

Fenntarthatóság és a kínai elektromos autómárkák percepciója Magyarországon - Gépi tanulási módszerek alkalmazása

*Perception of Chinese car brands in the light of sustainability in Hungary
- Using Machine learning methods*

BENICS KÁLMÁN

PhD-hallgató, Szegedi Tudományegyetem, benics.kalman@eco.u-szeged.hu

BÉLA-CSOVCSICS ANDREA

PhD-hallgató, Szegedi Tudományegyetem, csovcsics.andrea@eco.u-szeged.hu

TÁSKAI OTTILIA

PhD-hallgató, Eötvös Loránd Tudományegyetem, taskai.ottilia@gtk.elte.hu

VERECKEI-POÓR BENCE

PhD-hallgató, Pécsi Tudományegyetem, poor.bence@ktk.pte.hu

Absztrakt

Korunk egyik meghatározó problémája a fenntarthatóság kérdésköre. A közlekedés és azon belül is a közúti közlekedés jelentős mértékben hozzájárul a károsanyag-kibocsátáshoz, ezért a mobilitás széles körben kutattott, aktuális téma. Jelenleg úgy tűnik, hogy a legkisebb károsanyag-kibocsátás a mobilitás elektrifikációjával érhető el. A kínai autógyártók jelentős lépéselőnybe kerültek az elektromos hajtásláncok fejlesztése terén. Ezen kutatás-fejlesztési folyamat eredményeképp több új, piacérett és versenyképes árú autómárka áll az európai piacok kapujában. Miután az elektromos autók olyan járműipari innovációknak tekinthetőek, melyek hazai piaci penetrációja még mindig alacsony, a hozzájuk fűzött elvárások beteljesüléséhez szükséges a fogyasztói megítélésük és elfogadásuk vizsgálata. Ebből adódóan kérdőíves adatfelvételt végeztünk 310 kitöltővel azért, hogy megtudjuk, vajon a magyar fogyasztó ismeri-e az itthon is elérhető kínai autómárkákat, mennyire szimpatizál velük, és hajlandó lenne-e őket megvásárolni. Az adatokat gépi tanulási módszer segítségével elemeztük.

Kulcsszavak: fenntarthatóság, elektromos autó, kínai autómárkák, gépi tanulási módszer

Abstract

One of the defining issues of our time is sustainability. Transport, and road transport in particular, is a major contributor to emissions, making mobility a widely researched and actual issue. At present, it appears that the lowest emissions can be achieved through the electrification of mobility. Chinese car manufacturers have made significant progress in the development of electric powertrains. As a result of this R&D process, several new, marketable, and competitively priced car brands are now at the gateway to European markets. As electric cars are considered as automotive innovations with still low market penetration in Hungary, it is necessary to examine the consumer perception and acceptance in order to fulfil the expectations. Therefore, a questionnaire survey was conducted with 310 participants to find out whether Hungarian consumers are familiar with Chinese car brands available in Hungary, how much they like them and whether they would be willing to buy them. The data was analyzed by using machine learning method.

Keywords: sustainability, electric car, Chinese car brands, machine learning method

Az absztrakt hivatkozása:

Benics Kálmán, Béla-Csovcsics Andrea, Táskai Ottilia, Vereckei-Poór Bence (2024), Fenntarthatóság és a kínai elektromos autómárkák percepciója Magyarországon - Gépi tanulási módszerek alkalmazása. In: Szűcs K. - Putzer P. (szerk.), A (marketing) világ megkettőződése. Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXX. Nemzetközi Konferenciájának Absztrakt- és Tanulmánykötete. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs. 13. o. ISBN: 978-963-626-318-8, <https://doi.org/10.62561/EMOK-2024>