

# A kriptovaluták szerepe a fenntartható gazdaságban

XVI. SOPRONI PÉNZÜGYI NAPOK  
pénzügyi, adózási és számviteli szakmai és tudományos konferencia  
Sopron, 2022. szeptember 28–30.

## KONFERENCIAKÖTET

**Szerkesztők:**

Széles Zsuzsanna – Resperger Richárd – Szőke Tünde Mónika



SOPRONI EGYETEM KIADÓ

Sopron, 2022

**Közreadja:**  
SOPRONI EGYETEM  
LÁMFALUSSY SÁNDOR KÖZGEZDASÁGTUDOMÁNYI KAR

**Felelős kiadó: Prof. Dr. Fábián Attila**  
**a Soproni Egyetem rektora**

**Szerkesztők:**  
Széles Zsuzsanna  
Resperger Richárd  
Szőke Tünde Mónika

**Lektorok:**

Bazsóné Bertalan Laura	Obádovics Csilla
Baranyi Aranka	Paár Dávid
Bartók István	Pappné Vancsó Judit
Jankó Ferenc	Papp-Váry Árpád
Keresztes Gábor	Széles Zsuzsanna
Kópházi Andrea	Szóka Károly
Kovács Tamás	Tóth Balázs István
Mészáros Katalin	Varga József
Németh Nikoletta	

**Technikai szerkesztő:**  
Takács Eszter

**A könyv a Soproni Egyetem és a Magyar Nemzeti Bank közötti együttműködés keretében, a Magyar Nemzeti Bank támogatásával készült.**

ISBN 978-963-334-451-4 (nyomtatott)

Nyomdai kivitelezés: OOK-Press Kft.  
Felelős vezető: Szűcs Judit

©Minden jog fenntartva.

# TARTALOM

<b>PLENÁRIS ELŐADÁSOK .....</b>	<b>7</b>
<b>Költségvetési stabilitás és gazdaságpolitikai mozgástér 2022 őszén –     2022: a növekvő kockázatok éve</b>	
KOVÁCS Árpád.....	9
<b>Hogyan támogatják a számvevőszékek a fenntartható fejlődési célok     elérését?</b>	
PULAY Gyula.....	23
<b>FENNTARTHATÓSÁG A GAZDASÁG FÓKUSZÁBAN .....</b>	<b>39</b>
<b>Bulgária: az eurozóna 21. tagja?</b>	
FERKELT Balázs.....	41
<b>Egy fenntartható pénzügyi rendszer, a parciális iszlám bankrendszer     szabályozása Európában</b>	
CSEH Balázs.....	54
<b>ZÖLD PÉNZÜGYEK ÉS ZÖLD SZÁMVITEL A GYAKORLATBAN .....</b>	<b>65</b>
<b>ESG szemlélet az államkötvénypiacokon</b>	
BODÓ Regina .....	67
<b>A nem pénzügyi információk közzétételi standardjai bevezetésének     vállalati kihívásai</b>	
BARTÓK István János.....	82
<b>A 4/2013-as (I.11) kormányrendelet kapcsolata az önkormányzati     alrendszert érintő reformokkal</b>	
TÓTH Balázs.....	93
<b>A változók dinamizálásának hatása logisztikus regresszió alapuló     csődelőrejelzési modellek esetében</b>	
SZÁNTÓ Tünde Katalin .....	110
<b>A pénzügyi tudatosság vizsgálata egy primer kutatás tükrében</b>	
BARANYI Aranka – BENCSIK Márta – CSERNÁK József.....	122
<b>A beszámolóik összehasonlíthatósága a magyar számviteli törvény     függvényében</b>	
TÓTH Rita – KOVÁCS Tamás.....	139
<b>Zöld pénzügyi megoldások Magyarországon</b>	
SZÉLES Zsuzsanna – SIDLOVICSNÉ TÓTH Ildikó – BARANYI Aranka .....	147
<b>Audit Planning, Literature Review</b>	
TÓTH, Gábor – SZÉLES, Zsuzsanna .....	161

<b>ZÖLD GAZDASÁGFEJLESZTÉS</b>	
<b>– FENNTARTHATÓ MEGOLDÁSOK .....</b>	<b>169</b>
<b>Lean alkalmazás a szállodaiparban</b>	
PANKOTAY Fruzsina Magda.....	171
<b>Szelektív hulladékgyűjtés Vas megye háztartásaiban</b>	
MÉSZÁROS Katalin – NÉMETH Nikolett.....	178
<b>Az egyetemi szféra piaci finanszírozásának elmúlt pár éves eredményei</b>	
CZIRAKI Gábor .....	194
<b>A környezetvédelem és a fenntarthatóság megjelenése a középiskolai</b>	
<b>oktatásban néhány tantárgyi példafeladaton keresztül</b>	
RESPERGER Richárd .....	206
<b>Benchmarking alapú termékfejlesztés a csomagküldő szektorban</b>	
HACKL János.....	224
<b>A távmunka aktuális kérdései nagyvállalatok esetében</b>	
KERESZTES Gábor – TÓTH Dorina Anikó.....	241
<b>A rövid ellátási láncok szerepe a fenntartható városi</b>	
<b>élelmiszerellátásban</b>	
BAZSÓNÉ BERTALAN Laura.....	259
<b>A geoparkok szerepe a helyi gazdaságfejlesztésben a Novohrad-Nógrád</b>	
<b>UNESCO Globális Geopark példáján keresztül</b>	
PAPPNÉ VANCSÓ Judit.....	274
<b>Edukációs tevékenység a TikTokon? – tapasztalatok egy pénzügyi</b>	
<b>tudatosság kampány példáján</b>	
PIRGER Tamás – LIPTÁK Katalin – HORVÁTH Kata.....	288
<b>How do Generation Y and Z Relate to the Practices of Companies</b>	
<b>Towards Sustainability? Focusing on Cafés and Catering Units</b>	
<b>Specializing in Non-Alcoholic Drinks in Sopron and Győr</b>	
NYIKOS, Bendegúz Richárd – MÉSZÁROS, Katalin.....	296
<b>FENNTARTHATÓ GAZDASÁG,</b>	
<b>FENNTARTHATÓ FINANSZÍROZÁS.....</b>	<b>311</b>
<b>Emelkedő energiaárak, kamatok és infláció hatása az alternatív</b>	
<b>energiát felhasználó projektek megtérülésére</b>	
CZIPF Csongor .....	313
<b>Hogyan szolgálja a közösségi finanszírozás a fenntarthatóságot?</b>	
HORVÁTH András.....	335
<b>A pénzügyi kultúra pénzleértékeléssel kapcsolatos hiedelmei az egri</b>	
<b>felsőoktatási hallgatók körében</b>	
CSORBA László.....	348
<b>A digitális jegybankpénz (CBDC) – mint a pénz új megjelenési formája</b>	
<b>– vizsgálata a felhasználói szempontok előtérbe helyezésével</b>	
MIZSAK Márta – KERÉNYI Ádám.....	372

<b>Miért döntünk a vállalati életciklusoknak megfelelő pénzügyi menedzselés mellett? – Kutatási részeredmények a magyar KKV-szektorban</b>	
ANTAL Anita – KATITS Etelka .....	384
<b>Az intellektuális tőkeelemek közzététele az éves jelentésekben – a tartalomelemzéses módszer problematikája</b>	
KOVÁCS Zsuzsanna Ilona.....	406
<b>A CSOK-támogatás addicionális gyermekvállalásra gyakorolt hatása és az újjépítésű ingatlanok családalapítást ösztönző hatása az ország nyugati és középső régióiban</b>	
OBÁDOVICS Csilla – PLÖCHL Kata .....	418
<b>Fenntartható aktív turizmus</b>	
HOSCHEK Mónika – MÉSZÁROS Katalin – NÉMETH Nikoletta.....	442
<b>A KRIPTOVALUTÁK ÉS A BLOCKCHAIN TÉRHÓDÍTÁSA.....</b>	<b>459</b>
<b>Blokklánc alapú technológiai újítások az egészségügyben</b>	
KUCSÉBER László Zoltán – SÁGI Judit .....	461
<b>Fashion Industry Projects Realized with the Use of Web3</b>	
PAULOVICS, Ágnes .....	469
<b>A sport pénzügyi irányai a kriptovaluták rendszerében</b>	
FARAGÓ Beatrix – GÓSI Zsuzsanna – GAJZÁGÓ Gergő.....	489
<b>A természetgazdálkodással összefüggő társadalmi konfliktusok és azok kezelésének gyakorlatai a hazai erdőgazdaságoknál</b>	
BEDNÁRIK Éva – JÁMBORI Zsuzsanna – TAKÁTS Alexandra.....	503

# Benchmarking alapú termékfejlesztés a csomagküldő szektorban

*HACKL János<sup>1</sup>*

**Absztrakt:** Kutatásomban a nemzetközi és hazai csomagküldő szolgáltatók csomagjait és szállítmányait nyomonkövető alkalmazásokat és azok funkcionalitását vizsgáltam és hasonlítottam össze. A megfigyelés során kifejezetten nagy hangsúlyt fektettem ezen alkalmazások felhasználóbarát felépítésének elemzésére, funkcionalitásuk mélyebb és áthatóbb vizsgálatára. Külön megfigyelés tárgyát képezte a pénzügyi alkalmazások integrációjának vizsgálata. A tanulmányt piackutatás és konkurenciaelemzés előzte meg. A felhasználók által legjobbnak megítélt működéssel rendelkező applikációk funkciói benchmarkingolásra kerültek, ezek alapján egy új alkalmazás elkészítésére irányuló megvalósítási terv készült. Ezzel elősegítettem és javaslatot tettem a haza csomagküldő szolgáltatók belső infrastrukturális fejlesztésére.

**Kulcsszavak:** benchmarking, piackutatás, konkurenciaelemzés, alkalmazás fejlesztés, megvalósítási terv

**JEL-kódok:** M15, M31, O31, O32, O33

---

## Benchmarking-based product development in the parcel delivery sector

**Abstract:** In my research, I examined and compared the functionality of applications for parcels tracking and shipments of international and domestic parcel delivery services. In the course of the observation, I specifically focused on analysing the user-friendly design of these applications and on a deeper and more penetrating examination of their functionality. A particular observation was the examination of the integration of financial applications. The study was preceded by market research and competitor analysis. The functionalities of the applications with the best functionality as voted by the users were benchmarked and used as a basis for an implementation plan for a new application. This facilitated and suggested internal infrastructure improvements for home parcel delivery service providers.

**Keywords:** benchmarking, market research, competitor analysis, application design, feasibility study

**JEL-codes:** M15, M31, O31, O32, O33

---

<sup>1</sup> Hackl János doktorandusz (*PhD Student*)  
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar  
(*University of Sopron Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics*)

## Bevezetés

A következő kutatásban a hazai és nemzetközi szállítványozási alkalmazásokat fogjuk megvizsgálni a szállítványozási szektor különféle szolgáltatói részéről.

A kutatásom során a nyomonkövetést segítő alkalmazásokra fogunk fókuszálni, különös tekintettel azok funkcionalitására, megvizsgáljuk a jelenleg aktuális pénzügyi trendeket és fizetési opciókat.

Végezetül pedig kitérek magára a benchmarkingra, illetve, hogy a kutatás során milyen eredmények kerültek napvilágra.

## Kutatás

### *A futárszolgáltatók története*

A világtörténelem első futára Pheidippidész volt, akit a marathóni csatát megelőzően az athéniai Spártába küldtek, hogy segítséget kérjen a perzsák elleni háborúhoz. S bár mindannyian hallottunk a közismert legendáról, aminek emlékeképpen rendeznek maratoni futóversenyeket, az mégsem Pheidippidész nevéhez köthető. Ugyanis a maratoni futás egy ismeretlen görög katona nevéhez fűződik, aki a csata után holtan esett össze, miután futva vitte a győzelmi hírt Athénba.

A középkor idején a hírközlés és a futárszolgálat még szorosan összekapcsolódott. Ekkoriban még a király küldöncei vitték a kihirdetésre kerülő információt a települések föterére, ahol azt kikiáltották. A bizonyosság kedvéért ezek a hírek a vásárnapi szentmise keretében is kihirdetésre kerültek (Lőrincz, 2016).

A kis történelmi kitekintést követően nézzük meg, hogy jelenleg milyen típusúak és mekkora volumenűek a magyarországi postai és futárpostai küldemények.

Vessünk egy pillantást a KSH adataira, hogy Magyarországon, hogyan változott a postai és futárpostai küldemények számossága, illetve növekedési aránya napjainkban. Amint azt az alábbi táblázatban is láthatjuk, 2015 óta folyamatosan növekedik a magyarországi belföldi postai szállítási forgalom, de az igazán nagy növekedés a 2019-et követően volt látható, köszönhetően a COVID-19 hatásának.

2020-ra 135,6%-kal nőtt az előző évi időszakhoz képest a belföldi postai küldemények száma. Megvizsgálva a futár és expressz küldeményeket hasonló eredményeket láthatunk. Az egyetlen kis megingás 2019 évben látható, amikor ugyanis egy alig 4% csökkenés volt megfigyelhető. Ezen kis kilengést követően 2020-ra már újfent majdnem 110% -os növekedés látható ebben a szegmensben is.

**1. táblázat: Postai és futárpostai küldemények**

Év	Összes beföldi küldemény	Ebből futár és expressz küldemények
2015	38 038,80	23 275,90
2016	46 161,30	27 584,80
2017	54 421,80	32 841,30
2018	59 151,20	35 443,60
2019	67 606,70	34 086,70
2020	<b>91 664,90</b>	<b>37 437,40</b>
<b>Előző év azonos időszaka=100,0%</b>		
2015	119	129,1
2016*	121,4	118,5
2017	117,9	119,1
2018	108,7	107,9
2019	114,3	96,2
2020	<b>135,6</b>	<b>109,8</b>
* Az adatszolgáltatói kör változása miatt az adatok összehasonlíthatósága korlátozott.		

Forrás: KSH, 2020: Postai és futárpostai küldemények  
([https://www.ksh.hu/stadat\\_files/sza/hu/sza0015.html](https://www.ksh.hu/stadat_files/sza/hu/sza0015.html))

Letöltve: 2021.03.05

Miután végig vettük a futárszolgáltatók kialakulását, megfigyeltük az osztrák Weiss család siker történetét, láthattuk, hogyan alakult ki a magyar postaszolgálat, majd eljutottunk oda, hogy milyen nagy kapacitással és milyen mennyiséggel növekedett mára a csomagküldések száma Magyarországon, már csak egy-két alapvető fogalmat kell tisztáznunk.

Ezek a fogalmak a szállítás és átvétel módjai:

- személyes átvétel
- kiszállítás
- csomagpontos átvétel

A **személyes átvétel** az, amikor az internetes vásárlást követően saját magunk megyünk be az üzletbe egy meghatározott idő periódusban és veszünk át a kiválasztott terméket. A **kiszállítás**, pedig a klasszikus módja a csomag átvételének, amikor ugyanis egy előre meghatározott időben és egy futár által kerül közvetítésre a termék. A harmadik módja az átvételnek a **csomagpontos átvétel**, mely során egy előre meghatározott időpontban a vásárlónak kell elmennie egy csomagponthoz és ott kód, vagy egyéb azonosító ellenében átvennie a termékét.



### ***Az okostelefonok és az alkalmazások megjelenés***

Gondoljunk csak bele abba, milyen lenne egy hosszú sorbaállás anélkül, hogy szórakoztatni tudnánk magunkat a mobiltelefonunkkal.

Menjünk vissza az időben 1973. április 3-ára, a mobiltelefon születésnapjára. Ezen a napon hívta fel Martin Cooper Manhattanból először sikeresen a Bell Lab New Jersey-i számát. Ezzel a hívással kezdődött a mobiltelefonok forradalma. 1979-re a japán Nippon Telegraph and Telephone (NTT) már be is mutatta az első 1G<sup>2</sup> szolgáltatást Tokióban. Az 1G technológia elterjedéséhez azonban jó pár évre volt szükség és csak 1983 végére sikerült az Ameritech Mobile Communication-nek bevezetni az Egyesült Államokban az első vezeték nélküli mobil hálózatot. 1984-től már a mezei felhasználó számára is elérhetővé váltak az első Motorola mobiltelefonok, melyek ára ekkor még csaknem megfizethetetlen, közel 4000 dollár<sup>3</sup> volt. Ezeket a mobiltelefonokat ne úgy képzeljük el, mint napjaink könnyű és keskeny okostelefonjait, ezeknek a súlya elérte az 1kg-ot és 10 órányi töltéssel is csak 30 perc beszélgetési időt nyertünk. Csaknem 5 évre volt szükség ahhoz, hogy az akkori telefonok súlyát felére tudják csökkenteni a Motorola szakértői. Az igazán nagy áttörést a GSM<sup>4</sup> 1991-es megjelenése jelentette. Az első GSM protokollt használó Nokia 1011-es már nem csak hívásra, hanem SMS írásra és fogadásra is alkalmassá vált. Ugyanabban az évben adta ki az IBM Simon névre keresztelt mobilját, melyet joggal nevezhetünk a mai okostelefonok elődjének, hiszen már email-ezni is lehetett róla, sőt már egy digitális óra is megjelent a kijelzőjén. További 10 évre volt szükség a videókonferenciák megjelenésére és a nagy méretű email csatolmányok küldésére és fogadására, köszönhetően a japán NNT technológiai újításának, a 3G-nek. Az igazi áttörést azonban Steve Jobs hozta meg a 2007-ben kiadott iPhone-nal, ami nem csak abban volt korszakalkotó, hogy már az internetes böngészési funkció is megjelent rajta, hanem Jobs eltüntette a fizikai billentyűzetet, s helyette a képernyőn keresztüli érintéssel tette lehetővé a szövegek „bepötyögését”. Napjainkra az okostelefonok már az életünk elengedhetetlen részévé váltak. Ezen keresztül keresünk állást, olvasunk könyvet, hallgatunk zenét, filmezünk, vagy randizunk, hogy csak párat említsünk az alkalmazások végtelen számára nyúlt funkcionalitásából. Az 5G által kínált sebesség és sáv szélesség pedig már felfoghatatlan a mindennapi ember számára. Az 5G-n keresztül lehetőség nyílik kontinensnyi távolságban precíz orvosi műtétek végrehajtására robot karokon keresztül (Jackson, 2018).

<sup>2</sup> 1G – a vezeték nélküli mobil hálózatok első generációja

<sup>3</sup> 4000\$ jelenlegi árfolyamon hozzávetőlegesen 1,2 millió Forint (2021)

<sup>4</sup> GSM – Global System for Mobile Communications – A korábbi 1G-t követő új generációs vezeték nélküli telekommunikációs szabvány

Ahhoz azonban, hogy a mobiltelefonok ennyire sokrétűek és valóban mindenre alkalmasak legyenek a rájuk telepített alkalmazásoknak is többszöri generáció váltáson kellett átesniük.

A „The Guardian” újságírója az 1983-as Aspeni konferencia felelevenítésével kezdi írását, ahol Steve Jobs első jelentős beszédét tartotta. Mindez 6 hónappal az első Macintosh, 24 évvel az első iPhone és 27 évvel az első iPad megjelenése előtt volt. Steve Job akkori előadásában már előre vetítette az informatikai és digitális forradalmat, miszerint nemsokára az egész társadalom számára elérhetővé válnak ezek az addig csak nagyvállalti rendszerben elérhető számítógépek (Strain, 2015).

A mobiltelefonok első alkalmazásai elsősorban játékok és egyéb apró hasznos programok voltak, mint például számológép vagy chat program. Napjainkra már megszámlálhatatlan mennyiségű alkalmazás fut telefonjainkon, melyek folyamatosan versenyeznek egymással, hogy okos telefonjaink főképernyőjére kerüljenek. A jövőre tekintve pedig a fejlesztők már olyan láthatatlan applikációkat álmodnak meg, amelyek folyamatosan futnak a készülékeinken és csak akkor jelennek meg számunkra, amikor azokat lokációk, szenzorok vagy különböző események kiválják (Panzarino, 2014).

Ezek a modern programok az információkat már előre az érdeklődési körünknek megfelelően, strukturáltan állítják össze számunkra, amint azt már megszokhattunk a Facebook esetében is. Másfelől az applikációk már kiléptek az okos telefonról és minden minket körülvevő eszközön megjelentek (TV, okosóra, okoskarkötő, okos háztartási gépek). Mindezek mellett minden modern alkalmazás már működés közben is több eszközön is használható egy időben. Gondoljuk csak arra, amikor egy YouTube<sup>5</sup> klipet nézünk mobil telefonon és egy gombnyomásra a televíziónk képernyőjén indul el kívánt videó (Strain, 2015).

### ***Pénzügyi trendek és fizetési opciók***

Mielőtt megnéznénk, hogy a mik a legújabb pénzügyi trendek és milyen elektronikus fizetési módok vannak jelenleg a piacon, röviden vessünk egy pillantást a 2020-as év elején Magyarországon bevezetett új banki szolgáltatásra az azonnali fizetési rendszerre (AFR).

Argyelán a Bankmonitoron megjelent cikke, ami talán a legjobban összeszedi, hogy mit is jelent az AFR. Elsőként emeli ki, hogy a korábbi átutalások még banki nyitvatartáshoz voltak kötve, az AFR viszont 0-24 azonnali átutalást jelent. Ráadásul nem kell órákat várni, hanem a banki átutalás 5 másodpercen belül hajtódik létre. Előnyei mellett természetesen a korlátjait is meg

---

<sup>5</sup> YouTube: 2005-ben alapított közösségi videómegosztó portál. 2006 óta a Google leányvállalata

kell említenünk, miszerint csak 10 millió Forintig hajtható végre az azonnali tranzakció (Bankmonitor, 2020).

A digitális technológiák elterjedésével paradigmaváltás figyelhető meg a fizetési szokások alakulásában. A korábbi üzleti modellekhez képest alacsonyabb működési költségek jellemzőek. Felhasználói oldalon könnyebben elérhetővé válnak a digitális technológiák, aminek köszönhetően szélesebb rétegek egyre könnyebben férnek hozzá az olcsóbb fizetési megoldásokhoz. Az utóbbi időben egyre több új, nem banki szolgáltatók tömege jelenik meg a piacon, akik a bankoknál szűkebb körű és sokkal specifikusabb szolgáltatásokat nyújtanak, leggyakrabban fizetési és hitelezési ágazatokban. A technológia fejlődésével az okostelefonok egyfajta digitális bankká válnak, ezzel lehetővé téve a bárhol, bármikor történő pénzügyi szolgáltatások igénybevételét. Az International Telecommunication Union 2015-ös adatai szerint több mint 7 milliárd regisztrált mobiltelefon-előfizetés, és több mint 3 milliárd internethasználó magánszemély létezik a világban. Így a digitális világhoz való hozzáférés terjedésével egyre szélesebb rétegekhez, egyre gyorsabban bővülő ütemben jutnak el az egyre újabb fizetési lehetőségek. Meglepő módon az elmaradott Afrika számos országa élen jár a digitális fizetési transzformációban. A Safaricom, Kenya legnagyobb telefontársasága már 2007-ben lehetővé tette a mobil telefonokon keresztül történő pénzügyi tranzakciókat az M-Pesa rendszerrel. Eredetileg a hitelezési szektornak kívántak egyszerűbb és kényelmesebb megoldást nyújtani, ám az egyre szélesebb körű elterjedéssel a funkcionalitás is folyamatosan bővült. A hitelezési szektor által életre hívott M-Pesa rendszer végső soron egy általános mobilfizetési rendszerré alakult át. Az M-Pesa napjainkban lehetőséget biztosít magánszemélyek készpénz ki- és befizetésére, cégek közti utalásokra, közüzemi számlák fizetésére, de akár különböző kényelmi szolgáltatások kifizetésére is. A rendszer könnyen kezelhető és felhasználóbarát mivolta miatt gyorsan terjedni kezdett Kenyán kívül is, így Európában is. 2014-ben már a velünk szomszédos Romániában is bevezették ezt a mobilfizetési rendszert. Amint azt láthatjuk napjainkra egyáltalán nem meglepő már a különféle szolgáltatók fizetési megoldásai. Az alábbi táblázatban figyeljük meg, hogy milyen szolgáltatók esetében, mikor és milyen fizetés megoldások jelentek meg az elmúlt közel 20 évben. Talán az legismertebb internetes brand a Google, már 2006 óta teszi lehetővé az elektronikus tárca szolgáltatását, melyen az interneten keresztüli fizetést könnyíti meg. A Google család legfiatalabb és egyben legmodernebb tagja a 2015-ben bevezetésre került Android Pay, amely lehetővé teszi, hogy érintésmentesen fizessünk az olyan android-os mobil telefonok esetében, amelyek erre alkalmasak (NFC chip). Természetesen az Apple sem marad el a Google-től 2013-tól az Apple ID-val, majd 2014-től az ApplePay-jel kapcsolódott be a mobil tárca és mobil fizetési megoldások szállításába. Az android-os és IOS-es fizetési megoldások mellett az Amazon és az eBay, mint

internetes kereskedést szolgáltató vállalatok esetében is megjelentek a különféle elektronikus fizetési lehetőségek és szolgáltatások. Az Amazon például rövid lejáratú folyószámla-hitelt nyújt az Amazon Loans-on keresztül, vagy akár mobil POS<sup>6</sup>-terminál szolgáltatást is tud biztosítani az Amazon Local Registeren keresztül. Az eBay már 2009-ben bevezette Venmo nevű mobil tárca szolgáltatását, mellyel a lehetővé tették a felhasználók számára a mobil telefonon keresztüli utalást. Ide sorolható a mára méltán elhíresült PayPal is, amely elektronikus pénzt bocsát ki ügyfelei számára, melyet a felhasználói banki átutalással, vagy bankkártyás fizetéssel vásárolhatnak meg. De 2015 óta létezik már Messenger Payments is, amelyen keresztül az alkalmazás felhasználói pénzt tudnak átutalni egymásnak. Ez a funkció csak az Egyesült Államokban érhető el jelenleg (Kerényi–Molnár, 2017).

Ezek alapján látható, hogy jelentős átalakulás van folyamatban a fizetési trendeket illetően, és egyre több alkalmazással lehet vásárolni, fizetni. Az bankkártyáknak köszönhetően és amint azt korábban már láthattuk az alkalmazásokba integrált fizetési modulok elterjedésével egyre jobban háttérbe szorul a készpénzes fizetés.

A FintechZone írása szerint a 2020-as év a távoli elektronikus fizetési lehetőségek térnyeréséről szólt, ezen belül is az online kártyás vásárlásokról, de ezek mellett természetesen az online kártyás vásárlási lehetőségek bővüléséről szólt. Emellett jelentősen nőtt az érintőkártyák kiadásának és használatának a száma. A 2020-as év során csaknem 1,1 millióval növekedett a forgalomban lévő érintőkártyák száma, ami az összes hazai kiadott bankkártyáknak a 92%-át jelenti. Nem csak a kártyák száma nőtt, hanem ezzel egyidejűleg az elfogadó helyek száma is jelentősen gyarapodott. Az év végére már 123 ezer elfogadó helyen 203 ezer POS terminál üzemelt, melyek majdnem mind képesek voltak az érintésmentes technológia támogatására. Ennek háttérében nem csak a technológiai fejlődés állt, hanem a magyar kormány jelentős támogatása is jelen volt. A kereskedelmi törvény módosításával 2021. január 1-jétől az online pénztárak mellett törvényben szabályozták, hogy biztosítani kell a vásárlók számára az elektronikus fizetési lehetőséget. Így aztán nem meglepő, hogy a készpénz használat mértéke jelentősen csökkent, melyre a legnagyobb bizonyíték a készpénz felvétel visszaesése (FintechZone, 2021).

Erre hívja fel a figyelmet Soós is tanulmányában, melyben a magyarországi fizetési preferenciákat vizsgálta. Kérdőíves kutatása eddig legfontosabb eredményeként tünteti fel, hogy a COVID-19 miatt mára már „a bankkártyás, hitelkártyás fizetés a leginkább elvárt, ugyanakkor az előre fizetés (átutalás), mobilfizetés és virtuális számlák iránti igény is megjelenik” (Soós, 2020).

---

<sup>6</sup> A POS (Point of Sale-Terminals): az üzletekben és egyéb elárusítóhelyeken felszerelt kártyaleolvasó eszközök, amelyek lehetővé teszik az ügyfelek számára a kártyás fizetési módot.

**2. táblázat: Pénzügyi termékek és szolgáltatások**

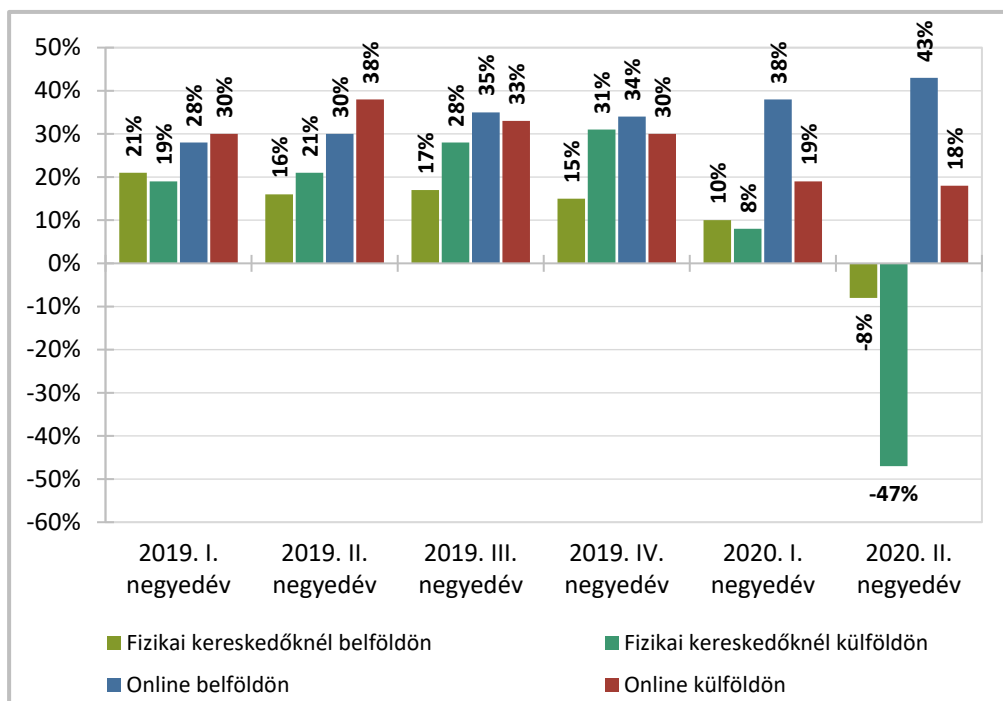
Vállalat	Pénzügyi terméke és szolgáltatás	Az indulás ideje
<b>Google</b>	Google Wallet – mobiltárca és mobiltelefonos fizetési megoldás, melyben a felhasználók meglévő bankkártyáinak, hitelkártyáinak és hűségkártyáinak virtuális mását tárolhatja és használhatja. Jelenleg nagyjából 16 millió felhasználója van a szolgáltatásnak, mely ez idáig csak az Egyesült Államokban érhető el.	2011
	Google Checkout – elektronikus tárca szolgáltatás, mely kártyás fizetési adatok regisztrálását követően lehetővé teszi, hogy a felhasználó több internetes kereskedőnek teljesítsen fizetéseket. 2013 óta a szolgáltatás nem elérhető	2006
	Android Pay – mobiltelefonos fizetési megoldás, mely érintéssel történő fizetést tesz lehetővé kompatibilis Android operációs rendszerrel rendelkező mobiltelefonokról.	2015
<b>Apple</b>	Apple Pay – mobiltárca és mobiltelefonos fizetési megoldás. Jelenleg 12 országban érhető el, és a becslések szerint 10,9 milliárd dollárnyi tranzakciót bonyolítottak le a megoldással 2015-ben.	2014
	Apple ID – személyazonosító, melyhez bankkártya- vagy egyéb fizetési számlát rendelve a felhasználó számára azonnali és kártyamentes fizetést tesz lehetővé a mobiltelefonon történő tartalomvásárláshoz.	2013
<b>Amazon</b>	Amazon Payment – elektronikus pénzkibocsátó intézmény és elektronikus tárca szolgáltatás, mely elektronikus pénzeszámla-nyitás és kártyás fizetési adatok regisztrálását követően lehetővé teszi, hogy a felhasználó több internetes kereskedőnek teljesítsen fizetést.	2013
	Amazon Wallet – mobiltárca és mobiltelefonos fizetési megoldás, melyben a felhasználók meglévő bankkártyáinak, hitelkártyáinak, hűségkártyáinak és ajándékkártyáinak virtuális mását tárolhatja és használhatja.	2014
	Amazon Loans – rövid lejáratú folyószámlahitel-szolgáltatás az Amazon platformján értékesítő kiskereskedők számára.	2012
	Amazon Local Register – mobil POS-terminál szolgáltatás, mely lehetőséget biztosít kereskedői kártyaelfogadásra okostelefonról vagy tabletről.	2014
<b>eBay</b>	Paydiant – mobiltárca-szolgáltatás, melyet kereskedelmi vállalatok vagy más piaci szereplők saját márkanevükkel látnak el.	2010
	Braintree – fizetési és kártyaelfogadási szolgáltatás kereskedőknek online és mobilfizetéshez.	2007
	PayPal – elektronikus pénzt kibocsátó intézmény, mely számlát vezet ügyfelei részére, amit azok bankkártyás fizetéssel, banki átutalással vagy inkasszó megbízással tölthetnek fel lakossági vagy céges bankszámlájukról.	1998
	PayPal Credit – fizetési szolgáltatás, melyen keresztül kereskedők áruhitelt adhatnak a vásárlóiknak. A hiteleket a Comenity Capital Bank bocsátja ki.	2015
	Venmo – mobiltárca-szolgáltatás, melyen keresztül a felhasználók mobiltelefonon tudnak egymásnak utalást kezdeményezni.	2009

Vállalat	Pénzügyi terméke és szolgáltatás	Az indulás ideje
<b>Facebook</b>	Messenger Payments – felhasználók közötti azonnali, közvetlen átutalási szolgáltatás a csevegő alkalmazás használói részére. Jelenleg csak az Egyesült Államokban érhető el.	2015
	E-money licence – A Facebook elektronikus pénzt kibocsátó engedéllyel rendelkezik Írországban, azonban egyelőre még nem ajánl egyéb szolgáltatást az ügyfeleknek	2016
<b>Samsung</b>	Samsung Pay – mobiltelefonos fizetési megoldás, mely érintéssel történő fizetést tesz lehetővé kompatibilis Samsung mobiltelefon-készülékekkel.	2015

Forrás: Kerényi–Molnár (2017)

A 2020-as COVID-19 járvány elhúzódásának hatása nyomán jelentős átalakulás figyelhető meg hazai fizetési szokásokban. A fogyasztók óvatossága és a gazdasági folyamatok lassulása miatt a készpénzes fizetések aránya jelentősen csökkenni kezdett a bankkártyásokéval szemben. Általánosságban megállapítható, hogy a lebonyolított tranzakciók értékének növekedési pályája is csökkenni kezdett a járvány hatására. A tranzakciók számában 2019-ben 20% körüli növekedés volt jellemző, még 2020 első negyedében 13% körüli növekedés volt megfigyelhető, ezzel alátámasztást nyer a járvány okozta bizonytalanságok fogyasztókra gyakorolt óvatosságra intő hatása. A 2020-as pénzügyi évben a készpénzfelvételek számában drasztikus csökkenés volt jellemző. 2020 második negyedében a készpénzfelvételek száma közel 23%-kal csökkent az előző év azonos időszakához képest, továbbá a felvett pénzmennyiség mértéke is csökkenést mutat. 2020 második negyedétől az átlagos belföldi kártyás fizetések értékében már növekedés figyelhető meg. Erre jó magyarázatot ad a fogyasztók alkalmazkodása a járványhelyzethez és az óvatosság beépítése a mindennapjaikba. Egy átlagos bankkártyás fizetés összege 6703 forintról 7669 forintra emelkedett, ami szignifikáns növekedés, ebből arra lehet következtetni, hogy az emberek ritkábban vásároltak, viszont egyre nagyobb mennyiségben, ezzel is csökkentve a lehetséges fizikai érintkezések számát. Ezen adatokat figyelembe véve, megállapítható, hogy az általános, személyes érintkezést igénylő fogyasztói magatartás és szokások gyors átalakuláson mentek keresztül a COVID-19 járvány, és a járvány miatt bevezetett szigorítások és korlátozások hatására. Jelentős változás figyelhető meg a fizikai és online vásárlások megoszlásának alakulása között is. 2019 második negyedében 2%-kal emelkedett az online vásárlások aránya, 2020 ezen időszakában ez a növekedés már 5%-os mértéket öltött. Ezzel 2020 második negyedére már 19%-ot tettek ki az online fizetések az összes pénzügyi tranzakciót figyelembe véve, ez alapján megállapítható, hogy szinte minden ötödik bankkártyás fizetés online vásárlás során történt. Érdekes összefüggés figyelhető meg a kártyahasználati szokásokban az ország fővárosa és a kevésbé

fejlődő régiói között. A bankkártyás fizetések aránya a fővárosban sokkal nagyobb mértékben tudott növekedni, mint például Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében. Ennek egyik lehetséges oka a technológiához való hozzáférés lehetőségeinek különbsége lehet. A fővárosban található nagy multinacionális cégekre sokkal jellemzőbb a fehér foglalkoztatás, még a jóval kisebb méretű vidéki munkáltatóknál gyakran megfigyelhető a szürke, illetve fekete munka megjelenése. Ebből azt a következtetést vonom le, hogy vidéken magasabb arányú a készpénzes munkabér fizetés, mint a digitális, ezért a bankkártyás fizetésre való áttérés is sokkal nehezebb a fogyasztók számára. A járvány és az azt követő intézkedések rövid távon határozottan az elektronikus fizetés irányába mozdították el a fogyasztói szokásokat, viszont egyelőre nem áll rendelkezésre elég adat hosszú távú következtetések levonására (Deák–Takács–Varga, 2020).



**1. ábra: Fizikai kereskedőhelyeken és online lebonyolított tranzakciók számának változása belföldön és külföldön a megelőző év azonos időszakához képest**

Forrás: Deák–Takács–Varga (2020)

## ***Benchmarking***

A benchmarking kialakulása és megjelenése az amerikai Xerox cégnek köszönhető. Ugyanis a cég 1980-es években céljának tűzte ki a fogyasztók elégedettségének növelését. A cél a vállalati folyamatok átszervezése volt, hogy minél

hatékonyabb működést érhessenek el. Ehhez más vállalatok folyamatait tanulmányozták, különös figyelemmel a fogyasztók kiszolgálását illetően. Az így szerzett tapasztalatokat, az úgynevezett „best practise”-eket, vagy magyarul legjobb gyakorlatokat aztán összesítették és adaptálták a saját vállalatuk működésébe. A megszerzett ismeret használatának sikerességéről egy külső cég kérdőíves vizsgálatával bizonyosodtak meg (Bauer–Berács, 2017).

Józsa meghatározása szerint „a benchmarking célja az irányítási, ellenőrzési tevékenységek során mindig a legjobb versenytársak teljesítményéhez való viszonyítás, az összehasonlítás, amelynek eredményeként lehetőség nyílik a jó tapasztalatok, felismerések kreatív megvalósítására a saját vállalkozás keretei között” (Józsa, 2016).

A benchmarkingot megfelelően használatához az alábbi négy lépést kell megtennünk:

- Első körben ki kell választanunk a sikeres terméket, vagy vállalkozást, és megfigyelni, hogy mi az, amiben az más, mint a többi. A mi esetünkben ez a csomagküldő szolgáltatók nyomkövető alkalmazása lesz.
- Ezt követően érdemes a vizsgálni kívánt tényezőket pontosan meghatározni, melyekből akár többet is kiválaszthatunk, annyak függvényében, hogy mekkora költség, vagy erőforrás áll a rendelkezésünkre.
- A következő lépésben össze kell gyűjteni minden olyan lényeges adatot, amely az elemzésünk számára nélkülözhetetlen.
- Végezetül pedig össze kell hasonlítanunk a kiválasztott nézőpontjainkra kapott adatokat a különböző szolgáltatók, vállalatok, vagy cégek alapján.

A piackutatáshoz egyedileg brand-elt és általános csomag küldő applikációkat gyűjtöttem össze, ezeket vizsgáltam meg előre meghatározott nézőpontok által.

Az alábbiakban szeretném bemutatni a kutatás során vizsgált 7 egyedileg brand-elt piaci szereplő által készített csomagküldő alkalmazást, melyeket a későbbiekben majd a kérdőíves vizsgálat során fogunk tovább vizsgálni.

### 3. táblázat: Csomagküldő szolgáltatók

Csomagküldő szolgáltatók	Honlapjunk
UPS Mobile	<a href="https://www.ups.com/hu/hu/Home.page">https://www.ups.com/hu/hu/Home.page</a>
DPD	<a href="https://www.dpd.com/hu/hu/">https://www.dpd.com/hu/hu/</a>
Gebrüder Weiss – GW App	<a href="https://www.gw-world.com/hu/">https://www.gw-world.com/hu/</a>
MPL	<a href="https://www.posta.hu/belfoldi_csomagmegoldasok">https://www.posta.hu/belfoldi_csomagmegoldasok</a>
GLS	<a href="https://gls-group.eu/HU/hu/home">https://gls-group.eu/HU/hu/home</a>
DHL	<a href="https://www.dhl.hu/hu/expressz.html">https://www.dhl.hu/hu/expressz.html</a>
FedEX	<a href="https://www.fedex.com/hu-hu/home.html">https://www.fedex.com/hu-hu/home.html</a>

Forrás: Saját szerkesztés (2022)



A versenytárs elemzés során a továbbiakban részletesen megvizsgálom majd a fentiekben említett csomagküldő szolgáltatókat, illetve az alábbi táblázatban összegyűjtött független megoldásokat. Hogyan történik a csomagok azonosítása, azok nyomon követése. Milyen további aggregált szolgáltatások épülnek be az alkalmazásaikba.

A következő táblázatban összegyűjtöttem azokat a generic alkalmazásokat, amelyek a benchmarking során a legnépszerűbb alkalmazásoknak bizonyultak.

#### 4. táblázat: Általános csomagküldő szolgáltató alkalmazások

Általános csomagküldő szolgáltató alkalmazások	Google Play elérésük
<i>17Track</i>	<a href="https://play.google.com/store/apps/details?id=yqtrack.app">https://play.google.com/store/apps/details?id=yqtrack.app</a>
<i>Package Tracking</i>	<a href="https://play.google.com/store/apps/details?id=com.trackinglabs.parceltracker">https://play.google.com/store/apps/details?id=com.trackinglabs.parceltracker</a>
<i>ParcelTrack – Package Tracker for FedEx, UPS, USPS</i>	<a href="https://play.google.com/store/apps/details?id=com.uberblic.parceltrack">https://play.google.com/store/apps/details?id=com.uberblic.parceltrack</a>
<i>Package Tracker</i>	<a href="https://play.google.com/store/apps/details?id=net.pkge.pkge">https://play.google.com/store/apps/details?id=net.pkge.pkge</a>
<i>Parcels – Track Packages from Aliexpress, eBay</i>	<a href="https://play.google.com/store/apps/details?id=com.brightstripe.parcels">https://play.google.com/store/apps/details?id=com.brightstripe.parcels</a>
<i>PackageRadar</i>	<a href="https://play.google.com/store/apps/details?id=ru.gdeposylka.delta&amp;hl=en_US">https://play.google.com/store/apps/details?id=ru.gdeposylka.delta&amp;hl=en_US</a>
<i>Deliveries Package Tracker</i>	<a href="https://play.google.com/store/apps/details?id=de.orr.deliveries">https://play.google.com/store/apps/details?id=de.orr.deliveries</a>
<i>AfterShip Package Tracker</i>	<a href="https://play.google.com/store/apps/details?id=com.aftership.AfterShip">https://play.google.com/store/apps/details?id=com.aftership.AfterShip</a>
<i>Shop: delivery &amp; order tracker</i>	<a href="https://play.google.com/store/apps/details?id=com.shopify.arrive">https://play.google.com/store/apps/details?id=com.shopify.arrive</a>

Forrás: Saját szerkesztés (2022)

**17Track** alkalmazás, az egyik legelterjedtebb a világon. Több mint 170 futár cég által szállított csomag nyomonkövetésére biztosít mobil telefonos felületet, mely segítségével láthatjuk, hogy éppen merre jár a megvásárolt termékünk a világban.

**Package Tracking** szintén egy nagyon népszerű és elterjed alkalmazás. Segítségével nyomonkövethetjük csomagjainkat. Magyarországi vonatkozása miatt kiemelendő, hogy ezen alkalmazáson keresztül a Magyar Postán keresztül küldött csomagok is követhetőek.

A **ParcelTrack** elsősorban az Egyesült Államokban terjedt el, köszönhetően annak, hogy jóformán minden nagyobb amerikai futárszolgálat adatbázisához van interface-e, amin keresztül könnyedén lekérhető a szállítás alatt álló csomag pozíciója, státusza.

A **Package Tracker** a ParcelTrack-hez hasonlóan szintén az amerikai piacra készült, funkcionalitását és szolgáltatásait ott élvezhetik ki a felhasználói.

A **Parcels** főként a nemzetközi csomagküldésre fókuszál. Elsősorban a több országon átívelő megrendelések nyomonkövetésére specializálódott. Így aztán olyan nemzetközi nagy internetes kereskedő cégek termékeit követhetjük a feladás helyétől a célállomásig, mint például a közismert Amazon, eBay, Aliexpress, de ezeken kívül még számos magyar viszonylatban nem ismert e-kereskedőcéget támogat.

A csomag nyomon követő alkalmazások nemzetközi versenyéből az orosz fejlesztésű applikációk sem maradhatnak le. A **PackageRadar** méltán kerül említésre, hiszen nem csak Oroszországban, de az Egyesült Államokban, Kínában, és Németországban is elterjedt.

A **Deliveries Package Tracker** a nyomonkövetés mellett már az alkalmazáson belüli vásárlást is lehetővé teszi, így a csomagazonosítót már a vásárlás pillanatában menti saját háttérrendszerében és felhasználói interakcióra sincs szükség a csomag követésének elindítására. Természetesen ez csak az app-on keresztül vásárolt termékekre igaz.

A **AfterShip Package Tracker** szintén egy nemzetközi csomag nyomonkövetésre alkalmas applikáció, mely elsősorban a széles spektrumú kiegészítő funkcionalitásának köszönhetően lett világszínvonalú.

A **Shop: delivery & order tracker**, ami mindenképpen egy egyedi gyöngyszem a felsorolt alkalmazások között, köszönhetően annak, hogy ez a program eredetileg egy online vásárlási felület volt és a kiegészítő funkcionalitása révén emelkedett a nagy nyomonkövető alkalmazások közé.

A több csomagküldő szolgálatot is tömörítő alkalmazásokról általánosságban elmondható, hogy csak egy meghatározott példányszám alatt használhatóak ingyenesen. Némelyikben reklámok jelennek meg, melyek a felhasználói visszajelzések alapján sokszor bosszantóak. Amennyiben a teljes funkcionalitást szeretnék használni azt havi előfizetéses esetén kaphatjuk meg. Ezen felül érdemes megjegyezni, hogy a teljes funkcionalitás is csak prémium, fizetős verziókban érhetőek el. Ezek a funkciók viszont valóban magas szintre emelik a felhasználói élményt.

Az alábbi táblázatban az általam kiválasztott alkalmazások legfontosabb paramétereit gyűjtöttem ki az alábbi paraméterek szerint:

- letöltésszám,
- értékelés,
- értékelők száma.

**5. táblázat: A kutatásban résztvevő csomagküldő szolgáltatók**

Szolgáltató	Letöltés-szám	Értékelés	Értékelők száma
<i>UPS Mobile</i>	5 000 000+	4,1	55 309
<i>DPD Driver</i>	10 000+	2,6	39
<i>Gebrüder Weiss – GW APP</i>	1 000+	4,8	29
<i>MPL – Magyar Posta</i>	100 000+	2,9	1398
<i>GLS</i>	5 000+	3,1	15
<i>DHL</i>	500 000+	3	2 748
<i>FedEx</i>	5 000 000+	3,9	28 876
<i>17 Track – Minden egyben</i>	5 000 000+	4,8	359 805
<i>Package Tracking – USPS, DHL, UPS, FedEx, TNT</i>	500 000+	4,4	11 270
<i>ParcelTrack – Package Tracker for Fedex, UPS, USPS</i>	500 000+	4,2	32 167
<i>Package Tracker – Amazon, eBay, USPS, UPS, Wish</i>	500 000+	4,5	3 3751
<i>Parcels – Track Packages from Aliexpress, eBay</i>	1 000 000+	4	12 343
<i>PackageRadar</i>	1 000 000+	4,7	66 624
<i>Deliveries Package Tracker</i>	1 000 000+	4,5	68 805
<i>AfterShip Package Tracker</i>	1 000 000+	4,5	100 553
<i>Shop: delivery &amp; order tracker</i>	5 000 000+	4,9	40 106

Forrás: Saját szerkesztés (2022)

Az elemzés során összeszedtem néhány hasznos, ajánlott funkciót, melyek valóban magas szintre emelik a felhasználói élményt.

**6. táblázat: Ajánlott funkciók**

Funkció neve	Rövid leírás
<i>Beépített fizetés (wallet integráció)</i>	A felhasználó az alkalmazáson keresztül tudja kifizetni a csomagját az átvétel során.
<i>QR code/bar code scanner</i>	Az érkezett csomag azonnal beazonosítható. A csomagon (vagy számlán) lévő kód beolvasását követően – azonosításra kerül a csomag és felajánlásra kerül a fizetési funkció.
<i>Nem megfelelő napok beállítása (Vacation hold)</i>	A felhasználó által beállíthatóak azok a napok, amikor szabadságon vagyunk és nem vehetjük át csomagot.
<i>Alternatív cím/címzett megadása</i>	Akár a szomszéd is beállítható, hogy átvehesse a csomagunkat.
<i>Valós idejű nyomkövetés</i>	A valós idejű nyomkövetés célja, hogy a felhasználó nem csak az átrakodási pontokat, és a pillanatnyi státuszt látja, hanem ehhez egy integrált térképen a csomag pontos helyét is követheti.

Funkció neve	Rövid leírás
Vásárlás ajánló (Pláza funkció)	Beépített vásárlási modul. A csomagküldő szolgálat szerződött partnerei ezen keresztül is elérhetőek, a kiválasztott termékek az alkalmazáson keresztül fizethetőek.
Smart widget támogatás	Alkalmazás megnyitása nélkül is egy pillantás alatt nyomon követhető csomagunk állapota.
Smart watch notification	Okos órára üzenetet küld a csomag státusz változásairól.
Facebook/Google login*	A felhasználónak lehetősége van a már megszokott social login alkalmazására.
Shake to refresh	Egyszerű, mégis nagyon látványos design elem lehet. Amikor megrázzuk a mobil eszközünket, akkor az automatikusan frissíti a csomagok státuszát.

Forrás: Saját szerkesztés (2022)

Az alábbi infografikán megfigyelhetjük, hogy a hasznos és ajánlott funkciók hogyan jelennek meg egy-egy a vizsgálatból kiemelt csomagküldő szolgáltató esetén. Az üresen hagyott körök esetén az adott funkció nem elérhető. A funkciók általam megítélt szubjektív használhatóságát a kör kitöltöttségével jelöltem.

Futárszolgálat Funkcionalitás	DPD	MPL	Truck 17	Delieveries Package Trucker	Shop
Beépített fizetés (wallet integráció)					
QR code/bar code scanner					
Nem megfelelő napok (Vacation hold)					
Alternatív cím/címzett megadása					
Valós idejű nyomkövetés					
Vásárlás ajánló (Pláza funkció)					
Smart widget támogatás					
Smart watch támogatás					
Facebook/Google login					
Shake to refresh					

2. ábra: Ajánlott funkciók értékelése kiválasztott szolgáltatók esetén

Forrás: Saját szerkesztés (2022)

## Összefoglalás

Az alábbiakban szeretném röviden összefoglalni a benchmarking alapú termékfejlesztés vizsgálata során kapott eredményeket. Amint azt a fentiekben olvashattuk, kvalitatív benchmarking elemzéssel vizsgáltam meg az általam kiválasztott hazai és nemzetközi csomagküldő szolgáltatók android-os és IOS-es alkalmazásait.

A benchmarking elvégzése során sikerült rálátást kapnunk arról, hogy milyen funkcionalitás szükséges egy releváns, optimalizált és fenntartható alkalmazás elkészítéséhez.

A kapott eredmények közül szeretnék párat kihangsúlyozni:

- Kiemelten fontos, hogy a végfelhasználók mindig időben értesüljenek a csomagjuk állapotát illetően, valós időben is nyomon követhessék csomagjukat.
- Legyen lehetőségük a szállítás idején és a desztináció helyén változtatni.
- Mára már elvárás, hogy egy adott szoftverben legyen integrált fizetési lehetőség.

A fentiekben kívül ajánlott még pár napjainkra megszokott egyéb integráció, mint például:

- QR, vagy bar kód olvasás az okostelefon kameráján keresztül
- vagy hogy a regisztrációt Facebook, vagy Google Mail belépéssel is helyettesíteni lehessen.

## Irodalmjegyzék

Bankmonitor. (2020): Árgyelán József: Minden, amit az azonnali fizetési rendszerről tudni érdemes! Letöltve: 2020.12.22.

<https://bankmonitor.hu/cikk/minden-amit-az-azonnali-fizetesi-rendszerrol-tudni-erdemes/>

Bauer A. – Berács J. (2017): Marketing. Budapest: Akadémiai Kiadó.

Deák V. – Takács K. – Varga L. (2020): A koronavírus-járvány hatása az elektronikus pénzforgalom változására 2020. január–június folyamán. Budapest: Magyar Nemzeti Bank. Letöltve: 2020.12.27.

<https://www.mnb.hu/letoltes/a-koronavirus-jarvany-hatasa-az-elektronikus-penzforgalom-valtozasara-2020-januar-junius-folyaman.pdf>

FintechZone. (2021): MNB: Jelentősen átalakultak a fizetési szokások 2020-ban. Letöltve: 2021.03.18.

<https://fintechzone.hu/mnb-jelentosen-atalakultak-a-fizetesi-szokasok-2020-ban/>

Hérodotosz (2007): A görög–perzsa háború. Budapest: Osiris Kiadó.

Horváth A. – Karmazin Gy. (2014): Nemzetközi közúti áru fuvarozás és szállítmányozás. Budapest: Akadémiai Kiadó.

- Jackson, K. (2018): A brief history of the smartphone. How much do you know about how smartphones evolved? Letöltve: 2020.12.28.  
<https://sciencenode.org/feature/How%20did%20smartphones%20evolve.php>
- Józsa L. (2016): Marketingstratégia. A tervezés gyakorlata és elmélete. Akadémiai Kiadó. DOI: <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2006.02.06>
- Kerényi Á. – Molnár J. (2017): A FinTech-jelenség hatása – Radikális változás zajlik a pénzügyi szektorban? Hitelintézeti Szemle, 16(3), 2017. szeptember. Letöltve: 2020.12.21.  
[http://real.mtak.hu/65106/1/kerenyi\\_adam\\_molnar\\_julia\\_u.pdf](http://real.mtak.hu/65106/1/kerenyi_adam_molnar_julia_u.pdf)
- Lőrinc L. (2016): Életmódtörténet. Anyagi kultúra 1500-tól napjainkig. Budapest: Akadémia Kiadó.
- Panzarino, M. (2014): TechCrunch: Foursquare’s Swarm and the Rise of the Invisible App. Letöltve: 2020.11.10.  
<https://techcrunch.com/2014/05/15/foursquares-swarm-and-the-rise-of-the-invisible-app/>
- Soós G. (2020): Az élelmiszer-fogyasztói szokások változása a COVID-19 vírus megjelenéséhez kapcsolódóan Magyarországon. Marketing & menedzsment 2020. 3. szám, 15–27. DOI: <https://doi.org/10.15170/MM.2020.54.03.02>  
Letöltve: 2021.01.12.  
<https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/3414/3193>
- Strain, M. (2015): The Guardian: 1983 to today: a history of mobile apps. Letöltve: 2020.11.10.  
<https://www.theguardian.com/media-network/2015/feb/13/history-mobile-apps-future-interactive-timeline>
- Takács K. (2011): A magyar háztartások fizetési szokásai: MNB-Tanulmányok 98. Budapest: Magyar Nemzeti Bank. ISSN: 1787-5293. Letöltve: 2020.11.05.  
<https://www.mnb.hu/letoltes/mt98.pdf>