

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Szent István Campus

Agrár-és Élelmiszergazdasági Intézete

PORTFÓLIÓ

(szakmai beszámoló)

Dobos Fanni

H53FEG

Kereskedelem és marketing felsőoktatási szakképzés

Horváth Ádám Benedek
Egyetemi tanársegéd

Tartalomjegyzék

1.	A szervezet bemutatása, története	3
1.1.	Bemutatása.....	3
1.2.	Története	5
1.3.	Tulajdonosi szerkezete	5
1.4.	Tevékenysége	6
1.5.	Termékek és szolgáltatások bemutatása	7
1.6.	Szervezeti felépítése	9
1.7.	Tevékenységet tükröző adatok (Mérleg és eredménykimutatás)	9
2.	A vállalat honlapjának elemzése	11
3.	A szervezet piaci pozíciójának vizsgálata	13
3.1.	Piaci pozíció	13
3.2.	Versenytársak	14
3.3.	Franchise partnerek.....	15
3.4.	A MOL Nyrt. SWOT elemzése	15
4.	Marketingeszközök.....	16
5.	Saját végzett munka bemutatása.....	20
6.	Következtetések és javaslatok	23
	Irodalomjegyzék	26

1. A szervezet bemutatása, története

1.1. Bemutatása

A szakmai gyakorlatomat először az MVM Zrt.-nél kezdtem el 2023. február 6-án. Az MVM Zrt. meghatározó résztvevője a magyar energiarendszernek. Nem csak áramellátás a fő tevékenységi köre, hanem rendelkezik kiegészítő szolgáltatásokkal is. A vállalat nagyon összetett, hiszen minden a hatáskörükbe tartozik, ami az energetikához fűzhető: termel, tárol, eloszt, szolgáltat, épít és szállít. Az MVM hazánk második, Közép-Kelet-Európában pedig a tizenegyedik legnagyobb vállalatcsoport. Összesen 23 országban van jelen és több mint 140 tagvállalata van. (MVM Zrt., dátum nélk.)

Ennél a vállalatnál két hetet töltöttem el, Értékesítést támogató gyakornok pozícióban az egyik ügyfélszolgálati pontjukon, Budapesten. Fő feladataim közé tartozott az emberekkel való kommunikáció, amibe egy kis idő után bele kellett vinni magát az értékesítést. Erre azért volt szükség, mivel az MVM évek óta szerződésben áll egy fűtőtesteket, radiátorokat, konvektorokat, kandallókat és hasonló termékeket gyártó céggel, aminek a termékeit ezen az értékesítési ponton ismerteti meg a vásárlókkal, majd kínálja eladásra. Ezek mellett a napelemek értékesítésével és kivitelezésével is foglalkozik. Az ott eltöltött két hét alatt azonban rádöbbsentem, hogy ez a munkakör nem nekem való, nem szeretem az embereket rábeszélni olyan dolgokra, amiket ők nem akarnak, ezért úgy döntöttem, hogy keresek egy másik munkát. Így találtam rá a MOL Nyrt-re.

A szakmai gyakorlatom második felét és nagy részét a MOL Nyrt.-nél, azon belül a MOL magyarországi vállalatcsoportjánál töltöttem 2023. február 24. és május 26. között. Úgy gondolom, szerencsésnek mondhatom magam, hiszen egy nagy és sikeres vállalatnál kezdhettem el a szakmai karrieremet. A vállalat magyarországi székhelye Budapesten található meg. Ez egy új székház, ami egyben a MOL stratégiájának szimbólumát is tükrözi. Összesen 28 emeletből áll és a hozzá tartozó pódiummal alkotnak egységes modern irodaházat. (Mol Campus, dátum nélk.)



1. ábra A Mol-Csoport a világban, Forrás: (MolGroup, dátum nélk.)

Mielőtt elemzésemben rátérek a nagy MOL-csoportra, szeretném a MOL Magyarországgal kezdeni. Hazánkban nagyobb finomítók és petrokémiai egységek is megtalálhatók Százhalombattán, Tiszaújvárosban és Zalaegerszegben. Közel 500 töltőállomást üzemeltet Magyarországon. (Mol Magyarország, dátum nélk.)

A nagy MOL-csoport egy nemzetközi olaj-és gázipari vállalat, amely közel 25 000 fővel rendelkezik 9 országban, nagyságrendileg 2000 töltőállomást tart üzemben és több mint 100 éves múltra tekint vissza. Fő tevékenységei közé tartozik az Upstream, ami a kőolaj és a földgáz kutatását, valamint a termelését jelenti, a Downstream, ami finomítással és a petrokémiával foglalkozik, és az Innovatív üzletágak és szolgáltatások.

„Társaságunk célja, hogy jelentős értéket teremtő tevékenységével, kiválóságával, innovációs képességével, a változó iparági környezethez rugalmasan alkalmazkodva nyerje el vevőinek és részvényeseinek elismerését.” (MolGroup, dátum nélk.)

Az Upstream üzletág, vagyis a kutatás-termelés több mint 85 éves tapasztalattal rendelkezik már az olaj-és gázfeltárás, valamint a kitermelésben. Összesen tíz országban van jelen, de ezek közül csak nyolcban végeznek termelést. Eredményét főként a kitermelt olaj mennyisége, valamint az árfolyama befolyásolja. Az Upstream mellett szeretném még megemlíteni a Downstream üzletágot is, ami teljesen eltér az előbb leírtakkal, ebből is látszik, hogy a vállalat egy igen széles körben tevékenykedik. A Downstream üzletág, vagyis finomítás-kereskedelem különböző üzleti tevékenységekből tevődik össze. Itt először a kőolaj feldolgozása történik, majd ezt követi a finomítás és végül szállítás lakosság, ipar és közlekedési felhasználásra. Ilyen termékek például a benzin, dízel, kenőanyagok vagy a cseppfolyósított gáz (LPG). Még ehhez az üzletághoz tartozik a petrokémia is, ami előállításával és forgalmazással foglalkozik

világszerte. A harmadik üzletág az Innovatív üzletágak és szolgáltatások 2016-ban jött létre a kiskereskedelmi tevékenységek elvégzése céljából. Ide olyan üzleti tevékenységek és vállalkozások tartoznak, amelyek nem sorolhatók bele az előbb említett két üzletágba, lényegében a vállaltak az a része, ahol az egyéni fogyasztókat és ügyfeleket kiszolgálják, például egy töltőállomáson. Az üzletág két részre bontható. Az egyik a fogyasztói szolgáltatások, aminek nyereségét az üzemanyag-értékesítés hozza meg már 75 éve. A fogyasztói szolgáltatásokhoz további három fő pillére van: Kiskereskedelem, Mobilitási megoldások és Digital Factory. Következik az üzletág másik része, az Ipari szolgáltatások. Ennek az a célja, hogy a MOL-csoport belső ügyfelei számára megfelelő módon biztosítsa a szolgáltatásokat, valamint a belső ügyfelek mellett új, külsős ügyfelek számára is felkínálja őket. Itt is további két fő pillér említhető meg: Olajipari vegyszerek és technológiák, valamint Csoportszintű olajipari szolgáltatások. (MolGroup, dátum nélk.)

A leírtak alapján úgy gondolom, hogy a MOL Nyrt. rendkívül széles tevékenységi körrel rendelkezik, és ezeken kívül még van olyan is, amit nem említettem meg. A három üzletág nem csak hazánkban, hanem világszerte működik nagy sikerességgel.

1.2. Története

A MOL Nyrt. 1991. október 1-jén alakult meg, majd az első román töltőállomás 1995-ben nyitott meg Nagyszalontán. A rá következő évben az első szlovák és ukrán töltőállomások is megnyitottak és megalakult a MOL Szlovénia. Kicsit később, 2004-ben a Shell Románia kiskereskedelmi hálózatát is megvásárolták. 2014-re már a MOL-csoport 208 benzinkutat tudott vásárolni Csehországban, Szlovákiában és Romániában. 2015-ben 173 töltőállomást vásároltak Magyarországon és bemutatták a „Fresh Corner” új üzletkonceptjét. Három év múlva, 2018-ban a MOL elindította Budapesten a közösségi autómegosztó platformját, a MOL Limo-t, és elindult az elektromobilitási szolgáltatás, a MOL Plugge is. (MolGroup, dátum nélk.)

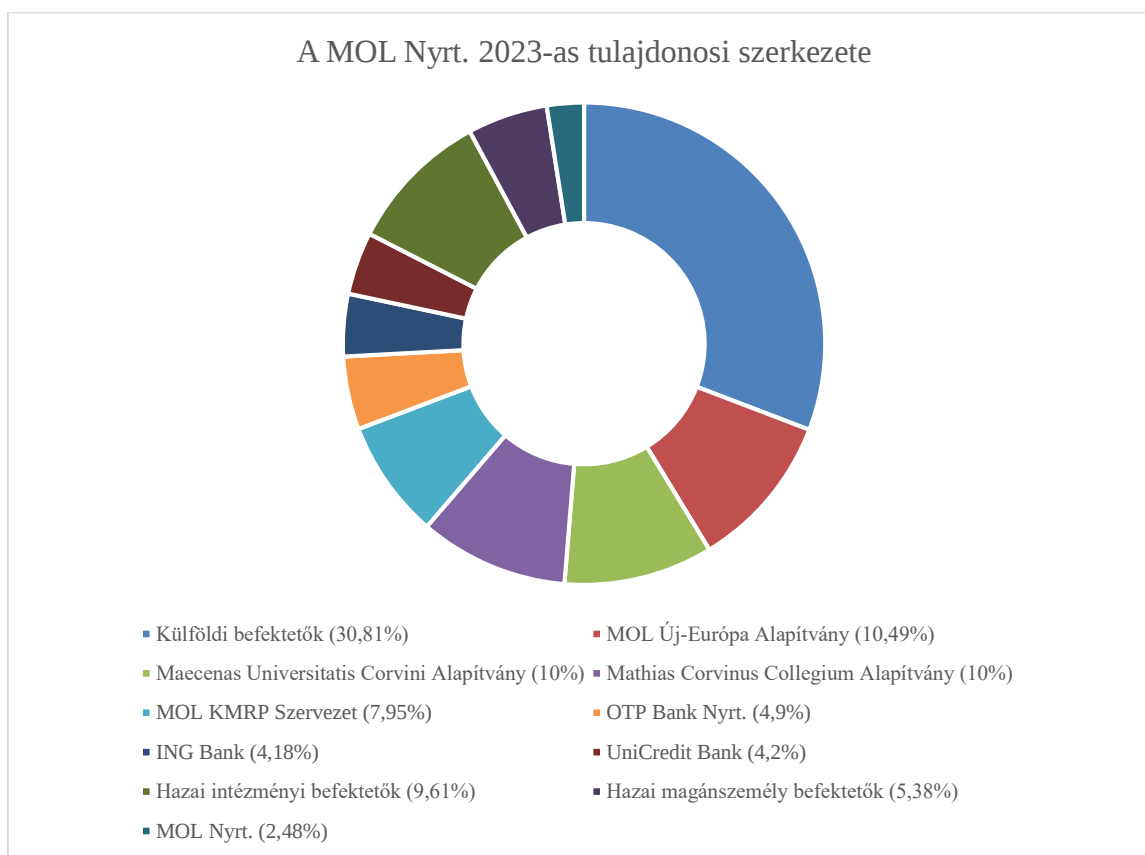
1.3. Tulajdonosi szerkezete

A Mol Nyrt. elődje a Mol Rt. 2000-ben megállapodást írt alá, amelyben a Sloznaft nevű szlovák olajipari cég stratégiai befektetője lesz. A megállapodás első része szerint legfeljebb 36,2%-os részesedést szerez magának. A Sloznaft egyedüli tulajdonosa kis idő múlva a MOL lett, ugyanis 2019-re sikerült megszereznie a Sloznaft-részvények 100 százalékát. Mint az a nevéből is látható, a MOL egy nyílt részvénytársaság, és a részvényeivel kereskednek a tőzsdén. A tulajdonosi szerkezetét a 2023-es adatok alapján fogom bemutatni a következőkben.

A részvények egy része, pontosabban 31,37 százaléka a külföldi intézményi befektetők tulajdonában voltak. Ezeknek a külföldi befektetőknek körülbelül 45 százaléka észak-amerikai, 46 százaléka európai, a többi pedig távol-és közel-keletiek, és ebből látszik, hogy eléggé megosztó az elosztás. A további részvények a MOL Új-Európa Alapítvány birtokában lelhetőek fel, szám szerint 10,49%-ról beszélhetünk. További 10-10%-ot kapott a Maecenas Universitatis

Corvini Alapítvány és a Mathias Corvinus Collegium Alapítvány. A MOL KMRP Szervezet¹ is kapott a részesedésből, egészen pontosan 7,92% részvényt. Mivel a MOL és az OTP Bank 2009 óta egymás résztulajdonosai, így itt is 4,89% részesedést kapott a cég, valamint további bankok is kaptak részvényeket. Név szerint: ING Bank, aki 4,18%-ot, az UniCredit Bank 4,2%-ot, továbbá a hazai intézményi befektetők 9,11%-ot és a hazai magánszemély befektetők 5,29%-ot. Ezen kívül a MOL hagyott magának is meg részvényeket, így 2,51% maradt a saját birtokukban.

Korábban az állam is tulajdonosnak mondhatta magát a MOL részvényeiben, még hozzá a legnagyobb százalékban, ugyanis 25,24%-ot birtokoltak. Azonban úgy határoztak, hogy ezeket a részvényeket inkább elajándékozzák három részletben a Corvinus, az MGC és a MOL Új-Európa Alapítványnak, amiket már az előbb is említettem. (Renczes, 2023)



2. ábra: A MOL Nyrt tulajdonosi szerkezete, Forrás: (MolGroup, dátum nélk.), saját szerkesztés

1.4. Tevékenysége

A MOL számos pályázatban működik közre már évek óta és ezek mellett létrehozott egy saját alapítványt is 2006-ban, ami a MOL Alapítvány nevet kapta. Ennek az alapítványnak a célja, hogy a fiatal tehetségeket felkarolja, valamint a gyermekegészségügy magas szintű támogatása. Jelenleg négy pályázatra lehet benyújtani a jelentkezést:

- MOL Tehetségtámogató Program

¹ A KMRP a Különleges Munkavállalói Résztulajdonosi Program rövidítése: a cég azon munkavállalói, akik tagjai – és egyúttal tulajdonosai – az MRP szervezetnek, jövedelmet kapnak a szervezet számára átadott értékpapírok után.

- MOL Gyermekgyógyító program
- Helyi Érték Program
- Mester-M Díj (Mol Alapítvány, dátum nélk.)

Nem csak a pályázatokban sikeres, hanem több nagyszabású díjat is elnyert az évek alatt már. 2014-ben például elnyerte az Ázsia Munkáltatói Márkaintézet Díjat és az ERE Kiválóság a Toborzásban Díjat. (MolGroup Careers, dátum nélk.)

A MOL még 2016-ban bejelentette hosszú távú stratégiáját, amit 2030-ra kívánnak megvalósítani, ennek a neve „Shape Tomorrow”. Ez a stratégia röviden arról szól, hogy a vállalat Kelet-Közép-Európa gazdaságának az egyik vezető szereplője legyen. (Mol Magyarország, 2021)

Külön ki szeretném emelni a vállalat úgynevezett Growww programját. Ez egy több mint 10 éve létrehozott program a frissen diplomázottaknak. Mindössze 1 éves a program ideje, ami alatt a pályázó beindíthatja szakmai karrierét a MOL-nál, bekerülhet egy fiatalos, lendületes csapatba és amennyiben jól teljesít, a vállalat hosszútávú szerződést kínál neki. A program teljesítése alatt versenyképes fizetést kap a pályázó, tréningeken való részvételt, amik segítik a szakmai fejlődést és egy mentort, aki mindenben segít és tanácsokat ad. Úgy gondolom, hogy ez egy remek lehetőség a frissen diplomázottaknak, ahhoz, hogy beindítsák a karrierjüket és megfelelő tapasztalatot szerezzenek. Reményeim szerint a tanulmányaim befejezése után én is szeretnék csatlakozni ehhez a programhoz. (Mol Magyarország, dátum nélk.)

A vállalat jövőképe

„A MOL Magyarország motorja. Energiát ad hazánkban, otthonunkban; megbízhatóan és kiszámíthatóan szolgálja a gazdaság működését, hozzájárul Magyarország előremozdításához.”

A vállalat küldetése

„Kutatunk, termelünk, értéket állítunk elő, kiszolgáljuk ügyfeleink energiaigényeit. Hatékonyan, versenyképesen, fenntartható módon működtetjük a MOL-t. Útitárs vagyunk az élet minden területén.” (Mol Magyarország, dátum nélk.)

1.5. Termékek és szolgáltatások bemutatása

Sokan, ha a MOL-ra gondolnak, egyből a töltőállomások jutnak eszükbe, azon belül is főként a tankolás. Azonban a vállalat ennél sokkal szélesebb körökben mozog. Mivel az emberek többsége valóban a tankolás miatt veszi igénybe a vállalat nyújtotta szolgáltatást, ezért azzal kezdem az elemzésem.

A Downstream üzletágnak köszönhetően ma már körülbelül 2000 töltőállomást üzemeltet országsszerte a MOL, ebből Magyarországon 470 található. Az autósok számára igénybe vehetőek az EVO üzemanyagok, amelyek kiemelkedő minőségűek, korszerű adalékokkal készülnek, és nem károsítják a járművek motorjait. Ha már a töltőállomásoknál tartunk, akkor szeretném megemlíteni a Fresh Corner gasztró koncepciót is. Ez a kiskereskedelmi koncepció néhány éve

jött létre a saját Fresh Corner márkával. Az ilyen üzletekben különböző tejtermékek, friss péksütemények és további gasztró kínálat fogadja a vendégeket. Külön hangsúlyt fektetnek a frissen őrölt kávéra és a helyben elkészített hot-dogra. Ma már több mint 900 üzletük lelhető fel, és ügyelnek arra, hogy folyamatosan új dolgokkal várják a vendégeket.

A MOL céljai között szerepel, hogy a régió egyik legfontosabb mobilitási és innovációs központja legyen, ezért szeretnének további szolgáltatásokat nyújtani az ügyfelek számára. Az E-mobilitás már a mindennapjaink részévé vált és a MOL is aktívan alkalmazza a digitális technológiát már 2012 óta. Mivel egyre elterjedtebbek az elektromos autók, ezért kifejlesztették a MOL Plugee-t, ami nem csak a töltést jelenti, hanem egy ehhez kapcsolódó alkalmazást is, ami könnyebbé és gyorsabbá teszi a használatát. Ez a megoldás kizárólag zöldáramból biztosítja az elektromos autók töltését. Annak érdekében, hogy még több ilyen elektromos töltőt biztosíthassanak, a NEXT-E projektben résztvevőkkel együtt több mint 250 gyorsöltőt tudtak elhelyezni a forgalmasabb autópályák mentén Csehországban, Szlovákiában, Magyarországon, Szlovéniában, Horvátországban és Romániában is. A cél, hogy ne csak az üzemanyaggal működő autóknak legyen lehetőségük közlekedni, hanem az elektromos járművek is akadálytalanul eljuthassanak bárhova.

A szolgáltatások körébe tartozik a MOL saját fejlesztésű hűségprogramja, ami jelenleg hét országban működik. A hűségprogramhoz tartozik egy mobilra (Android és Iphone) letölthető applikáció, ami a MOL Move nevet kapta, és amelyre regisztrálva a vásárló igényelhet magának saját digitális hűségkártyát. Ezt fizetéskor felmutatva pontokat szerezhet, amiket ha összegyűjt különböző ajándékokat vagy a shopban elérhető termékeket vásárolhat belőle kedvezményesen vagy akár ingyen is hozzáférhet. A pontok gyűjtésével egyre magasabb szintre léphet a vásárló, ami a Green szinttel kezdődik és a VIP a végső állomás. Mindegyik szint különféle kedvezményeket és nyereményjátékokat kínál. Az applikációnak köszönhetően könnyen tudja mindenki követni, hogy egy fizetéssel mennyi pontra tett szert, egyedi ajánlatokat kaphatnak, megtudhatnak több információt a szolgáltatásokról és rákereshetnek töltőállomásokra is, hogy éppen melyik van a közelükben. A MOL célja, hogy még jobban digitálissá tegye a hűségprogramot, több játékot és jutalmat tudjon felkínálni, ezzel szórakoztatóbbá téve a használatát, és több ügyfelet szerezni.

A következő termék kategória, amit említék az a kenőanyag és autoápolás. A MOL külön figyelmet fordít ezekre, ezért a magas minőségű kenőolajok már több mint 50 országban állnak rendelkezésükre a vásárlóknak. Nem csak személygépjárművek részére, hanem motorkerékpárok, haszongépjárművek, mezőgazdasági gépek és ipari berendezések számára is kínálja termékeit, amik segítik a jármű élettartalmát és a teljesítmény maximalizálását. Ezek a készítmények megtalálhatóak a töltőállomások polcain, valamint különböző áruházakban is meg lehet őket vásárolni vagy akár az internetről házhoz rendelni.

Mint már említettem a MOL nagy figyelmet fordít a mobilitásra és az innovációra, ezért 2018-ban elindították a MOL Limo szolgáltatást (Car sharing), ami Budapest legnagyobb közösségi autómegosztó szolgáltatása lett. Az elérhető autók száma 450 db, amelynek már a harmada elektromos üzemeltetésű. Mint minden más termékét vagy szolgáltatását, ezt is folyamatosan fejleszteni és bővíteni próbálják új modellekkel, hogy minél többször tudjanak segítségül lenni

ügyfelek számára. Például 2021-ben direkt olyan járművekkel bővítették a szolgáltatásukat, ami csomagszállításra alkalmas, így akár költözéshez, esetleg egy nagyobb bevásárláshoz, vagy akár nagy bútorok utaztatásában is remek lehetőség lehet az Opel Combo Cargo igénybe vétele. A jövőbeni célja a vállalatnak, hogy csak és kizárólag elektromos járművekkel tudjon szolgálni a felhasználóknak. (MolGroup, dátum nélk.)

Ha már a közlekedésnél tartunk, a Mol Limo-nak volt egy elődje, amit az emberek MOL Bubi néven ismerhetnek. Ez a mai napig megtalálható a főváros különböző pontjain. Ez a szolgáltatás 2014-ben jött létre a Budapesti Közlekedési Központ és a Fővárosi Önkormányzat támogatásával. Ez igazából egy közösségi, környezettudatos kerékpározás, ami az év minden napján igénybe vehető 0-24-ben. Létrehoztak ennek is egy mobil applikációt, ami segítségével bárki használni tudja a kerékpárokat regisztráció és felár ellenében a város bármely pontján bizonyos ideig. Összesen 2260 kerékpár és 190 gyűjtőállomás létezik már, és a MOL-t ismerve, ez is csak bővülni fog. (Mol Bubi, dátum nélk.)

Végül a MOL Nyrt. 2011-ben létrehozott szolgáltatásáról szeretnék említést tenni, ami a használt sütőolaj leadás. Országszerte 100 töltőállomáson helyeztek ki tárolótartályokat, ahová az emberek könnyedén elvihetik a számukra már fölösleges sütőolajt. Az így összegyűjtött használt olajból a vállalat bioüzemanyagot készít. (Mol Magyarország, 2011)

1.6. Szervezeti felépítése

A MOL-csoport szervezeti felépítése három szintre osztható. A vállalat élén az Elnök Vezérigazgató áll, akinek a hatáskörébe tartoznak az alábbi osztályok: Vállalati Ügyek, Jog, Stratégia és Üzletfejlesztés, Belső Audit és a Vállalati Szolgáltatások. Ezt követi a Vezérigazgató, az alábbiakkal: Kutatás-Termelés, Downstream, Pénzügy, Fenntartható Fejlődés, Egészség és Biztonság, Személyzeti Ügyek és a Projektiroda. Végül a harmadik szint következik, akinek élén az Innovatív Üzletágak és Szolgáltatások Ügyvezető Igazgatója áll a további osztályokkal: Fogyasztói Szolgáltatások, Kiskereskedelem, Mobility, Ipari Szolgáltatások, Beszerzés, Karbantartási Szolgáltatások, Olajipari Szolgáltatások, Vállalati Kommunikáció és Marketing és a Vegyesvállalatok. (MolGroup, dátum nélk.)

1.7. Tevékenységet tükröző adatok (Mérleg és eredménykimutatás)

Mérleg

„A mérleg egy számviteli kimutatás egy gazdálkodó egység vagyonának összetételéről (aktívák, vagy eszközök), és ezen eszközök finanszírozási forrásairól (passzívák, vagy források) egy adott időpontban. Az eszköz és a forrás oldalának összegei meg kell egyezzenek.” (Ecopédia, dátum nélk.)

A hatályos jogszabályok alapján az üzleti év végén mindig kötelező mérleget készítenie minden vállalatnak és vállalkozónak hazánkban, így a MOL Nyrt. is bele tartozik ebbe. A vállalat a kettős könyvvitelt használja.

„A kettős könyvvitel vezetése azt jelenti, hogy a szervezet a kezelésében, használatában vagy tulajdonában lévő eszközökről és azok forrásairól, továbbá a gazdasági műveletekről olyan nyilvántartás vezetése történik, amely az eszközökben és a forrásokban bekövetkezett változásokat a valóságnak megfelelően, folyamatosan, zárt rendszerben, áttekinthetően mutatja. Azaz a kettős könyvvitel rendszerében a teljesítmény elv alapján kell a gazdasági eseményeket rögzíteni, függetlenül annak pénzügyi rendezésétől.” (Nonprofit.hu, 2022)

Egy 2021-es kimutatás alapján a vállalatnak úgy kellett elkészítenie a MOL Nyrt. Különleges Munkavállalói Résztulajdonosi Program Szervezet mérlegkimutatását, hogy a befektetett pénzügyi eszközök és az értékpapírok nyilvántartását olyan módon kellett kialakítani, hogy a megszerzett részvények és üzletrészek el legyenek különítve egymástól. A vállalatnak értékelési tartalék is szerepelt a mérlegében, ami a saját tőke, az eredmény és a lekötött tartalékból tevődött össze. (Mol Nyrt. Különleges Munkavállalói Résztulajdonosi Program Szervezet, dátum nélk.)

Eredménykimutatás

„Az eredménykimutatás a társult, illetve közös vállalkozás működéséből származó eredményeknek a Csoportra jutó részét tartalmazza. A Csoport és a társult, illetve közös vállalkozás között történt tranzakciók nyeresége vagy vesztesége a vállalkozásokban lévő tulajdoni hányad mértékéig kerül kiszűrésre.” (Mol-Csoport Integrált Éves Jelentés, 2022)

		2022	2021
	Magyarázatok	millió forint	Módosított millió forint
Nettó árbevétel		9.868.163	5.766.751
Egyéb működési bevétel		43.716	32.133
Összes működési bevétel	3	9.911.879	5.798.884
Anyagjellegű ráfordítások		7.458.413	4.375.291
Személyi jellegű ráfordítások		342.513	299.359
Értékcsökkenés és értékvesztés		475.533	478.856
Egyéb működési költségek és ráfordítások		632.864	360.861
Saját termelésű készletek állományváltozása		-151.056	-194.282
Saját előállítású eszközök aktivált értéke		-105.500	-88.387
Összes működési költség	4	8.652.767	5.231.698
Üzleti tevékenység nyeresége		1.259.112	567.186
Pénzügyi műveletek bevételei		164.080	104.847
Pénzügyi műveletek ráfordításai		238.412	138.930
Pénzügyi műveletek vesztesége	5	-74.332	-34.083
Részesedés a társult és közös vezetési vállalkozások eredményéből	6	-29.486	21.515
Adózás előtti veszteség (-) / nyereség (+)		1.155.294	554.618
Nyereségadó	7	466.343	46.936
Tárgyév vesztesége (-) / nyeresége (+) folytatódó tevékenységből		688.951	507.682
Tárgyév vesztesége (-) / nyeresége (+) megszűnő tevékenységből		223.297	42.453
Tárgyév vesztesége (-) / nyeresége (+)		912.248	550.135
Ebből:			
Anyavállalati részvényesek részesedése a folytatódó tevékenység eredményéből		628.293	484.469
Nem irányító tulajdonosok részesedése a folytatódó tevékenység eredményéből		60.658	23.213
Anyavállalati részvényesek részesedése a megszűnő tevékenység eredményéből		223.297	42.453
Nem irányító tulajdonosok részesedése a megszűnő tevékenység eredményéből		-	-
Anyavállalati részvényesek részesedésére jutó eredmény		851.590	526.922
Nem irányító tulajdonosok részesedésére jutó eredmény		60.658	23.213
Anyavállalati részvényeseket megillető egy részvényre jutó eredmény (forint) folytatódó tevékenységből	27	851,01	673,35
Anyavállalati részvényeseket megillető egy részvényre jutó higitott eredmény (forint) folytatódó tevékenységből		848,94	668,37
Anyavállalati részvényeseket megillető egy részvényre jutó eredmény (forint) megszűnő tevékenységből		302,45	59,00
Anyavállalati részvényeseket megillető egy részvényre jutó higitott eredmény (forint) megszűnő tevékenységből		301,71	58,57
Anyavállalati részvényeseket megillető egy részvényre jutó eredmény (forint)		1.153,46	732,36
Anyavállalati részvényeseket megillető egy részvényre jutó higitott eredmény (forint)	27	1.150,65	726,94
* további információk az 1. megjegyzésben Az előző évi pénzügyi adatok módosítása			

3. ábra A Mol Nyrt. 2022. évi eredménykimutatása, Forrás: (Mol-Csoport Integrált Éves Jelentés, 2022)

2. A vállalat honlapjának elemzése

Szeretném megemlíteni, hogy a MOL vállalatnak két weboldala is létezik. Az egyik a hazai, MOL Magyarország nevű oldal, a másik pedig, amiről elemzésemben is részletesen írni fogok, a MolGroup nemzetközi weboldal.



4. ábra A MolGroup logója (Forrás: (MolGroup, dátum nélkül.)

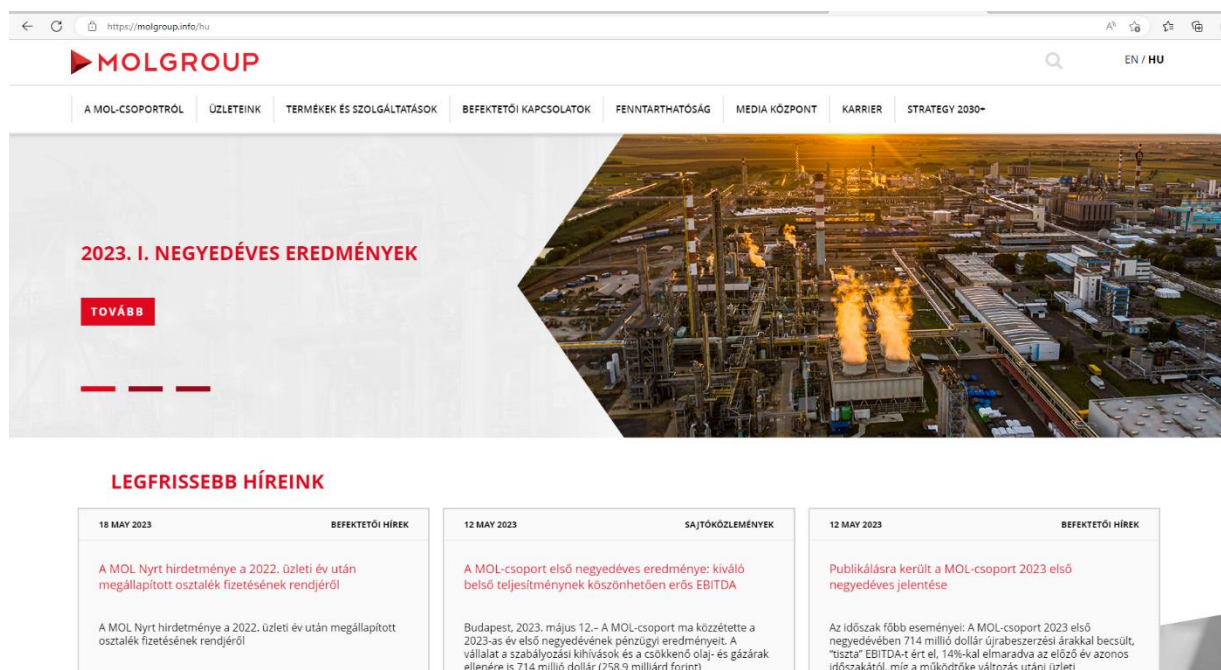
A MolGroup weboldalának nyitóoldala véleményem szerint egy nagyon letisztult és könnyen átlátható felület bárki számára. Maga a weboldal háttere fehér színt kapott, ezért is jellemezhető letisztultsággal. Rögtön a vállalat logójával kezdem, mivel szerintem az az első, amit az oldalra látogatók szemügyre vesznek. A logó a weboldal bal felső sarkában helyezkedik el és tökéletesen észrevehető, nagy karakterekkel, valamint piros színnel került feltüntetésre. Rögtön a logó alatt nyolc főmenüpont kapott helyet („A MOL Csoportól, Üzleteink, Termékek és szolgáltatások, Befektetői kapcsolatok, Fenntarthatóság, Média központ, Karrier, Strategy 2030+”) vízszintes felsorolásban és ezekre kattintva jelennek meg a különböző almenüpontok, ahol nagyon sok lehetőség közül lehet válogatni. A weboldal jobb felső sarkában megtalálható a nyelv kiválasztása is, ami itt az angol és a magyar nyelv. Ugyanebben a sorban található még egy nagyító ikon is, ami a kereső felületet jelenti. Ez segítségével lehet bárkinek, aki nem akarja egyesével végig nézegetni a főmentüpontokat.

A főmenüpontok alatt kapott helyet egy hirdető felület, amin a vállalat fontosabb hírei fedezhetőek fel. Ez egy három szakaszos felület, amire csak a cikk fő címe van kiírva, és ha az ide látogató több információt szeretne megtudni a hírről, akkor a pirossal jelölt „tovább” feliratú ikonra kattintva meglehet. A cikkek alatt található még három vízszintes vonal, amikre kattintva a következő hír tárul az olvasó elé. Szerintem ez egy nagyon jó megoldás, mert így akár olyan információkat is elolvassanak az emberek, amit egyébként lehet, hogy nem akartak volna, de a címet meglátva felkelti a figyelmüket, kíváncsiak lesznek és elolvassák az aktuális hírt, ezáltal tájékozottabbak lesznek.

Mivel ebben a blokkban nem a naprakész hírek vannak, ezért lentebb görgetve megtalálható a következő felület, ahol már a legfrissebb hírekről olvashat az ide látogató. Ez alatt található néhány érdekesség a vállalatról, mint például a Befektetői kapcsolatok, a vállalat Upstream és Downstream tevékenysége, az Innovatív üzletágak és szolgáltatások, és végül a Fenntarthatóság. Ezek mellett egy-egy kis ismertető található a hozzá illő képpel, amik felkelthetik az emberek figyelmét. Mind az öt kategóriánál megtalálható a már előbb is említett „Tovább” ikon, amire ha rákattint az olvasó, az oldal automatikusan átirányítja a megfelelő helyre, ahol bővebben olvashat az adott kategóriáról.

Végül a weboldal aljára érkezve, három függőleges oszloppal találkozhatunk, amik már piros háttérszínt kaptak. A fő címek a következők: A MOL Csoportról, Jelenések, Szolgáltatások. Ezek alatt 5-5 további cím található még. A weboldal legalján pedig feltüntetésre kerültek a vállalat közösség oldalainak ikonjai, ezek pedig a LinkedIn és a Twitter. Ha ezekre kattint valaki, akkor egyből átirányítja a weboldal a közösség oldalakra. A MOL ezeken kívül még aktív a Facebook és Instagram közösségi felületeken is, azonban ezek nem kerültek feltüntetésre a weboldalon. A MOL Nyrt. nemzetközi weboldalán kívül van egy belső weboldal is, amit csak a vállalaton belüli dolgozók tudnak elérni a saját felhasználónevükkel és jelszavukkal. Itt különböző hírek, hirdetések és szolgáltatások találhatók meg, amik nagyon hasznosak lehetnek. (MolGroup, dátum nélkül.)

Két javaslattal élnék a vállalat weboldalát illetően. Az első, a MOL Nyrt szlogenje, ami így néz ki: The Energy Of Positive Change. Ez sajnos nem kerül feltüntetésre a weboldalon sehol, pedig szerintem nagyon jól mutatna az oldalon. Ha megnézzük különböző nagy multinacionális cégek weboldalát, biztosan megtaláljuk a saját szlogenjüket, így a MOL esetében kicsit hiányosnak érzem. A másik javaslatom a többi (Facebook, Instagram) közösségi oldal feltüntetése lenne, ami biztos vagyok benne, hogy sokkal több látogatót hozna az oldalnak.



5. ábra a MolGroup weboldala, Forrás: (MolGroup, dátum nélk.)

3. A szervezet piaci pozíciójának vizsgálata

„A piaci pozíció az a hely, amelyet egy bizonyos termék a piacon elfoglal. A méréshez, ellentétben az adott kategóriába tartozó versenytársakkal.”

3.1. Piaci pozíció

„A piaci pozíció tehát az a hely, amelyet egy bizonyos termék egy meghatározott piacon elfoglal. Ebben a vállalat egy sor versenytárssal versenyez, akikkel meg kell mérni és szembe kell helyezni. Ehhez többek között olyan arányokat használnak, mint a piaci részesedés, az eladások százalékos aránya a teljeshez képest. És a piaci helyzet, más fogalmakkal ellentétben, olyan fogalom, amely megpróbálja pontosan megmérni azt a helyet, amelyet egy bizonyos vállalat egy bizonyos piacon elfoglal.” (Economy-Pedia, dátum nélk.)

Összeségében négy piaci formát különböztetünk meg, ezek: tökéletesen versenyző piacok, monopolizált piacok, tiszta monopólium piaca és az oligopol piac. A MOL Nyrt a szervezeti piacon a monopolizált helyet foglal el. Ez azt jelenti, hogy rajta kívül csak néhány nagyvállalat van jelen a piacon.

3.2. Versenytársak

„A versenytárs egy másik szervezet, amely ugyanazon ügyfél tranzakcióit próbálja magának megszerezni, mint mi, illetve ahogy Kotler (1991) írja: egy másik cég, amely ugyanazt a szükségletet elégíti ki.” (Mersz.hu, dátum nélk.)

A MOL esetében három versenytársat említhetünk: OMV, Shell és a PKN ORLEN. Ezeknek a nagyvállalatok két fő területre osztható a versengésük, az egyik az üzemanyag, a másik pedig a shop termékek.

Az OMV-t tekintve bár versenytárshoz soroljuk, mégsem rendelkezik akkora gasztró felszereltséggel, mint a MOL, hiszen a MOL-nak széles termékválasztékai vannak, a péksüteményektől kezdve egészen a saját őrölt kávéig. Mivel az OMV három finomítóval rendelkezik, nem szorul rá olyan nagymértékben, hogy a MOL-tól vásároljon üzemanyagot. A két vállalat között csekély eltérés van az üzemanyagot tekintve, viszont a termékskálát nézve a MOL fejlettebb.

A Shell is versenytársnak tekinthető, azonban mégis van a MOL vállalattal szerződése, miszerint üzemanyagot vásárol tőle, amit egy bizonyos mennyiségben a saját üzemanyagába kever be és úgy árúsítja. A shop termékeit nézve nagyobb felszereltséggel rendelkezik, mint az OMV, de még így sem ér fel a MOL-hoz.

A PKN ORLEN egy lengyel vállalat, ami nem olyan sok ideje van a piacon és kifejezetten jó ár stratégiát folytat. A gasztró részét tekintve, viszonylag felszerelt, a töltőállomásokon megtalálható az úgynevezett Stop. Cafe étkeztetési szolgáltatás, azonban ez nem kínál meleg étel lehetőséget a MOL-al szemben. (PKN ORLEN, dátum nélk.)

Az alábbi ábrán a Mol versenytársainak az üzemanyagár összehasonlításai láthatóak:

A LEGNAGYOBB HAZAI ÜZEMANYAG- KISKERESKEDŐK JELLEMZŐ* ÁRAI

2023. február 24. délelőtti adatok alapján (forint/liter)

	95-ös benzin	Normál gázolaj
Orlen	607	617
OMV	609,9	616,9
Mol	611	617
Shell	611,9	617,9

* csak a vizsgálatba bevont benzinkutak árai alapján

Forrás: Holtankoljak.hu

6. ábra Üzemanyagárak összehasonlítása, Forrás: (B.H.L., 2023)

3.3. Franchise partnerek

„A franchise egy olyan üzleti együttműködési forma, amelyben egy átadó és egy vagy több átvevő egy adott márkanév alatt, adott üzleti működési folyamatok (know-how) használatával működnek együtt.” (DAK Franchise Tanácsadás Magyarország, dátum nélk.)

A versenytársak mellett meg szeretném említeni a MOL Franchise partnereit is, hiszen ezek is nagy szerepet töltenek be a vállalat életében. A Franchise töltőállomásokat a MOL megvásárolta, azonban saját vállalkozásként működik tovább, minden terméket saját maga szerez be, egyedül az üzemanyagot vásárolja a MOL-tól. Ahhoz, hogy Franchise partner lehessen egy töltőállomás, különböző elvárásoknak kell megfelelnie és megfelelő szaktudás valamint tapasztalat szükséges hozzá. (Mol Jelentkezési tájékoztató, 2016)

3.4. A MOL Nyrt. SWOT elemzése

Ahhoz, hogy bemutassam a vállalat erősségeit, gyengeségeit, lehetőségeit és a veszélyeit, a tanulmányaim során megismert SWOT-elemzést fogom használni.

Erősségek	Gyengeségek
• Vezetői szerep Közép-Kelet Európában • Kiváló minőségű termékek • Sok töltőállomás • Folyamatos fejlesztések • Sokrétű termék és szolgáltatás	• Földrajzi elhelyezkedés • Exportra van szüksége
Lehetőségek	Veszélyek
• Újabb pályázatok • Az E-mobilitás fejlesztése • Sokrétű munkakínálat	• Új versenytárs belépése • Az üzemanyag háttérbe szorul • Munkaerőhiány • Kedvezőtlen politika

1. táblázat A Mol Nyrt. SWOT- elemzése, saját szerkesztés

Erősségek

A MOL Nyrt. legnagyobb erőssége véleményem szerint az, hogy mára már az egyik legismertebb és legsikeresebb vállalat, ami vezetői szerepet tölt be Közép-Kelet-Európában és

több mint 40 országban van jelen, ezzel közel 29.000 embernek adva munkát. Amellett, hogy sikeres, nem elhanyagolható tény, hogy kiváló minőségű termékeket és szolgáltatásokat kínál az ügyfeleinek. Ez nagyban hozzájárul a sikerességéhez. Ahhoz, hogy mind ezeket forgalmazni és árulni tudja, töltőállomásokat üzemeltet országszerte igen sok számmal. Ezt mindenképpen erősségnek mondanám, hiszen az ország számos pontján megtalálható és ez által ismert lett az emberek körében. Szerencsére egy nagyon modern és innovatív vállalatról beszélhetünk, ami folyamatos fejlesztéseket és modernizációs eszközöket dob a piacra, ami szintén erősíti a hírnevét. Végül, ahogy már elemzésemben is írtam korábban, nagyon sokrétű és változatos termékeket és szolgáltatásokat kínál az ügyfeleinek, és próbál mindig valami újat nyújtani.

Gyengeségek

Magyarország földrajzi elhelyezkedése miatt különböző exportokra szorul a vállalat, ezért Ukrajnából, Oroszországból, Szerbiából vásárolja az üzemanyagot nagy mennyiségben, aminek a behozatala elég költséges. Hazánkban három finomító működik Százhalombattán, Tiszaújvárosban és Zalaegerszegen, viszont a vállalat nagyon sok töltőállomással rendelkezik már, így ezeket nem tudja ellátni megfelelő mennyiségű üzemanyaggal, ezért szorul exportra.

Lehetőségek

A vállalat összességében nagyon sok pályázatot és programot hozott létre már az elmúlt években, amik nagy sikert arattak. Ahhoz, hogy fent tudja tartani ezt a sikert, még több pályázatot kell kitalálni és meghirdetni, hiszen van rá érdeklődés. A MOL-ról elmondható, hogy fontos számára az e-mobilitás, mint az látszik a termékeinél és szolgáltatásainál is, azonban a világ egyre csak fejlődik, így kis idővel az e-mobilitásnak is fejlődnie kell vele. Széles körű állás ajánlatokat kínál az álláskeresőknél több szakterületre vonatkozóan, amikhez nem feltétlenül szükséges a felsőfokú végzettség.

Veszélyek

Mint minden vállalatot, vállalkozót vagy bárki olyat, aki jelen van a piacon, a MOL vállalatot is az a veszély fenyegeti, hogy új versenytárs lép be a szegmensbe, aki újat és jobbat tud kínálni az embereknek. Sajnos lehet bármennyire is jó a vállalat, mindig lesznek versenytársai és új feltörő cégek, akik miatt tartania kell. További veszélye lehet a későbbiekben az üzemanyag háttérbe szorítása, ami az elektromos autók miatt következhet be előbb vagy utóbb. Bár a sokrétű munkakínálat ellenére, mégis mint minden kisebb munkáltatót, a MOL csoportot is fenyegeti a munkaerőhiány, ezért folyamatos álláshirdetéseket hoz létre. A Mol is, mint minden más vállalat függ a kormányzati döntésektől, így ez nagy veszélyt jelenthet a vállalatra nézve. Például az elmúlt két évben a kormány bevezette a benzin ár stopot, ami a háztartásokat nézve pozitív hatással volt, azonban a MOL-nak ez nem volt kedvező, de semmit nem tehetett ellene.

4. Marketingeszközök

Mielőtt elemzésemben kitérek a 4P és 7P alapján jellemezhető marketingeszközökre, szeretnék először a marketingeszközök ismertetéséről néhány mondatot írni. A marketingeszközöket két kategóriába sorolhatjuk, az egyik a hagyományos, vagyis offline, a másik pedig az online. Az

offline olyan lehetőségeket foglal magába, amiket az interneten keresve nem találunk meg, például egy TV reklám, Email-marketing vagy egy újsághirdetés. Ezzel szemben az online marketingeszközök egyre elterjedtebbek a mai világban és egyre többen alkalmazzák, ilyen például a Weboldal, a Fizetett hirdetések vagy a Közösségi média marketing. (Marketing Blogger, 2022)

A marketing elemei, vagyis a 4P a következő elemekből áll:

- Product (termék)
- Price (ár)
- Place (hely)
- Promotion (promóció)

Ez a négy elem kiegészülve további hárommal alkotja a 7P-t:

- People (emberek)
- Physical Evidence (fizikai megjelenés)
- Process (folyamat) (Billingo Blog, 2022)

A 4P bemutatása a MOL Nyrt-n keresztül:

Product (termék)

A MOL Nyrt. termékeit nézve nagyon nagy választékkal rendelkeznek, emellett számos szolgáltatást is kínál az ügyfeleinek. Fő tevékenységük az üzemanyag előállítás, amit a töltőállomásokon ad el.

A következő üzemanyag típusok találhatóak meg a töltőállomásokon:

- EVO 100 benzin plus
- EVO diesel plus
- EVO 95 benzin
- EVO diesel
- ECO+ Autógáz
- + az elektromos járművel töltésére a MOL Plugee (Mol Magyarország, dátum nélk.)

Az üzemanyagon kívül a vállalatnak létezik egy saját márkája, a Fresh Corner ami szintén a töltőállomásokon található meg. Itt külön féle kávék, szendvicsek, hot-dogok, péksütemények és további shop termékek választéka lelhető fel.

Price (ár)

Mint mindenhol, az árak emelkedése itt is folyamatosan jelen van. Ahhoz, hogy fent tudja tartani magát a vállalat, szükséges az időnkénti áremelés.

Mit is jelent az ár? „Bármely termék árát a piaci kereslet és kínálat határozza meg együttesen. Piaci árnak nevezünk minden olyan árat, amelyen a fogyasztók hajlandók és képesek a termékeket megvásárolni.” (Pénziránytű, dátum nélk.)

Ami nagyban érintette a vállalatot, az a hatósági ár hatása volt. 2021-ben az üzemanyag és az infláció megfékezése érdekében a kormány bevezette a hatósági áras benzinárat az egész országra vonatkozóan. Ez azt jelentette, hogy az üzemanyag egységesen mindenhol 480 forintba került. Egy év alatt azonban változtak a szabályok, eleinte csak magyar autósoknak járt a kedvezmény, majd később ezen szigorítottak és a céges járművekbe sem lehetett olcsóbban tankolni, valamint a legtöbb helyen naponta csak egyszer, bizonyos mennyiségben lehetett üzemanyagot vásárolni. A hatósági ár kisebb-nagyobb hosszabbításokkal 2022 májusáig volt jelen kettős árazással, ami azt jelentette, hogy a hatósági áras üzemanyagot csak magyar forgalmi engedéllyel és rendszámmal rendelkező emberek vásárolhatták. (InfoStart, 2022)

Ez a szabályozás körülbelül egy évig tartott, aminek a végén a MOL vállalat 34 milliárd forintot bukott. A vállalattal szemben, akinek ez hatalmas veszteséggel járt, a fogyasztók szempontjából nagy segítség volt. (Hvg.hu, 2022)

Egy idő után kritikussá vált a helyzet Magyarországon, amit a MOL vállalat is jelzett a kormánynak, miszerint nem bírják fenntartani az árat a szűkös keretek miatt. Mind ezek mellett a magyar kormánynak az uniós nyomással is szembe kellett néznie, mivel a környező országokban sokkal drágább volt az üzemanyag és ehhez nekünk is alkalmazkodni kellett, így végül kivezetésre került az üzemanyag ár stop. Miután eltörölték az intézkedést az üzemanyag árak rendkívül megemelkedtek.

Place (hely)

A MOL Nyrt. közel 2000 töltőállomást üzemeltet jelenleg, amiből körülbelül 500 hazánkban található meg. Az összes folyamatot, Magyarországról, az új MOL Campus-ból irányítják, ami Budapesten a 11. kerületben található meg. Ez egy 287 emeltből álló irodaház, ami 2500 munkavállalót tud befogadni. Mind ezek mellett a Mol számos leányvállalattal is rendelkezik üzleti tevékenysége különböző területein ezek közül a legfontosabbak a Slovnaft, INA, és a Mol Group Italy. Ennél a marketing elemnél fontos említést tenni, a Mol csoport beszállítói kapcsolatairól is. A MolGroup alapelvei közé tartozik a kiváló minőség, megbízhatóság, valamint az innováció fenntartása, így beszállítóitól ugyanezeket az irányadó értékeket várja el, ezért szigorú beszállítási politikát alkalmaz, ide tartozik például a termékek, szolgáltatások kifogástalan minősége, megbízható minőség ellenőrzési módszerek alkalmazása, valamint a szakszerű munkamódszerek működtetése is.

A Mol csoport bevezetett egy olyan web alapú rendszert is, mely könnyebbé teszi a beszállítókkal való együttműködést, és fejleszti a beszerzési folyamatokat. Ami az optimális készletválasztékot illeti a MolGroup óriási termékválasztékkal rendelkezik.

Napjainkban már a régió kenőanyag piacának egyik legjelentősebb szereplője. Magyarországon, Szlovákiában, Horvátországban piacvezetők az ipari kenőanyagok gyártásában. Összességében a világ több mint ötven országában vannak jelen a Mol kenőanyagai.

A piaci fejlemények és a gyorsan változó működési környezet mind a régióban, mind az energetikai szektorban azt igényli, hogy a Mol Group folyamatosan fejlessze stratégiáját. A Mol csoport négy fő területen kíván a jövőben fejlődni. Első az ügyfelek kényelme és mobilitása, második a fenntartható üzemanyagok, harmadik a körkörös gazdaság és végül a negyedik az alacsony szén-dioxid kibocsátású üzemanyag bevezetése.

Promotion (promóció)

A vállalat folyamatosan újabb és újabb nyereményjátékokkal és promóciókkal kedvez az ügyfeleinek. Ezek egy bizonyos időtartamra szóló pontgyűjtési lehetőséget kínálnak, amiket a MOL applikáción keresztül lehet vezetni, és amennyiben összegyűlik időben a megfelelő pontmennyiség, az ügyfél az aktuális promóció keretein belül felkínált termékeket kedvezményesen megvásárolhatja. Jelenleg a „Ciao Romeo” promóciójuk fut, és mint ott dolgozó, nekem is bele látásom volt ebbe a folyamatba, és azt kell, mondjam, hogy nagyon sok ember élt ezzel a lehetőséggel, sokan csak azért tankoltak többet, hogy gyűjtsék a pontokat és megszerezzék a termékeket. A MOL tudja, hogy hogyan fogja meg az emberek érdeklődését és így mindig sikeres promóciókkal zárta ezeket az időszakokat.

A MOL igyekszik minél szélesebb körben reklámozni magát, erre eszközként hirdető plakátokat, tv reklámokat alkalmaz. Erre jó példa a MOL Move alkalmazás, amelyben az emberek kedvezményes tankolást és shop termék kedvezményeket kaphatnak. Megfigyelhető, hogy az emberi kapcsolatokra helyezi a hangsúlyt, ami tudat alatt hat az emberekre.

A mobil applikáción kívül jelen van több közösségi platformon is, például a Facebookon, Instagramon, Twitteren, ahova folyamatosan tölti fel a nyereményjátékokat és aktuális kedvezményeket.

A 7P bemutatása a MOL Nyrt-n keresztül:

A 4P modell inkább a fizikai termékekre fekteti a hangsúlyt, ezért létrejött a 7P módszer, ami már sokkal inkább az emberi tényezőkre és folyamatokra koncentrálna.

People (emberek)

A vállalat sikeressége nagyban függ attól, hogy kik dolgoznak az adott cégnél. Mivel a munkavállaló a munkájával képviseli a vállalatot, ezért nem mindegy, hogy hogyan viszonyul a vásárlókhöz. A vásárlóban kialakul egy kép miután vásárol egy terméket vagy igénybe vesz egy

szolgáltatást és ez a vállalat fejlődésére hatással lehet. A kiválasztási folyamatokban, amit a HR végez, igen nagy szerepe van, fontos tényezőket kell figyelembe venni, mielőtt alkalmaznak egy embert. Munkám során számos ügyfél elégedetlenséggel találkoztam, akikben rossz benyomást keltett a töltőállomáson dolgozó modora, viselkedése és a munkához állása, ezért jelezte, hogy a későbbiekben lehet, hogy másik töltőállomást fog választani. Ez a vállalatnak mindenképpen egy visszajelzés, hogy min kellene változtatnia a jövőben. Ilyen esetekben alkalmazzák a tréningeket vagy a különböző oktatásokat. A megkülönböztetés érdekében a töltőállomásokon dolgozó embereknek a vállalat saját egyenruhát biztosít, amit a munkavégzés alatt kötelesek viselni.

Physical Evidence (fizikai megjelenés)

Ide tartoznak azok az elemek, ami a vásárláskor és fogyasztáskor érik a vásárlókat. Ezek közé tartozik: design, felszerelés, színek, hangok, illatok és a tájékoztató elemek. Összeségében a töltőállomások kívül és belül is nagyjából egyformán néznek ki és hasonlóan vannak berendezve, ami a vásárlóknak egy biztonságérzést ad. A shop felépítése, polcrendszer és kialakítása többségében megegyezik. A Mol arra is külön figyel, hogy a termékeket hogyan helyezi ki a polcokra. Nem csak az elrendezés, de a színek is tökéletesen megegyeznek, hiszen a vállalat színösszeállítását (zöld és piros) kapták a töltőállomások. További tényezők lehetnek a hanghatások, mint például halk, kellemes zene a rádióból, vagy a frissen készülő hot-dogok illata, ami arra ösztönzi a vásárlókat, hogy megvásárolják.

Process (folyamat)

„A folyamat a lépéseket tartalmazza, amelyek során elérjük a célközönségünket, majd kielégítjük a vásárlói igényeiket a termékünkkel, szolgáltatásunkkal kapcsolatban.” (Bilingo Blog, 2022)

Mielőtt egy munkavállaló munkába áll a MOL bármely területén, kötelező részt venni egy EBK oktatáson, amibe az Egészségvédelem, a Biztonságtechnika és a Környezetvédelem tartozik. Az EBK lényegében egy munkairányítói oktatás. Erre azért van szükség, hogy a munkavállaló megfelelő tudással kezdhesse meg a munkát és fel legyen készítve olyan váratlan eseményekre, amik bármikor bekövetkezhetnek egy munkafolyamat során (pl.: baleset).

5. Saját végzett munka bemutatása

Szakmai gyakorlatomat a MOL vállalatban belül Budapesten, az Október huszonharmadika utcában a Kiskereskedelmi Ügyfélszolgálaton töltöttem 2023. február 24. és május 26. között. Ez egy kisebb, családias hangulatú iroda, ahol a telefonos ügyintézőkkel együtt dolgozhattam ezekben a hetekben. Magára a munkára a ProDiák diákszövetkezeten keresztül találtam rá és a szerződés megkötése után kezdhettem meg az első munkanapomat adminisztrációs gyakornokként.

Lényegében az ügyfélszolgálat a beérkező bejelentéseket, panaszokat és ehhez hasonló dolgokat kezeli és dolgozza fel. Elsőként hozzám érkeztek be a megkeresések az ügyfélszolgálati email címre, és az én feladatomból volt, hogy leiktassam a megkereséseket a megfelelő kategóriára. Megkeresések érkeztek a töltőállomásokról vagy ügyfelektől. A legtöbbször előfordult ügy a hiteles számla

másolat kérése, módosítása vagy kiállítása volt, de naponta több töltőállomáson történt autósosó hiba, amiben az ügyfél gépjárműve megsérült, a fizetés nélküli elhajtás, és a vásárlók könyvi bejegyzések. Erre a műveletre van egy külön program, amivel itt dolgoznak az emberek és ez a „Panasz” nevet kapta, ami nagyon találó, hiszen az emberek panaszaival foglalkozunk. A programhoz mindenkinek saját felhasználóneve és jelszava van, amit minden belépéskor be kell írni, hogy megkezdhessük a munkát. Amennyiben leiktatásra került egy ügy, kapott egy iktatószámot és bekerült a rendszerbe, ahonnan majd egy kis idő után kikerült egy ügyintézőhöz, aki részletesebben foglalkozott az ügyfél panaszával. Viszont ha nem az ügyfélszolgálat hatáskörébe esett a megkeresés, akkor a megfelelő kontaktnak kellett továbbítani és kérni a segítségét. Amire külön felhívták a figyelmemet, az az, hogy mindig a legrégebbi megkeresést iktassam le először, hiszen az ügyfélszolgálat 30 napos határidővel dolgozik, és mivel naponta több száz ügy érkezik be, így célszerű a régebbivel kezdeni, hogy időben megoldásra kerüljön.

Mielőtt elkezdhettem volna dolgozni, be kellett mennem a Mol Campus-ba, ahol egy kötelező EBK oktatáson kellett részt vennem, ami az Egészségvédelmet, a Biztonságtechnikát és a Környezetvédelmet foglalta magába. Ez egy két órás program volt, ami után körbe vezettek minket a Campus azon részén, ami látogatható „külsős” embereknek is.

Az első munkanapomon bementem az ügyfélszolgálatra, ahol megismerkedtem a főnökömmel és a többi ott dolgozó ügyintézővel és diákkal, majd a mellém kijelölt, régebben ott dolgozó diáktársam körbevezetett és elkezdte a betanításomat. Kaptam saját íróasztalt és számítógépet, azonban ezt még nem tudtam használni az első pár hétben, mivel a jogosultságom még nem készült el, ezért egy másik számítógépen kezdtem a betanulást.

Első három hét bemutatása

Első hét (február 27.-március 03.)

Az első héten csak megfigyeltem a diáktársaimat hogyan is működik az iktatás és közben leírtam minden fontos információt, amire később szükségem lehetett. Elkezdtem megtanulni hogyan kell használni a Panaszt, ami egy iktatófelületből és egy keresőből állt. A beérkező megkereséseket a céges levelező rendszerből először át kellett rakni a Panasz-ba, ahol sorban haladva, figyelmesen le kellett iktatnom őket a megfelelő kategóriára. Ezen kívül még megkaptam a saját céges email címemet, de mivel a jogosultságom nem készült el, így nem használhattam.

Második hét (március 06.-március 10.)

A második héten elkezdhettem iktatni egy diáktársam számítógépéről, aki mellettem ülve figyelt, és ha valamit nem tudtam, hozzá fordulhattam segítségért. Napról-napra egyre jobban ment ez a művelet, ezért egyre több ügyet tudtam ellátni iktatószámmal. A hét második felében megmutatták, hogy kell a postai leveleket összekészíteni és kiküldeni az ügyfeleknek. Ez nem volt nehéz feladat, először ki kellett nyomtatnom a diáktársam segítségével az előre megírt címeket, felragasztani a borítékra, a levelet és a számlákat beletenni a borítékba majd belerakni a végén a postaládába, amit a postás minden reggel elvitt. A postázás igazából egyszerű feladat

volt, amire figyelnem kellett, hogy mindig megfelelő számlát tegyek a levél mellé és közben nézнем kellett a postlistát, hogy valóban szerepelt-e rajta az illető, akinek címeztem a borítékot. Legtöbbször számlamásolatokat küldtem ki, de sokat előfordult olyan is, hogy például a töltőállomáson sérelmezte a vásárló az eladó viselkedését, ezért az ügyfélszolgálat egy Gift kártyát küldött neki, ami egy bizonyos összeggel került feltöltésre.

Harmadik hét (március 13.-március 17.)

A következő héten újabb munkát tanulhattam meg. A töltőállomásokon különböző esetekre (pl.: számlamásolat, számlamódosítási igény, utólagos számlakiállítás, autósosó okozta kár) minden esetben jegyzőkönyvet szoktak felvenni, amit egyből az ügyfélszolgálatra be is küldenek elektronikusan, és mi ezt leiktatjuk. Azonban hetente egyszer érkezett az úgynevezett „Criterion”, ami a töltőállomásokon kitöltött jegyzőkönyveket és számlákat juttatta el hozzánk. Ezeket először is meg kellett keresnem a rendszerben, és ha már leiktatásra került, akkor csak le kellett fűzőm, azonban ha még nem szerepelt a rendszerben, akkor be kellett szkennelni, utána leiktatni, majd végül lefűzőni a többihez. Ritkán, de érkeztek még vissza hibás terméket is, amiket szintén meg kellett nézнем, hogy érkezett-e be róla jegyzőkönyv, majd becsomagolnom és tovább küldennem a Nagykernek, mivel az ügyfélszolgálat nem foglalkozik ilyenekkel. Ezt a feladatot nagyon szerettem, mert az iktatás mellett keresgélnem is kellett a rendszerben és használhattam a nyomtatót is, így nem tűnt olyan monotonnak a munkavégzés.

A harmadik hét végére elkészültek a jogosultságaim, ezért a főnököm rátelepítette a számítógépemre a Panasz programot, amivel már tudtam önállóan is dolgozni végre. Be kellett még mennem a székházba is, ahol átvehettem az elkészült belépőkártyámat. Az ügyfélszolgálaton ugyan nem kellett használni a kártyát be és kilépésre, azonban a nyomtatót csak ezzel a megigényelt kártyával tudtam használatba venni, így nagy szükségem volt rá.

A következő heteket nem részletezem, mivel lényegében ezt a három feladatot csináltam felváltva. Rutinszerűvé vált az iktatás, naponta több száz ügyet tudtunk a diáktársaimmal együtt leiktatni, ezzel meggyorsítva az ügyintézők munkáját. Minden héten, kedden érkezett a „Criterion”, így ezeken a napokon nagyrészt a beérkező jegyzőkönyveket intéztem. Szintén napi elintézendő feladatom volt a beérkező email-ek megválaszolása, vagy az alkalmanként betérő vendégek fogadása és problémáik megoldása. Amennyiben egy ügyfél személyesen bejött az ügyfélszolgálatra számlamásolat, számlamódosítás vagy számla kiállítás ügyben, azt ott helyben el tudtuk végezni, így gyorsan kézhez kaphatta a kért dokumentumot. Ezen kívül heti egyszer vagy kétszer volt postázási feladatom is, ami akár egy egész napot igényelt, ha sok kiküldendő levél gyűlt össze.

A szakmai gyakorlatom vége felé járva, az ügyintézők úgy gondolták, hogy sok diák van és nagyon jól haladtunk az iktatással, ezért megtanítottak egy újabb feladatra, ami maga az ügyintézés volt. A leiktatott ügyeket kellett részletesebben átnéznem és megoldani. Eleinte csak számlázással kapcsolatos ügyeket kaptam, amiben az ügyfél egyszerű számlamásolatot, számlakiállítást vagy számlamódosítást kért. Itt nekem kellett megírni a levelet és kiküldeni vagy formában, vagy postai úton az ügyfélnek. Később, amikor már segítség nélkül tudtam ezeket

intézni, naponta kaptam 15-20 ügyet, amit a nap elején elvégeztem majd visszatértem az iktatáshoz.

Összességében nagyon jól éreztem magam az ügyfélszolgálaton, különösen az tetszett, hogy egy családias, szűk körben dolgozhattam és ennek köszönhetően minden nap jókedvvel mentem be. Szerencsére a diáktársaimmal könnyen megtaláltam a közös hangot és mindig segítettünk egymásnak, ha esetleg valaki elakadt volna a munkában. Az ügyintézők is mindenben a segítségemre álltak, főleg az első hetekben, bármikor kérdezhettem tőlük, készségesen álltak hozzám, félretéve a saját munkájukat. A szakmai gyakorlatom által megtanultam az alapvető irodai feladatokat ellátni, iktatni, amit majd lehet, hogy későbbiekben a munkám során alkalmazni tudok, új barátokra tettem szert és remélem, hogy a későbbiekben folytathatom a munkámat a MOL Nyrt. vállalatán belül.

6. Következtetések és javaslatok

Mint már említettem, a Kiskereskedelmi ügyfélszolgálaton dolgoztam, és ez egy kisebb méretű iroda. Amikor elkészült a MOL Campus, a régi székházból a MOL vállalat összes része és alkalmazottja átköltözött az új irodaházba, ami valljuk be, sokkal tágasabb és modernebb. Azonban megmaradt két része a vállalatnak, ami maradt a régi helyén. Az egyik a Kiskereskedelmi ügyfélszolgálat, a másik pedig a Kártyamenedzsment, vagyis az Üzemanyagkártya átvevő iroda. Én mindenképpen azt javasolnám, hogy ezt a két részt is költöztessék át a Campusba, hiszen akkor a MOL összes szolgáltatása egy helyen lenne, ami az embereknek is sokkal kedvezőbb lenne és megkönnyítené a helyzetüket. Sokszor volt olyan eset, hogy bejött hozzánk egy ügyfél, mert össze volt zavarodva és nem tudta, hogy a rész, amit keres a vállalatnál, hol található jelenleg. Azonban ha átköltözne az ügyfélszolgálat és a kártyamenedzsment is, nem lennének ilyen problémák. Továbbá úgy vettem észre, hogy kezd szűkös lenni az irodahelység, de erre majd a későbbiekben kitérek. Én tehát ezt a fejlesztést mindenképpen javasolnám. Természetesen annak is megvan a jó oldala, hogy csak kevés létszámmal működik az ügyfélszolgálat, mert mint említettem, nekem kifejezetten tetszett, hogy családias légkör fogadott mindig bent, viszont ha a másik oldalát nézem, akkor sokkal jobb lenne, ha a vállalat összes része egy helyen lenne elérhető.

A Kiskereskedelmi ügyfélszolgálat irodája meglehetősen régi, főleg a mostani új építésű, teljesen modern és környezetbarát Campus-al szemben. Úgy gondolom, hogy egy felújítás már ráférne az épület belsejére, hiszen az ott dolgozó emberek naponta több órákat töltenek el bent, megérdemlik, hogy egy igényes és szép környezetben dolgozhassanak. Amennyiben nem megoldható, hogy átköltözzön az iroda az új irodaházba, egy felújítást mindenképpen javasolnék, hiszen nem csak a bútorokról van szó, hanem a számítástechnikai eszközökről is, amik szintén elég régiak és minden napos használatban vannak, így létfontosságúak. Úgy gondolom, hogy teljesen le lehetne cserélni a számítógépeket újabb modellekre, valamint az asztalokat és szekrényeket is. Ami viszont pozitívum, hogy az ügyintézőknek van saját, új szériás céges telefonja, amivel korlátlanul tudnak telefonálni.

További javaslatom lenne még a raktár kibővítése. Mint minden fontos dokumentumot, itt is több évig meg kell őrizni a papír alapú iratokat, amiből rengeteg felgyülemlett az évek alatt.

Ezeknek tárolására sajnos nincsen túl nagy raktár, főleg úgy, hogy az irodaszereket is ebben a helységben tárolják, így még zsúfoltabb az egész hely. Így megint visszatérek az előző javaslatomra, miszerint az ügyfélszolgálatnak is át kellene költöznie a Campusba, hogy több teret nyerjen magának az egész iroda. Ahhoz, hogy átláthatóbb legyen az iratok és irodaszerek tárolása, egy nagyobb méretű helységre van szükség, ami a jelenlegi helyen nem valósítható meg.

Ami kifejezetten megkönnyítette a minden napos munkát, az annak volt köszönhető, hogy akik ott dolgoztak diákok az ügyfélszolgálaton, mind egy légtérben voltunk és mivel ugyan azt a munkát végeztük, így hatalmas segítség volt, ha valaki nem tudott valamit, csak oda kellett fordulnia a szomszédos asztalhoz és könnyedén tudunk egymásnak segíteni. Nekem ez a megoldás nagyon szimpatikus volt.

Tapasztalataim alapján a számítógépes rendszer lecserélése vagy frissítése igen nagy segítség lenne az ügyintézők és diákok számára is. Többször fordult elő olyan, hogy egy-egy keresésnél, ahol több száz találatot dobott ki a rendszer, megnőtt a várakozási idő vagy éppen teljesen lefagyott a rendszer a sok információtól. Ez eléggé bosszantó volt, ugyanis ilyenkor az egész rendszerből ki kellett lépni, hogy újra működő képes legyen, így ezzel elment több perc is. Úgy gondolom, ha ezeket a problémákat orvosolni tudnák, akkor a dolgozók munkáját sokkal hatékonyabbá és könnyebbé tennék.

Összegezve nagyon sok mindent köszönhetek a szakmai gyakorlatomnak. Az sem elhanyagolható, hogy új barátokra tettem szert, de új irodai ismeretekkel gazdagodhattam, amit a jövőben a munkám során biztosan alkalmazni tudok. Örülök, hogy a szakmai karrieremet egy ilyen nagyvállalatnál kezdhettem el és beleláthattam a háttérmunkákba, amik nap, mint nap fontos szerepet játszanak a sikerességéhez.

Ábrajegyzék

1. ábra A Mol-Csoport a világban, Forrás: (MolGroup, dátum nélk.).....	4
2. ábra: A MOL Nyrt tulajdonosi szerkezete, Forrás: (MolGroup, dátum nélk.), saját szerkesztés	6
3. ábra A Mol Nyrt. 2022. évi eredménykimutatása, Forrás: (Mol-Csoport Integrált Éves Jelentés, 2022).....	11
4. ábra A MolGroup logója (Forrás: (MolGroup, dátum nélk.).....	11
5. ábra a MolGroup weboldala, Forrás: (MolGroup, dátum nélk.).....	13
6. ábra Üzemanyagárak összehasonlítása, Forrás: (B.H.L., 2023)	14

Irodalomjegyzék

- B.H.L. (2023). Forrás: <https://www.vg.hu/energia-vgplus/2023/02/kiderult-hova-arazta-magat-magyarorszagon-az-orlen-erdemes-figyelni-a-benzinkutakat?fbclid=IwAR2rG9VvJVKd4mqPPGwXAaDdRQMUV08xCSMWKb6UiT2ndIOVjFFBOugPba8>
- Billingo Blog.* (2022). Forrás: https://www.billingo.hu/blog/olvas/marketing-mix?utm_term=&utm_campaign=S+%E2%80%93+DSA+Blog&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=3455314461&hsa_cam=9948320553&hsa_grp=97387718621&hsa_ad=551121867086&hsa_src=g&hsa_tgt=aud-398190456182:dsa-90095295548
- DAK Franchise Tanácsadás Magyarország.* (dátum nélkül.). Forrás: <http://franchisetanacsadas.hu/mi-a-franchise/>
- Economy-Pedia.* (dátum nélkül.). Forrás: <https://hu.economy-pedia.com/11038034-market-position>
- Ecopédia.* (dátum nélkül.). Forrás: <http://ecopedia.hu/merleg>
- Hvg.hu.* (2022). Forrás: https://hvg.hu/kkv/20221104_34_milliardos_bukas_Mol_arsapka_harmadik_negyedev
- InfoStart.* (2022). Forrás: <https://infostart.hu/gazdasag/2022/11/15/itt-az-arsapka-amit-egy-eve-nem-veszunk-le>
- Marketing Blogger.* (2022). Forrás: <https://marketingblogger.hu/marketing-eszkozok/>
- Mersz.hu.* (dátum nélkül.). Forrás: https://mersz.hu/dokumentum/dj81bam__50/
- Mol Alapítvány.* (dátum nélkül.). Forrás: <https://molalapitvany.hu/alapitvany/bemutakozas>
- Mol Bubi.* (dátum nélkül.). Forrás: <https://molbubi.hu/hu/>
- Mol Campus.* (dátum nélkül.). Forrás: <https://www.molcampus.hu/campus>
- Mol Jelentkezési tájékoztató.* (2016). Forrás: https://mol.hu/images/pdf/Karrier/toltoallomas_uzemeltetes/MOL_jelentkezési_tajekoztato_final_20160414.pdf
- Mol Magyarország.* (dátum nélkül.). Forrás: Growww: <https://mol.hu/hu/karrier/growww>
- Mol Magyarország.* (dátum nélkül.). Forrás: https://mol.hu/hu/molrol/tarsasagunkrol-roviden/a-mol-csoport-jovokepe-es-kuldetese?fbclid=IwAR1wHk04jZWvXk2thlnXDxr8ftFoQG35DJhBiViuiLmdBg-WA6_RsBp97R4

Mol Magyarország. (dátum nélkül.). Forrás: Üzemanyagok: <https://mol.hu/hu/autozzon-velunk/uzemanyagok>

Mol Magyarország. (dátum nélkül.). Forrás: <https://mol.hu/hu/molrol/tarsasagunkrol-roviden/tarsasagunkrol-roviden/>

Mol Magyarország. (2011). Forrás: <https://mol.hu/hu/molrol/mediaszoba/704-kisutottuk-ide-vele-hozza-a-hasznalt-sutoolajat-a-mol-benzinkutakra>

Mol Magyarország. (2021). Forrás: <https://mol.hu/hu/molrol/mediaszoba/7650-a-mol-frissitette-hosszu-tavu-strategiajat-belep-a-korkoros-gazdasagba>

Mol Nyrt. Különleges Munkavállalói Résztulajdonosi Program Szervezet. (dátum nélkül.). Forrás: https://mol.hu/images/mol_hu/pdf/MOL_KMRP_2021_1_beszamolo_2021.pdf

Mol-Csoport integrált éves jelentés. (2022). Forrás: https://molgroup.info/storage/documents/publikaciok/eves_jelentesek/2022/integr_lt_ve_s_jelent_s_2022_hun.pdf

Mol-Csoport Integrált Éves Jelentés. (2022).

MolGroup. (dátum nélkül.). Forrás: Beszállítói politika: <https://molgroup.info/hu/a-mol-csoportrol/beszallitoi-kozpont/beszallitoi-politika>

MolGroup. (dátum nélkül.). Forrás: Üzleteink: <https://molgroup.info/hu/uzleteink>

MolGroup. (dátum nélkül.). Forrás: Történetünk: <https://molgroup.info/hu/a-mol-csoportrol/tortenetunk>

MolGroup. (dátum nélkül.). Forrás: Autósok: <https://molgroup.info/hu/autosok>

MolGroup. (dátum nélkül.). Forrás: Társaságirányítás: <https://molgroup.info/hu/a-mol-csoportrol/tarsasagiranyitas>

MolGroup Careers. (dátum nélkül.). Forrás: <https://molgroupcareers.info/hu/our-business/downstream/petchem/88-investor-relations-hu/a-mol-csoportrol/2583-dijak>

MVM Zrt. (dátum nélkül.). Forrás: <https://mvm.hu/hu-HU/Rolunk/AzMVMCsoportrol/ACegcsoportol>

Nonprofit.hu. (2022). Forrás: <https://www.nonprofit.hu/tudastar/mi-az-egyszeres-es-kettos-konyvvitel-kozotti-kulonbseg>

Pénziránytű. (dátum nélkül.). Forrás: <https://penziranytu.hu/archivalt-pop-torzanyag/konyv/az-en-penzem/i-utra-kelunk/2-az-aruk-es-penz-vilagaban-elunk/3-piacgazdasag-alapkategoriapiac-kereslet-kinalat-ar>

PKN ORLEN. (dátum nélkül.). Forrás: <https://www.orlen.pl/en/for-you/stop-cafe>

Renczes, Á. (2023). *Napunk*. Forrás: <https://napunk.dennikn.sk/hu/3265908/kik-a-mol-tulajdonosai-es-miert-faj-a-cegnek-jobban-az-alacsonyabb-slovnaft-kulanado-mint-a-magasabb-magyar-mol-kulonado/>