

ZÁRÓDOLGOZAT

KELEMEN ANDREA

2020

BUDAPEST GAZDASÁGI EGYETEM
KÜLKERESKEDELMI KAR
KERESKEDELEM ÉS MARKETING FELSŐOKTATÁSI
SZAKKÉPZÉS
MARKETING KOMMUNIKÁCIÓS SZAKIRÁNY

Lámpa értékesítés a Tungram Operation
KFT-n keresztül

Készítette:
Kelemen Andrea
Kereskedelem és Marketing
Szagos hallgató

TARTALOMJEGYZÉK

1	Bevezetés.....	4
2	Fényforrások.....	5
2.1	Fényforrások csoportosítása	5
2.2	Izzó lámpa feltalálása	6
2.3	Tungram háttértörténet.....	7
2.3	Egybeolvadás a Generic Electircel és következményei	8
2.4	Tungram Márka történet	9
3	Tungram gyáregységek	12
4	Tungram a középpontban	13
5	Tungram marketingstratégiája.....	20
6	Összefoglalás.....	26
7	HIVATKOZÁSOK.....	27

1 Bevezetés

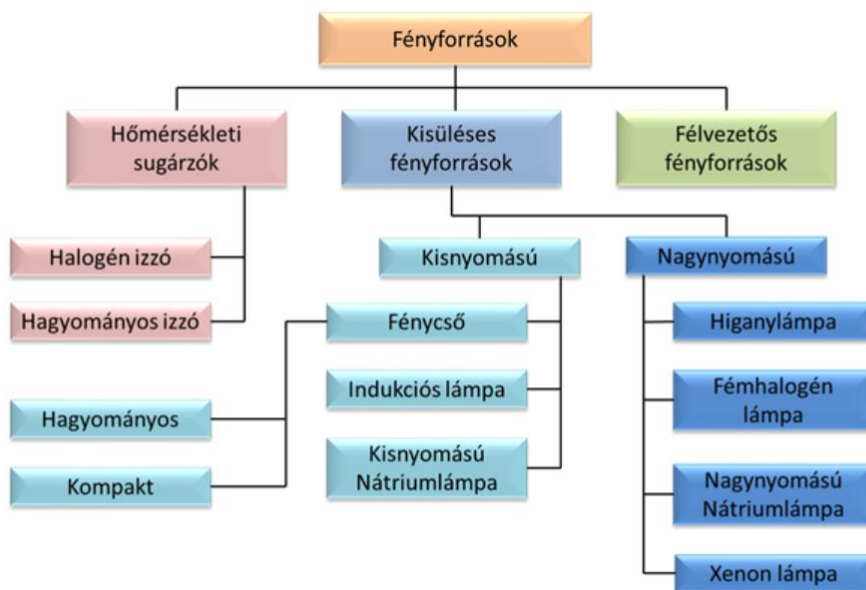
A Tungstram Operation KFT Lámpaértékesítést választottam szakdolgozati témámnak. Azért ezt a témát választottam, mert jelenleg ennél a KFT-nél végzem a kötelező szakmai gyakorlatomat és érdekel az eddigi munkássága, fejlődése. Kezdetben szeretném bemutatni, hogyan lehet a fényforrásokat csoportosítani fizikai működésük alapján és energia osztály szerint ezeket ábrák segítségével fogom szemléltetni. A következő részben pedig kitérnék arra, hogy kik voltak a főbb feltalálók, akik hozzá járultak az izzólámpa létrejöttéhez. A következő fejezetekbe Tungstram Operation KFT háttér történetét, hogyan vált világhírűvé a cég, és kinek a védjegyből jött létre. A cég történetét egy történész kolléga segítségével fogom ismertetni a szakdolgozatomban. Segítségével feltárom a cég megalakulásának történetét és fejlődésének szakaszait, hogyan jutott el a jelenlegi állapotáig. A Tungstram márka történetének ismertetése is a célom. Ezen kívül még szeretném bemutatni, a cégcsoportjait hol találhatók meg. Melyik helyszínen mi a gyártási cél és hova is értékesít mind országon belül mind országon kívül a Tungstram. A szakmai résznél a fő célom a termékek múltbéli és jelenlegi portfóliójának ismertetése és a technológiák változása. A Tungstram mind beltéri, kültéri, hagyományos lámpák gyártásában és az autóiiparban is szerepet tölt ismertetni, hogy ezeken a csoportokon belül mik a termékek. A Tungstram Ipari megoldásokra is termékeket kínál, 6 főbb csoportja létezik jelenleg ezt táblázat formájában fogom ismertetni, hogy mi is a célja a cégnek a termékekkel. A Tungstram Agritech – Üvegházhasználati megoldásainak bemutatása, megmutatni ennek hasznosságát. Ezen kívül a jelenlegi és jövőbeli projektek ismertetése. Marketing szempontból a legismertebb 4P elem által marketingstratégia ismertetése. A KFT marketing elemeinek bemutatása ATL és BTL eszközök segítségével és a marketing osztály bevonásával és SWOT elemzés készítése és táblázati elemzése. Porter féle 5 erő modellel alkalmazása egy mélyinterjú segítségével, amibe egy kolléga segítségét fogom kérni. Bemutatnám milyen értékesítési csatornákat alkalmaz a Tungstram és kik is a fő célcsoportjai értékesítés szempontból. Termék kifejlesztésének bemutatása és technológiai segédeszközök bemutatásának elemzése. A KFT-vel kapcsolatos érdekességek bemutatása, például céges rendezvények, startup cégek szponzorálásáról. Érdekesség képpen igyekszem még bemutatni milyen díjakat elismeréseket nyert és kapott a Tungstram az évek során. Végző eredményként ezek összegzése lesz, a célom megmutatni gyakorlati példákon keresztül milyen fontos részét teszi ki a világítástechnikának mind külföldön mind belföldön.

2 Fényforrások

Fény nélkül nincs élet a földön. A fény az élet nélkülözhetetlen része. A természetes fényt a nap biztosítja. De mi lenne, ha nem lenne nap, ami biztosítaná a fényt a földön? Jönne a sötétség? Nem! Hiszen vannak mesterséges fényforrásaink. A következő részekben ezekről ejtek szót.

2.1 FÉNYFORRÁSOK CSOPORTOSÍTÁSA

Alkalmazott fényforrásainkat fizikai működésük alapján három fő csoportba tudjuk besorolni, ez az első ábrán jól szemlélődik. Léteznek az úgynevezett hőmérsékleti sugárzók, amelyek valamilyen anyag felizzításából származó sugárzás látható tartományba eső részét hasznosítják. Ilyenek a hagyományos izzók, valamint a halogén izzók. Második fő csoportunk a kisülései fényforrások, amely a kibocsátott fényét a kisülő csőben gerjesztett részecskékből nyeri. Ezek között megkülönböztetünk nagynyomású és kisnyomású lámpa típusokat, valamint ezek tovább bonthatóak töltőanyag és kivitel szerint. Utolsó nagy csoportunk pedig a félvezető technika alapuló fényforrások, közismert nevén a LED-ek. (Tungsrambolt, 2020)



1. ábra Fényforrások csoportosítása

Forrás 1. ábra: http://www.tungsrambolt.hu/fenyforrasok_ismertetese.html

Az alábbi táblázatban szemléltetem az fényforrások energia osztályait csoportosítva. Ennek a címkézési módszernek a célja, hogy a fogyasztó könnyen össze tudja hasonlítani a különböző fényforrásokat, és energiahatékonyságukat szem előtt tartva tudjon választani a kínálatból. A besorolás (A++)-tól (G)-ig terjed, ahogy a második ábrán is jól megfigyelhető. A besorolás betűihez színeket is társítottak, ami megkönnyíti azok vizuális összehasonlítását. A G betűhöz tartozó piros szín a legkevésbé energiatakarékos, tehát azonos leadott teljesítmény mellett ennek a legmagasabb a fogyasztása, míg az A betűhöz tartozó zöld szín a költségtakarékosabb készülék jelölése. (Bolt.Landlite, 2020)

A++	<40%	Minimális energiaigényű
A+	40–60%	Kiemelkedően nagy energiahatékonyságú
A	61–100%	Közel nulla energiaigényre vonatkozó követelménynél jobb
B	101–130=	Közel nulla energiaigényre vonatkozó követelményeknek megfelelő
C	101–130%	Korszerű
D	131–160%	Korszerűt megközelítő
E	161–200%	Átlagosnál jobb
F	201–250%	Átlagos
G	251–310%	Átlagost megközelítő

2. ábra Energiacímkék

Forrás 2.ábra: <http://www.bolt.landlite.hu/energyclass>

2.2 IZZÓ LÁMPA FELTALÁLÁSA

Az izzólámpa az egyik legrégebbi elektromos fényforrásunk. Fényét elektromos áram által felizzított vezető szál adja, amely a jelenlegi izzókban kizárólag Volfram szállal működik. Az izzószálat a búrában lévő semleges gáz vagy vákuum ója meg a levegő oxidáló hatásától.

1802-ben Joseph Swan angol tudós találta fel az elektromos égőt, azaz a villanykörtét, amely egy üveggömbből állt, benne egy elszenesedett pamut izzószállal. Rájött, hogy a levegő eltávolításával az izzószál minnél később fog leégni. 1880-ban szabadalmaztatta ötletét. Ő volt az első, aki otthonában izzólámpával világított. (Fara & Red, 2000)

A következő évben Thomas Edison amerikai feltaláló is készített egy villanykörtét, amelyben ő már elszenesített papír izzószálat helyezett el. Első sikeres kísérlete 1879 október 22-én volt

izzója 13,5 órán át működött. 1880-ban háztartásokban biztonságosan használható villanykörteket kezdett el gyártani, amelyet darabja 2,50 dollárért árusított, azaz a mai árba körülbelül 800 forintos árat takar. 1879-ben bejegyeztette szabadalmát (Fara & Red, 2000)

Amit még érdemes megemlíteni a volfram szál izzó gyártása lenne. 1904-ben Dr. Just Sándor és Hanaman Ferenc szabadalmaztatták a volfram izzószál gyártási eljárást. Az így készített izzószál fényesebb és hosszabb élettartalmú volt, mint az addigi feltalált izzók. (Ákos, 2004)

Manapság már energiatakarékosság szempontjából LED lámpával helyettesítjük az Izzólámpákat, manapság egyre népszerűbb. (Mixvill, 2020)

2.3 TUNGSRAM HÁTTÉRTÖRTÉNET

A mai Tungstam Operation KFT megalakulása az Egger testvérek nevéhez köthetjük. 1872-től voltak jelen a Magyar fővárosban keresve a lehetőségeket. Egger Béla 1865-ben megalapította Pozsonyban a saját távírda műhelyét, ami hozzájárult annak, hogy a jelenlegi Tungstam megalakulhasson. Egger Béla első magyarországi beruházása a Dorottya utca 9 szám alatt megalapított saját távírda műhelye volt 1872-ben. Kezdetben csak távírda felszerelési munkákat végeztek azonban későbbiek során berendezkedtek csengőberendezésekkel és villamos jelzők és telefonkészülékek gyártására. Eggerék sikeréhez hozzájárult az 1885-ös budapesti országos kiállítás, ahova mintegy 100 db saját gyártású izzó és 18 db ívlámpát szállítottak. Azért számított ez nagy sikernek, mert még csak 6 év telt el a szénszál izzó feltalálása óta. 1880 években Egger úgy ítélte meg nagyobb gyárra lenne szükség a munkálatok folytatásához majd 1887 végén megvásárolta a Huszár utca 7 szám alatt lévő gyártelepet és ebben az évben hozzá kezdtek a szénszál izzók gyártásához. Eggerék ekkor a gyártásba már világszínvonalnál jártak, megelőzték Angliát, Francia országot és Svájcot is. Egger Dávid volt ekkor a cégnek a kereskedelmi igazgatója, évekig meghatározta a cég életét. Alig 2 év elteltével Eggerék kinőtték ezt a gyártelepet is a terjeszkedésük iszonyú gyorsan és hamar végbe ment. Ekkor saját önálló részvénytársaság alapult meg és létrejött a Villamos Izzólámpagyár RT a jelenleg ismert Váci úti telephelyen. (Ákos, 2004)

A Villamos Izzólámpagyár 1894-1895 között kezdett sikeres lenni ekkor már 140-en dolgoztak a kezdeti 1889-es évek 30 dolgozóval szemben főleg nők 70% arányban. A gyárban 1888-ban még csak napi 80-100 izzólámpát gyártottak 1889/97-ben viszont elérte a 4000 számot, gyors tempóban fejlődtek. A villamos Izzólámpagyárat 1897-ben olvasztották be az EVIRIT bankba tőke emelés miatt ekkor névváltoztatás történt és létrejött az Egyesült

Villanyossági RT. A vállalat az 1900 években sok szabadalmat vásárolt meg például a Nerst lámpáét, amit el is kezdtek gyártani azonnal Edison találmánya óta csak a Nerst lámpa hozott nagy eredményt a cégnek. 1904-ben kezdték el a Volfram szál izzók bevezetését, de csak későbbi sikerrel. 1906-ban rendkívüli közgyűlésen egy újabb név változtatás történt nevét Egyesült Izzólámpa és Villanyossági RT-re változtatták ezzel jelezve, hogy az újpesti vállalat fő profilja az izzólámpa gyártás lesz. 1908-ban megkezdődött a szénszál izzók gyártása. (Ákos, 2004)

2.3 EGYBEOLVADÁS A GENERIC ELECTIRCEL ÉS KÖVETKEZMÉNYEI

1902-ben az Egyesült Izzólámpa és Villanyossági RT-t felvásárolta és ezáltal egybe olvadt a Generic Electricel azonban neve megmaradt, és ekkor jött létre a Tungstam védjegy maga. Ezáltal a vállalat bevétele 2 évtized alatt 1896 és 1914 között 1,8-ről 6,5 millióra növekedett. 1921-ben az év legnagyobb sikereként létrejött a teljes kapcsolat a New York-i nemzetközi Generic Electric CO-val. Ezáltal sokkal nagyobb sikereket könyvelhetett el az Egyesült Izzólámpa és Villamossági RT. 1920-ra elérték, hogy Magyarországon tömegcikként gyárthassák az Izzólámpákat. Ebben az időszakban vált a jelenlegi Tungstam Európában a 3 legnagyobb céggé. A második világháború után sok veszteség érte, de 1948-ra a gyár újjáépítése után újra nyereségesé vált. 1950 évektől folyamatosan bővítette a lámpa gyártás körét ebben az évben már elektroncsövek gyártása is megindult. 1959-től a fényforrás fejlesztés 4 gyártmánycsoportra bomlott. 1. keskenyfilmlámpák 2. reflektorlámpák 3. xenonlámpa 4. higany gőzlámpa. Az egybeolvadást követően 1930-tól kezdtek el nagyobb hangsúlyt fektetni az autólámpa gyártásra és 1953-ban korszerűsítették ezek gyártását. Az 1950-es években az izzólámpa gyártás megugrott több mint 50 lámpát fejlesztettek ki. 1960-as években a halogén lámpa és az izzólámpa fejlesztése és gyártása is megkezdődött. 1974-től pedig a cég már díszvilágításokat is gyártott így az 1970 évek fellendülést hoztak. 1983-ban pedig a Generic Electric hálózata a védjegyből létrehozta magát a Tungstam- Schreder Világítási Berendezések RT magyar-belga vállalatát. 20 év alatt Magyarország legnagyobb lámpatest gyára lett a Tungstam. Stadionok, uszodák, jégcsarnokok, sportcsarnokok világításait gyártotta. 1982-re egy stabil, merev szervezetté alakult növelte a termelését. Kik voltak a Tungstam vezetői és kik most? 2018-ban alakult meg a jelenlegi Tungstam saját márkás termékeivel. (Surguta, 2020)

2.4 TUNGSRAM MÁRKA TÖRTÉNET

A Tungstram név Magyarországnak az egyik legrégebbi és legrangosabb márkaneve. Már a 100 jubileumi évfordulóját is megélte a történelemben pontosabban 1996-ban volt százéves, azaz 2020-ban már 124 éves. (Surguta, 2020)

De mi is az a márka? A márka egy név, kifejezés, jel szimbólum, design vagy ezek kombinációja. Célja, hogy megkülönböztesse és azonosítsa őt a többi versenytársáéról. A vállalatról alkotott kép, a márkanev, szlogen védjegyek, amit tudatosan gondozni kell a külvilág felé. Mitől függ a jó és hosszú élettartamú márkanev?

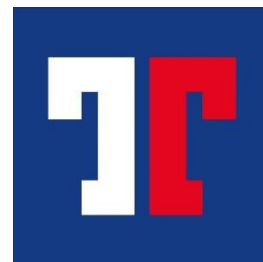
- Jó frappáns választástól
- Cég moráljától
- Külső és Belső segítőtől
- Anyagi erőforrásoktól

Ezekben a Tungstram nem szenved hiányt. Sokan a régi időkből még ma is képviselik a céget. (András & József, 2019)

A Tungstram szó maga egy kis szójátékot alkot a volfrám angol és német megfelelőjét vonták össze (**WOLFRAM**)-ot és a (**TUNGSTEN**)-t utalva arra, hogy 1903-ban, hogy a Volfram lámpa szabadalmát ők vásárolták meg elsőként és elsőként is kezdték el gyártani. A Tungstram védjegyet 1990 évekig mindegy 115 országban jegyeztették be ezért világvédjegynek tekinthetjük. De mi is az a védjegy? „A védjegy lényegében áruk vagy szolgáltatások megkülönböztetésére szolgáló megjelölés.” A köznyelvben helyette főleg a márka, márkanev, logó szavakat használják. A 3. és a 4. ábrán látható a Tungstram márka védjegyei baloldalt a régi jobboldalt pedig a jelenlegi. (Surguta, 2020)



3. Régi Tungstram Logó

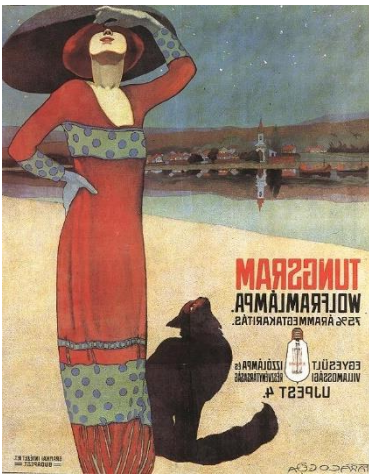


4. Jelenlegi Tungstram Logó

3.4 ábra forrás http://www.holux.hu/publikaciok/A_Tungstram_marka_tortenete.pdf

Az harmadik és a negyedik ábrán a Tungstram logói/emblémái láthatóak. Ezen a két emblémán jól megfigyelhető a változás, régebbi fekete fehér körbe zárt T betű erről volt felismerhető, a jelenlegi kicsit modernebb, letisztult piros fehér T betűt kék négyzet alakkal körbe véve. A Tungstram védjegy 1994-ben már több mint 50 millió dollárt ért. A könnyű megjegyezhetőség és az etika dominál. 1984-ben a neve megváltozott Tungstram RT-re. (Surguta, 2020)

A Tungstram 1883-ban már napi 500 db szénszálas izzó gyártására is képes volt. A Nerst Lámpa szabadalma és az izzó lámpa szabadalma fontos fejlődést jelentett a Tungstram Márka történetébe, ugyanis innen kezdett az emberekbe tudatosulni a Tungstram márka. A húzott Volfram szálak lámpák gyártása 1913-ban indult be a Tungstram védjegy alatt. 1913-ban készült a Volfram szálak lámpának a leghíresebb plakátja Faragó Géza által.



5. ábra Tungstram wolframlámpa plakát 1913

Forrás 5 ábra: Surguta László (Szerkesztő):
Holux hírek -Tungstram márkátörténet)

Az 5. ábrán Faragó Géza által készített Tungstram plakát látható. A képen egy nő áll macskával látható, háttérben táj egy kis halászfalu látható, a kép bal oldalán a Tungstram felirat és egy Tungstram izzó helyezkedik el. A plakátnak a fény egy fontos szereplője. Fentről jövő éles fény elől a hölgy eltakarja az arcát, a macska pedig követi a tekintetét. A háttérben a halászfalu fényei jelennek meg, míg az égbolton a csillagok fénye szolgáltatja a forrást. A kandúr sárgán villogó szeme utal a plakát tulajdonképpeni témájára, a világításra, égőre. (Surguta, 2020)



6. ábra Dupla spirálos lámpa plakát

Forrás 6 ábra: Surguta László (Szerkesztő):
Holux hírek –Tungstram márkátörténet)

1927-körül egy újabb híres plakátot dobtak piacra ez a plakát a 6. ábrán látható ennek a dupla spirálos lámpa volt a középpontja vicces poénos szöveggel megfűszerezve. Egy fekete fehér alapon valószínűleg vidéki házaspár látható a képen miközben a következő beszélgetést folytatják le: „- De nagy itta fényesség anyjuk!” – „Nagy hát- dupla spirálos Tungstram lámpát vettem, azért. Az alsó szövegdobozban pedig arra utal a tervező, hogy ez a lámpa a takarékos embereknek való, hosszabb az élettartama és kevesebb áramot is fogyaszt. Törekedtek a plakátokon az egysége márka és logó táplálására (Surguta, 2020)

„A legtöbb cég hirdetés szövege kirí a többi hirdetés közül, öncélú dagályosságával megfejthetlenségével pedig az ügynökségek végtelenül sok időt vesztenek el arra, hogy kiagyalják ezeket a semmit mondó szlogeneket (David, 2006)

Az Egyesült Izzó, azaz a Tungstram hirdetési image építési tevékenységét külső reklámügynökségek hosszú távon nem irányították inkább globális reklámügynökségeket alkalmaztak. A Tungstram régen a szlogent inkább tréfás versként alkalmazta. Például: „Tisztán hall Tungstrammal” vagy „100 év a Fényért” (Surguta, 2020)



7. ábra Tungstram autólámpa plakát

Forrás 7 ábra: Surguta László
(Szerkesztő): Holux hírek –Tungstram
márkatörténet)

A 7. ábrán egy Tungstram autólámpa vintage stílusú plakát látható 1930-as évektől megélénkült az autólámpa gyártás is teljesen kifejlődötté vált. Az egyszerűbb típusok mellett elkezdtek többféle autólámpákat gyártani. Egyre több típusú plakát kezdett elő bukkani az autólámpákkal kapcsolatban. Szimmetrikus Dolux lámpák és a kétfrontú lámpákat hangsúlyozták ezeken a plakátokon. A Tungstram nagy hangsúlyt fektetett a grafikai feltűnő plakátok kivitelezésére. A Tungstram gyufacímkeken is hirdette magát és saját levélzáró bélyegei is megjelentek. A régi gyűjtőknek ez igen sokat érhet a mai világban. Az 1960-as években megélénkült kutatómunkának köszönhető a halogén lámpa gyártásának létrejötte. A hagyományos izzóknál 2x 3x nagyobb élettartamot biztosít. 1966-ban évi 600 darab halogén lámpa gyártás történt majd 1975-ig mintegy 6,4 millió darab került legyártásra. 2 nagy díszvilágítási projektben vett részt a Tungstram, ami országszerte ismerté vált az egyik a Prágában Vencel téren lévő Cseh múzeum a másik pedig a Magyarország egyik legismertebb hídja a Budapesti Lánchíd Díszvilágítása. Végezetül pedig a márka megismerésében nagy szerepet kapott a Sport, mivel ez a legnagyobb reklámértékkel bírt. Tungstram története során nagy mennyiségű írott sajtó anyagot jelenített meg belföldön és külföldön egyaránt. (Surguta, 2020)

3 Tungstram gyáregységek

Tungstram az ikonikus világítástechnikai márka magas minőségű világítástechnikai megoldásokkal kívánja szolgálni a célpiacon. A Tungstramban magas képzettségű dolgozók találhatók. Több mint 4000 ezer dolgozó található a cégben. Naprakész támogatásokkal, minősített és biztonságos termékekkel szolgálja a piacot. Szakértelemmel rendelkeznek a világítástechnikában. 5 gyáregysége található Magyarországon a következőkben erről ejtenék szót. Mindegyik gyáregység más-más funkciókat tölt be. 2400 beszállítóval rendelkezik világszerte. (Tungstram, 2019)

Zalaegerszeget úgy nevezik, hogy a fém gyár. Itt készülnek az alkatrészek, szerszámok az izzólámpa össze szereléséhez. A fémlapok, a fémek bélyegzésére itt kerül sor. Bármilyen termék galvanizálására, ami egy elektrokémiai folyamat pontosabban, amikor egy elektromos áram hatására az oldatból az elektródán fém válik ki. Manapság ezt díszítéskor, korrózióvédelemre, felülkeményítésre, súrlódás csökkentése érdekében és a vezetőképesség javítása érdekében használják. Ezen kívül még szigetelő anyag gyártása is előfordul. (Tungstram, 2019)

Nagykanizsa az ipari park nevet kapta. Itt a Tungstram beszerzett termékeivel foglalkoznak. Fényforrásgyárnak és Logisztikai központnak is nevezik. Elsősorban fröccsöntéssel, ami egy gyártási technológia, amellyel bonyolult alakú termékeket lehet gyártani gumi vagy műanyag tárgyak átalakításával. Ezenkívül Nagykanizsa foglalkozik mészzel, szóda gyártásával is üvegekemencékben. Nagykanizsán találhatóak az 5 gyáregység közül a hivatalosan megbízott laborok is. (Tungstram, 2019)

Budapest a Fényforrások központi gyára, ahol a beszerzett termékek gyártásával, összeszerelésével foglalkoznak. Kemény üveg, borszilikát gyártásával is foglalkoznak. Ebben a gyáregységben nagy tisztaságú Alumínium-oxiddal dolgoznak a gyártási folyamatoknál ezt az anyagot tűzállóság érdekében használják, és szigetelőanyagok előállításához főképpen. Az 1903-ban kifejlesztett Wolfram rúd gyártásának helye ez a gyáregység. Akkreditált laborokban kutatási fejlesztések folytatását is Budapesten végzik. (Tungstram, 2019)

Kisvárdai Ipari park a Halogén és Autóipari lámpával foglalkozó gyáregység. Itt is főképpen, mint a Budapesti és Nagykanizsai gyárnál beszerzett termékekkel foglalkoznak. Ennél a gyáregységnél inkább az össze szerelési folyamatokra és az újra szerelési folyamatokra fektetnek nagyobb hangsúlyt. (Tungstram, 2019)

Végül pedig még Hajdúböszörményben található a Tungsramnak gyáregysége. Hajdúböszörmény az alkatrészek, összetevők gyára. Ennél a gyáregységnél a kisebb gépek találhatóak meg. A világítástechnika összetevőket gyártanak itt. (Tungsram, 2019)

4 Tungsram a középpontban

A Tungsram többféle lámpa megoldásokat kínál. Nagyon sok energiát fektet a fényforrások designjára, tervezésére és fejlesztésére. A hagyományos technológiáktól kezdve a legkorszerűbb LED termékekig beépítik az energia optimalizálást és a mesterséges intelligenciát a portfóliójukba. 5 fő csoportra bonthatóak a Tungsram lámpák. A következő részben ezeket fogom bemutatni. (Tungsram, 2020)

1. **Kültéri lámpák:** A kültéri LED megoldások a természetes napfényhez közelebbi fényt biztosítanak, mint a hagyományos lámpák. A legújabb LED-es világítási megoldások ideális korszerűsítési lehetőséget biztosítanak olyan köztestületek, nyilvános szervek számára, amelyek csökkenteni kívánják az energiaköltségeket és a környezeti hatásokat. A LED átütő, meglepő esztétikai korszerűsítést jelenthet a vidék- és városképek esetében. (Tungsram, 2020)
2. **Beltéri lámpák:** Az idő próbáját kiálló, moduláris megoldásoktól kezdve az új, innovatív formáig magas minőségű LED-es beltéri megoldások kínálata. (Tungsram, 2020)
3. **Hagyományos lámpák:** Hagományos technológiájú fényforrások széles skálája, mint például HID (High intensity discharge), LFL (Lineáris Fénycsővek) CFL (Compact fluorescent lámpa), halogén és speciális alkalmazásokhoz tartozó lámpák mind bel-, mind kültérre. (Tungsram, 2020)
4. **Ipari:** Mindig is döntő fontosságú volt a természetes fényből történő termelés egyesítése. Mivel a fizetett áram mindig is jelentős részét tette ki a működési költségeknek. (Tungsram, 2020)
5. **Autóipar:** Autóipari lámpák széles, akár 12 V-os vagy 24 V-os rendszereken működő, teljes termékskálája elérhető. A GE és Tungsram márkás lámpáink a világ számos olyan autógyártójának jóváhagyási listáján szerepelnek, akiknek a minőség és a teljesítmény kulcsfontosságú mérce. (Tungsram, 2020)

A Tungsram a Globális autóipar gyártmányaikkal az elmúlt 60 évben nagy sikereket aratott. A Tungsram szerepel a top 3 főbb globális autó lámpa gyártó cég között. Ennek a tervezési és ellátási lánc székhelye Budapesten található. Sikeres nemzetközi tevékenysége több mint 100 nemzetközi piacon elérhető. Világszerte elismert globális mérnöki csapattal rendelkeznek, amely biztosítja a legjobb szolgáltatást. Standard és prémium termékcsaládok abszolút teljesítményt nyújt és egyedi technológiákkal tervezett termékcsaládok vannak jelent a Tungsram piacán. Ügyfelekre szabott megoldásokat kínálnak fel a Tungsram szakértői. A Tungsram 12V autó lámpákat, ami a 8. ábrán látható és 24V Kereskedelmi jármű lámpákat és Motoros Lámpákat árusít. Ennek termékei világszerte szerepelnek a gépjárműgyártók listáján. A szokásod termékcsaládokon kívül prémium termékeket is kínálnak, amelyek nagyobb élettartamot, fényerőt, színt és rezgésállóságot kínálnak. (Tungsrambolt, 2020)



8. ábra 12V autólámpa.

Forrás 8. ábra: (<http://www.tungsrambolt.hu/>)

A Tungsram az Agritech - Üvegház & Vertikális gazdálkodási megoldásokban nagy szerepet kap. A világítás technika területén szerzett 120 éves tapasztalatát a Tungsram Group most kifejezetten az üvegházi világításra és a vertikális farmokra összpontosítja. Céljuk, hogy világszínvonalú LED-es világítást és intelligens megoldásokat kínáljunk a mezőgazdasági termelőknek és gazdáknak, precíziós beltéri gazdálkodási tevékenységeikhez. Egy amszterdami szakkiállításon a cég egy úgynevezett klímaszekrényt is bemutatott, amely egy mini beltéri farmnak is felfogható ez a 9. ábrán látható. A szabályozható LED- lámpákkal, illetve tápanyag-adagoló rendszerrel ellátott üvegajtós – felépítésében egy hűtőszekrényhez hasonlítható – berendezésben három szinten növénynevelő tálcák vannak beépítve. A LED világítás jó megoldás a növények üvegházias termesztésére. A LED lámpatestek tartalmaz kék, piros, távoli vörös és UV chipes megoldásokat, amelyek eltérő



9. ábra Agritech LED világítás

Forrás 9. ábra: (<https://tungsramgroup-my.sharepoint.com/>)

hatással vannak a növényekre például: növekedés, vitaminpótlás. Ezekkel a fényforrásokkal optimalizálható a növények hozama. Szlogenje az Tungstram Agritech megoldásnak: „Megadja a növényeknek azt a fényt, amire valójában szükségük van”. Ez a technika elsősorban kutatóközpontok számára lehet hasznos, valamint éttermek, szállodák is felvevőpiacai lehetnek a berendezésnek, miután az folyamatosan friss zöldséget, gyümölcsöt biztosíthat a vendégek számára. (Tungstram , 2020)

Ezeknek a megoldásoknak több előnye van a következőkben felsorolás szerűen összegeztem őket. A felsorlás alatt a 10. ábán láthatjuk a Tungstram üvegház és Vertikális gazdálkodás tevezetét. (Tungstram, 2019)

Mik is az előnyök?

- Ellenőrzött környezet-valódi biogazdálkodás
- A gyártási ciklus egész évre kiterjeszhető „nincsen több évszak”
- Több növényt termeszthetünk kisebb helyeken
- Jelentős nitrát csökkenés érhető el (a nitrát növeli a rák esélyét)
- A növénytermesztéshez felhasznált víz mennyiség nagy mértékű csökkentése
- Sokkal hatékonyabb világítás a nagynyomású nátriumhoz képest



10..ábra Agritech/Üvegházás fejlesztés

Forrás. 10 ábra: <https://tungstramgroup-my.sharepoint.com/>

A vásárlást befolyásoló pszichológiai tényezőket is figyelembe veszi a Tungsram. A haladó cégek stratégiaiilag megalapozottabban közelítenek az eladási funkcióhoz. Az eladószervezetek olyan technológiákat használnak, amelyek mentesítik üzletkötőiket a sok időt felemésztő, adminisztratív tevékenységek alól, hogy a vevők igazi stratégiai partnerévé tudjanak válni. Bauer András és Mitev Ariel Zsolt az eladásmenedzsment könyvben szót ejt erről. Azt mondják, hogy „ a személyes eladáshoz szükséges az emberi viselkedés megértése, az üzletkötőknek jelen esetben a Tungsramnak tisztába kell lennie azzal , hogy mi jellemző a vevő motivációjára, észlelési és tanulási folyamatára, attitűdjére és személyiségére” (Bauer & Mitev, Eladásmenedzsment, 2008)

Tungsram intelligens megoldásokat is kínál. Ennek az üzletágnak egy stratégia partner vagy partnerek által támogatott szolgáltatási termékportfólió létrehozása a cél amely a lehető legnagyobb mértékben lefedi a intelligens város használatát üzemeltetési karbantartását ezzel könnyítve a partnereken. Fő célja az energiatakarékosság, a város irányíthatósága, a közlekedés, közbiztonsági megoldások mind magán és professzionális üzletkötők számára.

1. Intelligens parkolási lehetőség
2. Környezet érzékelő hálózatok
3. Emberek megszámlálása és férőhely elemzése
4. Épületautomatika
5. Épület kezelő szoftver

De miért is alkalmazzák ezeket a partner cégek miért is foglalkozik vele a Tungsram? Mi az előnyük a fenti felsorolt 6 intelligens megoldásnak? A következő 1. és 2. táblázatban az előnyeiket fogom bemutatni ezeknek az intelligens megoldásoknak, és hogy miért is hasznosak. (Tungsram, 2019)

1.

- Szakemberek munkájának nyomon követhetősége
- Szükséges eszközöket /helyeket gyorsan megtalálhatja
- Időmegtakarítás
- Vakok és fogyatékkal élő támogatása

2.

- Csökkenti a CO2 kibocsátását
- Optimalizálja a parkolóhelyeket
- Csökkenti a hely keresési időszakot
- Könnyű és felhasználóbarát megoldás

3

- Készletgazdálkodás optimalizálás pl: tárgyalóterem kihasználtsága
- Környezetoptimalizálás az egészség érdekében
- Költségcsökkentés pl: kihasználtság alapú épületoptimalizálás

1 Táblázat: *Intelligens megoldások előnyei*

Forrás 1 táblázat: <https://tungsramgroup-my.sharepoint.com/>

4

- Tárgyalóterem foglaltságának nyomon követése
- Találkozási szokások megértése
- Szobahőmérséklet és világítás optimalizálása költségcsökkentés érdekében
- Optimalizálja a Bevételt a kihasználtságok értelmében

5

- Épületrendszer akár egyetlen pontjának felügyelete és irányítása
- Harmonizált rendszerüzem
- Energiafogyasztás akár 30-40% csökkentése

6

- Saját adabázis kezelhetősége
- Szállítói függőségek csökkentése
- Építési költségek csökkentése
- Költségek átláthatósága

2 táblázat: *Intelligens megoldások előnyei*

Forrás 2 táblázat: <https://tungsramgroup-my.sharepoint.com/>

Ebben a fejezetben szeretném ismertetni a Tungsram projektjeit. Sokféle projektben vett és vesz is részt a Tungsram jelenleg 53 projektről tudunk, ezek közül pár főbb projektet fogok ismertetni. Először az M5 autópálya projektet mutatom be, ez a projekt az M5 autópálya bevezető innovatív LED világítással nevet kapta. Ennek a célja, az volt, hogy a magyar főváros 15 kerületében több, mint 30 helyszínen korszerű és energiatakarékosabb LED-es világítótestekre cseréljék a zömében elavult jelenlegi lámpatesteket. A program során többek között az M5-ös autópálya bevezető szakasza modernizálódott. A pályázóknak szigorú műszaki előírásokat kellett teljesíteniük. Nem csak a szabványos



11. ábra. Frankfurti projekt LED panel

Forrás 11. ábra: <https://tungsram.com/en/case-studies>

és magas színvonalú megvilágítás volt feltétel, hanem az is, hogy a világítótesteket ellássák a nemzetközi előírásoknak megfelelő ún. NEMA csatlakozóaljzattal. Ez a megoldás lehetővé teszi az elektromos vezetéken, rádiófrekvenciával történő vagy mobil kommunikáción alapuló távfelügyeletet, az egyedi, lámpánkénti leszabályozási egység későbbi csatlakoztatását, valamint más okos funkciók telepítését is a korszerűsített területeken. A Tungsram elsősorban SLBT és SMBT (mind kettő a közutak és utcák megvilágítására alkalmas LED lámpatest) lámpatesteket használt fel, amelyeket a 35-100 W HID és a 24-36W CFL lámpatestek kiváltására terveztek. Az SLBT és az SMBT is nagyszerű megoldás közepes és nagy forgalmú utak, autópályák, körforgalmak, gyalogos átkelő helyek megvilágítására. Eredményképpen Budapest évente 1,7 GWh energiát, azaz mintegy 200 ezer eurót (60 millió forintot) takaríthat meg, a lámpatestek beszerzési költsége pedig az előzetes kalkulációk szerint kevesebb, mint tíz év alatt megtérül az áramdíj-megtakarításból. Másodszor a Tungsram Frankfurt Nemzetközi Repülőtérnek világításának megoldása, ami a 10. legfontosabb repülőtér közé esik. A Frankfurti repülőtér a világ legnagyobb rakomány-repülőtere és az egyik legforgalmasabb Európában. De mi volt ennek a projektnek a célja? Ahogy a 11. ábrán látható egy új, megvilágított íves alakzat építése volt, amelynek két oldalsó panelje a repülőtér főbejáratánál volt. Az utasok és a látogatók üdvözlése mellett ez a jel egy új digitális reklámtámogatást nyújt, amelyet a német Media Frankfurt GmbH kezel. Hogyan is oldotta ezt meg a Tungsram? Egy 29 méter széles és 14 méter magas új szerkezettel, amivel Tungsram Lighting energiatakarékos, hosszú élettartamú Tetra® PowerStrip LED világítási rendszerekkel rendelkezik. A projekthez

jelenként összesen 285 LED-modult szereltek fel. Ez a rendszer felváltja a fluoreszkáló fényforrásokat olyan esetekben, amelyek széles, egyenletes világítást igényelnek, mint ez a nagy világító reklámpanel is. Ennek eredménye pedig az lett, hogy a Tetra® PowerStrip egyenletes fénye 4-szer hosszabb, mint a fluoreszkáló világítás, és az energia megtakarítás meghaladja a 60% -ot az egyéb rendszerekhez képest az 50.000 órás élettartamú rendszerek tekintetében. Utolsó sorban pedig a híres Infratrainer gépekről ejtenék szót, ami szintén a Tungfram nagy projektjei közé sorolhatunk. 2019. októberében kezdte el gyártani a Tungfram a saját márkájú infratrainereit, ami a 12. ábrán látható gépezet. A 2015-ben magyar startupként induló Infratrainer hamar népszerű lett Magyarországon, és a 110 országban értékesítő, minőségi gyártásáról ismert, globális márkaként működő Tungfram forgalmazói hálózata révén tört be a termék a világpiacra. A gépeket immár a Tungfram hajdúböszörményi gyárában állítják elő. Emellett több amerikai egyetemmel is közös kutatás indult meg, amely az Infratrainer hosszú távú egészségügyi hatásait vizsgálja fókuszcsoportokon. (Tungfram, 2020)



12. ábra Tungfram Infratrainer project

Forrás 12. ábra: <https://tungfram.com/en/case-studies>

Ebben a fejezetben ismertetnék pár díjat, amit a Tungfram elnyert. A Tungfram Packaging csapata a Hungaropack 2018 magyar csomagolási versenyen különdíjat kapott a “vegyes gyűjtőcsomagolás autólámpa kínáló display első feltöltéshez” termékeivel. A bemutatott szállítási csomagolás egy, a cég által forgalmazott kínáló display feltöltéséhez szükséges mennyiségű lámpát tartalmaz. A Tungfram célja a fejlesztés során az volt, hogy egy egyszerűen kezelhető, kompakt egységet képezzen, mely pontosan a szükséges mennyiségű lámpát tartalmazza. A szállítási csomagolás 10 különböző típusú, összesen 190 db lámpát tartalmazott. Az összeforgatott dobozoknak köszönhetően a szállítási egység térfogata kevesebb, mint harmad akkora, mintha típusonként a standard gyűjtőcsomagolást alkalmaznának, ezáltal jelentős logisztikai költség is megtakarítható. Egy amerikai díjat említenék másodszer. A Tungfram elnök vezérigazgatója, Jörg Bauer vette át az amerikai Autóápolási Szövetség (Autocare Association) legjobb új termék díját az új Nighthawk LED fényszórócsaládért a 2019-es AAPEX kiállításon Las Vegasban. A Tungfram Nighthawk LED fényszórók fényereje jelentősen meghaladja a hasonlóan zárt rendszerű halogen lámpákét, élettartamuk pedig jóval

hosszabb, eléri a 15 ezer órát. A termék amerikai autótulajdonosok számára ideális választás, ha LED-re akarnak váltani. A hároméves garanciával forgalmazott fényszórók színhőmérséklete 5600K, amely a napfényhez közeli fehér fényt jelent. A 2020-as korona vírusnak köszönhetően az Országos Mentőszolgálat (OMSZ) munkatársainak a Tungstram 5 millió forintértékben adományozott 2000 darab saját gyártású arcvédő pajzsot. A két szervezet együttműködik közös fertőtlenítési megoldások és adatvezérelt, okos technológiák kidolgozásában is. A végleges gyártási folyamat a közös munka eredménye, tehát új, innovatív magyar termékről van szó. Az arcvédő pajzs a mentő felszerelésének része, extra védelmet nyújt az arc felületén a betegek kezelése, szállítása közben. A mentők tesztelik is az új terméket, beszámolnak tapasztalataikról fejlesztése érdekében. (Tungstram, 2020)

5 Tungstram marketingstratégiája

A Tungstram marketing stratégiája igyekszik a legnagyobb lefedettséget kínálni. Először is ejtsünk egy pár szót arról mi is maga a marketing stratégia? A marketing stratégia egy olyan valami, aminek a gyakorlatban a legkisebb mikro vállalkozásnál is léteznie kéne, mert a marketing stratégia adja a gondolatmenetet és egyben irányt ad a napi tevékenységhez. A marketingstratégia azok az összehangolt és összetett cselekvési lehetőségek, melyeket a vállalat alkalmazhat saját marketingcéljainak elérése érdekében. (Sikermarketing, 2020)

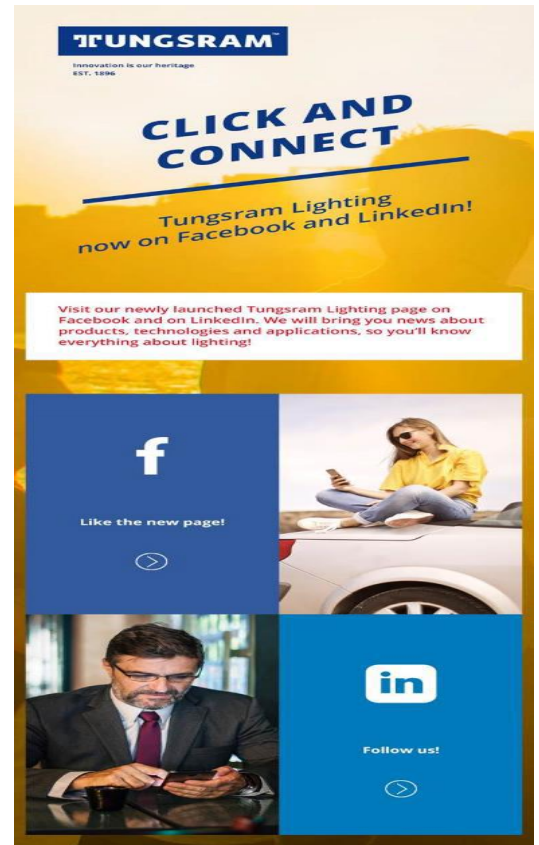
Mik a főbb kommunikációs elemei a Tungstramnak:

- POE elv
- Áruházi kommunikáció
- Reklám
- Közönségkapcsolatok (PR)
- Startup cégek szponzorálása
- Professzionális magazinok és weboldalak
- Termékelhelyezés

- Események szervezése és vásárokon való részvétel
- Értékesítési dokumentációk – Nyomtatott és digitális formában
- Piackutatás
- Tungstram weboldal
- Digitális kampányok Facebookon, Instagramon, Twitteren és LinkedIn-en

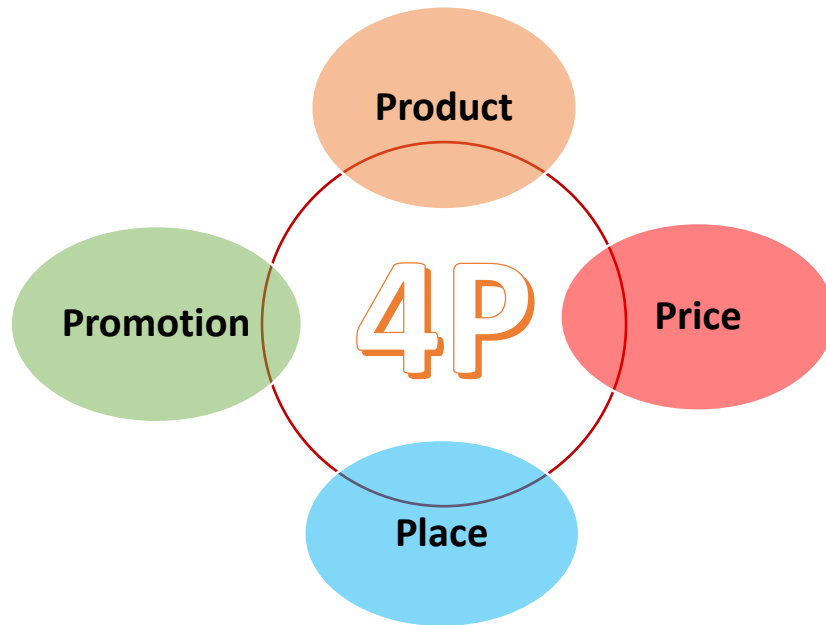
Ezek közül a kommunikációs eszközök közül a Digitális kampányokról ejtek szót a következőkben. A Tungstram nagy hangsúlyt fektet a kampányvideókra, amit a digitális platformokon szokott ismertetni. Facebookon a Tungstram több 200.000 ezer követővel rendelkezik és akár 1 millió embert is képes elérni a kampányokkal. Az Instagramja a tavalyi évben alapult így mindössze 1000 követővel rendelkezik. A Twitteren 500 követővel rendelkezik, de folyamatosan növekszik ez a szám. Tungstram második fontos platformja a LinkedIn ahol jelenleg a Tungstram több mint 100.000 ezer követővel rendelkezik és 500.000 ember elérésre képes. Folyamatosan frissülő hírek és frissítések az oldalakon angol és magyar nyelven is elérhetőek. (Tungstram, Tungstram Marketing Activations PDF, 2020)

Ebben a részben a 4P a SWOT és az 5 erő modell segítségével fogom ismertetni a marketingstratégiáját a Tungstramnak. A 4P modellt először E. Jerome McCarthy javasolta 1960-ban a “Basic Marketing – A Managerial Approach” című könyvében. A 4P a leggyakrabban használt marketing elemekből épül fel, melyek a termék (product), ár (price), értékesítési csatorna (place) és a promóció (promotion). A Tungstram 4P-je az alábbi képpen épül fel: Elsőként mi is a terméke? Minden saját márkás világítási termék ebbe a kategóriába vehető. Másodsor az ár kérdése? A Tungstramnál Cost Based alapú az ár meghatározása. Harmadszor pedig az értékesítési csatorna: A Tungstram több értékesítési csatornát is használ, köztük nagy szerepet kap az internetes, azaz az online kereskedelem. Utolsó sorban pedig a promóció: Ebben a kategóriában a Tungstram a legtöbb promóciót a termék videóival éri el és a közösségi média kampányaival, ami főként Facebookon és LinkedInen van jelen. (Varga, 2020)



13.ábra digitális kommunikáció

Forrás: Tungstram marketing activations pdf

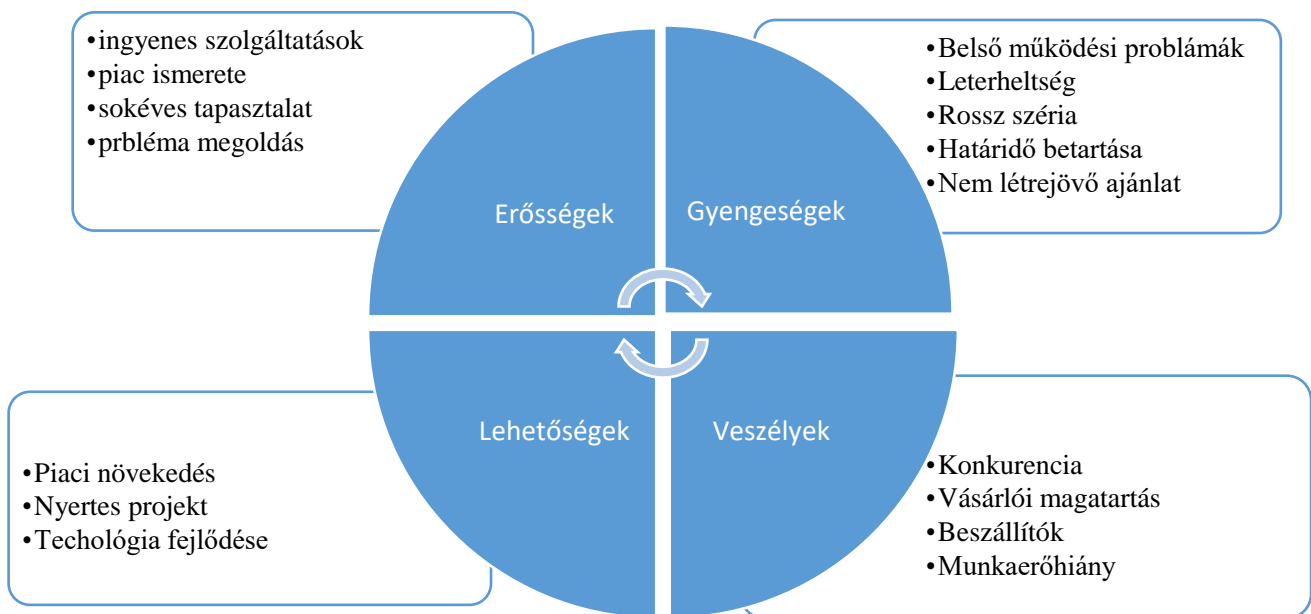


14. ábra Marketingmix

Forrás 14.ábra: <https://daniellavarga.hu/marketing-mix/>

Ebben a fejezetben a saját elkészített SWOT- elemzésemet szeretném bemutatni ehhez az elemzéshez segítségemre volt a főnököm is. Először szöveg formában ismertetni fogom, az eredményeket utána táblázatban összefoglalom a következtetést. Mi is az a SWOT? A SWOT elemzés az egyik leggyakrabban használt üzleti elemzési módszer, ami iránytűként szolgál a vállalatvezetésben. A SWOT jelentése egy angol mozaikszó: S mint Strengths (erősségek) W mint Weaknesses (gyengeségek) O mint Opportunities (lehetőségek) T mint Threats (fenyegetések). Kezdjük Tungram erősségeivel. Mivel is jobb a Tungram a konkurenciánál? A Tungram a termékek mellé ingyenes fénytervezési szolgáltatást nyújt a konkurenciával ellentétben. Erősségek közé tartozik, hogy a Tungram csapata sok éves piaci ismerettséggel rendelkezik, és ezért a célközönségnek megfelel, mivel mindenre biztosít megoldást. Gyengeségei közé tartozhatnak a belső működési problémák, ezek a folyamatosok folyamatos fejlesztésre javításra szorulnak. A kollégák leterheltségének javítása is ide sorolható mivel, ha túlterhelt egy kolléga nem tudja a maximálisat teljesíteni, ami akár a Tungram rovására is mehet néhány esetben. Alkalmanként vannak a Tungramnak rossz szériái, ami a kivitelezés minőségi romlásához vezet. Vannak olyan esetek amikor a határidő betartása nehézkes ez az alapanyag ellátás lassúsága miatt jön létre a Tungram ezen folyamatosan dolgozik, hogy a határidőben ne legyen csúszás. Gyengeségek közé tartozhat utolsó sorban egy ajánlat elcsúszása nem létrejött, ami akár egy nagyobb pénzkieséshez vezethet, ezek általában akkor történnek,

ha a végeredményben magasabb ár jön létre a kértnél vagy a vártnál. Mik a Tungsram lehetőségei? Lehet ebben az esetben alkalmi piaci növekedésre számítani, de ehhez általában szükséges egy nagyobb projekt megnyerése. Lehetőség képpen még említeném a technológiai fejlődést, fejlesztéseket. Utolsónak pedig a veszélyeket említeném. Ebbe a kategóriába sorolható a konkurencia folyamatos erősödése, ár stratégiája jelen esetben is a Tungsram versenytársai már most nagyon erősek és folyamatosan kapaszkodnak fel a ranglétrán. A vásárlói magatartás is veszély lehet, hiszen a vásárlók próbálják a minél olcsóbb termékeket keresni. A jelen helyzetben 2020-ban megjelent korona vírus is veszélynek számít, mivel így a beszállítói kapacitás csökken és akár munkaerőhiány is kialakulhat a közeljövőben. (kutatás, 2020)



15. ábra SWOT elemzés

Forrás: saját kutatás

A kiválasztás egyik eszközével, a mélyinterjúval és Porter féle 5 erő modell felhasználásával készítettem egy interjút az egyik kollégával 10 kérdést tettem fel neki a céggel kapcsolatos információkról és mindegyikre is sikerült választ kapnom.

- Az első kérdésem a vevők márkahűségére vonatkozott. Véleménye szerint a vevő/vevők első számú szempontja/szempontjuk az ár. Ennek ellenére bizonyos termékcsaládoknál

megfigyelhető márkahűség. Véleménye szerint meghatározó tényező az is, hogy a gyártó márkája mennyire ismert és elismert a vevő vevőinél, hiszen legtöbb esetben a vevőink tovább értékesítik a termékeket valamilyen módon. A végfelhasználók szeretnek ugyanonnan rendelni, a jól bevált márkákat használni, amivel már van tapasztalatuk. Ebből a megközelítésből abszolút van márkahűség. A márkahűség függ attól is, hogy az adott vevő milyen státusszal szerepel az eladónál/gyárnál jelen esetben Tungstramnál. Például aki relatív nagymértékű rebate-t kap (év végi %-os alapú ár visszatérítés), az akár hajlandó lehet kicsivel magasabb eladási áron vásárolni, hiszen év végén a pénzénél lesz

- A második kérdésemet pedig az volt, hogy lehetségesnek tartja-e az új belépők fenyegetését ezen a piacon? Véleménye szerint nincs könnyű dolga a Tungstramnak. A piac amúgy is viszonylag telített a világítástechnikában. Minden országban megvan az a néhány piacvezető cég/gyártó, akiknek az együttes piaci részesedése körülbelül 90%. A maradék 10% miatt beszállni nem éri meg, mert egy komoly cégnek a költségeihez mérten ez túl kicsi bevételt jelentene. Kisebb belépők mindig megjelennek, de ezek jönnek, mennek, vagy ha állandóak, akkor nem erős tényezők.
- A harmadik kérdésem a helyettesítő termékekre vonatkozott. Itt az a válasz érkezett, hogy a régi technológiájú lámpákat már a LED helyettesíti. Még helyettesítő termék lehet a napelemmel működő lámpák.
- A negyedik kérdésem a cég márkapolitikájára vonatkozott. A következő válaszokat kaptam erre a kérdésre. A Tungstram létezett korábban is, sőt piacvezető cég volt. Azonban az elmúlt közel 30 évben, amíg a GE Lighting tulajdonában volt, a Tungstram márkanevet csak bizonyos régiókban használták. Így a márka ismertsége kikopott. Mindenki tudja, hogy a régi technológiájú lámpáink nagyon jók, de ma már mindenki LED-et keres, a piac ezt diktálja. És senki nem tudta, amikor a Tungstram megvásárolta a GE Lighting EMEA-t, hogy ez milyen változásokat hoz a megszokott minőségben. Nagyon sok munka van emögött, hogy a vevőink megértsék, hogy nincsen minőségromlás, és megbízható cégként megbízható termékeket tudunk gyártani. Ezen kívül sok rendezvényen vesz részt a Tungstram, mint támogató, főszponzor, esetleg rendező. Versenyeket szervezünk, oktatásokat és képzéseket tartunk, szakmai konferenciákon veszünk részt.

- Az ötödik kérdésem a költségelnyökre vonatkozott. Véleménye szerint egyrészt gyártási oldalról kedvezőbb, mivel ma már minden terméktípus LED-re áll át, így ez a közös platform alkalmazható minden termékben. A nagy mennyiség pedig költségcsökkenést jelent. Vevői oldalról a LED mindenképpen olcsóbb. Egyrészt a fogyasztása azonos teljesítmény mellett jóval kisebb, így csökken a villanyszámla/üzemeltetési költség. Másrészt hosszabb a lámpa élettartama, tehát alacsonyabb a forgási sebessége, adott idő alatt kevesebb új terméket kell vásárolni/cserélni.
- A következő hatodik kérdésem a termék alkupozíciójára vonatkozott. A következő válasz érkezett. Véleménye szerint mivel nagy a verseny és telített a piac, ezért nincs lehetőség arra, hogy azt mondd gyártóként, hogy árat emelsz, mert a te terméked képviseli a legmagasabb minőséget. A piac annyira ár érzékeny, hogy ez az elsősorú szempont. Még akkor is nehezen fogadják el a vevők a magasabb árat, ha meglévő termékhez új műszaki tudást kell kifejleszteni, valamilyen plusz tulajdonságot hozzáadni. Tehát nem túl erős. Főleg a kisebb komplexitású termékeknél, mint például LED lámpa. Ott tényleg minden gyártó körülbelül ugyanazt kínálja.
- A hetedik kérdésem a szállítók alkupozíciójára vonatkozott. Azt a választ kaptam, hogy a beszállítókon nagy nyomás van, hiszen rendkívül nagy az árverseny. Azonban a piac másik legfontosabb mérőszáma az idő. Ugyanis hiába vagy te a legolcsóbb, ha hónapok alatt tudod csak teljesíteni a megrendelést.
- A nyolcadik kérdésem a vevőkörre céloztam. Véleménye szerint két megkülönböztetés van. Egyrészt disztribúciós partnerei vannak a Tungstramnak, akik hatalmas nagykereskedők. Ők éves szinten adnak előrejelzést, hogy miből mikor mennyit fognak rendelni és ehhez körülbelül tartják is magukat. Minden országban vannak ilyen partnereink. Másrészt a projekt biznisz, ami arról szól, hogy valahol a világban van egy adott projekt, például egy kórház felújítása, aminek része az újra lámpázás is. Termék típustól függ, hogy erre külön vevőink vannak, vagy a disztribúción keresztül veszik meg a termékeinket.
- A kilencedik egybe az utolsó előtti kérdésem pedig az volt, hogy mekkora lehet a verseny a helyettesítő termékeknél. Véleménye szerint a régebbi típusú fényforrás

technológiák (izzószálas, halogén, gázkisüléses, kompakt) kiváltására alkalmas a LED. Mindegyik típusra, mindegyik felhasználási módra ma már találunk LED-es helyettesítő terméket. Mivel ezek költségekben mindkét oldalról megközelítve kedvezőbbek, illetve regulációs szabályozások miatt is, a piac nagyon erősen a LED-es irányvonalat tartja.

- A tizedik, azaz az utolsó kérdésem a kollégám felé az volt, hogy milyen a Tungsram földrajzi lefedettsége jelenleg. A válasza pedig az volt, hogy a Tungsram a GE Lightingtől megvásárolta az EMEAT régiót (Európa, Közel-Kelet, Afrika, Törökország), illetve a Global Automotive-t (minden kontinens). Ezekon a területeken értékesít a Tungsram jelenleg is, illetve próbálja bővíteni Dél-Amerikában és Ausztráliában is. Jellemzően a legtöbb LED-es eladása a Tungsramnak a Közel-Keleten és Európában van, valamint még a core termékekből az USA-ban. (kutatás, 2020)

6 Összefoglalás

A Tungsram több 100 éves múlttal rendelkezik ezáltal látható is, hogy a mai napig milyen fontos szerepet is lát el a gazdaságban. Egyik izzólámpa gyártó nagy cég sem jöhetett volna létre a feltalálók kutatásai nélkül. A történelmi részben látható, hogy minden kezdet nehéz és az évek során mindennek megvan, az ára mindennek fejlődnie kell, azonban erre a Tungsram mindig is törekedett a jelen időkben is azon van, hogy a belső és külső problémákat orvosolja és fejlessze. A cég morálját bizonyítja, hogy sokan a régi időkből mai napig is segítik a cég fejlődését. A gyakorlati példákon keresztül láthattuk, hogy nem csak izzólámpa gyártására törekszik, de az okos megoldásokat is kínálja a vevőknek. Láthattuk, hogy a gazdasági szerepe is igen kedvező és igen jó megoldásokat nyújt az Autóiparban és az Agritech- Üvegház mezőgazdaság terén is. Gyakorlati példákon keresztül sikerült szemléltetnem a Tungsram nagyobb projektjeit és a jövőbelieket is. A 4P és a SWOT elemzés által szemléltetésre került Tungsram marketing eszközeinek megvalósítása, ami segít a cég sikerességének hozzájárulásához. A mélyinterjú egy kolléga segítségével valósult, meg aki sok hasznos információt adott a tudomra többek között ki térünk arra is mi lehet egy lámpa helyettesítő terméke. Szeretném megemlíteni, hogy a Tungsram mások segítségére is figyelmet szentel 2020. március 31-én a Tungsram egy kamionnyi világítástechnikai terméket küldött a nagykanizsai gyárából a március 22-ei zágrábi földrengés kárainak enyhítésére. 70 millió befektetést nyújtott a Startup programba is. Több díjat itthon és külföldön is megnyert ebből látszik milyen sikeres, innovatív és fejlődő képes vállalat valójában.

7 HIVATKOZÁSOK

- Ákos, K. (2004). *Tungsram RT. Története*. Budapest: Aschner Lipót Alapítvány.
- András, B., & József, B. (2019). *Marketing*. Budapest: Akadémia Kiadó.
- Bauer, A., & Kolos, K. (2016). *Márkamenedzsment*. Budapest: Akadémia Kiadó.
- Bauer, A., & Mitev, Z. A. (2008). *Eladásmenedzsment*. Budapest: Akadémia Kiadó Zrt.
- Bolt.Landlite*. (2020. 01 17). Forrás: <http://www.bolt.landlite.hu/energyclass>
- David, O. (2006). *Ogilvy a reklámról*. Budapest: PARK KÖNYVKIADÓ KFT.
- Fara, P., & Red, S. (2000). *Feltalálók*. Elektra Kiadó.
- kutatás, S. (2020).
- Mixvill*. (2020. 01 24). Forrás: <https://www.mixvill.hu/hu/>
- Sikermarketing*. (2020. 03 25). Forrás: <https://www.sikermarketing.hu/marketing-strategia-a-regi-jo-4p-es-a-modern-marketing-felfogas/>
- Surguta, L. (2020. 01). Holux. *A Tungsram márka története*. Forrás: http://www.holux.hu/publikaciok/A_Tungsram_marka_tortenete.pdf
- Tungsram* . (2020). Forrás: <https://agritech.tungsram.com/hu>
- Tungsram. (2019). *Tungsram Marketing Activations*. Forrás: Sharepoint: <https://tungsramgroup-my.sharepoint.com/>
- Tungsram. (2020. 03 07). Forrás: <https://tungsram.com/hu/termekek>
- Tungsram. (2020. 03 16). Forrás: <https://tungsram.com/en/case-studies>
- Tungsram. (2020. 03 27). Forrás: <https://tungsram.com/hu/hirek>
- Tungsram. (2020). *Tungsram Marketing Activations PDF*.
- Tungsrambolt*. (2020). Forrás: http://www.tungsrambolt.hu/fenyforrasok_ismertetese.html
- Varga, D. (2020. 03 27). *Marketing Mix*. Forrás: <https://daniellavarga.hu/marketing-mix/>