

# **SZAKDOLGOZAT**

**Verebes Tamás**

**2021**

**BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM  
KÜLKERESKEDELMI KAR  
KERESKEDELEM ÉS MARKETING SZAK  
MARKETINGMENEDZSMENT SPECIALIZÁCIÓ**

**A MAGYAR ÚJ-SZEMÉLYAUTÓ PIAC  
HELYZETE, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A  
NISSAN AUTÓMÁRKÁRA**

Belső konzulens:  
**Dr. Kopcsay László**

Készítette:  
**Verebes Tamás**

**BUDAPEST  
2021**

# Tartalomjegyzék

|  |           |
|--|-----------|
| Tartalomjegyzék .....  | 3         |
| Ábrajegyzék .....  | 4         |
| <b>1. BEVEZETÉS .....</b>  | <b>5</b>  |
| <b>2. AZ AUTÓIPAR KIALAKULÁSA ÉS FEJLŐDÉSE .....</b>   | <b>7</b>  |
| 2.1 A Kezdetek .....   | 7         |
| 2.3 A jelenlegi trendek .....  | 9         |
| 2.3 Az autóipar 2020/2021-ben .....  | 11        |
| 2.3.1 Általános helyzet .....  | 11        |
| 2.3.2 A COVID-19 járvány hatásai az autógyártására és az eladási volumeneire .....   | 13        |
| 2.3.3 A félvezetők globális hiánya az autóiparban .....  | 14        |
| <b>3. AZ AUTÓIPAR MARKETING TEVÉKENYSÉGÉNEK BEMUTATÁSA .....</b>   | <b>16</b> |
| 3.1 7P marketing mix elemzés .....   | 16        |
| <b>4. A MAGYAR AUTÓPIAC ÉS IPAR .....</b>  | <b>22</b> |
| 4.1 A magyar autógyártás története .....   | 22        |
| 4.2 A magyar gépjárműpiac napjainkban .....  | 24        |
| 4.2.1 A magyar személyautó park méretének változása 2017-2021 között .....   | 24        |
| 4.2.2 A legnagyobb számban forgalomban lévő autók márkák szerint 2020-ban .....  | 25        |
| 4.2.3 A Magyarországon újonnan forgalomba helyezett személyautók száma 2017-2020 között .....                                    | 26        |
| 4.2.4 A Magyarországon újonnan forgalomba helyezett személyautók megoszlása vásárlók szerint 2019-2020 között .....              | 27        |
| 4.2.5 A Magyarországon újonnan forgalomba helyezett személyautók száma márkák szerint 2019-2020 között .....                     | 28        |
| 4.2.6 A Magyarországon újonnan forgalomba helyezett személyautók megoszlása márkák és vásárlók szerint 2019-2020 között .....    | 29        |
| 4.2.7 A deregisztrációs számok jelentősége .....   | 34        |
| 4.2.8 A Magyarországon újonnan forgalomba helyezett személyautók megoszlása az üzemanyag típusa szerint 2017 - 2020 között ..... | 35        |
| <b>5. A PRIMER KUTATÁS EREDMÉNYEI .....</b>  | <b>39</b> |
| 5.1 A kutatás célja .....  | 39        |
| 5.2 A kutatás logikai váza .....   | 40        |
| 5.3 A kutatás módszerének bemutatása .....   | 41        |
| 5.4 A mélyinterjúk eredményeinek részletes bemutatása .....  | 42        |
| <b>6. ÖSSZEGZÉS, ÉRTÉKELÉS, KONKLÚZIÓ .....</b>  | <b>51</b> |
| Irodalomjegyzék .....  | 53        |

## Ábrajegyzék

|  |    |
|--|----|
| ÁBRA 1: A GLOBÁLIS CHIPGYÁRTÁSI KAPACITÁS ARÁNYA VÉGFELHASZNÁLÁS SZERINT 2019-BEN.....   | 15 |
| ÁBRA 2: A GLOBÁLIS CHIPGYÁRTÁSI KAPACITÁS ARÁNYA VÉGFELHASZNÁLÁS SZERINT 2019-BEN.....   | 15 |
| TÁBLÁZAT 4: A 2021. MÁJUS 17-ÉN KIÍRT ELEKTROMOS AUTÓ PÁLYÁZAT TÁMOGATÁS MÉRTÉKEIÁBRA<br>1: A GLOBÁLIS CHIPGYÁRTÁSI KAPACITÁS ARÁNYA VÉGFELHASZNÁLÁS SZERINT 2019-BEN..... | 15 |
| ÁBRA 2: A GLOBÁLIS CHIPGYÁRTÁSI KAPACITÁS ARÁNYA VÉGFELHASZNÁLÁS SZERINT 2019-BEN.....   | 15 |
| ÁBRA 3: PORTER IPARÁGI VERSENY MODELL .....  | 21 |
| ÁBRA 4: A KÖZÚTI SZEMÉLYAUTÓK SZÁMA 2017 JÚNIUS 30. ÉS 2021 JÚNIUS 30. KÖZÖTT .....  | 24 |
| ÁBRA 5: A 9 LEGNAGYOBB SZÁMBAN FORGALOMBAN LÉVŐ SZEMÉLYGÉPJÁRMŰ 2020-BAN MÁRKÁK<br>SZERINT ÉS A NISSAN .....   | 25 |
| ÁBRA 6: AZ ÚJ ÉS HASZNÁLT AUTÓK REGISZTRÁCIÓS SZÁMAI 2017 ÉS 2020 KÖZÖTT .....   | 26 |
| ÁBRA 7: MAGYARORSZÁGON FORGALOMBAHELYEZETT ÚJ-SZEMÉLYAUTÓK MEGOSZLÁSA VÁSÁRLÓK<br>SZERINT 2019 ÉS 2020-BAN .....   | 27 |
| ÁBRA 8: A 10 LEGNÉPSZERŰBB SZEMÉLYGÉPJÁRMŰ MÁRKA A JOGI SZEMÉLYEK KÖRÉBEN 2019-BEN ÉS<br>A NISSAN .....  | 29 |
| ÁBRA 9: A 10 LEGNÉPSZERŰBB SZEMÉLYGÉPJÁRMŰ MÁRKA A JOGI SZEMÉLYEK KÖRÉBEN .....  | 30 |
| ÁBRA 10: A 10 LEGNÉPSZERŰBB SZEMÉLYGÉPJÁRMŰ MÁRKA A TERMÉSZETES SZEMÉLYEK KÖRÉBEN<br>2019-BEN ÉS A NISSAN .....  | 31 |
| ÁBRA 11: A 10 LEGNÉPSZERŰBB SZEMÉLYGÉPJÁRMŰ MÁRKA A TERMÉSZETES SZEMÉLYEK KÖRÉBEN<br>2020-BAN ÉS A NISSAN.....   | 33 |
| ÁBRA 12: ÚJ SZEMÉLYAUTÓK ELADÁSI SZÁMAI 2019 ÉS 2020 KÖZÖTT HAVI LEBONTÁSBAN.....  | 33 |
| ÁBRA 13: TISZTÁN ELEKTROMOS HAJTÁSÚ AUTÓK REGISZTRÁCIÓS VOLUMENE 2017-2020 KÖZÖTT .....  | 36 |
| ÁBRA 14: A MAGYARORSZÁGON ÚJONNAN FORGALOMBA HELYEZETT SZEMÉLYAUTÓK MEGOSZLÁSA<br>AZ ÜZEMANYAG TÍPUSA SZERINT 2017 - 2020 KÖZÖTT.....                                      | 37 |

## Táblázatjegyzék

|  |    |
|--|----|
| TÁBLÁZAT 1: AZ EURÓPAI UNIÓ-BAN REGISZTRÁLT ÚJ-SZEMÉLYAUTÓK SZÁMA 2009 ÉS 2020 KÖZÖTT<br>.....   | 13 |
| TÁBLÁZAT 4: A 2021. MÁJUS 17-ÉN KIÍRT ELEKTROMOS AUTÓ PÁLYÁZAT TÁMOGATÁS MÉRTÉKEIÁBRA<br>1: A GLOBÁLIS CHIPGYÁRTÁSI KAPACITÁS ARÁNYA VÉGFELHASZNÁLÁS SZERINT 2019-BEN..... | 15 |
| TÁBLÁZAT 2: FORGALOMBA HELYEZÉS VOLUMENE MÁRKÁK SZERINT (2020) .....   | 28 |
| TÁBLÁZAT 3: FORGALOMBA HELYEZÉS VOLUMENE MÁRKÁK SZERINT (2019).....  | 28 |
| TÁBLÁZAT 4: A 2021. MÁJUS 17-ÉN KIÍRT ELEKTROMOS AUTÓ PÁLYÁZAT TÁMOGATÁS MÉRTÉKEI .....  | 35 |
| TÁBLÁZAT 4: A 2021. MÁJUS 17-ÉN KIÍRT ELEKTROMOS AUTÓ PÁLYÁZAT TÁMOGATÁS MÉRTÉKEI .....  | 35 |

## Képjegyzék

|  |    |
|--|----|
| KÉP 1: 20 ORSZÁG ÁLTAL PERCENKÉNT GYÁRTOTT AUTÓK SZÁMA ..... | 12 |
| KÉP 2: SUZUKI VITARA 2021 .....                              | 17 |
| KÉP 3: NISSAN FERIHEGY MÁRKAKERESKEDÉS 2018 .....            | 18 |
| KÉP 4: NISSAN QASHQAI 2021.....                              | 44 |
| KÉP 5: NISSAN X-TRAIL 2021.....                              | 45 |
| KÉP 6: NISSAN ARIYA 2022.....                                | 50 |

# 1. BEVEZETÉS

Szakedolgozatom témája a magyar új-autó piac helyzetének bemutatása az elmúlt évek tekintetében, megvizsgálva az regisztrációs számokat, a márkák és típusok eladási számainak változásait, az új hajtásláncok térnyerését. Továbbá a Nissan autómárka mélyebb bemutatása a magyar piacon marketingstratégia, illetve eladási számok tekintetében, valamint a hazai új-autó piacainak jövőjének feltételezett alakulásának bemutatása négy szakértő bevonásával.

A szakmai gyakorlatomat a Grand Automotive Central Europe Kft. gépjármű importőr vállalatnál töltöttem, mint termékmenedzser gyakornok, illetve a gyakorlat megkezdése előtt is már 1 éve a cégnél dolgoztam.

A cég a Nissan autómárka kizárólagos importőre Magyarországon, Szlovákiában, Csehországban, így az autók gyártótól való megrendelésétől az ügyfelesítésükig minden folyamatra kiváló rálátást biztosított a munkám. Mindemellett termékmenedzser gyakornokként rengeteg időt szántam a versenytársak elemzésére, illetve a piacok egészének monitorozására, így rengeteg olyan adatbázist sikerült összegyűjtenem, amelyekben minden szükséges adat megtalálható ahhoz, hogy egy átfogó képet kapjunk arról, hogy milyen események történtek a magyar új-autó piacon az elmúlt években.

A kutatásom első részében bemutatom az autógyártás történetét, majd kitérek a jelenlegi legfontosabb autóiipari trendekre, illetve az autóiipar 2021-es helyzetére. Továbbá a dolgozatom során látható lesz, hogy a COVID-19 járvány-t is magába foglaló időszakban hogyan alakultak a magyar új-autók regisztrációs számai, az évek során hogyan változott a szegmensenkénti eladási sorrend, illetve milyen új hajtáslánc technológiák törtek be a piacra. A rendelkezésemre álló adatbázisok segítségével hónapokra lebontva, a COVID-19 járvány ismert körülményeit is figyelembe véve, részletes táblázatokkal-ábrákkal tudom szemléltetni, hogy milyen trendek voltak jellemzőek napjainkban.

A Nissan márkára a munkahelyem révén külön bemutatásra kerül majd, mégpedig, hogy milyen stratégiákat alkalmazott a vállalat a vizsgált években, milyen módon érintette a COVID-19 pandémia az eladásokat, milyen marketingkampányok zajlottak. Ezekre az információkra szakértők bevonásával, mélyinterjú keretében kísérek meg szert tenni.

A kutatásom során tehát mélyinterjút fogok készíteni a kollégáim segítségével, akik sok tíz éves autóiipari tapasztalattal rendelkező szakemberek. A kutatás során a következő hipotéziseket vizsgálom meg:

- A COVID-19 járvány a 2020-as évben az új személygépjárművek eladásainak nagy mértékű csökkenéséhez vezetett a 2019-es évhez képest Európában.
- A COVID-19 járvány a 2020-as évben az új Nissan márkájú személygépjárművek eladásainak nagy mértékű csökkenéséhez vezetett a 2019-es évhez képest Magyarországon.
- A félvezetők hiánya a 2021-es évben kevésbé érintette negatívan a Nissan márkát, mint a konkurens márkákat.
- Az elektromobilitás elterjedése a Nissan modellpalettáját is jelentős mértékben át fogja alakítani a közeljövőben.

A mélyinterjút négy magyar kollégámmal fogom elkészíteni.

## 2. AZ AUTÓIPAR KIALAKULÁSA ÉS FEJLŐDÉSE

### 2.1 A Kezdetek

Az autóipar meghatározása: Mindazok a vállalatok és tevékenységek, amelyek a gépjárművek gyártásában vesznek részt, beleértve a legtöbb alkatrészt, például a motorokat, karosszériaelemeket, kivéve a gumiabroncsokat, akkumulátorokat és üzemanyagot.<sup>1</sup>

Az autót először az 1800-as évek végén találták fel és csiszolták, tökéletesítették Német és Francia mérnökök, ugyanakkor a huszadik századra az amerikaiak dinamikusan átvették az autóipar feletti uralmat. Az autó szó az „automobile” szó rövidítése, mely a görög „auto” (ön, önmagától)<sup>2</sup> előtagból, illetve a latin „mobilis” (mozgó, elmozdítható, mozgékony)<sup>3</sup> szavakból áll.

Henry Ford az a név, akit mindenképpen meg kell említenem, ugyanis ő újította meg a szabványosított tömeggyártási technikákat, aminek hatására a Ford, a General Motors és a Chrysler a huszadik század végére a legnagyobb három autógyártóvá fejlődött.

Az autógyártók a második világháború idején a hadsereg igényeinek kielégítésére fordították a legfőbb erőforrásaikat, de a háború lezárásával az amerikai és japán autóipar drasztikusan fejlődni kezdett, hogy az egyre növekvő keresletet kielégítse. A városközpontok fejlődésével elengedhetetlen volt, hogy az amerikai mellett a globális autóipar is fejlődésnek induljon, 1980-ra már Japán is vezető autógyártóvá emelkedett.

Igaz, hogy az autómobilok legnagyobb társadalmi és gazdasági hatása Amerikában volt, de nem mehetünk el amellett szó nélkül, hogy ezt a találmányt alapvetően német és francia mérnökök tökéletesítették a 19. század végén, mint Gottlieb Daimler, Karl Benz, Nicolaus Otto és Emile Levassor.

A második világháború után az autóiparban robbanásszerű növekedés vette kezdetét. 35 év alatt a világ össztermelése csaknem a 10-szeresére nőtt. Ennek a növekedésnek a legfontosabb tulajdonsága az volt, hogy túlnyomó részt az Egyesült Államokon kívül történt. Az amerikai autópiac természetesen szintén növekedő trendet mutatott, de a korábbi 80%-os részesedése a világ össztermelésében mindössze 20%-ra esett vissza.

---

<sup>1</sup> [automotive industry | History, Overview, Definition, Developments, & Facts | Britannica](#) (letöltve: 2021. 09. 19.)

<sup>2</sup> <https://meszotar.hu/keres-aut%c3%b3> (letöltve: 2021. 09. 19.)

<sup>3</sup> <https://meszotar.hu/keres-mobilit%c3%a1s> (letöltve: 2021. 09. 19.)

Az Amerikai Egyesült Államok volt a világ vezető termelője a nyolcvanas évek elején lezajló, 1979-es iráni forradalom miatt kialakult olajválságig. 1980-ban az a Japán, amely a háború előtt csekély mennyiségű autót gyártott, a világ vezető autóiipari hatalmává nőtte ki magát, szorosán mögötte helyezkedett el az Európai Gazdasági Közösség (EGK). Amerika 1994-ben visszaszerezte ugyan vezető szerepét a járműgyártásban, de ez legfőképp annak volt köszönhető, hogy addigra Japán a gépjárműveinek gyártásának nagy százalékát a tengerentúlon, köztük amerikai gyárakban folytatta. A 21. századra azonban elmondhatjuk, hogy egyértelműen Kína szerezte meg a világ gépjárműgyártásának legnagyobb részét<sup>4</sup>.

A Nissan autómárka története is igen régre nyúlik vissza<sup>5</sup>. A Nihon Sangyou vagy Japan Industries nevű vállalat 1931-ben egyesült a későbbi Nissan Motor Companyval. A Nihon Sangyou vezérigazgatóját, Yoshisuke Aikawát izgatottan várta a vállalat autóiipari részlegének elindítását, így amikor látta, hogy a többi részvényes kevésbé lelkes a részleggel kapcsolatba, Aikawa kivásárolta őket, és a Nissan gyártóüzemek építésére kezdett összpontosítani.

A Nissan folytatta a Datsunok gyártását, azt a fajta autót, amelyet már évek óta gyártottak, valamint teherautókat és repülőgépeket is szállított a japán hadsereg számára. A háború után a Nissan különböző autógyártókkal lépett partnerségre, hogy járműveket gyártsanak számukra, köztük az Austin Motor Companyval az 1950-es és 1960-as években, valamint 1966-ban a Prince Motor Companyval való egyesüléssel, amely olyan járműveket vezetett be a Nissan kínálatába, amelyek a mai napig gyártásban vannak.

1953 drámai pillanat volt a Nissan történetében, mégpedig a koreai háború végét követő kommunistaellenes érzelmek miatt. A Nissan szakszervezete keményen lépett fel, és több száz munkást bocsátott el, sőt a szakszervezeti vezetőket is letartóztatták. Végül egy új szakszervezet alakult, amely segítette a Nissan gyors terjeszkedésében, legalábbis ami a technológiát illeti.

A Nissan az 1950-es évek végén kezdett világszerte terjeszkedni, amikor rájött, hogy a kis Datsun betölti az ausztrál és az amerikai autópiacon tátongó űrt. A Nissan 1958-ban a Los Angeles-i Autókiállításán mutatott be autókat, majd 1960-ban leányvállalatot nyitott az Egyesült Államokban. Angliában 1986-ban építettek egy gyárat, amely 2007-re több mint 400 000 járművet gyártott évente, és ezzel Európa legnagyobb termelő üzemévé vált. A Nissan

---

<sup>4</sup> [Automobile History - HISTORY](#)

<sup>5</sup> [Brief History of Nissan | Research | Nissan of Canton](#) (Letöltve 2021.09.20.)



Brazíliában is rendelkezik gyárakkal, és a világ minden táján értékesít autókat. A márka különösen népszerű Kínában, ahol 2009-ben több mint félmillió darabot értékesített.

## 2.3 A jelenlegi trendek

A következő bekezdésben a jelenlegi legfontosabb autóiipari trendeket mutatom be <sup>6</sup>, amelyek pontosan szemléltetik majd korunk autóiiparának főbb csapásirányait.

Elmondható, hogy a gazdaság napjainkban drámai változásokon megy keresztül a feltörekvő piacok fejlődésével, az új technológiák gyors terjedésével, a fogyasztói preferenciák és a fenntarthatósági politikák változásával. Az olyan digitális óriások, mint a Google és a Facebook példák arra, hogy a jobb ügyfélművelés érdekében kivételes szabványokat állítanak fel.

A vásárlók ugyanezeket az elvárásokat támasztják az autókkal szemben is. A digitalizáció, az automatizálás és az újabb üzleti modellek forradalmasították az autóiipart is. A piacon újonnan megjelenő cégek virágoznak, mert technológiájuk és formatervezésük kielégíti az ügyfelek igényeit.

**Autonóm járművek:** Az autonóm járművek olyan önvezető járművek, amelyek nem igényelnek emberi beavatkozást. Ez minimálisra csökkenti az emberi sofőrök szükségességét, és átalakíthatja a mindennapi közlekedést. Az autonóm járművek biztonságosabbá teszik a tömegközlekedést, például csökkenthetik a főként a sofőr fáradtsága vagy hanyagsága miatt bekövetkező baleseteket. Fejlett felismerési technológiákkal rendelkeznek, például mesterséges intelligenciával feljavított számítógépes látással, amely felismeri az út során felmerülő akadályokat.

Mindenképpen meg kell említeni, hogy az emberi tényezők kivonásával egy sokkal kontrolláltabb közlekedési környezetet lehet kiépíteni, ami kedvezően hat majd a járművek üzemanyag-fogyasztására, és a CO<sub>2</sub> kibocsátásukra is. A torlódások elkerülésével a CO<sub>2</sub>-kibocsátás is csökkenthető, valamint az önvezető járművek az emberi vezetőhöz képest a sima gyorsítási és lassítási módszerükkel javítják az üzemanyag-fogyasztást. A szorosan egymás mellett álló járművekből álló szakasz, amely hatékonyan megáll és lassít, alacsonyabb csúcsebességet tesz lehetővé, ami javítja az üzemanyag-takarékosságot, de magas effektív sebességet is biztosít (javítja az utazási időt).

---

<sup>6</sup> [Top 10 Trends in Automotive Industry in 2021 | Global Industry Reports](#) (letöltve: 2021. 09. 20.)

**Konnektivitás:** Ez az innováció csökkentheti a forgalmat és a súlyos baleseteket vagy a sajnós egyre gyakrabban előforduló halálos baleseteket is. A „Vehicle to Vehicle” (V2V)<sup>7</sup> innováció bevezetése segít a járműveknek abban, hogy az autópályán haladéktalanul jelzést kapjanak a többi járműtől.

Emellett hamisításbiztos digitális azonosítókkal is rendelkeznek. Ez megkönnyíti az adatok nyomon követését olyan esetekben, mint a járművezető biztonsága, a biztosítás, a karbantartás és a flottakezelés. Ez nemcsak az ügyfeleknek segít, hanem átalakítja a mobilitási ökoszisztémát is.

**Elektrifikáció:** Az elektromos járművek az energia hatékony felhasználásának előmozdításával és az üzemanyag-felhasználás csökkentésével olyan problémákra nyújtanak alternatívát, mint a fosszilis tüzelőanyagok elhasználása és a visszafordíthatatlan környezeti károk. Az elektromos járművek biztosítják majd a kibocsátásmentes mobilitást, ami a globális felmelegedés és a hihetetlen mértékű légszennyezettség idején globális igény lesz.

A megújuló energiaforrásokat egyre nagyobb mértékben fogják használni a járművek elektromos töltésére, biztosítva a szén-dioxid-mentes mobilitást. Az elektromos járművekben nem kell a káros kibocsátott anyagokkal foglalkozni, ami pozitív hatással lehet a gazdasági és környezeti teljesítményre.

**Mesterséges intelligencia:** Az olyan mesterséges intelligencia-technológiák, mint a gépi tanulás, a mélytanulás és a számítógépes látás az iparág egyik legfontosabb trendje. A mesterséges intelligencia által vezérelt autonóm autók segítik a járművezetőket a biztonságosabb közlekedésben, a flották kezelésében, és javítják a járműbiztosítási és ellenőrzési szolgáltatásokat.

A mesterséges intelligencia különböző érzékelőket használ az balesetek felismeréséhez, a holtterfigyeléshez, a sávfigyeléshez, a gyalogosfelismeréshez stb., amelyek azonosítják a veszélyes forgalmi helyzeteket, és figyelmeztetik a vezetőt.

**Intelligens gyárak:** Az autópár lelkesedik az intelligens gyárakért. Nagy beruházásokat hajtanak végre, és minden más ágazatnál magasabb célokat tűznek ki gyártási tevékenységükre. Az intelligens gyár elengedhetetlen része az autók gyors, szabványosított és hibamentes gyártásának az egész világon.

---

<sup>7</sup> <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/1331717> (letöltve: 2021. 09. 20.)

A robotizált folyamatautomatizálás a digitalizálás, az automatizálás és a modellezés segítségével rugalmas és stabilizált gyártási folyamatot kínál. A robotika és az automatizálás gyártáshoz való felhasználása mellett a digitális gyáraknak előnyei vannak egy hosszútávon is jövedelmező üzlet kialakításához.

## **2.3 Az autóipar 2020/2021-ben**

Ebben a fejezetben részletesen kitérek arra <sup>8</sup>, hogy milyen kihívásokkal kell megküzdenie az autóiparnak a 2021-es évben, érintve a COVID-19 járványt, a félvezetők hiányát, illetve az Európai Unió szabályozásait.

### **2.3.1 Általános helyzet**

A COVID-19 világjárvány sokat változtatott az összes iparág fejlődésén, beleértve az autóipari szférát is. Valójában az autóipar jelentős hatással van a világgazdaságra, mivel az EU-ban mintegy 14 millió, az USA-ban 8 millió, Kínában pedig 5 millió embernek ad munkát, "hidat" képez a beszállítók és a gyártók, valamint a gyártók és a vevők között.

Mivel 2020 a járványügyi korlátozások éve volt, a legtöbb gyárat bezárták, az ellátási lánc megszakadt, és a vállalatok jelentős veszteségeket szenvedtek el. Az Egyesült Királyságban például az autógyárak nyeresége 29%-kal csökkent mindössze egy év alatt. Mivel ezekben a számokban a Brexit hatása is nagy mértékben jelen van, ezért további elemzésre lenne szükségünk a COVID-19 járvány és a nyereségben bekövetkező csökkenés kapcsolatának egyértelmű meghatározására.

Ugyanakkor, miközben az egész világ hatalmas veszteségeket szenved el a leállások miatt, a kínai autóipar néhány hónapos stagnálás után 2020 elején nagymértékben fejlődik. Több forrás szerint Kína az elkövetkező években vezető szerepet fog betölteni az autóiparban. Jól mutatja ezt a várakozást, hogy Kína percenként 48,9 járművet gyárt, míg a Toyota csak 20-at.

---

<sup>8</sup> 2021 Automotive Industry Challenges and Trends - Epicflow (letöltve: 2021. 09. 21.)

KÉP 1: 20 ORSZÁG ÁLTAL PERCENKÉNT GYÁRTOTT AUTÓK SZÁMA



Forrás: [A Minute of Motor Manufacturing, Visualised | Moneyshake](#)

Emellett a Kínai Autógyártók Szövetsége szerint<sup>9</sup> a 2020-as évhez képest 2021-re várhatóan 400 000 járművel nő az elektromos meghajtású járművek értékesítése. Ezért a világjárvány következtében 2021-ben a fő kihívás a termelés és az értékesítés helyreállítása, valamint a világelsőségért folytatott verseny.

Az európai „Green Deal”<sup>10</sup>-ról szóló legfrissebb hírek alapján a jelenlegi szén-dioxid-kibocsátási előírások szerint "az EU-ban nyilvántartásba vett új személygépkocsik és kisteherautók átlagos CO<sub>2</sub>-kibocsátásának 2030-ban 37,5%-kal alacsonyabbnak kell lennie a 2021-es határértékekhez képest (95 g CO<sub>2</sub>/km). Az új kisteherautók esetében a csökkentési cél 2030-ra 31% lenne (a 2021-es 147 g CO<sub>2</sub>/km-hez képest)".

A Bizottság ütemtervet készített a 2020-2021-es szén-dioxid-kibocsátási teljesítménynormák módosítására. Ezért valószínűleg hamarosan változások lesznek a szén-dioxid-kibocsátási előírásokban. Ennek célja, hogy ösztönözze és felgyorsítsa az alacsony és nulla károsanyag-kibocsátású autók gyártását és használatát. A széndioxid-kibocsátás megszüntetésére vonatkozó szabályozást követően a világ számos vállalata arra törekszik, hogy a belső égésű motorokat továbbra is szereli a gépjárműveibe, bár a modern technológia alkalmazásával továbbfejleszti azokat. Miért nem akarják abbahagyni a használatát? Először is azért, mert a teljes villamosítás sokba kerül. Másodsor, a kereslet még mindig alacsony, valószínűleg a rosszul fejlett töltőinfrastruktúra és az ilyen járművek magas ára miatt.

<sup>9</sup> [CAAM Homepage-China Association Of Automobile Manufacturers](#) (letöltve: 2021. 09. 22.)

<sup>10</sup> [Mobility Strategy | Mobility and Transport \(europa.eu\)](#) (letöltve: 2021. 09. 22.)

### 2.3.2 A COVID-19 járvány hatásai az autógyártására és az eladási volumeneire

TÁBLÁZAT 1: AZ EURÓPAI UNIÓ-BAN REGISZTRÁLT ÚJ-SZEMÉLYAUTÓK SZÁMA 2009 ÉS 2020 KÖZÖTT

| Év   | Értékesített volumen (db) | Változás (%) |
|------|---------------------------|--------------|
| 2020 | 9,942,509                 | -24.3        |
| 2019 | 13,028,948                | 1.2          |
| 2018 | 12,792,189                | 0.0          |
| 2017 | 12,595,973                | 3.3          |
| 2016 | 11,948,629                | 6.5          |
| 2015 | 11,080,023                | 9.2          |
| 2014 | 10,074,272                | 5.4          |
| 2013 | 9,614,836                 | -1.8         |
| 2012 | 10,009,448                | -7.8         |
| 2011 | 11,189,213                | -1.4         |
| 2010 | 11,312,456                | -4.9         |
| 2009 | 12,137,347                | -1.6         |

Forrás: Saját szerkesztés a New passenger car registrations in the EU - ACEA - European Automobile Manufacturers' Association adatai alapján

Az új COVID-19 vírus miatt az új autók értékesítése<sup>11</sup> Oroszországban 2020 áprilisában 72,4%-kal csökkent. az előző évhez képest. Az Európai Vállalkozások Szövetsége szerint<sup>12</sup> a termelés lelassult, az értékesítés pedig szinte teljesen leállt. Áprilisban csak 38,922 darab új személygépkocsit és könnyű haszongépjárművet értékesítettek az országban, ami az eladások legnagyobb mértékű csökkenését jelenti Oroszország történelmében. A legnépszerűbbek természetesen Lada személygépkocsik voltak, amelyek közel 9 395 járművet tett ki az összes eladásból.

<sup>11</sup> Impact of the Covid-19 pandemic on the automotive industry in Slovakia and selected countries (shs-conferences.org) (Letöltve 2021.09.26)

<sup>12</sup> European Enterprise Alliance - Bringing European Entrepreneurs together (Letöltve 2021.09.26)

Áprilisban Németországban az 1990-es egyesülés óta a legalacsonyabb havi szintre csökkentek a személygépkocsi-eladások. Az új járművek eladása 61 százalékkal, 120 840 darabra esett vissza az előző évhez képest a koronavírus okozta korlátozások miatt. A VDA autóiipari szövetség szerint<sup>13</sup> a gépkocsigyártás a Németországban áprilisban szinte leállt, az előző évhez képest 97 százalékkal, 10 900 járműre esett vissza.

Nagy-Britanniában a koronavírus miatt áprilisban majdnem leállt az új személygépkocsik értékesítése. A csökkenés mértéke mintegy 97 százalékkal, 4000 járműre csökkent a tavalyi 161 ezerhez képest, és ezzel 1946 óta a legalacsonyabb szintet érte el. Nagy-Britannia autópiacát súlyosan érintette az autókereskedések ideiglenes bezárása, mely a koronavírus terjedése elleni intézkedések részeként alkalmazott szankció egyike volt.

A japán autógyártók globális eladásai márciusban közel harmadával, 1,82 millió járműre estek vissza. Az eladások csökkenése a COVID-19 válság miatt valószínűleg folytatódni fog a következő hónapokban. A Toyota márciusi eladásai 22,6 százalékkal, több mint 779 ezer darabra csökkentek éves szinten, a Nissan eladásai 43%-kal, több mint 315 ezer autóra estek vissza. Világszerte 7 japán autó értékesítése (Toyota, Nissan, Mazda és négy másik gyártó) márciusig tartó pénzügyi évében a világpiaci eladási forgalom 7,3%-kal 26,5 millióra redukálódott.

### **2.3.3 A félvezetők globális hiánya az autóiiparban**

A COVID-19 járvány hatásai egyértelműen érzékenyen érintették a globális autóiipart, ugyanis a piac bezuhant a tavalyi keresletcsökkenés miatt, majd egy újabb nehézség ütötte fel a fejét: a globális chip-hiány. A félvezető gyártók egész egyszerűen nem tudják kiszolgálni az autóiipart, ezért rengeteg járműgyártó került nehéz helyzetbe.

A félvezetőket, azaz chip-eket világszerte a mobiloktól kezdve az orvosi berendezéseken át az autóiiparig mindenhol milliónyi számban használják, és éppen ezért a félvezető gyártók elengedhetetlen elemeivé váltak a modern mobilitásnak. Az autóiipar elektronikai alkatrészének ellátásában azért jelentkezik fennakadások, mert a félvezető-gyártó vállalatok egy része a COVID-19-válság alatt tavaly bekövetkezett autóiipari leállások és a telefonok, játékkonzolok, okostévék és laptopok iránti kereslet fellendülése miatt átállt a szórakoztató elektronikai alkatrészek gyártására.<sup>14</sup>

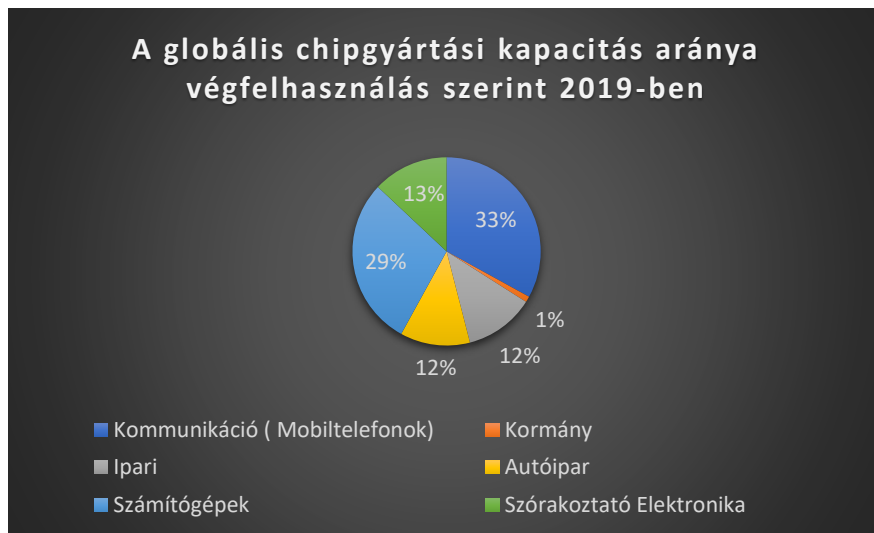
Miért az autóiipar szenvedte el először a chiphíányt? Statisztikák szerint az autóiipari chipek viszonylag alacsony hányadát teszik a globális chip-gyártásnak, pontosabban 12%-át

<sup>13</sup> [Measures passed by the Bundestag to combat the impacts of the coronavirus - VDA](#) (Letöltve 2021.09.26)

<sup>14</sup> [GyártásTrend - Globális alkatrészhiány miatt zárnak az autógyárak \(gyartastrend.hu\)](#) (Letöltve 2021.09.27)

(2019-ben). Az autóiipari chippek ipara éppen ezért háttérbe szorult a tavalyi alacsony gyártási számok és eladások miatt, és a gépjárműgyártás újbóli fellendülése utáni megnövekedett kereslet nem találkozott megfelelő kínálattal.

ÁBRA 1: A GLOBÁLIS CHIPGYÁRTÁSI KAPACITÁS ARÁNYA VÉGFELHASZNÁLÁS SZERINT 2019-BEN



Forrás: Saját szerkesztés az Amerikai Félvezetőipari Szövetség által közölt adatok alapján:  
[Impact of the Semiconductor Industry | Semiconductor Industry Association \(semiconductors.org\)](https://www.semiconductors.org/)

Európában is látványos eseményekhez vezetett a chip-hiány, például<sup>15</sup> a Skoda október 18-ától év végéig jelentősen lecsökkenti a gyártási kapacitást a a Mladá Boleslav-i és a Kvasinky-i üzemében, esetlegesen le is állíthatja a termelést, ennyire komolyan érintette őket a félvezetők hiánya. Az Opel<sup>16</sup> 2 gyárat is leállítja a hasonló okok miatt, az Eisenach-i leállás közel 1400 dolgozót érint, a Bécshez közeli, Aspernbem működő üzem leállása 460 dolgozót.

<sup>15</sup> [Totalcar - Magazin - Akár év végéig is állhatnak a Skoda gyárai](#)(Letöltve 2021.09.27)

<sup>16</sup> [Totalcar - Magazin - Még egy gyárat bezár év végéig az Opel](#)(Letöltve 2021.09.27)

### **3. AZ AUTÓIPAR MARKETING TEVÉKENYSÉGÉNEK BEMUTATÁSA**

#### **3.1 7P marketing mix elemzés**

A marketingstratégia harmadik eleme a marketingmixek megfelelő kombinálása<sup>17</sup>. Az elemzés folyamán megvizsgálom az autóipar marketing mix elemeit, kitérve az eltérő kategóriákba sorolandó márkák stratégiai tevékenységeire.

#### **Termékpolitika /Product/**

Az autóipari termékek elkülönítése más-más kritériumok alapján végezhető. Az első differenciálási tényező a méret alapú csoportosítás. Ebben az esetben megkülönböztetünk prémium, átalakítható, személyszállító, kombi, nagy, közepes és végül kicsi kategóriás autókat. Az ennél pontosabb csoportosítást az EEC<sup>18</sup> (Euro Car Segment) adhat, habár Európában nincsenek kötelező érvényű méretosztályozási megkötések, ezért egyes gépjármű típusok átfedést képezhetnek a következő szegmensek között. Az EEC 9 darab kategóriába sorolja az autókat, amelyekhez 2-2 példát is megemlítek:

A: Mini autók (pl.: Fiat 500, Volkswagen UP!)

B: Kisautók (pl.: Nissan Micra, Volkswagen Polo)

C: Közepes autók (pl.: Mercedes A osztály, Volkswagen Golf)

D: Nagy autók (pl.: Mercedes C osztály, Volkswagen Passat)

E: Executive autók (pl.: Mercedes E osztály, BMW 5-ös sorozat)

F: Luxus autók (pl.: Mercedes S osztály, BMW 7-ös sorozat)

J: SUV-ok (beeértve a terepjárókat) (pl.: Nissan Qashqai, Suzuki Vitara)

M: Több felhasználási móddal rendelkező autók (beleértve a pickup-okat) (pl.: Nissan Navara, Opel Meriva)

S: Sportautók (pl.: Nissan GT-R, Porsche 911)

---

<sup>17</sup> Forrás: (Chikán, 2020)

<sup>18</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Euro\\_Car\\_Segment](https://en.wikipedia.org/wiki/Euro_Car_Segment) (Letöltve 2021.09.27)



Megkülönböztetjük őket továbbá árak, és az elérni kívánt célközönség alapján: alsó, közép és luxus, vagy másnéven felsőkategóriás besorolások szerint. A harmadik számottevő differenciálhatósági tényező az üzemanyag szerinti csoportosítás, amelyből benzin, dízel, LPG, és elektromos meghajtási módokat különböztetünk meg.

Az autóiipari termékek rendkívül sok módon csoportosíthatók, de elemzésem csak a legfontosabb kritériumok alapján végeztem.

### **Árpolitika /Price/**

Az árpolitika és alapvető esetben korrelál a méretbeli csoportosítással, illetve az elérni kívánt célközönséggel is. Elmondható, hogy a felsőkategóriás gépjárművek árai magasabbak, mint az alsó vagy középkategóriás társaiké, azonban a felszereltségi szintek/elemek is nagymértékben befolyásolni tudják az egyes autók árait.

A Magyarországon 2021-ben szeptemberig forgalomba helyezett személyautók között találunk minden ár-sávba tartozó példát. A legnépszerűbb márka a Suzuki lett, amely alsó/közép kategóriás személyautókat forgalmaz, és a 2021-es eladási volumenek 14.93%-át adja szeptemberig bezárólag, legtöbbet eladott modellje a Suzuki Vitara volt, 6942 db autóval, derül ki a DataHouse, mellékletben elérhető táblázatából.

KÉP 2: SUZUKI VITARA 2021



Forrás: [Suzuki Vitara](#) (Letöltve 2021.09.27)

Elmondható, hogy itthon alapvetően az alacsonyabb árkategóriába sorolandó autók uralják a piacot, amely az ország polgárainak és jogi személyeinek anyagi helyzetével magyarázható, ugyanakkor számos presztízs márka is megtalálható volt az eladott járművek között. Ilyen például a Lamborghini vagy a Bentley luxusmárkák 6, illetve 9 darab eladott autóval. Az autók ára presztízs értékkel bír, és nem feltétlen arányos az adott darab fajlagos költségével. Számos alkatrész megegyezik például egy Lamborghini Urus és egy Audi Q8-ban, hiszen azonos padlólemezekre épülnek, de az egyes részelemek árai nagyban eltérnek az autók értékével arányosan.

### **Értékesített utak /Place/**

Az autóipar értékesítési csatornáit alapvetően két csoportba oszthatóak, ezek az online és offline értékesítés. Jelenleg az értékesített új-autók túlnyomó része még a márkakereskedői hálózatokon keresztül történik offline. Azonban az online vásárlások elterjedése és népszerűsége tényként kezelendő, ezért várható, hogy az ilyen nagy-értékű termékek piacán is előtérbe kerül, mint az autók.

A márkakereskedési hálózatok rendszerint a külvárosokban találhatóak, számuk pedig függ a márka népszerűségétől, forgalmától, illetve a forgalmazott modellek áráról is, hiszen a drága, nagy presztízzsel bíró márkák jellemzően nehezebben érhetőek el, ezzel is szimbolizálva a termék exkluzivitását.

KÉP 3: NISSAN FERIHEGY MÁRKAKERESKEDÉS 2018



Forrás: [Nissan Ferihegy - Márkakereskedés és szerviz - Autó tesztek - Tesztelok.hu](https://www.tesztelok.hu) (Letöltve 2021.09.27)

## **Kommunikációs politika /Promotion/**

Az autóvásárlás az objektív szempontok mellett alapvetően érzelmi alapon történik, tehát az autógyártók is igyekeznek egyfajta vágyat ébreszteni, és a termékeiket egy életérzésként hirdetni. Persze kivételt képeznek a haszonjárművek, ahol az egyes termékek valós képességei, megbízhatóságuk és a márka pozitív reputációja a mérvadó.

Hasonlóan, mint az értékesítési csatornáknál, a marketing-csatornák is offline és online részegységekre bonthatók.

A tradicionális offline hirdetési elemek mellett, mint például a nyomtatott sajtó, vagy az óriásplakátok, számos érdekesebb, kreatívabb hirdetési módszert is alkalmazhatnak a gyártók és az importőrök. Az egyik legjobb példa erre maguk a márkakereskedések, amelyek hatalmas bemutatótereikkel és tesztszervezési lehetőségekkel hívogatják az érdeklődőket. Rendkívül sok kiállítás és interaktív esemény szervezhető a különböző járművek vásárlóközönségeinek, ahol első kézből tapasztalják meg az adott termék tulajdonságait, és össze is hasonlíthatják más gyártók modelljeivel.

Természetesen az online marketingcsatornákon is nagy sikerrel lehet felkelteni a már említett vágyat a vásárlókban az egyes járművek iránt. Alapvetően elmondható, hogy az autós újságok nagy részét ma már az online felületeken fogyasztják az olvasók, és a hagyományos TV-ben sugárzott autós műsorok is átköltöztek az online felületekre, azon belül is a nagyobb social média platformokra. Az itt látható, szakértők által elkészített új-autó tesztek, összehasonlítások eredményei nagy mértékben formálják az adott videóban szereplő autóról alkotott képet a vásárlókban.

## **Emberi tényezők /People/**

Az emberi tényezők közé sorolhatjuk az autóiparban munkát vállaló alkalmazottakat, illetve az adott gépjárműveket megvásárló és használó személyeket.

Az iparban dolgozó alkalmazottak száma hatalmas, tevékenységi körük nagyon széles skálán terül szét. Kétségtámadás nélkül minden autógyár közvetlen alkalmazottai, szakemberei, továbbá értékesítői, központi szerepet kapnak az iparágban.

Az autómárkák régóta jelen vannak, ennél fogva szinte minden márkához lehetséges társítani egy-egy személyiségtípust vagy híres vagy hírhedt embert vagy embereket. Persze

minden márka rendelkezik egy kialakult arculattal, amellyel a közvetített életérzést igyekszik kiemelni. Éppen ezért terjedt el az utóbbi időben a márkanagykövetek használata, hiszen ilyenkor eredményes sportolókat, híres embereket választanak meg egy-egy márka képviselőjére, amellyel a gyártók igyekeznek elérni, hogy az emberek fejében az adott híresség nevét a márka nevével azonosítsa.

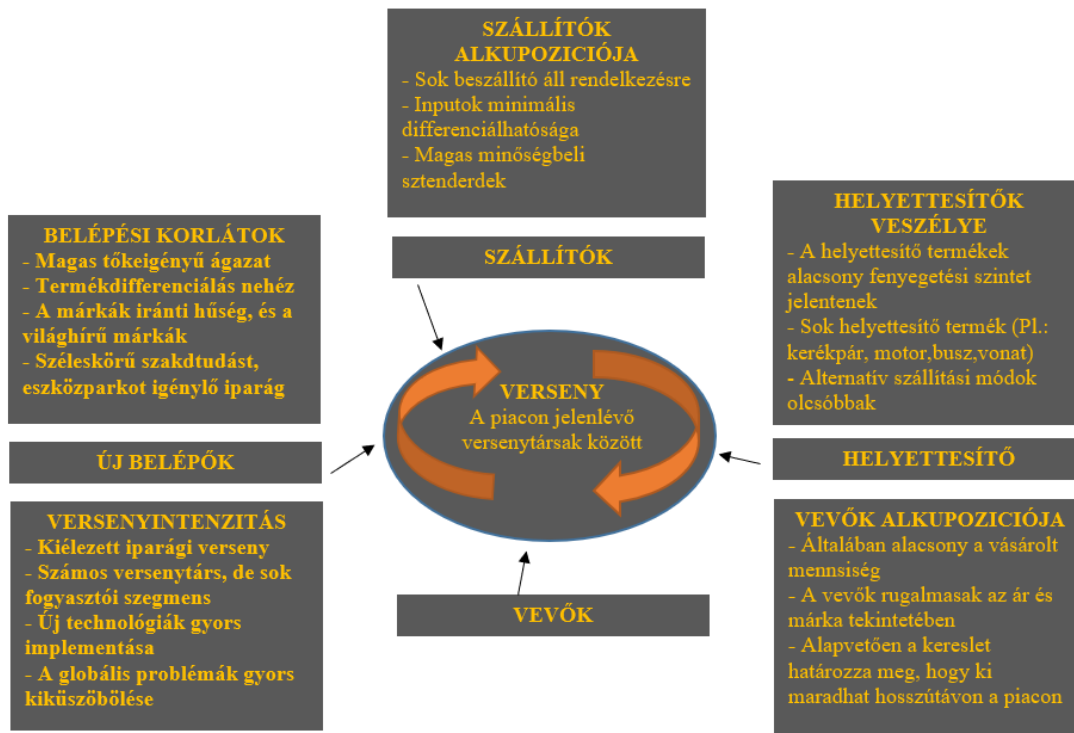
### **Fizikia környezet /Physical evidence/**

Az új autó vásárlása esetében fontos, hogy a leendő tulajdonos érezze, hogy az életében egy meghatározó eseményhez érkezett, amelyet emlékezetessé kíván tenni. Természetesen minél nagyobb értékkel és presztízzsel bíró autót választ a vásárló, annál magasabb színvonalú kiszolgálásban lesz része, mind az autó átadása során, mind a kötelező szervizek alkalmával. Számos luxus autómárka szalonjának berendezése vetekszik az ötcsillagos hotelekkel, ez is elengedhetetlen része a kiszolgálásnak.

### **Folyamat /Process/**

A gyártási és értékesítési folyamatok az utóbbi időben kezdenek átalakulni, és a globális trendeknek megfelelően egyre környezetkímélőbbé válnak. A gyártás során az úgynevezett „Just in Time” módszer lehet erre jó példa, amely során az autók összeszereléséhez szükséges alkatrészek a gyártó nem raktárakban felhalmozott termékekből oldja meg, hanem a raktározási költségeket kikerülve, egyből a beszállítóktól rendeli meg arra az időpontra, amikor az adott alkatrésze szükség van. Ezzel a módszerrel sokkal hatékonyabban és a környezetet is kímélő módon lehet folytatni a gyártást.

ÁBRA 5: PORTER IPARÁGI VERSENY MODELL



Forrás: Saját szerkesztés, 2021

## 4. A MAGYAR AUTÓPIAC ÉS IPAR

### 4.1 A magyar autógyártás története

Ebben a fejezetben a bemutatom hazai gépjárműipar kialakulását<sup>19</sup>, fejlődését, a neves márkák hazai gyárainak rövid történetét.

„A feldolgozóiparban a legtöbb erőforrás a járműgyártásban koncentrálódik. A gyártás végső terméke a gépjármű, nagy szériában gyártott, összetett szerkezeti felépítésű, magas értéket képviselő ipari produktum. A gépjárművek termelésének volumene fontos konjunktúra-jelzőszám.”<sup>20</sup> (A járműipar helyzete és szerepe a Nyugat-Dunántúlon, 2011)

A hazai járműgyártás az 1990-es évek előtt elsősorban a volt szocialista országok közötti munkamegosztás alapján végezték tevékenységüket. Magyarországon autóbuszbuszokat, teherautókat és járműalkatrészeket gyártottak. A társadalmi és gazdasági fordulat után a tulajdonosi átalakulással együtt szerkezetváltás zajlott le.

A rendszerváltás után Esztergomban a Suzuki épített gyárat, ahol az első Suzuki Swift gépkocsi 1992-ben készült el. A márka évek óta vezeti a hazai személyautó-eladási listát, nem véletlenül nevezzük „a mi autónknak”. Maga a gyár közel 3000 embert foglalkoztat, emellett pedig a márkakereskedői és beszállítói hálózat is további, több mint 7000 dolgozónak ad megélhetést. Jól mutatja a Suzuki gyár hazai jelentőségét, hogy 2019-es adatok alapján<sup>21</sup> a 7. legnagyobb árbevétellel rendelkező vállalat itthon.

A Suzukival egyidőben megnyitotta kapuját az első nyugati márka hazai gyára is, amely az Opel volt, egy szentgotthárdi gyár felhúzásával. A gyárban eleinte járműgyártás is folyt, de 1999-óta már csak motorokat gyártanak.

Ezután egy újabb mérföldkőhöz érkezett hazánk, mégpedig az 1993-ban alakult Győri Audi gyárral, amelyben eleinte még csak motorok és alkatrészeket gyártottak, de később a

---

<sup>19</sup> <https://autopro.hu/elemzesek/milyen-arnyoldala-lehet-a-magyar-autoipar-sikerenek/213992> (Letöltve 2021.09.27)

<sup>20</sup> [A járműipar helyzete és szerepe a Nyugat-Dunántúlon \(ksh.hu\)](#) 2. oldal (Letöltve 2021.09.27)

<sup>21</sup> <https://autopro.hu/gyartok/bejott-a-suzukinak-a-magyarorszag-i-kockazat/515068> (Letöltve 2021.09.27)

gépjármű összeszerelés-t is felvették a termelési folyamatba. 2019-re már több mint 12.000 alkalmazottat foglalkoztattak.

A következő nagy nyugati autógyár a Mercedes volt, amely Kecskeméten nyitott gyárat, és 2012-ben meg is kezdte a termelést. A gyártási volumen a kezdetekben 40 ezer autó volt, amely 2016-ra elérte a 190 ezret. Christian Wolff, a Mercedes-Benz Manufacturing Hungary gyárigazgatója elmondta<sup>22</sup>, hogy jóval több, mint 160 ezer személyautót állítottak elő Kecskeméten 2020-ban, míg 2019-ben a gyártási darabszám 190 ezer felett alakult. Fontos megjegyezni, hogy a 160 ezres darabszám igen jó eredménynek számít, ha figyelembe vesszük a koronavírus, és a gyár háromszori leállítását a 2020-as év folyamán.

Az ötödik nagy autógyár pedig, amely Magyarországra települt a német BMW, amely Debrecenben nyitott üzemet. A tervezett gyártási kapacitás 150.000 hybrid vagy elektromos gépjárművet ölel fel. A bajor márka közel 20 év után nyit gyárat Európában, ez jól mutatja a németek bizalmát a munkaerőben, mindemellett a BMW számos beszállítója is Magyarországról kerül ki.

A magyar gazdaság egyik alappillére a hazai autógyártás, és a részesedése folyamatosan növekszik. 2001-ben még a 2000 milliárd forintot sem közelítette meg értékben a járműgyártás, de ez 2017-re már 8000 milliárd forintot tett ki, ami azt jelenti, hogy 16 év alatt négyszeresére nőtt az iparág megtermelt javainak összértéke. Mi sem mutatja jobban az ágazat gazdaságra gyakorolt hatását, mint az, hogy magyar ipar 18%-át teszi ki, és a GDP 10%-át adja. Ekkora mértékű piaci részesedés esetén fennáll annak a veszélye, hogy a magyar gazdaság túlságosan kiszolgáltatottá válik a járműiparnak, és bármilyen globális válság esetén sokkal érzékenyebben fogja érinteni azt. A hazai autógyárak hazánkban szinte csak termelnek, az értékesítés és ezzel együtt az árbevétel 92%-a külföldről érkezik, valamint az előállított autók 97%-át, az itthon gyártott motorok 80%-át exportálják külföldi piacokra.

---

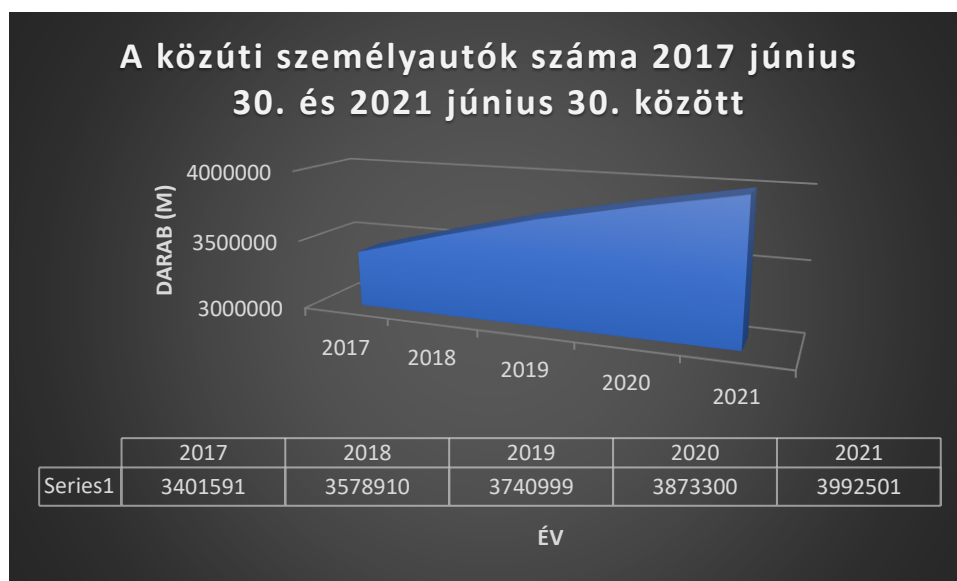
<sup>22</sup> <https://www.portfolio.hu/gazdasag/20210325/kiderult-mire-volt-kepes-a-mercedes-benz-magyarorszagon-a-koronavirus-jarvany-idejen-475788> (Letöltve: 2021.09.30)

## 4.2 A magyar gépjárműpiac napjainkban

### 4.2.1 A magyar személyautó park méretének változása 2017-2021 között

A Magyarországon forgalomban lévő autók számának növekedése számos kedvezőtlen hatással bír a nagyvárosokban élőkre, illetve a környezetre. A KSH<sup>23</sup> adataiból kiderül, hogy 2017 és 2021 közötti azonos időszakban közel 591 ezer autóval növekedett a hazai forgalomban lévő autók száma, amely évente átlagosan majdnem 150 ezer darabos növekedést jelent. Ez a szám megterheli, és gyakran túl is terheli a hazai úthálózatot, ezért gyakoribbak a nagyvárosokban a forgalmi torlódások, útfelújítások. A globalizáció hatására egyre többen költöznek Budapestre és vonzáskörzetébe, amely az ingázók számát is megnöveli, valamint a hazai céges autó eladások számai is drasztikusan növekedtek.

ÁBRA 6: A KÖZÚTI SZEMÉLYAUTÓK SZÁMA 2017 JÚNIUS 30. ÉS 2021 JÚNIUS 30. KÖZÖTT



Forrás: Saját szerkesztés a KSH 24.2.1.21. számú táblázat adatai alapján

A fenti táblázatból megtudható, hogy miként változott és bővült a hazai autópark, de ez természetesen nem kizárólagosan az új-autók forgalomba helyezésével növekszik ilyen ütemben, hanem tetemes mennyiségű használt autó is bekerül országunkba. A 2021 június 30.-ig közzétett adatokból leolvasható, hogy egész pontosan 3,992,501 db autó van forgalomban

<sup>23</sup> [24.2.1.21. A közúti gépjárművek száma és átlagos kora gépjárműnemenként, június és december végén \(ksh.hu\)](https://www.ksh.hu) (Letöltve: 2021.10.02.)



Magyarországon, amely a népességihez viszonyítva (9,731,000 fő a KSH<sup>24</sup> „22.1.1.2. A népesség száma és átlagos életkora nem szerint” táblázata szerint) kicsivel több mint 41%. Persze ez nem azt jelenti, hogy a népesség 41%-a rendelkezik saját tulajdonú autóval, hiszen esetenként egy személynek több autó is a tulajdonában áll, mindemellett a jogi személyek is birtokolnak számos gépjárművet.

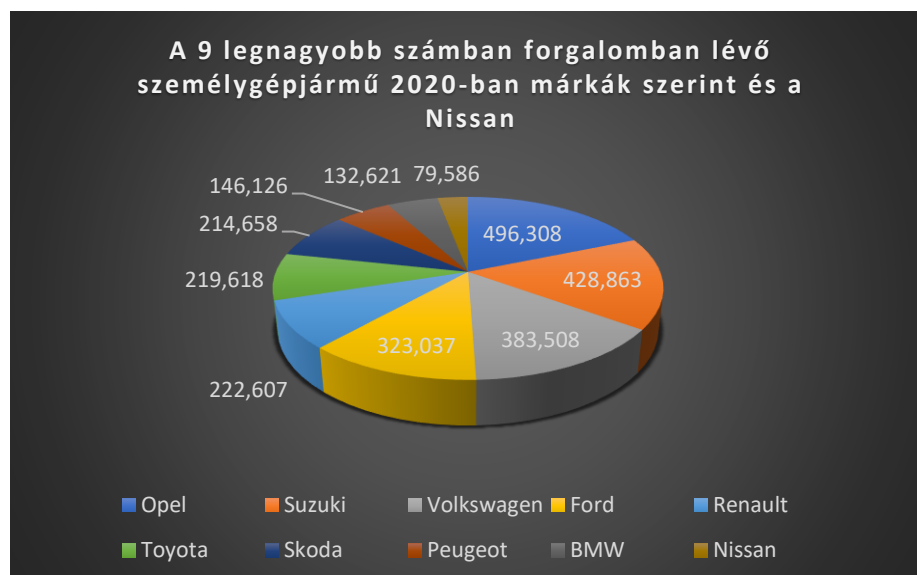
#### 4.2.2 A legnagyobb számban forgalomban lévő autók márkák szerint 2020-ban

A magyar személyautó park a 2020-as év végén 3,920,799 darab autóból állt, ebből az országban a legnépszerűbb márka 2020-ban az Opel volt, amelyből 496,308 darab volt forgalomban (a KSH<sup>25</sup> 24.1.1.25. számú táblázata szerint). Ez az 2020-as teljes gépjárműparkhoz viszonyítva 12,7%-os részarányt jelent. A második legtöbb forgalomban lévő autó a Suzuki volt 428,863 db autóval, 10,9%-os részaránnyal, harmadik helyen pedig a Volkswagen szerepelt 383,508 autóval és 9,8%-os aránnyal.

A Nissan márkájú személyautók helyzetére minden elemzésben ki fogok térni, ugyanis a dolgozatom egy része a márka hazai helyzetének bemutatásával foglalkozik.

2020 év végén a forgalomban lévő személyautókból 79,586 darab volt Nissan gyártmányú, ez 2,0%-os részarány, amellyel a márka a 15. legnagyobb számban birtokolt személyautó volt az évben.

ÁBRA 7: A 9 LEGNAGYOBB SZÁMBAN FORGALOMBAN LÉVŐ SZEMÉLYGÉPJÁRMŰ 2020-BAN MÁRKÁK SZERINT ÉS A NISSAN



Forrás: Saját szerkesztés a KSH 24.1.1.25. számú táblázata szerint

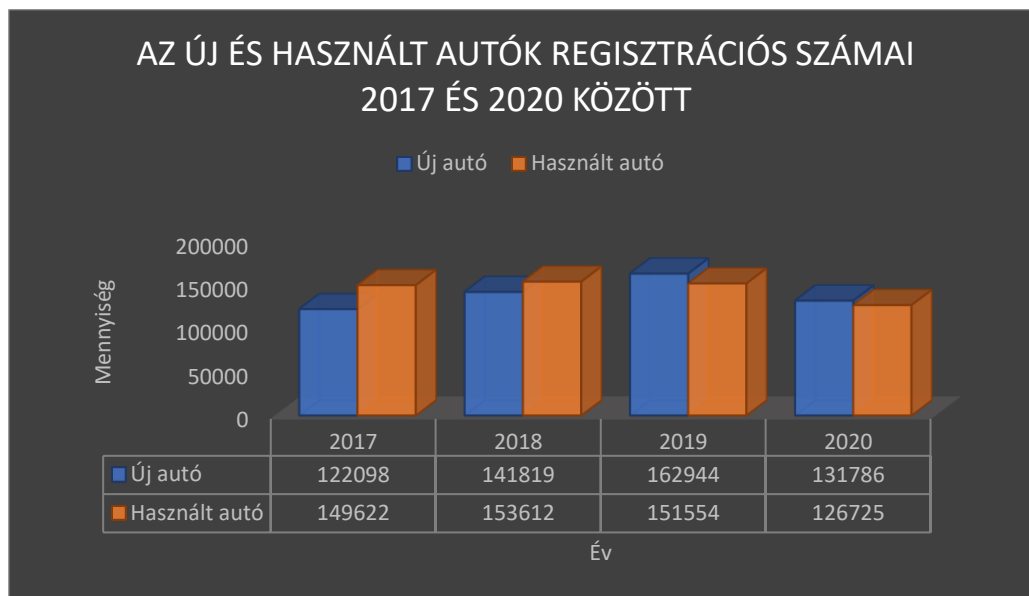
<sup>24</sup> [22.1.1.2. A népesség száma és átlagos életkora nem szerint \(ksh.hu\)](https://ksh.hu) (Letöltve: 2021.10.02.)

<sup>25</sup> [24.1.1.25. A személygépkocsi-állomány gyártmány szerint \(ksh.hu\)](https://ksh.hu) (Letöltve: 2021.10.04.)

### 4.2.3 A Magyarországon újonnan forgalomba helyezett személyautók száma 2017-2020 között

A következő táblázatban bemutatom, hogy hogyan változott a használt, illetve új autók forgalomba helyezésének száma 2017 és 2020 azonos időszakai között. Magyarországon azért nagyon érdekes ez az adat, mert nyilvánvalóan remek összehasonlítási alap lehet egy gazdagabb, nyugati ország hasonló statisztikáival, illetve monitorozható az emberek anyagi helyzete is, legalábbis az új vagy használt autó vásárlás aspektusából.

ÁBRA 8: AZ ÚJ ÉS HASZNÁLT AUTÓK REGISZTRÁCIÓS SZÁMAI 2017 ÉS 2020 KÖZÖTT



Forrás: Saját szerkesztés a KSH 24.1.1.22. számú táblázat adatai alapján

A mellékelt grafikonról leolvasható, hogy Magyarországon 2017 és 2018-ban is több használt személyautót helyeztek forgalomba, mint újat, ez a tendencia különben 2012-ig visszamenőleg igaz, derül ki a KSH azonos táblázatából<sup>26</sup>. (Fontos megemlíteni, hogy a későbbiekben használt adattáblák és a KSH adatai esetenként eltérhetnek). Ezt a jelenséget betudhatjuk a magyar társadalom szerényebb anyagi helyzetének is, hiszen egy új autó jellemzően drágább, mint egy akár csak 1-2 éves használt, de a helyzet nem ennyire egyértelmű, erre a későbbiekben még kitérek.

A 2019-2020-as években ez a statisztika azonban megfordult, hiszen látható, hogy több új autót helyeztek forgalomba, mint használtat. Egészen pontosan 2019-ben 11,390 db-

<sup>26</sup> 24.1.1.22. A Magyarországon első alkalommal forgalomba helyezett új és használt közötti gépjárművek száma járműnemenként (ksh.hu) Letöltve: (2021.10.06.)

bal több új autó került forgalomba, mint használt, habár ez a szám 2020-ra 5061 db-ra apadt. Ezekből az adatokból arra a következtetésre is juthatna egy laikus szemlélő, hogy a magyar emberek nagyobb hajlandóságot kezdtek el mutatni az új gépjárművek vásárlására, és jobb anyagi körülmények közé kerültek, de ez sajnos nem feltétlenül van így, erre világít rá a 7. ábra.

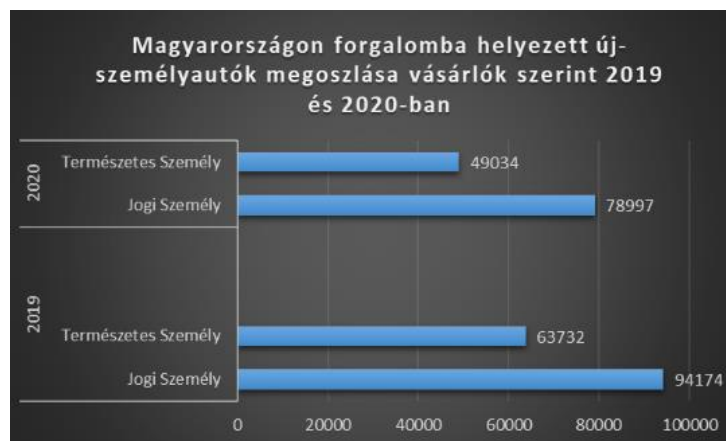
Összességében elmondhatjuk, hogy a vizsgált 4 év közül a 2019-es év volt a legsikeresebb összesített eladások és új autó eladások tekintetében, ugyanis ebben az évben 131,786 darabot értékesítettek. A 2020-as év egyértelmű hanyatlás volt a 2019 és 2018-as évekhez képest, de ebben hatalmas szerepet játszott a COVID-19 járvány miatti gazdasági visszaesés is. 2019-ről 2020-ra az új személyautó eladások közel 30,000 darabbal estek vissza.

A továbbiakban kizárólag a magyar új-autók piacát fogom tovább elemezni, ugyanis a használt gépjárművekkel kapcsolatos fellelhető adatok pontatlanságukkal és csekély elérhetőségükkel nem mutatnak releváns összképet erről a piacról. A fókuszban a 2019 és 2020-as évek lesznek, hiszen ezekről az időszakokról egész éves adatok állnak rendelkezésre, és remek összehasonlítási alap egy gazdaságilag sikeres év (2019), és egy világjárvánnyal megnehezített kevésbé sikeres (2020).

#### 4.2.4 A Magyarországon újonnan forgalomba helyezett személyautók megoszlása vásárlók szerint 2019-2020 között

A következő táblázatban összefoglalom, hogy 2019 és 2020-ban forgalomba helyezett autók közül milyen arányban voltak természetes személyek a vásárlói oldalon, illetve milyen arányban jogi személyek.

ÁBRA 9: MAGYARORSZÁGON FORGALOMBAHELYEZETT ÚJ-SZEMÉLYAUTÓK MEGOSZLÁSA VÁSÁRLÓK SZERINT 2019 ÉS 2020-BAN



Forrás: Saját szerkesztés a CarInfo adatai alapján

Látható, hogy mind 2019-ben mind 2020-ban több volt a jogi személyek, vagyis cégek nevében vásárolt új személygépjármű, mint a természetes személyek által vett autók. Egészen pontosan 2019-ben az összes forgalomba helyezett személygépjárműnek az 59,6%-a volt jogi személy általi vásárlás, míg ugyan ez az adat 2020-ra már 61,7%-ra emelkedett. Jól mutatják az eladások megoszlásai, hogy Magyarországon is egyre elterjedtebb a vállalati vagy céges autók használata.

#### 4.2.5 A Magyarországon újonnan forgalomba helyezett személyautók száma márkák szerint 2019-2020 között

A Magyarországon 2019 és 2020-ban 65 különböző márká értékesített személygépjárművet, derül ki a CarInfo<sup>27</sup> adataiból. A legnépszerűbb ezek közül a Suzuki volt, mind 2019-ben mind 2020-ban vezette a ranglistát 25,766 majd 14,783 db értékesített autóval. Ezek a számok azért mérvadóak, mert 2019-ben 16,3%-os piaci részesedést ért el a márká a személyautók piacán, ami azt jelenti, hogy minden hatodik eladott új személygépjármű Suzuki volt ebben az évben. 2020-ra a piaci részesedése a márkának 11,5%-ra esett vissza, de még így is megőrizte az első helyet.

Az első 5 között 4 márká megőrizte a jelenlétét, míg a Dacia 2020-ra bekerült a TOP 5-be, leváltva Opel-t. Az öt márkából három (Suzuki, Ford, Opel) veszített a piaci részesedéséből, átlagosan 2,8%-ot, míg a Toyota és a Dacia átlagosan 2,1%-kal növelte azt.

Az egész személygépjármű piacot tekintve is jól látható hatása volt a COVID-19 járványnak, hiszen 2019-ről 2020-ra az eladások 18,9%-kal estek vissza. Ez számokban kifejezve 29,875 db-os csökkenést jelent.

TÁBLÁZAT 4: FORGALOMBA HELYEZÉS VOLUMENE MÁRKÁK SZERINT (2019)

| 2019 | Márka  | db      | Piaci rész. % |
|------|--------|---------|---------------|
| 1    | SUZUKI | 25,766  | 16.3%         |
| 2    | FORD   | 15,728  | 10.0%         |
| 3    | SKODA  | 12,637  | 8.0%          |
| 4    | OPEL   | 12,106  | 7.7%          |
| 5    | TOYOTA | 11,265  | 7.1%          |
| 19   | NISSAN | 3,384   | 2.1%          |
|      | Össz.: | 157,906 | 100.0%        |

Forrás: Saját szerkesztés a CarInfo adatai alapján

TÁBLÁZAT 3: FORGALOMBA HELYEZÉS VOLUMENE MÁRKÁK SZERINT (2020)

| 2020 | Márka  | db      | Piaci rész. % |
|------|--------|---------|---------------|
| 1    | SUZUKI | 14,783  | 11.5%         |
| 2    | TOYOTA | 12,672  | 9.9%          |
| 3    | FORD   | 11,741  | 9.2%          |
| 4    | DACIA  | 10,469  | 8.2%          |
| 5    | SKODA  | 10,186  | 8.0%          |
| 22   | NISSAN | 2,798   | 2.2%          |
|      | Össz.: | 128,031 | 100.0%        |

Forrás: Saját szerkesztés a CarInfo adatai alapján

<sup>27</sup> [Carinfo.hu](http://Carinfo.hu) (Letöltve: 2021.10.08)

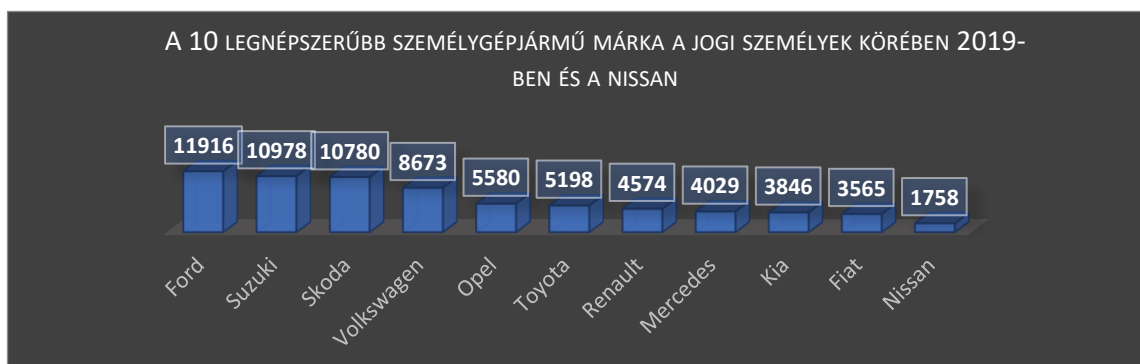
A Nissan márka 2019-ben a 19. helyen végzett a személyautók eladási listáján 3384 db eladott autóval, amely 2,1%-os piaci részesedést jelentett, ez a szám 2020-ra 2798 db-ra csökkent, azonban 2,2%-os piaci részesedésre emelkedett. 2020-ban a 22. legtöbbet értékesített személyautó márka volt. 2019-ről 2020-ra 586 darabos csökkenés mutatkozott az eladásokban.

#### 4.2.6 A Magyarországon újonnan forgalomba helyezett személyautók megoszlása márkák és vásárlók szerint 2019-2020 között

Érdeemes megvizsgálni továbbá, hogy milyen márkák uralják a jogi személyek által megvásárolt személyautók rangsorát, ugyanis így következtethetünk arra, hogy mely autógyártók töltik fel a hazai céges flották túlnyomó részét.

2019-ben az első helyen a Ford végzett, amely 11,916 db személyautót értékesített vállalati ügyfelei számára, amely 12,7%-os részarányt jelent a jogi személyeknek értékesített személygépjárművek piacán. A legnépszerűbb modellje az M Mikrobusz szegmensbe tartozó Ford Tourneo Custom volt, amelyből 2912 db-ot adtak el. 10,000 darab feletti eladást ért még el a Suzuki és a Skoda is, 11,7% és 11,4%-os piaci részesedést kiharcolva ezzel. A két márka legnépszerűbb modelljei a Suzuki SX4 S-Cross és a Skoda Octavia voltak. Az év során összesen 94,174 darab személygépjárművet vásároltak a magyarországi jogi személyek, amely az összesített 2019-es eladási számok 59,6%-a volt. A Nissan 1758 darab személygépjárművet értékesített a cégek számára, amely 1.9%-os részarányt jelent. A legnagyobb számban eladott modell a Nissan Qashqai volt, 913 db eladott példánnyal.

ÁBRA 10: A 10 LEGNÉPSZERŰBB SZEMÉLYGÉPJÁRMŰ MÁRKA A JOGI SZEMÉLYEK KÖRÉBEN 2019-BEN ÉS A NISSAN



Forrás: Saját szerkesztés a CarInfo adatai alapján

2020-ban az első helyen szintén a Ford végzett, amely 10,200 db személyautót adott el vállalati ügyfelei számára, ez 12,9%-os részarányt jelent a jogi személyeknek értékesített személygépjárművek piacán, ami ugyan 0,2%-os javulást jelent 2019-hez képest,

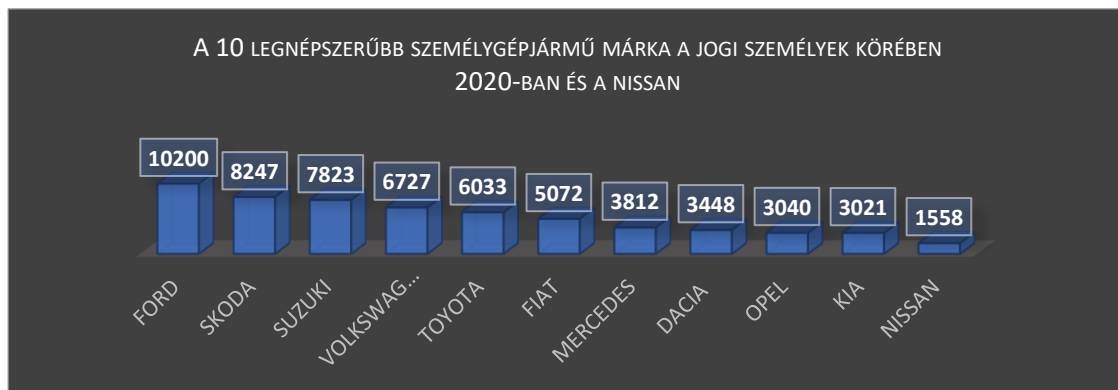
de 1716 darabbal csökkent az értékesített autók száma. A vállalatok a legnagyobb számban, csak úgy mint 2019-ben a Ford Tourneo Custom modellt választották, pontosan 3366 db-pt értékesítettek.

8247 darabos eladást ért el a Skoda, 10,4% részesedést kiharcolva ezzel, amely ugyan visszaesés 2019-hez képest, de immár a második legeladottabb személygépjármű márka lett a jogi személyek körében, megelőzve a Suzukit. A legtöbbet eladott modell továbbra is a Skoda Octavia lett, amely rendkívül népszerű cégesautó, és meghatározza az utcaképet Magyarországon.

Az év során összesen 78,997 darab személygépjárművet vásároltak a magyarországi vállalatok, amely az összesített 2020-es eladási számok 61,7%-a volt. A Nissan 1558 darab személygépjárművet értékesített jogi személyek számára, amely 2.0%-os részarányt jelent, így az eladási számaik a tendenciáknak megfelelően ugyan csökkentek, de a piaci részesedésüket 0,1%-kal növelni tudták.

Látható, hogy ebben az összehasonlításban is megtette a hatását a járvány, ugyanis 19.2%-os volumen visszaesést produkált a 2020-as év 2019-hez képest.

ÁBRA 11: A 10 LEGNÉPSZERŰBB SZEMÉLYGÉPJÁRMŰ MÁRKA A JOGI SZEMÉLYEK



Forrás: Saját szerkesztés a CarInfo adatai alapján

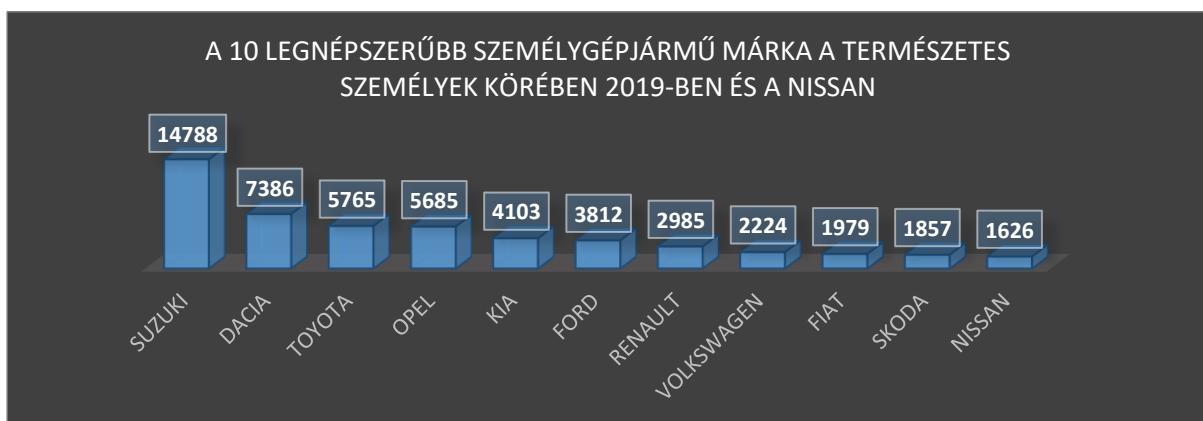
A továbbiakban megvizsgálom, hogy mely márkák voltak a legnépszerűbbek a hazai természetes személyek körében 2019-ről 2020-ra. Az elemzéssel megtudhatjuk, hogy ma Magyarországon mely autógyártók szolgálják ki új személygépjárműveikkel a honfitársainkat.

Alapvetően elmondható, hogy ma Magyarországon több autót vásárolnak jogi személyek, mint természetes személyek, ez betudható a fejlődő vállalati mobilitásnak, valamint a cégek növekvő gépjárműigényének. Látható, hogy a 2019-es évben a Suzuki, rendkívül magas, 23.2%-os piaci részesedést ért a természetes személyek által vásárolt személyautók piacán, amely 14,788 db eladott autót jelent. A legnépszerűbb típus a B SUV kategóriába

sorolandó Suzuki Vitara volt, amelyből a gyártó 5502 db-ot értékesített, ami több mint 1/3 része a márka 2019-es személyautó eladásainak. Tökéletesen szemlélteti a Suzuki 2019-es piaci fölényét, hogy a második legtöbb eladást produkáló márka, a Dacia, 7402 db autóval kevesebbet értékesített, ami a Suzuki számainak 49.9%-a. A Dacia legnépszerűbb modellje a szintén B SUV kategóriába sorolandó Dacia Duster volt, 2555 eladott autóval. A lista további szereplői a jól ismert, Magyarországon rendkívül népszerű Toyota 5765 db autóval és 9.05%-os piaci részesedéssel, illetve az Opel 5685 db autóval és 8.92%-os részesedéssel. A 2019-es évben a természetes személyeknek értékesített személyautók száma 63,732 db volt.

Kitérve a Nissan 2019-es helyzetére a személyautó eladások tekintetében, nyilvánvaló, hogy 1626 db eladott autóval és 2.55%-os piaci részesedésével nem a legmeghatározóbb szereplő a piacon. A márka legnépszerűbb típusa a C SUV szegmensbe tartozó Nissan Qashqai volt, 835 db eladott autóval, amely a márka összesített eladásának több mint 50%-a. Ez az adat jól szemlélteti, hogy a márka nagymértékben függ a típus sikerétől, hiszen eladásainak túlnyomó része a Qashqai-ból származik.

ÁBRA 12: A 10 LEGNÉPSZERŰBB SZEMÉLYGÉPJÁRMŰ MÁRKA A TERMÉSZETES SZEMÉLYEK KÖRÉBEN 2019-BEN ÉS A NISSAN



Forrás: Saját szerkesztés a CarInfo adatai alapján

A 2020-as évben jelentős változások figyelhetők meg az előző évhez képest, ugyanis amellett, hogy az eladások 33%-kal visszaestek, a személyautó márkák sorrendje és piaci helyzete is nagymértékben megváltozott.

A legnépszerűbb márka 2020-ra a Dacia lett, 7021 db eladott autóval, amely a Suzuki 2019-es eladásainak még a felét sem éri el, de a márka a saját, egy évvel ezelőtti eladásait sem tudta felülmúlni az év végére. A Dacia piaci részesedése 14.32%, és a legtöbbet eladott modellje a Dacia Lodgy lett 3809 db eladott autóval. Ez a teljes 2019-es eladási volumen 54.25%-a.

A Lodgy sikere legfőképpen a magyar kormány, 2019 végén bevezetett nagycsaládos állami támogatásának köszönhető, amely keretében 2,500,000 Ft támogatást kapott minden olyan házaspár, akik legalább 3 gyermeket nevelnek, és 7 személyes új autót vásárolnak egy hazai kereskedőtől. A támogatás összege a bruttó vételárnak legfeljebb felét teheti ki, ami azt jelenti, hogy az autó megvásárlásához önerőre is szükségük van a családoknak. A támogatás maximális kihasználásához legalább 5 millió ft értékben kell autót vásárolni.<sup>28</sup>

A Suzuki ugyan nem sokkal maradt le a Dacia mögött, (csupán 61 db autóval értékesítettek kevesebbet), de a 2019-es eladási volumenük 2020-ra 7828 db autóval esett vissza! Ezt az 53%-os visszaesés túlnyomó részt a COVID-19 járvány okozta, ugyanis a vírus terjedése miatt Suzukinak le kellett állítania az esztergomi gyártósorát, és csak hónapokkal később tudták újraindítani. A gyártó piaci részesedése 14.19% lett 2020-ban, amellyel még a visszaesések ellenére is stabilan az egyik vezető márka maradt Magyarországon. A legnépszerűbb modell immár a C SUV szegmensbe tartozó Suzuki SX4 S-Cross lett, amelyből 2828 db-ot értékesítettek a természetes személyek részére.

A dobogó harmadik helyén nem történt változás, a Toyota megőrizte a pozícióját, 6639 db személyautót értékesített a magánszemélyek részére, amely 15.16%-kal jobb eredmény, mint a gyártó 2019-es eladásai. Látható, hogy nem minden márkának zuhantak be az eladásai a 2020-as év alatt.

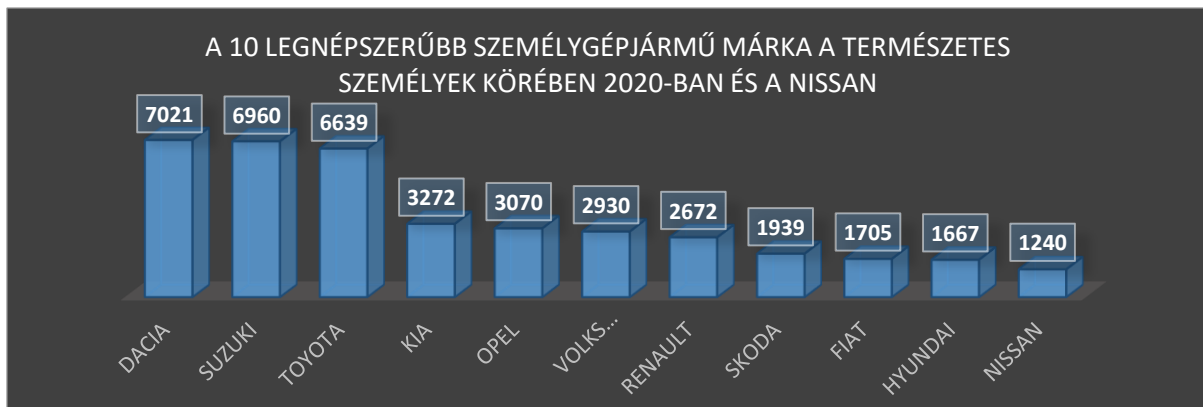
A Nissan eladásai 1626 db autóról 1240 db-ra estek vissza 2019-ről 2020-ra, amely beleillik a megfigyelhető eladási volumencsökkenés átlagos számaiba. A piaci részesedése 2.53% volt, ezzel egy minimális 0.2%-os piaci részarány csökkenést szenvedett el. A márka legnépszerűbb modellje továbbra is a Nissan Qashqai volt, 593 db eladott autóval.

---

<sup>28</sup> [7 személyes autók támogatása 2021 | Financer.com](#) (Letöltve: 2021.10.17)



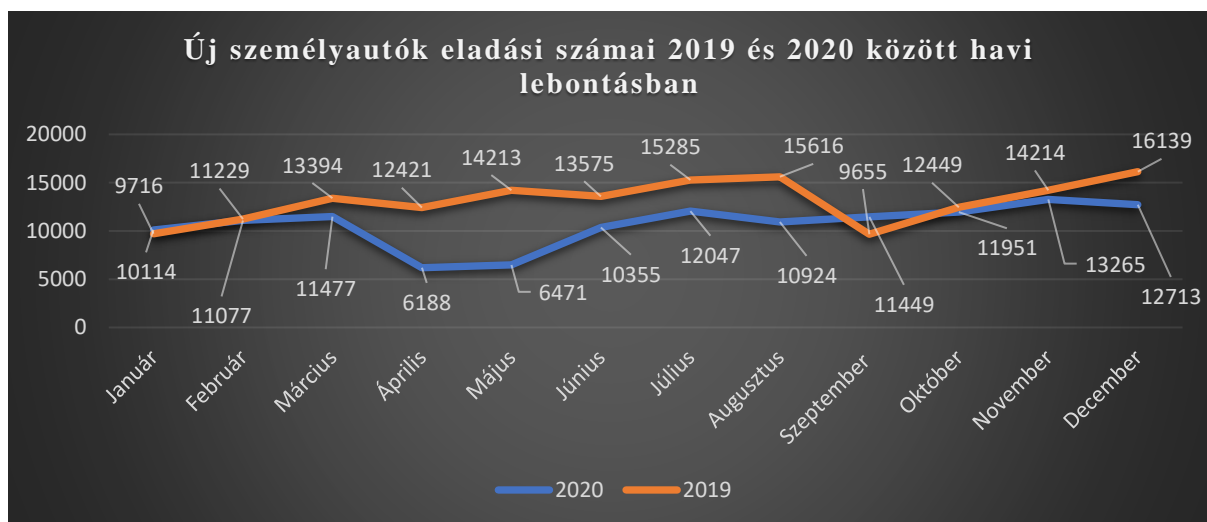
ÁBRA 13: A 10 LEGNÉPSZERŰBB SZEMÉLYGÉPJÁRMŰ MÁRKA A TERMÉSZETES SZEMÉLYEK KÖRÉBEN 2020-BAN ÉS A NISSAN



Forrás: Saját szerkesztés a CarInfo adatai alapján

Érdeemes megvizsgálni, hogy 2020-as évben miként alakultak az összesített (Természetes és Jogi személyek egyaránt) eladások a COVID-19 járvány által különösen érintett hónapokban. Az alábbi grafikonon kitűnően látszik, hogy a 2020 áprilisi értékesítési számok drasztikus visszaestek a vírus széleskörű elterjedésének okán, egészen pontosan 46.08%-kal. A recesszió kitartott egészen júniusig, amikor az eladások elkezdtek visszatérni a normális volumen értékekhez. 2019-ben a 12 hónapból 10 hónapban magasabb eladási volumeneket produkáltak a gyártók mint 2020-ban, elmondható, hogy a visszaesés az egész évet végig kísérte.

ÁBRA 14: ÚJ SZEMÉLYAUTÓK ELADÁSI SZÁMAI 2019 ÉS 2020 KÖZÖTT HAVI LEBONTÁSBAN



Forrás: Saját szerkesztés a CarInfo adatai alapján

#### 4.2.7 A deregisztrációs számok jelentősége

Az új személyautók értékesítési számainak elemzése közben egy nagyon fontos fogalmat azonban figyelembe kell vennünk, ez pedig a deregisztráció, vagy gyors kivonás.

E folyamat során a gyártók Magyarországon forgalomba helyezik az adott személyautót, majd egyből kivonják a forgalomból, és külföldre exportálják. A gyakorlat lényege az, hogy az importőr a regisztrációkkal teljesíti a gyártó által előírt kvótákat, ezáltal különböző bónuszokban részesül, majd az autókat egy olyan piacra exportálja, ahol a magasabb életszínvonal miatt magasabb áron tudja értékesíteni a kivont gépkocsikat. A gyártók sok esetben éppen ezért tiltják az importőröknek az exportra való értékesítést, de erre is megvannak a kibúvók. Magyarországon 2019-ben 34,268 db személyautót vontak ki ezzel az eljárással szinte azonnal a forgalomból, amely a 2019-es összesített személyautó eladások 21.7%-a. Ez a szám ugyan 2020-ban 31,338 db-ra csökkent, de az összesített eladások immár 24.48%-át tették ki a deregisztrált autók, derül ki a CarInfo<sup>29</sup> adataiból. 2019-ben a legtöbb gyorskivonást a Suzuki hajtotta végre, pontosan 7187 db autót exportáltak külföldre, míg 2020-ban a Ford 6946 db autón hajtotta végre a fent részletezett eljárást.

Éppen ezért nagyon fontos, hogy mikor a regisztrációs számokat vizsgáljuk, mindenképpen meg kell nézni azt is, hogy az adott márka milyen mennyiségben exportálja az itthon forgalomba helyezett autóit. Jó példa erre a jogi személyek körében 2019-ben és 2020-ban is a legnépszerűbbnek bizonyult Ford Tourneo Custom modell, amelyből a Ford 2019-ben összesen 3156 db-ot helyezett forgalomba itthon, ugyanakkor 2470 db-ot azonnal ki is vont, és exportált ki külföldre, ez az eladások 72.26%-át teszi ki. 2020-ban ugyan ebből a modellből 3662 db-ot helyeztek itthon forgalomba, majd ebből 3100 db-ot azonnal deregisztráltak, ami a 2019-es évhez képest még magasabb, 84.65%-os arány. Ezzel a példával tökéletesen szemléltetni lehet, hogy a regisztrációs számok nem fedik a valós hazai eladások volumeneit, és minden esetben meg kell vizsgálni, hogy az adott modellből mennyi került exportálásra.

A Nissan 2019-ben 3384 db személygépjárművet helyezett itthon forgalomba, amelyből 687 db-ot azonnal ki is vontak a forgalomból, amely az eladások több mint 1/5 része. A 2020-as évben 2798 db forgalomba helyezett személyautóból már 715 db-ot vontak ki

---

<sup>29</sup> [Carinfo.hu](http://Carinfo.hu)

azonnal, amely az értékesített volumen 25.55%-a. Az okok nagyrészt a beragadt készletek, és a kedvezőtlen euró árfolyam voltak, amelyek kiküszöbölésében segít az export tevékenység.

#### 4.2.8 A Magyarországon újonnan forgalomba helyezett személyautók megoszlása az üzemanyag típusa szerint 2017 - 2020 között

Az utolsó megvizsgálandó terület a személyautók hajtását érinti. 2021-ben 6 fő különböző hajtási módot különböztetünk meg, a Dízel, Benzin, CNG/LPG, Hybrid illetve tisztán elektromos hajtást, természetesen a +1 kategória az egyéb besorolás alá esik.

A legfrissebb autóiipari trendek szerint a hybrid és a tisztán elektromos hajtáshatalmas térnyerése környezetvédelem és a fenntartható mobilitás jegyében történik, ezzel párhuzamosan a dízel autók kiszorítása a városokból és egyes országokból is egy valós jelenség.

A 2021 május 17-én<sup>30</sup> kiírt magányszemélyeknek szóló tisztán elektromos autók vásárlásához nyújtott állami támogatás számára a kormány 3 milliárd forintot különített el. A pályázók a gépjármű értékének 45 százalékát kaphatják meg támogatásként egy legfeljebb 15 millió forint értékű elektromos gépjármű vásárlására. A legfontosabb tényező, hogy 1 millió forinttal megemelték a nagyobb (2,5 millió forint) támogatást biztosító felső sáv határát a tavalyihoz képest. Ezzel a lépéssel pedig még több tisztán elektromos modell és felszereltségi szint válik elérhetővé a vásárlók számára. 12 millió forintig 2,5 millió forint támogatás jár.

TÁBLÁZAT 5: A 2021. MÁJUS 17-ÉN KIÍRT ELEKTROMOS AUTÓ PÁLYÁZAT TÁMOGATÁS MÉRTÉKEI

##### A támogatás mértéke:

|   | A beszerzés időpontjában érvényes vételár | Maximális támogatási összeg és intenzitás |
|---|---|---|
| <b>Tisztán elektromos személygépjármű (max. ötszemélyes, M1)</b>        | 1 000 000 – 12 000 000 Ft                 | maximum 2 500 000 Ft<br>maximum 50 %      |
|   | 12 000 001 – 15 000 000 Ft                | maximum 1 500 000 Ft<br>maximum 12,5 %    |
| <b>Tisztán elektromos személygépjármű (hét- vagy többszemélyes, M1)</b> | 1 000 000 – 14 000 000 Ft                 | maximum 2 500 000 Ft<br>maximum 50 %      |
|   | 14 000 001 – 17 000 000 Ft                | maximum 1 500 000 Ft<br>maximum 11 %      |

Forrás: [Állami támogatás - megérkeztek az ingyen milliók az elektromos autókhoz – e-cars.hu](https://www.e-cars.hu)

<sup>30</sup> [Összefoglaló - Elektromos autó állami támogatás 2021 – e-cars.hu](https://www.e-cars.hu) (Letöltve: 2021.11.04)

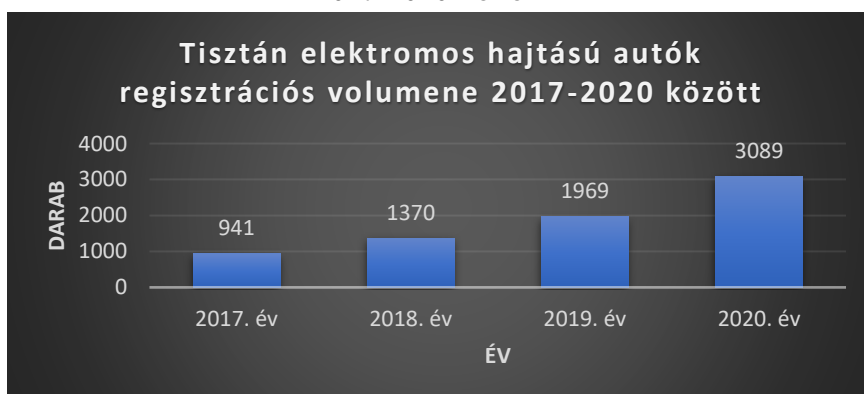
A második sáv, amely határozottan elősegítheti a nagyobb hatótávval rendelkező tisztán elektromos autók terjedését a 12 és 15 millió között létrehozott állami támogatás mértéke, melyet a tavalyihoz képest háromszorosára, 1,5 millió forintra emeltek.

A hét vagy többszemélyes elektromos autókra is igényelhető az állami támogatás. Ennek alapján a két sáv felső határát 2 millió forinttal megnövelték, ezzel a lépéssel pedig néhány elektromos kisbusz is beleférhet a keretbe. Továbbra is kombinálható a nagycsaládosok autóvásárlási programjával az elektromos autók állam támogatása, így akár 5 millió forint támogatáshoz is juthat az, aki egy hétszemélyes tisztán elektromos autó vásárlásában gondolkodik.

Magyarországon 2017 és 2020-as pénzügyi! években több mint 7369 db tisztán elektromos személyautót helyeztek forgalomba derül ki a CarInfo<sup>31</sup> által közölt adatokból. A három legkedveltebb modell sorban a Nissan Leaf 1656 db eladott autóval, a Volkswagen UP 792 db értékesített személyautóval, és harmadik helyen pedig a BMW I3 652 db-os eladással. A vásárlók összesen 44 különböző teljesen elektromos hajtáslánccal rendelkező modellt vásároltak meg ebben a négy évben.

Látható, hogy a tisztán elektromos autók piaca élesen bővül, az eladási számok nőnek, egyre több modell jelenik meg a piacon. Jól szemlélteti ezt az állítást, hogy 22 db olyan modell volt 2020-ban a piacon, amelyből 2017-ben még nem vagy nem létezett tisztán elektromos modell, vagy maga a modell sem volt még a piacon. 2017-ről 2020-ra évente átlagosan 716 db-bal nőttek az eladási volumenek, ez a növekedési ütem várhatóan kitart a következő években is.

ÁBRA 15: TISZTÁN ELEKTROMOS HAJTÁSÚ AUTÓK REGISZTRÁCIÓS VOLUMENE 2017-2020 KÖZÖTT



Forrás: Saját szerkesztés a CarInfo<sup>32</sup> által közölt adatok alapján

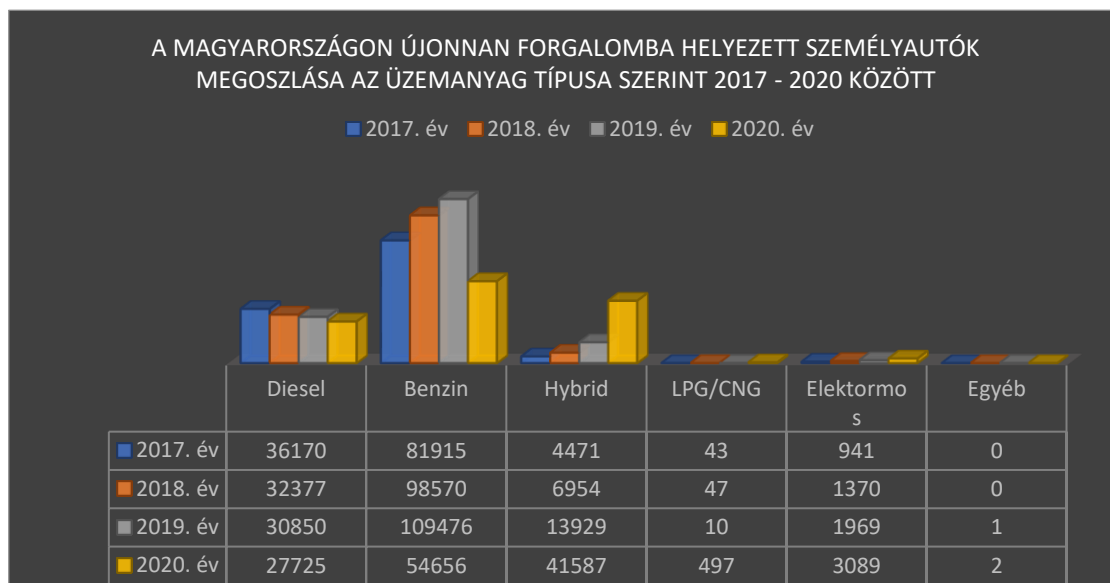
<sup>31</sup> [Carinfo.hu](http://Carinfo.hu)

<sup>32</sup> [Carinfo.hu](http://Carinfo.hu)

A Magyarországon újonnan forgalomba helyezett személyautók üzemanyag típusok szerinti megoszlása jól látható változáson megy keresztül. A benzines személyautók egyértelműen uralták a piacot, eladási volumene 2017-től 2019-ig élesen növekvő tendenciát mutatott, majd 2020-ra hirtelen a felére csökkent. Ennek oka azonban nem a hagyományos hybrid hajtásláncok gyors terjedése, hanem a 2020-ban elterjedt Mild Hybrid rendszerek bevezetése volt, melyek egyre több modellben váltak elérhetővé, a CO2 kibocsátási értékek korában tartása végett.

„A Mild Hybrid, kis túlzással, a hibrid autók legkevésbé elektromos változata. Az említett gépjárművekben a belső égésű motor mellett egy kisebb méretű és teljesítményű villanymotor is található, amelyet a fékezések alkalmával visszanyert elektromos áram táplál. A 12 vagy 48 voltos akkumulátorban tárolt elektromos energia segíti a hagyományos belsőégésű motor működését az indítások, valamint a gépjármű elindulása során. Illetve többletenergiát biztosít, ha arra indokolt esetben szükség van. A hibridek ezen változatának legnagyobb előnye az, hogy jóval olcsóbb, mint a full vagy a plug-in modellek. Továbbá alacsonyabb fogyasztásra és kisebb károsanyag-kibocsátásra számíthatunk. A mild hibrid villanymotorjának elsődleges célja a lassításkor felszabaduló mozgási energia elektromos árammá való alakítása. Az enyhe hibridek egyre elterjedtebbek, de a gyártók továbbra is inkább a flottaemissziós értékek megtartása érdekében forgalmazzák ezeket a típusokat” (Molnár, 2021).

ÁBRA 16: A MAGYARORSZÁGON ÚJONNAN FORGALOMBA HELYEZETT SZEMÉLYAUTÓK MEGOSZLÁSA AZ ÜZEMANYAG TÍPUSA SZERINT 2017 - 2020 KÖZÖTT



Forrás: Saját szerkesztés a CarInfo<sup>33</sup> által közölt adatok alapján

<sup>33</sup> [Carinfo.hu](http://Carinfo.hu)

A 2020-as pénzügyi évben összesen 127,556 db autó került a forgalomba, ennek 42.85%-a benzin üzemű volt, 21.74%-a dízel üzemű, 32.50% hybrid, amely az első olyan piaci részesedési arány, amely meghaladta a dízel járművek eladási számait egy pénzügyi évben.

A 3 legnépszerűbb hagyományos hybrid meghajtású modell nem meglepően a technológia úttörőjének számító Toyota gyártósoráról gördült le. 2017 és 2020 között a gyártó 5414 db hybrid Rav-4-et, 4653 db CH-R-t, és 4088 db szintén hybrid Corollát értékesített Magyarországon, amely volumenek közelébe egyik gyártó sem tudott férközni. Véleményem szerint 2021-ben a legélhetőbb környezetkímélő autózási mód a közösségi autózáson kívül a tényleges hybrid modellek használata, hiszen ezek az autók képesek néhány kilométert tisztán elektromos üzemmódban is megtenni, és menetidejük akár 50 százalékában károsanyag-kibocsátás nélkül képesek üzemelni.

## 5. A PRIMER KUTATÁS EREDMÉNYEI

### 5.1 A kutatás célja

Kutatásom középpontjában az autópiac jelenlegi helyzete állt, amelyet egyrészt az európai, másrészt a magyarországi viszonylatban jártam körül. Ezen belül a főbb vizsgálendő tényezők a következők:

#### Mélyinterjú kérdések:

1. Hogyan alakul a Nissan jelenlegi piaci pozíciója Európában? Melyek a márka legnépszerűbb modelljei?
2. Hogyan alakul a Nissan jelenlegi piaci pozíciója Magyarországon? Melyek a márka legnépszerűbb modelljei itthon?
3. Hogyan teljesít a J12 Qashqai 2021-ben eddig? Mely modellek a legnagyobb versenytársai? Milyen tulajdonságai emelik ki az Qashqai-t a C SUV szegmens többi tagja közül?
4. Hogyan teljesít a F16 Juke 2021-ben eddig? Mely modellek a legnagyobb versenytársai? Milyen tulajdonságai emelik ki a Juke-ot a B SUV szegmens többi tagja közül?
5. Hogyan teljesít a T32 X-Trail 2021-ben eddig? Mely modellek a legnagyobb versenytársai? Milyen tulajdonságai emelik ki az X-Trail-t a D SUV szegmens többi tagja közül?
6. Hogyan teljesít a ZE1 Leaf-et 2021-ben eddig? Mely modellek a legnagyobb versenytársai? Milyen tulajdonságai emelik ki a Leaf-et a többi elektromos autó közül?
7. Melyek a legfrissebb uralkodó trendek az autóiparban napjainkban?
8. Mi a Nissan 2021-es marketing stratégiája Magyarországon? Mely csatornákon éri el a leendő ügyfeleit? Milyen innovatív új marketing ötletek/módszerek kerültek bevezetésre 2021-ben?
9. Hogyan alakult 2020-ban a 2019-es évhez képest az új személygépkocsik eladása Európában?
10. Hogyan alakult 2020-ban a 2019-es évhez képest az új személygépkocsik eladása Magyarországon?

11. A félvezetők hiánya 2021-ben milyen hatással van a Nissan-ra? A konkurens márkákat erőteljesebben vagy kevésbé érintette a hiányuk?
12. Az elektromobilitás elterjedése jelentősen át fogja alakítani Nissan modellkínálatát a közeljövőben? Ha igen, hogyan?
13. Mi a Nissan márka jövője? Milyen irányba fog tovább fejlődni a márka?

## 5.2 A kutatás logikai váza

2.Ábra: A kutatás logikai váza



Forrás: saját szerkesztés a 2021. szeptember-novemberi kutatás alapján



### 5.3 A kutatás módszerének bemutatása

Kutatásom **kvalitatív technikával** mélyinterjúk megkérdezésekkel végeztem el. „A kvalitatív kutatás strukturálatlan, feltáró jellegű kutatási módszer, amely kis mintán alapul, és a probléma megértését szolgálja”<sup>34</sup>. Azért ezen módszer alkalmazása mellett döntöttem, mert a mögöttes okokat és tényezőket szerettem volna megérteni. További jellemzői a kvalitatív kutatásnak a strukturálatlanság és a nem statisztikai adatelemzés.

**A kutatás célterülete:** Európa és Magyarországi autópiacok

**A kutatás célcsoportja:** A kutatásba a Nissan magyarországi importőrének termék-marketing csapatának szakembereit vontam be, nekik tettem fel a fent említett mélyinterjú kérdéseket.

**Mintavétel módja:** A mélyinterjú során önkényes és hólabda módszert alkalmaztam

**A minta nagysága:** 4 kollégámat kérdeztem meg az említett szakmai kérdésekről

**A mintavétel ideje:** A mintavételi eljárások előkészítését 2021. augusztus végén kezdtem el, de az adatgyűjtés 2021. szeptemberében kezdődött el, a mélyinterjúkat pedig 2021. november 10-én bonyolítottam le.

#### **A technikai lebonyolítás:**

A mélyinterjúkat előre megbeszélt időpontban, előre megírt kérdések alapján személyesen készítettem el. Gondos figyelmet fordítottam arra, hogy az interjúalanyomat ne befolyásoljam és hagyjam a témában kibontakozni. A beszélgetésekről minden esetben feljegyzést készítettem, amelyeket részletesen közlök a következő fejezetben. Az interjúk során a megkérdezettek kizárólag nyitott kérdéseket kaptak. A főbb kérdések a következők voltak:

- Hogyan alakul a Nissan jelenlegi piaci pozíciója Magyarországon? Melyek a márka legnépszerűbb modelljei itthon?
- Mi a Nissan 2021-es marketing stratégiája Magyarországon? Mely csatornákon éri el a leendő ügyfeleit? Milyen innovatív új marketing ötletek/módszerek kerültek bevezetésre 2021-ben?
- Mi a Nissan márka jövője? Milyen irányba fog tovább fejlődni a márka?

---

<sup>34</sup>Forrás: (Malhotra, 2009)

## **Az elemzési technika:**

Az eredmények ismertetése a mélyinterjú megoldáshoz kapcsolódóan többnyire leíró jellegű.

## **5.4 A mélyinterjúk eredményeinek részletes bemutatása**

### **1. kérdés: Hogyan alakul a Nissan jelenlegi piaci pozíciója Európában? Melyek a márka legnépszerűbb modelljei?**

A kérdéseket a kollegáimnak egyesével tettem fel, majd a kapott válaszok közül kiválasztottam a legrelevánsabb részleteket.

Alapvetően elmondható, hogy a Nissan piaci teljesítménye eltérő Európa különböző országaiban. A márka az Egyesült Királyságban a legsikeresebb, ahol globális mércével is számottevő gyártó kapacitással rendelkezik.

A Nissan a második legkelendőbb japán márka Európában, közvetlenül a Toyota mögött. Sajnos 2016-ban az eladások és a részesedés visszaesett, mielőtt a márka 2017-ben új európai értékesítési rekordot ért el.

Ezek a lenyűgöző eredmények leginkább a crossoverek hihetetlen sikerének köszönhetőek. A Qashqai és a Juke, mindkettő az angliai Sunderland gyárban készül, valamint az X-Trail-nek.

A Qashqai a kompakt SUV szegmens legkelendőbb modellje, évi 200.000 feletti eladással, 8 egymást követő évben. A Juke 2010-ben jelent meg, és 2011 óta évente több, vagy megközelítően 100 000 darabot adtak el belőle. Az X-Trail új generációja 2015-ben jelent meg, és új éves volumenrekordot tudott felállítani a márka számára, aminek köszönhetően a márka eladásainak több mint 70%-át crossoverek teszik ki. Az X-Trail a világ 4. legkelendőbb autója és legkelendőbb crossovere, köszönhetően a Kínában és az USA-ban elért sikereknek, ahol Rogue néven fut.

A Leaf villanyautó lassan indult, de 2017-ig minden évben nőttek az eladások, mielőtt 2018-ban megérkezett a második generáció, amelynek köszönhetően a típusjelzés ismét új eladási rekordokat dönt. Az első generációs Leaf volt az első EV, amely átlépte a 10.000 éves eladási mérföldkövet, de 2015-ben elvesztette vezető helyét az elektromos autók szegmensében a Renault Zoéval szemben, de az új generáció ismét kihívója lesz a címnek.

Erős továbbá Spanyolországban, ahol szintén rendelkezik gyártókapacitással. Ezen kívül van néhány olyan ország is, ahol meglepően nagy piacrészesedéssel rendelkezik dacára annak, hogy nincs jelen gyártókapacitással, sőt még bizonyos esetben gyári képvisellel – úgynevezett National Sales Companyval – sem. Az európai teljesítmény felett produkál például Írország, Görögország vagy Magyarország is.

## **2. kérdés: Hogyan alakul a Nissan jelenlegi piaci pozíciója Magyarországon? Melyek a márka legnépszerűbb modelljei itthon?**

A Nissan közelmúltbeli magyarországi teljesítményét meghatározta az értékesítési tevékenységet végző gyári tulajdonú vállalat megszüntetése és a forgalmazói jogok átadása egy privát befektetőnek, a Grand Automotive Central Europe Kft.-nek.

A privát importőr tevékenység mozzatórugói néhány aspektusban különböznek a gyári importőrtől. Egy ilyen terület például a volumenambíciók, amik sokkal hangsúlyosabbak a gyári importőri elvárásoktól.

A vállalat 2019 utolsó negyedében kezdte meg a működését, ezért 2019-től látható egy megtorpanás a Nissan értékesítési számaiban.

Szintén meghatározó a Nissan teljesítményére – mint minden autógyár esetében – a termékpaletta átlagéletkora, ami 2021 közepéig folyamatosan nőtt 2014 óta. E tekintetben 2022-ben egy fordulat várható mivel a megújult Qashqai mellé 3 teljesen új modell fog csatlakozni. Az új modellek mellett pedig folytatódni fog a motorpaletta elektromosítása mild-hybrid, full-hybrid és teljesen elektromos modellekkel megfelelve, sőt meg is haladva az európai fogyasztói elvárásokat.

A márka jelenlegi piaci részesedése 2021-ben 2.08%, 1825db eladott autóval. A legnépszerűbb modellek sorrendben a Qashqai, X-Trail, Juke, Leaf.

## **3. Kérdés: Hogyan teljesít a J12 Qashqai 2021-ben eddig? Mely modellek a legnagyobb versenytársai? Milyen tulajdonságai emelik ki az Qashqai-t a C SUV szegmens többi tagja közül?**

Magyarországon az Új QASHQAI forgalmazás 2021 augusztusában kezdődött. Az első három hónapban nagyságrendileg 200 darabot értékesített a vállalat, de sajnos az iparágban uralkodó félvezetőhiány pillanatnyilag nagyon korlátozza a gyártási kapacitásokat.

Az új Qashqai legfontosabb versenytársa a Hyundai Tucson melynek hazai értékesítése 2020 közepén kezdődött.

Az új Qashqai C SUV szegmens közepébe érkezik, számos olyan tulajdonsággal, amelyek a versenytársakban még nem elérhetőek. Ilyen például a 10,8-as szélvédőre vetített kijelző (Head-up display) vagy a LED Matrix elsőfényezés rendszer, amely szegmensenként képes vezérelni a fényezés fénykévéjét, hogy ne vakítsa el a szembejövő forgalmat, de közben mindig kiváló világítást biztosítson.

KÉP 4: NISSAN QASHQAI 2021



Forrás: [Nissan.hu](https://www.nissan.hu)

**4. Hogyan teljesít a F16 Juke 2021-ben eddig? Mely modellek a legnagyobb versenytársai? Milyen tulajdonságai emelik ki a Juke-ot a B SUV szegmens többi tagja közül?**

Nem teljesít jól a modell 2021-ben. Az eladási számok 164 db eladott modell 2021.01-2021.09 között, 53 db természetes személynek, 111 db jogi személynek. 8.36%-os márkán belüli részesedés. 0.78%-os szegmensen belüli részesedés. Legfontosabb versenytársak a Toyota C-HR, Ford Puma, Volkswagen T-Roc és Hyundai Kona, illetve Renault Captur, Peugeot 2008, Seat Arona, Kia Stonic.

A modell sokat változott elődjéhez, a régi Juke-hoz képest. Sokat nőtt méretben és sokkal prémiumabb megjelenést kapott kívül és belül egyaránt. A Juke-ot mindig is a megjelenése különböztette meg a versenytársaktól. Eleve egy szegmens, a B-SUV megteremtője volt, és megosztó design-ja hamar népszerűvé vált. Erős érzelmeket váltott ki az

emberekből, vagy nagyon tetszett nekik, márka rajongói csoportok alakultak köré, vagy nagyon csúnyának találták. Ezt a különleges megjelenést az új modell is megtartotta, de már egy sokkal érettebb formában. Összefoglalva a design és a fejlett Nissan technológiák emelik ki a Juke-ot a szegmens szereplői közül.

**5. Hogyan teljesít a T32 X-Trail 2021-ben eddig? Mely modellek a legnagyobb versenytársai? Milyen tulajdonságai emelik ki az X-Trail-t a D SUV szegmens többi tagja közül?**

A T32-es X-Trail modell termékéletrajzában legutolsó évében jár, ezért törvényszerű, hogy piaci teljesítménye csökkenő fázisban van. Legjelentősebb versenytársa a Toyota RAV4-es modellje. A RAV4 azonban sikeresebb most, mert olyan alternatív meghajtási módokat kínál modelljén, mint a Hybrid (HEV) és Plug-In Hybrid (PHEV) technológia.

Az X-Trail D-SUV szegmenseben azonban néhány tulajdonságában mégpiacképesebb a RAV4-nél, ilyen például a 7 ülés elérhetősége, hiszen ezzel valós alternatívét kínál azon

KÉP 5: NISSAN X-TRAIL 2021



vásárlói körnek, akik igénybe tudják venni idehaza a nagycsaládos autóvásárlási kedvezményt. Ezen kívül X-Trail esetében a hátsó lábtér érdekesebb megemlíteni, ami abszolút a kategória élvonalába tartozik.

Forrás: [Nissan X-TRAIL - 5 személyes autók - SUV | Nissan](#)

**6. Hogyan teljesít a ZE1 Leaf-et 2021-ben eddig? Mely modellek a legnagyobb versenytársai? Milyen tulajdonságai emelik ki a Leaf-et a többi elektromos autó közül?**

Az elektromos autók piaca sokat változott az elmúlt pár évben. 2019-ben még a Leaf volt a legeladottabb az elektromos modellek között (2019-ben az eladott elektromos autók 25% Leaf volt). 2020-ban már csak 12% volt a részesedése és a Zoe és Niro is utolérte, 2021-ben pedig további jelentős szereplők érkeztek, a Leaf pedig kicsit háttérbe került, 5%-os részesedéssel.

Idén a Kia Niro vezeti az elektromos autó eladásokat, jelenleg 17%-os részesedéssel, őt követi a Hyundai Kona 10%-kal, a Renault Zoe 6%-kal, és jelentős versenytárs az ID.3 és a nyáron debütált Dacia Spring is, illetve a kis elektromosok, mint a Fiat e500 és Volkswagen eUP.

Magyarországon az elektromos autó piacot nagyban befolyásolja az állami támogatások rendszere. Jelentős kedvezményt biztosít az állam mind a privát mind pedig a céges vásárlóknak, és kiemelten a taxisofőröknek. Idén 2,5 millió forinttal támogatta az állam a privát vásárlókat, ha az autó vételára 12 millió forint alatt volt. A pályázat szabályzata évente egyszer kerül kihirdetésre az aktuális évre, idén ez májusban történt meg, és június közepén indult a jelentkezés, a pályázatra szánt keretösszeg azonban pár óra alatt elfogyott. Az elektromos autó, így a Leaf eladási számokon látszik is, hogy nyár közepén volt egy fellendülés, ami nyilvánvalóan az állami támogatásnak volt köszönhető, viszont a Leaf népszerűsége sajnos várakozáson alul maradt.

## **7. Melyek a legfrissebb uralkodó trendek az autóiparban napjainkban?**

Az autóipar nagyobb átalakulás alatt áll, mint bármikor az elmúlt száz év során. Az első és talán legfontosabb változás, az elektromobilitás tehát, hogy szinte minden szegmensben megjelennek az elektromosított hajtáslánccal hajtott modellek.

Ezen kívül mindenképp meg kell említeni, az önvezető rendszerek rohamos fejlődését. Lényegében kijelenthető, hogy a valóban teljesen önvezető modellek technológiailag a küszöbön vannak. Ezen technológiák aktuális korlátait manapság inkább a rendezetlen jogi környezet jelenti.

## **8. Mi a Nissan 2021-es marketing stratégiája Magyarországon? Mely csatornákon éri el a leendő ügyfeleit? Milyen innovatív új marketing ötletek/módszerek kerültek bevezetésre 2021-ben?**

### Influencerek, márkanyagkövetek:

A Covid-19 első hulláma óriási bizonytalanságot okozott. Nehéz volt megjósolni, hogy milyen rövid és középtávú hatása lesz az emberek szokásaira, mekkora gazdasági visszaesés következik be, hány munkahely szűnik meg és ennek elmúltával/ csillapodásával mikor térnek vissza a vásárlók az autópiacra. Ezért a klasszikus kommunikációs csatornák költségeit erősen visszavágta a cég, és a fókuszát áthelyezte erősen célzott digitális „always-on” megoldásra (PPC, ezzel erősítve a taktikai üzeneteket), illetve emellett elkezdett influencerekkel együtt dolgozni, hogy a márkaismertséget is tudja növelni. Egészen pontosan 14 influencerrel kezdett el párhuzamosan dolgozni, nem titkolt céllal hosszú távon, így a szerződések 2021 év végén is

legtöbbjükkel még tartanak. A kiválasztáskor igyekeztek csak olyan influencereket választani, akik nem „arról híresek, hogy híresek”, hanem saját területükön kiemelkedő, vitathatatlanul tehetséges, szorgalmas és alázatos emberek, akik mögött igazi teljesítmény van. Nemcsak a saját felületeiken, hanem a Nissan „owned media” felületein is igyekeztek őket erősen bevonni a kommunikációs tevékenységeinkbe. (Juke Color Mix, FB játékok, Influencer aloldal). Az év végére időzített nagy formátumú jótékonysági akció is ilyen, bár a korábbi időszakban is voltak már a Nissan Jóakarat Társaságának akciói

### Reklámkampányok

2021-ben folytatta a vállalat az erős digitális kommunikációt, melyet kiegészített néhány taktikai rádió és ismertségnövelő, rövid TV kampány. A targetált digitális kampány mellett különböző Youtube formátumokkal erősítette az ismertségnövelést – költséghatékonyabban, mint ahogy azt TV-vel tudta volna elérni és nem utolsó sorban: mérhetően. Az influencerekkel való együttműködés is is maradt egész évre.

### Események

Kiállításokon, eseményeken minimálisan vett részt a cég. Ami most készülődik: Nissan Jóakarat Társasága, ételosztás 9 helyszínen országosan.

### Reklámozás menete (Nissan Europe)

A vállalat kötelessége tartani a Nissan európai arculati szabályait. A klasszikus ATL csatornákon használt vizuális anyagokat az európai központ minden esetben jóváhagyja, csak ezután publikálhatják. Gyárthatnak maguknak is, de a brieftől a végtermékig jóváhagyásoknak kell kísérni a folyamatot.

- Digitális csatornák esetében a legtöbbször saját gyártású anyagokat használnak, ott olyan nagy mennyiségű és változatosságú képre van szükség, amit a központ nem tud biztosítani.

## **9. Hogyan alakult 2020-ban a 2019-es évhez képest az új személygépkocsik eladása Európában?**

Az autóiipart, mint ahogy 2020-ban az élet szinte minden területét a pandémia határozta meg. A pandémia egyszerre okozott hirtelen keresletcsökkenést (átmeneti megszűnést) és a gyártósorok leállását, ezáltal a kínálat beszűkülését.

2020-ban az Európai Unióban (EU) az új személygépkocsik regisztrációja 23,7%-kal 9 942 509 autóra csökkent, ami 3 millió autóval kevesebb, mint 2019-ben (az Egyesült Királyság

nélkül). Az EFTA-ban az új személygépkocsik értékesítése 16,7%-kal, 387 609 autóra csökkent. A 2020-as európai autóeladások visszaesése a történelem során a legnagyobb mértékű volt. A 2020-as 24,3%-os visszaesés hasonló volt a 2007-es globális pénzügyi válságot követő visszaeséshez, de öt évre elosztva. Utoljára 1993-ban volt 12 millió darabnál kisebb az európai újautó-piac, amikor csak 11,82 millió autót adtak el Európában.

A 2020-as európai autóeladások csökkenésének nagy része a második negyedévben és a koronavírus okozta zárlatok első sorozatában következett be. Az év későbbi hónapjaiban a zsugorodás kevésbé volt súlyos, mivel a vállalkozások, a kormányok és a fogyasztók alkalmazkodtak a korlátozásokhoz. 2020 közepére azonban a kereslet újra megélénkült és a gyártósorokon is alkalmazták a lehetséges védekezési eszközöket, így 2020 második felére valamelyest normalizálódott az autópia. Ugyanakkor már ekkor látni lehetett, hogy a kínálatot a beszállítói láncban történt fennakadások tovább szűkítik, illetve nagymértékben növelték a szállítási bizonytalanságokat.

Az európai újautó-piac 2020-as kilátásai pozitívok, mivel a piacon egyértelműen van kereslet. Az eladások azonban valószínűleg nem érnek az elmúlt évek 15 millió járműves piacának a közelébe.

## **10. Hogyan alakult 2020-ban a 2019-es évhez képest az új személygépkocsik eladása Magyarországon?**

A 2019-es évben Magyarországon 157,906 darab új személyautót helyeztek forgalomba, amely szám 2020-ra 128,031 darabra redukálódott. Ez a visszaesés jelentős, ugyanis 18.92%-kal kevesebb autót helyeztek forgalomba 2020-ban, mint 2019-ben.

2020 első hónapja még kedvezően indult, ugyanis 400 autóval többet adtak el, mint az azt megelőző évben, de ez a tendencia hamar megfordult. A februári és márciusi adatok azt mutatták, hogy ugyan a 2019-es volumenek alatt teljesítenek a 2020-as számok, de nem volt számottevő a különbség. Majd a vírus globális elterjedése 2020 áprilisában közel 50%-ra redukálta a forgalomba helyezett autók számát, ugyanis 2019 áprilisában 12,421 darab autó volt, 2020 megegyező hónapjában pedig már csak 6188 darab.

Az év hátralévő részében, a szeptemberi hónap kivételével, a tendencia tartotta magát, és minden hónapban alul múlták a 2020-as regisztrációs számok a 2019-es volumeneket.



## **A félvezetők hiánya 2021-ben milyen hatással van a Nissan-ra? A konkurens márkákat erőteljesebben vagy kevésbé érintette a hiányuk?**

A 2021-ben kezdődő félvezető hiány sajnos a Nissan márkát sem kerülte el, eddig lokális szinten mintegy 700-800 autó nem került legyártásra. Ennek ellenére összességében elmondható, hogy valamivel jobb helyzetben van a márka a versenytársainál, hiszen hosszantartó teljes gyárleállások eddig nem voltak. Inkább a számos chipet igénylő technológiák elérhetősége, ami erősen korlátozott, mint például a teljesen digitális kijelző alapú műszerfal egység.

## **11. Az elektromobilitás elterjedése jelentősen át fogja alakítani Nissan modellkínálatát a közeljövőben? Ha igen, hogyan?**

A Nissan modellalettája a következő pár évben jelentősen át fog alakulni, 2023-ra a terv az, hogy többségében elektromos meghajtású modellek lesznek a kínálatban.

Az új Qashqai bevezetésével az e-power technológia is debütál a piacon 2022-ben. Az új teljesen elektromos SUV modellt, az Aryia-t is jövőre kezdjük értékesíteni, és a Juke esetében bevezetjük a hibrid meghajtást. Az új kishaszongépjármű a Townsar is elérhető lesz teljesen elektromos változatban, szintén 2022-ben, és az új X-Trail-ben is helyet kap a majd az e-power technológia.

## **12. Mi a Nissan márka jövője? Milyen irányba fog tovább fejlődni a márka?**

El kell mondani, hogy Európában a Nissan line-up lényegesen limitáltabb, mint más nagyobb piacokon (Észak-Amerika, Japán, Közel-Kelet)

Az elmúlt 10 évben két irányt jelölt ki a modellalettát tekintve a Nissan Európában:

- crossover fókusz: a hagyományos kategóriákat (kisautó, kompakt, középkategória) ugyanilyen méretű crossoverekkel egészítette kis, vagy váltotta fel (Juke, Qashqai, X-Trail)
- 2011-ben bevezetésre került az egyik első tömegszériás tisztán elektromos autó, amit kiegészített egy tisztán elektromos furgon és 2022-ben ki fog egészíteni a tisztán elektromos középkategóriás crossover.

Ennek a stratégiának a másik oldala, hogy Európában a Nissan kivonult olyan nagyobb, de egyébként csökkenő méretű szegmensekből, mint a kompaktok, az egyterűek és 2022-től felhagy a pick-upok forgalmazásával is.

Ezt a stratégiát egyébként még a Nissan korábbi, karizmatikus vezetője, Charlos Ghosn jelölte ki, aki szellemesen úgy fogalmazott, hogy egy autógyár profitja nincs különösebb kapcsolatban azzal, hogy mennyi autót gyárt.

KÉP 6: NISSAN ARIYA 2022



Forrás: [Nissan ARIYA 2021 bemutatása- Új elektromos Crossover](#)

## 6. ÖSSZEGZÉS, ÉRTÉKELÉS, KONKLÚZIÓ

A szakdolgozatom összegzésére ebben a fejezetben kerül sor. A dolgozat első részében bemutatásra került az autóipar rövid történelme különös tekintettel a Nissan márkára, a jelenlegi autóipari trendek, illetve az autóipar 2020-2021-es helyzete.

Alapvetően elmondható, hogy a jelenlegi autóipari trendek jelenleg 5 fő elemből tevődnek össze, melyek az autonóm járművek, a konnektivitás, az elektrifikáció, a mesterséges intelligencia és az intelligens gyárak. A fent említett trendek mindegyike egy előremutató, az emberi hibákat kizárni igyekvő jövőképet fest, ugyan ezek kialakulása már a múltban elindult. Az autonóm járművek fejlődése például már a 80-as évek elején elkezdődött, a hagyományos tempomat funkcióval, amely fejlődése során folyamatosan vonta ki a sofőrt a vezetésben való fizikai részvételből. Bár jelenleg még teljesen autonóm önvezetésről még nem beszélhetünk, számos gyártó jó úton halad a technológiai alapok megteremtése felé. Természetesen a zavaros jogi környezet a jogalkotók részére is komoly kihívást jelent majd.

A 2020/2021-es években több kihívással is szembe kellett néznie a globális autóiparnak, ugyanis a COVID-19 járvány alapvető gazdasági visszaesést hozott világszerte. Európai szinten 23.7 %-os visszaesés, magyarországi viszonylatban 18.92 %-os visszaesés volt tapasztalható az új autók forgalomba helyezési számaiban 2019-ről 2020-ra, derült ki a szakértő kollégák mélyinterjúk során adott válaszaiból.

Természetesen a pandémia más szegmenseit is érintette az autóiparnak. A lezárások idején számos nagy autógyár kényszerült leállítani a termelést, így a félvezető gyártók, a növekvő keresletet kiszolgálva, átálltak a szórakoztató-elektronikai cikkek számára elengedhetetlen chip-ek gyártására. Amikor az autóipari gyártási volumen visszatért a normális keretek közé, a félvezető hiány soha nem látott méreteket öltött. A Nissan márkát kevésbé érintette ez a hiány, ugyanis nem voltak gyárleállások, nem úgy, mint számos konkurens márka esetében. Lokális szinten körülbelül 700-800 autó nem került legyártásra, illetve inkább a számos chipet igénylő technológiák elérhetősége, ami erősen korlátozott, mint például a teljesen digitális kijelző alapú műszerfal egység.

A mélyinterjú során választ kaptam az utolsó felállított hipotézisre is, miszerint a Nissan modellpalettája valóban át fog alakulni az elektromobilitás hatására, mivel 2023-ra többségben elektromos meghajtású modellek lesznek a kínálatban. Így a felállított hipotézisek mindegyikét sikerült alátámasztani a kutatás során.

A dolgozat legfőbb része a magyar személyautópiac helyzetével foglalkozott, amely során legfőképpen a 2019-es évet hasonlítottam össze a 2020-as év eredményeivel, mivel így egy gazdasági értelemben eseménytelen évet (2019) tudtam összehasonlítani egy világjárvánnyal nehezített évvel (2020).

Az elemzések során egyértelműen látszott, hogy a 2020-as piaci volumenek visszaestek a 2019-eshez képest, a pontos okaira pedig a mélyinterjúk során kerestem választ.

Pár fontosabb adatot kiemelnék, amely jellemzi a jelenlegi magyar személyautó piac helyzetét. A hazai természetes személyek körében a legnépszerűbb márkák a Suzuki, Dacia és Toyota hármából kerülnek ki, ezek a gyártók megbízhatóságukkal, és elérhető áru modelljeikkel nyújtanak alternatívát széles tömegek számára. A legnépszerűbb modellek közé tartozik a Suzuki Vitara, Suzuki SX4 S-Cross, a Toyota Corolla, illetve a Dacia Duster és Dacia Lodgy.

Összességében látható, hogy a piac 2020-ra visszaesett az elmúlt évek teljesítményéhez képest, de a járvány visszahúzóásával, illetve a félvezető gyártási kapacitásának normalizálódásával talán 1-2 éven belül rendeződhetnek a gyártási nehézségek és az eladási volumenek.

## Irodalomjegyzék

- [acea.auto New passenger car registrations in the EU](#) Letöltés: [New passenger car registrations in the EU - ACEA - European Automobile Manufacturers' Association](#) (Letöltve 2021.09.26)
- [Autopro.hu](#) Letöltés:<https://autopro.hu/elemezsek/milyen-arnyoldala-lehet-a-magyar-autoipar-sikerenek/213992> (Letöltve 2021.09.27)
- [Autopro.hu](#) Bejött a suzukiinak a magyarországi kockázat Letöltés: <https://autopro.hu/gyartok/bejott-a-suzukinak-a-magyarorszagi-kockazat/515068> (Letöltve 2021.09.27)
- [britannica.com Automotive Industry](#). Letöltés: [automotive industry | History, Overview, Definition, Developments, & Facts | Britannica](#) (letöltve: 2021. 09. 19.)
- [caam.org.cn](#) Letöltés: [CAAM Homepage-China Association Of Automoblie Manufacturers](#) (letöltve: 2021. 09. 22.)
- [Carinfo.hu](#) Letöltés: <https://carinfo.hu/index.php>
- Chikán A. (2020). *Vállalatgazdaságtan*. Budapest. Akadémia Kiadó: ISBN: 9789634545897
- [e-cars-hu](#) Letöltve: [Összefoglaló - Elektromos autó állami támogatás 2021 – e-cars.hu](#) (Letöltve: 2021.11.04)
- [en. wikipedia.org](#) [https://en.wikipedia.org/wiki/Euro\\_Car\\_Segment](https://en.wikipedia.org/wiki/Euro_Car_Segment) (Letöltve 2021.09.27)
- [en.vda.de Coronavirus-Bulletin](#) Letöltés: [Measures passed by the Bundestag to combat the impacts of the coronavirus - VDA](#) (Letöltve 2021.09.26)
- [enterprisealliance.eu](#) Letöltés: [European Enterprise Alliance - Bringing European Entrepreneurs together](#) (Letöltve 2021.09.26)
- [epicflow.com](#) [2021 Automotive Industry Challenges and Trends](#) Letöltés: [2021 Automotive Industry Challenges and Trends - Epicflow](#) (letöltve: 2021. 09. 21.)
- [financer.hu](#) Letöltés: [7 személyes autók támogatása 2021 | Financer.com](#) (Letöltve: 2021.10.17)
- [globalindustryreports.com](#) [Top 12 Automotive Industry trends in 2021](#) Letöltés: [Top 10 Trends in Automotive Industry in 2021 | Global Industry Reports](#) (letöltve: 2021. 09. 20.)
- [gyartastrend.hu](#) [Globális alkatrészhiány miatt zárnak az autógyárak](#) Letöltés: [GyártásTrend - Globális alkatrészhiány miatt zárnak az autógyárak \(gyartastrend.hu\)](#) (Letöltve 2021.09.27)
- [haszon.hu](#) Letöltés? <https://haszon.hu/megkeresni/auto/hibrid-autok-ertekestese-tipusai/a-hibrid-auto> Letöltve: 2021.10.15)
- [history.com](#) Letöltés: [Automobile History - HISTORY](#) (Letöltve 2021.09.20.)
- [ieeexplore.ieee.org](#) [A vehicle-to-vehicle communication protocol for cooperative collision warning](#) Letöltés: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/1331717> (letöltve: 2021. 09. 20.)
- [Ksh.hu](#) [22.1.1.2. A népesség száma és átlagos életkora nem szerint](#) Letöltés:[22.1.1.2. A népesség száma és átlagos életkora nem szerint \(ksh.hu\)](#) (Letöltve: 2021.10.02.)
- [Ksh.hu](#) [24.1.1.22. Magyarországon első alkalommal forgalomba helyezett új és használt közúti gépjárművek száma járműnemenként](#) Letöltés:[24.1.1.22. A Magyarországon első alkalommal forgalomba helyezett új és használt közúti gépjárművek száma járműnemenként \(ksh.hu\)](#) Letöltve: (2021.10.06.)

Ksh.hu 24.2.1.21. A közúti gépjárművek száma és átlagos kora gépjárműnemenként, június és december végén Letöltés: 24.2.1.21. A közúti gépjárművek száma és átlagos kora gépjárműnemenként, június és december végén (ksh.hu) (Letöltve: 2021.10.02.)  
Ksh.hu A személygépkocsi-állomány gyártmány szerint Letöltés:24.1.1.25. A személygépkocsi-állomány gyártmány szerint (ksh.hu) (Letöltve: 2021.10.04.)  
KSH: A járműipar helyzete és szerepe a Nyugat-Dunántúlon, 2011 Letöltés: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/regiok/gyorjarmuipar.pdf> Letöltve: Letöltve 2021.09.27)  
Malhotra K. – Simon J. (2009). *Marketingkutató* Akadémia Kiadó: ISBN: 9789630586481  
meszotar.hu Letöltés: <https://meszotar.hu/keres-aut%c3%b3> (letöltve: 2021. 09. 19.)  
meszotar.hu Letöltés: <https://meszotar.hu/keres-mobilit%c3%a1s> (letöltve: 2021. 09. 19.)  
moneyshake.com Visualised: A Minute of Motor Manufacturing Letöltés: A Minute of Motor Manufacturing, Visualised | Moneyshake (Letöltve 2021.09.20.)  
Nissan.hu: Letöltés: Nissan Qashqai | Városi SUV tele technológiával | Nissan  
Nissan.hu: Letöltés: Nissan X-TRAIL - 5 személyes autók - SUV | Nissan  
nissanofcanton.com History of Nissan: Brief History of Nissan | Research | Nissan of Canton (Letöltve 2021.09.20.)  
Portfolio.hu Kiderült, mire volt képes a Mercedes-Benz Magyarországon, a koronavírus-járvány idején Letöltés: <https://www.portfolio.hu/gazdasag/20210325/kiderult-mire-volt-kepes-a-mercedes-benz-magyarorszagon-a-koronavirus-jarvany-idejen-475788> (Letöltve: 2021.09.30)  
semiconductors.org Letöltés: Impact of the Semiconductor Industry | Semiconductor Industry Association (semiconductors.org)  
shs-conferences.org Impact of the Covid-19 pandemic on the automotive industry in Slovakia and selected countries Letöltés: Impact of the Covid-19 pandemic on the automotive industry in Slovakia and selected countries (shs-conferences.org) (Letöltve 2021.09.26)  
Suzuki.hu Suzuki Vitara Letöltés: Suzuki Vitara (Letöltve 2021.09.27)  
Tesztelok.hu Nissan Ferihegy – Márkakereskedés és szerviz Letöltés: Nissan Ferihegy - Márkakereskedés és szerviz - Autó tesztek - Tesztelok.hu  
Totalcar.hu Még egy gyárat bezár év végéig az Opel Letöltés: Totalcar - Magazin - Még egy gyárat bezár év végéig az Opel(Letöltve 2021.09.27)  
Totalcar.hu Akár év végéig is állhatnak a Skoda gyárai Letöltés: Totalcar - Magazin - Akár év végéig is állhatnak a Skoda gyárai (Letöltve 2021.09.27)  
transport.ec.europa.eu Letöltés: Mobility Strategy | Mobility and Transport (europa.eu) (letöltve: 2021. 09. 22.)

## **Mellékletek**

Az alábbi mellékletek az Excel csatolmányok file-nevei

- Melléklet 1: New\_regs\_HU\_fleet-summary\_2019\_Jan-Dec\_PC+LCV (CarInfo.hu)
- Melléklet 2: New\_regs\_HU\_monthly-report-deregistration\_2019\_Jan-Dec\_PC (CarInfo.hu)
- Melléklet 3: New\_regs\_HU\_fleet-summary\_2020\_Jan-Dec\_PC+LCV (CarInfo.hu)
- Melléklet 4: New\_regs\_HU\_monthly-report-deregistration\_2020\_Jan-Dec\_PC (CarInfo.hu)
- Melléklet 5: New\_regs\_HU\_fleet-summary\_2021\_Jan-Sep\_PC+LCV (CarInfo.hu)

## NYILATKOZAT


Alulírott .....Verebes Tamás..... büntetőjogi felelősségem tudatában nyilatkozom, hogy a szakdolgozatomban foglalt tények és adatok a valóságnak megfelelnek, és az abban leírtak a saját, önálló munkám eredményei.

A szakdolgozatban felhasznált adatokat a szerzői jogvédelem figyelembevételével alkalmaztam.

Ezen szakdolgozat semmilyen része nem került felhasználásra korábban oktatási intézmény más képzésén diplomaszerezés során.

Tudomásul veszem, hogy a szakdolgozatomat az intézmény plágiumellenőrzésnek veti alá.

Budapest, ..2021.. év ..December.. hónap ..02.. nap



.....  
hallgató aláírása