



**Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem**  
**Szent István Campus**  
**Műszaki Menedzser Szak**

**A Skyguard Smart Rent szolgáltatás piaci bevezetését megelőző  
piackutatás**

**Belső konzulens:** Tóth Réka  
tanársegéd

**Külső konzulens:** Görög László  
műszaki igazgató

**Készítette:** Százados Tamás  
Y32VUS  
nappali tagozat

**Intézet/Tanszék:** **Műszaki Intézet/Műszaki  
Menedzsment Tanszék**

**Gödöllő**  
**2023**

## **A SZAKDOLGOZAT TARTALMI KIVONATA**

### **A Skyguard Smart Rent szolgáltatás piaci bevezetését megelőző piackutatás**

**Százados Tamás**

Műszaki menedzser BSC, nappali tagozat

Műszaki Menedzsment Tanszék

*Belső témavezető:* Tóth Réka tanársegéd, MATE Műszaki Menedzsment Tanszék

*Külső témavezető:* Görög László műszaki igazgató, Auto Securit Zrt.

Dolgozatomban az Auto Securit Zrt. egyik legújabb szolgáltatásának, a Smart Rent autóbérlési szolgáltatásnak a piaci bevezetése előtt szükséges piackutatást végeztem el. A szolgáltatás működésének részletes bemutatása után kitűztem a kutatási célokat, és hipotéziseket fogalmaztam meg ezekkel kapcsolatban. Ezután elvégeztem a szekunder, majd a primer piackutatást. A szekunder kutatást a konkurens cégek szolgáltatásairól az interneten található információk összegyűjtése és rendszerezése jelentette, a primer kutatást pedig a Skyguard Smart Rent szolgáltatás tesztalányaival készült mélyinterjúk, valamint a konkurens cégek szolgáltatásainak kísérlet jellegű kipróbálása, tesztelése, és végül ezen tapasztalatok összefoglalása a dolgozatban. A kutatásban külön figyelmet fordítottam az árazás vizsgálatára. Végül, a piackutatás eredményeinek figyelembevételével elkészítettem a Skyguard Smart Rent szolgáltatásra vonatkozó SWOT-analízist az Auto Securit Zrt. erősségeinek és gyengeségeinek, valamint a piaci környezet jelentette lehetőségek és veszélyek számbavételével. Ennek tükrében pedig megfogalmaztam következtetéseimet és javaslataimat a szolgáltatás további fejlesztése és piaci bevezetése kapcsán.

A piackutatás, és az azt összegző SWOT-elemzés segítségével lehetőségem nyílt reflektálni a kutatás elején felállított hipotéziseimre. Ez alapján könnyedén megérthetjük a dolgozat lényegét. Az első hipotézisem úgy hangzott, hogy az ügyfeleink elvárásai között a legfontosabb a szolgáltatás megfelelő működéséhez szükséges telefon-beállítások számának lecsökkentése. Bár a Market visszajelzése ezt megerősíti, a SWOT alapján ez pusztán a harmadik a

gyengeségek között. Így összességében azt a megállapítást tehetem, hogy ez is egy kulcsfontosságú szempont az ügyfelek számára, azonban azt nem látom igazoltnak, hogy ez a többi szempontnál fontosabb lenne. További, ehhez kapcsolódó kérdésként szerepelt a piackutatás céljai között, hogy felmérjem azokat az ügyféligényeket, amelyekről esetleg eddig nem tudtam. Ezek közül a leghangsúlyosabb, amelyre a kutatás segítségével derült fény, a mélygarázsban történő használatra mutató igény, amely jelen kutatásomban a Harum esetében merült fel. Erre a bluetooth-os nyitás-zárás technológia segítségével van lehetőség.

Ennek segítségével meg is érkeztem a következő hipotézisemhez, amely úgy szólt, hogy a bluetooth-os technológia jobb megoldást nyújt az autómegosztó rendszer üzemeltetése szempontjából, mint az adatforgalom segítségével kommunikáló szerveres megoldás. Ez a kutatásom alapján igaznak tekinthető, egyrészt a fentebb említett mélygarázsban belüli használatra vonatkozó ügyféligény miatt, másrészt pedig annak okán, hogy az új, frissített appverzióval sikerült e technológia hátrányait, a sok beállítás szükségességét jelentősen lecsökkenteni. Az utolsó hipotézis pedig az árazásra vonatkozott, eszerint a BMW i3 esetén a piaci árakhoz hasonlóan megfelelő árat állapítottunk meg, míg a VW e-Up! esetén valamivel a piaci árak felett vagyunk. A kutatás azonban bebizonyította, hogy mindkét ár olcsóbb, mint a jellemző bérleti napidíjak az érintett típusokra.

A kutatás utolsó fázisaként pedig a SWOT-analízis segítségével megállapítottam, hogy a szolgáltatásunk legnagyobb erőssége az egyedi ügyféligények magas szintű kielégítése. A legnagyobb gyengeség a tesztelési fázis nem kellően alapos mivolta, erre kell a továbbiakban a legnagyobb hangsúlyt fektetnünk. A leginkább kihasználható lehetőségként az új autók árának és finanszírozási költségeinek jelentős növekedése jelentkezett, amely az autómegosztás világa felé tereli a flottakezelőket. Végül pedig megállapítottam a jelentkező legnagyobb veszélyt, amely a konkurencia gyorsabb tempójú fejlesztésében mutatkozik meg. Összességében megállapítható, hogy egy eredményes, gyümölcsöző és rendkívül építő jellegű piackutatáson vagyok túl.

# THESIS

## EXTRACT OF CONTENTS

### **Market research prior to the market launch of Skyguard Smart Rent**

**Tamás Százados**

Technical Manager BSC, full-time

Department of Technical Management

*Internal supervisor:* Réka Tóth Assistant Professor, MATE Department of Technical Management

*External supervisor:* László Görög Technical Director, Auto Securit Zrt.

In my thesis I conducted the market research necessary before the market launch of one of the newest services of Auto Securit Zrt. After a detailed description of the service's operation, I set the research objectives and formulated hypotheses in relation to them. I then carried out the secondary and then the primary market research. The secondary research consisted of collecting and organising information about competing companies' services on the Internet, while the primary research consisted of in-depth interviews with test subjects of the Skyguard Smart Rent service, as well as experimental trials and testing of competing companies' services, and finally a summary of these experiences in the thesis. In the research, I paid particular attention to the examination of pricing. Finally, taking into account the results of the market research, I have prepared a SWOT analysis of the Skyguard Smart Rent service, taking into account the strengths and weaknesses of Auto Securit Zrt. and the opportunities and threats posed by the market environment. In the light of this, I formulated my conclusions and recommendations for the further development and market introduction of the service.

The market research, and the SWOT analysis that summarised it, gave me the opportunity to reflect on the hypotheses I had set out at the beginning of the research. This makes it easy to understand the point of the thesis. My first hypothesis was that the most important of our customers' expectations is to reduce the number of phone settings needed for the service to work properly. Although Market's feedback confirms this, it is only the third of the weaknesses in the SWOT. So overall I can conclude that this is a key aspect for customers, but I do not see evidence that it is more important than the other aspects. A further, related question included in the market research was to assess customer needs that I may not have been aware of. The most prominent of these, which the research has helped to uncover, is the need for the service to work properly in underground parking places, which in the case of Harum has been identified in my present research. This is made possible by bluetooth unlocking and locking technology.

This led me to my next hypothesis, which was that bluetooth technology provides a better solution for the operation of the carsharing system than the other solution that communicates via data traffic. Based on my research, this can be considered true, both because of the above-mentioned client requirement for use in the underground parking places, and because the new, updated app version has managed to significantly reduce the disadvantages of this technology, the need for a lot of phone setting. The last hypothesis concerned pricing, i.e. for the BMW i3 we have established a reasonable price compared to market prices, while for the VW e-Up! we are slightly above market prices. However, the research has shown that both prices are cheaper than the typical daily rental rates for the models concerned.

As a final phase of the research, I concluded through a SWOT analysis that the greatest strength of our service is the high level of satisfaction of individual customer needs. The main weakness is the lack of thoroughness of the testing phase, which should be the main focus of our further work. The most exploitable opportunity has been the significant increase in the price and financing costs of new cars, which is driving fleet managers into the world of carsharing. Finally, I have identified the biggest threat, which is the faster pace of development of competition. In conclusion, I have completed a fruitful and very constructive market research.