

SZAKDOLGOZATI ÖSSZEFOGLALÁS

Hallgató neve: Vörös Dániel
Neptun kódja: W8A9T0
Munkarend: Nappali
Szak/specializáció: Gazdálkodási és menedzsment
Vállalkozás menedzsment
Értesítési címe: 2092, Budakeszi Rákóczi utca 105.
Telefon (mobil): +36206113301
e-mail címe: vordaniel@yahoo.com

A szakdolgozat címe: Márkakommunikáció, lízing és a fogyasztói
szokások vizsgálata az autóipar kontextusában

A szakdolgozat készítésének helye:

Vállalat neve: Carnet Invest Zrt.
Vállalat címe: 1097, Budapest Könyves Kálmán krt. 3.
Külső konzulens
Neve, beosztása: Bálint Patrik Delivery Manager
E-mail cím, balint.patyo@gmail.com
telefonszám: +36706418856

ÖSSZEFOGLALÁS

A szakdolgozatom hipotézise a “Lízingé a jövő?” kérdés mely alapján több szemszögből is körüljártam a témát. Ahhoz, hogy ebben a témában válaszra találjak messzebből és tágabb értelemben véve kezdtem vizsgálni az autóiipart, így jelentős részébe az autóiipari ellátási láncokat mutatom be primer kutatás alapján, továbbá hangsúlyt helyezek az autóiipar történelmi fejlődésére, technológiai fejlődésére és az ebben rejlő lehetőségekre.

Bemutatok verseny fajtákat, menedzsment módszereket és eszközöket amelyek képesek segíteni a vállalatok működését ebben a folyamatosan fejlődő iparágban. Részletesen írok a vállalati együttműködésekről, az ipar 4.0-ról, valamint a 2035-ös EU-s korlátozásokról, mert ez hatással van az elektromos autózásra. A kutatásom során fontos szerepet töltött be a startupok mellett a digitalizáció és az e-marketing amikre azért volt szükség mert elengedhetetlenek tartom a helyes alkalmazásukat e piaci környezetben.

Az autó lízing a kutatásaim alapja és azért tartottam szükségesnek ekkora távlatokból megközelíteni a témát és megvizsgálni az autóiipar bizonyos szereplőit, a gyártókat és a forgalmazókat, mert az autóiipar egy átalakuláson megy keresztül melynek keretein belül eltolódhat az ipar abba az irányba, hogy csak drága elektromos autók kerülhetnek gyártósorra melyet nem mindenki engedhet majd meg magának így egyre több háztartásban elterjedhet az autók tartós bérlete. A szakmai gyakorlatomat a CarNet Invest Zrt.-nél végeztem mely az autók forgalmazásával és egyéb szolgáltatásokkal foglalkozik, így a CarNet versenytársairól végeztem összehasonlító elemzést, ugyanis a szakdolgozatom fontos szegmense a márkakommunikáció is.

Ahhoz, hogy ezeket az igényeket lássam, hogy milyen tudással és elvárással vannak a háztartások az autó lízinggel kapcsolatban, kulturális és regionális különbségeket vizsgáltam a vásárlói szokásokban, figyelembe vettem a változó fogyasztói igényeket generációkon át és a kérdőívem segítségével kerestem válaszokat a hipotézisem bizonyítására.