

# SZAKDOLGOZAT

Szalai Dorina  
2020

BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM  
KÜLKERESKEDELMI KAR  
KERESKEDELEM ÉS MARKETING SZAK  
NAPPALI TAGOZAT  
MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ SZAKIRÁNY

**KAMPÁNYOK A KÖZÖSSÉGI KÖZLEKEDÉSBEN**

Belső konzulens:

Dr. Józsa László

habil.

Készítette:

Szalai Dorina

Budapest, 2020

# TARTALOM

|        |   |           |
|--------|---|-----------|
| 1.     | Bevezetés.....                                      | 6         |
| 1.1.   | Témaválasztás indoklása .....                       | 6         |
| 1.2.   | Kutatás célja.....                                  | 6         |
| 2.     | Tömegközlekedés.....                                | 8         |
| 2.1.   | Környezeti tényezők .....                           | 11        |
| 2.2.   | Tömegközlekedés fajtái .....                        | 14        |
| 2.2.1. | <i>Szárazföldi tömegközlekedési eszközök.....</i>   | <i>15</i> |
| 2.2.2. | <i>Vízi tömegközlekedési eszközök.....</i>          | <i>16</i> |
| 2.2.3. | <i>Légi tömegközlekedési eszközök.....</i>          | <i>16</i> |
| 3.     | Vasúti közlekedés.....                              | 17        |
| 3.1.   | Vasúti közlekedés napjainkban.....                  | 19        |
| 3.1.   | Versenytárs elemzés .....                           | 22        |
| 3.2.   | Benchmarking.....                                   | 24        |
| 4.     | A MÁV csoport szerepe a magyar vasúti életben ..... | 26        |
| 4.1.   | Története .....                                     | 26        |
| 4.2.   | MÁV- START Zrt. ....                                | 27        |
| 4.3.   | SWOT analízis.....                                  | 28        |
| 4.4.   | MÁV marketingkommunikációja.....                    | 30        |
| 5.     | Reklám.....   | 31        |
| 5.1.   | Vasúti reklámok.....                                | 33        |
| 5.1.1. | <i>Régi reklámfilmek.....</i>                       | <i>35</i> |
| 5.2.   | Szakértői vélemény a MÁV reklámokról .....          | 36        |
| 6.     | Kampányok .....                                     | 38        |
| 6.1.   | Régebbi kampányok .....                             | 38        |

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 6.1.1. | <i>Gyermekhang kampány</i> .....                              | 38 |
| 6.1.2. | <i>„Tisztán robogjunk!” - graffiti ellenes kampány</i> .....  | 38 |
| 6.2.   | <i>„Hol vagy, Kajla?”</i> .....                               | 39 |
| 6.3.   | <i>MÁV applikáció kampány</i> .....                           | 40 |
| 6.4.   | <i>Aludj a tengerig, SEA← YOU tengerparti kampányok</i> ..... | 42 |
| 6.5.   | <i>Szakértői vélemények a MÁV kampányokról</i> .....          | 44 |
| 7.     | <i>Jövőbeli kitekintés- versenyképes vasút</i> .....          | 45 |
| 7.1.   | <i>Aktuális probléma</i> .....                                | 45 |
| 7.2.   | <i>Szakértői célkitűzések a jövőre</i> .....                  | 47 |
| 7.3.   | <i>Javaslatok az utazóközönségtől</i> .....                   | 50 |
| 8.     | <i>Összegzés</i> .....  | 53 |
| 9.     | <i>Irodalomjegyzék</i> .....                                  | 55 |
| 10.    | <i>Melléklet</i> .....  | 61 |

## ÁBRAJEGYZÉK

|   |    |
|---|----|
| 1. ábra: Az utazások megoszlása motiváció szerint 2012-ben .....                                    | 10 |
| 2. ábra: Közlekedési eszközök .....   | 14 |
| 3. ábra: Kérdőív kérdés: Ön milyen gyakran utazik vonattal? .....                                   | 18 |
| 4. ábra: Kérdőív kérdés: Egy útja során átlagosan mennyit utazik vonattal?.....                     | 19 |
| 5. ábra: Vasúti balesetek Magyarországon (1990-2011).....   | 24 |
| 6. ábra: ATL reklám a Keleti Pályaudvaron parkoló mozdony felületén .....                           | 32 |
| 7. ábra: MÁV csoport munkaerő toborzó "Önreklám" .....  | 33 |
| 8. ábra: MÁV Zrt. tulajdonában álló, potenciálisan kihelyezhető reklámeszközök<br>összesítése ..... | 34 |
| 9. ábra: Aludj a tengerig kampány a Facebook oldalon .....  | 43 |
| 10. ábra: Koronavírusra való felhívás a MÁV-csoport weboldalán.....                                 | 45 |

## TÁBLAJEGYZÉK

|  |    |
|--|----|
| 1. táblázat: Közösségi közlekedés előnyei és hátrányai ..... | 13 |
| 2. táblázat: SWOT analízis .....                             | 29 |

# **1. BEVEZETÉS**

## **1.1. Témaválasztás indoklása**

Szakedolgozatom elkészítéséhez a jelenlegi munkahelyem adta lehetőségeket és ismereteket felhasználva a MÁV Magyar Államvasutak Zártkörűen Működő Részvénytársaságot választottam. A MÁV Zrt. budapesti Székházában (1087 Budapest, Könyves Kálmán körút 54-60.) az Üzemeltetési Főigazgatósági szervezetben menedzserasszisztens II. munkakört töltök be, közvetlenül Béres Barna főigazgató úr munkáját segítve. A munkában eltöltött eddigi 1,5 évem során megismerkedhettem a vállalattal, illetve a csoport működésével, belső rendszereivel, továbbá betekintést nyerhettem a főigazgatósághoz tartozó tíz igazgatóság, illetve segítő szervek munkájába is.

Azért választottam ezt a témát, mert véleményem szerint a MÁV csoport megítélése jellemzően nem pozitív töltetű, és szeretném megtudni a MÁV csoporton belül sikeresnek ítélt kampányokat, marketing tevékenységeket tekintve, milyen hatással is vannak ténylegesen az utazóközönségre a mindennapokban.

## **1.2. Kutatás célja**

Jelen tanulmányban azt a célt tűztem ki, hogy a közösségi közlekedési rendszert átfogóan bemutassam, a közösségi közlekedésben alkalmazott kampányokat ismertessem, és az utazóközönség, utazási szokásairól informálódjak. Szakedolgozatom során bemutatom a magyar tömegközlekedés fajtáit, külön csoportosítva a helyi és helyközi közlekedési eszközöket. Részletesebben bemutatom a vasúti közlekedés előnyeit, hátrányait, és jövőbeli fejlődési lehetőségeit.

Szakedolgozatom fő fejezetében a vasúti reklámokat mutatom be egészen a régi reklámfilmektől napjainkig, ismertetve az erre vonatkozó szabályrendszert. Ezt követően a MÁV csoport által alkalmazott kampányokról részletesebben is írok.

Szakedolgozatomban mind primer, mind szekunder kutatást készítettem, nem reprezentatív mintavétel alapján 110 embert kérdeztem a közösségi közlekedési szokásaikról, valamint arról, mennyire ismerik a vasúti kampányokat. *(Kérdések megtalálhatók a dolgozat 2. számú mellékletében)* Mélyinterjú keretein belül négy –több évtizedes szakmai tapasztalattal rendelkező- szakértővel volt szerencsém beszélgetni, akik a MÁV-csoport menedzsmentjének aktív tagjai mind a mai napig. Virosztkó József (projektfelügyeleti irodavezető), Béres Barna (2020 áprilisától üzemeltetési főigazgató), Sárvári Piroska (2020 áprilisáig töltötte be az üzemeltetési főigazgató pozíciót) valamint Miklós Zsófia (kommunikációs igazgató) számára 11 kérdést tettem fel, *(Kérdések megtalálhatók a dolgozat 1. számú mellékletében)* és az eredményeket dolgozatom során részletesen is ismertetem.

## 2. TÖMEGKÖZLEKEDÉS

Tömegközlekedésnek hívunk minden olyan közlekedési formát, amikor az utazó nem a saját járművét, eszközét használja az utazáshoz.

Magyarországon, illetve az egész világon az első tömegközlekedési forma a vízi közlekedés volt, ami gőzhajókkal történt. A török hódoltság után lendült fel a dunai hajózás, ami elsősorban kereskedelmi célokat látott el, de ugyanúgy igénybe vették emberek is, amennyire a lehetőségek adottak voltak, így nevezhetjük ezt is tömegközlekedési eszköznek, amik nagy távok megtételére voltak alkalmasak. A kisebb, városon belüli, első tömegközlekedési eszköz az úgynevezett omnibuszok voltak. Ezek állati erővel vontatott, az átlagtól jóval nagyobb lovas kocsik voltak. A 18. század végén már előfordultak az európai nagyvárosokban, az elterjedésére viszont csak úgy, mint Magyarországon, a 19.-ik századig várni kellett. Budapesten 1832-ben került sor az omnibusz bevezetésére.<sup>1</sup>

A következő „lépcsőfok” a lóvasút volt, ami már egy idő után megkövetelte magának a fejlettebb utakat a városon belül, és egyre jobban elterjedtek Budapesten a kőburkolattal ellátott utak.<sup>2</sup>

A vasúti közlekedés első nagy lépése az 1850-ben megnyílt, Pozsony-Vác vasútvonal jelentette, így közvetlen kapcsolat jött létre Budapest és Bécs között is. 1868-ben megalapult a Magyar Királyi Államvasutak, ami a magyar vasútrendszer felgyorsuló fejlődését eredményezte, és összesen körülbelül 24 ezer km vasútvonal készült el az első világháborúig.

Az ezt követő időszakban új résztvevő lépett be a közlekedési eszközök sorába, ez pedig a belsőégésű motorral hajtott járművek összessége volt. A vasúti és a hajóközlekedésben is fokozatosan váltották le a gőzgépeket a 1892-ben feltalált dízel motorok<sup>3</sup>, azonban a napjainkban legelterjedtebb, gázolajjal hajtott tömegközlekedési

---

<sup>1</sup> Széchenyi Egyetem, Közlekedési tanszék -A közlekedés fejlődésének történeti áttekintése Elérhető: <https://ko.sze.hu/catdoc/list/cat/7086/id/7096/m/4974%202020.04.20> (Olvasva:2020.04.22)

<sup>2</sup> Széchenyi Egyetem, Közlekedési tanszék -A közlekedés fejlődésének történeti áttekintése Elérhető: <https://ko.sze.hu/catdoc/list/cat/7086/id/7096/m/4974%202020.04.20> (Olvasva:2020.04.22)

<sup>3</sup> Széchenyi Egyetem, Közlekedési tanszék -A közlekedés fejlődésének történeti áttekintése Elérhető: <https://ko.sze.hu/catdoc/list/cat/7086/id/7096/m/4974%202020.04.20> (Olvasva:2020.04.22)



forma, az autóbusz csak később, 1905-ben lépett forgalomba Berlinben, ami a kötetlensége miatt terjedt el rövid időn belül.<sup>4</sup>

A tömegközlekedés mindennapi életünk szerves része, az utazással eltöltött idő, jelentős anyagi forrást vesz igénybe, ezzel befolyásolva környezetünket és komfortérzetünket. A lakosság közlekedési szokásai természetesen eltérők, figyelembe kell venni az illető gazdasági helyzetét, demográfiai jellemzőit, életkorát, a napszakokat, a hét különböző napjait, sőt sok esetben még a különböző évszakokat is. Az imént felsorolt jellemzők olyannyira eltérnek, hogy számottevő különbséget tapasztalunk, ha például a vidéki idősebb korosztály utazási szokásait hasonlítjuk össze a téli hónapokban és a nyári hónapokban. A napi közlekedést befolyásoló tényezők között a lakóhely az egyik legjelentősebb. Általánosságban megállapítható, hogy kisebb településen élők gyakrabban tesznek meg hosszú utakat munkába, iskolába, vagy más egyéb feladat ellátása végett, míg a nagyvárosban lakók rövidebb utakat tesznek meg, közel azonos idő alatt. Összehasonlítás képen, a Budapest agglomerációjában található, Pécelre a Keleti-pályaudvarról közlekedő vonat menetideje 30 perc, ez idő alatt 21 km-t tesz meg. Budapest 13. kerületéből szintén 30 perc eljutni tömegközlekedéssel a Keleti-pályaudvarhoz, ennek az útnak a hossza – útvonaltól függően- átlagosan 7 km. Összehasonlítás alapján tehát arra a következtetésre juthatunk, hogy igaz az állítás, miszerint a nagyvárosban élők közel azonos időt töltenek el utazással, mint a kisvárosiak, viszont az utóbbi csoport jelentősen nagyobb távot tesz meg.

A vasút szerepe jelentős a helyközi személyszállításban, 2018-ban összesen 635,9 millió utasból 150,0 millió vonatközlekedést vette igénybe, bár ez igen magas érték még mindig eltörpül az autóbusz közlekedést használó, évi 479,7 millió ember mellett. A vasúton utazó emberek 2018-as évben összesen 7 770 millió km-t tettek meg.<sup>5</sup> Az egyéni utazásokban továbbra is a személygépkocsik részaránya markánsan meghatározó, sőt évről évre egyre inkább növekszik a tendencia.

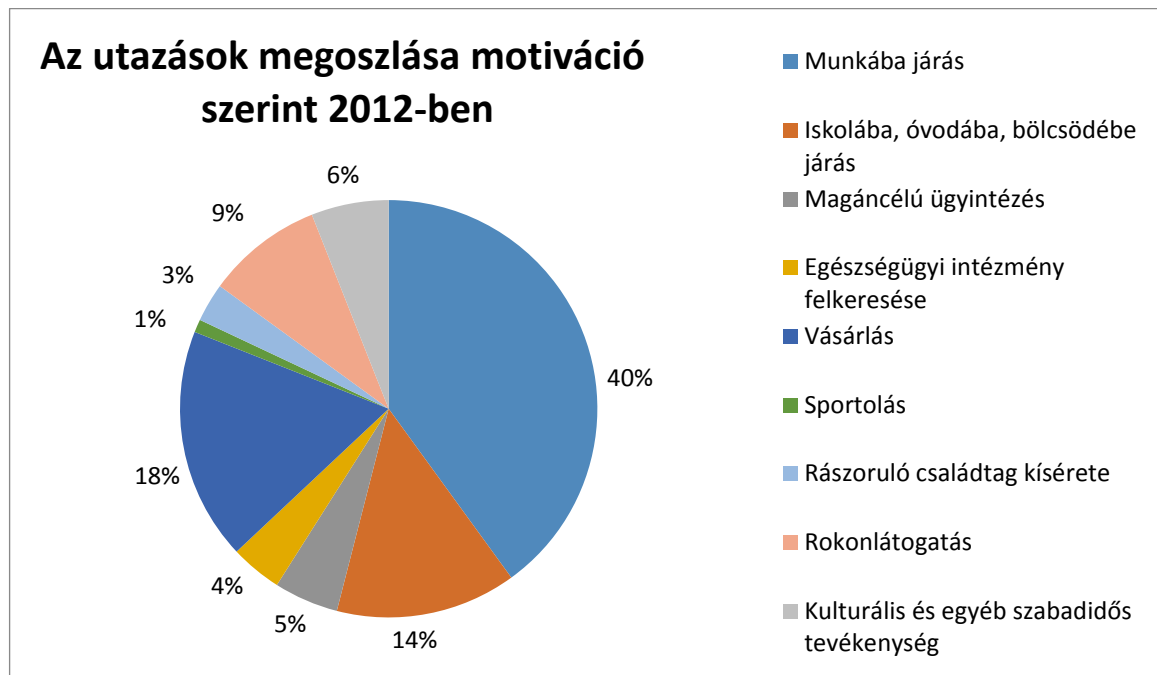
---

<sup>4</sup> Széchenyi Egyetem, Közlekedési tanszék - A közlekedés fejlődésének történeti áttekintése Elérhető: <https://ko.sze.hu/catdoc/list/cat/7086/id/7096/m/4974%202020.04.20> (Olvasva:2020.04.22)

<sup>5</sup> KSH- Helyközi személyszállítás Elérhető : [https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_evkozi/e\\_odme003.html](https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_odme003.html) (Olvasva:2020.04.22)

A Központi Statisztikai Hivatal utoljára 2012-ban végzett átfogó elemzést a lakossági, közösségi és egyéni közlekedési szokásokról<sup>6</sup>. A kutatás eredménye alapján jól látható, hogy a leggyakoribb utazási motiváció a munkába járás (40%), ezt követi a vásárlás (18%), majd az iskolába, óvodába vagy bölcsődébe járás (14%).

1. ábra: Az utazások megoszlása motiváció szerint 2012-ben



Forrás: Központi Statisztikai Hivatal (KSH) 2012, Saját szerkesztés

Szintén a KSH 2012-es kutatása alapján tudjuk, hogy a leghosszabb távú utazásra az utasok a vonatot használják (általánosságban 33 km), majd a személygépkocsit körülbelül 17 km-es távokra, buszokat pedig közel 12 km-es táv megtételére.

A hét különböző napjai között tapasztalható eltérés pont az előbbi motivációkhoz kapcsolódik, hiszen a munkába járók jellemzően hétfőtől péntekig utaznak, a közlekedési eszközökön ebből kifolyólag jelentősen kevesebb utas van szombaton és vasárnap. Az évszakok között is jelentős az eltérés, a legtöbb utazást tavasszal jegyzik (közel 900 millió utazás), a legkevesebbet pedig nyáron (közel 700 millió utazás).<sup>7</sup>

<sup>6</sup> KSH- Kiadványtár Elérhető:

[http://www.ksh.hu/apps/shop.kiadvany?p\\_kiadvany\\_id=15487&p\\_temakor\\_kod=KSH&p\\_lang=hu](http://www.ksh.hu/apps/shop.kiadvany?p_kiadvany_id=15487&p_temakor_kod=KSH&p_lang=hu)  
(Olvasva:2020.04.22)

<sup>7</sup> KSH- Kiadványtár Elérhető:

[http://www.ksh.hu/apps/shop.kiadvany?p\\_kiadvany\\_id=15487&p\\_temakor\\_kod=KSH&p\\_lang=hu](http://www.ksh.hu/apps/shop.kiadvany?p_kiadvany_id=15487&p_temakor_kod=KSH&p_lang=hu)  
(Olvasva:2020.04.22)

A lakosságot, aktuális közösségi és egyéni közlekedési szokásairól - nem reprezentatív kutatás keretein belül – én is megkérdeztem. A primer kutatás eredményét későbbi fejezetben (3. fejezet: *Vasúti közlekedés*) részletesen is ismertetem.

## 2.1. Környezeti tényezők

A közösségi közlekedés teljesen egyértelműen egy sokkal célravezetőbb, takarékosabb megoldás az emberek egyik helyről, a másik helyre való eljuttatásáért, mint az egyéni közlekedés. A fejlett országokban a tömegközlekedést elsősorban a hosszabb utak esetében veszik igénybe, viszont sajnálatosan az igénybevételük folyamatosan csökkenő tendenciát mutat. Az egyéni közlekedés kényelmesebb, kompromisszum mentes, és sok esetben szinte megegyezik egy kis fogyasztású autó üzemanyag költsége, egy például hosszú távú menetrendszeri buszra vásárolt közel 100%-os jegy értékével. Adott esetben Budapestről Kecskemétre egy teljesárú menetjegy 1860 Forintba<sup>8</sup> kerül, míg egy 6,5 liter fogyasztású személygépjármű 2020. április 1-jén (290 Ft/liter) tankolva<sup>9</sup> 95-ös benzinnel, 1885 Forintba kerül.

A vasúti közlekedéssel ugyancsak ez a helyzet, ha az országon belüli közlekedést vesszük csak figyelembe. Egy teljesárú menetjegy Budapestről Kecskemétre átlagosan háromezer forintba kerül, ha ugyan ezt a távot autóval szeretnénk megtenni, az egy 106 km-es út<sup>10</sup> és ha a már említett gépjármű literes fogyasztásával számolunk adott napon, akkor szintén 1885 Forintba kerül az utazás. Természetesen az autóval megtett táv esetében nem csak az üzemanyaggal kell számolni, jelen van a karbantartási költség, útdadó... stb., a problémát viszont ennek ellenére is érzékelhetjük.

Ebből is arra következtethetünk, hogy kevesen vannak, akik úgy választják a hosszú távú tömegközlekedést, ha megtehetik, hogy akár autóval is mehetnek az úti célra. Más a helyzet a jellemzően külföldi utakra - ahol szerencsére egyre többen jönnek rá,

---

<sup>8</sup> Volánbusz díjszabás Elérhető: <https://www.volanbusz.hu/hu/jegy-es-berlet/helykozi-dijszabasi-informaciok/dijszabas> (Olvasva:2020.04.22)

<sup>9</sup> Holtankoljak.hu – Árváltozások Elérhető: <https://holtankoljak.hu/arvaltozasok?page=3> (Olvasva:2020.04.22)

<sup>10</sup> Elvira – Menetrend Elérhető: [http://elvira.mav-start.hu/elvira.dll/x/uf?iehack=%3F&ed=5EC55BCC&mikor=-1&isz=0&language=1&k=&ref=&retur=&nyit=&\\_charset\\_=UTF-8&vparam=&i=BUDAPEST\\*&e=Kecskem%C3%A9t&v=&d=20.05.21&u=1156&go=Menetrend](http://elvira.mav-start.hu/elvira.dll/x/uf?iehack=%3F&ed=5EC55BCC&mikor=-1&isz=0&language=1&k=&ref=&retur=&nyit=&_charset_=UTF-8&vparam=&i=BUDAPEST*&e=Kecskem%C3%A9t&v=&d=20.05.21&u=1156&go=Menetrend) (Olvasva:2020.04.22)

főleg akik nem fizikai munkát végeznek, hanem számítógépen is végezhető feladataik vannak, hogy egy buszos utazás alkalmával, főleg a mai légkondicionált, kényelmes buszok, vagy vonatok esetében az utazási időt munkával vagy pihenéssel is tölthetik, mindezt alacsonyabb költségek mellett, hiszen egy külföldi út esetében akár meg is duplázhathják az út díjak az útiköltséget.

Az üzemanyag ár növekedésének, vasúti igényre gyakorolt hatásáról szakértők véleményét is kikértem. Virosztkó József - a Magyar Államvasutak (MÁV) projektfelügyeleti irodavezetője – szerint az *„utazóközönségre jóval nagyobb hatással van például az a körülmény, hogy egy átlag hétköznapi csúcsidőben Budapest közforgalmi bevezető szakaszai és fő útvonalai óriási forgalmi dugókkal küzdenek, ami irreálisan megnöveli az utazások időtartamát, például M3 bevezető szakasz. Ennek megfelelően határozottan kijelenthető, hogy ahol a potenciális utasok az alábbi faktorokat pozitívan ítélik meg, ott utas szám növekedés várható, a személyautózás rovására:*

- *megfelelő, az autónál gyorsabb eljutást biztosító vasúti infrastruktúra*
- *pontos és kiszámítható ütemes menetrend*
- *európai színvonalú és megfelelő kapacitást biztosító vasúti járművek*
- *megfelelő P+R kapacitás a felvevő állomáson*
- *megfelelő átadási pont Budapesten belül”.*

Béres Barna – üzemeltetési főigazgató- szerint azonban az üzemanyagár növekedés mellett a háztartások reálkeresetét is meg kell vizsgálni, hiszen ha nő az üzemanyag ára, de növekszik a háztartások reálkeresete is, akkor a magasabb jövedelem mellett a magasabb üzemanyagár is finanszírozható. *„Az extra magas üzemanyagár akkor jár együtt utas szám növekedéssel, ha mellette a családok bevétele is csökken. Ilyen időszak volt például a 2008 –as válság ideje.”*

Utazóközönség forgalmának csökkenését más külső tényezők is előidézhetik, mint például munkahelyek megszűnése. Sárvári Piroska –volt üzemeltetési főigazgató- példája pontosan ezt a problémát mutatta be *„Pécs esetében régen 9 – 13 kocsis vonatok közlekedtek hétköznapiokon, míg ezek a vonatok jelenleg ma már 3 kocsival is ellátják a feladatukat.”.*

A buszos és vonatos utak nagy részét a háttérbe szorították a diszkont légitársaságok, csak rövidebb külföldi utak esetében maradt a legjobb tömegközlekedési megoldás, a szárazföldön való közlekedés.

A tömegközlekedést tehát alapvetően négy kategóriára bontanám. A városon belüli, az országon belüli, a külföldi, és a különösen hosszú külföldi utazásokra. Az utazó közönséget is felosztanám, a „kényelmesekre”, és a csupán az úti célt legolcsóbban elérni vágyókra.

1. táblázat: Közösségi közlekedés előnyei és hátrányai

|  | <b>előnyök</b>   | <b>hátrányok</b>   |
|--|--|--|
| <b>városon belüli</b>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ gyorsabb, mint az egyéni közlekedés</li> <li>○ nincs parkolási díj, parkoló keresés, parkolási sérülésekből adódó károk</li> <li>○ olcsóbb</li> <li>○ környezetkímélőbb</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ nem az úti célunk előtt szállunk ki</li> <li>○ alkalmazkodást igényel</li> <li>○ fokozott vírus veszély, főleg a 2020-as pandémia<sup>11</sup> idejében</li> <li>○ zsebtolvajok</li> <li>○ légkondicionáló berendezés nélküli, túlszűfolt metró kocsik, villamosok</li> </ul> |
| <b>országon belüli</b>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ nincs parkolási díj</li> <li>○ út közben pihenésre lehetőség</li> <li>○ környezetkímélőbb</li> <li>○ kedvezmény esetén (pl.: nyugdíjas) jóval olcsóbb, mint az egyéni közlekedés</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ kötött időszakok</li> <li>○ lassabb, mint autóval</li> <li>○ nem olcsóbb, mint autóval</li> <li>○ úti céltól messze tesz le</li> <li>○ szervezést igényel</li> </ul>  |
| <b>környező országok (akár repülővel is)</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ repülő esetén jóval gyorsabb, mint bármi</li> <li>○ egyéb eszköz esetén is jóval nyugodtabb utazás</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ repülő esetén igen korlátozott csomag</li> <li>○ túlfoglalásból stb. eredő kellemetlenségek</li> </ul>  |

<sup>11</sup> Pandémia szó jelentése: világjárvány – Elérhető: <https://koronavirus.gov.hu/cikkek/who-vilagjarvanynak-minositette-koronavirus-fertozest> (Olvasva: 2020.04.26.)

|                              |   |  |
|------------------------------|---|--|
|                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ legtöbb esetben olcsóbb utazás, mint autóval</li> <li>○ pihenési lehetőség</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ sok esetben a repüléstől való félelem</li> <li>○ magas reptéri díjak</li> <li>○ környezetszennyezés</li> </ul>  |
| <b>1000km +<br/>(repülő)</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ szinte az egyetlen szóba jövő eszköz</li> <li>○ gyors és kényelmes utazás</li> <li>○ árban benne levő étel-ital</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ bezártság érzet</li> <li>○ kifogásolható „repülő koszt”</li> <li>○ korai tervezést igénylő</li> <li>○ lemondási díjak</li> <li>○ környezetszennyezés</li> </ul> |

Forrás: Saját szerkesztés

## 2.2. Tömegközlekedés fajtái

Három fő kategóriát különböztetünk meg a tömegközlekedés fajtáit illetően, a szárazföldi, a vízi, és a légi közlekedést.

2. ábra: Közlekedési eszközök



Forrás: Assureshift.in<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Assureshift.in -10 Most Popular Modes of Transportation Elérhető:  
<https://www.assureshift.in/blog/transportation-modes-for-shifting-households> (Letöltés: 2020.04.28)

A szárazföldi közlekedés esetében megkülönböztetjük a helyközi, és helyi járatokat. Egyedül autóbuszok tudnak módosítás nélkül is ellátni mindkét feladatot, de egyre jellemzőbben külön modelleket gyártanak a helyközi és helyi járatok számára.

### 2.2.1. Szárazföldi tömegközlekedési eszközök

- **Autóbusz:** gázolaj, hibrid, vagy teljesen elektromos hajtású eszközök, jellemzően negyven – hatvan fő befogadóképességgel.
- **Villamos:** elektromos hajtású, keskenyített kötött pályán közlekedő eszközök, a modernebb modellekben több mint 300 helyes befogadóképességgel.<sup>13</sup>
- **Metró:** elektromos hajtású, kötött pályán, nagyrészt föld alatt közlekedő eszközök, akár több mint ezer fő befogadóképességgel.<sup>14</sup>
- **Trolibusz:** elektromos hajtású, részben kötött pályán (sáv váltás még lehetséges) közlekedő eszközök, normál autóbusz befogadó képességével megegyező kapacitás.
- **Fogaskerekű:** elektromos hajtású, (régbben gőzmozdony), kötött pályán közlekedő, metró kocsikhoz hasonló befogadó képességű eszközök.
- **Vonat:** dízel robbanómotorral, vagy elektromos hajtással ellátott, kapacitása széles skálán terjed, párszázttól, a több mint ezer férőhelyesig.
- **Hév:** elektromos hajtású, kötött pályás, mára elavult járműparkkal rendelkező szolgáltatás, metróhoz hasonló befogadóképességgel.
- **Siklóvasút:** úgy nevezett gravitációs-állványkocsis jellegű hajtás, ennél a módszernél az üres kocsikat a megrakott kocsik húzzák fel a saját megrakott súlyuknál fogva.<sup>15</sup>
- **Nyeregvasút:** egy speciális elektromos kötött pályás eszköz, ami egy-egy szállal működő gyorsvasút féle, a kocsiszekrény alján található horony segítségével kerül kialakításra az illeszkedés, jellemzően a távol kelet terméke.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Dobos Sándor (2011): Hernyók Budapesten – Megjötték a Combinók (2006) Elérhető: <https://24.hu/tudomany/2011/03/14/hernyok-budapest-en-megjottek-a-combinok-2006/> (Olvasva: 2020.04.21)

<sup>14</sup> BKV – Altsom metropolis Elérhető: [https://www.bkv.hu/alstom\\_metropolis](https://www.bkv.hu/alstom_metropolis) (Olvasva: 2020.04.21)

<sup>15</sup> Wikipédia - Siklóvasút Elérhető: <https://hu.wikipedia.org/wiki/Sikl%C3%B3vas%C3%BAt> (Olvasva: 2020.04.21)

<sup>16</sup> Wikipédia – Nyeregvasút Elérhető: [https://hu.wikipedia.org/wiki/Egys%C3%ADn%C5%B1\\_vas%C3%BAt#T%C3%ADpusai\\_%C3%A9s\\_m%C5%B1szaki\\_szempontok](https://hu.wikipedia.org/wiki/Egys%C3%ADn%C5%B1_vas%C3%BAt#T%C3%ADpusai_%C3%A9s_m%C5%B1szaki_szempontok) (Olvasva: 2020.04.21)

- **Függővasút:** az európai szemnek egy teljesen ismeretlen kötött pályás elektromos vonat féle, a kocsiszekerények tetején található felfüggesztés segítségével, tehát a normálshoz képest pont fordítva, „lógatva” működő vonatok.<sup>17</sup>

### ***2.2.2. Vízi tömegközlekedési eszközök***

- Hagyományos, BKK által is használt kis, folyami hajóktól kezdve az óceánjáróig, szinte kivétel nélkül nagy, turbódízel motorokkal.
- Elektromos, kisebb testű hajók, nagyon ritkán használatosak tömegközlekedési eszközként.
- Kulturális, hagyományörző célokkal fenntartott gondolák, emberi erővel hajtva
- Turista forgalomra fenntartott mini tengeralattjárók.

### ***2.2.3. Légi tömegközlekedési eszközök***

- Hagyományos, mindenki számára jól ismert repülő.
- Hagyományos, kis befogadóképességű helikopterek (nagy részt városnézésre).
- Sétarepülő.

---

<sup>17</sup> Wikipédia – Nyeregvasút Elérhető:  
[https://hu.wikipedia.org/wiki/Egys%C3%ADn%C5%B1\\_vas%C3%BAt#T%C3%ADpusai\\_%C3%A9s\\_m%C5%B1szaki\\_szempontok](https://hu.wikipedia.org/wiki/Egys%C3%ADn%C5%B1_vas%C3%BAt#T%C3%ADpusai_%C3%A9s_m%C5%B1szaki_szempontok) (Olvasva: 2020.04.21)



### 3. VASÚTI KÖZLEKEDÉS

A közforgalmú vasút járműállományát az elmúlt tíz évben jellemzően bővítették, míg 10 éve még 2 788 vasúti személykocsi állt rendelkezésre, 2018-ban már csak 2 112. A motorkocsik esetében kismértékű bővítést látunk, 2010-ben 431 darab volt üzemben, míg két éve már 493 darab.<sup>18</sup> Hazai vasúti pályákon közlekedő villanymozdonyok szervizelését és karbantartását az adott gyártó, megfelelő használat mellett biztosítja. A MÁV Zrt. részéről, csak egy Nohab mozdony, illetve a Gyermekvasúton található mozdonyok szervizelése történik.

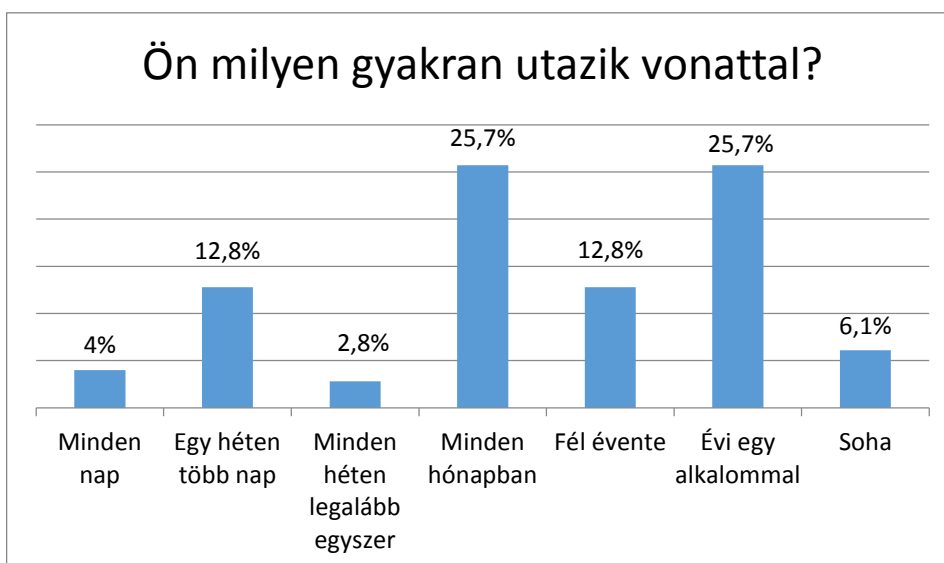
Primer kutatásom részeként nem reprezentatív csoport számára kérdőívet készítettem, melynek célja a vasúti közlekedési szokások megismerése volt. Összesen 110 internet felhasználó válaszolt a kérdéseimre, kitöltők vegyesen fővárosban (52,3%), nagyvárosokban (36,4%) és vidéken (11,2%) élnek. Korosztályt tekintve is vegyes válaszadókat sikerült elérnie a kérdőívemnek, azonban a vasúti jegyértékesítésre alapozva nem általános korosztály, hanem jegytípus alapján csoportosítottam a válaszadókat ezzel ugyanis plusz információt vonhatok le arról, mely mértékben tudják kihasználni az utazók a kedvezményeket. Válaszóim jelentős többsége (52,8%) valamely típusú diákkedvezményrel utaznak a vasúton, 38%-uk pedig teljesárú menetdíjat köteles fizetni. Csekély számban (6,5%) közalkalmazotti és 90%-os mérséklésű menetdíj (2,8%) igénybevételére jogosultak is válaszoltak a kérdőívemre.

Utazási szokások szempontjából fontos volt, hogy megtudjam, milyen gyakorisággal vonatoznak a válaszadók. A kérdésre kapott válaszokat a következő diagramon szemléltetem.

---

<sup>18</sup> KSH- A közforgalmú vasút járműállománya (2005–)  
Elérhető: [https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_eves/i\\_odmv007.html](https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_odmv007.html) (Olvasva: 2020.04.22)

3. ábra: Kérdőív kérdés: Ön milyen gyakran utazik vonattal?



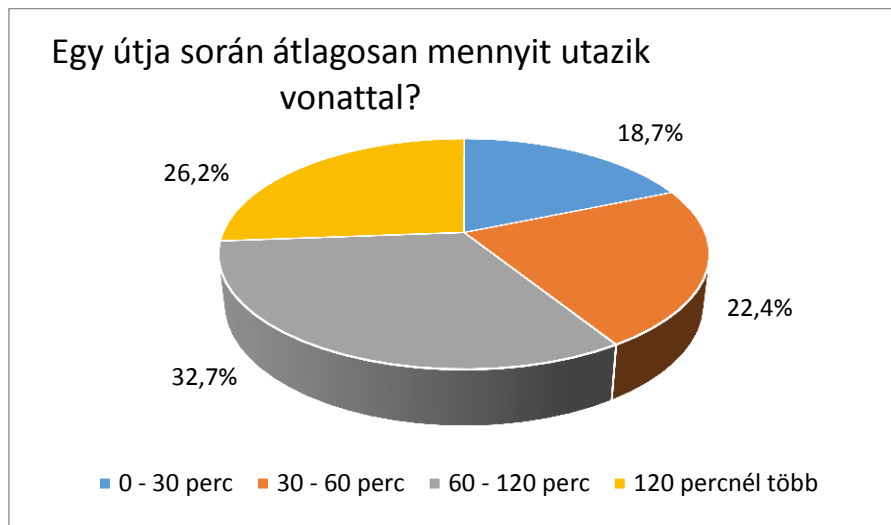
Forrás: Saját szerkesztés, primer kutatás eredményei alapján

Válaszadók 25,7%-a minden hónapban, és szintén 25,7%-a évi egy alkalommal utazik vonaton. 22,9% fél évente, 12,8% pedig egy héten több alkalommal utazik. Ezekből a jelentős aránykülönbségekből arra következtethetünk, hogy az emberek többsége ritkán legfeljebb havi rendszerességgel utazik vonaton. Legkevesebb válaszadó nyilatkozta, hogy minden héten legalább egyszer vonatra száll, mindössze 2,8%.

Utazási motivációk tekintetében, a legjellemzőbb a rokonlátogatás (47,2%), ezt követően kulturális és szabadidős tevékenységek (42,5%) valamint az iskolába illetve egyetemre való beutazás (26,4%) volt. A munkahelyre történő ingázás nem került bele a legjellemzőbb utazási motivációk közé mindössze a válaszadók 18,9%-a nyilatkozta, hogy e célból, 11,3% pedig vásárlás céljából használja a vonatokat. Az utazási motivációk azonban jelentősen eltérnének, ha például kizárólag vidéken élő embereket kérdeztem volna meg, vagy kizárnám azokat a válaszokat, akik fővárosban laknak hiszen, ahogyan előbbi fejezetben is írtam, a vidéken élők utaznak leggyakrabban és legnagyobb távon vonattal, míg a Budapesten élők kis távokon belül mozognak.

Következőkben, arról kérdeztem a kitöltőket, átlagosan mennyit utaznak vonaton, a válaszok széles skálán helyezkednek el, eredményt a következő torta diagramon ábrázolom.

4. ábra: Kérdőív kérdés: Egy útja során átlagosan mennyit utazik vonattal?



Forrás: Saját szerkesztés, primer kutatás eredményei alapján

Válaszadók 32,7%-a 60-120 percet, 26,2%-a két óránál is többet, 22,4%-a 30-60 percet utazik. Mindössze 18,7% jelölte be, hogy fél óránál rövidebb távon utazik. Ezek a válaszok szintén alátámasztják azt a korábbi állításomat miszerint azok az utasok, akik vonatra szállnak jellemzően több ideig utaznak, hosszabb távon.

Legtöbb válaszadó (48,1%) belföldi intercity (IC) vonaton utazik a legtöbbit, 17,6%-uk személyvonatokon (S), 15,7%-uk zónázó vonatokon (Z), legkevesebben, azaz mindegy 13% utazik gyorsított személyvonattal (G). Kitöltők 5,6%-a a külföldre közlekedő Nemzetközi Eurocity (EC) vonatokat jelölte meg. Nem meglepő az eredmény, hiszen a hosszú távú utazás szempontjából az Intercity a legkényelmesebb utazási lehetőség, és a többi válaszlehetőség között is viszonylag eloszlás tapasztalható. Dolgozatom szempontjából negatív volt, hogy gyermek/kisvasútra egyetlen szavazat sem érkezett, azonban ez azzal magyarázható, hogy a magyar utasok a kisvasúton csak alkalom adták utaznak, például kirándulás keretén belül.

### 3.1. Vasúti közlekedés napjainkban

A nyugati trendekhez képest óriási lemaradásban van a magyar vasút, elsősorban a szervezést, de a gépparkot, és a vasútvonal hálózat állapotát nézve is. Manapság, az egyre olcsóbb repülőjegyek, egyre több autó mellett folyamatosan fejlődnie kell a vasútnak, ha

meg akarja tartani az áruszállítás mellett, a személyszállító mi voltját is, most elsősorban Európa közösségi közlekedésére gondolva.<sup>19</sup>

Alapvető problémát nagyon nehéz megfogalmazni, hogy miért kerül egyre jobban háttérbe a vasúti közlekedés az egyéb közlekedési módokkal szemben. Nem lehet kiemelni csak a túlkoros szerelvényeket, vagy csak a túlkoros, elavult pályákat, sem a szervezatlenséget. Együttesen teszik ezek ki a lassú, kényelmetlen utazást, mindhárom komoly fejlesztésekre szorul. A legolcsóbban a szervezést lehetne átalakítani, minél kevesebb késés legyen, ha a késési időket vissza tudnánk szorítani, már akkor is sokkal jobb lenne a vasúti közlekedés megítélése. Amíg ez nem változik, általánossá válik a magyar mondás, mi szerint a MÁV-nak öt ellensége van, a tavasz, a nyár, az ősz, a tél, és az utasok. Vannak viszont, nem is kevesen, akiknek nincs igazából jó alternatívája a vonattal való közlekedésnek, hiszen ahogy korábbi alfejezetben is olvashattuk, rengetegen használják a mai napig munkába, iskolába járásra.

Az igazsághoz hozzá tartozik, hogy az Európai Unió forrásoknak köszönhetően folyamatosak a kisebb-nagyobb fejlesztések, a sűrűbb vonalakon már európai színvonalon közlekedhetnek a magyarok, ami viszont nem mondható el a kisebb vonalokról, és a késések viszont nem kerülnek el a modernizált vonalakat sem. Budapest agglomerációjából közlekedő utasok például modern, korszerű vasút kocsikon utazhatnak, a távolabbi nagyvárosokba viszont jellemzően a régebbi típusú jármű állomány egyikén tudunk csak.

A XX. Századig európai személyszállító vonatok 100-120 km/h közötti sebességgel közlekedtek, az elmúlt években viszont jelentős fejlődés ment végbe a nyugati országokban. Az új rendszerű vasutak és az úgynevezett szupervonatok 200-400 km/h sebességgel is képesek közlekedni. Hazánk mindössze 93 030 km<sup>2</sup> alapterületét illetően nincs is nagy szükség a szupervonatokra, viszont az új rendszerű vasútvonal kiépítése kitűzhető cél lehet a jövőben. Az új rendszerű vasútpályákhoz korszerű infrastruktúra szükséges, például lényegesen nagyvonalúbb pályaparaméterek, más rendszerű sín-leerősítések, korszerűbb, újszerű építési technológiák és építő anyagok használata. Zárt kerítéssel védett pályák, lényegesen szigorúbb pályaelőírás, pályafenntartás, valamint újgenerációs fedélzeti és központi vezérlőrendszerek. Az új vasúrendszer kiépítésére égető szükség van, összehasonlításképpen a közel azonos

---

<sup>19</sup> HBF - Nagysebességű vasúti közlekedés lehetőségei Magyarországon (2018) Elérhető: [https://kozlekedesiklub.blog.hu/2018/03/28/nagysebessegu\\_vasuti\\_kozlekedes\\_lehetosegei\\_magyarorszagon](https://kozlekedesiklub.blog.hu/2018/03/28/nagysebessegu_vasuti_kozlekedes_lehetosegei_magyarorszagon) (Olvasva: 2020.04.21)

gazdasági szinten lévő Portugáliában - ahol az egy főre jutó GDP 25 631 USD/fő volt 2013-ban - 314 km hosszú új rendszerű vasúthálózat áll rendelkezésre. Hazánkban, ugyanebben az időszakban egy főre jutó GDP értéke 22 152 USD/fő volt, azonban még ekkor sem rendelkezünk egyetlen km-nyi új rendszerű vasútpályával. Magyarországi színvonalról jelentősen elmaradt Törökország – ahol az egy főre jutó GDP mindössze 19 087 USD/ fő volt – már 7 évvel ezelőtt is 447 km-nyi kiépített pálya állt rendelkezésre. Természetesen Törökország alapterülete jóval nagyobb, mint hazánké, (körülbelül 8,5-szerese) viszont a fejlettségi szintben látható különbség alapján is arra a következtetésre juthatunk, hogy a jövőben szükség van innovációra.<sup>20</sup> *„A nagysebességű hálózat kialakítása, iszonyatos költsége ellenére is, olyan kitörési pont lehet, ami elsősorban nyugati irányba jelentős előre lépést jelenthet a szolgáltatási színvonalban. Egy, a hazánkat Ausztriával/Csehországgal/Németországgal összekötő nagysebességű vasúti rendszer mind közlekedési, mind nemzetgazdasági szempontból növelné hazánk versenyképességét.”* – nyilatkozta Virosztkó József, a MÁV projektfelügyeleti irodavezetője mélyinterjúnk során.

A hazai vasútközlekedés európai viszonylatban nagyon alacsony jegyárakon vehető igénybe. Összehasonlítás képen, a Budapest-Bécs távon közlekedő vasút, 2:43 perc menetidő alatt 243 km-t tesz meg. A vonatút másodosztályú jegyára 4030 forint, azonban az átlagos európai menetdíj ugyanekkora távra 12.900 Forint. A leghosszabb Budapestről induló közvetlen vonat Münchenbe közlekedik, a több mint 7 órás út jegyára 21.390 Forint, míg az átlagos európai tarifákkal számolva ez az út 36.600 Forintba is belekerülne. A hazai és európai tarifákat összehasonlítva arra a következtetésre juthatunk, hogy a jegyárak igen alacsonyak más országokhoz képest.<sup>21</sup>

Magyar vasút pozíciójáról a szakértőket kérdeztem, akik szerint mindenféleképpen felfelé ívelő tendencia látható, elsősorban az európai uniós forrásoknak köszönhetően. *„Az elmúlt másfél évtizedben jelentősen növekedett a felújított vasútvonalak és infrastruktúrák mennyisége, amelyek több helyen jelentős utasszám-növekedésben is testet öltöttek (lsd. például 30-as sz.vv.)”* - Virosztkó József - projektfelügyeleti irodavezető.

---

<sup>20</sup> Dr. Vörös Attila - 2015 - Kellenek-e Magyarországon a nagysebességű vasutak? (KTI Közlekedésfejlesztő Intézet Nonprofit Kft.) Elérhető: [http://www.fomterv.hu/mmk/sites/default/files/balatonfoldvar-2015/12\\_Dr\\_Voros\\_Attila.pdf](http://www.fomterv.hu/mmk/sites/default/files/balatonfoldvar-2015/12_Dr_Voros_Attila.pdf) (Olvasva: 2020.04.26)

<sup>21</sup> Dr. Vörös Attila - 2015 - Kellenek-e Magyarországon a nagysebességű vasutak? (KTI Közlekedésfejlesztő Intézet Nonprofit Kft.) Elérhető: [http://www.fomterv.hu/mmk/sites/default/files/balatonfoldvar-2015/12\\_Dr\\_Voros\\_Attila.pdf](http://www.fomterv.hu/mmk/sites/default/files/balatonfoldvar-2015/12_Dr_Voros_Attila.pdf) (Olvasva: 2020.04.26)

### 3.1. Versenytárs elemzés

„Versenytárs elemzés elsődleges célja a versenytársak azonosítása, erős és gyenge pontjaik feltárása és várható piaci mozgásuk előrejelzése annak érdekében, hogy a stratégiai irányok meghatározása optimális legyen, és az intézmény a piacra és a versenytársakra vonatkozó ismereteit be tudja építeni stratégiai döntéseibe.<sup>22</sup>

Ahogy korábbi fejezetben részletesen is bemutattam, a közösségi közlekedés számos különböző eszközeit tartjuk számon. A következőkben a vasút legnagyobb versenytársait elemzem, és külön kitérek azokra az előnyökre is hátrányokra melyeket a kutatásom során tapasztaltam a kérdőív válaszaiból.

Trolibusz és villamos előnyei környezetvédelmi vonatkozásokban vannak, például nincs égésmellékterméke, az autóbusznál lényegesen kisebb a zajszintje. Az utazó közönség által tapasztalt legnagyobb hátránya az ilyen közlekedési eszközöknek, hogy kötött pályán közlekednek, ezért egy esetleges karambol hatalmas torlódást okozhat, a pótló busz forgalomba állása pedig időigényes. Vonattal szembeni hátránya pedig az, hogy ezek az eszközök kis távok megtételére alkalmasak, kizárólag városokon belül közlekednek.

Az autóbusz elmaradhatatlan közlekedési eszköz, mely az emberek mindennapi közlekedési igényeit elégíti ki, jelentősen nagyobb feladatot lát el, mint a kötött pályás trolibusz, hiszen nem csak kis távokon – városokon belül – hanem nagyobb távokon is közlekedik, például a Volán járatok nagyvárosok és falvak között, a Flixbuszok pedig európai országok nagyvárosai között. Feltételeztem olyannyira kiépített az autóbusz közlekedés, hogy csak a fővárosban több 100 darab mozog folyamatosan forgalomban. Noha a régi típusú autóbuszok nagymértékű káros anyag kibocsájtásért felelősek, az elmúlt években egyre több hibrid autóbusz állt forgalomba a fővárosban, ami egy jó jel lehet arra, hogy előbb vagy utóbb a teljes autóbusz állományt lecserélik környezetkímélő buszokra. Jelentős előnye az autóbuszoknak, hogy nem kötött pályán közlekednek, esetleges balesetet relatíve könnyen ki tudják kerülni, és a gyorsabb közlekedés végett a főváros egyes részein buszsávot is igénybe vehetnek. Az elővárosi közlekedés

---

<sup>22</sup> Bángi-Magyar Attila - Bozóky Tamás - Breitner Igor - Geburth-Tóth Franciska – Topár Gábor (2011) - *Felsőoktatási stratégiai módszertani kézikönyv*, Oktatáskutató és Fejlesztő intézet, Budapest 55. oldal  
Elérhető:  
[https://ofi.oh.gov.hu/sites/default/files/attachments/felsooktatasi\\_strategiai\\_modszertani\\_kezikonyv\\_0.pdf](https://ofi.oh.gov.hu/sites/default/files/attachments/felsooktatasi_strategiai_modszertani_kezikonyv_0.pdf)  
(Olvasva: 2020.04.27)

szempontjából is előny, hogy nem kötött pályán futnak a buszok, azonban az autópályán kora reggel több kilométeres sor is fel tud torlódni, ami sokszor a menetrend szerint közlekedő buszok késését is okozza. Összességében, tehát ahogyan előny, úgy hátrány is, hogy az autóbuszok nem rendelkeznek saját kiépített pályával minden útvonalon.

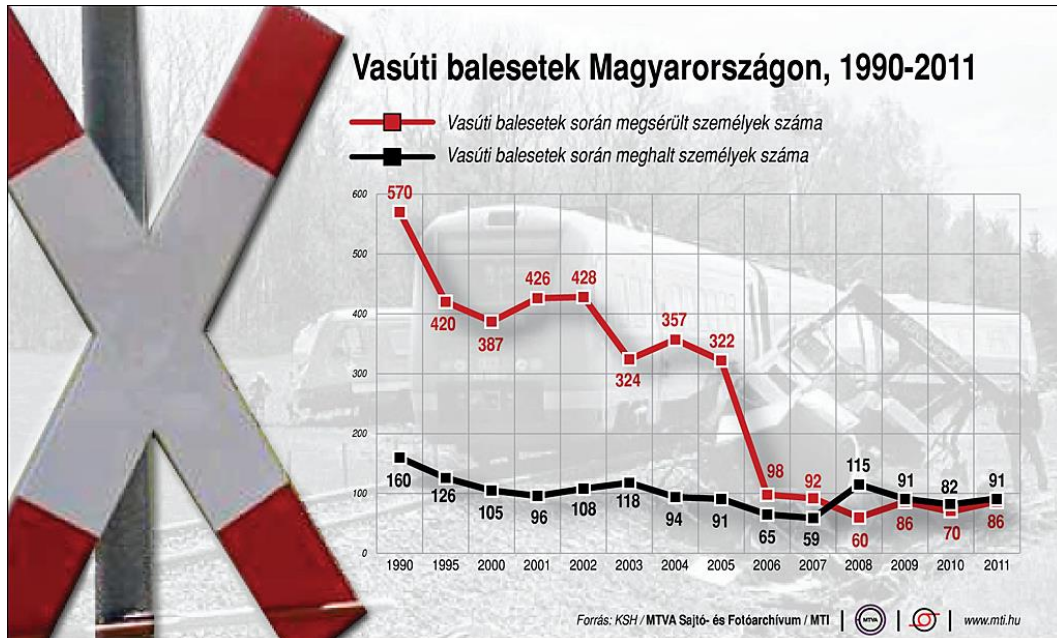
A közösségi közlekedésben jelen lévő két legnagyobb versenytársnak bemutatása után, a vonat előnyeit és hátrányait összegezném, későbbi fejezetben (5.3. *alfejezet*) erről SWOT analízist is készítek. A vonat a legkényelmesebb utazási mód, itt van ugyanis a legtöbb hely az utasok és poggyászaik számára. Bizonyára sokak számára ismerős, az a repülő út, amikor még a lábunkat sincs hely kinyújtani, vonaton viszont a hosszú út során bátran felállhatnak, kinyújtózkodhatnak az utasok, sőt még akár sétálhatnak is a vagonok között. A vasút kötött pályán közlekedik, ezért sokkal egyenletesebben mozog, mint például az autóbusz. Kérdőív válaszadóinak is 48,6%-a írta, hogy legnagyobb előnye a vasúti közlekedésnek, hogy rendkívül kényelmes. Ezt követően, 42,1% szerint az a legjobb, hogy vonatozni csoportosan is lehet, míg személyautóban legfeljebb öt ember tud egyszerre utazni.

Ugyancsak fontos szempont, hogy a legtöbb városban a vonat az, amely legközelebb visz a központhoz. Vegyük például Budapestet, távolsági buszról az utasok Népliget vagy Puskás Ferenc Stadion buszállomáson szállhatnak le, míg vasút esetén a Nyugati- és Keleti pályaudvarra érkeznek, mely jelentősen közelebb van a belvároshoz. Bizonyos útvonalakon, a vonat a leggyorsabb közlekedési mód, azonban vannak további olyan útszakaszok, amelyek fejlesztésre szorulnak. A MÁV jelenleg leggyorsabb vonatja Budapest Záhony távot 3 óra 58 perc alatt teszi meg, a Google Maps útvonaltervezője szerint autóval a leggyorsabb úton haladva 2 óra 58 perc alatt lehet ugyanezt a távot megtenni személyautóval. Mindössze az egy órás különbség azt mutatja, hogy a gyorsvasút abszolút versenyképes időt fut az autóval, azonban még mindig van hova fejlődni.

Végül, a legfontosabb előnye a vasútnak, hogy az összes közlekedési eszköz közül ez a legbiztonságosabb. A Központi Statisztikai Hivatal sajnos nem részletezi, mely közlekedési balesetben hány ember hal meg évente, ezért aktuális adat hiányában egy korábbi kutatás alapján készült diagramot mutatok be. Jól látható az ábrán, hogy 1990 óta szignifikánsan lecsökkent a vasúti balesetek száma 2011-re. Legfrissebb szám is sajnos több mint nyolc éves, megállapításunk szempontjából azonban még ez is fontos lehet –

2012-ig bezárólag ugyanis mindössze 424 utas vesztette életét a magyar vasút 166 éves történelmében.<sup>23</sup>

5. ábra: Vasúti balesetek Magyarországon (1990-2011)



Forrás: Központi Statisztikai Hivatal közzététele<sup>24</sup>

Összességében tehát jól látható, hogy még esetleges vonatbalesetek is csak nagyon ritkán halálos végkimenetűek. A vonat kocsikban tehát rendkívül jól védve vannak az utasok a balesetektől.

### 3.2. Benchmarking

A MÁV az utazóközönségének tájékozottsága miatt nem teheti meg, hogy ne mérje magát a környező országok fejlettségi szintjéhez. Folyamatmenedzsment során a környező országok vasúti pályájának hálózati szintjéhez, különösképpen Ausztriához illetőleg Csehországhoz mérik magukat. Elkerülhetetlen, hogy a szomszédos országokat figyelemmel tartsa a MÁV és akarva-akaratlanul is alkalmazkodjon hozzájuk, hiszen számos nemzetközi útvonal sikeressége közös cél. *“Minden infrastrukturális fejlesztésnél figyelembe veszi a MÁV a többi teherforgalmat bonyolító vasútvállalat igényeit, jó példa*

<sup>23</sup> Somogyi-Tóth Dániel (2012): Mi is az a vasúti baleset? Elérhető: <http://iho.hu/hir/mi-is-az-a-vasuti-baleset-120908> (Olvasva: 2020.05.05)

<sup>24</sup> Központi Statisztikai Hivatal közzététele (2012.08.17.) Elérhető [iho.hu/vasuti-balesetek-magyarorszagon-120817](http://iho.hu/vasuti-balesetek-magyarorszagon-120817) (Olvasva: 2020.05.18)



*erre a Budapest-Belgrád vonal magyarországi szakaszának építkezése, egy meglévő nyomvonalon fog kiépülni az új vasúti pálya.*” – mondta Miklós Zsófia kommunikációs igazgató mélyinterjúnk során.

Ahogy Viroztkó József - projektfelügyeleti irodavezető - is említette mélyinterjú során *„Ausztria képviseli az origót, mint európai színvonalon is kiemelkedő hálózati adottságokkal bíró, a magyar vasúti hálózattal pedig számos ponton összeköttetésben, sőt átfedésben lévő ország (ld. Railjet szolgáltatás, GySEV). Hosszú távon a MÁV célja csakis az lehet, hogy legalább a törzshálózat tekintetében minél jobban megközelítse Ausztria színvonalát. A teljes hálózatra vetítve közép és rövidtávon a szlovák, illetve cseh szolgáltatási színvonal megközelítése – egyes viszonylatokon meghaladása – a reális célkitűzés.*”

Többek között az eltérő szerkezet, szervezeti felépítés és pályahálózati hossz miatt azonban a MÁV saját útját is járja, természetesen ennek történelmi és gazdasági okai is vannak egyaránt.

## 4. A MÁV CSOPORT SZEREPE A MAGYAR VASÚTI ÉLETBEN

A MÁV csoport szerepe jóval nagyobb a magyar vasúti közlekedésben, mint mondjuk egy nemzeti légitársaság szerepe egy ország légi forgalmában. Az egész országot átívelő infrastruktúra rendszer kiépíteni, folyamatos fejlesztése, és karbantartása is a feladatok között szerepel, ami miatt egy végtelenül összetett, sok munkaköri ágra kiterjedő vállalatról beszélünk.

A MÁV Zrt. összesen több mint hétezer kilométernyi vasúti pályát tart fenn.<sup>25</sup> Külön feladatot képez az állomások üzemeltetése, fejlesztése is.

### 4.1. Története

A lakosság jó része meg van róla győződve Magyarországon, hogy a magyar vasút és a MÁV története együtt kezdődött el, ez nem így van. Már 1846-ban elkészült az első vasútvonal, ami a Magyar Északi Vasúti Társaság nevéhez fűződik, és amit később hét és fél millió forintos áron vásárolt meg a magyar állam, abból a hatvan millió forintnyi kölcsön pénzből, amit a kormány a vasút és csatornaépítésre vett fel.<sup>26</sup>

1869-ben tehát megszületett a Magyar Királyi Államvasutak, amit Mikó Imre, akkori közmunka és közlekedési miniszter terjesztett elő, mely szerint „hazánk minél rövidebb idő alatt minél több vasúttal bírjon”.<sup>27</sup>

A magyar vasútrendszer nagy részét továbbra is magántársaságok építették és működtették, viszont 1876-tól kezdve azoknak a magán társaságoknak a vonalait, akik nehéz anyagi helyzetbe kerültek, a MÁV felvásárolta. Apránként tehát, de lassan a vasútrendszer nagy része, több mint ötezer km vasút pálya került a MÁV-hoz.<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> MÁV Zrt. – Vasúti pályahossz Elérhető: <https://www.mavcsoport.hu/mav/bemutakozas> (Olvasva: 2020.04.20)

<sup>26</sup> Világ gazdaság – 150 éves a MÁV (2018) Elérhető: <https://www.vg.hu/vallalatok/kozlekedes/150-eves-a-mav-978556/> (Olvasva: 2020.04.21)

<sup>27</sup> Andó Gergely, Árva Kálmán, Balázs György, Frisnyák Zsuzsa, Kisteleki Mihály, Köller László, Mucsi Barnabás, Nagy Tamás, Raáb Mátyás, T. Hámori Ferenc (2019): *A Magyar Államvasutak képes krónikája*, Indóház Közlekedési Kiadó, Budapest 6. oldal (Olvasva: 2020.04.02.)

<sup>28</sup> Világ gazdaság – 150 éves a MÁV (2018) Elérhető: <https://www.vg.hu/vallalatok/kozlekedes/150-eves-a-mav-978556/> (Olvasva: 2020.04.21)

A vállalat fejlődött, a MÁVAG nevű gépgyárban gőzmozdonyok készültek, a szociális ellátása kiemelkedőnek számított az ország életében, azonban a trianoni békeszerződés miatt a vasútvonalak csak nagyjából egyharmada maradt meg, az új határok a legtöbbet félbe vágták. A fejlesztések hasonló ütemben folytatódtak, mint a békeszerződés előtt, 1946-ra a károk helyreállításra kerültek és 1600 személykocsi vesz részt a forgalomban, majd az állam fennhatósága került a vállalat, egészen a rendszerváltásig.<sup>29</sup>

A rendszerváltást követően a MÁV-ot privatizációs hullámok sújtották, így az egységek külön működtek tovább.

1993-tól kezdődött a MÁV új érája, MÁV Rt. néven újra az állomhoz került, és azóta már számos leányvállalatával együtt képezik a MÁV csoportot.

2014-ig bezárólag a vállalat kezében több, mint négyszáz dízel és majdnem ötszáz elektromos hajtású mozdony volt.<sup>30</sup>

A vállalat jelenlegi szervezeti felépítését tekintve hierarchikus és 2018. augusztus 2-től az elnök-vezérigazgatói pozíciót Dr. Homolya Róbert látja el.<sup>31</sup>

#### **4.2. MÁV- START Zrt.**

Korábban a vasúttársaságok, szerte Európában, összevonva kezelték a személyszállítást, az áru szállítást, és az egyéb szolgáltatásait, amit egy vasúttársaság nyújtani tud, mint a pályák karbantartása, vasúti kocsik, mozdonyok karbantartása, stb. A 2000-es évek szép lassan mindenhol elterjed ezeknek a szét osztása, így sokkal jobban átláthatóvá vált a rendszer. Ez a lépés Magyarországon 2006. októberében jött el, és a MÁV-START Zrt. lett a személyszállításért felelős leányvállalat.<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup> Andó Gergely, Árva Kálmán, Balázs György, Frisnyák Zsuzsa, Kisteleki Mihály, Köller László, Mucsi Barnabás, Nagy Tamás, Raáb Mátyás, T. Hámori Ferenc (2019): *A Magyar Államvasutak képes krónikája*, Indóház Közlekedési Kiadó, Budapest 92. oldal (Olvasva: 2020.04.21)

<sup>30</sup> Mozdonyok Elérhető: [http://www.vonatosszeallitas.hu/jarmuvek\\_mav\\_mozdonyok.html](http://www.vonatosszeallitas.hu/jarmuvek_mav_mozdonyok.html) (Olvasva: 2020.04.21.)

<sup>31</sup> Vasutas magazin: *Izgalmas idő elé néz a MÁV* (2018. szeptember), 68. szám 11. oldal (Olvasva: 2020.05.12.)

<sup>32</sup> MÁV-START Zrt. alapítása Elérhető: [https://hu.wikipedia.org/wiki/M%C3%81V-START\\_Zrt.](https://hu.wikipedia.org/wiki/M%C3%81V-START_Zrt.) (Olvasva: 2020.05.04.)

Jelenleg 13 kategóriáját különböztetik meg a járatoknak, amit itthon a MÁV-START Zrt. szolgál ki. A legmodernebb a Railjet, ami az osztrák szövetségi vasutak terméke. A szerelvény képes a több, mint 230 km/h –s utazó sebességre is, talán ez lehet az első, Magyarországon nagy sebességgel közlekedő vonat, ha a szükséges fejlesztések elkészülnek vonalainkon.<sup>33</sup>

A MÁV-START Zrt. is reagált a koronavírus járványra, 2020 áprilisában jelentette be, hogy célországától függetlenül, a május 31-ig szóló nemzetközi jegyeknek az árát, térítés mentesen (tehát kezelési költség nélkül) visszaszolgáltatja a jegy megrendelőjének.<sup>34</sup>

Az áprilisi hónapban került bejelentésre továbbá az is, hogy a vállalat saját fejlesztésű, IC+ elnevezésű vasúti kocsik megkapták a közlekedéshez elengedhetetlen engedélyeket, ezzel is kívánják emelni a Magyarországra köthető hazai, és külföldi vasúti közlekedést.<sup>35</sup>

### 4.3. SWOT analízis

A SWOT olyan elemzési módszer, mely során táblázatba szedve, felsorakoztatjuk a vállalat gyenge és erős pontjait, valamint jövőbeli lehetőségeit és veszélyeit.

**Erősségek** közé olyan jellemzőket kell felsorolni, amiben a vállalat kiemelkedően jó, amire büszke. Olyan jellemzőket, amikre támaszkodni tudunk a jövőben, például szakmai tudás, tapasztalat, meglévő erőforrás.

**Gyengeségek:** A gyengeségek közé olyan jellemzőket sorolunk fel, amikkel elégedetlenek vagyunk, mindennapos problémát okoznak. A gyengeségek felhívják a figyelmet, arra, hogy melyik területek igényelnek fejlesztést. Például az elavult technológia, vagy alulképzett munkaerő ide sorolható.

---

<sup>33</sup> Railjet sebesség Elérhető: <https://www.oebb.at/en/reiseplanung-services/im-zug/unsere-zuege/railjet.html> (Olvasva: 2020. 04.27.)

<sup>34</sup> MÁV-START Zrt. - A vasúttársaság meghosszabbította a nemzetközi jegyek díjmentes visszaterítését (2020) Elérhető: <https://www.mavsoport.hu/mav-start/vasuttarsasag-meghosszabbította-nemzetkozi-jegyek-dijmentes-visszateriteset> (Olvasva: 2020.04.22)

<sup>35</sup> MÁV-START Zrt. – Folyamatosan állnak forgalomba a hazai gyártású IC+ kocsik (2020) Elérhető: <https://www.mavsoport.hu/mav-start/folyamatosan-allnak-forgalomba-hazai-gyartasu-ic-kocsik> (Olvasva: 2020.04.22)

**Lehetőségek és veszélyek** a vállalaton kívüli, külső környezetből származó jellemzők.<sup>36</sup> Lehetőségek közé felsorolható például a fogyasztói igények növekedése, vagy pályázati lehetőségek. Veszélyek közé például törvényi szabályzások, árfolyam alakulás is feljegyezhető.

2. táblázat: SWOT analízis

| <b>Erősségek</b>  | <b>Gyengeségek</b>   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kényelmes, gyors utazás</li> <li>- Nagyobb csomagok / kerékpár / kisállat szállítására alkalmas</li> <li>- Biztonságos, időjárástól kevésbé függő közlekedés</li> <li>- Jó nemzetközi kapcsolatok, kelet-közép-európai dominancia</li> <li>- Kiemelten jó földrajzi elhelyezkedés</li> <li>- Technológiai fejlesztés (online platformon elérhető érintésmentes jegy és bérlet vásárlás, MÁV applikáció)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kötött pályás közlekedés</li> <li>- Menetrend</li> <li>- Elavult személy gépkocsipark</li> <li>- Korszerűtlen állomási infrastruktúra</li> <li>- Fejlesztési forráshiány, likviditási problémák</li> <li>- Frontemberek nyelvtudási hiányosságai</li> </ul> |
| <b>Lehetőségek</b>  | <b>Veszélyek</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- EU támogatási lehetőségek a vasúti személyszállítás fejlesztésére</li> <li>- Személygépkocsik magas üzemeltetési költsége (egyre drágább üzemanyag árak)</li> <li>- Bizonytalan sofőrök kedvezőtlen időjárás vagy túl hosszú táv esetén</li> <li>- Zsúfolt közutak, balesetveszélyes közlekedés</li> <li>- Környezettudatos társadalmi elvárások</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Javuló közúti közlekedés infrastruktúra</li> <li>- Olcsó autópálya matrica és fapados repülőjegy árak</li> </ul>  |

Forrás: Perger, I. - Kötőpályás szolgáltatások tervezése és szervezése (2016)<sup>37</sup>

<sup>36</sup> Osvath Kata (2010) – SWOT analízis lényege, folyamata Elérhető: <https://docplayer.hu/4990327-1-swot-analízis-lenyege-folyamata.html> 2. oldal (Olvasva: 2020.04.27)

<sup>37</sup> Perger, I. - Kötőpályás szolgáltatások tervezése és szervezése (2016) Elérhető: <https://docplayer.hu/40578528-Kotottpalyas-szolgáltatások-tervezése-es-szervezése-1.html> 42. és 43. oldal (Olvasva: 2020.04.27)

#### 4.4. MÁV marketingkommunikációja

Marketingkommunikáció szempontjából kiindulás, hogy meghatározzuk a célcsoportokat és nekik szánt üzenet-rendszert alakítunk ki. A kommunikációs csatornák kiválasztásakor figyelemmel kell venni, hogy egyes célcsoportok mely médiumokat és telekommunikációs eszközt használják, ezen keresztül tudjuk ugyanis elérni mindazokat, akikhez szólni szeretnénk.

A MÁV csoport szempontjából három különböző „terméket” különböztetünk meg, a budapesti és elővárosi vonatokat, az Intercity vonatokat és az Adriai és atlanti nemzetközi vonatokat. Minden termék más és más célcsoport számára nyújt utazási lehetőséget. A budapesti elővárosi vonatok jellemzően a munkába és iskolába ingázó diákok számára, valamint osztály-kirándulások alkalmasak. Az Intercity vonatok célcsoportja - melyek jellemzően hosszabb távon közlekednek, és kiemelten jó utazási környezetet biztosítanak az utasok számára – az üzletemberek, és belföldi útra induló turisták. Az adriai és atlanti nemzetközi vonatok célcsoportja pedig a külföldi, hosszabb útra induló turisták, szervezett beutazók vagy alkalmi nyaralók.

A sikeres kommunikáció érdekében, következetességre, tervezettségre, felkészültségre és nyitottságra van szükség. A marketing külső kommunikációjához tartozik minden információ, amit a vállalat magáról tudatni szeretne az emberek felé, beleértve minden marketing és PR tevékenységet. A MÁV által alkalmazott marketingkommunikációs eszközök közül kiemelném a klasszikus –úgy nevezett above the line (ATL) – reklámokat, melyhez tartozik a nyomtatott sajtóhirdetések, szabadtéri plakátok, televíziós és rádiós blokkok. Valamint a nem hagyományos –below the line (BTL)- reklámokat, melyhez tartozik a direktmarketing, szponzorálás vagy vásárláshelyi reklám. (ATL és BTL könyv forrásként)

A MÁV marketingkommunikációjának elsődleges szerepe, hogy tájékoztassa az utazóközönséget, megismertesse a vállalat innovációit, értesítse a legújabb változásokról, növelje a vásárlási kedvet.

## 5. REKLÁM

Philip Kotler elméleti modellje alapján a marketingkommunikációs eszközöket négy nagycsoportba tudjuk csoportosítani, ezek közül az egyik a reklám.<sup>38</sup>

Magyar Reklám Szövetség által meghatározott, 2008. évi XLVIII. törvény alapján, a reklám:

*„ olyan közlés, tájékoztatás, illetve megjelenítési mód, amely valamely birtokba vehető forgalomképes ingó dolog (termék), szolgáltatás, ingatlan, vagyoni értékű jog (áru) értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás neve, megjelölése, tevékenysége népszerűsítésére vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányul (reklám) ”*<sup>39</sup>

A reklámok elsődleges célja, hogy, a fogyasztókat próbálja meggyőzni a termék, vagy szolgáltatás megvásárlásáról, felhasználva a kereslet és a kínálat közötti kialakult rést. Egy folyamatosan, szinte hónapról hónapra változó szakterület, hiszen a folyamatos, és felgyorsult technikai fejlődésnek köszönhetően folyamatosan jelennek meg új felületek, és tűnnek el régiék, amik alkalmasak a reklámozásra. A nyomtatott sajtó, a tv, és hasonló, régebbi módszerekkel már csak az idősebb korcsoportokat lehet megcélozni, a fiatalabb célcsoporttal rendelkező vállalkozásoknak, manapság már az internet világában kell gondolkozniuk, elsősorban a közösségi médiában, ami lehet tényleges hirdetés, vagy például influencereken – véleményvezéreken - keresztüli bújtatott hirdetés. Az interneten kívüli reklámoknak igen kreatívnak kell lenni ahhoz, hogy az embereknek megragadja a figyelmüket.

A reklámokkal kapcsolatban az általános vélekedés az, hogy nagyrészt az átverés, kizsákmányolás, és az emberekre erőltetés eszközei, azonban a valóság ettől azért némiképpen eltérő. A reklámok segítségével fogyaszthatunk az interneten ingyen tartalmakat, illetve a reklámok jórészenek hasznos, tájékoztató ereje is van, hiszen már itt is elengedhetetlen a társadalmi felelősségvállalás.<sup>40</sup>

---

<sup>38</sup> Philip Kotler (2002): Marketing menedzsment, Budapest: KJK-KERSZÖV Jogi és üzleti kiadó. (Olvasva: 2020. 04. 28.)

<sup>39</sup> Magyar Reklám Szövetség – Reklámjog és szabályozás Elérhető: <https://mrsz.hu/reklamjog/jogszabalyok> (Olvasva: 2020. 04. 28.)

<sup>40</sup> Trademagazin - Miért hasznos a reklám mindenkinek? (2015 Elérhető: <https://trademagazin.hu/hu/miert-hasznos-a-reklam-mindenkinek/> (Olvasva:2020.04.25)

Reklámfelülettől függően megkülönböztetünk ATL és BTL reklámokat.<sup>41</sup> Az ATL (Above The Line), vonal feletti eszközök például a televízió, a rádió, nyomtatott sajtó, közösségi területen elhelyezett óriásplakátok, sőt még az internetes felületek is. A BTL (Below The Line), azaz vonal alatti marketing kommunikációs eszközök közé sorolandó az eladásösztönzés, direkt marketing, vásárláshelyi reklám. A szakdolgozati témaválasztás szempontjából az ATL reklámok fontosak számunkra, ezeket a reklám eszközöket alkalmazzák ugyanis legtöbbször mind vasúti „Ön reklám”-ra, mind pedig vasúti kocsiban elhelyezett reklámfelületek bérlésekor. Noha, az elmúlt húsz év töretlen digitális fejlődésének köszönhetően egyre kevesebb offline reklámot, és egyre több online reklámot alkalmaznak reklám céljából, vasúti pályaudvarok, vonat kocsik és megállók továbbá is népszerű felületnek számítanak. Magunk sem gondolnánk, hogy a pályaudvarokon elhelyezett reklámok mellett milyen sok ember siet el nap, mint nap. A Keleti Pályaudvaron például naponta több mint 30 ezer ember fordul meg, csak erről a vasútállomásról napi 400 vonat indul és érkezik.<sup>42</sup> Érdeemes továbbá megjegyezni, hogy a vasúti eszközök útjuk során több ezer km-t tesznek meg naponta, így a felületükre elhelyezett reklám hatalmas célközönséget ér el, az ország különböző területein, egyes esetekben pedig még más külföldi területeken is.

6. ábra: ATL reklám a Keleti Pályaudvaron parkoló mozdony felületén



Forrás: MÁV-csoport honlap<sup>43</sup>

<sup>41</sup> Karó Julianna (2011): ATL és BTL eszközök alkalmazása a magyarországi mikro-, kis-és középvállalkozásokban. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest. (Olvasva: 2020. 04. 28.)

<sup>42</sup> Turizmus.com - Jövőre új utascentrumot kaphat a Keleti (2019) Elérhető: <https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/jovore-uj-utascentrumot-kaphat-a-keleti-1164145> (Olvasva:2020. 04. 28.)

<sup>43</sup> MÁV csoport- Féláron utazhatunk vonattal a vizes vb-re (2017) Elérhető: <https://www.mavcsoport.hu/mav/felaron-utazhatunk-vonattal-vizes-vb-re> (Olvasva:2020. 04. 28.)



## 5.1. Vasúti reklámok

A vasúti reklámok témájának két fő kategóriája van. Az első, a vasútvonalakon kívül eső, viszont a vasút használatára vonatkozó reklámok, tehát az ún. „önreklám”, a másik pedig a vasúttársaságok bevételeit gyarapító, saját felületen elhelyezett bér reklámok.

A lenti ábrán a MÁV csoport „*Ha nagy leszek, vasutas leszek!*” című rajzpályázatának győztes műveit láthatjuk, egy mozdonyra festve. Ez a típusú figyelemfelkeltő Önreklám nagyszerű munkaerő toborzó lehetőség.

7. ábra: MÁV csoport munkaerő toborzó "Önreklám"



Forrás: MÁV-csoport<sup>44</sup>,2016

A saját felületen elhelyezett bér reklámok a jellemzőbbek, hiszen ezek jelentős bevételt hoznak a vasúttársaság számára. A MÁV - Magyar Államvasutak Zrt. tulajdonában/kezelésében, vagy más jogcímen használatában lévő ingatlanok területén – így különösen vasútállomások, pályaudvarok, egyéb épületek, vasútvonalak és töltések mentén lévő terület, stb. – kialakított vagy kialakítható reklámhelyek hasznosítása óriásplakát és citylight eszközök telepítése céljából<sup>45</sup> pályázatot indít. A pályázat módja nyilvános, kétfordulós (részvételi és ajánlattételi szakasz), tárgyalásos eljárás mely során megszülethet a megállapodás a MÁV és a hirdető fél között.

<sup>44</sup> MÁV csoport- Felavatták a MÁV-START gyermekrajzokkal díszített mozdonyát (2016) Elérhető: <https://www.mavcsoport.hu/mav-csoport/felavattak-mav-start-gyermekrajzokkal-diszített-mozdonyat> (Olvasva: 2020.04.28)

<sup>45</sup> MÁV csoport- Területek reklám célú bérbeadásra Elérhető:[https://www.mavcsoport.hu/sites/default/files/upload/tender/document/public/teruletek\\_reklam\\_celu\\_berbeadasara.pdf](https://www.mavcsoport.hu/sites/default/files/upload/tender/document/public/teruletek_reklam_celu_berbeadasara.pdf) (Olvasva: 2020.05.05.)

A MÁV tulajdonában lévő, bérelhető reklámhelyek a következő táblázatban részletesen is láthatók:

8. ábra: MÁV Zrt. tulajdonában álló, potenciálisan kihelyezhető reklámeszközök összesítése

| Reklámeszközök típusai   | jelenleg szerződéssel biztosított, minimális eszközsám (db) | potenciális eszközsám (db) | Pályázó által megajánlott átlagos bérleti díj (Ft/db/hó + áfa) | Pályázó által megajánlott eszközsám (db) |
|--------------------------|---|----------------------------|--|--|
| Óriásplakát              | 809   | 200                        |  |  |
| Óriásplakát Budapest I.  | 595   |                            |  |  |
| Óriásplakát Budapest II. |   |                            |  |  |
| Óriásplakát vidék        | 214   |                            |  |  |
| Forgóprizma Budapest I.  |   |                            |  |  |
| Forgóprizma Budapest II. |   |                            |  |  |
| Forgóprizma Vidék        |   |                            |  |  |
| Roll-up                  | 36  |                            |  |  |
| Roll-up Budapest I.      | 36  |                            |  |  |
| Roll-up Budapest II.     |   |                            |  |  |
| Roll-up vidék            |   |                            |  |  |
| Citylight                | 54  | 46                         |  |  |
| citylight Budapest I.    | 32  |                            |  |  |
| citylight Budapest II.   |   |                            |  |  |
| citylight vidék          | 22  |                            |  |  |
| Összesen:                |   |                            |  |  |

Forrás: MÁV csoport (2013) - Területek reklámcélú bérbeadásra<sup>46</sup>

A MÁV tulajdonában álló reklámeszközök nem fix áron bérelhetők, az első körös pályázás során a pályázónak fel kell tüntetnie egy ajánlatot reklámeszközök típusai és ingatlanonként, egységárral, a későbbiekben a MÁV munkatársa felveszi a kapcsolatot a pályázóval és sor kerül a személyes tárgyalásra. Sikeres pályázás esetén a megkötött reklámbérleti szerződés 5+5 éves időtartamra szól.

Célszerű még a vasútvonalak mentén, vonatról jól látható óriás hirdető táblák kibérelése, főleg azokon a vonalakon, ahol a legtöbb ember közlekedik nap, mint nap, vagy olyan megálló közelében ahol a legtöbbet várakozik a vonat (például Siófok

<sup>46</sup> MÁV csoport- Területek reklám célú bérbeadásra Elérhető: [https://www.mavcsoport.hu/sites/default/files/upload/tender/document/public/teruletek\\_reklam\\_celu\\_berbeadasara.pdf](https://www.mavcsoport.hu/sites/default/files/upload/tender/document/public/teruletek_reklam_celu_berbeadasara.pdf) (Olvasva: 2020.05.05.)

vasútállomás, nyáron). További előnyt jelent a vasúti reklámnál a tény, hogy egy elég jól behatárolható társadalmi réteg használja rendszeresen a vasútvonalakat, így annak a hirdetőnek, akinek ez a célcsoportja, nagyon jó befektetett pénz – megtérülési arányt érhet el.

Primer kutatásom részeként, a kitöltőket a vasúti reklámokról is kérdeztem. Válaszadók jelentős többsége 58,7% leggyakrabban vasúti kocsiban találkozik MÁV reklámmal, 36,5% online platformokon és 34,6% internetes oldalakon. A válaszok jól tükrözik, hogy a vállalat mind offline, mind pedig online platformon elérhető marketing eszközökön kommunikálnak az emberekkel. A válaszokból arra a következtetésre juthatunk, hogy mindkét típusú reklám sikeres, az üzenet eljut a fogyasztókhoz. A válaszadók 5,8%-a jelölte csak be a rádiós reklámokat.

### **5.1.1. Régi reklámfilmek**

Az első vizsgált reklámfilmben a Bzmot, népi nevén a „piroska” van a főszerepben, mivel ezt a típust 1977-ben kezdték el gyártani, a reklámfilm valószínű a 70-es évek végén, a 80-as évek elején készült. A reklám nagy részében nyaralni induló, és utazó fiatalok láthatóak, egy jelentben elmennek egy autó mellett is, ezzel hangsúlyozva a vasút gyorsaságát.<sup>47</sup>

Egy másik, ugyancsak hetvenes években már vetített, de még a nyolcvanas években is használt reklám a jegyek előre megváltását népszerűsítette, és a reklám forgatókönyve igazán egyszerű. Egy középkorú házaspár lekési a vonatot, és a feleség rászól a férjre, hogy előre meg kellett volna váltani a jegyeiket. A reklám célja, hogy átadja az információt, miszerint az előre megváltott jegyek segítségével jobban ki lehet számolni már előre a vonatok telítettségét, így változtatva a vagonok számát, vagy változtatni akár a menetrenden is.<sup>48</sup>

A következő megvizsgált reklám a Magyar Filmmúzeum által került felújításra. Egy igen hosszú munkaerő toborzó céllal készített reklámfilm, megelőzve korának

---

<sup>47</sup> Youtube.com, Retro reklám (2013)– MÁV Elérhető: <https://www.youtube.com/watch?v=I-A0fN-UTV4> (Megtekintve: 2020.04.22)

<sup>48</sup> Youtube.com, MÁV jegyelővétel – régi reklám (2008) Elérhető: [https://www.youtube.com/watch?v=EZBkdC\\_L1qY](https://www.youtube.com/watch?v=EZBkdC_L1qY) (Megtekintve: 2020.04.22)

színvonalát. A produkció első részében ismertetik a magyar vasút akkor még kiemelkedően hosszú vasúthálózatát, látványos felvételek az akkor még fiatal mozdonyokról, új váltókról, közben pedig az új munkaerő fontosságáról szól a hanganyag alatta. Ezek után a konkrét munkakörökről esik szó, először például a vasúti köveket igazgató gépek, gépkezelői állását mutatják be, hozzá téve, hogy lehetőséget biztosítanak a képzetlen fiataloknak a szakképesítés megszerzéséhez is. Bemutatásra került még többek között a kocsivizsgáló, vasúti járműszerelő, mozdonyvezető, vasutas, forgalmi szolgálattevők, váltókezelő, pénztáros, jegyvizsgáló munkakör is. Minden munkakör esetében kiemelik, hogy milyen előképzettség szükséges, ami legtöbbször a mai normákhoz képest alacsony képzettséget igényelt, nyolc általános, vagy maximum gimnáziumi végzettséget. Kiemelik továbbá, hogy a nyugdíjkorhatár bizonyos pozíciók esetén alacsonyabb, mint az törvényileg előírt. Ez a férfiak esetében 5 évet, a nők esetében 10 évet jelentett, ami egy igen nagy engedmény. A reklámfilm végén még egyéb juttatásokat is elsorolják, mint MÁV üdülő, munkásszálló, külföldre utazási lehetőség.<sup>49</sup>

## 5.2. Szakértői vélemény a MÁV reklámokról

Mélyinterjúm során arról kérdeztem a szakértőket, tapasztalatuk alapján, milyen tartalommal lehet a legjobban megérinteni az utazóközönséget.

Virosztkó József – projektfelügyeleti irodavezető – véleménye szerint utazók igénye, hogy a vasutak pontosan legyenek, minél rövidebb idő alatt, és minél inkább európai környezetben érje el az utas, utazási célját. *„Ennek megfelelően bármilyen olyan egyszerű és kézzelfogható, lehetőség szerint vizuális üzenet, amely e faktorok fejlődését mutatja be hasznos lehet, különösen, ha van lokális hatása.”*

Béres Barna - üzemeltetési főigazgató- szerint a magyar utazóközönség jellemzően ár-érték arányban gondolkodik, ezért *„mindenképp a szolgáltatás minőségére és annak a díjára érdemes figyelmet fordítani.”* Sárvári Piroska – volt üzemeltetési főigazgató – szintén alátámasztotta Béres Barna állítását, miszerint a magyar utasok rendkívül ár-érzékenyek, ennek értelmében az *„online felületen vagy adott napon olcsóbb*

---

<sup>49</sup> Youtube.com - Hív a vasút! Vár a MÁV! (2011) Elérhető: <https://www.youtube.com/watch?v=2e7hEP9oVOY> (Megtekintve: 2020.04.22)

*jegyvásárlás, nagyobb rendezvények megtartásánál az utazóközönség egyszerűbb és olcsóbb eljutását segítve kedvezményes jegyek” reklámozása sikeres akció lehet.*

Miklós Zsófia - kommunikációs igazgató - úgy fogalmazott, legjobban az utazóközönséget a szolgáltatásfejlesztés és korszerűsítés reklámozásával - *„például új motorvonatok, digitalizált jegyértékesítési rendszer-MÁV APP, Balaton Express étkező szolgáltatás”*- lehet megérinteni.

Továbbá, Sárvári Piroska hozzátette, hogy a vasút versenytársa a légi közlekedés, az olcsó fapados repülőjegyek különösen nagy konkurenciát jelentenek a közelben található, népszerű európai városok, például Bécs, Prága vagy Zürich esetében, ezért erre különös figyelmet kell fordítani a MÁV reklámoknak. *„A vonatállomások általában a városok központjában találhatóak, míg a repterek a városok szélén, így meghosszabbítva az utazást egy „ismeretlen” területen. Továbbá a reptereken felszállást megelőzően kb. 2 órával hamarabb kell megérkezni és leszállást követően is kb. 1 óra mire eltudjuk hagyni a repteret. Meg kell említeni természetesen azt is, hogy a repülőgép társaságok fapados járatainak jegyeit, amennyiben kellő időben vásároljuk meg, akkor még a plusz idővel kalkulálva is általában jobban megéri.”*

## 6. KAMPÁNYOK

### 6.1. Régebbi kampányok

#### 6.1.1. *Gyermekhang kampány*

2018. november 20-án - a gyermekjogok világnapján - a MÁV-csoport is csatlakozott az UNICEF Magyarország kampányához, mely lehetővé tette tizenhárom, a Gyermekvasútra látogató gyerekek számára, hogy vasutas egyenruhát öltönn magára, menetjegyet kezeljen, megismerkedjen a forgalmi szolgálattevői munkával és kipróbálhassa a váltóállítást is. A gyerekek rövid oktatást követően, önállóan végezheték munkájukat a Hűvösvölgyből Széchenyi-hegyig tartó vasútvonalon. A gyermekhang kampány életre szóló élményt nyújtott a gyerekek számára, akik egyedülálló alkalommal a forgalmi irodába, sőt a fűtőházba is bemehettek.

„Az UNICEF Gyerekhang kampányának fő üzenet: hallgassuk meg a gyerekek véleményét, figyeljünk oda rájuk, és osszuk meg velük az életüket érintő információkat.”<sup>50</sup>

#### 6.1.2. *„Tisztán robogjunk!” - graffiti ellenes kampány*

A graffiti történelme azonos időre nyúlik vissza, mint a kézírás megjelenése. A graffiti egyfajta modern kori kalligráfiaként is felfogható, hiszen ezeket a fali rajzokat már a történelemben is jellemzően vulgáris vagy politikai üzenettel rajzolták a középületek falaira. A graffitik először a 70-es években jelentek meg a New York-i metró vagonokon. Minél látványosabb és bonyolultabb graffitit sikerült a „művészeknek” felrajzolniuk, annál nagyobb volt a munka presztízse. „A szép, díszes graffitik elkészítése nem csak

---

<sup>50</sup> MÁV-csoport - UNICEF Gyerekhang kampány a Gyermekvasúton (2018) Elérhető: <https://www.mavcsoport.hu/mav-csoport/unicef-gyerekhang-kampany-gyermekvasuton> (Olvasva: 2020.04.27)

kézügyességet, időt és gyakorlást igényelt, de bátorságot is, mert készítőiknek metrószerelvény-remízekbe kellett betörni, és éjjeliőrök elől bujkálni.”<sup>51</sup>

A modern kalligráfia eltüntetése a vonatokról folyamatos feladatot jelent a MÁV-nak, a graffiti-mentesítés csak 2008-ban több, mint húsz és fél millió forintba került. Magunk sem gondolnánk, hogy a megrongált szerelvények „egymás mellé helyezve egy 8 kilométer hosszú és 2 méter magas, a Keleti pályaudvartól Rákos állomásig érő festményt tennének ki”.<sup>52</sup>

MÁV-START Zrt. több százmillió forintot költ évente a vonat kocsik átfestésére, beleértve az anti-graffiti réteg felvitelét. A „*Tisztán robogjunk!*” - graffiti ellenes kampány keretén belül társadalmi célú filmet<sup>53</sup> is készítettek, a vasúttársaság a médián keresztül kérte meg a polgárokat, hogy ha graffitizőket, rongálókat látnak, haladéktalanul jelezzék ezt a vasút vagy a rendőrség munkatársainak, akik így időben tudnak cselekedni.

A kampány sikerességét mutatja, hogy a MÁV-START 2008 májusában indított graffiti-mentesítési programja évi 20 %-kal csökkentette a graffiti-mennyiséget.

## 6.2. „Hol vagy, Kajla?”

2019 júniusában nagyszabású belföldi turisztikai keresletélénkítő és egyben tanító jellegű kampányt indított a Magyar Turisztikai Ügynökség. A kampány célja, hogy általános iskolai gyermekek (1-4. osztály) együtt fedezzék fel Magyarország csodáit egy kedves vizsla kölyökkutyával, Kajlával. A kampány keretén belül a Kajla útlevél felmutatásával a gyermekek Magyarországon összesen 41 látványosságot látogathatnak meg a szünetükben teljesen ingyen. Emellett számítógépes Kajla applikációt is

---

<sup>51</sup> Péli Péter (2010) – Művészet vagy vandalizmus? A graffitiről Elérhető: <https://m.nyest.hu/hirek/muveszet-vagy-vandalizmus-a-graffitiról> (Olvasva: 2020.04.27)

<sup>52</sup> MÁV- csoport (2016) - Kevesebb a vonatokon a graffiti, de így is milliókba kerül az eltávolításuk Elérhető: <https://www.mavcsoport.hu/mav-csoport/kevesebb-vonatokon-graffiti-de-igy-milliookba-kerul-eltavolitasuk> (Olvasva: 2020.04.27)

<sup>53</sup> MÁV-csoport- MÁV-csoport graffiti ellenes kampánya Elérhető: <https://www.youtube.com/watch?v=r1OHFVhnlS4&list=LLBFG3wgCW2zEBnZkGhyUjrQ&index=437> (Olvasva: 2020.04.27)

használhatnak, ahol Kajla kutya egyenként bemutatja a látványosságokat és különleges információkat, történeteket oszt meg mindegyik látványosságról a diákokkal.<sup>54</sup>

A kampányhoz csatlakozott a MÁV és a GYSEV is, „Kajla útlevelemmel (és diákigazolvánnyal) rendelkező gyermekek számára július hónapban ingyenes utazást, kísérőjük számára pedig 33%-os kedvezményt biztosít minden belföldi járaton.”<sup>55</sup>

### 6.3. MÁV applikáció kampány

2018-tól kiemelt technológia fejlesztés jegyében MÁV applikáción keresztül is vásárolhatnak elektromos jegyet és bérletet az utasok. Bármilyen IOS és Android szoftverrel ellátott okos telefonra letölthető Vonatinfo alkalmazásban az utas kiválaszthatja a menetjegyét, megvásárolhatja Simplepay kártyás fizetés útján és mentheti. A letöltött jegyeket az utasok mobiltelefonon tudják érintésmentesen bemutatni, akár offline, azaz internetelérés nélkül is. Az e-vonatjegy azon túl, hogy rendkívül praktikus, 10 %-os kedvezménnyel elérhető, sőt egyes utakra a Vonatinfo applikáció (@ jelzéssel) 20 %-os kedvezményt is biztosít. Az alkalmazás sikerességét mutatja, hogy a bevezetéssel közel egyidejűleg már 40 ezer vasúti jegyet váltottak az utazók, és néhány hét alatt több mint nyolcezer új felhasználó regisztrált,<sup>56</sup> velük együtt 2019 júliusára 390 ezer<sup>57</sup> ember használta az applikációt.

A MÁV applikáció reklámkampány arca Szabó Simon színész volt, “július 29. és augusztus 31. között hat nyomtatott sajtótermékben, a közösségi felületek mellett huszonnégy online portálon, három országos rádióadón, valamint kétszázötven óriásplakáton és száznyolcvan citylight felületen jelent meg az alkalmazás letöltésére buzdító üzenet.”<sup>58</sup> A reklámkampány összesen több mint 10 millió forintba került, a legnagyobb költséget az

---

<sup>54</sup> Turizmus.com - Kajla kutyával fedezhetik fel Magyarországot az iskolások (2019) Elérhető: <https://turizmus.com/szabalyozas-oroszagmarketing/kajla-kutyaval-fedezhetik-fel-magyarorszagot-az-iskolasok-1164471> (Olvasva: 2020.04.27)

<sup>55</sup> Hol vagy Kajla? – Magyar Turisztikai Ügynökség Elérhető: <https://kajla.hu/> (Olvasva: 2020.05.14.)

<sup>56</sup> MÁV csoport- Már bármely okostelefonnal vásárolható vonatjegy pár kattintással (2018) Elérhető: <https://www.mavcsoport.hu/mav-start/belfoldi-utazas/mar-barmely-okostelefonnal-vasarolható-vonatjegy-par-kattintással> (Olvasva: 2020.04.28)

<sup>57</sup> Hirado.hu - Egy hónap alatt 38 ezren töltötték le a MÁV-appot (2019) Elérhető: <https://hirado.hu/belfold/cikk/2019/10/17/egy-honap-alatt-38-ezren-toltottek-le-a-mav-appot> (Olvasva: 2020.04.28)

<sup>58</sup> Hirado.hu - Egy hónap alatt 38 ezren töltötték le a MÁV-appot (2019) Elérhető: <https://hirado.hu/belfold/cikk/2019/10/17/egy-honap-alatt-38-ezren-toltottek-le-a-mav-appot> (Olvasva: 2020.04.28)



outdoor plakátok és az úgynevezett CLP (közterületi city light poster) jelentették. Ezt követték a rádiós reklám blokkok, melyek összesen három országos rádióadón futottak egyszerre, a Retro a Petőfi Rádión és a Trend FM-en. Sorban harmadik helyen az online felületen történő hirdetések álltak, összesen huszonnégy platformon találkozhattak az interneten böngészők a reklámmal, a felületek közül néhányat kiemelnék: Life.hu, Origo, Funzine, Google valamint a legnépszerűbb közösségi oldal – a Facebook. A többi reklám felülethez viszonyítva a legkisebb reklámköltséget a nyomtatott sajtó jelentette, a Funzine, Flyers, Joy, Infopont és a Pestiest oldalain is találkozhattunk Szabó Simon MÁV applikáció letöltésére buzdító üzenetével.

A MÁV applikáció a reklámkampány előtt is működött, már ekkor is sokan használták mindennapi szolgáltatásra, azonban a kampányidőszakban 27 százalékkal megugrott a letöltők és regisztrálók száma. Szabó Simon - humoráról ismert - magyar színésszel való reklámozás tehát megtérült, ez a kampány lett az egyik legsikeresebb mind közül.

9. ábra: MÁV Applikáció kampánya Szabó Simonnal



Forrás: MÁV-START saját készítés, MÁV applikációs kampány

## 6.4. Aludj a tengerig, SEA←YOU tengerparti kampányok

A MÁV legújabb tengerparti városokba közlekedő SEA←YOU vonatai 2019. nyarától kezdtek el üzemelni. Budapestről elindulva, szlovén vagy horvát tengerparton is ébredhetnek az utazók. A kényelmes éjszakai utazás végett saját fürdőszobával ellátott, kettő, négy és hat fős hálókocsikban térhetnek nyugovóra az utasok. „Vonaton töltött, átaludt éjszaka után, reggel kipihenten érkezhetsz meg négy tengerparti üdülőhely valamelyikére, átszállás nélkül, aki az Adria vagy az Istria expresszvonatot választja.”<sup>59</sup>

Az Adri expresszvonaton közvetlenül Splitbe utazhatnak a nyaralók, átszállási lehetőséggel akár Zadar és Sibenik városa is elérhető. Az Istria expresszvonaton közvetlenül Fiumében ébredhetnek az utasok, további átszállással Abbázia, Koper, Pula vagy akár Trieszt is lehet a végállomás.<sup>60</sup>

Az úgy nevezett „aludj a tengerig” kampányt angol és magyar nyelven is hirdették, a Google és más közösségi média felületein. Az internetes kampány reklámköltségei jóval alacsonyabbak voltak, mint a korábban említett MÁV applikációé, mindössze pár millió forint volt összesen, mégis több millió emberhez eljutott.

A Google keresőben, a szöveges formátumú hirdetmény közel 10 ezer kattintást hozott, kb. 500 ezer felhasználónál jelent meg. A banner formátumú hirdetések 42 ezer kattintást hoztak és közel 5.5 millió felhasználónál jelenhettek meg.

SEA←YOU kampány mindössze egy hónapon keresztül, két közösségi média felületen is futott 2019-ben, a Facebookon és az Instagramon. A Facebookon ctw formátumú reklámokat kb.150 ezer felhasználót ért el, kb. 400 ezer alkalommal jelent meg a hírfolyamon. Összesen 4 ezer internetező kattintott rá a tartalomra. Az Instagram reklám ennek közel negyedét érte el, 1 ezer kattintás történt a hirdetményre, 200 ezer alkalommal jelent meg, és 100 ezer embert ért el.

A két kampányt összehasonlítva arra a következtetésre juthatunk, hogy a digitális világban megéri online platformokon hirdetni, jóval kevesebb költségért, hiszen így is

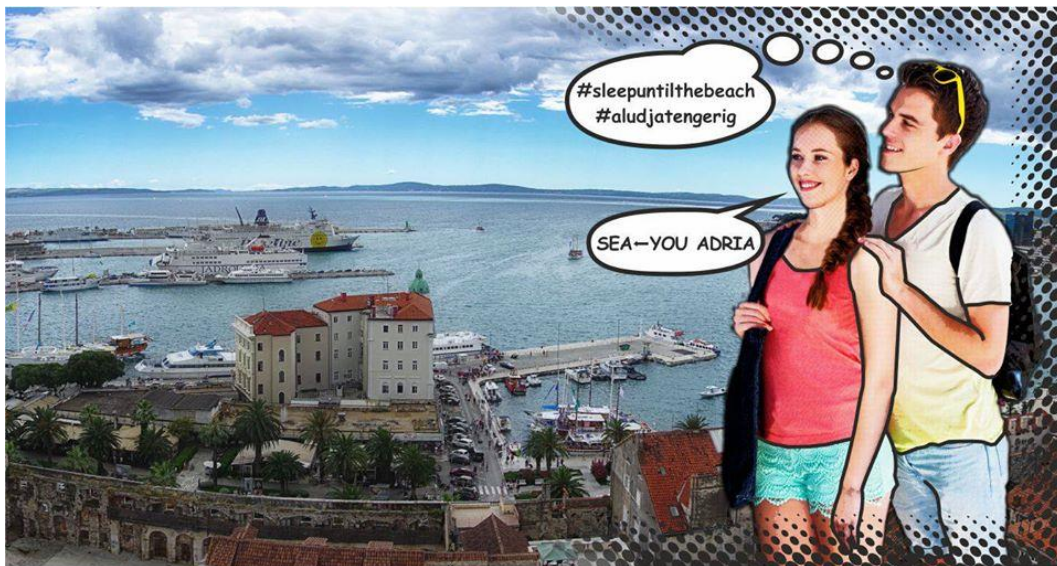
---

<sup>59</sup> MÁV csoport- Már lehet foglalni jegyet a júniusban induló éjszakai SEA←YOU vonatokra, az Adriára (2019) Elérhető: <https://www.mavcsoport.hu/mav-start/nemzetkozi-utazas/mar-lehet-foglalni-jegyet-juniusban-indulo-ejszakai-sea-you-vonatokra> (Olvasva: 2020.04.28)

<sup>60</sup> MÁV csoport- Már lehet foglalni jegyet a júniusban induló éjszakai SEA←YOU vonatokra, az Adriára (2019) Elérhető: <https://www.mavcsoport.hu/mav-start/nemzetkozi-utazas/mar-lehet-foglalni-jegyet-juniusban-indulo-ejszakai-sea-you-vonatokra> (Olvasva: 2020.04.28)

jelentős bázist elérhetünk. A MÁV applikáció például offline reklámeszközöket is alkalmazva tízszer annyiba került, mint a kizárólag online felületeken reklámozott SEA←YOU kampány. Az online reklámkampányok további előnye, hogy pontosan mérhető, mennyi embert ért el, és mennyi felhasználóból váltott ki legalább annyi reakciót, hogy rákattintson és elolvassa részletesebben is a hirdetményt. Az offline hirdetések sikerét azonban közvetlenül nem tudjuk ellenőrizni.

9. ábra: Aludj a tengerig kampány a Facebook oldalon



Forrás: Facebook- MÁV-START nemzetközi utazások, 2019<sup>61</sup>

Kérdőívem során arról kérdeztem a kitöltőket, mely MÁV kampányokra emlékeznek. Pozitív meglepetés ért, hiszen a válaszadók nem egy és ugyanazon kampányt említették. Természetesen többen is írták, hogy számukra a legemlékezetesebb kampány a MÁV applikációról és az online jegyvásárlásról szólt, sőt volt olyan is, aki kifejezetten az érintés mentes jegyvásárlás lehetőségét említette. Több válaszadó is írta, hogy a MÁV munkaerő toborzó kampányára emlékszik, melyről fentebb fotót is csatoltam. Végül pedig, volt egy olyan kitöltő, aki azt válaszolta, hogy a MÁV és Dunaújvárosi Egyetem közös duális képzésére lett leginkább figyelmes a kampánynak köszönhetően.

A válaszadók 58,7%-a leggyakrabban közösségi médiában találkozott kampányokkal, 25,3% óriásplakátokon, 12% pedig nyomtatott újságokban. Az arányokból arra a következtetésre juthatunk, hogy az offline felületek végzett marketing sikeres volt, és megtérült az a - sokkal kevesebb- költség, amit a közösségi média felületére készített

<sup>61</sup> Facebook- MÁV-START – Nemzetközi utazások (2019) Elérhető:  
<https://www.facebook.com/mavstart.nemzetkozi/> (Olvasva:2020.04.28)

reklámok jelentenek. Az offline marketing azonban még mindig fontos, jól látható, hogy az óriásplakáton és újságok továbbá is fontos marketing felületek, az utasok felfigyelnek rájuk. A válaszokból arra a következtetésre juthatunk, hogy a kampányok sikeresek voltak, az üzenetek eljutottak a „címzettekhez”, sikerült edukálni az utazóközönséget az új lehetőségekről.

## **6.5. Szakértői vélemények a MÁV kampányokról**

Mélyinterjú keretén belül szakértők véleményét is ki tudtam kérni arról, hogy a kampányok mely platformja a legsikeresebb, hol sikerül a legkönnyebben elérni a célcsoportot.

Béres Barna - üzemeltetési főigazgató - szerint a legfontosabbak a célzott platformok, melyeket a lakosság lakóhelye, kora, neme, iskolai végzettsége valamint a szegmensek összetétele alapján célszerű összeállítani.

Miklós Zsófia kommunikációs igazgató kihangsúlyozta, hogy az elmúlt évek során egyértelműen több teret kapott az online platform, beleértve hírportálokat és a social média felületeket, videós tartalmak megosztására alkalmas Youtube.

Sárvári Piroska - volt üzemeltetési főigazgató - szintén alátámasztotta az online marketing platformok fontosságát. *„Manapság már szinte alapvető dolognak minősül az internet és a közösségi oldalak használata. Véleményem szerint, aki nyitott a közösségi felületek használata iránt, nyitott lesz az utazás iránt is. Illetve a különböző intézményeket, vállalkozásokat és gyárat is így könnyebb elérni.”*

## 7. JÖVŐBELI KITEKINTÉS- VERSENYKÉPES VASÚT

### 7.1. Aktuális probléma

A Magyarországon 2020. március elején megjelenő COVID – 19 járvány soha nem látott feladat elé állította a MÁV csoportot is. A kormány által meghatározott korlátozások tükrében vasúti változásokat kellett alkalmazni. Az utazóközönség informálása az aktuális belföldi és nemzetközi korlátozásokról, szükséges óvintézkedésekről elengedhetetlen volt. Mind az interneten, mind az egyéb médiumokban rengeteg üzenet és kampánytartalom jelent meg, teljes körű tájékozottságot lehetővé téve ez által. Az ilyen veszélyhelyzet esetén kiemelt figyelmet kapnak a reklámok, kampányok, hiszen az utazóközönség még inkább figyelemmel követi az intézkedéseket és folyamatos információt vár a vállalattól. Teljes körű tájékoztatás végett nem csupán online, de offline felületek is szerepet kapnak, mégis a naprakész információkat a MÁV applikáció és a hivatalos weboldal biztosítja.

A legfrissebbnek mondható MÁV kampány fókuszába a világiárvány került, ahogyan korábban is mondtam a legfontosabb cél, hogy edukálja az utazóközönséget, felkészítse az utasokat a vasúti változásokra, korlátozásokra, szabályokra. A lenti (10.) ábrán a MÁV hivatalos weboldala látható, ahol jól szembeűnő piros feliratok figyelmeztetik az utasokat a koronavírus okozta változásokra.

10. ábra: Koronavírusra való felhívás a MÁV-csoport weboldalán

The screenshot shows the MÁV website's 'Koronavírus' (COVID-19) section. At the top, there is a red banner with the word 'KORONAVÍRUS' in white. Below this, a navigation bar includes links for 'BELFÖLDI UTAZÁS', 'NEMZETKÖZI UTAZÁS', 'START KLUB', 'ÜGYFÉLSZOLGÁLAT', 'JEGYVÁSÁRLÁS', and 'MÁV-CSOPORT'. The main content area is titled 'Koronavírussal kapcsolatos vasúti változások' (Train changes related to COVID-19) and features a prominent red box with a white icon of a person wearing a face mask. The text inside the box reads: 'A vonaton utazás során kötelező az arc eltakarása maszkkal, sállal vagy kendővel!' (During travel on the train, it is mandatory to cover the face with a mask, scarf, or cloth!). Below this, there are links for 'Egészségügyi dolgozók díjmentes utazása', 'Belföldi vasúti korlátozásokkal kapcsolatos információk', and 'Nemzetközi vasúti korlátozásokkal kapcsolatos információk'. A small note at the bottom right says 'Aktiválja a Windowst' (Activate Windows).

Forrás: mavcsoport.hu/mavinform/nemzetkozi-utazas/koronavirussal-kapcsolatos-vasuti-valtozasok (2020.03.29.)

Dr. Homolya Róbert elnök-vezérigazgató a COVID-19 koronavírus-járvány miatt elrendelt veszélyhelyzetre való tekintettel intézkedési terv lépettetett életbe.

A MÁV intézkedési terve alapján, *„a nemzetközi járatokon dolgozó kollégáknak 10 ezer darab 110 ml-s kézfertőtlenítő gél és az összes raktáron lévő, 10 ezer darab szájmascsk került átadásra.”* nyilatkozta Béres Barna – üzemeltetési főigazgató.

Mikós Zsófia – MÁV kommunikációs igazgatója- a következőképpen nyilatkozott a COVID-19 elleni intézkedési tervről. *„Március 20-tól a jelenleg üzemben lévő 1814 járművet – személykocsikat és a motorvonatokat is – napi szinten fertőtlenítik. Ezekkel együtt 2020. március 12-től kezdődően már összesen 7302 (március 24-ei adat) esetben végeztek emelt szintű fertőtlenítést, ebből összesen 25 alkalommal ózongenerátor alkalmazásával. A március 21-ei hétvégétől éjszakánként már összesen 39 helyszínen dolgoztak a „permetező” takarítók azon, hogy a másnap induló szerelvényekbe besorozott járműveink az elvégzett tisztítások után még fertőtlenített állapotban is tudjanak útnak indulni. A zárófertőtlenítés baktérium-, vírus- és gombaellenes fertőtlenítést jelent, amely után minden kórokozó elpusztul a járműveken. A kocsik magas szintű fertőtlenítésén túl, március 16-ától kezdődően, fokozatosan a legnagyobb forgalmú budapesti és vidéki pályaudvarokon, megállóhelyeken is biztosítják a kézfertőtlenítő lehetőséget az utazóközönségnek is. A vasúttársaság a pályaudvarokat, üzemi területeket is vírusellenes takarítószerrel takarítja. A vasútállalat nagy hangsúlyt fektet az üzemeltetett épületek folyamatos rendszeres napi takarításán túl, a fertőzések terjedésének csökkentése érdekében, azok fertőtlenítő-tisztító hatású kezelésére. Ennek keretében mintegy 1500 épület 42 000 helyiségében, azok vízszintes és függőleges burkolatain, felszerelési-, berendezési tárgyain, heti rendszerességgel fertőtlenítő takarítást végeznek, speciális, baktericid, fungicid, virucid hatású fertőtlenítő szerek alkalmazásával. Ezen túlmenően minden utas és üzem területen lévő vizesblokkban elhelyezett kéztisztítószereket felváltották a fertőtlenítő hatású kéztisztítószerek. A nagyobb forgalmat lebonyolító pályaudvarok, vasútállomások utasforgalmi területén az utazóközönség számára érintés nélküli fertőtlenítőszer adagolók kerültek kihelyezésre. Az üzemi területeken, munkavállalók részére további fertőtlenítőszer adagolókat helyeztek el, több mint 50 helyszínen.”*

11. ábra: Intercity kocsik fertőtlenítése a világjárvány idején



Forrás: MÁV Zrt. Kommunikációs Igazgatóság saját készítésű képe, 2020

Sárvári Piroska azonban hozzátette, hogy az óvintézkedések ellenére is az utazóközönség 75-80 %-át elvesztették. Különös bevétel visszaesést eredményez, hogy a csoportos utazások közel 80%-a visszamondásra került (például tavaszi osztálykirándulás, nyári táborok) a nemzetközi utazások szinte teljes mértékben megszűntek. Mai napon, (2020 május 12-én) a kormány határozata értelmében kizárólag Ausztria irányába engedélyezett a közösségi vasúti közlekedés.

## 7.2. Szakértői célkitűzések a jövőre

„A 21. század egyik legnagyobb kihívása a mobilitási igények és a környezetvédelem összhangba hozása.”<sup>62</sup> A közlekedés okozta legjelentősebb negatív környezeti hatások a magas légszennyezés, közlekedési zaj, közlekedési balesetek- és forgalmi dugók következményei. A felsorolt problémák kiküszöbölése végett környezettudatos közlekedéspolitika kialakítása szükséges.

A MÁV számos környezetvédelmi alapelvet követ, mely közül néhányat kiemelnék.

---

<sup>62</sup> MÁV csoport - Környezetvédelem (2020) Elérhető: <https://www.mavcsoport.hu/mav-csoport/kornyeztvedelem> (Olvasva:2020.05.05.)

Környezetbarát üzemeltetés, kisebb fajlagos energiafogyasztást, kevesebb anyagfelhasználást jelent a vasúti közlekedés során. A felgyülemlett hulladék újrahasznosításra kerül, veszélyes- és nem veszélyes hulladék egyaránt. Fűtést korszerűsítési program jelentősen csökkentette a vonatok károsanyag-kibocsátását, a dízel járműpark teljes egészében korszerűsítve lett, új mozdonyok és motorvonatok kerültek beszerzésre valamint a különböző légszennyező ipari jellegű technológiák kerültek felülvizsgálatra. Célunk, hogy 2030-ig folyamatosan *„villamosítsuk a vasutat, de még a jó minőségű dízelmotorok üzemben tartásával is lényegesen klíma-barátabb a kötöttpályás közlekedés, mint az ennek megfelelő tonnakilométerre számított közúti teherautó forgalom, ugyanis egy mozdonnyal több száz félpótkocsit el tudunk vontatni.”* (Mikós Zsófia – kommunikációs igazgató)

2013-tól az EU vasúti zajcsökkentési program keretén belül folyamatosan zajvédelmi beruházások kezdődtek országszerte. Vasútvonalak átépítésére, azok felújítására vonatkozó tervezési feladat folyamatosan zajlanak, azok a zaj- és rezgésvédelmi feladatokat részletesen tartalmazzák.

A kapacitásbővítés és további állomás felújítási projektek szintén szerepelnek a jövőbeli célok között. A legégetőbb szükség - az amúgy is legsűrűbb vonatforgalmat bonyolító szakaszok - azaz Budapestre közlekedő hálózat korszerűsítésére lenne. Ezeken az útvonalakon ugyanis szinte a teljes mellékvonali hálózat elmarad az elvárt szolgáltatási színvonalától, a személyszállítási igények viszont szignifikánsan nőnek. A Balaton déli partján bár a pályahálózatot felújításra került, az állomások és üzemi célú épületek nem kerültek még felújításra. Ugyancsak ez a probléma, a forgalmas budapesti pályaudvarok - például a Nyugati- és Keleti pályaudvar esetében is - amelyek teljes körű felújítása jóval komolyabb anyagi és szakmai jellegű forrást igényelnének műemlékvédelmi jellegükből adódóan.

Az elmúlt évek során már számos sikeres fejlesztés lezárult, melyek büszkeségre adnak okot. A megkérdezett szakértők kiemelték a Vác, Székesfehérvár Kaposvár, Pécs, Keszthely, Balatonfüred, Balatonszentgyörgy, Tapolca, Zuglói, Debrecen, Miskolc, állomásokat. Vasútvonalak közül pedig a 100-as, 30-as, 2-es, 80-as útvonalakat.



A MÁV 2030-ig<sup>63</sup> céljául tűzte ki a vasúti infrastruktúra fejlesztését, valamint a meglévő hálózat karbantartását és javítását. Egyértelműen tapasztalható a beruházások, fejlesztések sikeressége. Mikós Zsófia – kommunikációs igazgató – kiemelte, hogy *“ahol a pálya, a szolgáltatás és a gördülőállomány fejlesztését sikerült megvalósítani, ott az emberek villámgyorsan leszoktak az autóról, mert sokkal gyorsabban és kényelmesebben beérnek vonattal a munkahelyükre. Például az Esztergomi vonalon.”* Klímapolitikai szempontból egyértelműen megérné a vasúti vonalakat fejleszteni, és előbb-utóbb lecsökkenteni a teherautó forgalmat (Jelenleg csupán a teljes árumennyiség 18 százalékát szállítjuk Európában vasúton, fennmaradó részt pedig teherautóval.) Ehhez azonban szükség van további beruházásokra.

*“Az a helyzet, hogy az elmúlt 100 évben nem vettük komolyan a vasút fejlesztését. Ha meg kellene mondanunk, hol építettünk új vonalat az elmúlt 100 évben, nehéz lenne komoly fejlesztéseket felsorolni. Így most nem könnyű a helyzetünk, mert egyszerre kell mindennel foglalkozni: pályát építeni, villamosítani, létrehozni az ETCS rendszert, megcsinálni a GSM-et és egyszerre kell építenünk közvetlen, nemzetközi kapcsolatokat Budapesttel. Az új szerelvények üzembeállítása is elengedhetetlenül fontos, hisz az elővárosi közlekedésben nélkülözhetetlenek. Egyszerre kell venni olyan mozdonyokat, amelyeket 160 km/óra felett is tudnak vontatni, és most egy darab sincs az országban. Egyszerre kell olyan járműveket beszerezni, amelyek a határváltásnál nem várakoznak negyven perccel. Fejleszteni kell a főpályaudvarokat, fejpályaudvarokat, mert lehet, hogy jól néz ki most az esztergomi vonal, de lassan megtelik a Nyugati és azt is fejleszteni kell. Egyszerre kell valamilyen módon összekapcsolni a vasutat az egyéb közlekedési formákkal, így a HÉV-vel, egyszerre kell megoldanunk a tram trainek ügyét például Hódmezővásárhelyen, vagy Debrecenben és ott van még a vasúti és közúti menetrendek összehangolásának feladata is. A legfontosabb feladatunk tehát egy jól átgondolt, minden szempontot figyelembe vevő sorrend felállítása és a munkák mielőbbi megkezdése.”* – összegezte Miklós Zsófia, MÁV kommunikációs igazgatója mélyinterjúnk során.

A jövőbeli célkitűzések között szintén jelen van a nagysebességű vasúthálózat kiépítése Mélyinterjúm alanyait arról is kérdeztem, szerintük mennyi idő választja még el a magyar vasutat attól, hogy hazánkban is megkezdődhessen a 200 km/h körüli közlekedés?

---

<sup>63</sup> Andó Gergely, Árva Kálmán, Balázs György, Frisnyák Zsuzsa, Kisteleki Mihály, Köller László, Mucsi Barnabás, Nagy Tamás, Raáb Máttyás, T. Hámori Ferenc (2019): *A Magyar Államvasutak képes krónikája*, Indóház Közlekedési Kiadó, Budapest 169. oldal (Olvasva: 2020.04.02)

Virosztkó József - projektfelügyeleti irodavezető – szerint reálisan nagy sebességű vasút 8-10 év múlva már a rendszer szolgálatába is állhat. *„Az első ilyen projekt a V4 országok gondozásában előkészítés alatt álló Budapest-Varsó NSV (nagysebességű vasút), ami 250-350 km/h-ás sebességű vasúti pályával kapcsolná össze a V4 országok fővárosait, áttételesen (elsősorban Csehországon és Kelet-Németországon keresztül) bevonva ezzel hazánkat is az európai nagysebességű vasúti rendszerbe. Jelen pillanatban a megvalósíthatósági tanulmányok elkészítése zajlik, amit több éves tervezési és kivitelezési fázis követhet a források rendelkezésre állása esetén.”* Béres Barnabás –üzemeltetési főigazgató azonban hozzátette, hogy a személyszállítás nem profitábilis, tehát *„komoly kormányzati szándéknak, és környezetvédelmi érdekeknek kell támogatnia”* a rendszer kiépítését.

### **7.3. Javaslatok az utazóközönségtől**

Primer kutatásomban arról kérdeztem a kitöltőket, milyen hátrányait látják a vasúti közlekedésnek, min kellene változtatnia a MÁV-csoportnak a jövőben. 58,3% szerint a legnagyobb gond a vasúti közlekedéssel az, hogy megbízhatatlan, 36,1% szerint túl lassú, és gond, hogy alkalmazkodni kell menetrendhez. A vonatok késése valóban egy nagy probléma. A MÁV személyszállító vonatai 2018-ban „2 120 970 percet, azaz összesen 4 évet késtek.”<sup>64</sup> Természetesen ez a rendkívül magas szám az összes járat késési idejének összessége. A késések évről évre negatív tendenciát követnek, 2018-ban ugyanis csak közel 3,5 év volt az összeadott késések ideje. Azzal indokolják a sok késést, hogy Budapest-Pécs, Budapest-Miskolc valamint Budapest-Debrecen távon is végzett pályakonstrukció megnehezítette a vonatok közlekedését, a jövőben azonban ezek a javítások nagyban fogják segíteni a vonatok pontos menetrendjének betartását, illetve az utazóközönség tájékoztatása is javítani fog a jövőbeli kommunikáción.

Primer kutatásomra kapott válaszok közül néhányat kiemelnék, első sorban a vonatok késésére vonatkozó javaslatokat.

*„A késésben lévő vonatok próbáljanak alkalmazkodni egymás késéseire. Gyakran utazom Kecskemét-Esztergom útvonalon, Nyugati pályaudvaron történő átszállásra*

---

<sup>64</sup> E.F- Index- 4 évet késtek a magyar vonatok tavaly Elérhető:  
[https://index.hu/gazdasag/2019/03/07/mav\\_vonatok\\_kesese\\_2018/](https://index.hu/gazdasag/2019/03/07/mav_vonatok_kesese_2018/) (Olvasva: 2020.05.05.)

*papíron 14 perc állna rendelkezésre, de általában a szegedi vonatnak 12-15 perc a késése. A jövőben nagy segítség lenne az utasok számára, ha a jegyeket be tudnák olvasni, hogy van-e olyan utas a késésben lévő vonaton, aki tovább indulna máshova, és amennyiben igen, az éppen induló vonat bevárna a késéssel érkezőt.*” (Kérdőív anonim válaszadója)

Úgy gondolom, a MÁV applikáció a jövőben kifejleszthetne egy platformot, ahol az utasok jelezhetnék is az ilyen igényeiket, például nyomógombos lehetőséggel, ahol „fontos elérnem a vonatot” vagy „tudok menni a későbbivel” opciók közül választhatnának. A Szeged-Budapest távon közlekedő vonat megbízhatatlanságát sajnos többen is kihangsúlyozták, mivel ezen a távon nagyon sok utas utazik, érdemes lenne ennek az útvonalnak a korszerűsítése a jövőben.

*„Bővebb tájékoztatást szeretnénk kapni arról, hogy milyen forgalmi okból áll le a vonat, amin ülök.”* (Kérdőív anonim válaszadója). Az utastájékoztatás az adott válasz alapján nem feltétlen megfelelő, így véleményem szerint a már amúgy is jól működő MÁV applikáción belül, erre is megoldást lehetne találni.

*„Vasúthálózat illetve vonatok modernizálása annak érdekében, hogy az időjárási körülmények kevésbé befolyásolják a járművek menetrendjét, illetve a meghibásodások minimalizálásának érdekében.”* (Kérdőív anonim válaszadója) Továbbá: *„A nagyobb városokból gyakrabban induljon vonat, hajnali csúcsban gyakran 3 vonatot kell várni, hogy felférjen az ember, ezt megoldani talán több kocsival vagy akár 10 percenkénti indulással lehetne.”* A javaslat mindenféleképpen meggondolandó, érdemes lenne növelni a kapacitást. Ahogyan a 3. fejezetben is írtam, a közforgalmú vasút járműállományát az elmúlt tíz évben nem bővítették, a korszerűsítésnek köszönhetően évről évre csökkent a közlekedésben aktív vonat kocsik és mozdonyok száma. A jövőben célszerű lenne bővíteni a kapacitást, és a korábban említett környezetkímélő gyorsvonatokat beszerezni, mely természetesen hosszú elő munkát követően tudna csak munkába állni. Továbbá, többen is említették, hogy a klímaberendezés nélkül közlekedő vonat kocsikon elviselhetetlen a hőség nyári hónapokban – a probléma pedig akkor tetőzik mikor felsővezeték szakadás, vagy baleset miatt több órát kénytelen állni a vonat a pusztá kellős közepén, a tűző napon. Ezeknek a visszajelzéseknek a megvalósítása sok időt, erőforrást és kellő mennyiségű munkaerőt vesz igénybe.

Szakdolgozatom szempontjából a legfontosabb javaslat természetesen a MÁV kampányokra vonatkozik. *„Mivel nem emlékszem kampányra, valószínűleg fejleszteném,*

*bővíteném a kommunikációs csatornákat. Persze lehet, nem tartozom a célcsoportba”*  
(Kérdőív anonim válaszadója) A válaszadó kiemelte, hogy nem emlékszik egyetlen kampányra sem, de elképzelhető, hogy azért mert nem tartozik a célcsoportba azonban a MÁV kampányok célcsoportja a teljes magyar lakosság, különösképpen azok az utasok, akik vonattal közlekednek. Bár hosszú távon természetesen mindenki, hiszen a kampányok célja, hogy népszerűsítse a vasúti utazásokat. Jövőben tehát még szélesebb körbe, még több platformon érdemes hirdetni és futtatni a kampányokat.

## 8. ÖSSZEGZÉS

Szakedolgozatom elsődleges célja, a közösségi közlekedési rendszert átfogó bemutatása, a közösségi közlekedésben alkalmazott kampányokat ismertetése, valamint az utazási szokások vizsgálata volt.

Elsőként a tömegközlekedés fajtáit mutattam be, külön csoportosítva a helyi és helyközi közlekedési eszközöket, ezt követően részletesen bemutattam a vasúti közlekedés előnyeit, hátrányait és jövőbeli fejlődési lehetőségeit. Versenyársелеmzés keretein belül összevettem más közlekedési eszközökkel, majd összesítettem az előnyöket és hátrányokat. Összességében elmondható, hogy a vasút rendkívül kényelmes és biztonságos utazási forma, nagyszerű választás hosszabb utak megtételére is. A kérdőív válaszadói alapján, nem meglepő módon az Intercity (IC) vonatok voltak a legnépszerűbbek. Az IC vonatok abszolút jó ár-érték arányban elérhetők, válaszadók véleménye alapján gyorsak, zajmentesek és viszonylag pontosak is.

Szakedolgozatom fő fejezetében a vasúti reklámokat mutattam be egészen a régi reklámfilmektől napjainkig, ismertetve az erre vonatkozó szabályrendszert. Vasúti reklámok esetében nem meghatározható, mely platform a fontosabb, hiszen a cél, hogy Magyarország teljes lakosságát – vagy legalábbis a teljes utazóközönséget - ellássák az információkkal. Az viszont jobban nyomon követhető, hogy az internetes oldalakon végezett reklámok mely célcsoportot érték el, és mennyi „kattintást” hoztak, ily módon az online platform előnyösebb. Kutatásom során több szakértő véleményét, tapasztalatát is ki tudtam kérni, egyhangúan azt nyilatkozták, az online felületek egyre fontosabb platformok, mégsem szabad elhanyagolni az offline marketinget sem, hiszen az idős generáció informálása céljából fontos az offline platform aktivitása is (például óriásplakátok, citylight hirdető). Primer kutatás eredménye alapján arra következtethetünk, hogy a mind online mind offline platformokon végzett MÁV, vasúti reklámok sikeresek voltak, a megkérdezettek nagyrészt fel tudtak idézni legalább egy korábbi évek során hirdetett reklámot.

Ezt követően a MÁV csoport által alkalmazott kampányokról írtam részletesen, kronológiai sorrendben bemutattam az elmúlt évtized legfontosabb kampányait. Fontosnak tartom megjegyezni, hogy a kampányok nagyon széles célközönséget céloztak meg, „*Hol vagy, Kajla*” kampány teljes mértékben a kisiskolásokra fókuszált, míg az

„*Aludj a tengerig*” kampány utazni vágyó fiataloknak, családoknak adott új utazási lehetőséget. A MÁV applikáció kampánya a teljes lakosságot célozta meg, éppen ebből kifolyólag mindkét platformon egyidejűleg futott a kampány, híres ember bevonásával. (Óriásplakátokon, nyomtatott sajtóban, nyomtatott hirdetési felületen és internetes oldalakon egyaránt.) A kampányok sikerességét mi sem mutatja jobban, hogy kérdőívem válaszadói javarészt ismertek – legalább egyet – a felsorolt kampányok közül.

Végezetül, szakértők véleménye alapján ismertettem a jövőbeli célkitűzéseket, és javaslatokat tettem az utazóközönség válasza alapján. MÁV 2030-ig bezárólag a mobilitási igények és a környezetvédelem összhangba hozását tűzte ki céljául, beleértve a pályahálózatok és megállók korszerűsítését, a kapacitásbővítést, környezetbarát üzemeltetést, kisebb fajlagos energiafogyasztást és kevesebb anyagfelhasználást.

## 9. IRODALOMJEGYZÉK

- Széchenyi Egyetem, Közlekedési tanszék -A közlekedés fejlődésének történeti áttekintése Elérhető:  
<https://ko.sze.hu/catdoc/list/cat/7086/id/7096/m/4974%202020.04.20>  
(Olvasva:2020.04.22)
- KSH- Helyközi személyszállítás Elérhető:  
[https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_evkozi/e\\_odme003.html](https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_odme003.html)  
(Olvasva:2020.04.22)
- KSH- Kiadványtár Elérhető:  
[http://www.ksh.hu/apps/shop.kiadvany?p\\_kiadvany\\_id=15487&p\\_temakor\\_kod=KSH&p\\_lang=hu](http://www.ksh.hu/apps/shop.kiadvany?p_kiadvany_id=15487&p_temakor_kod=KSH&p_lang=hu) (Olvasva:2020.04.22)
- Volánbusz díjszabás Elérhető: <https://www.volanbusz.hu/hu/jegy-es-berlet/helykozi-dijszabasi-informaciok/dijszabas> (Olvasva:2020.04.22)
- Holtankoljak.hu – Árváltozások Elérhető:  
<https://holtankoljak.hu/arvaltozasok?page=3> (Olvasva:2020.04.22)
- Elvira – Menetrend Elérhető: [http://elvira.mav-start.hu/elvira.dll/x/uf?iehack=%3F&ed=5EC55BCC&mikor=-1&isz=0&language=1&k=&ref=&retur=&nyit=&\\_charset\\_=UTF-8&vparam=&i=BUDAPEST\\*&e=Kecskem%C3%A9t&v=&d=20.05.21&u=1156&go=Menetrend](http://elvira.mav-start.hu/elvira.dll/x/uf?iehack=%3F&ed=5EC55BCC&mikor=-1&isz=0&language=1&k=&ref=&retur=&nyit=&_charset_=UTF-8&vparam=&i=BUDAPEST*&e=Kecskem%C3%A9t&v=&d=20.05.21&u=1156&go=Menetrend) (Olvasva:2020.04.22)
- Pandémia szó jelentése: világjárvány – Elérhető:  
<https://koronavirus.gov.hu/cikkek/who-vilagjarvanynak-minositette-koronavirus-fertozest> (Olvasva: 2020.04.26.)
- Assureshift.in -10 Most Popular Modes of Transportation Elérhető:  
<https://www.assureshift.in/blog/transportation-modes-for-shifting-households>  
(Letöltés: 2020.04.28)
- Dobos Sándor (2011): Hernyók Budapesten – Megjöttek a Combinók (2006) Elérhető: <https://24.hu/tudomany/2011/03/14/hernyok-budapest-megjottek-a-combinok-2006/> (Olvasva: 2020.04.21)
- BKV – Alstom metropolis Elérhető: [https://www.bkv.hu/alstom\\_metropolis](https://www.bkv.hu/alstom_metropolis) (Olvasva: 2020.04.21)

- Wikipédia - Siklóvasút Elérhető:  
<https://hu.wikipedia.org/wiki/Sikl%C3%B3vas%C3%BAt> (Olvasva: 2020.04.21)
- Wikipédia – Nyeregvasút Elérhető:  
[https://hu.wikipedia.org/wiki/Egys%C3%ADn%C5%B1\\_vas%C3%BAt#T%C3%ADpusai\\_%C3%A9s\\_m%C5%B1szaki\\_szempontok](https://hu.wikipedia.org/wiki/Egys%C3%ADn%C5%B1_vas%C3%BAt#T%C3%ADpusai_%C3%A9s_m%C5%B1szaki_szempontok) (Olvasva: 2020.04.21)
- Wikipédia – Nyeregvasút Elérhető:  
[https://hu.wikipedia.org/wiki/Egys%C3%ADn%C5%B1\\_vas%C3%BAt#T%C3%ADpusai\\_%C3%A9s\\_m%C5%B1szaki\\_szempontok](https://hu.wikipedia.org/wiki/Egys%C3%ADn%C5%B1_vas%C3%BAt#T%C3%ADpusai_%C3%A9s_m%C5%B1szaki_szempontok) (Olvasva: 2020.04.21)
- KSH- A közforgalmú vasút járműállománya (2005–)  
Elérhető: [https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_eves/i\\_odmv007.html](https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_odmv007.html)  
(Olvasva: 2020.04.22)
- HBF - Nagysebességű vasúti közlekedés lehetőségei Magyarországon (2018)  
Elérhető:  
[https://kozlekedesiklub.blog.hu/2018/03/28/nagysebessegu\\_vasuti\\_kozlekedes\\_lehetosegei\\_magyarorszagon](https://kozlekedesiklub.blog.hu/2018/03/28/nagysebessegu_vasuti_kozlekedes_lehetosegei_magyarorszagon) (Olvasva: 2020.04.21)
- Dr. Vörös Attila - 2015 - Kellenek-e Magyarországon a nagysebességű vasutak?  
(KTI Közlekedésfejlesztő Intézet Nonprofit Kft.) Elérhető:  
[http://www.fomterv.hu/mmk/sites/default/files/balatonfoldvar-2015/12\\_Dr\\_Voros\\_Attila.pdf](http://www.fomterv.hu/mmk/sites/default/files/balatonfoldvar-2015/12_Dr_Voros_Attila.pdf) (Olvasva: 2020.04.26)
- Bángyi-Magyar Attila - Bozóky Tamás - Breitner Igor - Geburth-Tóth Franciska – Topár Gábor (2011) - *Felsőoktatási stratégiai módszertani kézikönyv*, Oktatáskutató és Fejlesztő intézet, Budapest 55. oldal Elérhető:  
[https://ofi.oh.gov.hu/sites/default/files/attachments/felsooktatasi\\_strategiai\\_modszertani\\_kezikonyv\\_0.pdf](https://ofi.oh.gov.hu/sites/default/files/attachments/felsooktatasi_strategiai_modszertani_kezikonyv_0.pdf) (Olvasva: 2020.04.27)
- Somogyi-Tóth Dániel (2012): Mi is az a vasúti baleset? Elérhető:  
<http://iho.hu/hir/mi-is-az-a-vasuti-baleset-120908> (Olvasva: 2020.05.05)
- Központi Statisztikai Hivatal közzététele (2012.08.17.) Elérhető [iho.hu/vasuti-balesetek-magyarorszagon-120817](http://iho.hu/vasuti-balesetek-magyarorszagon-120817) (Olvasva: 2020.05.18)
- MÁV Zrt. – Vasúti pályahossz Elérhető:  
<https://www.mavcsoport.hu/mav/bemutatkozas> (Olvasva: 2020.04.20)
- Világ gazdaság – 150 éves a MÁV (2018) Elérhető:  
<https://www.vg.hu/vallalatok/kozlekedes/150-eves-a-mav-978556/> (Olvasva: 2020.04.21)



- Andó Gergely, Árva Kálmán, Balázs György, Frisnyák Zsuzsa, Kisteleki Mihály, Köller László, Mucsi Barnabás, Nagy Tamás, Raáb Mátyás, T. Hámori Ferenc (2019): *A Magyar Államvasutak képes krónikája*, Indóház Közlekedési Kiadó, Budapest 6. oldal (Olvasva: 2020.04.02.)
- Világgazdaság – 150 éves a MÁV (2018) Elérhető: <https://www.vg.hu/vallalatok/kozlekedes/150-eves-a-mav-978556/> (Olvasva: 2020.04.21)
- Mozdonyok Elérhető: [http://www.vonatosszeallitas.hu/jarmuvek\\_mav\\_mozdonyok.html](http://www.vonatosszeallitas.hu/jarmuvek_mav_mozdonyok.html) (Olvasva: 2020.04.21.)
- Vasutas magazin: *Izgalmas idő elé néz a MÁV* (2018. szeptember), 68. szám 11. oldal (Olvasva: 2020.05.12.)
- MÁV-START Zrt. alapítása Elérhető: [https://hu.wikipedia.org/wiki/M%C3%81V-START\\_Zrt.](https://hu.wikipedia.org/wiki/M%C3%81V-START_Zrt.) (Olvasva: 2020.05.04.)
- Railjet sebesség Elérhető: <https://www.oebb.at/en/reiseplanung-services/im-zug/unsere-zuege/railjet.html> (Olvasva: 2020. 04.27.)
- MÁV-START Zrt. - A vasúttársaság meghosszabbította a nemzetközi jegyek díjmentes visszatérítését (2020) Elérhető: <https://www.mavcsoport.hu/mav-start/vasuttarsasag-meghosszabbította-nemzetkozi-jegyek-dijmentes-visszateriteset> (Olvasva: 2020.04.22)
- MÁV-START Zrt. – Folyamatosan állnak forgalomba a hazai gyártású IC+ kocsik (2020) Elérhető: <https://www.mavcsoport.hu/mav-start/folyamatosan-allnak-forgalomba-hazai-gyartasu-ic-kocsik> (Olvasva: 2020.04.22)
- Osvath Kata (2010) – SWOT analízis lényege, folyamata Elérhető: <https://docplayer.hu/4990327-1-swot-analizis-lenyege-folyamata.html> 2. oldal (Olvasva: 2020.04.27)
- Perger, I. - Kööttpályás szolgáltatások tervezése és szervezése (2016) Elérhető: <https://docplayer.hu/40578528-Kotottpalyas-szolgalattasok-tervezese-es-szervezese-1.html> 42. és 43. oldal (Olvasva: 2020.04.27)
- Philip Kotler (2002): *Marketing menedzsment*, Budapest: KJK-KERSZÖV Jogi és üzleti kiadó. (Olvasva: 2020. 04. 28.)
- Magyar Reklám Szövetség – Reklámjog és szabályozás Elérhető: <https://mrsz.hu/reklamjog/jogszabalyok> (Olvasva: 2020. 04. 28.)

- Trademagazin - Miért hasznos a reklám mindenkinek? (2015)  
Elérhető: <https://trademagazin.hu/hu/miert-hasznos-a-reklam-mindenkinek/>  
(Olvasva:2020.04.25)
- Karó Julianna (2011): ATL és BTL eszközök alkalmazása a magyarországi mikro-, kis-és középvállalkozásokban. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest. (Olvasva: 2020. 04. 28.)
- Turizmus.com - Jövőre új utascentrumot kaphat a Keleti (2019) Elérhető: <https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/jovore-uj-utascentrumot-kaphat-a-keleti-1164145> (Olvasva:2020. 04. 28.)
- MÁV csoport- Féláron utazhatunk vonattal a vizes vb-re (2017) Elérhető: <https://www.mavcsoport.hu/mav/felaron-utazhatunk-vonattal-vizes-vb-re> (Olvasva:2020. 04. 28.)
- MÁV csoport- Felavatták a MÁV-START gyermekrajzokkal díszített mozdonyát (2016) Elérhető: <https://www.mavcsoport.hu/mav-csoport/felavattak-mav-start-gyermekrajzokkal-diszitett-mozdonyat> (Olvasva: 2020.04.28)
- MÁV csoport- Területek reklám célú bérbeadásra  
Elérhető:[https://www.mavcsoport.hu/sites/default/files/upload/tender/document/public/teruletek\\_reklam\\_celu\\_berbeadasara.pdf](https://www.mavcsoport.hu/sites/default/files/upload/tender/document/public/teruletek_reklam_celu_berbeadasara.pdf) (Olvasva: 2020.05.05.)
- MÁV csoport- Területek reklám célú bérbeadásra Elérhető: [https://www.mavcsoport.hu/sites/default/files/upload/tender/document/public/teruletek\\_reklam\\_celu\\_berbeadasara.pdf](https://www.mavcsoport.hu/sites/default/files/upload/tender/document/public/teruletek_reklam_celu_berbeadasara.pdf) (Olvasva: 2020.05.05.)
- Youtube.com, Retro reklám (2013)– MÁV Elérhető: <https://www.youtube.com/watch?v=I-A0fN-UTV4> (Megtekintve: 2020.04.22)
- Youtube.com, MÁV jegyelővétel – régi reklám (2008) Elérhető: [https://www.youtube.com/watch?v=EZBkdC\\_L1qY](https://www.youtube.com/watch?v=EZBkdC_L1qY) (Megtekintve: 2020.04.22)
- Youtube.com - Hív a vasút! Vár a MÁV! (2011)  
Elérhető: <https://www.youtube.com/watch?v=2e7hEP9oVOY> (Megtekintve: 2020.04.22)
- MÁV-csoport - UNICEF Gyerekhang kampány a Gyermekvasúton (2018)  
Elérhető: <https://www.mavcsoport.hu/mav-csoport/unicef-gyerekhang-kampany-gyermekvasuton> (Olvasva: 2020.04.27)
- Péli Péter (2010) – Művészet vagy vandalizmus? A graffitiről Elérhető: <https://m.nyest.hu/hirek/muveszet-vagy-vandalizmus-a-graffitiroel> (Olvasva: 2020.04.27)

- MÁV- csoport (2016) - Kevesebb a vonatokon a graffiti, de így is milliókba kerül az eltávolításuk Elérhető: <https://www.mavcsoport.hu/mav-csoport/kevesebb-vonatokon-graffiti-de-igy-millioikba-kerul-eltavolitasuk> (Olvasva: 2020.04.27)
- MÁV-csoport- MÁV-csoport graffiti ellenes kampánya Elérhető: <https://www.youtube.com/watch?v=r1OHFVhnlS4&list=LLBFG3wgCW2zEBnZkGhyUjrQ&index=437> (Olvasva: 2020.04.27)
- Turizmus.com - Kajla kutyával fedezhetik fel Magyarországot az iskolások (2019) Elérhető: <https://turizmus.com/szabalyozas-orszagmarketing/kajla-kutyaval-fedezhetik-fel-magyarorszagot-az-iskolasok-1164471> (Olvasva: 2020.04.27)
- Hol vagy Kajla? – Magyar Turisztikai Ügynökség Elérhető: <https://kajla.hu/> (Olvasva: 2020.05.14.)
- MÁV csoport- Már bármely okostelefonnal vásárolható vonatjegy pár kattintással (2018) Elérhető: <https://www.mavcsoport.hu/mav-start/belfoldi-utazas/mar-barmely-okostelefonnal-vasarolhato-vonatjegy-par-kattintással> (Olvasva: 2020.04.28)
- Hirado.hu - Egy hónap alatt 38 ezren töltötték le a MÁV-appot (2019) Elérhető: <https://hirado.hu/belfold/cikk/2019/10/17/egy-honap-alatt-38-ezren-toltottek-le-a-mav-appot> (Olvasva: 2020.04.28)
- Hirado.hu - Egy hónap alatt 38 ezren töltötték le a MÁV-appot (2019) Elérhető: <https://hirado.hu/belfold/cikk/2019/10/17/egy-honap-alatt-38-ezren-toltottek-le-a-mav-appot> (Olvasva: 2020.04.28)
- MÁV csoport- Már lehet foglalni jegyet a júniusban induló éjszakai SEA←YOU vonatokra, az Adriára (2019) Elérhető: <https://www.mavcsoport.hu/mav-start/nemzetkozi-utazas/mar-lehet-foglalni-jegyet-juniusban-indulo-ejszakai-sea-you-vonatokra> (Olvasva: 2020.04.28)
- Facebook- MÁV-START – Nemzetközi utazások (2019) Elérhető: <https://www.facebook.com/mavstart.nemzetkozi/> (Olvasva:2020.04.28)
- [mavcsoport.hu/mavinform/nemzetkozi-utazas/koronavirussal-kapcsolatos-vasuti-valtozasok](https://www.mavcsoport.hu/mavinform/nemzetkozi-utazas/koronavirussal-kapcsolatos-vasuti-valtozasok) 2020.03.29.
- MÁV csoport - Környezetvédelem (2020) Elérhető: <https://www.mavcsoport.hu/mav-csoport/kornyezetvedelem> (Olvasva:2020.05.05.)
- Andó Gergely, Árva Kálmán, Balázs György, Frisnyák Zsuzsa, Kisteleki Mihály, Köller László, Mucsi Barnabás, Nagy Tamás, Raáb Mátyás, T. Hámori Ferenc

(2019): *A Magyar Államvasutak képes krónikája*, Indóház Közlekedési Kiadó, Budapest 169. oldal (Olvasva: 2020.04.02)

- E.F- Index- 4 évet késtek a magyar vonatok tavaly Elérhető:

[https://index.hu/gazdasag/2019/03/07/mav\\_vonatok\\_kesese\\_2018/](https://index.hu/gazdasag/2019/03/07/mav_vonatok_kesese_2018/) (Olvasva: 2020.05.05.)

## 10. MELLÉKLET

### 1. számú melléklet: Mélyinterjú kérdések

1. Ön szerint a magyar vasút jelenlegi helyzete felfelé, vagy lefelé ívelő pozícióban van éppen?
  2. Milyen szinten érezhető a folyamatos üzemanyagár emelések az utazóközönség forgalmán? Amennyiben ez nem befolyásoló tényező, soroljon fel pár egyéb tényezőt! (például rossz időjárás esetén többen utaznak? félős sofőrök? nyáron a turizmus? stb.)
  3. Nyugati országok közül van olyan, akihez méri magát a MÁV vagy a saját önálló útját és fejlődési tendenciáját követi?
  4. Vannak olyan fejlesztések, amit kimondottad az idegen, de a magyar vonalakat is használó vasút társaságok "követeltek ki" ?
  5. Mennyivel változott meg a modern, nagyobb sebességre képes, nyugati villanymozdonyok szervizelése miatt a MÁV csoport szervízhálózata?
  6. Melyek azok a vonalak, állomások, amik a leginkább felújításra szorulnak, és melyik, amikre a leginkább büszkék lehetünk?
  7. Mennyi idő választja még el a magyar vasutat attól, hogy hazánkban is megkezdődjön a nagy sebességű (200 km/h) körüli közlekedés?
  8. Bevételek tekintetében mennyire van ráutalva a MÁV csoport a turizmusra?
  9. Milyen platformot gondol az Önök célcsoportjának leginkább megfelelőnek, ha kampányról van szó?
  10. Ön szerint milyen reklám tartalommal lehet leginkább megérinteni az utazóközönséget?
- + 1. (Opcionálisan) Koronavírus járványnak milyen hatása volt Önökre, milyen óvintézkedéseket tettek? A koronavírus ellen tett óvintézkedésekről készült bármilyen reklám vagy kampány tartalom?

## 2. Számú melléklet: Kérdőív kérdései

1. Ön milyen gyakran utazik vonaton?
  - Minden nap
  - Egy héten több alkalommal
  - Minden héten
  - Minden hónapban
  - Fél évente
  - Évi egy alkalommal
  - Soha
2. Ön lakhelye?
  - Főváros
  - Város
  - Község/falu
3. Ön milyen jegy vásárlására jogosult?
  - Teljesárú menetdíj
  - 65 éven felüli személy
  - Tanuló (nappali/esti/levelező)
  - 90%-os mérséklésű menetdíj
  - Közalkalmazotti
4. Ön milyen célból utazik vasúttal?
  - Egészségügyi intézmény felkeresése
  - Iskolába/egyetemre
  - Kulturális és szabadidős tevékenység
  - Munkahelyre
  - Rokonlátogatás
  - Sportolás
  - Vásárolni
5. Egy útja során átlagosan mennyit vonatozik?
  - 0-30 perc
  - 30-60 perc
  - 60-120 perc

- 120 percnél is többet
6. Milyen vonaton utazik legtöbbször?
- Nemzetközi Eurocity (EC) vonat
  - Belföldi intercity (IC) vonat
  - Zónázó személyvonat (Z)
  - Gyorsított személyvonat (G)
  - Személyvonatok (S)
  - Kis/Gyermekvasút
7. Utazása során igénybe vette bármelyiket a felsoroltak közül?
- Hálókocsi
  - Büfékocsi
  - Kerékpár szállítás
  - Kisállat szállítás
8. Utazása során igénybe veszi a P+R parkolókat?
- Igen
  - Nem
9. Ön szerint mi a legnagyobb előnye a vonat közlekedésnek?
- Kényelmes
  - Olcsó
  - Gyors
  - Megbízható
  - Csoportosan is lehet utazni
10. Ön szerint mi a legnagyobb hátránya a vonat közlekedésnek?
- Kényelmetlen
  - Drága
  - Lassú
  - Megbízhatatlan
  - Kötött pályán közlekedik
  - Alkalmazkodni kell a menetrendhez
11. Ön milyen platformon találkozik MÁV reklámokkal?
- Újság
  - Internetes oldalak

- Online
- Rádió
- Óriásplakátok
- Közösségi média
- Vasúti kocsi

12. Ön ismer bármilyen MÁV kampányt? Amennyiben igen, kérem, fejtse ki.  
Hosszú önálló kifejtés.

13. Ön milyen platformon találkozik MÁV kampányokkal?

- Nyomtatott sajtó (például PestiEst)
- Közösségi média
- Rádió
- Óriásplakát

14. Milyen fejlesztéseket javasolna? Kérem, javaslatát röviden írja le.  
Hosszú önálló kifejtés.