a meglévő rendeléseket pedig visszamondták. Így a hazai gyárak felbontották szerződésüket beszállítóikkal és megpróbálták legyártani a szükséges mennyiséget hazai igényeknek megfelelően. Végül több gyárral és vállalattal együtt a Csepeli Autógyár is bezárt. A rendszerváltozást követően gazdasági szerkezetváltás következett be, aminek következtében gyárak szűntek meg. A nehézipar visszaszorult, magyar gazdaság piacgazdaságra való átállása, továbbá a piacvesztése, új piacok keresésére ösztönözte. Ez nem hagyta érintetlenül a magyar autógyártást és az ezzel kapcsolatos alkatrészgyártást sem. A rendszerváltás utáni Magyarországon lényegében a hazai autógyártás külföldi gyártók autójának összeszereléséből álltak. Az első nagy beruházó az OPEL gyár volt Szentgotthárdon, majd ezt követte a Suzuki 1992-ben. Az Audi 1994-től kezdett tevékenykedni hazánkban, mint összeszerelő üzem Győrben. A 2011-től a vállalat úgy döntött, hogy a teljes munkafolyamatot a városba telepíti. Abban az évben már Magyarországon gyártotta az RS 3 Sportback, illetve az új Q3-t is kocsikat is. 2012 óta gyárt a Mercedes személyautókat kecskeméti csarnokában. Pár éven belül a külföldi tulajdonú autó- és autóalkatrész-gyártók jelentőssé nőttek ki magukat, a magyar vállalkozások pedig beszállítói lettek. Korszerű strukturájukkal, gyártásmódszerükkel segítették a gazdaság megerősítését. Sikert ért el felzárkózni Nyugat-Európa felé kutatásfejlesztésben is, elterjedt a robottechnológia. (Kárpátia, 2009) A jövőben a BMW és a BYD tervez beruházást Debrecenben, ahol ez év tájékán meg is kezdődhet a termelés. A következő részben az autógyártás magyarországi szerepéről lesz szó, illetve miként hatott a covid az ágazatra hazánkban és Németországban. (Roland, 2019)

2.4. Az autógyártás szerepe Magyarországon

Magyarországon a rendszerváltozást követően átalakultak a piaci igények az autógyártásban is. Az államot kiszolgáló ipari vállalatok megszűntek. A külföldi nagyvállalatok helyi leányvállalatokat, nagykereskedelmi szalonokat hoztak létre. A korábban ikonikus szocialista járművek értéküket veszítették. (Sass & Antalócy, 2011) A Suzuki, Opel és az Audi a mai napig az ország feldolgozó-iparának jelentős hányadát adják. Ágazaton belül a járműgyártás fejlődött a legdinamikusabban az elmúlt évben. 2022-ben a KSH adatai szerint az ipar részesedése a bruttó hozzáadott értékből, 22,6%-volt. A feldolgozóipar adta a GDP hozzáadott érték 17,2%-át. Az Unió átlag 15% volt, így megállapítható, hogy az iparosodottabb országok közé tartozunk. Termelésben 26,2%-kal a legnagyobb részesedéssel rendelkezik. A top legnagyobb

feldolgozóipari ágazatba tartozott még az elektronika 10,1%-kal, élelmiszeripar 11,9%-kal, valamint a villamos berendezések gyártása 11,1%-kal. Említést érdemel még a gumi, műanyag, építőanyagok gyártása (7,5%), fémfeldolgozás, kohászat (7,3%), gépi berendezések gyártása (6,1%), vegyi anyagok gyártása (5,5%). A többi iparág, mint például élelmiszeripar, faipar, textilipar, egyéb feldolgozóipar összesen tesznek ki 14,3%-ot. (KSH, 2022) 2000-es évek óta fokozatosan növekszik a járműipar szerepe hazánkban. 2009-ben 115 ezer embernek adott munkát a feldolgozóipar, ebből 68 ezernek az autóiparban, ma ez a szám 96 ezer körül mozog. A járműipar 2023-ban 11 451 170 millió Forint értékben termelt. A kivitel értéke 8 810 197 millió Forint volt. A járműgyártás feldolgozóipari termelésből való 26,2%-os arányával még most is a legnagyobb súlyt adja. A pandémia miatt bekövetkezett visszaesés után a kibocsátás, 2023-as szintet 34%-kal lépte túl. A 2010-es években a 350 vállalat felügyelt minőség ellenőrzés mellett állított elő motorokat, alkatrészeket. A magyar iparhoz mintegy 25,2%-kal járult hozzá 2022-ben. (Germany Trade and Invest, 2023) A magyar autóipar erősen függ a nemzetközi beágyazottságnak köszönhetően az exporttól és az importtól, másfelől a világméretű beszállítói hálózattól. (Sass & Antalócy, 2011) A gépjárműiparban legfontosabb tényező a térbeli és időbeli ütemezés, ezen kívül a szakképzett munkaerő és hozzájuk kapcsolódó képzés megteremtése. Elengedhetetlen a tőke és az ezt összefoglaló stabil vállalatirányítási rendszer. A folyamatos K+F beruházás, innovációra törekvés, minőségi termékkel megjelenés a piacon, elengedhetetlen eszköze a versenyképesség feltételéhez, ahhoz hogy a vállalat meg tudja tartani, esetleg tudja növelni piaci részesedését a változó trendek mellett, ami nem könnyű, hiszen az autóipar igen dinamikusan fejlődő ágazat, ha csak az elmúlt 10-20 évet nézzük. (Gyukics, 2011) A szerkezetváltásra jellemző volt az ágazaton belüli belső stuktúra újjászűletés. 1989-ben 1,2 millió volt az ipari dolgozók létszáma. Ezzel arányosan a beruházások egyharmada is az iparba került. Napjainkban kiemelkedő a Dunántúl, mivel a járműgyártó és elektronikai központok többsége itt koncentrálódik. Ettől eltekintve már a rendszerváltás előtt is országos szint felett járt az ipari termelés. Az egy lakosra jutó ipari termelés Komárom-Esztergom vármegyében volt a legmagasabb, háromszorosa az országos átlagnak (12,7 millió Ft). Somogy vármegyében (1,8 millió Ft) a legkisebb. Nem elhanyagolható még Győr-Moson-Sopron vármegye, 2,1 szerese az országos átlagnak, (9,1 millió Ft) és Heves vármegye (6,3 millió Ft) sem. Ez részben azzal függ össze, hogy már korábban is alakultak ki ott ipari körzetek (Rába, Videoton), amik beszállítói lettek a ma itt tevékenykedő autóipari nagyvállalatoknak. Részben transzeurópai útvonalakba esnek, illetve Budapest vonzáskörzete logisztikai szempontból kiváló lehetőséget nyújt. 7 vármegyén kívül mind az országos átlag felett van. 2023-ban az év elejétől számítva az ipari termelés volumene

13,1%-kal esett vissza összesen. Nagymértékben csökkent a számítógép, elektronikai, optikai termék gyártásának, gép, gépi berendezés gyártásának és járműgyártásának volumene az év végére. A villamos berendezés gyártásánál mérsékelten történt mindez. Az ország összesen négy személygépkocsi összeszerelésével foglalkozó autóiipari vállalattal rendelkezik, amelyek közül az Audi Hungaria Zrt. Győrben, a Mercedes-Benz Manufacturing Hungary Kft. Kecskeméten, a Magyar Suzuki Zrt. Esztergomban működik, a BMW Manufacturing Hungary Kft. várhatóan 2025 körül kezdheti meg a termelést Debrecenben, továbbá BYD tervez beruházást Szegeden. Magyarországon egy autóbuszgyártó üzem működik, amely Komáromban létesített BYD Electric Bus and Truck Hungary Kft. Az ország két motorgyártó üzemmel is rendelkezik, amely a személygépjárműgyártást is végző Audi Hungaria Zrt., valamint az Opel Szentgotthárd Kft. (ACEA, 2022)

2.5. A Covid hatása az autóiiparra

2.5.1. Németország

A világjárvány előtt a német gazdaság a világon a negyedik legnagyobb volt. Az autóiiparban foglalkoztatottak száma közvetlenül 2020-ban a Szövetségi Gazdasági Minisztérium adatai szerint: 833 ezer fő, 654 ezer fő beszállító volt jelen, 643 ezren alkatrész-kereskedelemben dolgoztak. Akadtak azonban gondok az autóiiparon belül, ami már a járvány előtt is gondott jelentett. (Várkonyi, 2020) Az EU összes fő autógyártó országában 2020-ban a személygépkocsi-termelése csökkent. Franciaország után Németország mutatta a legnagyobb zuhanást 24,3%-kal. Közvetlenül a koronavírus előtti évben pozitív tendenciát mutatott ez a szám (47,715,977, +1,3%). (Unió, 2023 augusztus) A német autóiipar több mint egy évtized óta küszködik problémával, ami miatt elvesztette húzóágazat szerepét. Ezt a koronavírus-világjárvány csak tetőzte. A gazdaságot először megrázta a termelés kényszerleállítása miatt kialakult túlkínálat, majd a kereslett zuhanni kezdett. A szerkezetváltás hozományaként pedig 2021-ben kemény leépítések voltak országszerte. Ennek következtében emberek tízezrei veszítették el állásukat. 2021-től a gép- és berendezések váltak a német gazdaság növekedésének legfontosabb húzóágazatává. A Covid kezdete utáni év új csúcsa volt a mintegy 221 milliárd eurós ágazati forgalom. (Görlitz, 2022) A német cégek már korábban is kivitték az összeszerelést, majd az egész munkafolyamatot, sőt a folyamatfejlesztést Kelet-Európába vagy Ázsiába. Azzal azonban nem számoltak a nagy német multinacionális cégek sem, hogy a feltörekvő régiókban is felemelkedik majd az autóiipar, elsősorban Kínában. A másik nagy hibájuk volt még, hogy évek

óta ugyanazt a terméket adták el magas áron, ugyanannak a vevőkörnek. A távol-keleti cégek a technológiába fektettek és megtaláltak egy olyan piaci rést, ami a hajtásban rejlik. A beszállítói láncban betöltött szerepkör és a vállalatok mérete nagyban behatárolja a logisztikai és az autóiipari kapacitást. A válság elején a szektor likviditási gondokkal küzdött, mivel az olaj egységára több mint háromnegyedét veszítette el. (Hausmann, 2020.) A gazdasági sokk felkészületlenül érte a németeket is annyira, hogy az export a Szövetségi Statisztikai Hivatal közlése szerint 31,1%-kal csökkent az előző év ugyanazon időszakában, szóval 2019. áprilisához képest és 24%-kal márciusához képest. Az export 75,7 milliárd euróra rúgott. Az import esetében 2020. márciusához viszonyítva 16,5%-os a zuhanás, míg 2019. áprilisához képest 21,6% ez a szám. Az import 72,2 milliárd lett tavasszal. Az ezredforduló óta a legalacsonyabb külkereskedelmi többlettel számoltak, mindössze 3,5 milliárd euróval. 2023-ban 3,1 millió autót exportáltak, de még így is 11%-kal elmarad a 2019-es (3,5 millió) szinttől. (DESTATIS, 2020) A korlátozások bevezetésével, illetve a gyárak maszkok és a lélegeztetőgépek gyártásra való átállása után csökkent az elektrotechnika és a gépipar területén a külföldi eladások száma. A német személygépkocsi exportok viszont ha átmenetileg csökkentek is, az eladások száma nőtt. 2022-ben is +12%-kal nőttek. Megnövekedett a gyógyszeripari termékek iránti kereslet, ezért folyamatos pozitív fellendülés volt tapasztalható likviditás és nyereségesség szempontjából (Ayati, 2020). A többi iparágban viszont korlátozni kellett a munkaórák számát, ahol sok ember tartózkodott egy helyen. Ez a rövidített munkaidőben jelent meg (Kurzarbeit), 50%-kal csökkentették a munkaidőt. Így már kevésbé lett hatékony a termelés, csökkent ezzel párhuzamosan a termelékenység és a kivitel. Az ipari termelés a Szövetségi Statisztikai Hivatal szerint (DESTATIS, 2020) 2020. áprilisban -22,1 százalékkal zuhant az előző hónapoz képest. A 57,5%-os termelésekiesést szenvedett az autóiipar, míg a gépipar 18,8%-ot. A németországi autóexportot sem kímélte a járvány. 2020. áprilisában volt a mélypont, 2,6466,44 személygépkocsit exportáltak Németországból, ami 24,1%-os csökkenés volt az előző évhez képest. (VDA, 2022) 2023-ban a személygépkocsi-gyártás elérte 4,1 milliót,de így is 12%-kal maradt el Covid előtti évhez képest. (Hausmann, 2020.)

2.5.2. Magyarország

A magyar gazdaság jellemzően nyitott gazdaság, így erős függésben állunk az Unió piacától, főként Németországtól. 2020-ban az infláció 4%-ra nőtt és 7%-os gazdasági visszaesés történt, ami kihatott az áruexport-importra is, mivel a gazdaság jobban veszélyeztetett a külső

vetélytársakkal szemben. A gazdaság számára a legnagyobb kihívást a első szakaszban a termelés kiesése, a növekvő költségek jelentették. A legnagyobb vesztesek a szolgáltató szektorban dolgozók voltak, de az autóipar sem kímélte. A magyar autóipar jellemzően exportorientált, így nagyban függ a külső piaci igényektől. 2021-ben, de már a 2000-es évektől kezdve a gyártási kapacitásaink 90%-a, míg a feldolgozóipari kivitel 61%-a is külföldre irányult. A gépipari nagyvállalatok jelentősége megkérdőjelezhetetlen a gazdaságban, hiszen 2021-ben a termelés 89%-át állították elő. A bel- és külkereskedelem alakulását a járvány szintén érintette. 2019. IV. negyedévében az járműipari belföldi értékesítés 257 milliárd forintot ért el. A következő év ugyanazon időszakában azonban már csak 138 milliárd forint volt. Legalacsonyabb az export 2020. II. negyedévében volt 180 milliárd forint értékben, legmagasabb pedig 2022. IV. negyedévében volt, 3233 milliárd forint értékben. Alapvetően kiegyensúlyozott volt a kereskedelem a járvány alatt. A bel és külkereskedelemben a múlt évben pedig meghaladta a járvány kitörése előtti évet. Hazánk a 2008-as válságot alig vészelte túl, épp a 2019-es évben valamennyi iparág fejlődésnek indult. Ezek közül kiemelkedően teljesített a járműgyártás, 12,3%-kal nőtt a termelés volumene az előző évhez képest és az export-értékesítés 90,6%-át adta. Gazdaságban betöltött szerepe jelentős. A járműiparban dolgoztak a legtöbben, számszerint 114 ezren, 70%-uk fizikai munkát. (KSH, Helyzethép az iparról, 2019) Közvetlenül 30 ezer embert érintett a pandémia miatt kialakult a feszültségek. Ugyanebben az évben, a covid előtt GDP több, mint 27,6%-át a járműgyártás tette ki. Ugyanebben az évben a legjelentősebb feldolgozóiparként, az összipari teljesítmény 29%-ával ért fel. Az iparág a teljes export 19%-át adta. 2020 első negyedévében 2532 milliárd forintot tett ki a termelés értéke a járműiparnak. (KSH i. t., 2020) Azonban a koronavírus hatására, mintegy 1386 milliárd forintra apadt a termelés értéke. Szerencsére azonban átmenetinek bizonyult a visszaesés, mivel a következő negyedévben 2517 milliárd forint volt a termelési érték. 2021. III. negyedévében a fellépő chip hiány miatt szintén történ egy átmeneti visszalépés, ekkor a termelési érték 1990 milliárd forintot tett ki. Az autóipar azóta töretlen Magyarországon, 2023. III. negyedévében a termelés 3384 milliárd forintot hozott. A recesszió a beruházásokat sem hagyta ki. 2010-es években 2012-ig folyamatosan emelkedett a beruházások összege a járműiparban, amelynek összege elérte 549 milliárd forintot. 2016-ig folyamatosan nőtt a beruházások mértéke, egészen 2018-ig, amíg elérte a 586 milliárd forintot. 2019-ben minimális visszaesés történt. A 2020-as évben háromnegyedére zsugorodott a járműipari beruházások aránya. 2021-ben az állami támogatások hatására újra elérte a 2018-as szintet 492,5 milliárd forint értékben. A 2023.III. negyedévben 6,8%-kal növekedett a gép- és berendezések beruházásának volumene. (KSH, 2023) Hazánk gépjárműkereskedelmét sem

hagyta kíméletlenül a járvány. 2019-ben 157,9 ezer személyautót helyeztek forgalomban Magyarországon. Ezzel szemben, a következő évben 29,4%-os visszaesés volt tapasztalható a 2022-es évhez viszonyítva. Összesen 22 041 járművet értékesítettek. A 2020-as év abszolút veszteséges volt, második negyedévre alig 50 ezer autót regisztráltak. Csak az év végére tért magához, 70 ezer autó került új tulajdonoshoz. 2023-ban összesen 107 720 új személygépjárművet helyeztek itthon forgalomba. (DATAHOUSE, 2021) A területi elosztottságot megvizsgálva akkor hazánkban 700 olyan vállalkozást lehetett említeni, amelynek fő tevékenysége a járműgyártás. Kiemelkedő három megye termelési értékének a kibocsátása. Elsősorban a három nagy hazai autógyártónak jóvoltából 34%-kal Győr-Moson-Sopron, 15%-kal Bács-Kiskun, 11%-kal Komárom-Esztergom megyében. Nem elhanyagolható, hogy a járműalkatrész-gyártásra szakosodó vállalatok adták összességében a kibocsátás további 30%-át elsősorban Fejér, Veszprém, Vas, Borsod-Abaúj-Zemplén, Pest vármegyében. (KSH, Területi különbségek a koronavírus-járvány árnyékában, 2019) Ezeket a megyéket súlyosan érintették a termelés kiesések. Ennek következtében romlott a fizetőképessége az embereknek is, főleg a termelői szektorokban dolgozóknak. A koronavírus-járvány átformálta a foglalkoztatási szerkezetet is, mivel a kialakult helyzet miatt kénytelenek voltak a munkáltatók kényszerszabadságra küldenie dolgozóikat, egyharmaduknak pedig korlátozniuk a munkaidőt a költségek miatt. A járvány hatására megnövekedett a távmunka szerepe, 2020-as év közepére elérte a 17%-ot. Az olyan tevékenységek, amik nem igényeltek személyes kontaktot, jobban tudtak profitálni ebben az időszakban. (KSH, Felértékelődött a távmunka a Covid19 árnyékában, 2020) Emiatt a vásárlást is sokak online intézték, így nagyobb terhet róttak a szállítókra, akik már nem győzték kapacitással. Átlagosan 3 hónappal todlodott az áruk utánpótlási ideje. A kormány nagyjából 9 ezer milliárd forintot különített el gazdaságvédelemre a 2020-2022-es időszakban. A magyar szállítmányozási szakmában tevékenykedők 2020-ban 10%-kal kevesebb árut szállítottak 52,6 milliárd árutonna értékben, az előző évhez képest. Értékben 7,9%-kal kevesebbet, 286,94 árutonna-kilométer teljesítményt jelentett ez az előző évhez képest. Azonban az egyes szállítási módok között jelentősek az eltérések. Továbbra is a közúti szállítás maradt a legnépszerűbb szállítási mód. Az árutömeg szállításának kétharmadát belföldön végezték. (KSH, 2020)

3. Módszertan

3.1. A Mercedes-Benz bemutatása

A Mercedes-Benz, közismert nevén Mercedes, egy 1926-ban alapított német luxus és haszongépjármű márka. A Mercedes-Benz AG székhelye a németországi Stuttgartban, Baden-Württembergben tartományban található. Korábban már kiemeltém, hogy a motorizációban élen járt Németország. Gottlieb Daimler és Carl Benz, valamint Wilhelm Maybach mérnökök a 1880-ban, egymástól függetlenül lefektették a belsőégésűmotor alapjait. A Benz-féle motorral felszerelt, a világ első autómobiljának tartott kocsija (ami háromkerekű volt) 1885-re el is készült. Ezzel azonos időben Stuttgartban Daimler és Maybach megépítette szintén autómobilját, 1890-ben pedig létrejött Daimler Motor Gesellschaft nevű cég. (Oborudow, 2021) Nevének eredete onnan származik, hogy Maybach kapcsolatban állt több európai autóipari vállalkozóval, mint például Emil Jelinekkel is. Az ő kérésére 36 darab versenyautót kellett legyártania félév alatt és lányáról, Mercedesről kellett elneveznie. Hivatalosan 1902-ben védjegyként bejegyeztették mint márkanévét. Az első világháború és a nagy gazdasági világválság hatására a két cégnek össze kellett hangolnia a termelési, összeszerelési, dizájn, beszerzési, értékesítési, marketing, fejlesztési tevékenységét. Hivatalosan 1926. június 28-tól vált egy céggé Mercedes-Benz néven. Ekkor vált ismertté logójuk a három ágú csillag, amit körbeölel a babérkoszorú. Tetején a Mercedes felirat, alatta pedig Benz név. (www.csomagtartoaruhaz.hu, 2017) Később gyűrű cseréli fel a koszorú helyét. A vállalat több korszakon ment keresztül azért, hogy sikeres legyen az autók világában. 1926 és 1945 között nagyon sikeres lesz a Mercedes-Benz egészen a háború végéig. Legyártották dízelmotoros személyautóikat, valamint sebességben is rekordokat döntöttek, illetve az újrafegyverező Németország kiemelt státuszaként a pártelit kedvenc márkája volt, mivel hatalmas volt az állami megrendelés főként katonai célokra. A háborúban azonban a gyár nagy része megsemmisült. Az 50-es évektől új konstrukcióra helyezték a gyártást, ami a gyártási kapacitás növelését igényelte. Az új piacok belépésére számos szegmenst céloztak meg, különböző árakkal. Kiemelkedő a Mercedes 220-as volt. Az 1980-as évek elejéig a Daimler-Benz a kor szellemének fejlődött. A hosszú évek során temérdek felső kategóriájú (Mercedes-300S és Mercedes-W189 "Adenauer"), sport (Mercedes-Benz W196 és Mercedes-Benz 300SL) és középkategóriás (Mercedes W180, Mercedes W128 és Mercedes 190SL) autót fejlesztett ki és dobta piacra. Az olajválság hatására a 80-as évek elejétől Benz konkurenciái lettek a japán gyártók, akik olcsóbb áron adtak alacsony fogyasztású autókat. A vezetőség, kénytelen volt új

kínálattal előállni, ezért új S-osztály vezetett be. Megindult az SUV-ok (W460 vagy Geländewagen) gyártása, amiknek a fejlesztése a 90-es években a folytatódott. 1994-ben a cég Oroszországban is piacra tudott törni CJSC Mercedes-Benz Automobiles néven, egy évvel később pedig egy műszaki központ és egy alkatrészraktár is épült a fővárosban, 2010 óta pedig Kamaz és a Daimler közösen teherautókra szakosodva vállalatot indítottak, 3 évvel később pedig kisteherautókat kezdtek gyártani a nizhny novgorodi gyárban. Daimler-Benz és az amerikai Chrysler Corporation 1998-ban egyesül és DaimlerChrysler néven, ami az amerikai piacon első lett. A 2000-es évekre a cég autópalettája 12 modellből állt, ennek eredményeként a Daimler Chrysler lényegében minden árfekvésű termékben megtalálható volt. A Mercedes nemcsak a luxus, sport világában az első, hanem a buszok közül is kiemelkedő. A 70-80-as években az Ikarussal versengve ők voltak az első legnagyobb gyártó Európában, ha nem a világon is. A Mercedes buszokat különféle kategóriában gyártják: minibuszok, városi buszok, külvárosi buszok, platós, teherszállító, furgon. (AUTOTOP, 2022) Az utóbbi években megváltoztak az iparágon belüli trendek, megnövekedett az elektromos meghajtásra való átállás igénye, ez azonban még várat magára. Az Unió szabályok szerint 2035-től minden gyártónak be kell szüntetnie a robbanó motoros gépjárművek gyártását. A Mercedes-Benz közlése szerint 2030-tól fogja megszüntetni a benzin- és dízelmeghajtású autók értékesítését. Ennek viszont még eleget kell tenni, mivel csak az előállított járművek 16%-a volt elektromos 2022-ben és erősen törnek előre a kínai gyártók az európai piacra is most már. A kínai piac legfontosabb szegmense a Mercedesnek, de alapvetően a hazai gyártók dominálnak az elektromos autóknál, mintegy 80%-át kínai gyártók adják. 2022-ben a Mercedes a világ 16. legnagyobb elektromos autógyártója volt. Földrajzi lefedettség szerint a bevételt figyelembe véve Európa továbbra is prioritást élvez, de 31%-kal Ázsia egyre nagyobb jelentőségre tesz szert és ma már a második legnagyobb piaci részesedéssel rendelkezik. Észak-Amerikába koncentrálódik az értékesítés 27%-a. Megfigyelhető, hogy az összbevétel szempontjából Európa volt a legmeghatározóbb, addig az autóértékesítésben Kína felülmúlta Európát. 2022. IV. negyedévében az Ázsiában értékesített Mercedesek 80%-át Kínában értékesítették. (MKB, 2012) Nem véletlen tehát a márka mottója: a "legjobbat vagy semmit". A következő fejezetben szó lesz a Mercedes-Benz magyarországi leányvállalatáról és tevékenységéről, valamint az autóipar jövőjéről. (KSH, 2022)

3.2. A Mercedes magyarországi telephelyének bemutatása

Az Audi és az Opel megjelenése után újabb mérföldkő volt számunkra és a magyarországi német vállalatok számára, amikor 2008-ban a nagymúltú Mercedes-Benz Kecskeméten létesített üzemet. A helyszínválasztásban szerepet játszott Budapest közelsége, a mindössze 70 kilométeres légvonalbeli távolság is. A Mercedes-Benz Magyarország emellett mintegy 214 millió forint pénzügyi támogatást kapott az üzem vasúthálózathoz való csatlakoztatásához. Az M5-ös autópálya köti össze a fővárossal, és rendelkezik repülőtérrel. A kiválasztási szempontok között több lehetőség is szerepelt. Szerbia volt az első lehetőség, de szinte azonnal elvetették. Ezután Magyarország, Románia, Szlovákia és Lengyelország pályázott. A pénzügyi kritériumok között szerepeltek a jó befektetési lehetőségek, az alacsony költségtényezők és a kormányzati ösztönzők. A minőségi tényezők között szerepelt a szakképzett munkaerő, a jó beszállítói struktúra és a fejlett infrastruktúra. A műszaki megvalósíthatóságot a megfelelő méretű és elhelyezkedésű földterület, a jó vasúti és közúti hálózat, valamint a tevékenységhez kapcsolódó kiegészítő szolgáltatások elérhetősége indokolta. Kecskemét városa e tekintetben abszolút előnyt jelentett. Magasan képzett munkaerővel rendelkezett. A lakosság megközelítőleg 110 ezer fő. Az életszínvonal viszonylag magas. A vállalat 2008 nyarán döntött úgy, hogy 800 millió eurót fektet be Kecskeméten. 2008 októberében együttműködési megállapodást írtak alá a magyar kormánnyal, majd a következő nyáron az EU jóváhagyta a beruházást. Magyarország 111,5 millió euróval (közel 30 milliárd forintos) járult hozzá a Mercedes-Benz Automotive Hungary Kft-hez. Emellett a megvásárolt 441 hektárból 200 hektárt 143 beszállítónak osztottak ki, akik Mercedes partnerek. (Pataki, 2014) Az építkezés júliusban kezdődött, az alapkőletételre októberben került sor. A foglalkoztatottak száma mostanra meghaladja a 2500 főt. Az üzem 2022-re 4543 alkalmazottal működött, és a termelés az évtized végén indul meg. (Bancsi, 2018)

Megnevezés	Átlagos állományi létszám	Bérköltség	Személyi jellegű egyéb kifizetés
Fizikai	3.428	64.884.405	6.996.808
Szellemi	1.115	22.686.901	2.432.853
Összesen	4.543	87.571.306	9.429.661

1. táblázat: Mercedes-Benz Manufacturing Létszám-költsége 2022 (Forrás: gyar.mercedes-benz.hu)

3.3. SWOT analízis

Módszertani elemzésemben a SWOT analízist és kérdőíves felmérést alkalmaztam. A SWOT analízis segítségével meghatároztam a vállalat betöltött szerepét a piacon, mely tényezők felelnek meg a céljaik eléréséhez, miben gyengék a vetélytársakhoz képest és milyen lehetőségeik lehetnek az adott piaci környezetben.

Erősségek	Gyengeségek
Márkaérték, mivel az emberek a céget a luxussal asszociálják	Befolyásolhatja a magas termelési költség vállalat jövedelmezőségét
Modern technológia megléte az iparágban	Magas a termelési kényszer
Jól képzett munkaerő Kecskeméten	Egyre nehezebb megfelelő szaktudású embert találni
Stabil pénzügyi háttérrel rendelkezik az anyavállalat	Kiélezett a verseny, mivel a piac nagyon telített
Versenyképes beszerzésilánc	Magas áron kínálja termékeit, luxusmárkaként ismert.
Rugalmas gyártás	Szűk piaci szegmens
Saját logisztikai központ	Elavult vasúti közlekedés
Pozitív vállalati megítélés	Néhány kulcsfontosságú beszállítóra támaszkodik az alkatrészek tekintetében
Kiterjedt beszállítói kapcsolatok	Viszonylag magas az ingatlanok ára
Nívós szakmai menedzsment	Külföldi tőke ingadozó
A vállalat támogatja a városban a letelepedést és az oktatást	Erős függés az anyavállalattól
Kormányzati támogatás az autóiparban	Helyi cégek beszállítói hálózata gyenge
Lehetőségek	Veszélyek
Új szövetségesek, klaszterek	Covid utáni gazdasági átrendeződés, Kína életört
Iparipark kihasználásának növelése	Más gyártó is hasonló termékkel áll elő ugyanazon a piacon
Saját márka tovább építése	Növekvő infláció

Hosszabb részvétel az autóipari értékláncban	Növekvő energiárak, az emberek nem akarnak hagyományos meghajtású autót venni
Kiterjedt szakmai kapcsolatok	Lemaradás régió belüli versenytársaktól
Kultúrával összehangolt vállalkozásfejlesztés	Kvalifikált munkaerő, végzős diákok elvándorlása
Elektromos autók elterjedésével új piacirés nyílik	Államiszabályozás ingadozása, különösen üzemanyag ár vagy co2 kibocsátásra vonatkozóan
Konjunktúra az autóiparban	Válság elhúzódása
Mezőgazdasági végtermékek hasznosítása az autóiparban, biogazdaság létrehozása	Alkatrészhiány
	Az autóipartól való függés nagy kockázatot rejt magába

2. táblázat: SWOT analízis (Forrás: saját szerkesztés, 2024)

Az erősség lehet vállalaton belüli, szerzett versenyelőny vagy véletlenszerszerű piaci előny. Köszönhető annak, hogy nem egyformán fejlődhet egy-egy vállalkozás, vagy eltérő adottságú területen helyezkednek el. Ez különbséget jelenthet egy vállalkozás javára, ami megjelenik a vállalkozás piac-termék portfóliójába, valamint a versenytársakkal való összehasonlításban. (Pénzügysziget, 2008) A Mercedes-Benz Manufacturing Hungary esetében mindenképpen fontos erősség a szakmai múlt és az ezek révén nyert tapasztalatok. Németország és ezáltal a cég folyamatos technológiai fejlődése is erősíti és stabilizálja a piacon betöltött szerepét. Kiterjedt beszállítói kapcsolatokkal rendelkezik, valamint saját logisztikai központtal is. A vállalat támogatja a városban a letelepedést és az oktatást, emellett erős szakmai menedzsmenttel rendelkezik. Márkapresztízének köszönhető, hogy Magyarországon a luxusautók piacán az élmezőnybe tartozik. A vállalat sikeréhez hozzájárul továbbá a jól képzett munkaerő Kecskeméten, valamint a széles választék, és az, hogy a cég egyik gyára Magyarországon helyezkedik el, így az emberek a sajátjuknak érzik, és nagyobb bizalommal vannak a Mercedes iránt. Nem elhanyagolandó, hogy a kormány aktívan támogatja többek között a Mercedest kormányzati hozzájárulásokkal. Másik oldalról pedig számíthat egy stabil pénzügyi helyzettel rendelkező anyavállalatra.

A gyengeségek olyan vállalaton belüli tényezők, amelyek hosszú távon negatív hatással vannak a vállalkozásra, de tudnak rá hatni. Ez lehet egy hiányzó erőforrás, vagy egy ősrégi technológia, a szakszerűtlen irányítás, rosszul alkalmazott marketing, magas gyártási költségek vagy

vállalaton belüli surlódások. Talán ennek köszönhető az a tény is, hogy komoly verseny folyik a konkurencia és a Mercedes magyarországi piacán. Számos távol-keleti vállalat is felismerte, hogy az elektromos autók iránt megnövekedett az érdeklődés, így ezen keresztül igyekeznek betörni a magyar piacra, vagy megerősíteni piaci pozíciójukat. Mivel komoly verseny folyik, a piac telített, nehéz új termékkel előállni. A Mercedes elsősorban luxus árkategóriájú autók gyártásával foglalkozik, így magas áron kínálja terméket is. A gyártás során magas a termelési kényszer. Ezáltal egy szűk piaci szegmenst szolgálnak ki. Véleményem szerint népautóra való átállásra többen vásárolnák a cég autóit. Ezek mellett erős szimbiózisban áll az anyavállalattal, a helyi cégek beszállítói hálózata gyenge, mivel néhány kulcsfontosságú beszállítóra támaszkodik alkatrészek tekintetében. A külföldi tőke ingadozik a piaci körülmények függvényében. Szakképzett munkaerőt egyre nehezebb találni.

A lehetőségek olyan külső üzleti tényezők, amely hosszú távon hatással vannak a vállalat sikerességére, de közvetlenül nincs ráhatásuk. Olyan szempontok ezek, mint gazdasági növekedése, a piaci részek betömése, de ilyen lehet egy meglévő termék vagy szolgáltatás újragondolása. A vállalkozás sikeres lehetne egy kedvező politikai környezetben, és nagy előrelépés lehet számára a termék vagy vállalatfejlesztés is. (Miklovicz, 2013) A Mercedes számára az egyik nagy piaci rés lehet a megújuló energiaforrásokon alapuló alacsony fogyasztású autók piacára való belépés. Más kategóriájú autók megjelenése lehetőséget teremt a saját márka továbbépítésére. Hazánk tekintetében rengeteg lehetőség kínálkozik akár az export bővítésére, akár az ipari park kihasználtságának bővítésére. A célközönség bővítése is kiváló lehetőség, hiszen a Mercedes elsősorban, mint magas árfekvésű, luxus gyártó vállalként ismert. Kultúrával összehangolt vállalkozásfejlesztéssel változtatna ezen a megítélésen, környezettudatosságot sugallva. Kedvező politikai környezetnek köszönhetően a Mercedes pozíciója nem csorbul hazánkban sem, ugyanis az autóipar a válság után konjunktúrába lendült. Éppen ezért lehetősége van országon belül is új szövetségeseket, klasztereket szerezni. Saját meglátásom szerint érdemes lenne a mezőgazdasági végtermékeket hasznosítani az autóiparban, akár biogazdaságot létrehozni.

A veszélyek olyan vállalatot fenyegető külső tényezők, amelyek a cégtől függetlenül működnek, nincs befolyással rá, viszont negatívan hatnak a vállalkozás működésére. Veszélyeztethetik egy vállalat piaci pozícióit vagy negatív hatással lehetnek a nyereségessegre, de akár a hétköznapi működésére is. Épp ezért a vállalkozás jövőbeli kérdése az, hogy miként tárja fel a konkurens vállalatok esetleges változásait azért, hogy lépést tarthasson velük vagy

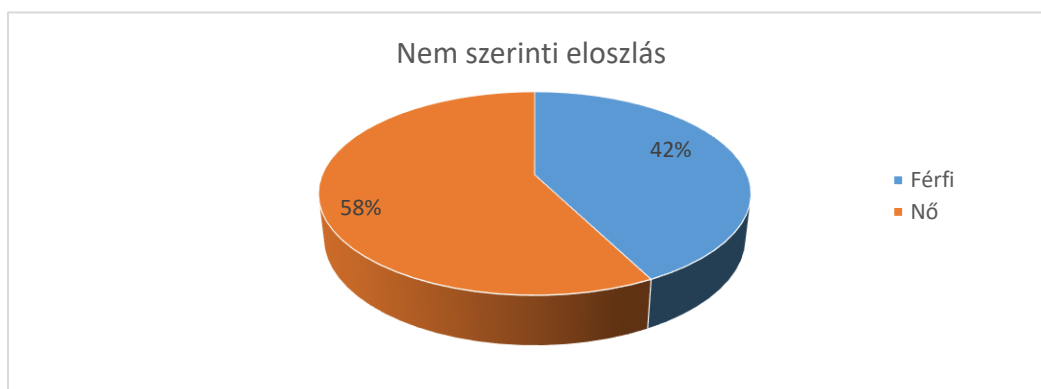
előnyhöz jusson. Veszélyforrás jelent az is, hogy a Covid utáni gazdasági átrendeződés történt Kína javára. Legtöbb gyártó áttért az alacsony fogyasztású kisautók termelésére, mivel most ezekre van igény, ezzel azonban megnövekedett a Mercedes versenytársainak a száma is. Negatívan befolyásolja az állami szabályozás ingadozása, különösen az üzemanyagárak vagy CO₂ kibocsátásra vonatkozó szabályok egy vállalat fejlődését tekintve. Más gyártó is hasonló termékkel áll elő ugyanazon a piacon, a BYD kicsi és kompakt autók egyre népszerűbbek lettek Európában is. A 2022-ben kirobbant orosz-ukrán háború természetesen az autóipart is érintette, amely a chip hiányban és a többi alkatrészek hiányában, vagy hosszabb ideig való várakozásban nyilvánult meg. A Mercedes-Benz Manufacturing Hungary központi raktárának közvetlenül Nürnbergből történik a kiszolgálása, ún. nevezett Dealer Direct rendszerrel. Dealer Direct rendszer azt jelenti, hogy a korábban elkülönült folyamatok egységesültek a Mercedes-Benz magyarországi vállalatán keresztül, míg az alkatrészek közvetlenül jutnak németországi Dealerektől a logisztikai központba. Veszély lehet az is, hogy a rossz gazdasági helyzet miatt a kvalifikált munkaerő, vagy a végzős diákok elvándorlnak. Emiatt lemaradás veszélyezteteti régióin belül az országot ebben a tekintetben. Az autóipartól való függés nagy kockázatot rejt magába, mivel egysíkú lehet a gazdaság. (Bolgár, 2020)

Az önkormányzat nagyban segítette ezt a beruházást azzal, hogy 110 lakást épített a gyár dolgozói számára. Emellett elkészült egy 1108 m hosszú, bekötőút a gyárhoz. Ennek az útnak a megépítésére 357 millió forintot fordítottak, amelyből 250 millió forintot pályázaton nyert az önkormányzat. A magyar kormány az EU-n belül a lehető legnagyobb támogatást nyújtotta ehhez a beruházáshoz (régióként és ágazatonként szervezve). A kecskeméti üzemben 2012 márciusában indult meg a termelés, 2013-tól pedig kizárólag Magyarországon készülnek a Mercedes-Benz A, CLA és CLA Shooting Brake, valamint 2021-től EQB első generációs elektromos crossover SUV. A kecskeméti üzem nemcsak autógyártó és összeszerelő üzem, hanem karosszériaelemeket is gyártanak, de egyedi vevői igények szerint festést végző festőüzem, illetve karosszériázást végző üzem is működik. A vállalat 2022 és 2026 között célul tűzte ki egymilliárd eurós csomag keretében, a kecskeméti Mercedes-gyár fejlesztését 2025-ig. (Horváth, 2022) 2024-től már egy nagyobb osztályú (entry luxury, illetve core luxury szintű) tisztán elektromos modellre szeretnék fektetni a hangsúlyt nálunk is. A beruházáshoz fog épülni új összeszerelő és karosszériagyártó sor is. Forintban számolva 400 milliárdot jelent, a beruházáshoz és a támogatóképzéshez a kormány 14 milliárd forinttal járul hozzá. 2019-ben Magyarország egyik legvonzóbb munkaadójává vált. Ennél is jelentősebb, hogy a németországi befektetők az utóbbi időben aggódtak a szakképzett munkaerő hiánya miatt hazánkban. A

szakképzésbe való befektetés a régióban ezért elengedhetetlen. Ennek érdekében a Mercedes megállapodást kötött Kecskemét városával és a helyi oktatási intézményekkel, ennek eredményeként duális képzést kínál a városban tanuló diákoknak. A városban épült a cég jóvoltából bölcsőde, óvoda közvetlenül a gyár mellett. Emellett 2015-től általános iskola és gimnázium, ahol a baden-württembergi tanterv szerint tudnak tanulni a diákok. A cél az, hogy a Mercedes gyárának kiváló gyakornokok álljanak rendelkezésére, és hogy a tanoncok és gyakornokok megfelelő tapasztalatot szerezzenek a vállalatnál, mielőtt munkába állnának. (Mercedes-Benz, 2024) A kihívások ellenére a Mercedes-Benz Manufacturing Hungary Kft. növekedést mutatott 2023-ban is a prémium kategóriás autók fejlődése irányában. A múlt évben hazánkban összesen 4 419 darab Mercedes-Benz személyautót tartottak számon. 1 463 darab elektromos (EQ) és plug-in hibrid (PHEV) jármű kelt el. Magyarországon 2023-ban több mint 235 milliárd forint nettó árbevételt ért el cégcsoport. Azonban nem dőlhetnek hátra, új beruházó a BYD, valamint a BMW a magyar piacon az élre törhet. A múlt évben a japán és a tengerentúli autók taroltak. A gazdasági és marketing tevékenység mellett nagy gondot fordít a közösségépítő tevékenységre, illetve környezetvédelemre. Mintegy 3,8 millió forint értékű adományt utalt különböző helyi szervezeteknek, mint például az Együtt a Kecskeméti Családokért Alapítványnak, valamint a Mosolygó Szemekért Alapítvány a Fogyatékos Gyermekekért és Fiatalokért szervezetnek. Szponzora a helyi Kosárlabda Akadémiának, és Futball Clubnak, valamint a Kecskeméti Mozgássérültek Sportegyesületének, továbbá szponzora helyi kulturális szervezeteknek és rendezvényeknek. Karácsonyi időszak előtt 80 hátrányos helyzetű családból származó gyermek kapott új játékokat 3,5 millió forintértékben tavaly. A hátrányos helyzetűek pedig meleg ételt és tűzifát kaptak a Kecskemét Megyei Jogú Város Önkormányzatának Szociális és Közalapítványán keresztül a vállalat adományából. Kecskemét önkormányzatának adományozta a cég első sorozatgyártású EQB járművét, amelyet a Kecskemét 60 km-es körzetében lévő nehezen megközelíthető vidékein használnak. A gyár támogatja az elektromos töltőállomások telepítését az SOS gyermekfalvakban. A vállalkozás igyekszik minél kevesebb ökológiai lábnyomot hagyni maga után a gyártás során a közvetlen és közvetett folyamatokban. Ennek érdekében a kecskeméti gyár modernizációra törekszik. Az üzem teljes területén csapadékvízgyűjtő rendszer üzemel. Hulladékgazdálkodásban 2022-ben 99,94%-os újra hasznosítási arányt értek el. A Mercedes-Benz Manufacturing Hungary Kft. a mai piaci és gazdasági kihívásokkal szembenézve továbbra is magas értéket, minőséget és stabilitást képvisel, tovább erősítve ezzel vezető magyar vállalatként és a magyar autóiparban betöltött helyét. (Ferjancsik, 2023)

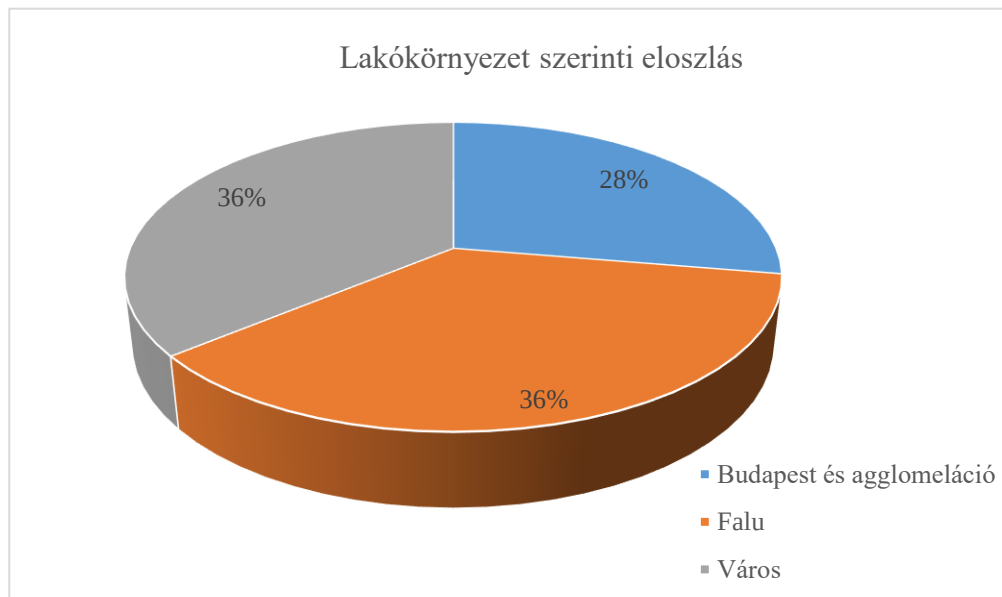
3.4. Kérdőíves felmérés

A kérdőíves felmérésem során a kutatásom az autókra és az autós szolgáltatásokra terjed ki, többek között a magyarországi ügyfelektől a kapott információk alapján. A kutatás során vizsgálom a válaszadók gépkocsihasználati szokásait, vásárlási szempontjait. Továbbá figyelembe veszem a gépkocsi ár-érték arányával kapcsolatos eredményeket. Mindössze 24 kérdést tettem fel és különböző Facebook csoportokban és Instagram oldalamon osztottam meg, ahol eltérő korosztályban oszlott meg a kitöltők aránya. 400 kiküldött kérdőívből, amely a témában való alaposágomat is tükrözi, 311 visszaérkezett. Próbáltam minden szegmenst megmozgatni területileg és korcsoport szerint is. A kétmintás t-próbához, szükségem volt arra, hogy milyen a kitöltők nemek szerinti feloszlása. Összesen 132 férfi és 179 nő vett részt a kitöltésben.



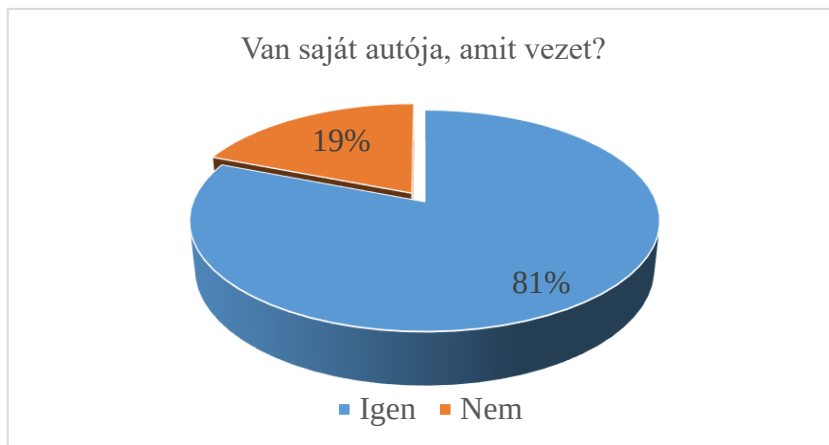
8. ábra: Kérdőív kitöltők nem szerinti megoszlása (Forrás: Saját kutatás, 2024)

Ahhoz, hogy felmérjem, hogy van-e összefüggés nemek és a márkahűség között, χ^2 számítással végeztem. Ehhez először is egy kimutatást kellett készítenem a nemmel, és márkahűséggel kapcsolatban. Ez a várt érték. Szükségem volt a mért értékre is, amelyhez úgy jutottam hozzá, hogy a gyakoriságok végösszegét és a nemek végösszegét összeszoroztam, majd elosztottam ezek végösszegével. Ahhoz, hogy megtudjam az empirikus értéket, kivontam a mért értékekből a várt értéket, négyzetre emeltem, majd elosztottam az egészet a várt értékkel. Ezeket az eredményeket a SZUM függvényvel kiszámoltam, amely 2,80 lett. A szabadságfok 4, és 95%-os pontossággal dolgozunk, tehát a táblázatos, azaz a kritikus érték 9,49 lett. Az utóbbi nagyobb, tehát következtetésképp azt tudjuk levonni, hogy a χ^2 értéke kicsi, tehát az összefüggés is kicsi. Nincs összefüggés a nemek és a márkahűség között ezt igazolja az általam végzett összefüggésvizsgálat is, ahol a χ^2 táblázatos érték (9,49) nagyobb volt, mint a χ^2 számított 2,80.



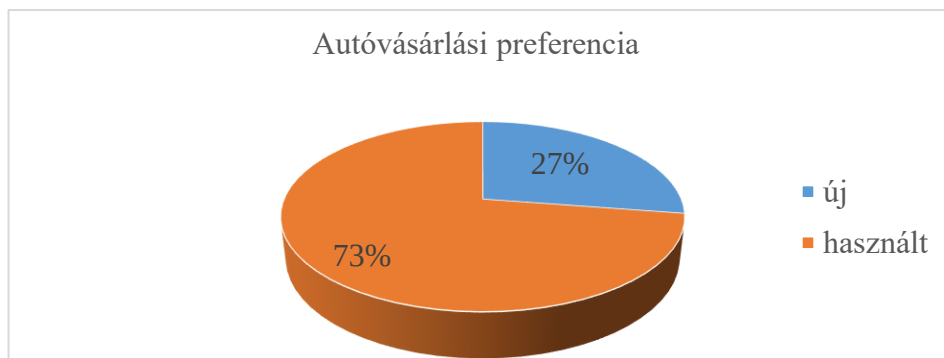
9. ábra: Kérdőív kitöltők lakóhely szerinti megoszlása (Forrás: Saját kutatás, 2024)

A kérdőíves lekérdezésemben jól látható, hogy a vidéki, városi és falusi lakosság inkább dominál a fővárosi és agglomeráció környéki lakossághoz képest, amit összevontam a kevés kitöltők száma miatt. Összefüggésben állhat azzal, hogy a fővárosi és az agglomeráció környéki lakosság nagyobb arányban veheti igénybe a tömegközlekedést. Kedvezőtlenebb számukra a parkolási lehetőség a városon belül, nem szívesen ülnek autóba. Emellett hétvégén lehet, hogy többet autóznak, mint a vidékiek. A vidéki ember többet ingázik a munkahelye és a lakóhelye között. Ide tartozik második hipotézisem, aminél azt állítom, hogy a fővárosban élők körében gyakoribb az, hogy hibrid autót vásárolnak, mint a fővároson kívül élők. Ehhez kétmintás t-próbát alkalmaztam. Kimutatást készítettem az alapadatokról, amelyeket a lakhely és az autó meghajtása alapján szűrtem. Szükségem volt a mért értékre is, amelyhez úgy jutottam hozzá, hogy a gyakoriságok végösszegét összeszoroztam, majd elosztottam ezek végösszegével. Ahhoz, hogy megtudjam az empirikus értéket, kivontam a mért értékekből a várt értéket, négyzetre emeltem majd elosztottam az egészet a várt értékkel. Ezeket az eredményeket a SZUM függvénnyel kiszámoltam, amely 17,88 lett. A táblázatos, azaz a kritikus érték 25 lett. Összességében nem mondható el, hogy a fővárosban élők gyakrabban vásárolnának hibrid meghajtású autót, mint a többi település lakói, ezt a χ^2 magasabb táblázatos értékével tudom alátámasztani a χ^2 számítotttal szemben. Tehát a χ^2 táblázatos nagyobb, mint a χ^2 számított érték.



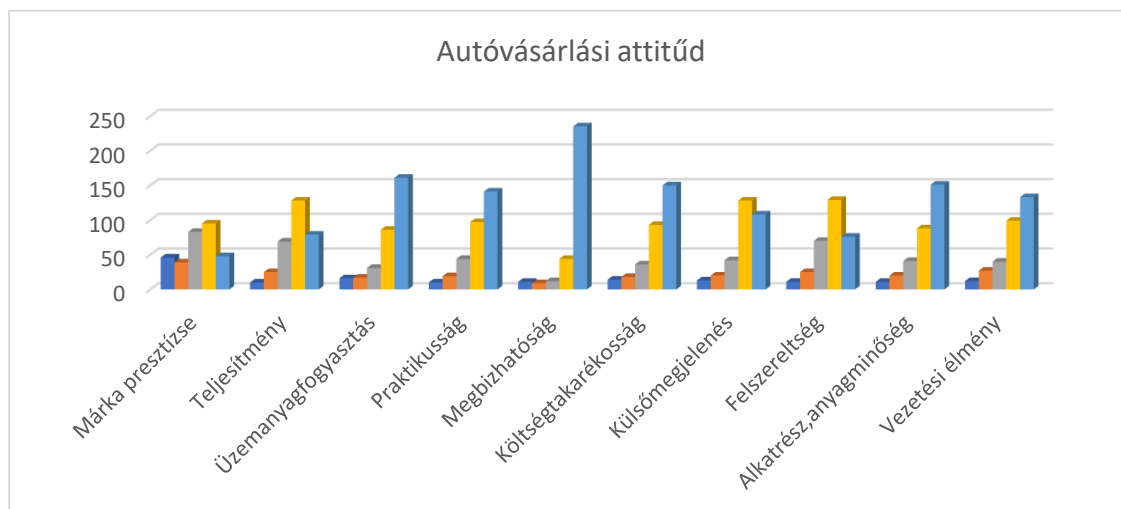
10. ábra: Kérdőív kitöltők autó birtoklási megoszlása (Forrás: Saját kutatás, 2024)

Szűrő kérdésnek beállítottam, hogy rendelkeznek-e a fogyasztók saját autóval. A válaszadók 81%-a rendelkezik gépjárművel és ténylegesen használja is. A korosztályt tekintve többségben vannak a 20-30 év közöttiek. Ebbe beletartozhat az is, akinek van ténylegesen már gépjárműve, vagy van a családban gépjármű, de csak használja. Sok esetben az ember 25-30 év kor között általában már rendelkezik autóval munkahely miatt, vagy a cég biztosít számukra gépjárművet. A kormány ígéretet tett középiskolások számára, hogy ingyenessé teszi a gépjárműoktatást. Ehhez köthető az első hipotézisem, miszerint a Z generáció tagjai inkább vásárolnak használt autót, mint az idősebb korosztály tagjai. Z generáció 1-es kódot kapta a kódolás során, így az első hipotézisem elemzése során ezen kitöltők adataira szűrtem rá, majd a 31-50 éves korosztályra, akik a 2-es kódot kapták, végül pedig az 50 év felettiekre a 3-as kóddal. Kutatásom során vizsgáltam volna bővebben a fiatalabb generációt is, de nem érkezett jelentősebb számú 20 év alatti kitöltőm, így kimondottan maradtam a Z generáció mellett. A szűrt adatokat 2 oszlopban tüntettem fel, majd a kapott adatok alapján kiszámoltam az átlag, szórás majd szórás² értékeket, természetesen a szórás² alapján megkaptam az x értéket, amely meghatározta a szabadságfokokat. Az idősebb korosztályhoz kaptam a kisebb szabadságfokot 142-t, míg a Z generációhoz 167-t. Ezek után f próbát végeztem. Az f számított értékem kisebb volt, mint a táblázatos érték (1,43), így T próbát kellett elvégeznem. T számított értékem 0,62 lett, ami kisebb, mint a táblázatos érték, amelyet a Student féle t eloszlás táblázatból kaptam meg. Mivel a számított értékem kisebb lett, mint a táblázatos érték, ezért a hipotézist elutasítom. Összességében nem mondható el, hogy a Z generáció tagjai inkább vásárolnak használt autót, mint újat az idősebb korosztállyal szemben.



11. ábra: Kérdőív kitöltők vásárlási preferenciája (Forrás: Saját kutatás, 2024)

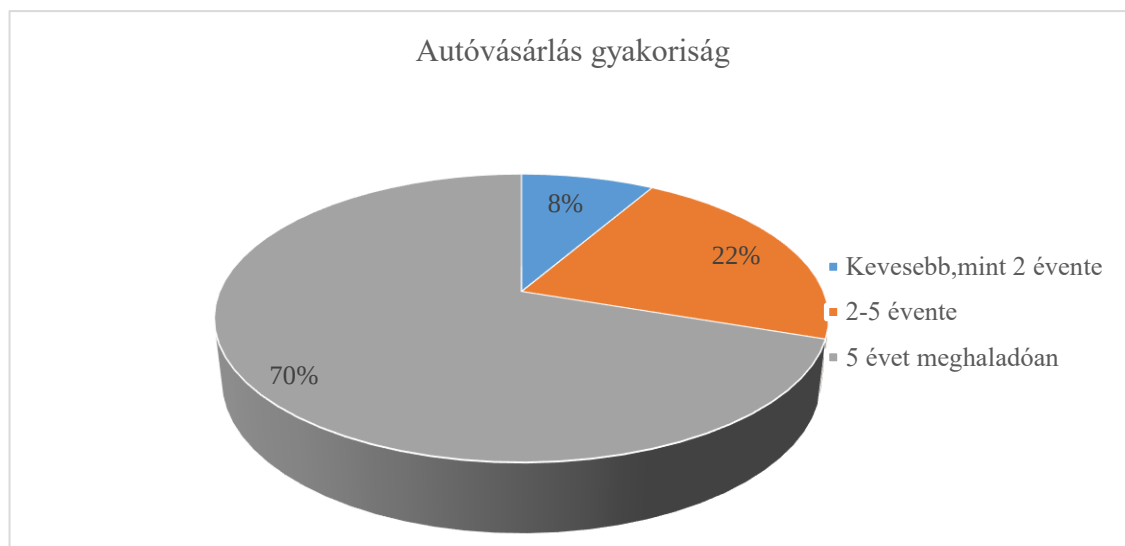
A következő kérdésben néhány állítást tettem fel, hogy a fogyasztók mennyire értettek egyet az alábbiakkal. Ezt likert skála segítségével mértem. Egy 1-5ig terjedő skála segítségével jelölték a válaszadók egyetértésük mértékét. 1= Egyáltalán nem értek egyet, 2= Többnyire nem értek egyet, 3=Egyet is értek, meg nem is, 4= Nagyjából egyetérték 5= Teljes mértékben egyetérték. 75,5%-a a megbízhatóságot választotta, még 15,2%-uk adott ötös osztályzatot a márka presztízsenek. Kiemelt szempont azonban az üzemanyagfogyasztás, a praktikusság, a költségtakarékosság, az alkatrészminőség, és a vezetési élmény is.



12. ábra: Autóvásárlást befolyásoló tényezők (Forrás: Saját kutatás, 2024)

A kutatásom során fontosnak tartottam, hogy választ kapjak arra a kérdésre, hány évente cserélik az autójukat az emberek. A válaszadók 70%-a cseréli le 5 évet meghaladóan, még egyharmaduk 2-5 évente, vagy 2 éven belül cseréli le gépjárművét. Kutatásomban fény derült arra is, hogy a fogyasztók döntő többsége a használt autókat preferálják jobban. Ebből sajnos arra lehet következtetni, amit a SWOT-analízisemben is leírtam, hogy a gazdasági helyzet romlik és ez tartossá váhat. Az emberek nem hogy újra, de még használt autóra sem tudnak

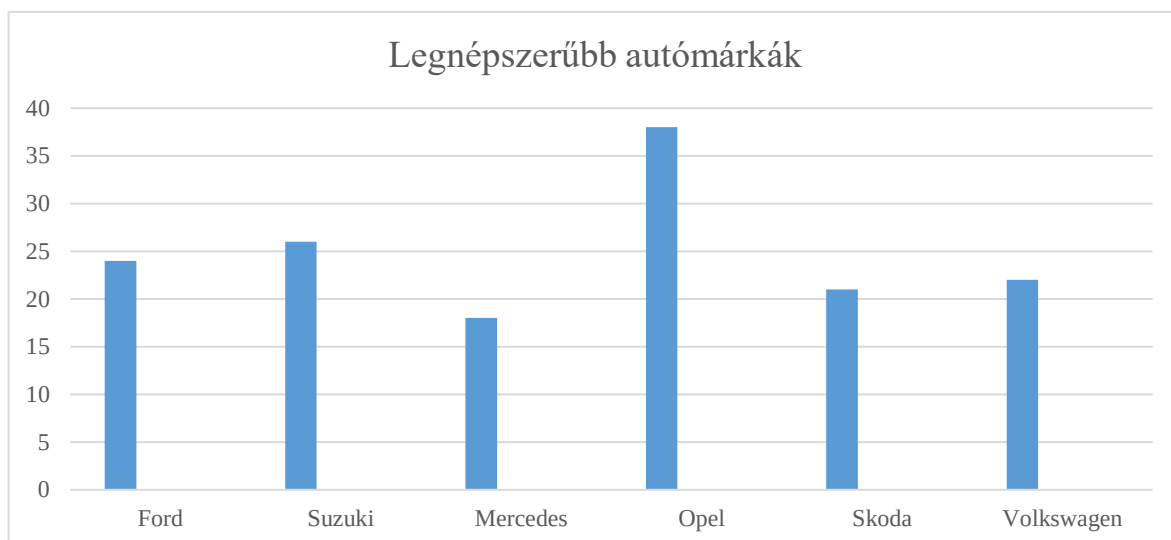
kiadni pénzt. Tovább szűkült az autópiaac, drágult a fenntartása is. A változó benzinárak mellett az ember kénytelen ugyanakkor autóba ülni, hiszen aki dolgozik és nincs lehetősége tömegközlekedéssel eljutni munkahelyére, annak ez létfontosságú. A magyar gépjárműpark átlagosan 10-15 éves.



13. ábra: Autóvásárlás gyakorisága (Forrás: Saját kutatás, 2024)

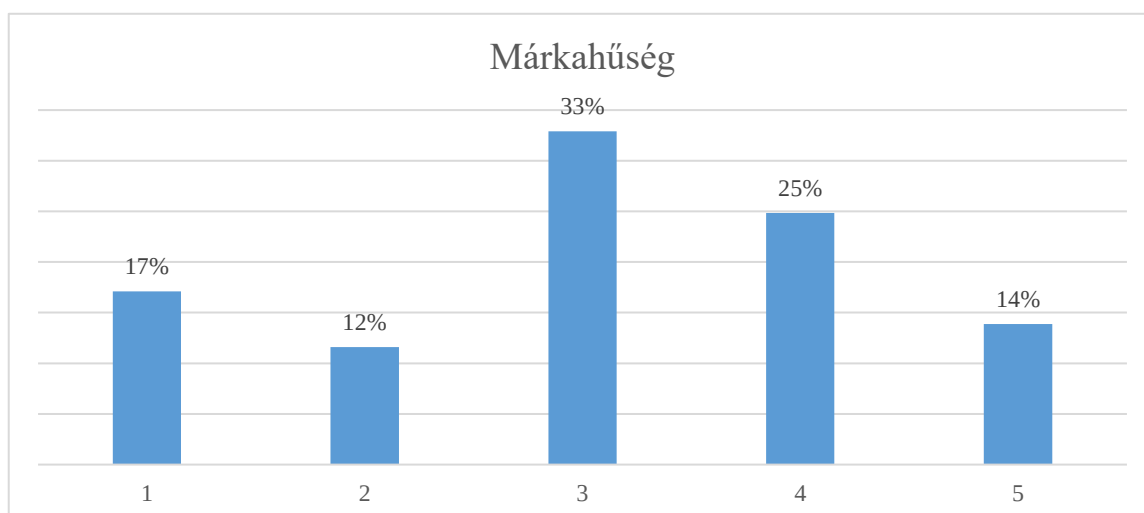
A kutatásomhoz hozzá tartozott az is, hogy a kitöltők honnan szereztek tudomást az autópiaaci trendekről, autóvásárlási szokásokról, árakról. A válaszadók mindössze 6,1%-a márkaweboldalaról és TV-ből érdeklődött, még legtöbbjük internetes áruházak, kereskedők által informálódtak. Közel azonos arányban osztozott a kereskedésről és a rokonok, barátok személyes tanácsaitól. Az eredményhez hozzátartozik az is, hogy az első szalonok valamikor a rendszerváltás után jöttek létre. Velük együtt jött létre a marketingstratégia is, és a TV reklám elterjedése is. Azóta már inkább visszaszorulóban vannak, legalábbis más platformok váltak népszerűbbé.

Az, hogy milyen autógyártó uralkodik a piacon manapság, egy egyszerű kérdéssel derítettem ki. (8. Milyen gyártót preferál területi lefedettség szerint?) Egy háromkimenetelű zárt kérdést használtam. A válaszadók kétharmada európaira szavazott, ami nem is csoda. A legtöbb gyártói kapacitás a kontinensen található. Legnagyobb gyártók Nyugat-Európában találhatóak, éshazánkban is gyártanak autókat.



14. ábra: Legnépszerűbb márkák (Forrás: Saját kutatás, 2024)

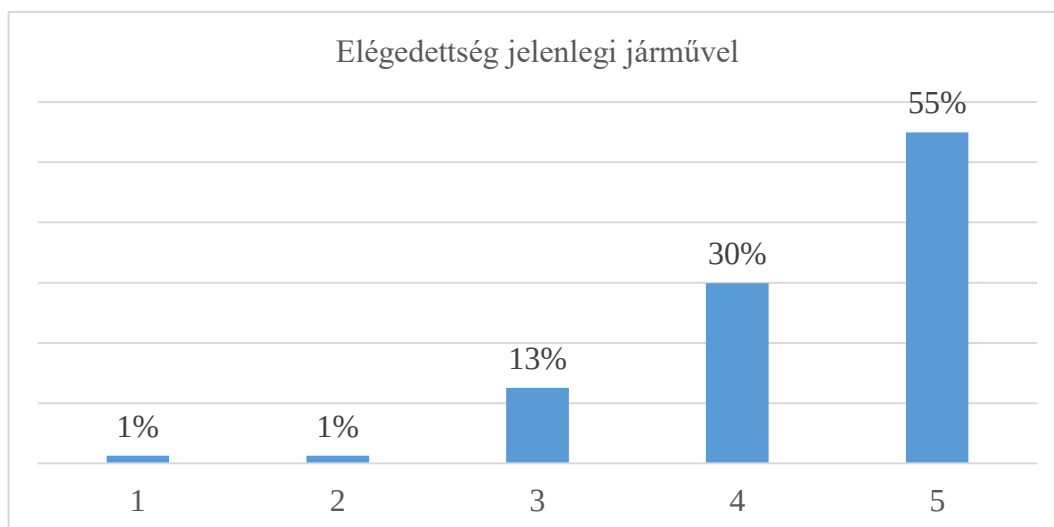
Ahhoz, hogy megtudjam, a fogyasztók mennyire ragaszkodnak kedvenc márkájukhoz, kétkimenetelű zárt kérdést tettem fel: Mennyire tartja magát márkahűnek? (1-Nem annyira 5-Teljes mértékben) A válaszadók 71%-a többnyire ragaszkodik márkájához vagy, ha úgy tetszik erősen inkább márkahű. Ebből 33% 3-as osztályzatot adott le, ami azt jelenti, legalább lehet annyira márkahű, mint kevésbé márkahű. Majdnem 20%-uk viszont egyáltalán nem márkahű, ami azt jelenti, hogy az embereket nem feltétlen befolyásolja a márka presztízse.



15. ábra: Márkahűség (Forrás: Saját kutatás, 2024)

A következő kérdésben egy egyszerű rövid szöveges választ vártam, hogy milyen márkájú autója van az embereknek. Ezek voltak a legnépszerűbb márkák az én kutatásom szerint, ami a

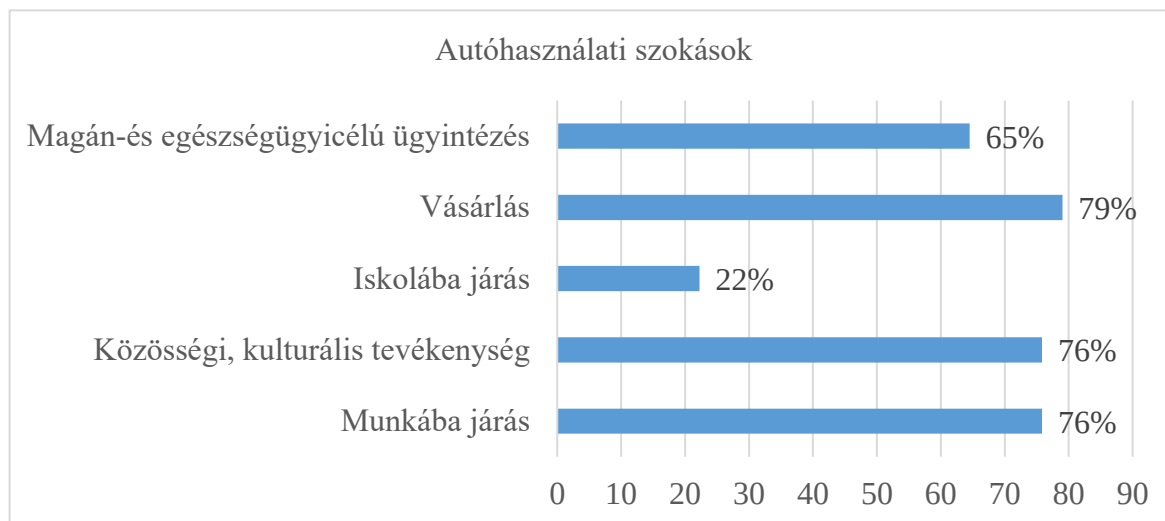
primer kutatásomat is alátámasztja, hogy Európában is inkább az európai autók dominálnak és ebből is a Volkswagen csoport autói. Hazánkban a legelső autógyártóként az Opel tűnt fel, így nem csoda, hogy legnagyobb számmal büszkélkedik. Az akkori 1990-2000-es évek ikonikus autóinak számított, megbízható volt és időtálló. Rögtön nem sokkal betelepült a Suzuki és az Audi. Ez a három vállalat mai is meghatározó a magyar autókereskedés és autógyártás területén. Ezek közül a Suzuki büszkélkedhet a legtöbb márkakereskedéssel szerte az országban.



16. ábra: Elégedettség jelenlegi járművel (Forrás: Saját kutatás, 2024)

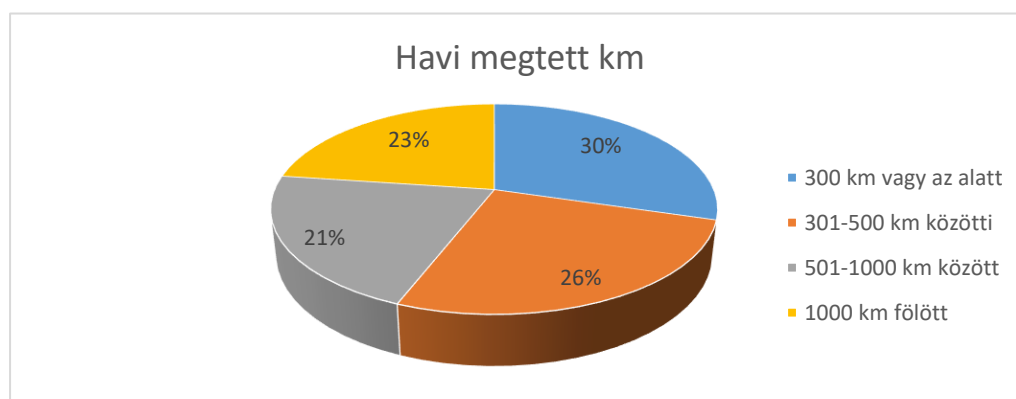
A 12. és 13. kérdés a vásárlói elégedettségre voltam kíváncsi egy 1-től 5-ig terjedő skálán. A válaszadók túlnyomó többsége elégedett volt jelenlegi és előző járművével is. Hármasnál gyengébb osztályzatot a válaszadók 2,6%-a adott jelenlegi járművükre, míg előző kocsijukra 6,5%-uk. Ahhoz, hogy meg tudjam mérni, hogy melyek a legfontosabb autóhasználati szempontok a fogyasztóknál, ordinális kérdést fogok alkalmazni. A kérdéshez (Mire használja járművét? Egyszerre többet is bejelölhet) 5 tulajdonságot (Magán-és egészségügyicélú ügyintézés, Vásárlás, Iskolábajárás, Közösségi kulturális tevékenység, Munkába járás) soroltam fel, amelyeket 1-5ig kellett rangsorolni. Ezek után meg tudom állapítani a három leggyakrabban előforduló elemet. Itt nem kimondottan egyértelmű eredmények születtek. Legtöbbször vásárlásra használják járművüket. Ennek lehet ahhoz is köze, hogy a városi lakosok nagyobb arányban veszik igénybe a tömegközlekedést és csak hétvégeente indulnak útnak valamilyen közösségi, „maganügyi célból. Legtöbbször munkába járnak, főleg az olyan helyeken,

ahol nem oldható meg a napi ingázás. Iskolába maximum azok járhatnak, akik fiatalon rendelkeznek jogosítvánnyal és saját gépjárművel, vagy használhatják a család gépjárművét.



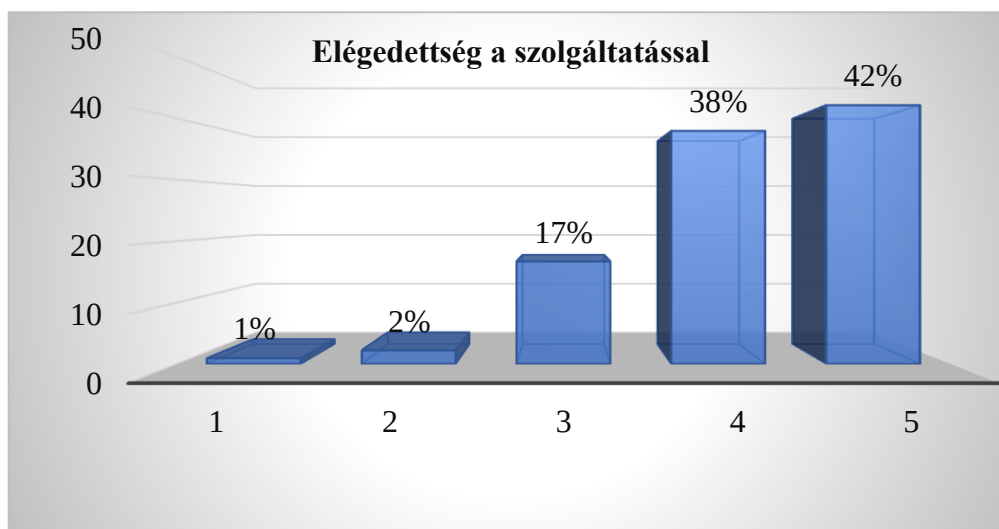
17. ábra: Autóhasználati szokások (Forrás: Saját kutatás, 2024)

Ehhez a két kérdéshez egy szelektív egy válaszos formájú kérdést rendelék, amelyből aztán könnyedén megmértem a leggyakoribb elemet. Az „Milyen gyakran szokta szervízbe vagy szerelőhöz vinni járművét?” kérdéshez 4-5 lehetséges választ tartalmaz. (Havonta, Negyedévente, Félévente, Évente, Alkalmanként) (300 km alatt, 301-500 km között, 501-1000 km között, 1000 km fölött. A diagramokról leolvasható, hogy igen megoszlóak az eredmények. Ez adódhat foglalkozásból, életvitelből, időből fakadóan. Egyikről sem lehet megállapítani, hogy nagyobb a másiktól. Akik egy hónapban 300 km alatt és 500 km közötti távot tesznek meg elég alkalmanként vagy negyedévente és félévente szervizelni a járművüket. Ezzel szemben, akik kamionsöfőrök, üzletkötők releváns, hogy egy hónapban akár 1000 km fölé is ugorhat a kilométerállás. A szervízdíjak pedig 2014 óta a négyszeresére emelkedtek, 10 ezer forint volt ekkor még, mostanra akár 40 ezret is elkérhet egy-egy szerelő a márkaszervízben.



18. ábra: Havi szinten megtett km (Forrás: Saját kutatás, 2024)

Ennél kérdésnél is 1-től 5-ig terjedő skáláig lehetett válaszolni. A válaszadók mondhatni egyhangúan elégedettek a szolgáltatás minőségével és mindössze 3,3%-uk adott gyenge minősítést, közel fele pedig maximálisan elégedett volt a szolgáltatás minőségével.



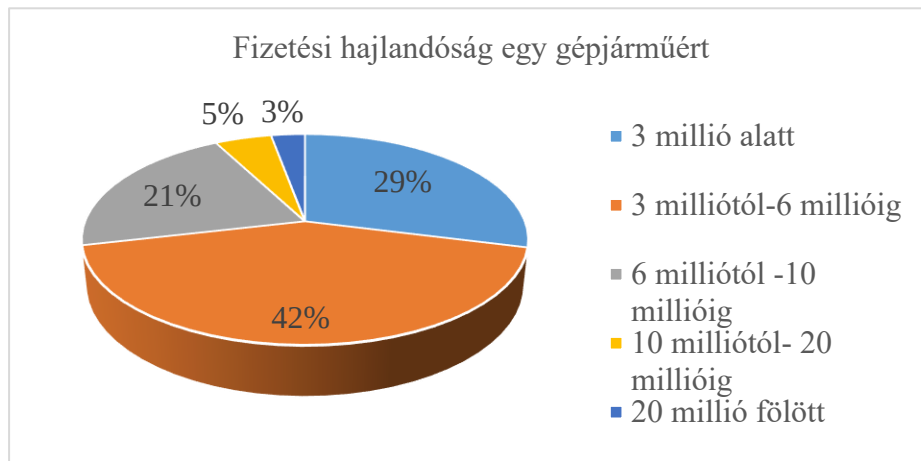
19. ábra: Elégedettség a szolgáltatásokkal kapcsolatban (Forrás: Saját kutatás, 2024)

A következő kérdés szintén egy skálás kérdés, ami kapcsán a gépkocsi választás kérdéskörén belül a meghajtás típusára voltam kíváncsi. Mennyire fontos a válaszadók szempontjából az, hogy a gépkocsijuk benzin, diesel, hibrid vagy teljesen elektromos legyen? Azt gondolom, itt is erősen marginális tényezők hatottak, illetve befolyásoló tényező a gépjármű típusa, felszereltsége. Egy régebbi kocsi még nem rendelkezik olyan kifinomult motorikával és elektronikával, mint a legújabb modellek. Másik tényező a használati szempont, dieselt hosszabb távokra érdemes használni, például szállításra, míg benzineset vagy hibridet inkább személygépkocsi gyanánt, illetve a tisztán elektromos autót inkább a városi közlekedésnél.

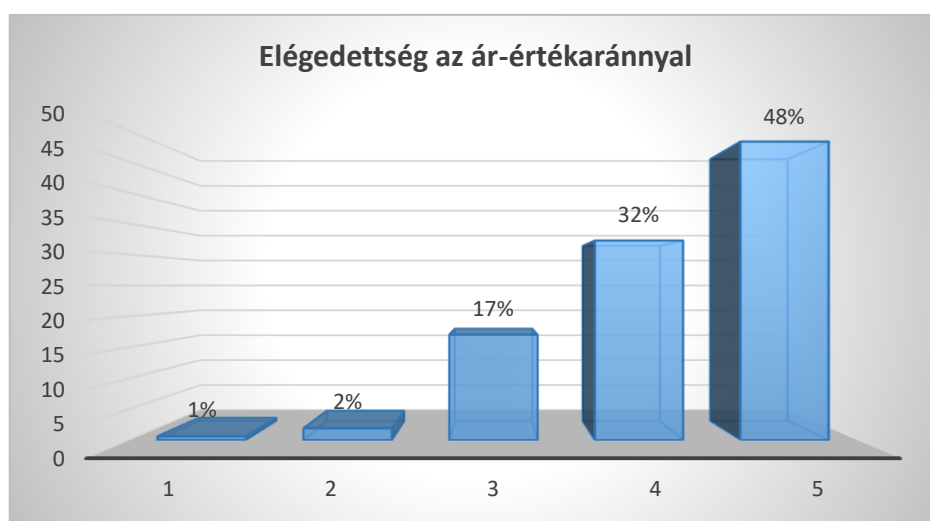
A következő kérdésemben azt vizsgáltam, hogy mekkora összeget képesek áldozni egy gépjárműre az emberek. A kitöltők közel fele 3 milliótól egészen 6 millióig terjedő összegig hajlandó áldozni egy autóért. Ebbe az árfekvésbe tartozik az új autók piacán hazánkban: a Mitsubishi Space Star, Kia Picanto, Hyundai i10, Dacia Sandero, Citroen C3, Fiat 500, Suzuki Ignis, Suzuki Swift, Opel Corsa, Renault Clio, Peugeot 208. A legnépszerűbb autómárkáknál nem emeltem ki, de a kérdőíves kitöltéseknél Suzukin kívül volt, aki Citroen-t Mitsubishi-t, Kia-t vagy a Hyundai-t és Dacia-t választotta több-kevesebb számban. Nem véletlen. Egyrészt a nagyobb árfekvésük miatt, másrészt a legnagyobb számban Suzuki vagy Skoda, Volkswagen volt jelen a kérdőívemben. Így, ha ezek közül valakinek régebbi típusú autója volt, nagyobb volt az esélye, hogy beleesik a 3 millió forint alatti sávba, ami közel egyharmada a kitöltőknek.

Közel egynegyede engedheti meg magának, hogy 6 milliótól 10 millió forintig vehessen autót és 7%-uk 10-20 millió között vagy a fölött. Ez a kategória a Toyota Corollánál vagy a Skoda Octavianánál kezdődik.

20. ábra: Fizetési hajlandóság (Forrás: Saját kutatás, 2024)

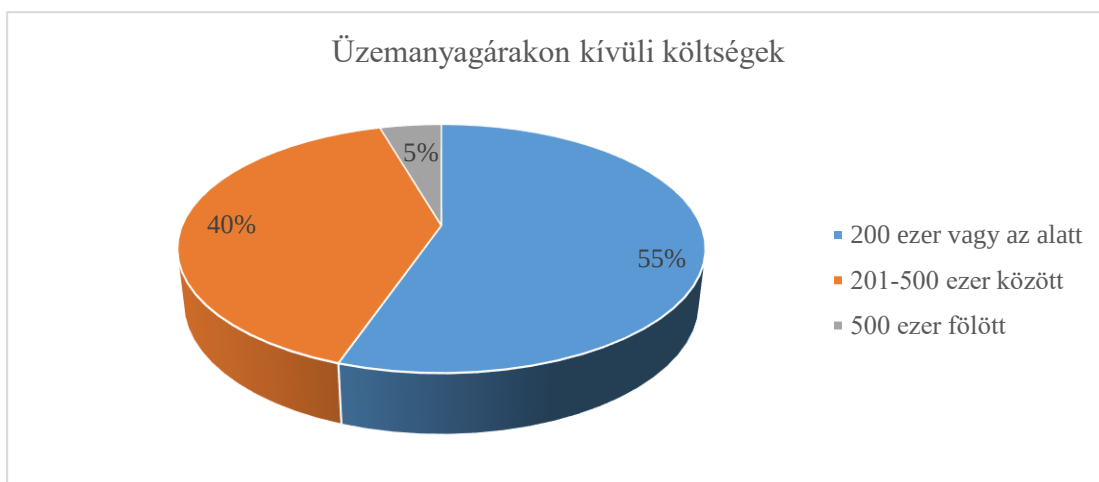


A 20. kérdés szintén egy skálás kérdés a vásárlói elégedettségre terjed ki. A válaszadók majdnem a fele teljes mértékben elégedett az ár-értékaránnyal. Harmaduk elégedett, közel 20%-uk viszonylag elégedett és mindössze 2,5%-uk akik kevésbé vagy egyáltalán nincs megelégedve. Ugyanakkor óriási a szakadék a használt és az új autó piac között. A probléma ott kezdődik, hogy az emberek nincsenek tisztába azzal, hogy mit vásárolnak. A hirdetésekben és az elmondottak alapján minden használt-autó szervizelt és jó állapotú, de a valóságot koránt sem fedi.



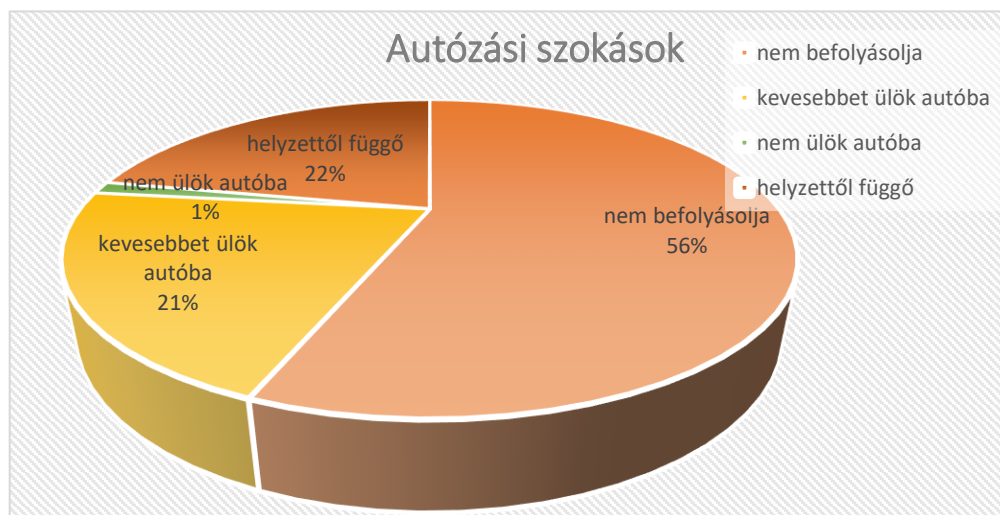
21. ábra: Elégedettség az ár-érték aránnyal (Forrás: Saját kutatás, 2024)

A következő kérdésben kíváncsi voltam az üzemanyagáron kívül mennyit szoktak költeni az emberek egy hónapban. Nem volt meglepő számomra az eredmény. Egy-egy gumicsere szezonálisan kisautónál is belekerül 4-5 ezer forintba/darab, első-hátsó lámpa is 200 ezer forintba kerülhet, ha megsérülnek. Az olajcsere árak 14 ezer-40 ezer forint között mozognak munkadíj tekintetében, az automata váltó olajcsere pedig 80 ezer forintba kerül átlagosan. Az árak függnék az autó és az olaj típusától. Ezen kívül ide tartozik a polírozás, mosás, fényezés, kárpitozás, ami 30-45 ezer forintot ölel fel. Ha még valaki szeretné tuningolni járművét, mint például motorfelfuratus, kipufogó csere, szelepcsere, turbócsere, ezek tovább növelik a költségeket.



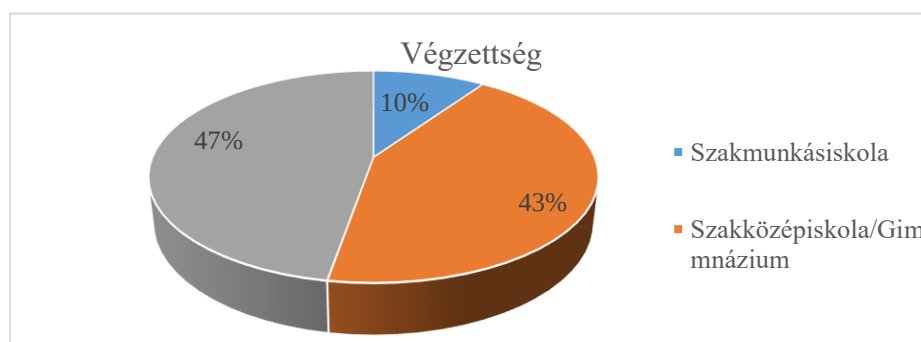
22. ábra: Egyéb felmerülő költségek (Forrás: Saját kutatás, 2024)

A következő kérdésben négy állítás közül lehetett választani: nem befolyásolja, kevesebbet ülök autóba, nem ülök autóba, helyzettől függő. Ezzel szerettem volna felmérni, hogy mennyiben változott az elmúlt időszakhoz viszonyítva az emberek autózási szokásai a benzinárak emelkedésével. Mindössze 1%-uk válaszolta azt, hogy nem ül autóba. Vagy alacsony jövedelemmel rendelkeznek, vagy van számukra kedvezőbb utazási feltétel, mint a gépjármű. Ezzel szemben az autózók több, mint a fele változatlanul igénybe veszi négykerekűjét. Valószínűleg a vidéki emberek, akiknek nincs más opció a munkába járáshoz, vagy éppen munkájukból adódóan szükséges számukra az autó. Érdekes megemlíteni, hogy 43%-uk megfontolja, mennyire veszi igénybe járművét. Megállapítható, hogy a válság erősen visszavetette az embereket nem csak a vásárlás terén, hanem használati szempontból is.



23. ábra: Autózási szokások (Forrás: Saját kutatás, 2024)

Fontosnak tartottam, hogy a kitöltők szakképzettségére is rákérdezzek, mivel kíváncsi voltam, hogy mely kategóriába sorolhatók a márkafogyasztók. A kitöltők 90%-a értelmiségi, közel fele felsőoktatást végzett. A harmadik hipotézisem az egyetemi végzettséggel rendelkezők számára befolyásoló tényező az üzemanyag árak változása, míg az alacsonyabb végzettségűek számára nem meghatározó. Ezt χ^2 számítással végeztem el. Ehhez először is egy kimutatást kellett készítenem a végzettséggel, és a fogyasztási gyakorisággal kapcsolatban. Ez a várt érték. Szükségem volt a mért értékre is, amelyhez úgy jutottam hozzá, hogy a gyakoriságok végösszegét és a nemek végösszegét összeszoroztam, majd elosztottam ezek végösszegével. Ahhoz, hogy megtudjam az empirikus értéket, kivontam a mért értékekből a várt értéket, négyzetre emeltem majd elosztottam az egészet a várt értékkel. Ezeket az eredményeket a SZUM függvénnyel kiszámoltam, amely 11,2 lett. A szabadságfok 6 és 95%-os pontossággal dolgozunk, tehát a táblázatos, azaz a kritikus érték 12,6 lett. Nincs összefüggés, mivel a táblázatos értékem magasabb, mint a számított, tehát a végzettség nem befolyásolja az üzemanyag árak iránti érzékenységet.



24. ábra: Végzettség szerinti megoszlás (Forrás: Saját kutatás, 2024)

4. Következtetések, javaslatok

Szakedolgozatom hét nagy fejezetet ölel fel, amelyből az első fejezet a világgazdaság globalizációs folyamatairól és a világkereskedelemről lesz szó, majd ezt követően fokozatosan elhelyezem benne Európa szerepét a világtérképen. Külön kiemelem Németország szerepét a térségben és az Unió tagállamai egymáshoz és Németorszához kapcsolódó viszonyát. A második részben az autógyártás és autókereskedelem történetét mutatom be a globális és az európai autókereskedelem tekintetében. A harmadik fejezet a német-magyar gazdasági kapcsolatok jelentőségét és helyzetét taglalja, az egyes szövetségi államok magyar gazdaságban betöltött szerepében. A negyedik nagy fejezet az autóipar magyarországi szintű kialakulását tárja fel, ennek keretein belül szót emelek az autóipar magyarországi szerepéről. Az ötödik fejezet kifejezetten a pandémia okozta magyar és német autóiparra kifejtett hatásaira pozícionál. Hatodik fejezet az autóipar jövőjéről emel pár szót, mely trendekkel kell szembenézni az ágazatnak, mint például a digitális átalakulás, a környezetvédelmi előírások retorziója, vagy a társadalmi szokások változásai, illetve a kutatási-fejlesztés lehetőségei. Hetedik és egyben utolsó fejezet a Mercedes-Benzről történetéről szól, külön bemutatva a Mercedes magyarországi leányvállalatának tevékenységét. Összegezvén a kutatásaim, hipotéziseim megerősítettek abban, hogy a Covid 19 és az energiválság következtében negatív tendenciát mutatott a globális és a magyar autóiparban. Azonban a hatás csak rövidnek bizonyult, mivel a pandémia körül lezajlott forradalmi változások nagyban hozzájárultak az autóipar innovációjához. Statisztikailag bizonyítható, hogy a kezdeti termelésben, kereskedelemben, beruházásban való visszaesés után, az autóipar görbéje újra növekedésnek indult. Nagyobb kihívást a chip- és alkatrészhiány okozta ellátási láncok meghosszabodása jelentették. A problémák ugyanakkor lehetőséget teremtettek az ágazat digitalizációjának és az automatizációjának elterjedése felé a környezetvédelmi szigorítások égisze alatt. Ezt mi sem bizonyítja jobban, minthogy a SWOT-analízisemben kitértem a vállalat óriási kormányzati támogatására, illetve arra, hogy hatalmas beszállítói kapacitással és külső támogatással rendelkezik, ami a kutatásfejlesztést is erősíti. Összehasonlítottam vállalatot a piacon belüli és kívüli tényezőkkel, a versenytársakhoz viszonyítva.

A kérdőíves felmérésemben felmértem a fogyasztói igényeket. Többek között választ szerettem volna kapni a fogyasztói szokásokra. Az első hipotézisemben a Z és az idősebb generáció autóvásárlási szokását szerettem volna vizsgálni. Arra az eredményre jutottam, hogy nem mondható el, hogy a Z generáció tagjai inkább vásárolnak használtautót, mint újat az idősebb

korosztállyal szemben. Javaslatom ezzel szemben az, hogy a fiatalabb generáció is rendelkezhet viszonylag magasabb jövedelemmel, szakképzettségtől és iskolázottságtól függően. Megteheti, hogy nagyobb árfekvésű autót vegyen részletre is.

Második hipotézisemmel arra szerettem volna választ kapni, hogy a budapesti autósok vagy a vidéki városiak körében népszerűek a hibrid meghajtású járművek. Összességében arra jutottam, hogy a fővárosban élők körében nem gyakoribb a hibrid meghajtású autó, mint a többi település lakói között. Javaslatom ezzel szemben, mivel már egy hibrid vagy egy teljesen elektromos autó is 10-14 millió forintnál kezdődik, így meggondolja az ember megteheti-e magának, hogy megvegye. Rövidtávon lehet hatékony a töltőállomások kiépítése miatt.

A harmadik hipotézisemben érdekelt, mennyire befolyásolja az érzékenységet az emberek társadalmi státusza, végzettsége. Végül arra a megállapításra jutottam, hogy nincs összefüggés a végzettség és az üzemanyag-árak iránti érzékenység között.

A negyedik hipotézisémben összefüggést kerestem a nemek és a márkahűség között. A táblázatos értékeknek megfelelően az eredményem az lett, hogy nincs összefüggés a nemek és a márkahűség között.

5. Összefoglalás

A gépjármű születése óta szolgálja a gazdaság növekedését. A mai autószektor változások előtt áll, ami köszönhető különböző gazdasági folyamatoknak. Egyfelől a fejlett országokban, mint például Japánban vagy az EU-ban és az USA-ban szűkült a piac, míg a fejlődő országokban növekedett. Nagyobb az érdeklődés az alacsony fogyasztású járművek és a hibrid, tisztán elektromos járművek felé. Profit szempontjából a luxus és egyéb nagy teljesítményű autó eladásából a gyártók nem tudnak hasznot realizálni, ami köszönhető a nemzetközi kereskedelmi megállapodásoknak is. A fenntartható fejlődést meggátolják a gépjárművek szén-dioxid kibocsátásával kapcsolatban kivetett EU-s jogszabályok. (Európai & Tanács, 2019. április 17) Ezért a gépjárműkereskedelemben lévő vállalkozásoknak olyan környezettudatos megoldások felé kell fordulni, mint például az elektromos autók. A vállalatok 2030-ig kötelesek csökkenteni a teljes szén-dioxid kibocsátást 15%-kal a gépjárművekre vonatkozóan. 2030-tól további szigorítás lép érvénybe, ami azt jelenti, hogy kevesebb károsanyag kerülhet a levegőbe az újonnan gyártott autókra vonatkozóan 37,5%-kal, az új kisteherautókra pedig 31%-kal 2021-hez képest. A cégek kénytelenek lesznek értékláncukat megreformálni, mivel a mostani autóknál gyakoribbak az előre legyártott panelek.

Ezek a folyamatok sarkalltak arra, hogy a témával behatóbban foglalkozzák. Kutatásom fókuszában a Mercedes magyarországi működése és piaci helyzetképe állt, az autóiparon belül, amely bőven kifejtésre került. A vállalat meghatározó pillére ma is a Mercedes-Benz AG stuttgarti székhelyű központjának. A változó trendek mellett a Mercedes is felkészült a környezetvédelmi szabvány reformokra elsők között. Így hazánkban is hamarosan legördülhet az első tisztán elektromos Mercedes, hozzájárulva a kevesebb károsanyag-kibocsátáshoz, csökkentve ezzel az emissziót. A kérdőíves felméréséből kapott eredményekből egyértelműen észrevehető a válság okozta gazdasági visszaesés. Az emberek nemigen vesznek autót, illetve régire van pénzük inkább. Az ül többnyire autóba, akit a munkája kötelez. Így a luxuskategóriájú autók, mint a Mercedes, háttérbe szorulnak. Ráadásul Kína nemrégiben elárasztotta olcsó, kompakt autókkal az európai piacokat. A közgazdaságban szokták úgy is mondani USA fogyaszt, Kína termel. Ez igaz lesz az autókra és nem csak az Egyesült Államok fogyaszt már. Európát az energiaválság kiéheztette, ami gyakorlatilag azzal jár, hogy gazdaságilag kezdi bekebelezni Kína. Ennek következménye, hogy veszíteni fog a súlyából.

6. Irodalomjegyzék

1. Bancsi P. (2018): Mercedes-Benz, Nagykönyv Kiadó, Nyíregyháza, 70-89. oldal
2. Benedek A. (2008): Íme az autó, Nagykönyv Kiadó, Nyíregyháza, 23-40. oldal
3. Bolgár K. (2020): Több mint autó- Történetek a világot mozgató iparágból, Inverz Media Kft., Dunakeszi, 34-45. oldal
4. Greene N. (2021): Mercedes-Benz Saloon Coupé The Complete Story, England, 180-192. oldal
5. Larry E. (2006): Legendás autók, Alexandra Kiadó, Budapest, 88-98. oldal
6. Nigel F. (1994): Mercedes, Corvina Kiadó Kft., Budapest, 23-45. oldal
7. Roland L. (2019): Mercedes-Benz, Heel Verlag GmbH, 12-20. oldal
8. Staud R. (2016): The Classic Cars Book, Te Neues Pub Co, England, 97-113. oldal
9. Thomas W. (2012): Mercedes-Benz Supercars, Schiffer Publishing Ltd, Egyesült Államok, 100-123. oldal

Online források

1. Schaeede, U. (2010. április). *A globalizáció és a japán autóalkatrész-ipar átszervezése*.
Forrás:
https://www.researchgate.net/publication/237216796_Globalisation_and_the_reorganisation_of_Japan%27s_auto_parts_industry
2. Slowik, P., Pavlenko, N., & Lutsey, N. (2016). A következő generációs elektromos járművek technológiáinak értékelése. Washington.
3. Sturgeon, T., & Florida, R. (2000). *Globalizáció és munkahelyek az autóiparban*.
4. S., P. (2011). *Kódolt kifulladás. Válság a gépjárműpiacon, Közgazdasági Szemle*, .
5. Sass, M., & Antalócy, K. (2011. május-június). *VERSENYPOLITIKA ÉS VERSENYKÉPESSÉG*. Forrás: Válságkezelés előremeneküléssel:
<https://kulgazdasag.eu/>
6. DATAHOUSE. (2021. Január 6). *Műszaki magazin*. Forrás: <https://www.muszaki-magazin.hu/2021/01/06/mge-lista-magyar-auto/>

7. Szalavetz, A. (2013). In *Az autóipar szerkezeti átrendeződése- Vállalati stratégiák és a válság hatásai* (old.: 14–22.).
8. Csachó, M., Janzsó, G. d., Komma, K., Mautner, M., Péli, R., & Varga, R. (2021). *Németország országinformáció*. Forrás:
<https://exporthungary.gov.hu/download/3/8f/b2000/N%C3%A9metorsz%C3%A1g%20V3.pdf>
9. DESTATIS. (2020). Forrás:
https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/07/PD20_287_811.html
10. DESTATIS. (2020). Forrás:
https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/07/PD20_287_811.html
11. *Germany Trade and Invest*. (2023. 6 1). Forrás: Produktionsstandort Ungarn zieht Autohersteller an : www.gtai.de
12. Túry, G. (2014). *Autóipar az EU10 gazdaságaiban: Fejlesztések az elmúlt évtizedben*. Forrás:
https://real.mtak.hu/19024/1/Tury_G_Automotive_industry..._u_102619.22926.pdf
13. Gyukics, R. (2011). *A magyar kis- és középvállalatok beszállítói szerepének erősítéséről szóló stratégia kidolgozása a gép- és gépjárműipari ágazatban*.
14. Zsuppán, I. (2009). *A magyar autó - A magyar autógyártás története*.
15. Görlitz, P. (2022. március). *Germany Trade and Invest*. Forrás: The Machinery & Equipment Industry in Germany :
https://www.gtai.de/resource/blob/2514/dd936d01d72d8b6118e306137eb15781/Machinery_Equipment_Germany_Industry_Overview_2022.pdf
16. Nóra, K. (2010. március–április). : *Hová húz az autóipar Magyarországon? Külgazdaság*. Forrás:
https://kulgazdasag.eu/api/uploads/3_kemenczei_nora_0dc67a1e4e.pdf
17. ACEA. (2022. május 2). Forrás: <https://www.acea.auto/publication/acea-oil-sequences-2022/>
18. ACEA. (2023. február 21). *Új regisztrált autók száma az EU-ban*. Forrás:
https://www.acea.auto/files/20230221_PRPC_2301-FINAL.pdf

19. *Acea Economic and Market Report Global and EU auto industry*. (2023. November).
Forrás: https://www.acea.auto/files/Economic_and_Market_Report-First_three_quarters_of_2023-1-1.pdf
20. AUTOTOP. (2022). *"Mercedes": származási ország, márkatörténet. A Mercedes-Benzről A Mercedes-Benz alapítója*. Forrás: https://korea1.ru/hu/avtotop/mersedes-strana-proizvoditel-istoriya-brenda-o-kompanii/?fbclid=IwAR1vXkU9lsaemTEB_rbGnAL3oltMHv0QIIxkUBHA9DhVsmF0kPwyH20J7XA
21. Autószekektor. (2023. Január 9). *Özönlenek a kínai autók európába*. Forrás: <https://www.autoszekektor.hu/hu/content/ozonlenek-kina-i-autok-europaba#:~:text=%C3%96z%C3%B6nlenek%20a%20k%C3%ADnai%20aut%C3%B3k%20Eur%C3%B3p%C3%A1ba%201%201.%20Wuling,8%208.%20Aion%20S%2073%20853%20Tov%C3%A1bbi%20elemek>
22. Ayati, N. (2020).
23. Bukovics, K. (2022. február 22). *Alapjárat*. Forrás: Az ezredforduló környékének legnagyobb autóiipari vívmányai: <https://alapjarat.hu/el-mondo/az-ezredfordulo-kornyekenek-legnagyobb-autoipari-vivmanyai>
24. Bukovics, K. (2022. február 16). *Alapjárat*. Forrás: Ezek voltak a '70-es évek legnagyobb autós vívmányai: <https://alapjarat.hu/el-mondo/ezek-voltak-80-evek-legnagyobb-autos-vivmanyai>
25. Economist, T. (2019. március 14). *A VW újdonsült főnöke gőzerővel halad előre az elektromosság terén*. Forrás: <https://www.economist.com/>
26. Emanuele, F., Dominik, C., Matt, T., Rossin, M., & Spena, P. R. (2014). Az e-mobilitás hatása az autóiipari ellátási láncra.
27. Eurostat. (dátum nélk.). Forrás: ec.europa.eu/eurostat/en
28. EUROSTAT. (dátum nélk.). Forrás: <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tps00001/default/table?lang=en>
29. EUROSTAT. (dátum nélk.). Forrás: ec.europa.eu/eurostat/databrowser
30. Európai, P., & Tanács. (2019. április 17).

31. Florian, K. (2014). Az elektromos autógyártás logisztikai vonatkozásai.
32. Ferenicz, A., & Szabó, Z. R. (2012). *Z generáció hatása a munkaadói szervezetekre*.
Forrás: <https://www.munkaugyiszemle.hu/zgeneracio-hatasa-munkaltatoi-szervezetekre>
33. Ferjancsik, Z. (2023. Április 21). *Mercedes Benz Manufacturing Hungary Kft. Környezetvédelmi Nyilatkozat*. Forrás: https://gyar.mercedes-benz.hu/application/files/9216/8898/8529/MB_KNY_2022_HUN_alairt.pdf
34. Fine, Lafrance, & Hillebrand. (1996). *Megfelelés a kihívásnak: Az Egyesült Államok ipara a 21. századdal néz szembe – Az Egyesült Államok autógyártó ipara*. Forrás: https://www.me.psu.edu/simpson/courses/me546/projects/auto_industry.pdf
35. Freund, H., Jánoskúti, L., Kadocsa, A., Svoboda, D., & Tschiesner, A. (2020. Január). *Az európai autóiipari versenyképesség újragondolása: a K+F lehetőség Közép-Kelet-Európában*. Forrás: A nyugat-európai autóiipari vállalatok Közép- és Kelet-Európa felé tekinthetnének stratégiai megoldásként kutatás-fejlesztési tevékenységeik jelenlegi kihívásaira – és versenyképességük biztosítására.:
<https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/rethinking-european-automotive-competitiveness-the-r-and-d-cee-opportunity>
36. Hausmann, R. (2020.. szeptember). *A globális ellátási láncok átalakulása a feldolgozóiparban a koronavírus-járvány következtében*. Forrás: <https://hitelintezetiszemle.mnb.hu/letoltes/hsz-19-3-e1-hausmann.pdf>
37. Hecker, F. (2023. Május 23). *Világgazdaság*. Forrás: Magyar Gazdaság: https://www.vg.hu/vilaggazdasag-magyar-gazdasag/2023/05/gyarbezarusi-hullam-keszul-europaban-kinai-akkumulator-nelkul-a-magyar-jarmuipar-sem-lenne-biztonsagban#google_vignette
38. Horváth, P. (2022. Július 21). *Bács-Kiskun Vármegyei Hírportál*. Forrás: https://www.baon.hu/helyi-kozelet/2022/07/egymilliard-eurobol-bovitik-a-mercedes-kecskemeti-gyarat-2025-ig#google_vignette
39. Humphrey, J. –M. (2003). *A globális autóiipari értéklánc: milyen kilátások vannak a fejlődő országok fejlesztésére*.

40. Ifo, m. (2022). *Általános Gazdasági Tájékoztató*. Forrás:
<https://munchen.mfa.gov.hu/hun/page/kuelgazdasag>
41. Joann, M. (2004. Augusztus 16). *Saving Chrysler*. Forrás: Forbes:
<https://www.forbes.com/forbes/2004/0816/058.html?sh=6030e5e04346>
42. KSH. (2019). *Területi különbségek a koronavírus-járvány árnyékában*. Forrás:
https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/ter_kul_jarvany/index.html#aziparikrzetektermelskiessejelentslehet
43. KSH. (2019). *Helyzetkép az iparról*. Forrás:
<https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jelipar/2019/index.html>
44. KSH. (2020). *Felértékelődött a távmunka a Covid19 árnyékában*. Forrás:
<https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/koronavirus-tavmunka/index.html#atvmunkbanvagyhofficebandolgozkarnyamjusbanrteelacsct>
45. KSH. (2020). *Helyzetkép a szállítási ágazatról*. Forrás:
<https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jelszall/2020/index.html#mindahelyimindahelykziszemlyszllsteljestmnyejelentsmrtkbencskkent>
46. KSH. (2022). Forrás: https://www.ksh.hu/stadat_files/ipa/hu/ipa0060.html
47. KSH. (2023). Forrás: https://www.ksh.hu/stadat_files/kkr/hu/kkr0059.html
48. KSH. (2023). Forrás: <https://www.ksh.hu/gyorstajekoztatok/ber/ber2309.html>
49. KSH, i. t. (2020). Forrás: https://www.ksh.hu/stadat_files/ipa/hu/ipa0035.html
50. Klier, T., & McMillen, D. (2013. november 15). *Agglomeráció az európai gépjárműszállító*. Forrás:
<https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php?ID=941086029119015014125090103005102030040035068060068038011064127081005083098004002121027055021115000042004089077112080001112115062049001061039127082120105004112089039001020105069002125108005089097118069125009030>
51. Knoll, E. C., & Juhász, I. (2023. szeptember). *A tartományok szerepe, jelentősége a magyar-német gazdasági kapcsolatokban*. Forrás: www.novekedes.hu/mag/a-nemet-tartomanyokhoz-fuzodo-magyar-gazdasagi-kapcsolatokban-sok-meg-a-tartalek

52. Klug, F. (2013). *Hogyan alakítja át az elektromos autók gyártása az autóiipari ellátási láncokat*. Dublin.
53. Kengyel, K. (2021. 10 24). *Totalcar*. Forrás: Volt egyszer egy Rába: totalcar.hu/magazin
54. Komma, K. (2020). *A koronavírus hatásai a délnyugat-németországi gazdaság aktuális helyzetére, üzleti kapcsolatainkra*. Forrás: <https://mkik.hu/download/98/a-koronavirus-hatasai-a-delnyugat-nemetorszagi-gazdasag-aktualis-helyzeterere-uezleti-kapcsolatainkra>
55. KPMG. (2019). *Vezetői összefoglaló. München, KPMG Autóiipari Intézet*. Forrás: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/se/pdf/komm/2019/Global-Automotive-Executive-Survey-2019-Summary.pdf>
56. Kárpátia, S. (2009). *A magyar autógyártás hőskora*. Forrás: Történelem Portál: <https://tortenelemportal.hu/2009/10/a-magyar-autogyartas-hoskora/>
57. Mercedes-Benz, M. (2024). *Mercedes-Benz*. Forrás: <https://gyar.mercedes-benz.hu/>
58. Miklovicz, N. (2013. Január 7). *Marketing112*. Forrás: <http://www.marketing112.hu/a-swot-analizis/>
59. MKB, e. (2012. December). *Mercedes-Benz: A guruló luxus*. Forrás: https://www.mbhbank.hu/sw/static/file/mkb.hu-sw-static-file-MBG_20221216.pdf
60. Oborudow. (2021). *Történelem "Mercedes-Benz" és érdekes tények*. Forrás: <https://oborudow.ru/hu/salon/o-kompanii-mercedes-benz-istoriya-mersedes-benc-i-interesnye-fakty-istoriya-mersedesa/>
61. OECD. (2023). Forrás: [worldbank.org](https://www.worldbank.org)
62. OICA. (2020). *OICA Gépjárműgyártók Nemzetközi Szervezete*. Forrás: Termelési adatok 2020: <https://www.oica.net/>
63. Pataki, K. S. (2014. március). *Kecskemét ipari központtá fejlődésének mérföldkövei*. Forrás: https://epa.oszk.hu/00800/00890/00058/EPA00890_polgari_szemle_2014_1-2_579.htm?fbclid=IwAR0JI4AQJVw4OwgE89z3xVVyWxnrFSzl8khu9vdycYWQerfDpiBXpXCoz-c

64. Pavlínek, P. (2012. április 25). A vállalati K+F és az autóipari K+F nemzetközivé válása Kelet-Közép-Európában.
65. Pásztor, S. (2022. Január 4). *oeconomus Gazdaság Kutató Alapítvány*. Forrás: A német–magyar gazdasági és külkereskedelmi kapcsolatok:
<https://www.oeconomus.hu/irasok/a-nemet-magyar-gazdasagi-es-kulkereskedelmi-kapcsolatok/>
66. Pénzügysziget. (2008. február 18). Forrás:
http://penzugysziget.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=1728&catid=257&Itemid=384
67. PWC. (2019). *Autóipari trendek*. Forrás: <https://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2019/Theme-assets/reports/automotive-trends-report.pdf>
68. Ravasz, I., & Sipos, P. (1997). *Harckocsigyártás Magyarországon*. Budapest: PETIT REAL Könyvkiadó.
69. Unió, E. (2023 augusztus). *Trade DG Statistical Guide*. Forrás:
<file:///C:/Users/kalla/Downloads/dg%20trade%20statistical%20guide-NGAA23001ENN.pdf>
70. VDA. (2022). Forrás: <https://www.vda.de/de/aktuelles/zahlen-und-daten/jahreszahlen/export>
71. Várkonyi, G. (2020. október 19). *Autóblog*. Forrás:
https://varkonyigabor.blog.hu/2020/10/19/klaus_h_richardt_a_nemet_autoipar_hanyatlasat_a_politika_okozza
72. Wölfer, D., & Kelemen, T. (2023. November 13). *Német-magyar Ipari és Kereskedelmi Kamara konjunktúra felmérés*. Forrás:
https://mediafra.admiralcloud.com/customer_609/7dc8de34-2e18-447f-8e88-29864e419f79?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3D%22Konjunktura_2023_osz_hu_final.pdf%22&Expires=1708781579&Key-Pair-Id=K3XAA2YI8CUDC&Signature=CQTnz7hX4Fz4QZ6OmLmKTqHK

7. Ábrajegyzék

1. ábra: Világ GDP-jének megoszlása (Forrás: imf.org alapján, saját szerkesztés, 2023).....	3
2. ábra: Eu termékforgalma (Forrás: op.europa/en publication alapján saját szerkesztés, 2023)	4
3. ábra: Németország kereskedelmi partnerei (Forrás: wits.worldbank.org alapján saját szerkesztés, 2023).....	5
4. ábra: A legfontosabb Német exportcikkek (Forrás: destatis.de alapján saját szerkesztés, 2023).....	Hiba! A könyvjelző nem létezik.
5. ábra: Németország és az EU bruttó hozzáadott érték nemzetgazdasági ágazatok szerint (Forrás: ec.europa.eu alapján saját szerkesztés, 2023).....	7
6. ábra: EU-27 államok intra-extra exportja (Forrás: ec.eurostat alapján saját szerkesztés, 2023)	11
7. ábra: EU 27 államok intra-extra import (Forrás: ec.eurostat alapján saját szerkesztés, 2023)	Hiba! A könyvjelző nem létezik.
8. ábra: Kérdőív kitöltők nem szerinti megoszlása (Forrás: Saját kutatás, 2024).....	31
9. ábra: Kérdőív kitöltők lakóhely szerinti megoszlása (Forrás: Saját kutatás, 2024)	32
10. ábra: Kérdőív kitöltők autó birtoklási megoszlása (Forrás: Saját kutatás, 2024).....	33
11. ábra: Kérdőív kitöltők vásárlási preferenciája (Forrás: Saját kutatás, 2024)	34
12. ábra: Autóvásárlást befolyásoló tényezők (Forrás: Saját kutatás, 2024)	34
13. ábra: Autóvásárlás gyakorisága (Forrás: Saját kutatás, 2024)	35
14. ábra: Legnépszerűbb márkák (Forrás: Saját kutatás, 2024)	36
15. ábra: Márkahűség (Forrás: Saját kutatás, 2024).....	36
16. ábra: Elégedettség jelenlegi járművel (Forrás: Saját kutatás, 2024)	37
17. ábra: Autóhasználati szokások (Forrás: Saját kutatás, 2024).....	38
18. ábra: Havi szinten megtett km (Forrás: Saját kutatás, 2024)	38
19. ábra: Elégedettség a szolgáltatásokkal kapcsolatban (Forrás: Saját kutatás, 2024).....	39
20. ábra: Fizetési hajlandóság (Forrás: Saját kutatás, 2024)	40
21. ábra: Elégedettség az ár-érték aránnyal (Forrás: Saját kutatás, 2024)	40
22. ábra: Egyéb felmerülő költségek (Forrás: Saját kutatás, 2024).....	41
23. ábra: Autózási szokások (Forrás: Saját kutatás, 2024).....	42
24. ábra: Végzettség szerinti megoszlás (Forrás: Saját kutatás, 2024)	42

8. Táblajegyzék

1. táblázat: Mercedes-Benz Manufacturing Létszámkölsége 2022 (Forrás: gyar.mercedes-benz.hu)	23
2. táblázat: SWOT analízis (Forrás: saját szerkesztés, 2024)	25

9. Melléklet

1. sz. melléklet – Kérdőív

1. Neme?

- Férfi
- Nő

2. Mennyi idős?

- 20 vagy 20 év alatti
- 21-30 év közötti
- 31-50 év közötti
- 50 év fölötti

3. Milyen lakókörnyezetben él?

- Főváros
- Város
- Falu
- Agglomeráció

4. Van saját autója, amit vezet?

- Igen
- Nem

5. Értékelje elvárásait fontosság szerint, mik az elvárásai autók terén?

- Márka presztízse
- Teljesítmény
- Üzemanyagfogyasztás
- Praktikusság
- Megbízhatóság
- Költségtakarékosság
- Külső megjelenés, esztétika
- Felszereltség
- Alkatrészanyagminőség
- Vezetési élmény

6. Milyen gyakran vásárol autót?

- Kevesebb, mint 2 évente
- 2-5 évente
- több, mint 5 évente

7. Autóvásárláskor az új vagy a használt autót részesíti előnybe?

- Új
- Régi

8. Honnan szerzett információt legutóbbi autóvásárlásánál?

- Internetes áruházak, kereskedők
- Chat felület, autós fórum
- TV és más médiumok
- Kereskedés, személyes kapcsolat
- Márka weboldala
- Rokonok, barátok tanácsai

9. Milyen gyártót preferál területi lefedettség szerint?

- Európai
- Ázsiai
- Tengerentúli

10. Mennyire tartja magát márkahűnek?

- 1-Nem annyira
- 5-Teljes mértékben

11. Milyen típusú autója van?

-(saját válasz)

12. Mennyire elégedett jelenlegi járművével?

- 1-Nem vagyok elégedett
- 5-Teljes mértékben elégedett vagyok

13. Előző járművével mennyire volt elégedett?

- 1-Nem vagyok elégedett
- 5-Teljes mértékben elégedett vagyok

14. Mire használja járművét?

- Munkába járás
- Községi, kulturális szabadidős tevékenység
- Iskolába járás
- Vásárlás
- Magán- és egészségügyi célú ügyintézés

15. Átlagosan hány km-t vezet egy hónapban?

- 300 km vagy az alatt
- 301-500 km között
- 501-1000 km között
- 1000 km vagy afölött

16. Milyen gyakran szokta szervízbe vagy szerelőhöz vinni járművét?

- havonta
- negyedévente
- félévente
- évente
- alkalmanként

17. Mennyire elégedett a szolgáltatással?

- 1-Nem igazán
- 5-Teljes mértékben

18. Mennyire fontos Ön szempontjából az, hogy a gépkocsija benzin, diesel, hibrid vagy teljesen elektromos legyen?

- 1-Kevésbé fontos
- 5-Nagyon fontos

19. Mekkora az az érték amiért hajlandó fizetni autóért?

- 3 millió alatt
- 3 milliótól- 6 millióig
- 6 milliótól- 10 millióig
- 10 milliótól- 20 millióig
- 20 millió fölött

20. Mennyire elégedett saját autója ár-érték arányával?

Nem - 1

Igen- 5

21. Megvenné újra járművét?

- Igen
- Nem

22. A benzin költségeken kívül, mekkora értékben költ autójára évente?

- 200 ezer vagy az alatt
- 201-500 ezer között
- 500 ezer fölött

23. Változtak-e szokásai változó üzemanyagárak mellett?

- Nem befolyásolja
- Kevesebbet ülök autóba
- Nem ülök autóba
- Helyzettől függ

24. Végzettsége?

- Szakmunkásiskola
- Szakközépiskola /Gimnázium
- Egyetem

MATE Szervezeti és Működési Szabályzat

III. Hallgatói Követelményrendszer

III.1. Tanulmányi és Vizsgaszabályzat

6.13. sz. függelék: A MATE egységes szakdolgozat /
diplomadolgozat / záródolgozat / portfólió készítési útmutatója

4.2. sz. melléklete: Nyilatkozat a záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

NYILATKOZAT

a záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió¹ nyilvános hozzáféréséről és
eredetiségéről

A hallgató neve:

KALLAI ÁRON ZSOLT

A Hallgató Neptun kódja:

EMILCG

A dolgozat címe:

Az autópálya vizsgálata Magyarországon a korábbi BME által

A megjelenés éve:

2024

A konzulens intézetének neve:

Agrár- és Élettudományi Egyetem

A konzulens tanszékének a neve:

Környezetgazdálkodási és Természeti Geográfia Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott
záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió² egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi
alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen
megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a
záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását
engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás
felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori
szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár-
és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe. Tudomásul veszem, hogy a
megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védelmet követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelté után

nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem könyvtári repozitori rendszerében.

Kelt: 2024 év április hó 25 nap

Kallai Áron Zsolt

Hallgató aláírása

¹ A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törölendő.

NYILATKOZAT

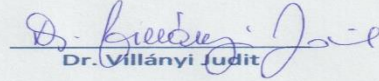
Kállai Áron Zsolt (név) (Neptun: EMILCG) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a szakdolgozatot¹ áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A szakdolgozatot védeésre javaslom / nem javaslom².

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz:

igen nem^{*3}

Kelt: Gödöllő, 2024. 04. 25.


Dr. Villányi Judit

¹ A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törlendő.

² A megfelelő aláhúzendő.