OTDK

36. Országos Tudományos Diákköri Konferencia

Közgazdaságtudományi Szekció
2023. április 20-22.

REZÜMÉKÖTET

OTDK
36. ORSZÁGOS TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI KONFERENCIA 2023
Közgazdaság-tudományi Szekció
HÖK

36. Országos Tudományos Diákköri Konferencia
Közgazdaságtudományi Szekció

REZÜMÉKÖTET

2023. április 20-22.

Szerkesztők:
Csiba Péter
Antalík Imre
Puzsér Cyntia
Szabó Dávid

SELYE JÁNOS EGYETEM
Gazdaságtudományi és Informatikai Kar
2023

TARTALOMJEGYZÉK

A SZAKMAI BIZOTTSÁG ELNÖKÉNEK KÖSZÖNTŐJE 5
AZ ÜGYVEZETÉS KÖSZÖNTŐJE 7
ROSKA TAMÁS: „Kívánom, hogy sikerüljön nektek! A marsallbot a zsebetekben van.” 9
A ROSKA TAMÁS DÍJ NYERTESE: Gazdag-Kerezsi Dóra 11
A Pro Scientia Aranyérmesek Társasága Egyesület 13
Ágazati gazdaságtan I. - Digitalizáció és innováció 14
Ágazati gazdaságtan I. - Hatások és változások 21
Ágazati gazdaságtan II. - Egészséggazdaságtan 30
Ágazati gazdaságtan III. - Oktatásmódszertan és felsőoktatás 38
Ágazati gazdaságtan III. - Oktatásgazdaságtan elmélete és gyakorlata 45
Ágazati gazdaságtan IV. - Sportgazdaságtan 52
Döntéselmélet 64
Emberi erőforrás - Generációs különbségek 75
Emberi erőforrás - HR-gyakorlatok I. 84
Emberi erőforrás - HR-gyakorlatok II. 92
Emberi erőforrás - Munkaerőpiac - A pandémia hatásai 99
Emberi erőforrás - Munkaerőpiac - Munkaerőpiaci kihívások 109
Emberi erőforrás - Trendek és folyamatok I. 116
Emberi erőforrás - Trendek és folyamatok II. 124
Fenntarthatóság I. - Fenntarthatóság és fogyasztás 132
Fenntarthatóság I. - Fenntarthatóság makro perspektívában 139
Fenntarthatóság II. - Energetikai kérdések 147
Fenntarthatóság III. - Szokások és választások 158
Fenntarthatóság III. - Zöld vállalati gyakorlatok 165
Gazdasági informatika és e-business 172
Gazdaságpolitika I. 183
Gazdaságpolitika II. 191
Gazdaságszociológia és gazdaságpszichológia - Fogyasztói és vállalati nézőpont 199
Gazdaságszociológia és gazdaságpszichológia - Társadalmi megközelítés 206
Információgazdaságtan 214
Kommunikáció, média - Kommunikáció 225
Kommunikáció, média - Média 234
Marketing - Élelmiszer I. 242
Marketing - Élelmiszer II. 249
Marketing - Értékesítés 256
Marketing - Fenntarthatóság 267
Marketing - Fogyasztói magatartás kulturális aspektusai 279
Marketing - Fogyasztói magatartás: változások és kihívások 286
Marketing - Márkázás I. 294
Marketing - Márkázás II. 301
Marketing - Marketingkommunikáció 308
Marketing - Online marketing 320
Mikro- és makrogazdaságtan - Makrogazdaságtan 331
Mikro- és makrogazdaságtan - Mikrogazdaságtan 340
Pénzügy - Adó 348

MINTA

Pénzügy - Pénzügytan 357
Pénzügy - Vállalati pénzügy 368
Pénzügy - Zöld pénzügyek 378
Regionális gazdaságtan I. 388
Regionális gazdaságtan II. 397
Stratégia- és változásvezetés, tanulás-, tudásmenedzsment I. 408
Stratégia- és változásvezetés, tanulás-, tudásmenedzsment II. 416
Számvitel, Kontrolling - Kontrolling, elemzés 423
Számvitel, Kontrolling - Számvitel I. 434
Számvitel, Kontrolling - Számvitel II. 441
Termelés-Szolgáltatás-Ellátási lánc menedzsment Ellátási lánc menedzsment 449
Termelés-Szolgáltatás-Ellátási lánc menedzsment Logisztika 461
Területfejlesztés 471
Tőke- és pénzpiac - Részvénypiacok I. 482
Tőke- és pénzpiac - Részvénypiacok II. 490
Tőke- és pénzpiac - Tőkepiac működése I. 498
Tőke- és pénzpiac - Tőkepiac működése II. 507
Turizmus - Jelenségek, folyamatok 514
Turizmus - Kelet-közép-európai országok turizmusa I. 525
Turizmus - Kelet-közép-európai országok turizmusa II. 532
Turizmus - Trendek I. 540
Turizmus - Trendek II. 547
Turizmus - Vendéglátás, kultúra I. 554
Turizmus - Vendéglátás, kultúra II. 561
Vállalatgazdaságtan - Vállalati siker I. 568
Vállalatgazdaságtan - Vállalati siker II. 576
Vállalatgazdaságtan - Vállalkozás 582
Vezetés - Általános témák 593
Vezetés - Vezetői stílus 603
Világgazdaság - A világgazdaság aktuális kérdései és kihívásai 614
Világgazdaság - Európai Unió és Kelet-Közép-Európa 622
Világgazdaság - Keleti és déli világrészek: konfliktus és együttműködés 634

MINTA

A SZAKMAI BIZOTTSÁG ELNÖKÉNEK KÖSZÖNTŐJE

2021-ben Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kara rendezte – a 70 éves TDK mozgalom történetében először az online térben – a magyar felsőoktatás – és egyben a magyar tudományos élet – legnépesebb konferenciáját. Szerencsére visszatérhettünk a személyes jelenlétre. A kutatás iránti elhivatottság, a tudományos kérdések megválaszolásának szándéka megteremti annak lehetőségét, hogy itt és most új kapcsolatokra, élményekre, ismeretekre tegyenek szert a megmérettetésen túl.

Az első önálló Közgazdaságtudományi Szekció 1970-ben került megrendezésre, míg 2023-ban először kerül megrendezésre határon túli magyar nyelvű felsőoktatási intézményben. A hallgatói érdeklődés, a részvétel töretlen, több mint 600 pályamunkát neveztek be Önök.

A mostani 36. OTDK a Selye János Egyetem Gazdaságtudományi és Informatikai Kara által rendezett Közgazdaságtudományi Szekciója a maga 602 nevezett TDK pályamunkájával a konferencia sorozat „legnépesebb” szekciója: a 16 tudományterületet átfogó OTDK-ra nevező összes hallgató 12,3%-a ebbe a szekcióba nevezett. A nevezett dolgozatok 648 szerző és 698 témavezető munkájának eredményeként kvalifikáltak a konferenciára. Az igen nagy dolgozatszám mellett egy másik érzékelhető pozitív tény az felsőoktatási intézmények közötti erőviszonyok kiegyenlítődése: 35 intézmény hallgatói (köztük középiskolás diákok) mutathatják be tudományos eredményeiket a két napos konferencián. A hazai intézmények hallgatói mellett Közgazdaságtudományi Szekció immár hagyománnyá váló szokásrendje szerint 27 határon túli intézményből érkező diáktudós is jelen lesz a konferencián. Másik örvendetes jelenség a benyújtott dolgozatok szakmai sokszínűsége: a szervezők „kellemes gondjait” szaporította, hogy a résztvevők 50 fő tagozat zsűrije előtt mutathatják be és védhetik meg dolgozataikat.

Mi vezette Önöket ide? Kérdéseket tettek fel és azokra kerestek válaszokat. Évezredek óta tudjuk, hogy a tudásvágy, a nyitottság, a kérdezni tudás (és vágyás, a kíváncsiság) az alapja a kreativitásnak. A folyamatban fontos szerepe van konzulenseiknek, a mentor-mentorált kapcsolatnak. Arisztotelész, a „hegyen sétáló professzor” tanításmódjából fennmaradt néhány elem, ami a középkori „universitasok” gyakorlata volt. A tapasztalás, a személyes kapcsolat, a beszélgetések, a filozófiai, tudományos és politikai kérdések megvitatása volt az alapja az oktatásnak. A viták, a személyes beszélgetések során meghallgatásra került a hallgatók véleménye. Mi ez, ha nem a mai tudományos diákköri mozgalom megalapozó szellemisége? Fontos, hogy továbbra is megőrizzék kíváncsiságukat és ne felejtsék el, hogy világunkban csak a változás állandó. Ahhoz, hogy jó válaszokat lehessen adni az élet minden terén a megváltozott körülmények között, szükséges, hogy képesek legyünk feltárni a részek közötti összefüggéseket, megértsük a folyamatokat és a jövőre vonatkozóan is megtaláljuk a helyes utat. A tudomány legfontosabb kérdése a miért. Kisgyermek korban a miértekre a választ szüleik, pedagógusaik mellett a játék során Önök fedték fel. A játék egyben tapasztalás, kreativitás, kérdéseket vetve fel a megismerés folyamatában.

MINTA

Az ember kreatív lény (homo creator). A kreativitás olyan képesség, amelynek eredménye a felmerülő problémákra önállóan hozott egyedi, új ötlet vagy ötletek. A kreatív gondolkodás, a kreatív munka adja meg számunkra az intellektuális szabadságot. Önök most bebizonyítják, hogy igen, a jövő nemzedéke megint itt van, kopog az ajtón és helyet követel magának a tudományos életben.

Kérem Önöket, hogy az elkövetkezendő két napot inkább konferenciának, a TDK mozgalom hagyományaihoz hűen a közgazdász diáktudományosság legmagasabb fórumának éljék meg, ahol nemcsak hallgatók és intézmények versenyeznek egymással, hanem kiművelt, kreatív elmék által megszült gondolatok méretődnek és vitatódnak meg. Az előremutató szakmai viták, a pályamunkákra kapott visszajelzések a gondolkodtatást, az érvelést és a tanulást szolgálják. A párbeszéd kísérje Önöket a konferencia három napján! Higgyék el, azzal, hogy idáig eljutottak olyan tapasztalatokkal lettek gazdagabbak, amelyek az élet különböző területein segítik az eligazodást, támpontot adnak döntéseikhez, magabiztosabbakká válnak.

Egy ma is fontos, általános érvénnyel bíró József Attila idézettel zárom köszöntő gondolataimat: „… játszani is engedd szép, komoly fiadat…” (József Attila, Levegőt, 1935).

Sikeres előadásokat és termékeny vitákat kívánok Önöknek, a diáktudósainknak és az ítészeiknek is!

Komárom, 2023. április 20.

Takácsné György Katalin,
az OTDT Közgazdaságtudományi Szakmai Bizottságának elnöke

MINTA

AZ ÜGYVEZETÉS KÖSZÖNTŐJE

2023-ban először látogat az anyaország határain túlra az Országos Tudományos Diákköri Konferencia Közgazdaságtudományi Szekciója. A korábbiakban volt már határon túl megrendezett OTDK, de a Felvidéken és a Közgazdaságtudományi Szekció életében, a Selye János Egyetem életében és Komárom életében is ez az első ilyen alkalom.

Nagy örömünkre szolgál, hogy a Selye János Egyetem Gazdaságtudományi és Informatikai Kara nyerte el azt a lehetőséget, hogy vendégül láthatja a gazdaságtudományokat tudományos szinten művelő diákságot és a kárpát-medencei felsőoktatási intézmények legszínvonalasabb kutatásainak szerzőit. Az OTDK-n való részvétel lehetőség az egyetemisták és főiskolások számára a bemutatkozásra, a fejlődésre, a visszajelzésre és a kapcsolatépítésre. Az egyetlen alkalom, amikor a különböző felsőoktatási intézményekben tanuló, hasonló érdeklődésű, kiváló eredményeket elért fiatalok szervezett keretek között találkoznak egymással, megismerik és megvitatják egymás munkáját elismert szakemberek közreműködésével. Megtiszteltetésként éljük meg annak lehetőségét, hogy a legnépesebb, a legnagyobb benevezett dolgozatszámú szekciót szervezhetjük meg, idén összesen 602 dolgozat került benevezésre. Mindez egyfajta kicsúcsosodása annak a mintegy két évtizedes igyekezetnek, amely eredményeképp az Országos Tudományos Diákköri Tanács a határon túl tudományos munkát folytató intézményeket és az egyetemi diákságot bekapcsolta a konferencia életébe. A Sapientia Hungariae Alapítvány HTDK – TDK határok nélkül programjának köszönhetően leépültek a földrajzi határok a TDK-mozgalmon belül, bizonyítva ezzel azt a tényt, hogy a fokozatosság az, mely sikerre vezet az életben és a tudományban egyaránt.

A Selye János Egyetem 2004-ben kezdte meg működését és az egyetlen önálló jogalanyisággal rendelkező, a nemzeti kisebbség nyelvén - magyarul - oktató felsőoktatási közintézmény Szlovákiában és egyben az óvodától az egyetemig tartó oktatási-nevelési intézményrendszer legmagasabb szintű egysége. A Selye János Egyetem és így a Gazdaságtudományi és Informatikai Kar életét szintén a fokozatos fejlődés jellemzi és ennek eredményeképp ma már az alapszintű, mesterszintű és doktoranduszi képzés is több tudományterületen megtalálható az intézményben, közte Közgazdaságtan és vállalati menedzsment szakon is. Az intézmény sajátossága, hogy a szlovák felsőoktatási rendszer követelményeinek kell megfelelnie, de a magyar felsőoktatási közösség szerves részét is képezi, így elmondható, hogy egyfajta hídként, összekötő kapocsként és a tudásátadást biztosító kapocs szerepet tölt be az kárpát-medencei és a szlovákiai felsőoktatási intézmények és az itt élő magyarság közt!

Szintén örömmel tölt el minket, hogy a hozzánk érkező kárpát-medencei oktató kollégák és hallgatók megismerkedhetnek Komárom (értve ez alatt a Duna mindkét partján elterülő városrészeket) történelmi, kulturális és természeti értékeivel, sport terén is kiemelkedő eredményekkel. Olyan neves személyek fémjelezik a várost, mint Jókai Mór, nemzetünk nagy mesemondója, Lehár Ferenc az operett királya vagy Ivan Reitmann film- és televíziós rendező. Az egyetem tőszomszédságában helyezkedik el a páratlan méretű, az Osztrák-Magyar Monarchia legnagyobb erődrendszerének központi része, melyet egyetlen ostromlónak sem sikerült elfoglalnia, s ezért is hordozza a bevehetetlen vár nevet. Az Új vár oromzatán álló Kőszűz nemhiába hirdeti tehát az erőd mottóját, mely így szól: „Nec arte, nec marte”, azaz „Sem csellel, sem erővel!”. Mintegy 200 000 katona befogadására volt alkalmas a Duna mindkét partján, négy erődből (SK: Központi erőd – HU:Monostori erőd, Csillagerőd, Igmándi erőd) és egy védvonalból áll, amely körülöleli a várost.

A város egy további meghatározó eleme a víz és a természet. Egyrészt a Vág Duna összefolyásánál fekszik a város, másrészt mér a római korban is fürdő volt itt, s ma is két eltérő összetételű gyógyhatású termálvizes fürdő működik a városban.

A 36. OTDK Közgazdaságtudományi Szekciója szervezésekor az ügyvezetés tehát úgy készült, hogy minden résztvevő számára a tudományos megmérettetéshez igazodva a szellemi, kulturális és fizikai feltöltődésre is lehetőséget biztosítson.

Bagolyszárnyra fel!

Találkozzunk az első határon túl megszervezésre kerülő Közgazdaságtudományi OTDK-n 2023. április 20-22. közt, Komáromban a Selye János Egyetem épületeiben!

Dr. Csiba Péter
a 36. OTDK Közgazdaságtudományi Szekció, ügyvezető elnök

Dr. Antalík Imre
a 36. OTDK Közgazdaságtudományi Szekció
ügyvezető társelnök

Dr. Szabó Dávid
a 36. OTDK Közgazdaságtudományi Szekció,
ügyvezető társelnök

Mgr. Puzsér Cyntia
a 36. OTDK Közgazdaságtudományi Szekció,
ügyvezető titkár

Dr. Szabó Dávid (társelnök), Dr. Csiba Péter (ügyvezető elnök), Páldi Ádám (hallgatói képviselő),: Mészáros János (helyettes hallgatói képviselő): Dr. Antalík Imre (társelnök), Puzsér Cyntia (ügyvezető titkár) (a képen balról jobbra haladva)

ROSKA TAMÁS:
„Kívánom, hogy sikerüljön nektek! A marsallbot a zsebetekben van.”

Roska Tamás a magyar tudományos élet kiemelt alakja. Nevéhez fűződik a nemzetközi szakmai életben is kiemelkedő fejlesztésnek számító celluláris hullámszámítógép architektúrájának megalkotása, valamint az ehhez kapcsolódó kamera-számítógép kifejlesztése. A magyar bionikai képzés megteremtője.

Munkássága nemzetközi szinten elismert, több rangos díjat is elnyert:

- 1993-ban Gábor Dénes-díjat kapott,
- 1993-ban a londoni székhelyű Academia Europea tagjává választották,
- 1994-ben Széchenyi-díjat és Szent-Györgyi Albert-díjat kapott,
- 1994-ben a Salzburgban székelő Academia Scientiarium et Artium Europea választott tagja lett,
- 2000-ben megkapta az IEEE Millennium Medálját és a IEEE Hálózat és Rendszer Társaságának Arany Jubileumi Elismerését,
- 2002-ben Bolyai János alkotói díjat kapott,
- 2010-ben a Magyar Köztársasági Érdemrend középkeresztje a csillaggal kitüntetésben részesült.
- 2010-ben XVI. Benedek pápa Roska Tamásnak 70. születésnapja alkalmából a Nagy Szent Gergely-rend nagykeresztjének civil fokozatát adományozta.

Freund Tamás, a Magyar Tudományos Akadémia elnöke nyilatkozta róla: *„Kevés olyan ötletgazdag és vállalkozó szellemű tudós kollégával hozott össze a sors, mint Roska Tamás. […] Tamás körül vibrál a levegő, valami újdonságon mindig töri a fejét.”*

Megszívlelendők, kedves fiatalok, a Hozzátok intézett gondolatai! Roska Tamás felismerte, hogy a magyar művészet, a magyar tudomány és a magyar kultúra eredményei kellő alapot szolgáltatnak a fiatalság részére.

„Nem is sejtjük sokszor, hogy olyan szellemi és kulturális hagyaték van a birtokunkban, amelyet sok szerencsésebb történelmi nemzet fiai csodálattal illetnek!”

Nem dőlhettek azonban hátra, az eddig elért eredményeket kamatoztatni kell, Ti vagytok azok, akiknek a magyar nemzet felemelkedésén kell dolgoznia a Kárpát-medence határain belül, s kívül egyaránt!

„Itt ülnek köztetek a jövő sikeres kutatói, feltalálói, tanárai és felelős vezetői. Higgyétek el, hogy a család, a tudás az igazi művészet és a nemes erkölcsi értékek megbecsülése és támogatása a ti boldogulásotok és az ország felemelkedésének sarkköve!”

MINTA

„A fenti értékekre épül a 21. század új gazdasága, a koncepció vezérelt gazdaság. A sikeres szakemberek felkészülésében a szakmai ismeretek mellett a klasszikus értékek mentén található humán műveltségnek, az irodalomnak. a zenének, a képzőművészetnek ugyancsak fontos szerepe van! Csodálatos élmény e két világ összekapcsolása. Mindezt szép Szent Pál-i hasonlattal kifejezve énekeljetek az elméletekkel!"

Mindez a kapcsolódás vezethet el oda, hogy sikeresebbek legyünk és harmonikusabb társadalmi életet éljünk, mint a korábbi generációk. Roska Tamás szavaira is alapozva elmondhatjuk, hogy ez ma sem egy egyszerűbb világ. Egy eltérő, de sok szempontból a korábbiakhoz is hasonlóan *„rafinált"* világban tehetitek meg közös ügyünk sikerre vitelét, amely azonban több szempontból véve kevésbé korlátozott, például információban és erőforrásokban gazdagabb! Éppen ezért:

„A felelősségtek is nagyobb, a miénk is, hogy be ne csapjunk benneteket!"

A felelősség közös, s mi azon vagyunk, hogy részünkről, a közgazdaságtudomány jelenlévő képviselői részéről ezt a felelősséget felvállalva és tudatosítva cselekedjünk! Hozzátok szól Roska Tamás Bolyai-díj átvételekor elhangzott beszédének zárógondolata, mely ma is aktuális:

„Kívánom, hogy sikerüljön nektek! A marsallbot a zsebetekben van."

MINTA

A ROSKA TAMÁS DÍJ NYERTESE:
Gazdag-Kerezsi Dóra

BEMUTATKOZÁS

Gazdag-Kerezsi Dóra jelenleg tanársegédként vesz részt a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Számviteli és Pénzügyi Intézet oktatói és kutatói tevékenységében. Közgazdász pénzügy és számvitel végzettséget adó alapszakos diplomáját 2015-ben, míg okleveles közgazdász diplomáját számvitel mesterszakon 2018-ban vette át a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Karán. A XXXIV. Országos Tudományos Diákköri Konferencia Közgazdaságtudományi Szekció „Számvitel, Kontrolling II./ Döntéstámogatás" tagozatában bemutatott „A kiegészítő melléklet szerepe a vállalati döntéshozatal támogatásában" című dolgozatával 2019-ben első helyezést ért el, majd a kimagasló szakmai és tudományos eredményeiért Pro Scientia aranyéremben részesült. Tanulmányait és kutatási tevékenységét a mesterképzést követően a Debreceni Egyetem Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola PhD hallgatójaként folytatta. Kutatási témája „A kiegészítő melléklet információtartalmának vizsgálata az érdekhozók szemszögéből". Tudományos tevékenységét támasztja alá, hogy 34 db mtmt által referált tudományos cikke jelent magyar és angol nyelvű tudományos közleményként. Továbbá 19 db konferenciaelőadást tartott angol és magyar nyelven egyaránt. Dóra 6 év oktatási tapasztalattal rendelkezik, oktatási területei a pénzügyi elemzés, controlling, adózási ismeretek, számvitel és vezetői számvitel. Több egyetemi projektben részt vett kutatóként, illetve az Economica folyóirat segédszerkesztője.

A KIEGÉSZÍTŐ MELLÉKLET JELENTŐSÉGÉNEK VIZSGÁLATA A DÖNTÉSHOZATAL SZEMPONTJÁBÓL

Napjainkban azon vállalkozások tudnak a gazdasági kihívásoknak megfelelni, akik rendelkeznek a megfelelő információval és azt időben szervezeti tudássá tudják konvertálni. Az információ megszerzéséhez, megfelelő tájékozottság eléréséhez, a versenytársak értékeléséhez, összehasonlíthatóságához egységes információs rendszerre van szükség, melyet hazánkban a számviteli törvény elégít ki. A beszámoló számszaki adatokat tartalmazó két része, a mérleg és az eredménykimutatás mellett a kiegészítő melléklet az, amely segíti a szervezeteket a partnervállalkozásokkal kapcsolatos döntések meghozatalánál a megbízható és valós összkép bemutatását elősegítő, mérleg és eredménykimutatás adatait magyarázó szöveges információval. Előző kutatások alapján a kiegészítő melléklettel szemben több kritika is megfogalmazódott, miszerint nem minden esetben éri el a célját. A kutatásom fő célja volt megvizsgálni azt, hogy a kiegészítő mellékletek megfelelnek-e tartalmilag a számviteli törvény előírásainak, valamint azt, hogy van-e eltérés a döntéshozatalhoz szükséges kiegészítő melléklet információtartalmának felhasználói igényei és az információk tényleges felhasználhatósága között. A kiegészítő melléklet tartalmának törvényi megfelelősségét a feldolgozóipari és a szakmai, tudományos, műszaki tevékenységű vállalkozások körében vizsgáltam szövegbányászat segítségével, ahol a számviteli törvényben meghatározott

MINTA

kötelezően szerepeltetendő információk előfordulásának gyakorisága került elemzésre. Az elemzés alátámasztotta a korábbi kutatások eredményeit, miszerint jelentős hiányosságok vannak a közzétett kiegészítő mellékletek információtartalmában, illetve nem olyan részletezettséggel kerülnek azok bemutatásra, mint amire az érdekelteknek szükségük lenne. A kiegészítő melléklet döntéstámogató szerepének vizsgálata egy kérdőíves felmérés segítségével történt a gazdasági szakemberek körében. A kérdőíves felmérés eredménye, hogy a legtöbb információ esetében fontosnak tartják a vállalkozások a döntéshozatalkor a partnerek kiegészítő mellékletében szereplő információkat, viszont ehhez képest kisebb arányban jelennek meg azok a partnerek által közzétett kiegészítő mellékletben. Ezen belül is a legjelentősebb eltérés a pénzügyi intézmények, a nagyobb árbevétellel rendelkező vállalatok és a pénzintézeti beszámolót közzé tevők között volt a döntéshozatalhoz szükséges felhasználói igény és az adott információ kiegészítő mellékletben megjelenése között.

MINTA

A PRO SCIENTIA ARANYÉRMESEK TÁRSASÁGA EGYESÜLET

A Pro Scientia Aranyérmesek Társasága Egyesületnek a Pro Scientia Aranyérem és a Pro Arte Aranyérem tulajdonosai lehetnek tagjai, akik e szándékukat a belépési kérelmükben nyilvánítják ki.

Az OTDT által alapított Pro Scientia Aranyérmet 1989 óta kétévente 45-50 (a jelenlegi szabályok szerint maximum 51) magyar fiatal kutató és művész kapja meg, akik egyetemi pályafutásuk során tudományos vagy művészeti munkájukkal (elsősorban az OTDK és OMDK konferenciákon) kiemelkedőt alkottak. Mindeddig 807 főt tüntettek ki éremmel, azonban az aranyérmeseknek csak egy kisebb hányada tagja a PSAT-nak, ez pillanatnyilag kb. 200 rendes tagot jelent.

Pro Scientia Aranyérem

A 36. Országos Tudományos Diákköri Konferenciát követően kerül sor a PRO SCIENTIA ARANYÉREM odaítélésére. A Pro Scientia Aranyérmet a konferencián szereplő hallgatók pályázata nyomán, a szakmai bizottságok felterjesztése alapján az Országos Tudományos Diákköri Tanács ítéli oda.

A pályázat benyújtásának feltétele a 2023-as országos konferencián való részvétel, és a 2021-es vagy 2023-as konferencián elért I. helyezés. Általános szempont, hogy az Aranyérem nemcsak az egy, esetleg két konferencián bemutatott kiemelkedő pályamű (dolgozat, előadás, alkotás stb.) elismerése, hanem a kimagasló egyetemi, főiskolai hallgatói összteljesítmény kitüntetése. Ennek megfelelően az odaítéléskor a színvonalas pályamunka mellett, a teljes hallgatói "életmű" (hallgatói életszakaszban megjelent, illetve elfogadott publikációk, előadások, nyelvtudás, tanulmányi eredmény, tanulmányutak, továbbképzések) is mérlegre kerül.

Reménység kitűző

A PSAT már 2005-től kezdődően az Országos Tudományos Diákköri Konferencia mind a 16 szekciójában egy-egy speciális különdíjat ajánlott fel az adott tudományterületen az OTDK-n legkiemelkedőbb teljesítményt nyújtó, legértékesebb vagy legreménytelibb eredményt elérő versenyzőnek.

2019-ben a PSAT megalapította a Reménység kitűző különdíjat, amely az Országos Tudományos Diákköri Konferencián a legkiemelkedőbb teljesítményt nyújtó, legértékesebb vagy legreménytelibb eredményt elérő versenyzőnek ítéli oda a Főzsűrije a PSAT delegáltjával egyetértésben.

MINTA

Ágazati gazdaságtan I. - Digitalizáció és innováció

Elnök:	Prof. Dr. Nábrádi András	DE GTK
Társelnök:	Dr. habil. Juhász Lajos	ELTE TáTK
Tag:	Dr. Dániel Zoltán András	PE GTK
Tag:	Dr. Somogyvári Márta	PTE KTK
Tag:	Dr. Deutsch Nikolett	BCE

MTA

SZABÓ HENRIETTA
szaboheni1999@gmail.com
Pénzügy számvitel
BA, 8. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:
Dr. Németh Krisztina
főiskolai docens, BGE PSZK
Dr. Székács Anna
főiskolai docens, BGE KKK
Dr. Sato Noriko
főiskolai docens, BGE KKK

MINTA

A JAPÁN TELEFONIPAR MEGÍTÉLÉSÉNEK ÉS PIACI RÉSZESEDÉSÉNEK VÁLTOZÁSA A 90-ES ÉVEKTŐL NAPJAINKIG

Manapság már az életünk minden pillanatát meghatározzák a minket körülvevő elektronikai eszközök. Jelenleg mindegyik termékcsoportnál igen széles a kedvelt márkák palettája és ezen márkák származási országa. Ezzel szemben, ha visszatekintünk 20-30 évvel ezelőttre, egyértelműen megállapítható, hogy a legkedveltebb és legjobb minőségű termékek túlnyomó többsége Japánból származott, melynek árát hajlandóak voltak megfizetni a fogyasztók.

Jelenleg, ha szétnézünk a környezetünkben, meglepően kevés japán terméket fogunk találni és ez a trend egyaránt igaz globálisan és Japánon belül is. A dolgozatomban azt vizsgálom, hogy az évek során miért változott meg ilyen drasztikusan a japán márkák megítélése és üzleti részesedése az elektronikai iparban, azaz a fő kutatási kérdésem az, hogy milyen tényezők vezettek az egykor verhetetlen japán elektronikai márkák hanyatlásához.

Ez a kérdés az elektronikai ipar egészében kutatható lehetne, de mivel az általam bemutatni kívánt változás elsősorban a szórakoztató elektronikai iparban, azon belül is a telefongyártóknál játszódott le, ezért a szakdolgozatom témáját én erre a területre határolom le.

A dolgozatomban bemutatott és elemzett adatok két kategóriába sorolhatóak: a múltbeli adatokhoz korábbi kutatások, releváns irodalmak és hivatalos források szekunder adatait használtam, míg a jelenlegi helyzet feltérképezéséhez egy kérdőívet hoztam létre magyar és japán nyelven, melyeket hólabda módszerrel terjesztettem és így primer adatokhoz jutottam.

Szekunder adatok egyértelműen megmutatják, hogy az ezredforduló környékén japán elektronikai márkák uralták a piacot, illetve a japán felhasználók szinte kivétel nélkül csak japán márkájú mobiltelefonokat használtak. Technológiai különbségek miatt eleinte nem volt lehetősége a japán gyártóknak arra, hogy mobiltelefonjaikkal meghódítsák a nemzetközi piacot, viszont amikor már előttük is megnyílt a piac, az amerikai, kínai és koreai márkák megállíthatatlan módon előretörtek.

Ezzel nem csak egy új piacot zártak el a japán gyártók elől, de a meglévő külföldi és belföldi piacukról is kitaszították őket. Ezt a primer adatok is alátámasztják, melyek közül az egyik legbeszédesebb adat, hogy az egykor kizárólag japán mobiltelefonokhoz ragaszkodó japán kitöltők több mint 85%-a ma már iPhone okostelefont használ.

ANDRÁSOFSZKY MÁTÉ GERGŐ
sofszkymate@gmail.com
Pénzügyi számvitel
BSc, 5. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

BALLA ALEXANDER
alexander200182@gmail.com
Pénzügyi számvitel
BSc, 5. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Czigler Enikő
PhD hallgató, PTE KTK

A KORONAVÍRUS JÁRVÁNY HATÁSAI A VIDEÓJÁTÉKOK TERÜLETÉN

Kutatásunk során három kérdésre keressük a választ. Az első kutatásunk az adott cég játékainak napi felhasználószáma és az adott cég napi árfolyama közötti ok-okozati kapcsolat meglétét vizsgálta. Ezt a kutatást 4 szűkölő, egymást átfedő intervallumban mind a cégek aggregált és külön-külön videójátékokra lebontott játékosszámaival is elvégeztük. A második kutatási kérdésünkben a kapcsolatot keressük az összes koronavírusos eset és az általunk kutatott cégek játékosszámai között. Ebben a kutatási kérdésben az elsővel szemben azonban csak 3 intervallumra terjedt ki a vizsgálatunk. Az első és második kutatási kérdésünk megválaszolására egységesen Granger-oksági tesztet használtunk, mint kutatásmódszertan. A Granger-oksági teszt tulajdonképpen nem más, mint egy F-próba, melynek nullhipotézise, hogy a vizsgált okozati változóra a modell becslése alapján felírt egyenletben oksági tényezőként tesztelt változó minden késleltetett értékhez tartozó paraméter nem különbözik szignifikánsan nullától. Az okság akkor áll fenn, ha ez a nullhipotézis elutasításra kerül. Harmadik kutatási pontunkban egy gyakran használt módszer az eseményvizsgálat (event study) segítségével vizsgáljuk az árfolyamot és a koronavírusos eseteket. Ezzel a módszerrel a kérdésben az abnormális hozamokat szerettük volna vizsgálni 50 nappal a WHO által 2020. március 11.-én kihirdetett koronavírusjárvány előtt és után.

A tőzsdei árfolyamok és az elemzett játékok össz- és részfelhasználószámai közötti kapcsolat elemzése kapcsán nem igazán találtunk szignifikáns kapcsolatokat. A második kutatási kérdés vizsgálataiban is csalódnunk kellett, mivel csak részlegesen mutatkozott kapcsolat egy-két cég kapcsán. A harmadik és végső kutatásunk során már sikerült bizonyítékot találnunk a koronavírus járvány hatására. Kiderült az általunk választott esemény (2020. március 11.) után sokkal több abnormális hozam keletkezett az általunk vizsgált cégek körében, ha az S&P 500 indexet vesszük benchmarknak, mint előtte.

MINTA

VARGA VIKTOR
v.viktoros27@gmail.com
Pénzügyi számvitel
BA, 4. félév
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Somogyi Róbert
adjunktus, BME GTK

FELHŐALAPÚ ELŐFIZETÉSI MODELL A VIDEÓJÁTÉKOK PIACÁN

Az internet terjedésével a digitális transzformáció rengeteg iparág üzleti modelljeiben változást hozott. Ez a terjedő digitalizáció és szolgáltatásorientáció a videójátékok terén is innovációt hozott. Az utóbbi években a konzolok piacán vezető vállalatok, mint a Microsoft XBOX és a Sony PlayStation egyaránt különböző előfizetéses szolgáltatásokat tett elérhetővé fogyasztói számára Ezeket vizsgálom meg és hasonlítom össze, különös figyelmet szentelve a felhőalapú játékot nyújtó előfizetésekre. A felhőalapú játék esetén nincs szükség fizikai konzolra, mert játékot egy személyi számítógépre streamelhetjük.

A dolgozatom fő kutatási kérdése, hogy milyen esetekben, és miért érheti meg a felhő szolgáltatások nyújtása a vásárlók számára, hiszen a fogyasztónak a továbbiakban nem feltétlen szükséges megvásárolnia a konzolt magát. Ennek megvizsgálására egy modellt építettem fel, ami egyrészt hagyományos közgazdaságtani feltételezéseken, másrészt a piacon jelenleg elérhető előfizetéseken alapul. A konklúziók levonásához benchmarkként használom a tradicionális esetet, amikor a fogyasztónak szüksége van konzolra ahhoz, hogy játszhasson. Ezután a másodfokú árdiszkrimináció segítségével megállapítom, hogy az új felhőalapú szolgáltatást és a hagyományos játékformát miként érdemes áraznia egy profitmaximalizáló vállalatnak. Végül pedig a modell megállapításainak adok közgazdaságtani értelmet, miszerint valóban realisztikus döntés lehet a valóságban is ennek a modellnek a bevezetése. Illetve lehetőségeket emelek ki a modell bővítésére, hogy az realisztikusabbá válhasson.

MINTA

VILONYA MARTIN
marvilo.mv@gmail.com
Nemzetközi igazgatás
BA, 4. félév
Nemzeti Közszolgálati Egyetem
Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar

Témavezető:
Dr. Szemlér Tamás
egyetemi docens, BGE KVIK

JÁTÉK A PÉNZTÁRCÁKKAL: A VIDEÓJÁTÉKOKON BELÜLI VÁSÁRLÁS MOTIVÁCIÓJA MAGYARORSZÁGON

Manapság egyre népszerűbb szabadidős tevékenységnek számít a videójátékozás, így pedig nem meglepő, hogy jelentős iparág is épült a növekvő számú játékosok igényeinek kiszolgálására. Kutatásom során ennek a piacnak egy szegmensével foglalkozom, dolgozatom témáját ugyanis a videójátékon belüli vásárlások adják. Tanulmányomban azt vizsgálom, hogy miképpen fogyasztják a magyar játékosok a különböző virtuális javakat. Először a viselkedési közgazdaságtan gondolkodásával, szemléletmódjával foglalkozom, mivel a tudományágat fontosnak tartom jelenlegi kutatásom szempontjából. Ezt követően a videójáték-ipar működését mutatom be, valamint néhányat az általuk alkalmazott technikák közül, melyekkel a játékosokat különböző virtuális javak fogyasztására késztetik. Ezután a fogyasztóval és magatartásával foglalkozom.

Dolgozatom elkészítéséhez egy kérdőívet töltettem ki magyarországi játékosokkal, melynek segítségével olyan kérdésekre keresem a válaszokat, hogy közülük kik, mire, mennyit, és miért költenek. A fogyasztás okainak megértése szempontjából vizsgálatom során fontos szerepet kapott a motiváció, amit fogyasztói értékek segítségével vizsgáltam meg.

Az on-line kérdőívre adott válaszok segítségével feltérképeztem, hogy kik azok, akik hajlamosabbak a videójátékon belüli vásárlásra költeni, valamint, hogy a különböző játékosok fogyasztása hogyan alakul. Ezen kívül azt is megvizsgáltam, hogy a különböző fogyasztói értékek alapján döntő játékosok milyen típusú játékon belüli vásárlásokra költenek. Azt gondolom, hogy tanulmányom hozzájárult ahhoz, hogy a fogyasztásnak eme rendkívül sajátos formáját jobban megértsük. A játékosok fogyasztási szokásainak jobb megismerése egyrészt hasznos lehet a játékipar számára, másrészt a játékosok is tisztább képet kaphatnak szokásaikról, így pedig a későbbiekben tudatosabb döntéseket hozhatnak.

MUTA

TÓTH ANTÓNIA
tothantonia22@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BSc, 5. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Bartha Zoltán
egyetemi docens, ME GTK

MAGYARORSZÁG GALAXIS ÚTIKALAUZA – A MAGYAR ŰRSZEKTOR MODELLEZÉSE AZ INNOVÁCIÓS ÖKOSZISZTÉMÁK KONCEPCIÓJÁBAN

Oly jelentős mértékben függünk a világűrben működtetett rendszerektől, hogy mindennapi életünk elképzelhetetlen lenne például helymeghatározás, navigáció, internet vagy telekommunikáció nélkül. Ennek ellenére az űrgazdaság tudományos közgazdasági megközelítése – kifejezetten magyar viszonylatban – egyelőre minimálisan kutatott terület, holott a magyar űrszektor növekvő kormányzati figyelmet is kap az elmúlt években. Kutatásomban arra keresem a választ, tulajdonképpen milyen a hazai űrszektor jelenlegi struktúrája, hogyan modellezhető?

A dolgozatomban bemutatott globális és hazai űrgazdasági áttekintő hiánypótló jelleggel bír. Kutatásomban azt az újszerű megközelítést alkalmaztam, hogy az innovációs ökoszisztémák koncepciójában értelmeztem a hazai űrszektort, és állítottam fel annak szerep-tipológián alapuló modelljét. Az űrökoszisztéma 61 szereplőjét vizsgáltam meg kvalitatív tartalomelemzéssel, hogy azonosítsam betöltött szerepeiket és tevékenységeiket. Ehhez megfigyelési egységként többségében az egyes szervezetek saját honlapján fellelhető víziójuk, missziójuk szövege szolgált, melynek látens tartalma került megfeleltetésre az ökoszisztéma-szerepekkel.

Megállapítottam, hogy a szereplők specializáltak, általánosságban 1-2 féle tevékenységi kört végeznek. Az űrökoszisztéma legnagyobb hiányossága azonban, hogy ökoszisztéma-vezető nélkül funkcionál – ezzel megerősítettem a Magyar Űrstratégiában célként megfogalmazott központi, koordináló szerv létrehozásának szükségességét.

MINTA

BENDICSKÓ LILLA
bendicsko.lilla@heller.uni-corvinus.hu
Management and leadership
MA, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Társadalomtudományi TDK

Témavezetők:
Sárvári Balázs
egyetemi adjunktus, BCE
Borsos András
economist, MNB

A HAGYOMÁSOS ÉS NFT ALAPÚ MŰKINCSPIACOK HASONLÓSÁGAINAK ÉS KÜLÖNBSÉGEINEK MEGÉRTÉSE

Napjaink egyik legforróbb művészeti kérdése az NFT alapú digitális piacok megjelenése. Ezek teljesen szembemennek az évszázados aukciósházi és közvetítői gyakorlatokkal, merőben különböznek mind technológiailag mind viselkedésileg. Körbejárva az hagyományos műkincs piacot és az NFT piacot közgazdasági szempontból, kvalitatív és kvantitatív módszerekkel, arra a kérdésre keresem a választ, hogy milyen hasonlóságokat és különbségeket mutat a két piac, és ezek alapján tulajdonképpen tekinthetjük-e kulturális és/vagy közgazdasági érték szempontjából az NFT piacot művészeti piacnak, csupán új technológiai köntösbe burkolva? A kutatástól elsődlegesen azt az eredményt várom, hogy az NFT piacok inkább külsőségeikben hasonlítanak a művészeti piacokhoz, azonban dinamikájuk közgazdasági értelemben eltérő. Ennek fő oka az, hogy a hagyományos műkincspiac folyamatos piaci kudarcban létezik, aminek leginkább a nem átlátható információ az oka, míg az NFT piacok a blockchain technológiának köszönhetően transzparensebbek. A módszertan a kvalitatív összehasonító elemzés mellett a két piac árazási metódusainak vizsgálatát is magába foglalja, hálózatelemzési módszereket is felhasználva. A kutatás relevanciáját alátámasztja az NFT art piac mérete, valamint az is, hogy egyre inkább kezdenek el foglalkozni a témával a klasszikus, vezető aukciósházak is (pl. Sotheby's).

MINTA

Ágazati gazdaságtan I. - Hatások és változások

Elnök:	Prof. Dr. Nábrádi András	DE GTK
Társelnök:	Dr. habil. Juhász Lajos	ELTE TáTK
Tag:	Dr. Dániel Zoltán András	PE GTK
Tag:	Dr. Somogyvári Márta	PTE KTK
Tag:	Dr. Deutsch Nikolett	BCE

MINTA

HANKÓ NÓRA
nora.hanko@gmail.com
Vezetés és szervezés
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Marketing Intézet

SZEKERES JÁNOS
sze.jan@freemail.hu
Pénzügy és számvitel
BSc, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Marketing Intézet

Témavezető:
Dr. Marciniak Róbert
egyetemi adjunktus, BCE VTI

A BUDAPESTI IRODAPIAC ÉS A COVID-19 – ALTERNATÍV IRODAPIACI TRENDEK A FŐVÁROSBAN

Dolgozatunkban a budapesti ingatlanpiacot kívánjuk elemezni, fókuszálva a rövid- és hosszútávú irodapiaci hatásokra. Tanulmányunk elején áttekintjük a nemzetközi és a hazai ingatlanpiaci trendeket, majd ezt követően megvizsgáljuk az irodapiaci folyamatokat. Bemutatjuk az alternatív irodapiaci megoldásokat, valamint ezek nemzetközi és hazai alkalmazási területeit. Kutatásunk igen releváns témával foglalkozik, mivel COVID-19 járvány nagy hatást gyakorolt az irodapiaci szereplőkre, beleértve a tulajdonosokat, bérlőket, fejlesztőket, befektetőket és a munkavállalókat is. Következtetéseinket nemzetközi tapasztalatokra, valamint a budapesti irodapiac érintettjeivel készített interjúkra alapozzuk. Összesen 12 félig strukturált interjút készítettünk a budapesti ingatlanpiac legfőbb érintettjeivel, beleértve a legnagyobb nemzetközi és hazai ingatlantanácsadó cégeket, bérlőket és a piac legmeghatározóbb coworking irodáját. Részleteiben, adatokkal illusztrálva mutatjuk be a fővárosi irodapiaci folyamatokat, amely során kombináljuk a makro- és mikroszintű környezeti hatásokat, beleértve a digitalizáció, a generációs trendek és a pandémia okozta hatásokat. Az eredmények rámutattak arra, hogy a következő pár évben változások fognak végbe menni mind az budapesti irodák funkcionális hasznosításában, mind pedig a belső térelosztásban, melyek hosszú távon is fennmaradnak és hatással lesznek a piac további alakulására. A kutatás kitér a jövőben meghatározó szabályozási kérdésekre is.

MINTA

ELLA DOROTTYA
dorciella@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:
Dr. Fenyvesi Éva PhD
főiskolai tanár, BGE KVIK

A MAGYAR DIVATIPAR JELENE ÉS LEHETSÉGES JÖVŐJE A KÖZPONTI INTÉZKEDÉSEK ÉS A HAZAI VÁSÁRLÓERŐ TÜKRÉBEN

Dolgozatomban a hazai divatipar széleskörű áttekintésével foglalkoztam. Témaválasztásom szorosan kapcsolódik személyes elkötelezettségemhez, hisz évekkel ezelőtt hivatásomként a divatszakmát választottam. Ez idő alatt nemzetközi és hazai márkáknak is dolgoztam, ami számos kérdést vetett fel a szakmával és a divatipari cégek működésével kapcsolatban.

Kutatási célkitűzésem, hogy megismerjem mezo- (divatipari cégek) és mikro- (vásárlóerő) szinten mi jellemzi a hazai divatipart és milyen perspektíva áll előtte.

Célkitűzésem megvalósítását a következő kutatási kérdések megválaszolása támogatta.
1. A rendszerváltás óta milyen változásokon ment keresztül a magyar divatipar, és mi várható a következő évtizedekben évben?
2. Mennyire ismerik idehaza a magyar divatot/márkákat/tervezőket?
3. Mennyire ismerik külföldön a magyar divatot/márkákat/tervezőket?
4. Kit szolgál a magyar divatipar?

Primer kutatásom alapját számos magyar divatház tulajdonosával/tervezőjével készített interjú, illetve vezetői beszámoló képezi. A több divatipari vállalkozást tartalmazó minta segítségével, iparági és vállalati szinten is elemezni tudtam a hazai divat jelenlegi helyzetét. Az interjú alanyaimat többféle stílusirányzatból válogattam, valamint figyelembe vettem a vizsgált cégek nagyságát is. A vásárlói oldalról pedig egy online közzétett kérdőív segítségével szereztem információt a hazai fogyasztókról. Az interjúkat tartalomelemzéssel dolgoztam fel, a kérdőívből származó adatokat pedig az Excel táblázat kezelő program segítségével.

Kutatási eredményeim az mutatják, hogy a befektetett idő, pénz és energia a divatipari cégek részéről számos esetben nem térül meg, ha a vállalatnak nincs fix vevőköre. E mögött az húzódik meg, hogy a cégeknek sokszor még a vevői szegmensük sincs letisztázva, azaz pontosan kit szeretnének megszólítani az új irányzatukkal, termékükkel. Valami új, innovatív még „fel nem talált” termékkel vágnak bele a márkaalapításba az igények felmérése nélkül. Életbe maradásuk a külföldi vásárlóbázisnak köszönhető, mivel a hazai vásárlóerő igen kicsi elsősorban árérzékenysége miatt.

A magyar divatcégek felhasználva Budapest adottságait, a hazai szakemberek tehetségét és a külföldi fogyasztók érdeklődését, néhány év múlva akár bekerülhetne a legnagyobb divatfővárosok közé.

MINTA

VARGOVICS MÁTÉ
vargovicsmate@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. Hegedűs Szilárd
főiskolai docens, BGE PSZK

A MAGYAR ERDŐGAZDÁLKODÁS HELYZETE ÉS JÖVEDELMEZŐSÉGÉNEK VIZSGÁLATA 2015-2021

A hazai erdőgazdálkodás egy több évszázados múltra visszatekintő nemzetgazdasági ágazat, amellyel szemben az idő előrehaladtával egyre több és szélesebb körű elvárás mutatkozott. Az erdők rendeltetési köre fokozatosan kibővült, és ma már multifunkcionális szerepet töltenek be a földi élővilág számára. Emiatt különösen fontos, hogy az ország mintegy egyötödét borító erdőterületen szakszerű, fenntartható módon történő gazdálkodást folytassunk. Korunk globális kihívási, mint a klímaváltozás, az erdőtüzek vagy a mértéktelen erdőirtások újfent rávilágítanak a szektor esszenciális jellegére, mely a jövőben várhatóan még inkább felértékelődik majd.

Mivel mindezen elvárások az erdőgazdálkodókat terhelik elsősorban és közvetlenül, elengedhetetlen a szektorban aktívan résztvevő gazdasági szereplők helyzetének mélyebb megismerése. Mindazonáltal egy méltatlanul ritkán kutatott területről beszélünk. A legutóbbi ilyen jellegű, erdészeti vonatkozású munka a 2001-2012-es időszakra vonatkozóan készült el, azóta pedig ágazati szinten nem készült átfogó gazdasági elemzés. Jelen dolgozat ennélfogva hiánypótló jelentőséggel bír, különösen az erdőgazdálkodás ökonómiai szemléletű vizsgálatának szempontjából.

A tanulmány az erdőgazdálkodási szektorban tevékenykedő vállalkozások vagyoni és jövedelmi helyzetét kívánja bemutatni a 2015-2021-es időtáv alapján. A kutatás mintájául mintegy 1000 gazdasági szereplő lett kiválasztva, melyek folyamatos aktivitást mutattak a vizsgált időszak alatt. A beszámoló adatok elemzésén túl különböző tényezők hatásaira voltam kíváncsi, mint például a területi elhelyezkedés, a TEÁOR szám, valamint a tulajdonosi háttér befolyására.

Az Orbis adatbázisból letöltött adatokat táblázatba rendeztem és SPSS program segítségével különféle statisztikai módszereknek vetettem alá, így a kutatás során többek között klaszterelemzést, varianciaanalízist és leírós statisztikai módszereket használtam.

Az eredmények kiértékelése során arra a következtetésre jutottam, hogy az erdőgazdálkodói szektor jellemvonását tekintve megállapítható, hogy szignifikáns jelentőséggel bírnak az említett paraméterek a gazdasági teljesítmény vonatkozásában, és szerepük alapjában véve határozza meg a társaságok eredményességét.

A kiválasztott minta, valamint az alkalmazott módszertan alkalmasnak bizonyult az elemzés elkészítéséhez, amely további kutatások alapjául szolgálhat a jövőben.

SUSÁNYI BIANKA
susanyibianka@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 5. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Budai Eleonóra
egyetemi adjunktus, PTE KTK

A MAGYAR MEZŐGAZDASÁG MŰKÖDÉSÉT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK NAPJAINKBAN – KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A COVID-19 ÉS AZ UKRÁN HÁBORÚ HATÁSAI

Kutatómunkám során a mezőgazdaságot befolyásoló tényezőket vizsgáltam. Ágazati és vállalati szinten is két fő kutatási kérdésre kerestem a választ:
- Milyen hatással volt a COVID-19 járvány a mezőgazdaságra?
- Hogyan hat a jelenleg is zajló orosz-ukrán háború a magyar mezőgazdaságra?

A fő kérdésekhez kapcsolódóan további 23 alkérdést fogalmaztam meg.

A kutatási kérdések megválaszolása érdekében primer, valamint szekunder kutatást folytattam. Szekunder kutatásom során a témához kapcsolódó szakirodalmi anyagokat, statisztikai elemzéseket, adatokat gyűjtöttem össze és tanulmányoztam. Primer kutatásom keretein belül, pedig Baranya megye egy mezőgazdasági vállalkozásánál készítettem részben strukturált mélyinterjút a cég gazdasági, valamint földügyi vezetőivel.

A vizsgált két hatótényező hatásaként mind ágazati, mind vállalati szinten is azonosíthatóak voltak hatások a mezőgazdaság területén. Ezek között szerepel többek között a jelentős áremelkedések, csúszások a határidős tevékenységekben, beszerzési problémák. A GDP csökkenését, a termelési költségek növekedését, a foglalkoztatás területén pedig stagnálást okozott a hatótényező. Indokolt volt új piacok, beszállítók és partnerek keresése. A digitalizációt pedig a COVID-19 felgyorsította, előtérbe került az online értékesítés. Az ügyintézés, a tárgyalások és értekezletek is online térbe kerültek át. A járvány ellenére sikerült beruházásokat megvalósítani a vizsgált cégnél. Ugyanakkor itt és az online értékesítés területén is eltérés van a vállalatnál és az ágazatban tapasztaltaktól. A vállalati szintű interjúkból esettanulmány szerű kép bontakozik ki a járvány időszaki működésről.

A kutatás eredménye további elemzések alapjául szolgálhat és hasznos lehet mind a döntéshozók, mind a kutatók számára, valamint korrajzként rögzíti a COVID-19 időszak ágazati szintű és vállalati eseményeit.

MINTA

SZABÓ JUDIT
judit.szabo6@stud.uni-corvinus.hu
Nemzetközi gazdálkodás
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Vállalkozásfejlesztési Intézet

Témavezető:
Horváth Áron
egyetemi docens, BCE KTI

A VÁCI ÚTI IRODAFOLYOSÓ FEJLŐDÉSE - AZ IRODAFEJLESZTÉSEK ALAPTERÜLETÉT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK ELEMZÉSE

Az elmúlt évtizedekben Budapest számos nagy volumenű, koncentrált irodafejlesztésnek adott otthont, amelyeknek eredményeként a XIII. kerületben kialakult és dinamikusan növekedett a „Váci úti irodafolyosó". Dolgozatomban kvalitatív és kvantitatív kutatással vizsgálom, hogy milyen feltételek és iparági környezet mellett történt a nagy volumenű kínálatbővülés.

A dolgozat első felében ismertetem a releváns város- és irodanegyed fejlődési elméleteket, valamint esettanulmányos jelleggel bemutatom a Váci úti irodaklaszter fejlődését. Az itt megfigyeltek alapján választottam ki ugyanis a kutatásom magyarázó változóit, melyek az ország gazdasági helyzetét leíró makrogazdasági mutatók mellett a budapesti irodapiacra jellemző tényezők lettek.

A budapesti új iroda kínálat éves állományát a többváltozós regresszió módszerével vizsgáltam 2009 és 2020 között, korrelációanalízis által meghatározva a változók közötti kapcsolatok irányát és szorosságát. Hipotéziseket fogalmaztam meg a makrotényezők új iroda kínálattal való kapcsolatának irányáról, mely feltevéseket 5 százalékos szignifikancia szinten részben tudtam elfogadni.

A Váci úti irodafolyosó terjeszkedése alapján állítható, hogy a hasonló tevékenységű cégek előszeretettel választanak irodaterületet egymás közelében. Az itt található cégek többsége így pénzügyi, biztosítási, infokommunikációs és ingatlanügyleti tevékenységet folytat (FIRE-szektor). Számításaim is alátámasztották ezt a jelenséget: a makrogazdasági tényezők közül a FIRE-szektorban foglalkoztatottak száma állt a legszorosabb kapcsolatban a budapesti új iroda állománnyal. Az ingatlanpiaci speciális mutatók közül kiemelendő az üresedés és az elvárt hozam, hiszen ezek szintén meghatározó tényezői a fejlesztéseknek. E változók esetében közel ugyanolyan erős, de ellentétes irányú kapcsolatot tártam fel az eredményváltozóval, mint a FIRE-szektorális foglalkoztatottsággal.

Dolgozatom az ingatlanbefektetők és várostervezők számára is útmutatásul szolgálhat, hiszen nemcsak egy irodaklaszter fejlődésének történetét tartalmazza, hanem a piac mozgatórugóinak hatását mögöttes számításokkal is alátámasztja.

MTA

SÜLI MARTIN
martinsuli97@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 4. félév
Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Lukovics Miklós
egyetemi docens, SZTE GTK

A VÁROSOK ÖNVEZETŐ JÁRMŰ FELKÉSZÜLTSÉGÉNEK MEGRAGADÁSA

A globális népesség folyamatos növekedése és városba vándorlása mellett egyre égetőbb problémává válik a városi mobilitás kérdése. Napjaink meghatározó közlekedési módja, az autózás rendkívüli terhet ró a városokra, hosszú távon fenntarthatatlan és olyan, mindenki számára ismerős negatív externáliák köthetőek az autózáshoz, mint a légszennyezés, zajszennyezés, térszennyezés és a dugók. Mindeközben kibontakozóban van két feltörekvő technológia, az önvezető járművek és a mobilitási szolgáltatások, amelyek megoldást nyújthatnak a városi mobilitás alapvető problémáinak jelentős részére. Azonban tudjuk azt, hogy egy kifogástalanul működő önvezető jármű nem tud biztonságosan közlekedni a mai városok utcáin, éppen ezért a városoknak fel kell készülniük az önvezető járművek fogadására. Mindezek eredményképpen a dolgozat célja a városok önvezető jármű felkészültségét determináló faktorok meghatározása.

Ezt a célt a vonatkozó szakirodalom elemzésén keresztül szeretném elérni, a vizsgálatba bevont tanulmányok legfontosabb tanulságainak szintetizálásával. Az eredményeim alapján 5 területet tudtam meghatározni, amelyeken beavatkozás szükséges a városok részéről, melyek:
• Infrastruktúra
• Szabályozás
• Mobilitás, mint szolgáltatás ökoszisztéma
• Fogyasztói elfogadás
• Várostervezés

Ezeken belül összesen 131 faktort soroltam csoportokba, amelyek alapján egy város önvezető jármű felkészültsége megragadható. Továbbá a városi önvezető jármű felkészültség 3 szintjét különböztettem meg, mivel a vizsgált szakirodalmak eltérően értelmezték a felkészültség fogalmát. Ez a 3 szintű besorolás átláthatóbbá és könnyebben értelmezhetőbbé teszi a városok részéről szükséges intézkedéseket, emellett tisztázza a fejlesztések konkrét céljait.
1. szint: Az önvezető járművek megjelenésének alapvető feltételei
2. szint: A robottaxi szolgáltatás feltételei
3. szint: Fenntartható városi mobilitási ökoszisztéma létrehozása

A szintekhez rendelt beavatkozásokat követve a városi mobilitás helyzete 3 lépésben, célzottan javítható. Az első szinten történik meg az önvezető járművek biztonságos és zavartalan közlekedési feltételeinek megteremtése. Erre építve a 2. szinten kialakításra kerülnek a robottaxi szolgáltatás működésének feltételei. Végül, a 3. szinten zajlik a rendszer finomhangolása és a fenntartható városi mobilitási ökoszisztéma kialakítása.

MINTA

GERGELY NORBERT
gergelynorbert@uni.sapientia.ro
Alkalmazott közgazdaságtan és pénzügy
MSc, 4. félév
Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem
Csíkszeredai Kar

Témavezető:
dr. Bíró Bíborka-Eszter
egyetemi adjunktus, RO EMTE CSK

AZ ERDÉLYI LAKÁSPIAC VIZSGÁLATA BEFEKTETÉSI SZEMPONTBÓL

Napjainkra az életünk egyik alapvető kérdésévé, illetve létfontosságú problémává vált a lakhatási körülményünk megteremtése, viszont ezzel párhuzamosan, bizonyos társadalmi rétegekben az ingatlanok nem létszükségletet jelentenek, hanem egy alternatívát a megtakarítások tartós befektetésére. Ennek okán a kutatásomban az erdélyi ingatlanpiaci aktualitásokat, illetve az ingatlanpiacon belül is elsősorban a lakáspiacot érintem, amelyből információt kapunk a jelenlegi erdélyi lakáspiacról, illetve következtetéseket vonhatunk le, hogy manapság potenciális befektetési lehetőségként szolgálnak-e számunkra.

A kutatásom első részében az ingatlanokkal összefüggő szakirodalmi hátteret ismertetem, ahol a hangsúlyt leginkább a lakóingatlanokra, apartmanokra fektetem.

A második részben egy saját készítésű adattáblát vizsgálok, amely az erdélyi lakáspiacról ad egy valós képet. Az ingatlanpiac vizsgálata mellett befektetési alternatívákat is vizsgálok, mint: bankbetét, részvény index ETF vásárlás, állampapír vásárlás. Ebből az elemzésből, választ kaphatunk arra, hogy számunkra milyen összetételű portfólió lehet kedvezőbb, attól függően, hogy mekkora mértékű kockázatot vagyunk hajlandóak vállalni.

A kutatás harmadik része az adatok elemzését fogalja magába, amelyből következtetést vonhatunk le, hogy a vizsgált megyékre milyen lakáspiaci trendek jellemzőek. Ezekből az elemzésekből elsősorban az a következtetés vonható le, hogy Erdélyben a kolozsvári ingatlanpiacon a legmagasabbak a bérleti díjak, illetve a kereslettel szemben állított igény. Kiderült, hogy 2013-tól napjainkig a legszámottevőbb árnövekedés Kolozs megyében valósul meg, amely 32%-al haladja meg az országos és 30%-al a bukaresti ingatlanpiaci átlagot, viszont az országos, illetve a bukaresti átlag még napjainkra sem érte el a 2008-as gazdasági világválság előtti értékeket.

Az ingatlanba történő befektetés a jelenlegi gazdasági bizonytalanságban egy kevésbé kockázatos alternatívát biztosít a befektetők számára, viszont amennyiben hajlandóak vagyunk a magasabb kockázatvállalásra, akkor olyan portfóliót állíthatunk össze, amely tartalmaz részvényeket és kötvényeket is egyaránt, amelyek magasabb likviditással rendelkeznek, amellett, hogy az elmúlt évek adatainak tükrében, hosszú távon jelentős hozamot biztosíthatnak.

MINTA

FARKAS FLÓRA
frksflora@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 3. félév
Pannon Egyetem
Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:
Dr. Antal Anita
főiskolai docens, PE GKZ

VÍRUSOSAN MENNYIT FOGYASZTUNK? AZ ÉLELMISZER-KISKERESKEDELEM HELYZETE A VÁLSÁG ALATT

A 2019 végén Kínából kitört koronavírus-járvány és a vírusnak köszönhető válság a gazdaság minden szereplőjére hatással volt. Kutatásom középpontjában a háztartások fogyasztásában bekövetkezett változások megfigyelése áll a kiskereskedelmi szektor vizsgálatán keresztül.

A kutatás fő kérdése az, hogy megtudjam, miként változott a fogyasztásunk a járványhelyzet következtében az élelmiszer-kiskereskedelemmel foglalkozó vállalkozások helyzetelemzésén keresztül nézve. Kiemelném, hogy a kutatásom kifejezetten vállalkozási oldalról vizsgálódik a 2018 és 2020 közötti időszakban azok teljesítményének mérésén keresztül. A kutatás megkezdése előtt feltételeztem, hogy a pandémia eddigi időszakában az élelmiszer jellegű fogyasztás visszaszorul, mivel például a jövedelmek csökkentek (pl. elbocsátások, fizetés nélküli szabadság stb. miatt), ezáltal a vizsgált vállalkozói szektor helyzete is romlott.

Feltételezéseim alapján az alábbi hipotéziseket állítottam fel, melyek teljesülését vizsgáltam meg:
H1: A pandémia időszakában a vizsgált élelmiszer-kiskereskedelemmel foglalkozó vállalkozások forgalma csökkenő tendenciájú.
H2: A pandémia időszakában a vizsgált élelmiszer-kiskereskedelemmel foglalkozó vállalkozások rentabilitása romló tendenciájú.
H3: A pandémia időszakában a vizsgált élelmiszer-kiskereskedelemmel foglalkozó vállalkozások termelékenysége/hatékonysága szintén romló tendenciát mutat.
H4: A vizsgált időszakban a vállalkozások piaci pozíciója változott.
A hipotéziseim igazolására a legnagyobb, hazánkban országos lefedettséggel rendelkező kiskereskedelmi-üzletláncok helyzetét vizsgálom meg forgalom, rentabilitás, termelékenység és hatékonyság szempontjából.

A témafeldolgozást elméleti megalapozással indítottam, amelyben a kiskereskedelmi, majd bővebben az élelmiszer-kiskereskedelmi szektort jellemzem és mutatom be. Az empirikus kutatási rész az általam végzett mérésekből adódó számításokból, a piaci pozícionálás metódusának meghatározásából és megalkotásából tevődik össze. Az adatok feldolgozását pénzügyi-statisztikai módszerekkel végzem el (mutatószámok, trendek, felbontás módszere stb.), melyhez az MS Excel programot, illetve annak adatelemzési (pl. korrelációanalízis) lehetőségeit használom.

A kutatásom eredményei, megállapításai hozzájárulhatnak egy jelenlegihez hasonló krízishelyzet során megjelenő hatások kimutatásához, értelmezéséhez. Kutatásommal továbbá gazdagítani kívánom a témában fellelhető kutatások, tanulmányok körét.

MINTA

Ágazati gazdaságtan II. - Egészséggazdaságtan

Elnök:	Prof. Dr. Lazányi Kornélia Rozália	OE NIK
Társelnök:	Galambosné Dr. habil. Tiszberger Mónika	PTE KTK
Tag:	Dr. Csonka László	BGE KKK
Tag:	Dr. Ilyésné Dr. Molnár Emese	BME GTK

MINTA

BRAUN GERGELY
gergely.braun@stud.uni-corvinus.hu
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

VÖRÖS ANDRÁS
andras.voros2@stud.uni-corvinus.hu
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

NAGYBALI TAMÁS
tamas.nagybali@stud.uni-corvinus.hu
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Madari Zoltán
egyetemi tanársegéd, BCE KTK

MINTA

A SZÍVBETEGSÉGEK DETEKTÁLÁSA MACHINE LEARNING MÓDSZEREKKEL

A dolgozatban egy amerikai orvosi felmérés alapján modellezzük a szívbetegségek kialakulását, annak detektálását különböző gépi tanulási módszerekkel. A modellek eredményeinek felhasználása alkalmas arra, hogy előzetesen szűrhetők legyenek a szívbetegségre hajlamos páciensek. Elemzésünkben a téma egészségügyi és közgazdasági megalapozást követően bemutatjuk az elemzésünkhöz szükséges módszertani háttérismereteket, korábbi empirikus tanulmányokat. Ismertetjük az adatfelvételt, illetve bemutatjuk a változókat, jellemezzük azokat leíró jelleggel. Az első modell, amelyet használunk a logisztikus regresszió. Második lépésben a véletlen erdő (random forest) módszer segítségével modellezzük a szívbetegségeket. Végül a neurális hálók segítségével adunk becslést a szívbetegségek tényére. A következő fejezetben összehasonlítjuk a három modell eredményeit és megvizsgáljuk, hogy melyik a legalkalmasabb modell a kívánt eredmény elérésére. Ezek után kitekintést teszünk az ilyen modellek egészségügyi és közgazdasági alkalmazására, melynek során a magyarországi helyzetet is vizsgáljuk. Tanulmányunk végén összegezzük eredményeinket, és levonjuk a következtetéseket az alkalmazásukkal kapcsolatban.

MOLNÁR MARCELL ISTVÁN
m.marci1996-2008@hotmail.com
Vezetés és szervezés
MSc, 4. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Csóka László
egyetemi adjunktus, PTE KTK

AZ EGÉSZSÉGTELEN TERMÉKEKHEZ KÖTŐDŐ SPORTSZPONZORÁCIÓ ETIKAI KÉRDÉSEINEK VIZSGÁLATA A KÍNÁLATI OLDALON

A tanulmány az egészségtelen termékekhez kötődő sportszponzoráció etikai vonatkozásait hivatott górcső alá venni, melynek fókuszában a kínálati oldal szereplői állnak. A „kényes" szektorok (alkoholipar, energiaitalok piaca stb.) jelentős szerepet vállalnak az aktuális szponzorációs trendekben, amit egyrészről a negatív hatásaik miatt az etikátlanság kritikájával illetnek, másrészről a pozitív hozadékaik által pedig hasznosnak gondolnak.

A kutatás fő célja a szponzorációs partnerségben döntési joggal rendelkező vezetők véleményének metaetikai vizsgálata, vagyis a különböző etikai irányzatok és megközelítések detektálása. kvalitatív rész strukturált mélyinterjús beszélgetéseken keresztül valósult meg a hazai piac szereplőinek bevonásával, amelyek a következő kutatási kérdésekre adtak választ: (K1) milyen értékeket tartanak fontosnak a sportban és az üzletben, illetve tesznek-e különbséget a sport üzleti szempontból való megközelítése során; (K2) mely érintetteket, azon belül mely érdekeket tartják fontosnak, illetve milyen prioritásokat határoznak meg ezek között; (K3) milyen lehetséges pozitív-negatív hatásokat tartanak elképzelhetőnek, illetve hogyan mérhetőek és kezelhetőek ezen hatások; (K4) mit gondolnak a negatív következmények felelősségének a megoszlásáról, illetve a felmerülő kritikákról?

A mélyinterjút egy kérdőíves megkérdezés egészített ki, amely egy a korábbiakban elvégzett, a keresleti oldalra irányuló tanulmány eredményeivel került összehasonlításra. A kérdéssorok végleges kialakítása előtt pilot kutatás készült.

Az eredmények egyértelművé tették, hogy a sport üzleti megközelítésében az anyagiak fontos szerepet kapnak az alapvető értékek figyelembevétele mellett, azonban pénzügyi gondok esetén az utóbbi nem mindig teljesül. A sportszereplőkre és a vitatott termékek szektorainak vállalatainál egyaránt megjelent a széleskörű érintetti menedzsment fontossága. A vezetők etikai megközelítésére ható tényezők – mint például az egyéni értékrend – jelentős befolyással bírnak, továbbá a válaszok jelentős mértékben megerősítették a témakör morális helyzetét. A mértéktelen fogyasztás esetében a transzparens felhívások alkalmazása miatt nem éreznek jelentős felelősséget a szervezetek. A kiegészítő kvantitatív rész eredményei alapján pedig a kínálati oldal szereplőinek ajánlott a sport hasznos értékeire történő felhívás a kommunikációs tevékenységek során.

MUTA

SZÉCSI DOMINIKA
szecsi.dominika@gmail.com
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtan Intézet

Témavezető:
Prof. Dr. Brodszky Valentin
egyetemi tanár, BCE KTI

AZ EGYETEMISTÁK ÉLETMINŐSÉGÉNEK VIZSGÁLATA A KORONAVÍRUS JÁRVÁNYIDEJE ALATT

A dolgozat arra keresi a választ, hogy milyen hatással van a koronavírus a magyar 18-25 év közötti egyetemistákra az egészségértékelés, a szorongás, a depresszió és a jóllét szempontjából. Az egészségértékelés EQ-5D-5L módszerrel mértem fel. A szorongást 7 kérdéses GAD-7 skálával, a depressziót 9 kérdéses PHQ-9 kérdőívvel, a jóllétet pedig az SWL kérdésekkel vizsgáltam. A primer kutatás önkéntes mintavételű online kérdőívre épült, amely korrelációval és regresszióval került kiértékelésre. A dolgozat újdonsága, hogy a koronavírus hatásait méri a magyar egyetemisták körében az egészségértékelés módszerével. A kutatás vizsgálja a demográfiai jellemzőket és a család és az egyéni jövedelmi hatását. A kutatás főfókuszában az egészségügyi képzésben résztvevő hallgatók, az oltási hajlandóság, COVID-19 fertőzéssel kapcsolatos megszállottság (OCS) és a szubjektív jóllét (SWLS) áll.

MINTA

TEEBAH ALLAM ABU-ZAHRA
teebah-az91@hotmail.com
Health policy, planning and financing
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdaság- és Közpolitika Intézet

Témavezető:
Dr. Zrubka Zsombor
egyetemi docens, Health Economics Research Centre, Óbuda University Corvinus Institute for Advanced Studies, Corvinus University of Budapest

A RÁK KÖLTSÉGEINEK EGÉSZSÉGÜGYI GAZDASÁGI ÉRTÉKELÉSE A MENA RÉGIÓBAN: SZISZTEMATIKUS ÁTTEKINTÉS ÉS A KÖLTSÉGEK ÁTRUHÁZHATÓSÁGÁNAK ELEMZÉSE AZ ORSZÁGOK KÖZÖTT.

"Célkitűzés: Figyelembe véve egyrészt a daganatos betegségek növekvő terhét, másrészt a közel-keleti és észak-afrikai (MENA) régióban az egészségügyi gazdasági értékelések korlátozott erőforrásait és költségeit, a kutatás célja a módszertani költségszámítás minőségének és lehetőségeinek értékelése. a visszakeresett rákos megbetegedési költségek régión belüli átruházhatóságára, és arra, hogy ezek hogyan használhatók fel a bizonyítékokon alapuló onkológiai döntések és a jövőbeni kutatások javítására a MENA-ban. Gyakorlati ajánlásokat is fog javasolni a rákos egészségügyi költségek jobb becslésére és értékelésére a megállapítások alapján, figyelembe véve az országok gazdasági és járványügyi állapotának eltéréseit. Módszerek: A PRISMA irányelveit követték. A PubMed keresést 2019. december 15-ig végezték. Az emberekkel kapcsolatos eredeti kutatások angol nyelvű, teljes szövegű cikkeit belefoglalták, ha a MENA régió helyi lakosságát érintették, és az 1995-2019 közötti időszakra vonatkozó egység- vagy összetett költségtételeket jelentettek. A MENA korábbi szisztematikus felülvizsgálataiból származó támogatható tanulmányok is szerepeltek. Ezután az összes rák-egészségügyi értékelést azonosították és felülvizsgálták, hogy megvizsgálják a költségeket, a betegségterületeket, a pénznemeket, az országokat, a diszkont rátákat, az egészségügyi gazdasági értékelés típusát és egyéb kritériumokat, amelyekre kiterjedtek. Annak érdekében, hogy megértsük, milyen kontextuson alapultak ezek a gazdasági tanulmányok és a rákköltségek, és mely terápiás és diagnosztikai onkológiai protokollokon alapultak, a hozzárendelt rákköltségek minőségét regressziós elemzés és CHEERS iránymutató pontszámok segítségével értékeljük. Előzetes eredmények: A teljes szövegű angol cikkek 1646 hivatkozásából és négy szisztematikus áttekintésből 206 támogatható dokumentumot azonosítottak, amelyek a MENA régió egészségügyi költségeiről számoltak be. Ezek közül 18 rák-egészségügyi publikációt találtak, amelyek 260 rákköltségről számoltak be 2002 és 2018 között. A vizsgálatok különböző ráktípusokra terjedtek ki, beleértve a méhnyakrákot, a hepatocelluláris karcinómát, a tüdőrákot, az emlőrákot, a leukémiát és a myeloma multiplexet. Különböző orvosi beavatkozásokat is értékelt az oltástól és a szűréstől a kemoterápiáig. A legtöbb ilyen tanulmány Marokkóban, Egyiptomban és a KSA-ban készült, és a költségek többsége a járóbeteg-szektorból származó közvetlen egészségügyi költségek volt. E publikációk közül 6 költséghatékonysági elemzési tanulmány volt, 5 pedig a betegség költségeit, és ebből a 18 publikációból csak 5 számolt be egy adott rákkezelési irányelv alapján."

POLYÁK DÓRA
polyakd99@gmail.com
Egészségpolitika, tervezés finanszírozás
MSc, 2. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Brodszky Valentin Péter
professzor, BCE TK

MENNYIT ÉR MONETÁRIS ÉRTÉKEKKEL KIFEJEZVE COVID-19 VAKCINÁVAL BEOLTOTTNAK LENNI MAGYARORSZÁGON? A COVID-19 ELLENI OLTOTTSÁG MONETÁRIS ÉRTÉKÉNEK SZUBJEKTÍV JÓLÉT MÓDSZERREL TÖRTÉNŐ MEGHATÁROZÁSA.

A Covid-19 világjárvány gyökeresen megváltoztatta életünket az elmúlt 2 évben. Szakemberek, kutatók számtalan szabályt, intézkedést vezettek be a pandémia okozta helyzet kezelésére, ezek közé tartozott a vakcinák kifejlesztése és oltási kampányok indítása is. Megnőtt az igény olyan tanulmányok iránt, melyek ezt a területet célozva információval szolgálnak a döntéshozóknak. Ebben a dolgozatban a szubjektív jólét alapú értékelés segítségével azt vizsgálom meg, mennyit ér beoltottnak lenni Magyarországon Covid-19 vírus ellen. A szubjektív jólét alapú értékelést arra fejlesztették ki, hogy monetáris értéket lehessen rendelni a piacgazdaságban nem előforduló szolgáltatásoknak és „termékeknek", úgy, mint az egészség nyereség, egészség eredmények, rendszeres sportolás. A módszer használatával regresszióelemzést készítek, melyben az oltottság és jövedelem hatását vizsgálom az élettel-való elégedettségre. Az elemzéshez szükséges adatok egy nagy, keresztmetszeti vizsgálatból származnak, melynek adatfelvétele 2021 májusában történt.

A regressziós koefficiens-ek segítségével először megvizsgálom, átlagosan mennyivel változik meg a megkérdezettek élettel való elégedettsége a vakcina megszerzése után, utána pedig kiszámítom mekkora változás szükséges a jövedelem esetében, hogy az élettel való elégedettséget ugyanazon a szinten tartsuk.

MINTA

JÓNÁS NIKOLETT
nikolett.jonas@stud.uni-corvinus.hu
Health policy planing and financing MA
MSc, 2. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdaság- és Közpolitika Intézet

Témavezető:
Prof. Dr. Mihályi Péter
egyetemi tanár, BCE KTI

MAGYARORSZÁGI NÉPEGÉSZSÉGÜGYI TERMÉKADÓ. 2011-2021

TDK dolgozatomban a Népegészségügyi Termékadóhoz kapcsolódó termékköröket (chips, édesség és édesítőszer) vizsgáltam. Magyarországon 2011-ben vezették be ezt az adót, a világon pedig az első hasonló adót Norvégiában 1922-ben. Hatással van az üzletek polcaira, a fogyasztói szokásokra és az állami bevételekre is. Felmerülő kérdések az adóval kapcsolatosan: Milyen más, de hasonló adócsoportok léteznek a világon? Zsír, gyorsétel, energia adó és így tovább. Miért hasonlóak és miért különböznek egymástól? Összehasonlítottam őket, majd feltettem a kérdést, hogy miért ebben a kombinációban vezették be Magyarországon. A legmeghatározóbb kérdés az, hogy ez az adó eléri-e az elsődleges célját, az egészségtelen termékek fogyasztásának csökkentését hazánkban. A KSH adatbázisa szerint a kezdeti csökkenést követően ismét növekedni kezdett az egészségtelen élelmiszerek fogyasztása, a COVID-járvány kezdetén pedig a hiány miatt hirtelen megnőtt a kereslet ezekre a termékekre is.

Megvizsgáltam és összehasonlítottam a 2021-es és 2022-es kínálatot egy országosan és online rendelési felületen is elérhető hipermarket esetén. Milyen változás történt a kereskedők oldaláról a 2021-2022 közötti időszakban? Egyes termékeknél csökkent a csomagolás tartalma, de az ára változatlan maradt. Elgondolkodhatunk azon, hogy ennek a rejtett áremelésnek mi az elsődleges célja, lehetséges esetleg a sóbevitel minimalizálása vagy a profit a meghatározó?

Az üzlet polcain több mint 300 féle édes és sós harapnivaló közül választhatnak az érdeklődők egyénileg az üzletben vagy az online rendelési felületen keresztül. Saját gyűjtött és rendszerezett adataim alapján megállapítható, hogy a sós termékek csoportjában azok a termékek a legmagasabb árúak, amelyek átlagosan nem tartalmaznak több mint1 gramm/100 gramm sót. A nagyobb mennyiségű sót tartalmazó termékek ára Ft/kg összehasonlítás esetén közel fele annyiba kerülnek, mint a sótlan termékek. Saját 2021-es és 2022-es kutatásaim során, a fogyasztói szokásokat vizsgálva, statisztikai adatokat ellenőrizve arra a következtetésre jutottam, hogy amíg ilyen különbség figyelhető meg az ebbe a kategóriába tartozó termékek árai között, és az egészségesebb élelmiszerek többsége drágább, addig ez az adó nem éri el elsődleges célját. Ez az adó csak kiegészítő finanszírozási forrás lesz az Egészségbiztosítási Pénztár számára.

MTA

KÁRPÁTI DÁVID IMRE
International economy and business
MSc, 2. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Társadalomtudományi TDK

UJVÁRY FLÓRA
International economy and business
MSc, 2. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Társadalomtudományi TDK

SZÉCSI DOMINIKA
szecsi.dominika@gmail.com
International economy and business
MSc, 2. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Társadalomtudományi TDK

Témavezető:
Almadi Sejla
egyetemi adjunktus, BCE NPRTI

MINTA

ÉRDEMES-E MEGBETEGEDNI MAGYARORSZÁGON? – A MAGYAR ÁLLAMI ÉS MAGÁN KÓRHÁZAK VIZSGÁLATA

A legújabb tendenciák és személyes tapasztalatok szerint a magyar közegészségügyi rendszer drámai minőségromlásban van. A magán egészségügyi szolgáltatások kezdtek népszerűvé válni a társadalom tagjai körében. Az európai tendenciák, amelyek szerint egyre több polgár választja a magánegészségügyi szolgáltatásokat ahelyett, hogy ragaszkodna az államiakhoz, egyértelműen azt mutatják, hogy Magyarország a kevésbé sikeres államok közé tartozik, ha a megfelelő közegészségügyi szolgáltatások nyújtásáról van szó. Bár nincsenek átfogó adatok a magánegészségügyet igénybe vevők számáról, a visegrádi országok közül a magyarok költenek a legtöbbet magánegészségügyre, hogy elkerüljék a hosszú várakozási időt vagy az egészségügyi intézmények elfogadhatatlan körülményeit. Jelen tanulmányban a különböző korcsoportok köz- és magánegészségügyi szolgáltatásokkal kapcsolatos preferenciáit, valamint a preferenciák hátterében álló tényezőket kívánjuk megvizsgálni. Azt is tervezzük, hogy feltárjuk, milyen mértékű az elvándorlás a magánegészségügyből az állami helyett. Ennek érdekében a szekunder adatok mellett egy kérdőíves felmérést hajtunk végre a magyar lakosság körében az egészségügyi szolgáltatási szokásaikról (n=401). Mind a kvantitatív, mind a kvalitatív adatokat összegyűjtjük és leíró és következtető statisztikai módszerekkel elemezzük. A kutatás három kutatási kérdés köré épül: (i) Van-e szignifikáns különbség az állami és a magán egészségügyi ellátás megítélése között? (ii) Milyen kapcsolat van a különböző demográfiai változók és az állami és a magán egészségügyi ellátás megítélése között? (iii) Milyen perspektívák azonosíthatók az egészség megítélésében, és van-e összefüggés a köz- és a magánegészségügy megítélése között? Az elemzéshez kétmintás (párosított) t-próbát, Pearson Chi-négyzet és Spearman-féle korrelációt, valamint K-közép klaszterelemzést használtak. Eredményeink azt mutatják, hogy szignifikáns különbség van az állami és a magán egészségügyi ellátás megítélése között. Számos demográfiai változó befolyásolja az egészségügyi ellátás megítélését, mint például az életkor, a családi állapot, a lakóhely. Összességében a társadalomban perspektívák azonosíthatók, amelyeket elsősorban az orvosokba vetett bizalom és az egészségügyi ellátással való általános elégedettség jellemez. Eredményeinkkel a magyar közegészségügyi rendszer fejlesztendő hiányosságaira kívánunk rávilágítani, és reméljük, hogy elméleti és gyakorlati haszonnal járulunk hozzá a diskurzushoz.

Ágazati gazdaságtan III. - Oktatásmódszertan és felsőoktatás

Elnök:	Dr. Szabó Zsolt Roland	SZE KGK
Társelnök:	Dr. András Krisztina	BCE VI
Tag:	Dr. Surman Vivien	BME GTK
Tag:	Dr. Keresztes Gábor	SOE LKK
Tag:	Dr. habil. Kunos István	ME GTK

MINTA

GENDUR NÓRA
nora.gendur@stud.uni-corvinus.hu
Kereskedelem és marketing
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Ásványi Katalin
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem, Fenntartható Fejlődés Intézet

A FENNTARTHATÓSÁG MEGJELENÉSE A FELSŐOKTATÁSBAN AZ EGYETEMI KÜLDETÉSNYILATKOZATOK TÜKRÉBEN (KELET-EURÓPAI EGYETEMEK KÜLDETÉSEINEK TARTALOMELEMZÉSE)

Korunk legnagyobb kihívásai közé tartozik a fenntarthatóság kérdésköre. Ahhoz, hogy világunk a fenntartható fejlődés útjára lépjen, minden társadalmi szinten, közös erővel kell lépéseket tenni az ügy érdekében. Az egyetemeknek ebben kiemelkedő szerepe lehet, ugyanis nagyban befolyásolhatják hallgatóik értékrendjét és attitűdjét, ezáltal a jövő vezetőinek hozzáállását és magatartását tisztességes és felelősségteljes irányba terelve.

A dolgozat célja, hogy a kelet-európai gazdasági és/vagy üzleti egyetemek küldetésnyilatkozatain keresztül feltárja a régió egyetemeinek hozzáállását a fenntarthatóság területéhez. A vizsgálat fókuszában a küldetésekben megjelenő ENSZ által megalkotott Fenntartható Fejlődési Célok (SDGs) azonosítása szerepel, melyek segítségével képet kapunk az egyetemek megfogalmazott céljairól a fenntarthatósági kérdésekben, illetve egyes fenntarthatósági modellek segítségével egy átfogó képet kapunk, hogy a régióban mely elemek vannak kiemelt helyen a küldetések megalkotása során, illetve mik azok az elemek, melyekre kevesebb hangsúlyt fektetnek az egyetemek.

Az egyetemek kiterjedt érintetthálózatának fontossága miatt azonosításra kerülnek a küldetésnyilatkozatokban megjelenő érintettek is, illetve az, hogy az egyetemek konkrét célként nevezik-e meg a felelősségteljes és tisztességes vezetők kinevelését, ugyanis ezzel nagyban befolyásolják az üzleti és ipari tevékenységek hatását a társadalomra és a környezetre egyaránt.

Az eredményeket tekintve a minőségi oktatás biztosítása (4. cél) kiemelt hangsúlyt kap a küldetésekben, melyen belül kiemelkedik a fenntartható fejlődés előmozdításához szükséges tudás átadásának (4.7. cél) fontossága. Emellett a gazdasági és társadalmi fejlődés érdekében az innovatív hozzáállás ösztönzése (8., 9., és 11. cél), a régió fejlettségi szintjének növelése (10. cél), illetve a megszerzett tudásnak nemzeti és nemzetközi szinten történő megosztása (17. cél) is lényeges szerepet tölt be az egyetemi küldetésnyilatkozatokban.

MTA

SZABÓ DOROTTYA ANNA
szabodotti@gmail.com
Vezetés és szervezés
MSc, 2. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Sipos Norbert
egyetemi adjunktus, PTE KTK

ELTÉRÉSEK VIZSGÁLATA A KÜLÖNBÖZŐ FINANSZÍROZÁSI FORMÁJÚ ALAPKÉPZÉSBEN RÉSZT VETT FRISSDIPLOMÁS VÉGZETTEK ESETÉBEN - A DPR ADATAI ALAPJÁN

Kutatásom során megvizsgáltam a különböző finanszírozási formájú alapképzésen résztvevő hallgatók között van-e eltérés a kiválasztott tényezők mentén az alapképzés ideje alatt, majd pedig, hogy a képzés finanszírozási formája hatással van-e a továbbtanulási döntés meghozatalára.

Az emberi tőke értéke definiálható az egyének termelőképességeként, tudásaként, és a rendelkezésre mennyisége mind az egyének, mind egy adott ország társadalmi, gazdasági fejlettségét képes meghatározni. A humán tőkébe való befektetés legáltalánosabb módja az oktatásban való részvétel, melynek része a felsőoktatás is. Ennek finanszírozása egyrészről állami feladat, viszont a jelenleg is zajló egyetemi modellváltások egyik célja, hogy a felsőoktatási intézmények életében hangsúlyosabb szerepet kapjon az önálló gazdálkodási tevékenység végzése is. Emellett a hallgatók is fizetnek az oktatásban való részvételért, jelentős költség lehet a tandíj, amennyiben önköltséges képzésben vesznek részt. Így tehát a humán tőkébe való beruházás költsége nagymértékben eltér a két finanszírozási forma esetén.

Ebből kiindulva a Diplomás Pályakövetési Rendszer 2011-2018-as adatain néztem meg, hogy tanulmányaik során, és továbbtanulási döntéseikre nézve vannak-e különbségek az eltérő finanszírozási formában tanult alapszakos hallgatók között. A kereszttábla-elemzés alapján gyenge, de szignifikáns kapcsolat mutatható ki a finanszírozási forma és a hallgatók külföldön töltött féléveire, a diákhitel felvételi szokásaikra, és arra nézve, hogy az adott személy inkább főállású hallgatónak, vagy dolgozónak tekintette magát az egyetemi évek alatt.

A bináris logisztikus regresszió módszerével kettő három lépcsős regressziós modellt hoztam létre, függő változóként használva elsőként a mesterképzés tervezését (M1), majd a mesterképzés megvalósulását (M2). A modellekbe elsőként a kiválasztott tanulmányi tényezők (M1a, M2a), majd további szociodemográfiai (M1b, M2b), és munkaerőpiaci tényezők (M1c, M2c) kerültek bevonásra. A mesterképzés tervezésére nézve a finanszírozási forma a két kibővített modell esetében bizonyult szignifikánsnak és eszerint az állami finanszírozású hallgatók 0,9-szeres eséllyel tervezik a továbbtanulást. Az M2 modellek (29,9-60,9%-os magyarázóerő) esetében a finanszírozási forma szerepe végig szignifikáns, és az esélyhányados értéke alapján az állami ösztöndíjas alapképzésen végzett hallgatók 1,648-1,364-szeres eséllyel folytatják tanulmányaikat mesterképzésen, az önköltségesekhez képest.

GARAMVÖLGYI DÁVID
g.davyd17@gmail.com
Államtudomány
Osztatlan, 8. félév
Nemzeti Közszolgálati Egyetem
Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar

Témavezető:
Dr. Fülöp Katalin
egyetemi docens, NKE ÁNTK

MEKKORA ÉRTÉK A DIPLOMA?

A kutatásom során azt vizsgáltam, hogy Magyarországon milyen munkaerőpiaci jellemzők, előnyök társulnak az egyes iskolázottsági szintekhez. Magyarországon éri meg a világon egyik legjobban továbbtanulni a gazdasági adatok alapján. Azok, akik felsőfokú végzettséggel rendelkeznek hazánkban, könnyebben, gyorsabban találnak magas átlagfizetést biztosító munkákat, mint azok az egyének, akik nem rendelkeznek diplomával.

A kutatásom során négy fő szempont alapján vizsgáltam, hogy miképpen hat az iskolai végzettség a munkaerőpiaci trendekre. Az általam vizsgált szempontok az alábbiak voltak: átlagkeresetet, elhelyezkedési idő, munkanélküliségi ráta és egyéb pozitív béren túli előnyök.

Legvégül a dolgozatomban vizsgálom, hogy az Európai Uniós országok között mekkora mértékben határozza meg az iskolázottságot az átlagos bérszínvonal.

A kutatásomhoz elsősorban a hazai munkaerőpiaci jelentéseket, a Központi Statisztikai Hivatal Adatai és a nemzetközi méréseket lefolytató OECD, Education at Glance jelentéseit vettem alapul.

MINTA

KISS DÉNES
denes921120@gmail.com
Vezetés és szervezés
MA, 4. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Kosztyán Zsolt Tibor
egyetemi tanár, PE GTK

HALLGATÓK ERASMUS HÁLÓZATÁNAK FELTÉRKÉPEZÉSE NUTS3 ÉS INTÉZMÉNYI SZINTEKEN

A tanulmány során olyan hálózatokat vizsgáltam, amelyek az összes Erasmus programban részt vevő felsőoktatási intézményt összekötik 2008 és 2013 között. Szisztematikus irodalmi áttekintést alkalmaztam a korábbi tanulmányok hiányosságainak feltárására. Számos előre meghatározott változót azonosítottam és vontam be az elemzésbe. A hiányosságok alapján új osztályok kerültek be a felhasznált modellekbe, nevezetesen a Hofstede-féle kulturális- és az ETER adatbázisából származó kooperációs változókat. A kulturális tényezők vizsgálata az ERASMUS teljes adatbázisával kvantitatív módszerekkel nagy mértékben elhanyagolt. A vizsgálatok célja az volt, hogy kiderüljön, hogy a gazdasági, társadalmi, intézmény specifikus vagy kulturális tényezőknek van-e hatása, és ha igen, milyen mértékben a hallgatók célállomás választására intézményi és NUTS3 szinten az ERASMUS által besorolt mind a 9 tantárgycsoportban. Az eredmények azt mutatják, hogy az új változócsoportok bevonása kifizetődő erőfeszítés volt, együttesmagyarázóerejük meghaladta a korábbi változók összesített magyarázóerejét a korábbi modellekhez képest.

MINTA

COOK REBEKA ÉVA
rebeka.eva.cook@gmail.com
Alkalmazott közgazdaságtan
BA, 6. félév
Eötvös Loránd Tudományegyetem
Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Horn Dániel
Igazgató, Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Közgazdaságtudományi Intézet

A MAGYAR ELITKÉPZÉS HATÁSA A TANULÓK MENTÁLIS JÓLÉTÉRE

A tanulmány célja, hogy feltárja, a magyar elit középiskolák hogyan hatnak a diákok mentális jólétére. Felismerve, hogy az elitképzés meghatározó jellemzői fokozott tanulmányi stresszt okozhatnak, többekben felmerülhet a kérdés, vajon mennyire ártalmasak ezek az intézmények? A kapcsolódó tanulmányok tipikus eredményei nem fedeznek fel egyértelmű káros hatást, azonban a tapasztalatok másról árulkodnak. Az elit középiskolák kvantitatív, adatalapú meghatározása után az Országos Kompetenciamérés adatbázisa alapján történik az egyes tanulók beazonosítása. A mentális jólét pedig két proxy változó segítségével, az önértékeléssel és a háziorvoslátogatások számával kerül megbecsülésre. Az önbecsülés számszerűsítése nem mutat szignifikáns eredményt, valószínűleg a survey-alapú adat hiányossága miatt. A háziorvoslátogatások vizsgálata biztatóbb eredményekhez vezet a nagyobb mintaszám és a kvantitatív megközelítésnek köszönhetően. Összességében az elitiskolák tanulói kevesebbet keresik fel háziorvosukat, mint társaik. A családi háttérrel való kontrollálás nem szűnteti meg ezt az differenciát, arra utalva, hogy az elitiskolák diákjai eredendően, állandó különbséggel eltérnek az egyéb iskolák tanulóitól. Azonban a két csoport közötti különbség az elitképzés megkezdése utáni, azaz a kezelés utáni időszakban csökken, arra utalva, hogy az elitképzés pozitívan befolyásolja az orvoslátogatások számát, tehát negatívan befolyásolja a mentális jólétet. A párhuzamos trend vizsgálata azonban eltérő eredményekről árulkodik. Ez néhány megfigyeletlen mögöttes mechanizmus miatt fordulhat elő. Ilyen lehet a stresszforrása, az orvoslátogatások eltérő okai, illetve a kontrollcsoport heterogenitása. Ezek a sajátosságok az ok-okozati összefüggés torz becslését okozhatják. Ennek megfelelően a tanulmány jövőbeli kutatási terveket is előterjeszt.

MINTA

ÁRVA RÉKA
reka.arva@gmail.com
Vezetés és szervezés
MSc, 4. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Sipos Norbert
egyetemi adjunktus, PTE KTK

A NEMZETKÖZI TANULMÁNYI MOBILITÁS HATÁSA A FRISS DIPLOMÁSOKRA

Az elmúlt évtizedekben a felsőoktatás nemzetközivé válása egyre fontosabb jelenséggé vált, amelynek legszembetűnőbb megnyilvánulása a nemzetközi tanulási mobilitási programokban részt vevő felsőoktatási hallgatók számának növekedése. A dolgozat fő feltételezése tehát az, hogy a hallgatói mobilitási programok jelentős pozitív hatást gyakorolnak a friss diplomásokra. A kutatás célja, hogy a rendelkezésre álló szakirodalom segítségével feltárjuk a legfontosabb előnyöket, és empirikus kutatást végezzünk a nemzetközi tanulási mobilitási programban részt vevők (mobilis diákok) és a nem mobilis diákok közötti lehetséges különbségekről a nettó fizetések és a tanulmányoktól a foglalkoztatásig tartó időtartam hossza szerint.

Az empirikus kutatáshoz a szerző a Magyar Diplomás Pályakövetési Rendszer Friss Diplomás Modul 2011 és 2018 közötti adatait használja fel, és OLS lineáris regressziós módszerrel vizsgálja, hogy a hallgatói mobilitási tapasztalat - ceteris paribus - hogyan befolyásolja a nettó béreket és a tanulmányoktól a munkavállalásig tartó időtartamot a végzést követő első évben.

Az empirikus kutatás fő megállapításai szerint szignifikáns különbség van a nettó bérekben azon magyar hallgatók között, akik legalább egy féléven keresztül részt vettek mobilitási programban (teljes mobilitás), azokhoz képest, akik nem vettek részt mobilitásban. A diplomaszerzést követő első évben a teljes mobilitást végző hallgatók 1,7 százalékkal többet keresnek, mint nem mobilis társaik, ami 5 százalékos szignifikancia szinten szignifikáns. A másik fő megállapítás az, hogy a mobilitási tapasztalat - ceteris paribus - nem befolyásolja a tanulmányok és a foglalkoztatás közötti időtartamot. A kutatás hozzájárul azon nemzetközi szakirodalomhoz, melyek a rövid távú nemzetközi tanulási mobilitás hatásait vizsgálja, emellett további összehasonlítások forrásául szolgálhat, akár nemzetek közötti összehasonlításokhoz is. Az eredmények továbbá motiválhatják a jelenlegi és jövőbeli hallgatókat arra, hogy nemzetközi mobilitási programban vegyenek részt, továbbá hozzájárul, hogy maguk a felsőoktatási intézmények is ösztönözzék hallgatóikat erre a versenyképességük javítása érdekében.

MINTA

Ágazati gazdaságtan III. - Oktatásgazdaságtan elmélete és gyakorlata

Elnök:	Dr. Szabó Zsolt Roland	SZE KGK
Társelnök:	Dr. András Krisztina	BCE Vállalkozás és Innováció Intézet
Tag:	Dr. Surman Vivien	BME GTK
Tag:	Dr. Keresztes Gábor	SOE LKK
Tag:	Dr. habil Kunos István	ME GTK

MINTA

BOKÁNYI MÓNIKA
monika.bokanyi@stud.uni-corvinus.hu
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

Témavezető:
Madari Zoltán
tanársegéd, BCE KTK

A FINN ÉS MAGYAR PISA EREDMÉNYEK ÖSSZEHASONLÍTÁSA A PHENOMENON BASED LEARNING TÜKRÉBEN

A finn és magyar oktatás szerkezete számos ponton eltér. Dolgozatomban ezen eltérések közül arra fókuszálok, hogy szignifikáns különbséget mutat-e a finn és magyar 15 éves diákok PISA-felmérésen elért pontszámában a phenomenon based learning, avagy jelenség alapú oktatás finn iskolákban való jelenléte. A módszer hatásának megfelelő vizsgálata érdekében a 2012, 2015 és 2018-as adatfelvételt használom, hogy egyaránt összevethessem azt az oktatási forma bevezetését megelőző helyzettel. Az elemzés során a matematikai, szövegértési, valamint természettudományi felmérés eredményeit vizsgálom.

A dolgozatban megfelelő leíró statisztikai elemzés után a propensity score maching eljárást alkalmazom. Az eljárás esetén a kezelt és kontroll csoportok elemeit több matching eljárás segítségével illesztem össze úgy, hogy minimalizálom a megfigyelések távolságát vagy a létrehozott osztályokon belüli távolságok abszolút átlagát. A távolságként alkalmazott propensity score értékeket logisztikus regresszió, illetve véletlen erdő alkalmazásával határozom meg. Az így létrehozott, új, illesztett adatbázis feltárja a kezelt csoport, azaz a finn iskolák és a phenomenon based learning hatását az említett pontszámokra. Elemzésem alapján az oktatási forma szignifikáns különbséget mutat a magyar és finn diákok által elért pontszámok között.

MUTA

SZIGETI TÍMEA
szigetitimi0.1@gmail.com
Vezetés és szervezés
MSc, 4. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Hornyák Miklós
egyetemi adjunktus, PTE KTK

AGILIS SZEMLÉLETMÓD A MAGYAR FELSŐOKTATÁSBAN

A COVID-19 járvány az oktatási rendszerre is hatalmas nyomást gyakorolt. A digitális oktatás gyökeresen változtatta meg a diákok és az oktatók életét egyaránt. Átalakultak a kapcsolattartási szokások, olyan tanulási módszerekhez kellett fordulni, amelyek digitális környezetben is működőképesek, illetve új digitális platformokkal kellett megismerkedni. Jelenleg személyes részvétellel zajlik a felsőoktatás, azonban a világjárvány még mindig tart, ezért nem engedhetjük el teljes mértékben a digitális oktatási formát, hanem gondolnunk kell arra, hogy online oktatás esetén milyen tanulási módszerek eredményesek és hatékonyak, ezzel is felkészülve az újabb váratlan helyzetekre. A dolgozatomban az agilis tanulási módszereket kívánom összekapcsolni a virtuális oktatási formával, ugyanis aktuálisnak és kihívásokkal telinek találom a témát. A digitális tanulás nagy változásokat követelt és az agilis módszertan lehetőséget kapott rá, hogy teret nyerjen és meggyökeresedjen a magyar felsőoktatásban. A kutatásom során a fő célom az volt, hogy megszólítsam azokat a felsőoktatásban tanuló hallgatókat, akik megtapasztalták a vírushelyzet által kialakult digitális oktatás formáját és hónapokon át online környezetben tevékenykedtek. Empirikus kutatás keretében kérdőíves vizsgálatot végeztem a magyar egyetemi hallgatók körében, melybe összesen 118 főt sikerült bevonnom. A diákok mellett oktatói szempontból is megvizsgáltam a témát és 9 mélyinterjút készítettem. Összességében a hallgatók és az oktatók is hasznosnak vélték az agilis módszertant. Az oktatók véleménye alapján a diákoknak szükséges megismerkedniük a módszer alapjaival, ugyanis a jövő munkahelyeihez fontosak lesznek azok a készségek és kompetenciák, amelyek fejlesztéséhez az agilis módszertan képes támogatást nyújtani.

MINTA

TÖRÖK LŐRINC
toroklorinc@gmail.com
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Vállalkozásfejlesztési Intézet

Témavezető:
Horn Dániel
egyetemi docens, BCE KTI

ÁLLAMI VAGY MAGÁN? A FELSŐFOKÚ OKTATÁSI INTÉZMÉNYEK FINANSZÍROZÁSI FORMÁJÁNAK HATÁSA AZ EGYETEM TANULMÁNYI SIKEREIRE

Az utóbbi években az oktatás gazdaságtan egyik leginkább előtérbe kerülő témája a felsőoktatás finanszírozás kérdésköre. Magyarországon több nagy sajtóvisszhangot keltő esemény (CEU, Corvinus) után került be a közbeszéd témái közé a kérdés, hogy miben rejlik a különbség a magán kézben lévő, külső finanszírozású egyetemek és az állami intézmények között, és vajon melyik a sikeresebb modell, amelyet a jövőben támogatni érdemes. A következő kutatás arra keresi a választ, hogy a fennáll-e valamilyen arányú kapcsolat az egyetem finanszírozási formája és a szakmai teljesítménye között. Az ETER (European Tertiary Education Register) adatait a 'THE Rankings' által készített éves ranglistákkal összevetve empirikus eszközökkel támasztja alá, hogy van kapcsolat a két változó között, aminek eredményeként a magán finanszírozású intézmények átlagosan jobban teljesítenek a felsőoktatási rangsorokban. E mellett azonban az is kiderül, hogy a Európán belül a magán és a privát szektor a felsőoktatásban nem különül el élesen, és a finanszírozási struktúrájuk is sok szempontból hasonló, ezért érdemes lenne további kutatások során más kontinens országait is bevonva vizsgálni a kérdést.

MINTA

TILL GÁBOR
gabort.255@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

Témavezető:
Dr. Neszveda Gábor
szenior kutató, MNB

A MAGASABB ÖSZTÖNDÍJAK BEVEZETÉSE VALÓBAN HATÁSSAL LENNE A HALLGATÓK SZAKMAI MOTIVÁCIÓJÁRA ÉS MUNKAVÁLLALÁSI ARÁNYÁRA?

A hallgatók magas arányú munkavállalása és csökkenő akadémiai aktivitása kihívások elé állítja a magyar felsőoktatási rendszert. Versenyképességi szempontból fontos lenne a diákok tudományos munkájának ösztönzése, azonban a kérdőíves felmérésemben kapott válaszok alapján a hallgatók főként anyagi és tapasztalatszerzési megfontolásból ideje korán kiszakadnak a kizárólagos egyetemista létből. A tanulmány a Budapesti Corvinus Egyetemen végzett saját kérdőíves felmérés eredményeire építve világítja meg a tanulás és munkavállalás motivációit, valamint a leíró statisztika eszköztárával számszerűsíti az egyetemmel párhuzamosan végzett gyakornoki munka és kiemelkedő tanulmányi eredmények (5,0) díjazása közti szakadékot. A szerző saját eredményei alapján rendszeres fix díjazású tanulmányi versenyek, valamint oktatók és vállalati szakemberek által irányított fizetett kutatócsoportok indítására tesz javaslatot. Ezen intézkedések az azonosított problémákon túl a hallgatók átlagos tudásszintjére, motivációjára és a publikációk által az egyetem hírnevére is pozitív hatással lehetnének.

MINTA

BELLÉR BEÁTA NOÉMI
beller.noemi@ktk.pte.hu
Pénzügy és számvitel
BSc, 7. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Csapi Vivien
egyetemi docens, PTE KTK

A MOOC OKTATÁSI PLATFORMOK KÉRDŐÍVES VIZSGÁLATA A FELSŐOKTATÁSBAN

Dolgozatomban a MOOC (Massive Open Online Courses) platformok felsőoktatásban betöltött szerepét, valamint a magyar felsőoktatásban tanuló hallgatók körében való ismertségét vizsgálom. Az első MOOC platformok 2016-ban kerültek létrehozásra és azóta jelentős mértékű növekedésen és fejlődésen mentek keresztül. Ma már mondhatjuk, hogy világszerte vannak kezdeményezések az ilyen jellegű platformok létrehozására és használatára a felsőoktatás széles körű elérhetővé tételének érdekében. Emiatt nem elhanyagolható az a szerep sem, amelyet ezek a platformok a hagyományos felsőoktatásban betöltenek.

Jól látható, hogy Magyarországon is vannak kezdeményezések az ilyen platformok használatára a felsőoktatásban. Ennek ellenére még nem alakult ki hazánkban az a fogyasztói kultúra, ami akár a nyugati akár az ázsiai felsőoktatás kultúrájában megfigyelhető. Dolgozatom két fő kutatási kérdését és hipotézisét is ez adja. Az egyik hipotézisben azt a feltételezést vizsgáltam, hogy a magyar felsőoktatásban tanuló hallgatók körében még nem olyan elterjedt a MOOC platformok használata. A másik hipotézisben azt feltételezem, hogy ugyan az online oktatás kényelmes volt a hallgatók számára mégis a jelenléti oktatást preferálják leginkább.

A hipotézisek vizsgálatához egy online kérdőívet készítettem, melynek célcsoportja a magyar felsőoktatásban tanuló hallgatók voltak. A kitöltési időszak alatt 136 válasz érkezett, ez jelentette a vizsgált minta elemszámát. A kvantitatív kutatás során első sorban lista típusú, valamint osztályozás típusú kérdésekre kapott válaszokat elemeztem. A kutatási eredmények alapján elmondható, hogy a magyar hallgatók körében még valóban nem elterjedt a MOOC oktatási platformok használata. A kutatási eredmények azt is bizonyították, hogy a hallgatóknak továbbra is fontos a jelenléti oktatás azonban a hibrid oktatási formát preferálják a leginkább.

A téma kutatása során további potenciális kutatási területeket találtam relevánsnak, mint például a magyar felsőoktatási intézmények hozzáállása vezetőségi oldalról a MOOC oktatási platformok használatához.

MINTA

JANKOVITS ANDRÁS
andras.jankovits@stud.uni-corvinus.hu
Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
Osztatlan, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

MAROSSY ALIZ
aliz.marossy@stud.uni-corvinus.hu
Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
Osztatlan, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Katona Márton Tamás
egyetemi tanársegéd, BCE KTI

A TANULMÁNYI ALAPÚ ÖSZTÖNDÍJAK MOTIVÁCIÓS HATÁSAI A BUDAPESTI CORVINUS EGYETEMEN

MINTA

Dolgozatunkban arra a kérdésre keressük a választ, hogy a Budapesti Corvinus Egyetem tanulmányi alapú ösztöndíjaival, elsősorban a Tanulmányi Ösztöndíjjal mennyire elégedettek a hallgatók, illetve miként hatnak azok a motivációjukra, erőfeszítéseikre. Kutatásunk célja bemutatni a megújult tanulmányi ösztöndíjrendszer kapcsolatát az egyes szakok átlagaival, illetve a hallgatók motiváltságával.

Kutatási kérdésünk megválaszolásához a nemzetközi és hazai szakirodalom, és a működő ösztöndíjrendszerek alapján meghatároztunk alternatív ösztöndíjtípusokat. Ehhez figyelembe vettük a BCE korábbi ösztöndíjrendszere mellett az ELTE, a BME és más egyetemek rendszereit. Az ösztöndíjak hatásáról a szakirodalom több helyen is megállapítja, hogy elsősorban a jobb anyagi helyzetű diákok részesülnek belőle. Az ösztöndíjak motiváló hatását vizsgáló tanulmányok eredményei ellentmondásosak, a kutatások egy része a hallgatók nem szerint eltérő hozzáállását is kimutatta.

A hallgatók hozzáállásáról az egyetemen kérdőíves felméréssel szereztünk információt, az alapszakos hallgatókat, illetve az osztatlan képzés első három évfolyamát tekintve mintának. A kérdőív segítségével kinyert adatokból OLS-regressziós modellt építettünk a szignifikáns változók meghatározásának céljából, hogy feltárjuk a diákok motivációit. Megvizsgáltuk az ösztöndíjrendszer eredményességét a hallgatók szöveges értékelései alapján is. Előzetes hipotézisünk az volt, hogy a Tanulmányi Ösztöndíjat elsősorban a jobb eredményű hallgatók tekintik motiválónak, míg a rosszabb átlaggal rendelkezők elégedetlenek azzal.

A kérdőív igazolta hipotézisünket, a kutatásunk alapján a hallgatók elégedettsége az időben közelebbi ösztöndíjuk összegétől, a finanszírozási formától, más ösztöndíjak hatásaitól, illetve a szakon belüli együttműködéstől függ. A hallgatók nemek szerinti bontását vizsgálva megállapítottuk, hogy a Tanulmányi Ösztöndíj női hallgatókra kisebb motivációs hatással bír. A hallgatók szociális helyzetéről csak közvetett információkkal rendelkeztünk, ezek nem erősítették meg a korábbi kutatásokat.

Ágazati gazdaságtan IV. - Sportgazdaságtan

Elnök:	Dr. Bácsné Prof. dr. Bába Éva	DE GTK
Társelnök:	Dr. Fűrész Diána	PTE KTK
Tag:	Dr. habil. Müller Anetta	DE GTK
Tag:	Dr. Kajos Attila	BCE VI

MINTA

REICHENBERGER NÓRA ANETT
anett.reichenberger@evk.hu
Pénzügy és számvitel
BA, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

Témavezető:
Dr. András Krisztina
egyetemi docens szakfelelős, BCE GTK

A 2019-ES FORMULA 1 MAGYAR NAGYDÍJ GAZDASÁGI HATÁSAINAK ELEMZÉSE

TDK munkámban azt vizsgálom, hogy megéri-e Magyarországnak évente megrendeznie a Formula 1 Magyar Nagydíját. A témám választásának oka, egyrészt a személyes érdeklődésem a sport iránt, másrészt pedig mivel a megasportesemények mindig is nagy pénzügyi és gazdasági vonzattal járnak a megrendező országban vagy országokban, amelyek nem egy helyen csoportosulnak. A közvélemény sokszor negatívan tekint az ilyen rendezvényekre, hiszen hatalmas költségekkel járnak, viszont nem látszik egy helyen közvetlen megtérülés, a bevételek több területen részletekben jelentkeznek. Dolgozatomat egy sport- és üzletelméleti felvezetővel indítom, illetve bemutatom a Formula 1-et és a Magyar Nagydíj helyszínét, a Hungaroringet is. A kutatásom során mind primer, mind szekunder adatokkal dolgozom majd. A szekunder adatok alapján költség-haszon elemzéssel vizsgálom, hogy milyen pénzügyi hatásokkal jár a Magyar Nagydíj megrendezése. A primer kutatás adatai ezt egyrészt alátámasztják, másrészt kiegészítik a számadatokat. Sorra veszem a gazdaság azon területeit, amelyekben bevételek és költségek jelenhetnek meg a nagydíjhoz kapcsolódóan. A vizsgálatot a 2019. évi adatokat és gazdasági környezetet figyelembe véve készítem, hiszen a 2020-as év egy meglehetősen rendkívüli helyzetet idézett elő, amely a Magyar Nagydíj eddigi 36 éve alatt csak egyszer fordult elő. A dolgozatom legvégén mindent összegezve válaszolom meg a tételkérdésem, illetve lehetséges szcenáriókat is felvetek az autósport hazai jövőjével kapcsolatban. A megvizsgált aspektusok és adatok összevetésével pozitív eredményeket kaptam, tehát a Magyar Nagydíjra fordított összegek megtérültek 2019-ben, bár nem egy, hanem a gazdaság külön és több területén. A legnagyobb kiadás az állam által finanszírozott jogdíj összege, ennek értéke a turizmusban érkezik vissza a gazdaságba. Mind társadalmi, mind gazdasági költségeket és bevételeket figyelembe vettem számításaimban, hogy a legjobban fel tudjam mérni a versenyhétvége teljes hatását.

MUTFA

VILONYA MARTIN
marvilo.mv@gmail.com
Nemzetközi igazgatási
BA, 6. félév
Nemzeti Közszolgálati Egyetem
Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar

Témavezető:
Dr. Szemlér Tamás
egyetemi docens, BGE KVIK

A FUTBALL EGY OLYAN JÁTÉK, AMELYET 22-EN JÁTSZANAK 90 PERCEN KERESZTÜL - DE, HOGY GAZDÁLKODNAK A NÉMETEK?

A labdarúgás világának üzleti jelentősége napjainkra szignifikánsanfelértékelődött, aminek hatására már számos kutatás foglalkozik a sportág gazdasági jelentőségével, ehhez kapcsolódik az én dolgozatom is. Arra a kérdésre keresem ugyanis a választ, hogy befolyásolhatja-e a futballklubok gazdasági helyzetét a Németországban alkalmazott 50+1-es szabály, mely szerint a bajnokságban indulni kívánó kluboknak kötelező birtokolnia a részvényeik abszolút többségét. A szakirodalmi áttekintés során bemutatom azt, hogy milyen szerepe van az említett szabályozásnak a német professzionális labdarúgás működésére, ezután pedig a klubok gazdálkodásával foglalkozó kutatásokat tekintek át, melyek bepillantást engednek a klubok fontosabb bevételeibe és kiadásaiba. Ezt követően pedig klaszterelemzés módszerének alkalmazásával vizsgálom meg azt, hogy mutat-e valamilyen sajátosságot a 2018/2019-es szezon során a német élvonalban szereplő csapatatok gazdálkodása az olasz, a spanyol és a francia első osztályú labdarúgó-bajnokságban versenyző egyesületekhez képest.

Az elemzés eredményei szerint a vizsgált német klubokra jellemző az éves bérletek alacsonyabb ára, valamint a stadionok relatíve magasabb kihasználtsága. Hasonló megállapítást a klaszterelemzésbe bevont másik két változó, azaz a klubok adózott eredménye és összvagyona, alapján nem lehet tenni. További kutatásokat érdemes folytatni, hogy több gazdasági mutató alapján is megvizsgálhassuk a futballcsapatok gazdasági működését, ezáltal pedig részletesebb képet kaphassunk az 50+1-es szabály jelentőségéről.

MUNKA

KOVÁCS HUNOR BENDEGUZ
bendeguzhkovacs@gmail.com
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Madari Zoltán
egyetemi tanársegéd, BCE MSMI

A HAZAI PÁLYA ELŐNYE A LABDARÚGÁSBAN

A „hazai pálya előnye” széles körben ismert, jól dokumentált fogalom, jelenség. Jelentése: sportcsapatoknak nagyobb az esélye a győzelemre, ha a saját stadionjukban játszanak. A csapatok sportágakon átívelően konzisztensen jobb teljesítményt nyújtanak hazai pályán, mint idegenben. Jelen dolgozat a világ legmeghatározóbb labdarúgó-bajnokságait vizsgálja. A dolgozat kutatási kérdése(i): hogyan jelentkezik a hazai pálya előnye Európa legjobb bajnokságaiban, és hogyan változik időben? Befolyásolhatja-e a csapatok formája a hazai pálya előnyét (és ha igen, hogyan)? Hipotézisek: azt várom, hogy időben csökken a hazai pálya előnyének mértéke, és jelentős különbségek vannak bajnokságok a közt. Továbbá a csapatok formája nem befolyásolja hazai pálya előnyét. Elsőként az irodalmi áttekintésen keresztül részletesen bemutatom a hazai pálya előnyét. Az elemzéshez számos adatbázist használok fel a James P. Curley által szerkesztett és összeállított „engsoccerdata” nevű R csomagból. A csomag minden egyes adatbázisa egyedi mérkőzésekről tartalmaz információt, a lehető legkorábbi szezonoktól kezdve 2016-ig. Ezek felhasználásával megvizsgálom a hazai pálya előnyének időbeli alakulását, bajnokságonként eltérő megjelenési formáit, majd végül (bináris) logit regressziós modell segítségével a csapatok formájának hatását. Eredmények: mindegyik vizsgált bajnokságban az adott időintervallumban csökkent a hazai pálya előnyének a mérkőzéseredményre gyakorolt hatása. A ligák között azonban több különbséget is kimutat a dolgozat. A logit modell eredményeiből az állapítható meg, hogy az esetek döntő többségében nincs szignifikáns kapcsolat, azaz a csapatok formája nem hat a hazai pálya előnyére.

MINTA

KOVÁCS ÁDÁM JÓZSEF
k.adam1999@gmail.com
Business analytics
MSc, 2. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Lengyel Balázs
tud. főmunkatárs, BCE KTK

AZ ÁTIGAZOLÁSI HÁLÓZATOK ÉS A TELJESÍTMÉNY ELEMZÉSE A LABDARÚGÁSBAN

Ez a tanulmány az európai labdarúgó-transzferpiacot vizsgálja a hálózattudomány eszköztárának segítségével. Az 1992/1993 és 2021/2022 közötti időszakban az öt legjobb európai bajnokság első osztályú labdarúgócsapatai által végrehajtott összes átigazolást tartalmazó egyedi adatkészletet felhasználva minden egyes átigazolási időszakra egy irányított átigazolási hálózatot épít (a klubok a csúcsokat, az átigazolások pedig az éleket jelentik). A tanulmány a következő kérdésekre keresi a választ: hogyan alakultak e hálózatok globális jellemzői az idő folyamán, valamint az átigazolási piaci hálózatok csúcsainak jellemzőinek hatása a megfelelő futballklubok későbbi teljesítményére. A tanulmány relevanciája a labdarúgó átigazolási piacon a sportteljesítményekre kérdőjeles hatással bíró átigazolások nagy számában rejlik. A tanulmány megállapításai a gyakorlati szakemberek és a sporttal foglalkozó tudósok számára egyaránt hasznosak.

MINTA

OSWALD KYRA
oswald.kyra@gmail.com
Gazdálkodás és menezdment
BSc, 7. félév
Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Vida György
adjunktus, SZTE GTK

A NYÁRI OLIMPIÁK GAZDASÁGI HATÁSAINAK ELEMZÉSE A 2012-ES LONDONI ÉS A 2020-AS TOKIÓI JÁTÉKOK ALAPJÁN

Az olimpia az egyik olyan nagy sportesemény, ami kizárólag négy évente egyszer kerül megrendezésre és amit a világ minden pontján nyomon követnek. Míg az esemény sikereiről, kudarcairól igazán sokat lehet hallani, addig gazdasági hatásairól annál kevesebbet. Ebből adódóan a tanulmány célja, hogy megvizsgálja általánosan a nyári olimpiák gazdaságtanát, bevételeit, kiadásait, kitérjen turisztikai hatásaira és ütköztesse ezeknek az eseményeknek a pozitív és negatív aspektusait. Az általános kitekintés után a dolgozat rátér specifikusan a 2012-es londoni és a 2020-as tokiói olimpia gazdasági áttekintésére, célkitűzéseire, társadalmi hatásaira. A dolgozatot meghatározott kutatási kérdésekre és hipotézisekre építettem. A két fő kutatási kérdésem a következő volt: egyrészt, hogy milyen gazdasági, infrastrukturális és társadalmi átalakuláson ment keresztül London az olimpia szervezésének hatására, másrészt, hogy milyen hatást váltott ki a koronavírus járvány a 2020-as tokiói olimpiával kapcsolatban. Módszertani szempontból a dolgozat során első lépésben statisztikai adatok és szekunder források elemzését végeztem. Ezután bővebb információ gyűjtés érdekében öt témában jártas szakemberrel interjút készítettem. Ez alapozta meg, azt, hogy esettanulmány formájában be tudjam mutatni a londoni és tokiói események hatásait.

A tanulmány arra a következtetésre jut, hogy amennyiben egy olimpiát alapos tervezés előz meg és a szervező ország megfelelő adottságokkal rendelkezik, akkor többségében sikeres tervezést sikeres kivitelezés követ. London és Tokió esetében is elmondható, hogy rövid távon negatív mérleggel zárult az esemény, azonban Londonban a hosszú távú pozitív gazdasági és társadalmi hatások azóta is érezhetőek. Ezzel szemben a tokiói olimpia még igen friss és a Covid-19-világjárvány gondoskodott arról, hogy a költségek az egekbe szökjenek, mellyel e esemény elérte a legköltséges olimpia címet. A negatív tényezők ellenére azonban nagyon sok pozitív gazdasági, infrastrukturális és társadalmi átalakuláson ment át London és a pozitív tényezőknek egy része Tokióban is megfigyelhető.

MINTA

VEDRES MÁTÉ NORBERT
vedres.mate@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

Témavezető:
Havran Zsolt
adjunktus, BCE VGI

A RED BULL JELENSÉG – AVAGY HOGYAN ÉPÍTS FEL EGY GLOBÁLIS FUTBALLBIRODALMAT SPORTSZAKMAI ÉS ÜZLETI PROFESSZIONALIZMUSSAL

OTDK dolgozatom témája a Red Bull vállalat professzionális labdarúgásban betöltött globális szerepének stratégiai és pénzügyi oldalról való vizsgálata, külön elemezve a RasenBallsport Leipzig csapatát. Kutatásom során elemzem, hogy hogyan kapcsolódnak és működnek együtt az egyes Red Bull klubok világszerte a közös cél érdekében a globális jelenlétből fakadó szinergiák kiaknázása segítségével. Dolgozatom elméleti keretrendszere, valamint kutatásom eredményei újszerű megközelítést adnak a multinacionális labdarúgóklubrendszerek működéséhez, stratégiájához, valamint azok sportszakmai és gazdasági eredményességének értelmezéséhez.

Kutatási eredményeim során bemutatom a Red Bull rendszer klubjainak felépítését, valamint annak sportszakmai eredményességét és azt, hogy a vezetőség ezt a rendszert milyen kiskapuk kijátszásával építhette fel. Ezek után bemutatom a Bundesliga sajátosságait, valamint primer kutatás segítségével összehasonlítom az RB Leipzig és a többi Bundesliga élcsapat pénzügyi, illetve játékospiaci eredményességét és tevékenységét. Majd a Transfermarkt adatbázisának segítségével mélyrehatóan elemzem az RB Leipzig játékospiaci aktivitását. Dolgozatom eredményeinek utolsó fejezetében pedig a Transfermarkt játékosadatbázisból primer kutatás segítségével összegyűjtöttem és feltérképeztem a Red Bull klubok közötti játékosmozgásokat. Három mutatót vizsgáltam az egyes klubok közötti játékosmozgások tekintetében: a tranzakciók számát, a játékosok piaci értékét, illetve a játékosok átlag életkorát. A mintavétel 92 játékos összesen 208 különböző egyedi tranzakcióját tartalmazza. Ezek alapján meghatároztam a klubok közötti szereposztást, hogy mely csapatok milyen tranzakciók esetén a beszállítók, illetve a felvevők.

Az elvégzett kutatásom eredményeként megkaptam mindkét kutatási kérdésemre a választ, miszerint az a fajta „kiszolgáló” rendszer, amit a Red Bull kiépített a klubjai között, ténylegesen hozzásegítik a Lipcsét a minél jobb sportszakmai, valamint gazdasági eredményekhez. Valamint, hogy a Red Bull rendszer klubjai által az elmúlt 10 évben elért gazdasági, illetve sporteredmények igazolják az anyavállalat által ilyen mértékben történt pénzügyi és humán befektetéseket. Megállapítható, hogy a Red Bull rendszer legtöbb klubja sportszakmailag igencsak sikeres, a gazdasági eredményesség pedig valószínűsíthetően a következő években fog leginkább megjelenni egy jó tíz éves befektetési fázis lezárulása után.

MINTA

WÁGNER ILDIKÓ RÉKA
ildiko.wagner@stud.uni-corvinus.hu
Kereskedelem és marketing
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
András Krisztina Anna
egyetemi docens, BCE VGI

HOGYAN VISZONYULNAK A MAGYARORSZÁGI Z-GENERÁCIÓ TAGJAI A FORMA-1-HEZ?

TDK munkám során azt vizsgáltam, hogy miként viszonyulnak a magyarországi Z-generáció tagjai a Formula-1-hez. Azért választottam ezt a témát, mert már több éve vagyok a sportág elkötelezett rajongója és érdekelt, hogy a saját korosztályom milyen okból kezdte el követni a Forma-1-et és mi a véleménye a sport mai helyzetéről. Az F1 ugyanis 2017-ben új tulajdonosi kör kezébe került, azóta pedig az amerikai Liberty Media szakított bizonyos korábbi hagyományokkal, valamint számos olyan intézkedést vezettek be, amelyek a fiatalok bevonzását célozták.

A dolgozat elméleti bevezetésében a fogyasztói magatartás alapjait, sporttörténetet, a sportfogyasztáshoz kapcsolódó modelleket és a hazai Z-generáció néhány jellemzőjét ismertetem. Az elméleti rész után bemutatom a Forma-1-et, majd szekunder kutatásként a márka által 2021-ben készített rajongói felmérést kielemezve megalapozom kutatási kérdéseim egy részét. Primer kutatásomat két részre osztottam. Elsőként a célcsoport részvételével fókuszcsoportos interjúkat készítettem az érintettek két részre osztásával szűrőkérdőív alapján, aszerint, hogy milyen régóta követik aktívan a sportot. Ettől a kialakítástól azt reméltem, hogy eltérő véleményeket ismerhetek meg a régebb óta szurkoló és a csak nemrég bekapcsolódók között. Ezután szakértői interjúkat bonyolítottam le, amelyek során egyrészt a hazai autósport élet szaktekintélyeit vontam be, valamint az eladói oldalt is megvizsgálva bemutattam egy Forma-1-es csapat aspektusát a témában. Az interjúk elemzését követően összegzem kutatásom eredményeit, megválaszolom fő kutatási kérdésemet, ismertetem a kutatás korlátait, valamint további lehetőségeket fogalmazok meg.

A fogyasztókkal és szakértőkkel lefolytatott interjúim, valamint szekunder adatgyűjtésem alapján megállapítható, hogy a Forma-1 népszerű Magyarországon, és a fiatalok körében is erőteljes érdeklődést vált ki. A fogyasztói szokások egyénenként változnak, de sok közös pont is megfigyelhető volt a fókuszcsoport résztvevői között: ilyen például a közösségi élmény, amely mindenkinél előjött a Forma-1 nézés kapcsán, a magas fokú érdekeltség (ezt alátámasztja, hogy a sport mindenkinél a mindennapok részévé vált), illetve a szabadedzések irányában mutatott érdektelenség. A közösségi médiában alanyaim kivétel nélkül követnek F1-es fiókokat, népszerűek a mémek és a több pilóta bevonásával készült videók is.

MINTA

BODNÁR GERGELY
bodnar.gergely1998@gmail.com
Gazdálkodási és mendzsment
BA, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

Témavezető:
Havran Zsolt
adjunktus, BCE GT

MI TÖRTÉNT A DORTMUNDDAL? DÁRDAI ISMÉT ÖSSZESZEDI A HERTHÁT? A SCHALKENAK BEFELLEGZETT?

A modern labdarúgás a klubvezetők, befektetők, tulajdonosok, valamint a szurkolók számára is rengeteg statisztikát bocsát rendelkezésre. Ezek értelmezése és megfelelő módon való kezelése segítséget nyújt kulcsfontosságú döntések meghozatalában is a professzionális labdarúgóklubok vezetői számára. Az adatokon alapuló döntéshozatal a labdarúgásban nem volt mindig jelen, mely a digitalizáció, illetve a rendelkezésre tőke hiányának volt betudható a XX. század első és középső harmadában. Dolgozatomban a hivatásos labdarúgás újszerű adatelemzési eszközeiről, illetve az el-terjedt statisztikai mutatók bemutatásáról, ezek használatáról írok. A kutatás során arra keresek választ, hogy a modern labdarúgásban vizsgált statisztikai mutatószámok közül melyek azok, amelyek szoros lineáris korrelációs kapcsolatban állhatnak egy csapat sportszakmai teljesítményével hosszabb távon (teljes labdarúgószezonokat vizsgálva).

Kutatómunkám során Európában az egyik legjobban ismert labdarúgó bajnokság, a német Bundesliga csapatainak teljesítményét vizsgálom majd négy teljes szezonon keresztül (2016/17-tól 2019/20-ig). A kutatást kvantitatív módszertannal végzem, amelyhez a felhasznált adatbázis sajátkezű, manuális adatgyűjtés eredménye volt. Az adatbázisból az SPSS szoftver segítségével ökonometriai (lineáris regressziós) modellt építek, amelyből különféle modellszelekciós eljárásokkal kiszűröm az egyes csapatok teljesítményét nem szignifikánsan befolyásoló magyarázó változóként használt mutatószámokat. A végső modell segítségével az egyes, statisztikailag szignifikáns változókhoz definiálok célszámokat, amelyek elérésével a Bundesligában egy csapat elérheti a nevezetes helyezésekhez (pl.: bentmaradás, BL-indulás, EL-indulás) szükséges pontszámot egy szezon során.

A professzionális labdarúgás köszönhetően az évről évre növekvő piacméretének, illetve a verseny élesedésének napjainkra teljes mértékben eredménycentrikussá vált, minden klub számára a cél, hogy minél több mérkőzést megnyerjenek. Dolgozatom eredményei alapján definiálni fogok tudni olyan mutatószámokat, amelyek szignifikánsan befolyásolják a csapatok teljesítményét az általam készített mintavétel alapján. Végezetül a dolgozat zárásaként készítek egy előrejelzést a 2020/2021-es Bundesliga szezon 26. fordulója utáni statisztikák segítségével a bajnokság végeredményére az általam alkotott regressziós modell alapján, valamint a modellel készített becslést összevetem a tényleges eredményeivel a 2020/2021-es szezonnak.

MEFA

TÓTH BERNADETT
bernadett.toth3@stud.uni-corvinus.hu
Szociológia
BA, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Társadalomtudományi TDK

Témavezető:
Máté Tünde
egyetemi adjunktus, BCE VGI

SPORT, AHOL NINCSENEK KORLÁTOK? – A MOZGÁSKORLÁTOZOTT SZEMÉLYEK MOTIVÁCIÓI ÉS LEHETŐSÉGEI A SPORTBAN ÉS A SPORT ÁLTAL

Dolgozatom célja a mozgáskorlátozott személyek sportmotivációinak és sportolási lehetőségeinek vizsgálata. A dolgozat újdonság értékét adja, hogy Magyarországom még nem készült ilyen kutatás, ezért a dolgozat hiánypótló is. Kutatási kérdésem tehát a következő: Milyen motivációi és lehetőségeinek vannak a mozgáskorlátozott személyeknek a sportban és a sport által? A szekunder kutatás során a téma kontextusához kapcsolódó hazai és nemzetközi kutatásokat tekintettem át, a kutatás eredményeit a primer kutatás tervezéséhez használtam fel. A téma komplex vizsgálata érdekében kvantitatív és kvalitatív eszközöket is alkalmaztam a primer kutatás során. A kvantitatív kutatás keretein belül online kérdőív segítségével a mozgáskorlátozott embereket kérdeztem négy témakörben. Emellett a kérdőívben kitértem a média tevékenységének értékelésére is a parasport-rendezvények és a parasportolók média megjelenésével kapcsolatosan. A kérdőívben a H-SMS sportmotivációs skálát alkalmaztam, emellett az elemzés során nem paraméteres teszteket és faktoranalízist végeztem gyakoriság és kereszttábla elemzéssel kiegészítve. A kvalitatív kutatás keretei között félig stuktúrált szakértői segítségével mértem fel sportolók és sportvezetők tapasztalatait, a téma mélyebb megértése és a kvantitatív kutatás kiegészítése céljából. A kutatás eredményeként bebizonyítottam, hogy a H-SMS sportmotivációs skála a fogyatékkal élő sportolók esetében is alkalmazható. Emellett bebizonyítottam, hogy a nem a sportban való részvételt befolyásolja, de a sporton belüli motivációra nincs hatással. Továbbá bizonyosságot nyert, hogy a mozgáskorlátozott sportolók számára a külső motivációs tényezők a meghatározóak a sportban főleg a fiatalok és a veleszületett fogyatékossággal rendelkezők esetében. A belső motiváció a parasportolók esetében a legerősebb. A foglakozási státusz szintén hatással van a sportmotivációra. A legfőbb amotivációs ok a nem sportoló mozgáskorlátozottak személyek körében a lakhely közelében lévő megfelelő sportolási lehetőség hiánya ehhez szorosan kapcsolódik akadályként a sportlétesítmények megközelíthetősége és a közlekedés. A sportolók többsége autóval jut el a sporttevékenysége helyszínére így a jogosítvány tekinthető a sportban való részvétel feltételének. A megfelelő társaság hiánya szintén gyakori amotivációs ok volt a válaszadók körében, a sporttársaláló események szervezése megoldás lehet a problémára, elősegítve a sportba való bevonodást és a társadalmi integrációt.

MUNKA

BELKOVICS LILI
lili.belkovics@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 4. félév
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:
Prof. Dr. Takács István József
egyetemi tanár, OE KGK

ÜZLETI DÖNTÉSEK A FORMULA-1 SZABÁLYVÁLTOZÁSAINAK NÉZETTSÉGRE GYAKOROLT HATÁSÁNAK FÜGGVÉNYÉBEN

A világ egyik legismertebb üzleti vállalkozása a Formula-1 versenysorozata, amely bevételei közvetlenül és közvetve is nagyban függenek a nézőszámoktól. Kutatásom alapját az képezte, hogy megvizsgáljam, vajon hatással vannak-e a Formula-1 sport- és technikai szabályváltozásai a nézettségek alakulására. Dolgozatom alapjául szolgáló szakirodalom alapján szekunder kutatást végeztem, a Formula-1 2008-tól napjainkig történő szabályváltozásairól és annak hatásairól, valamint a nézettség alakulásáról. Ezután, ezek alapján primer kutatást végeztem. A primer kutatásom két részből áll, egy kérdőíves megkérdezésből - amelyre 952 értékelhető válasz érkezett - illetve mélyinterjús beszélgetésekből. Előbbi kutatásom célcsoportját elsősorban olyan szurkolók alkották, akik minden futamot élőben követnek, de fontos adatokkal szolgálnak azok a kitöltők is, akik régebben nézték, de már nem, hisz tőlük kiderül, hogy esetleg valamilyen szabályváltozás miatt változtak-e meg a fogyasztási szokásaik. A mélyinterjús kutatásban a Formula-1 hazai szakértőit kérdeztem meg, akik releváns információkkal és megfelelő meglátással rendelkeznek a dolgozatom témájára. Célom az volt, hogy ezekkel az eredményekkel bebizonyítsam a szekunder kutatás során feltárt adatokat és azt, hogy valóban van összefüggés a különböző szabályváltozások és a nézettség alakulása között, akár negatív, akár pozitív vonatkozásban.

MINTA

DÖMÖTÖR DORINA
domotor.dorina1@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 5. félév
Pannon Egyetem
Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:
Dr. Antal Anita
főiskolai docens, PE ZEK

VERSENY-E A VERSENY? VERSENYKÉPESSÉG A FUTBALL VILÁGÁBAN

A futball egyre növekvő népszerűséget mutat, mint az egész világon, úgy hazánkban is. Azonban a sporton túl is rengeteg minden történik a háttérben is, nem csak lejátszanak egy mérkőzést. A futball klubok ma már vállalkozási elvek mentén működnek, ahol szintén a legjobb eredmény a cél.

Kutatásom fő témája a versenyképesség mérési lehetőségeinek vizsgálata a labdarúgás világában. Ennek mentén az alábbi kutatási kérdésekre keresem a választ:

- Hogyan értelmezhető/definiálható a versenyképesség a futball klubok/egyesületek világában?
- Mennyiben feleltethetők meg egy speciális ágazat, azaz a futball versenyképességének mérésére az általános vállalati versenyképességi modellek?
- Milyen modellel lenne mérhető a labdarúgás sportágazat versenyképessége?
- Van-e befolyása a földrajzi elhelyezkedésnek a sikeres működésben?

Kutatásom elméleti részében áttekintem magát a versenyképességet, valamint a hozzá szorosan kapcsolódó kifejezések fogalmát. Ezt követően megvizsgálom mely tényezők fejtik ki hatásukat a versenyképességre mind regionális, mind vállalati szinten. Felsorakoztatok versenyképességi módszereket mindkét szegmensben, melyhez segítségemre van az országos szintű fejlettség, versenyképesség mérésnek fejlődéséről, a Magyar Nemzeti Bank versenyképességi méréséről, a Versenyképességi Indexről, valamint Kisvállalati Versenyképességi Indexről szóló tanulmányok.

Áttekintem a futball, mint sportág versenyképességi helyzetét hazai viszonylatban, majd nemzetközi kitekintőt is teszek a teljesebb kép bemutatása érdekében. Fontos elemezni, hogy került az eleinte csak szórakozásnak induló sportokba az üzlet. Nemzetközi szintéren a híres angol labdarúgást vizsgálom, onnan is kiemelkedő Manchester United példáján keresztül tekintem át milyen tényezők alkotják a versenyképességének alapjait. Ezt követően a magyar futballt vizsgálom átfogóan, hol áll most hazánk a nemzetközi csapatokhoz viszonyítva.

Empirikus elemzésem hazánk két csapatára koncentrálódik. A végbemenő átalakulásnak köszönhetően a fókusz úgy tűnik egyre inkább a fővárosi csapatokon van. Ehhez a vizsgálathoz egy vidéki, a ZTE FC és kontrasztként egy fővárosi csapat, a Ferencvárosi TC klubot vizsgálom annak érdekében, hogy a kutatáshoz kapcsolódóan meghatározott kérdéseimre választ kapjak.

Vizsgálatommal szeretném a hazai futball egy új szegmensét kinyitni és megfelelő javaslatokat adni a sikeres működést okozó faktorok és a gyengeségeket okozó kockázati tényezők kiemelésével a versenyképesség mérésére ebben az ágazatban.

MINTA

Döntéselmélet

Elnök:	Dr. Kása Richárd	BGE PSZK
Társelnök:	Dr. habil. Szántó Richárd	BCE
Tag:	Dr. Bánkuti Gyöngyi	MATE KC MTAI
Tag:	Dr .Nagy Viktor	OE KGK

MTA

PÓKÁSZ ZOLTÁN ISTVÁN
Alkalmazott közgazdaságtan
BA, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtan Intézet

SZÉCSI DOMINIKA
szecsi.dominika@gmail.com
Alkalmazott Közgazdaságtan
BA, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtan Intézet

Témavezető:
Dr. Neszveda Gábor
egyetemi adjunktus, NJE GTK

A COVID-19 JÁRVÁNY ALATTI VAKCINAHAJLANDÓSÁG VISELKEDÉSI KÖZGAZDASÁGTANI VIZSGÁLATA

A kutatás arra keresi a választ, hogy a magyar lakosság vakcinázási hajlandóságára a viselkedési közgazdaságtanban elterjedt decoy effect használata hatással van-e. Kérdőív segítségével mérjük fel, hogy a decoy effect kétféle módon való használata hogyan befolyásolja a válaszadást. Ezzel előrevetítjük a lakosság jövőbeni magatartását és hozzáállását a vakcinázással kapcsolatban. A primer kérdőíves kutatás kereszttáblával, kétmintás aránypróbával és logisztikus regresszióval van kiértékelve. A kutatásban résztvevők életkora, végzettsége és társadalmi státusza diverz. A dolgozat újdonsága, hogy a COVID-19 vírus esetében vizsgálja a vakcinázási hajlandóságot a decoy effect tükrében. A kutatás továbbá vizsgálja még a demográfiai jellemzőket, a vakcináról való gondolkodást és az orvosok felé irányuló bizalmat. Az eredmények alapján a lakosság kellő tájékoztatása a vakcinák típusairól jelentősen növeli az oltakozási kedvet. A kutatás alapján az életkor is szignifikáns tényező. Ugyanakkor több demográfiai változó, mint a végzettség, a lakhely típusa vagy az életszínvonal nem bizonyulnak jelentősnek. Az eredmények a jövőbeli járványkezelés tekintetében is iránymutatóak lehetnek.

MITTA

HÁBEL NOÉMI
habelnoya@gmail.com
Pénzügy számvitel
BSc, 1. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Fentősné Mohácsi Bernadett
mesteroktató, PTE KTK

A FENNTARTHATÓSÁG PSZICHOLÓGIAI VIZSGÁLATA AZ EGYÉNI DÖNTÉSHOZATAL ÁRNYÉKÁBAN

A fenntarthatóság aktualitását tekintve egyre nagyobb figyelemmel bíró témája korunk társadalmának. A hétköznapok részesévé vált annak tudata, hogy veszélyben van a jövőnk, a cselekvési szándék sok esetben mégis elmarad. Dolgozatom középpontjában a fenntarthatóság helyezkedik el és az egyén nézőpontjából vizsgálom a hozzá fűződő viszonyát.

A szakirodalom áttekintése során arra a kérdésre kerestem a választ milyen pszichológiai korlátai vannak az egyes környezetbarát cselekedetek megvalósulásának, valamint hogy a klímaváltozás okozta hatások miként hatnak mentális egészségünkre. Kérdőíves kutatásom célja az volt, hogy felmérjem az egyén fenntarthatósághoz való hozzáállást. A kapott eredmények alapján megállapítható az emberek tisztában vannak azzal mi is az a fenntarthatóság és az egyén saját felelősségével is tudatában vannak. Ennek ellenére a korlátok többsége beigazolódott. A válaszadók beszámolói alapján az emberek aggódnak az éghajlatváltozás okozta következményektől, mégis könnyebb útnak tartják a kibúvók keresését, mint a valódi cselekvések végrehajtását.

MINTA

BRAUN EMESE
braun.emese@ktk.pte.hu
Pénzügy
MSc, 2. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Sebestyén Tamás
egyetemi tanár, PTE KTK

A JUTALMAZÁS RÖVID ÉS HOSSZÚ TÁVÚ HATÁSA AZ EGYÜTTMŰKÖDÉSRE

A kooperatív és az önérdekkövető magatartás közötti kapcsolat kutatása a kezdetektől szerves része a közgazdaságtannak, az abban rejlő ellentmondások és szinergiák a piaci koordináció alapelemei. Ez a témafelvetés különösen fontossá válik a természeti erőforrások kimerülése és a fenntartható fejlődési pályák iránti érdeklődés fényében. A kutatás kulcskérdéssé emeli egyrészt a kooperáció jelentőségét, másrészt pedig az önérdekkövető magatartásra épülő ösztönzési rendszerek tervezését és működtetését egyaránt.

A dolgozat az egylövetű, többszereplős fogolydilemma játékból indul ki, amelyet kiegészítek a játékosok társadalmi attitűdjével, valamint nem teljes kapcsolatrendszerével. A társadalmi attitűd lehet piac-orientált, amely szélső esetben a klasszikus fogolydilemma játékra redukálja a modellt, valamint társadalom-orientált, ami a konformitásra törekvő viselkedést tükrözi. Az utóbbi attitűd esetében válik relevánssá a játékosok kapcsolatrendszere, vagyis az őket összekötő hálózati szerkezet. Az időben egymást követő egylövetű játékokat a modellben a replikátor dinamika köti össze, amely a két attitűd-típus evolúcióját vezeti, így képezve visszacsatolást a különböző stratégiák és attitűdök eredményessége között. Az elemzés középpontjában egy fix, harmadik fél által biztosított monetáris jutalmazás, és annak együttműködésre gyakorolt hatása áll.

A modellel végzett számítások eredményei azt mutatják, hogy a jutalmazás bevezetését követően a kooperatív viselkedés aránya növekszik, az ösztönző kivezetésével pedig egy, az induló állapotnál kedvezőtlenebb egyensúlyba kerül a játék, vagyis a kooperáció aránya a társadalmon belül csökken. A csökkenés mértéke nem független a hálózati szerkezettől, a valós társadalmakra jellemző skálafüggetlen struktúrák mellett a jutalmazás átmeneti pozitív hatása az együttműködésre hosszú távon erősen kontraproduktívnak bizonyul.

MTA

LUKÁCS BENCE
bencelukacs1222@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 6. félév
Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Eisingerné Dr. Balassa Boglárka
egyetemi docens, SZE KGK

AZ ÁLHÍREK VIZSGÁLATA VISELKEDÉS KÖZGAZDASÁGTANI SZEMPONTBÓL

A dolgozatban az álhírek és a viselkedési közgazdaságtan metszeteit vizsgálom. A kutatásom célja bemutatni az összefüggéseket a kognitív torzítások, heurisztikák és az álhírek terjedési gyorsasága, hihetősége és „népszerűsége” között.

A dolgozat két fő részre osztható fel, az első részben szakirodalmi áttekintést végeztem, míg a másodikban szekunder és primer adatokat mutatok be. A szakirodalomi áttekintés során többek között ismertetem az álhírek definícióját, célját és típusait. Kitérek a kognitív torzítások, heurisztikák jelentőségére és szerepükre az intuitív és kognitív gondolásunkban.

A dolgozat második részében szekunder és primer adatok szerepelnek, illetve elemzések, következtetések. A szekunder adatokban megjelenik az álhírek jelentősége, mint kutatási terület, illetve olyan aspektusok, amelyek nagyban hozzájárulnak az álhírek terjedéséhez. Ilyen aspektusok lehetnek például az álhírekkel elért személyek száma, megjelenési platformjai és megjelenési gyakorisága. A primer kutatás két kérdőívből állt, amelyekkel egymástól független hipotéziseket vizsgáltam. Az első kérdőív klímaváltozással kapcsolatos álhírek érzékelt pontosságát, megbízhatóságát és igazságszintjének kapcsolatát vizsgálja a heurisztikus és szisztematikus információfeldolgozás lencséjén keresztül. A klímaváltozással kapcsolatos attitűd és a heurisztikus és szisztematikus információfeldolgozás kapcsolatát szintén tanulmányoztam az első kérdőívben. Továbbá vizsgáltam, hogyan hat a klímaváltozással kapcsolatos attitűd a klímaváltozással foglalkozó álhírek érzékelt pontosságára, megbízhatóságára és igazságszintjére. A második kérdőívben a kognitív képességek és a klímaváltozás témájú álhírek hihetőségének kapcsolatát vettem górcső alá, illetve a kognitív képességek és a klímaváltozásos álhírek megosztási hajlandósága közti kapcsolatot elemeztem. A kérdőívek elemzése után bemutattam a következtetéseket és javaslatokat tettem jövőbeni kutatási lehetőségekről a témával kapcsolatban.

MINTA

BALÁZS ÁKOS
balazs.akos@t-online.hu
Közgazdasági elemző
MSc, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdaság- és Közpolitika Intézet

Témavezető:
Dr. Bakó Barna
egyetemi docens, BCE KTI

VÁLTOZÓ KILÁTÁSOK. A FOGADÓI VISELKEDÉS KILÁTÁSELMÉLETI MODELLJE

Ha valaki egymás után többször játszik egy véletlen játékot, akkor hajlamos a korábbi játékok kimenetelei miatt módosítani a következő játékra vonatkozó várakozásait. Ennek a jelenségnek két különböző formája az úgynevezett hot hand és a gambler's fallacy. A szakirodalomban számos cikk igyekszik empirikus úton is igazolni, hogy fogadáskor az emberek valóban elkövetik ezeket a hibákat. Ennek bizonyítékát többnyire abban vélik felfedezni, hogy a fogadók győztes vagy vesztes sorozataik után megváltoztatják a tétjük nagyságát, illetve a győzelmi oddsukat.

Az ilyen sorozatok azonban nem csak a várakozásokon keresztül hathatnak a fogadási viselkedésre. Egy kilátáselméleti magyarázatot is adhatunk, ha feltesszük, hogy bár egy hosszabb sorozat megváltoztatja a fogadók jövedelmi szintjét, a referenciapontjuk nem tolódik el ennek megfelelően. Jelen dolgozat arra a kérdésre keresi a választ, hogy az említett megfigyelések megmagyarázhatóak-e a kilátáselmélet segítségével, vagy pedig valóban egyértelműen utalnak a két fallacy elkövetésére. Ehhez a fogadói döntések kilátáselméleti modelljét építjük fel. Ebben a modellben a fogadók várakozásai nem függnek a korábbi játékok kimeneteleitől. Levezetjük, hogy a modell szerint a fogadók milyen döntést hoznak a rájuk jellemző paraméterek függvényében. Ezután a modell alapján véletlen szimulációkat futtatunk. Néhány szimulált fogyasztó viselkedését részletesen is megvizsgáljuk, majd a mesterséges adatbázisunkat összevetjük egy valós adatbázissal, ami több, mint százezer online fogadás adatait tartalmazza.

Azt találjuk, hogy a két adatbázis aggregált szinten nem hasonlít egymásra. A kettő közti eltérések azonban következhetnek abból is, hogy a szimulációink paramétereit véletlenszerűen generáltuk. Az egyéni szintű elemzésekben azt látjuk, hogy néhány mesterséges fogyasztó azt a sorozat-függő viselkedést produkálja, amiről az előbb beszéltünk. Márpedig mivel a szimulációk alapját képező modellben a két fallacy nem kapott szerepet, ezért arra jutunk, hogy az empirikus megfigyelések nem egyértelmű bizonyítékai a jelenlétüknek. A dolgozat konklúziója tehát, hogy amit a szakirodalom a hot hand és gambler's fallacykkel magyaráz, az sok esetben egy egyszerű kilátáselméleti jelenség is lehet.

MUNKA

SZARKA DÁNIEL
szarkadaniel@student.elte.hu
Marketing
MSc, 4. félév
Eötvös Loránd Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Berki-Süle Margit
egyetemi adjunktus, ELTE GTK

DÖNTÉSHOZATALI HEURISZTIKÁK MEGJELENÉSE AZ ONLINE SZÁLLÁSHELY FOGLALÁSI FOLYAMATBAN.

A kutatás célja feltárni a turisztikai szolgáltatók online értékesítése során fellelhető leggyakoribb heurisztikus feldolgozásra ható értékesítésösztönző eszközöket és üzeneteket, közülük az árkedvezmények, valamint a szakértői heurisztika egyes tényezőinek – alapértelmezett találati lista, ajánlatok bemutatási sorrendje, kiemelt ajánlatok – a belföldi utazók fogyasztói magatartására való hatásának elemzése. Különböző belföldi szálláshelyek és szálláshelyközvetítő weboldalakat elemeztem, hogy feltárjam, napjainkban milyen viselkedésközgazdaságtani heurisztikákon alapuló értékesítésösztönző eszközöket/üzeneteket alkalmaznak a szolgáltatók a fogyasztók meggyőzésére, vásárlásra ösztönzésére. A kutatás azon részcéljához, hogy meghatározzam az értékesítésösztönző eszközök és üzenetek fogyasztói magatartásban való megjelenését, egyrészt a Szallas.hu weboldalán szoftveres vizsgálatot hajtottam végre a Hotjar segítségével és ebből származó kvantitatív kattintás és egérmozgatás alapú adatokat elemeztem, másrészt 5 db félig struktúrált mélyinterjús kutatást készítettem gyakori szálláshelyfoglalókkal az etikusság vonatkozásában, a szakértői heurisztika és az árkedvezmények észlelésének, értelmezésének analizálásával. A kutatások eredményeképp arra jutottam, hogy a fogyasztói magatartásban nem jelentős mértékben érvényesültek a szakértői heurisztikán alapuló eszközök/üzenetek, azokat a fogyasztók hirdetésnek tekintik, így kerülik. Az árkedvezményeknek jelentős hatásuk volt, mind szoftveres, mind pedig a kvalitatív interjúk alapján. A fogyasztók előnyben részesítették a kedvezményt kínáló szálláshelyeket. A kedvezményt illetően bizonytalanok voltak, mind a mibenlétét, mind az időtartamát illetően, de nem hiányoltak több információt, kvázi automatikusan cselekedtek, nem voltak motiváltak a kedvezmény szisztematikus feldolgozására. Az eredmények tükrében az árkedvezmények alkalmazása egy olyan eszköz lehet a szolgáltatók kezében, amivel vissza tudnak élni ezért fontos lenne vagy jogszabályi keretek között szabályozni használatukat, például kötelezően feltüntetendő kedvezményhez kapcsolódó információkkal vagy a fogyasztót kellene ösztönözni a kedvezmények tudatosabb értelmezésére és feldolgozásra.

MINTA

PIPIS PANNA
pipis.panna@heller.uni-corvinus.hu
Pénzügy és számvitel
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezetők:
Petróczy Dóra Gréta
egyetemi tanársegéd, BCE GTK
Neszveda Gábor
intézetvezető helyettes, NJE GTK

EGYENLŐTLENSÉGI TORZÍTÁS ÉS A NEMEK HATÁSA – MÁSHOGYAN REAGÁLNAK AZ EGYENLŐTLEN ELOSZTÁSRA A NŐK ÉS A FÉRFIAK?

A kutatás célja koordinációs játék keretein belül megvizsgálni az egyenlőtlenségi torzítás (egyenlőtlenségkerülés) jelenségét; az egyenlőtlenség csökkenésének hatását az egyenlőtlenségi torzítás mértékére; valamint azt, hogy máshogy jelenik-e meg a férfiak és a nők körében az egyenlőtlenségi torzítás a magyar társadalom általam vizsgált részében.

Az adatgyűjtés kérdőív segítségével valósult meg, és az így összegyűjtött 241 fős adathalmazon végzett regresszióval, aszimptotikus Z-próbával és aránypróbával készültek az elemzések.

Az adatokat elemezve 5%-os szignifikanciaszinten jobboldali aszimptotikus Z-próbával az egyenlőtlenségi torzítás megjelent a kísérletben résztvevők viselkedésének hatására. Az egyenlőtlenség kismértékű csökkenése csökkentette az egyenlőtlenségi torzítás mértékét, azonban megszüntetni nem tudta azt. Ezt a hipotézist kétmintás aránypróbával vizsgáltam 5%-os szignifikanciaszinten. Lineáris regressziót futtatva az adatokra 10%-os szignifikanciaszinten állítható, hogy a nők jobban mutattak egyenlőtlenségkerülő viselkedésjegyeket, mint a férfiak; a férfiak többször voltak önérdekkövetők, mint a nők.

MINTA

PAPP-RICHTER MÓNIKA
richtermonii@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 7. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Karcagi-Kováts Andrea
egyetemi docens, DE GTK
Szendrey Orsolya
tanársegéd, DE GTK

ÉRTELEM VAGY ÉRZELEM – RACIONALITÁS A HÁZASSÁGKÖTÉSBEN

Mi motiválja az embereket házasságkötésre? Hogyan változtatják meg a hozzáállásunkat az állami támogatások és a családpolitika? Az értelem és az érzelem párosa kiegészítik egymást vagy ellentmondásokba kergetnek minket döntési helyzeteinkben? Megvásárolható-e a házasság? Kutatásomban ehhez hasonló kérdésekre kerestem a választ: az emberek házassághoz és állami támogatásokhoz való hozzáállását, valamint az ezekhez kapcsolható pénzügyi és közgazdaságtani tudatosságát helyeztem a középpontba.

A szakirodalmi ismertetést a legalapvetőbb közgazdaságtani fogalmak definiálásával kezdtem, majd a viselkedési közgazdaságtan házassági modelljeit mutattam be. Részletesen ismertettem a hazai családtámogatási eszközöket és a házasodási trendeket is.

Dolgozatom célja, hogy a számadatok bemutatása mellett az emberek véleményét, döntési módszereit és viselkedésük okainak egy részét is megismerjem. Ennek feltérképezésére egy kérdőíves felmérés bizonyult megfelelő módszernek, amelyben 209 értékelhető válasz született.

Kutatásom első szakaszában azzal foglalkoztam, mi ösztönzi az embereket egy párkapcsolat házassággá való átalakítására, valamint megfigyeltem, pontosan mit jelent számukra a házasság. Felrajzoltam a házasság alternatív költsége által meghatározott Maslow-féle szükséglet-piramist, amely ezáltal két szakaszra bomlott: olyan tényezőkre, amelyekről az emberek lemondanának a házasságukért cserébe, és olyanokra, amelyekről semmiképp sem.

A következő megfigyelési szempont a házasok pénzügyi tudatosságára épült. Megfigyeltem, hogy a kérdőívet kitöltő házasok egyértelműen tudatosabb döntéseket hoznak az egyedülállóknál, legyen szó valamely támogatás felvételéről vagy valamiről való lemondásról. A kutatásban a közös bankszámlahasználat, pénzügyi tervezés és spórolás döntéshozatalra kifejtett hatását is elemeztem. Megvizsgáltam a kérdőív kitöltőinek véleményét az állami családi támogatásokról. A vélemények megoszlottak ezekkel kapcsolatban, mégis hasonlóképpen vélekedtek a felvétel szükségességéről. A támogatásokat néhány kritikus szempontnak is alávetettem: valóban több gyereket vállalnak-e miattuk a házaspárok, tényleg a célcsoportnak segítenek-e?

Szerethetünk-e tehát racionálisan? Egyértelműen nem. Döntéseink során törekedhetünk a racionalitásra, átgondolhatjuk az alternatívákat, de nem választhatjuk mindig az optimálist, ha az érzelmeink mást indokolnak.

MINTA

DÖMÖTÖR DORINA
domotor.dorina1@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 7. félév
Pannon Egyetem
Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:
Dr. Antal Anita
egyetemi docens, PE GKZ

SZERENCSE (VAGY BEFEKTETÉS) A SZERENCSEJÁTÉK? - A SPORTFOGADÁS NYOMÁBAN

Kutatásom során a szerencsejátékot, ezen belül a sportfogadást helyezem a fókuszba, ugyanis jelenkorunk egyik nagyon népszerű szokása. Vannak olyanok, akik befektetésként gondolnak rá, ebben látják a pénzszerzés legjobb, leggyorsabb és legnyereségesebb lehetőségét.

A kutatás célja a sportfogadást feldolgozni pszichológiai, pénzügyi/befektetési aspektusból is. Az alábbi kutatási kérdésekre kerestem a választ:

- Miképpen adható meg a sportfogadás „karakterisztikája”, azaz milyen sportfogadási ismeretekkel, szokásokkal rendelkeznek az emberek?
- Megfeleltethető-e a sportfogadás befektetési tevékenységnek?
- Megéri-e a pénzünket szerencsejátékba (sportfogadásba) fektetni?
- Tudatosan tudjuk-e kezelni vagy csupán a szerencsén múlik a sikerünk?

Munkám módszertanilag egy értékelő kutatás, a kutatási problémák meghatározásából fakadóan feltáró jellegű, más szempontból pedig kvantitatívnak tekinthető. Szekunder kutatási részben dokumentumelemzéssel a probléma feltárásához rendelkezésre álló dokumentumokat, adatokat elemzek. Ezt követően végzett primer kutatás során információk gyűjtésére és elemzése kerül sor online kérdőíves felméréssel, mely alkalmas leíró, magyarázó és felderítő célokra.

Manapság sok helyen, akár élőben is lehet sportfogadást tenni, de nem volt ez mindig így. Feltárom, honnan ered a sportfogadás, illetve hogyan működik. Ahhoz, hogy teljes képet kapjunk ismertetem a kapcsolódó alapfogalmakat, illetve azt, hogy milyen eseményekre hol lehet pénzt költeni. A sportfogadásnak van egy izgalmas pszichológiai oldala is, hiszen nem elég egy jó szelvényt készíteni, sokan beleesnek abba a hibába, hogy függőség alakul ki náluk. Feltárom a különböző személyiségtípusokat a pénzügyi cselekedetek, döntések, attitűdök alapján. Ezt követően a befektetések fő jellemzőit ismertetem, hogy meghatározhassam, a sportfogadás beleillik-e a sorba. Primer kutatásom pedig hozzásegít a feltett kutatási kérdések megválaszolásához.

Dolgozatommal egy népszerű tevékenységet vizsgálok közgazdasági szempontból, hiszen ma már ez sem csupán egy játék, hanem sokak által akár befektetési formaként kezelt megoldás vagy rosszabb esetben függőség. A kutatás eredménye a sportfogadás múltjának feltárása, a sportfogadók karakterisztikájának megadása, a szakirodalomban szereplő személyiségtípusoknak történő, valamint befektetési lehetőségként való megfeleltethetőség vizsgálata. Kutatásommal gazdagítani kívánom a téma kapcsán fellelhető, jelenleg hiányosnak értékelhető empirikus kutatások körét.

MINTA

ALMÁSI LIZA
almasi.liza28@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

SOMOSI FANNI LUCA
fanni.somosi@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezetők:
Matolay Réka
egyetemi docens, BCE GT
Harsányi Dóra
szenior tanácsadó, IFUA Horváth & Partners Kft

TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁS A SZAKMAI FEJLŐDÉS TÜKRÉBEN – MILYEN HATÁST EREDMÉNYEZNEK AZ EGYETEMI KURZUSOK KERETEIN BELÜL MEGVALÓSULÓ EGYÜTTMŰKÖDÉSEK A CIVIL SZERVEZETEKRE?

A dolgozat az egyetemi hallgatók szakmai tudásának civil szervezetbe történő integrálódási folyamatait, illetve annak hatását vizsgálja. A dolgozat fő kérdése, hogy milyen hatást eredményeznek az egyetemi kurzusok keretein belül megvalósuló együttműködések a civil szervezetekre nézve? A dolgozat relevanciáját az elméleti háttér adja, mely megvizsgálja a civil szervezetek jelenlegi együttműködési és szakmai támogatási lehetőségeit, illetve feltárja a Z-generáció segítési hajlamát. Az elméleti keret megteremtése után a dolgozat ismerteti a kétirányú, félig strukturált interjúkra épített módszertanát, amely az alapját képezi az együttműködések elemzési eszközeinek, a hatástérkép keretrendszerének, az analízist támogató együttműködés-hatás modellnek, valamint az UNICIV modellnek. Az UNICIV modell bemutatja az egyetemisták civil szervezetre való hatását a szakmai tevékenységük által, illetve felvázolja az optimális együttműködési folyamatot. A dolgozatban bemutatott modell ismerteti a két partner között létrejövő együttműködés folyamatát, hatását egy esetlegesen felmerülő összekötő szervezeten keresztül. Ez a fajta együttműködés elősegítheti a civil szervezetek diverzebb látásmódját, strukturáltabb szervezeti működését és hatékonyabb operatív folyamatait. Végül a szerzők felmérik az egyetemisták által elérhető hatást és a szakmai támogatás relevanciáját, illetve ismertetik a civil szervezetekkel történő együttműködések hosszútávú potenciálját.

MINTA

Emberi erőforrás - Generációs különbségek

Elnök:	Dr. habil. Szegedi Krisztina	BGE KKK
Társelnök:	Dr. Lipták Katalin	ME GTK
Tag:	Dr. Kópházi Andrea	SOE LKK
Tag:	Dr. Szabó-Szentgróti Gábor	SZE KGK

MTA

SZALAI BÁLINT
szalai.balint@gmail.com
Emberi erőforrások
BA, 5. félév
Budapesti Metropolitan Egyetem
Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:
Dr. habil. Szabó Szilva
főiskolai tanár, METU ÜKTF

A KÜLSŐ ÉS A BELSŐ MOTIVÁCIÓ ALAKULÁSA A NEMEK, A GENERÁCIÓK ÉS AZ ÖNKÉNTESSÉG SZEMPONTJÁBÓL

A motiváció egy célkitűzés (vagyis a „miért") megfogalmazása után cselekvésre ösztönöz - különböző fajtáinak felismerése, ezek kutatása a dolgozatom témája. Az elméleti részben ismertetett motivációs tartalomelméletek különbséget tesznek az alacsonyabb és magasabb rendű szükségletek között, a folyamatelméletek több tényezőt felvonultatva erősítik a motiváció mechanizmus jellegét - bár minden elmélet nagyban függ a személyiségtől és a kulturális hatásoktól.

A munkaerőpiacon más-más tulajdonságokkal vannak jelen a munkavállalók, vagyis más motivációval rendelkezik egy férfi és egy nő, egy X és egy Y generációs, illetve egy önkéntes tevékenységet is folytató vagy egy nem önkénteskedő dolgozó. Szakértői interjúk segítségével és kérdőíves kutatással (362 ember válasza alapján) arra jutottam, hogy egy megfelelő bérszint mellett a belső motivációs tényezők (mint pl. a fejlődés, megbecsülés, önismeret, tartós kapcsolatok) mindkét vizsgált generáció és nem esetén fontosabbak, mint a külső motivációs tényezők (mint pl. az anyagi jutalmazás, hírnév).

A nem önkénteskedők esetében minden külső motivációval kapcsolatos tényező nagyobb átlagértékkel bír, tehát az önkéntes munkát is végzők „belsőleg" jobban motiválhatók. Kutatásom alapján hasznos lehet továbbá egy profitorientált szervezet életébe integrálni bizonyos időközönként (a többség szerint negyedévente) egy-egy civil szervezettel kapcsolatos segítő aktivitást, amely a dolgozót büszkévé tehetné és jó érzéssel töltené el. Ez visszaigazolása lehet az előttünk lévő korszaknak, amikor a társadalmi felelősségvállalás fontos tényezővé válik egy szervezet életében.

A kitöltők legnagyobb részét a bizalom, a hosszútávú munkalehetőség és a megfelelő munkakörülmények motiválják, a csapatépítő programok és a díjak, kitüntetések a lista végét foglalják el. A napi elvégzett munka szempontjából az autonómia, a munkahelyi kapcsolatok és a véleményszabadság jellemzőek a dolgozók munkahelyére, illetve a végzett munkával, a munkakörnyezettel, a feladatokkal és a kihívásokkal és a fizetéssel elégedettek.

A jövőképemben egy olyan szervezet bontakozik ki, amely a dolgozóik motivációit ismerve olyan programokat dolgoz ki számunka, amellyel ezt a motivációt tudja növelni, a munkát hivatássá változtatni, az „álommunkához" egy olyan munkahelyi környezetet és szervezeti kultúrát kialakítva, amely hangsúlyozza az emberi erőforrások nélkülözhetetlenségét.

MUTA

KOVÁCS NIKOLETT
kniki0918@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 5. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Bakosné Dr. Kiss Virág Ágnes
adjunktus, DE GTK

A Z GENERÁCIÓ MUNKAHELYVÁLASZTÁSA ÉS FENNTARTHATÓSÁGI PREFERENCIÁIK MUNKÁLTATÓJUK FELÉ

A Z generáció életkorából adódóan egy új, megismerésre váró célcsoport, és mostanában kerül ki a munkaerőpiacra, ezért számos aktuális kutatás próbálja felmérni a munkahelyválasztási preferenciáikat. A TDK dolgozatomban amellett, hogy a Z generáció munkahelyválasztásának legfontosabb szempontjait próbáltam alaposan feltárni, a ma már trendnek számító fenntartható szemlélet kapcsán megvizsgáltam, hogy mennyire játszik fontos szerepet a válaszadó fiatalok életében a fenntarthatóság. Továbbá, hogy mennyire jelenik meg elvárásként a munkáltató cégek felé, hogy fenntartható irányelveket valljanak.

Célkitűzésem felfedni, hogy a munkáltatóknak munkáltatói márkaépítés mely elemeivel, milyen konkrét hívószavakkal érdemes megszólítaniuk ezt a generációt. Célom volt emellett feltárni, hogy a vállalatoknak érdemes kihangsúlyozni fenntarthatóság jegyében végzett tevékenységeiket vagy nem. A szekunder adatgyűjtés során a korábbi Z generációhoz kapcsolódó kutatások eredményeit vettem figyelembe, valamint a munkáltatói márkaépítés alapelveit, továbbá a magyarországi LOHAS csoport méretét és preferenciáit vizsgáltam.

A szakirodalmi előzményekre épülő primer adatgyűjtés két részből állt. Tartalomelemzéssel vizsgáltam a különböző cégek pályakezdőknek szóló álláshirdetéseit, hogy feltárjam milyen elvárásaik vannak a fiatal generációval szemben, és mit kínálnak a leendő munkavállalóik számára, hogy biztosan hozzájuk jelentkezzenek. Nagy ellentmondás keletkezett abban, hogy a Z generáció olyan munkára vágyik, ahol kiélheti kreativitását, azonban a megfigyelés időpontjában aktuálisan hirdető cégek nem ezt keresik vagy ígérik nekik. Emellett kérdőíves megkérdezésben (N=301) a Z generáció munkahelyválasztási szempontjait, továbbá a fenntarthatósági preferenciáikat és leendő munkáltatójukkal szembeni elvárásaikat vizsgáltam. Az eredmények főkomponens elemzése alapján elmondható, hogy a kitöltők csak kis része érdektelen a LOHAS értékekkel szemben, továbbá nagy részük elvárja a munkaadó cégétől a társadalmi és környezetvédelmi ügyek felkarolását. Tehát a Z generáció mintába került tagjaink fontos a fenntarthatóság, de természetesen nem elsődleges szempont a munkahelyválasztásnál.

MINTA

TAMÁS ANETT
tamasanett0612@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 6. félév
Eszterházy Károly Katolikus Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Szántó Ákos
egyetemi docens, EKKE GTK

A Z GENERÁCIÓ TURISZTIKAI MUNKAERŐPIACON VALÓ ELHELYEZKEDÉSE ÉS A TURIZMUS AKTUÁLIS HUMÁN ERŐFORRÁS KÉRDÉSEI MAGYARORSZÁGON

2019-ig a turizmus hatalmas gazdasági potenciált rejtett hazai és nemzetközi viszonylatban egyaránt, amit az is bizonyít, hogy a szektornak a tárgyévben a magyar gazdasághoz való közvetlen hozzájárulása meghaladta a 930 milliárd forintot és a hazai munkahelyek jelentős részét szintén a turizmus generálta. A koronavírus azonban az egyik pillanatról a másikra írta felül az ágazat dinamikus növekedését és a mai napig tartó válsághelyzetet a kirobbanó háború tovább fokozza. A felmerülő nehézségek mellett olyan munkaerőpiaci problémák is felmerülnek, mint a magas fluktuáció, a nemzetgazdasági átlaghoz képest alacsonyabb átlagkereset és az egyre csökkenő szakképzett munkaerő. Ha még nem lenne elég nehéz így is a helyzet, a turisztikai vállalatoknak számolniuk kell a fiatal felnőtt korú Z generációsok munkaerőpiacra való belépésével is. Minden körülményt figyelembe véve tehát felmerül a kérdés, hogy a turisztikai pályát elhagyók után érkezni fog-e az utánpótlás és az újabb generációk még mindig vonzó karrierlehetőségnek találják-e a turisztikai szektort? Az eddigiek tükrében a tanulmány arra próbál választ keresni, hogy a magyarországi Z generációsok miképp vélekednek a turizmusban való elhelyezkedésről? Lesz-e potenciális munkaerőállománya a turizmus szektorának és van-e összefüggés a generációk és a turisztikai szektorban való elhelyezkedési kedv között? Illetve az esetleges munkaerőhiány kiváltható-e és ehhez milyen turisztikai termékfejlesztések szükségesek? Az adatgyűjtés strukturált módszerei közül kvalitatív és kvantitatív kutatást végeztem. A munkáltatói oldalt több turisztikai szakember véleménye alapján, a munkavállalói oldalt pedig kérdőíves módszerrel mértem fel. A 437 beérkezett kitöltésből a mintába végül 348 fő került.

MINTA

SÖRÖS KÁRMEN PATRÍCIA
sorkaraa@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 7. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Balogh Gábor
egyetemi docens, PTE KTK

GENERÁCIÓS KONFLIKTUS? - A GENERÁCIÓK KÖZÖTTI FESZÜLTSÉG KIALAKULÁSÁNAK KRITIKAI VIZSGÁLATA

A generációs konfliktusok napjainkban népszerű kérdésnek bizonyulnak az elmúlt évek kutatásai alapján. [(Soós, 2008); (Szabó-Szentgróti et al., 2019); (Malatyinszki, 2020); (Komár, 2015); (Osváth, 2018)] Alapvetően a generációs konfliktus kialakulásának aspektusait és a tényezők közötti összefüggéseket vizsgálták. Kiemelendő, hogy a generációs konfliktus elmélete amiatt jöhetett létre, mert az emberek várható élettartama kitolódott, így több generációnak kell együtt dolgoznia a munkahelyeken, amely okozhat némi konfrontációt a dolgozók között. (Kurai-Suhajda, 2015) A generációk közötti szakadék okozta konfliktushelyzetekre több szerző is kitér. (Meretei, 2017) A fő kérdés, hogy a generációs lehatárolás valóban a megfelelő szempont, amelyből megfigyeljük a szervezeten belüli ellentétek kialakulásának menetét, illetve hogy a konfliktusos helyzetek kialakulásának vajon milyen más befolyásoló tényezői vannak. Empirikus kutatásom során kérdőíves felmérést és interjúkat készítettem. A kérdőíveket a Thomas-Kilmann modell konfliktuskezelési kérdései alapján készítettem el, illetve kibővítettem saját kérdésekkel.

A kutatási eredményeim alapján kiderül, hogy nincs szignifikáns kapcsolata a generációk és a konfliktuskezelési attitűdök között. Ezt az IBM SPSS szoftver segítségével a Khi-négyzet próba során állapítottam meg és saját klaszter besorolást készítettem a begyűjtött válaszok alapján. Kiemelendő, hogy a megállapítások csupán a mintámra vonatkoznak és nem általánosíthatóak azok. Továbbá leíró statisztikai módszerekkel megvizsgáltam, hogy az eredményekre mely demográfiai jellemzők vannak hatással.

Az eredmények azt mutatják, hogy más aspektusok is hatnak a konfliktushelyzetek kialakulására a munkahelyeken. Ilyen a beosztás, a konfliktuskezelési szokások/ attitűdök és a végzettség. Ezeket az tényezőket vettem figyelembe a klaszterek kialakításánál. A nemek hatását a konfliktus helyzetek kialakulására ebben az esetben nem tudtam megvizsgálni, mert több női válaszadó volt, mint férfi, így ezt a megállapítást csak fenntartásokkal lehet értelmezni. Fontos, hogy a földrajzi helyzetet is figyelembe kell venni, amikor generációkról beszélünk. [(Malatyinszki, 2020); (Komár, 2015)]

Főbb következtetésem, hogy a vizsgált minta alapján nem mutatható ki összefüggés a generációs besorolás és a konfliktuskezelési szokások között, azonban a beosztás, a végzettség és a konfliktuskezelési szokások ugyanakkor szoros kapcsolatban állnak a konfliktusos helyzetek kialakulásával.

MINTA

TAMÁS ANETT
tamasanett0612@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 4. félév
Eszterházy Károly Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Matiscsákné Dr. Lizák Marianna
mesteroktató, EKKE GTK
Dr. Gyurkó Ádám
adjunktus, EKKE GTK

MAGYARORSZÁGI Z GENERÁCIÓSOK MUNKAÉRTÉK PREFERENCIÁJÁNAK ALAKULÁSA NAPJAINKBAN

Az eltérő generációs attribútumokból adódó különbségek kommunikációs nehézségeket és konfliktusokat is eredményezhetnek, melyek egyre nagyobb kihívást jelentenek a munkaerőpiacon is. A fiatal felnőtt korú Z generációsok belépésével újabb megoldásra váró kérdések születtek a munkáltatók számára a munkavállalók ösztönzése és egyedi igényeinek kielégítése végett. Míg a munkavállalók szemszögéből pedig jó, ha tisztában vagyunk vele, mi alapján szortírozunk az álláshirdetések között.

A tanulmány arra próbál választ találni, hogy a Z generáció a munkaértékeket tekintve, milyen preferenciákkal rendelkezik. A kérdés vizsgálata előző felmérések eredményeire és saját kutatásra alapoz. A vizsgálat mindkét esetben a Super-féle munkaérték kérdőív alkalmazásával történt. A mintavétel keresztmetszeti modell mentén egy időpontban standardizált kérdőív segítségével történt interneten és papíralapon egyaránt, melyet összesen 114 fő töltött ki. A kapott minőségi és mennyiségi adatokat deduktív módon leíró statisztikai módszerek mentén mutatom be.

A kutatás végén előzetes hipotéziseim részben igazolódtak be csupán, miszerint a Z generációsok munkaérték preferenciája tükrözi korunk általános értékrendszerét, mint például a materialista gondolkozás megjelenését, vagy a globalizációból adódó változásokat. Legfontosabb munkaértékek közé a társas kapcsolatokat, az önérvényesítést és az anyagiakat sorolták a megkérdezettek. Az irányítás, a munkateljesítmény és a szellemi ösztönzés a legkevésbé fontos helyre kerültek a munkaértékek közül.

A kutatás jövőbeli, nagyobb mintavételű megismétlését szorgalmazom, ami esetén a válaszadók demográfiai hovatartozása alapján az ország régióinak összehasonlításában is vizsgálható lenne a munkaérték preferencia. Az eredmények alkalmazása kiemelten fontos humán erőforrás gazdálkodásból, és arra a kérdésre is segíthet megoldást találni, hogyan változik a munkaerőpiac, amint a Z generációsok tömegesen belépnek rá, és ennek milyen hatásai lesznek közgazdasági szempontból. Országos szinten pedig az így is jelentős versenyképességi problémának megoldásául is szolgálhat.

MINTA

SZABÓ ÁDÁM
szabo.adam.96@gmail.com
Közgazdaságtan és vállalati menedzsment
MSc, 8. félév
Selye János Egyetem

Témavezető:
Mgr. Dávid Szabó, PhD
adjunktus, SK SJE

MUNKAHELYI MOTIVÁCIÓS TÉNYEZŐK NEMZEDÉKEK KÖZT

Munkánk témája a munkahelyi motivációs tényezők nemzedékek közt. Munkánk első feladata az volt, hogy kellő elméleti hátteret biztosítsunk a munkának. Első sorban ismertettük, hogy mi is a motiváció alap definíciója és milyen szóból ered, majd rátértünk a motivációs elméletekre.

Felkutattuk a motivációs elméletek legismertebb és legnagyobb elméleteit. Először Maslow féle hierarchiaszükséglet elméletével foglalkoztunk, majd áttértünk Herzberg kéttényezős elméletére, ahol tisztáztuk a higiéniás tényezőket és a motivátorok jelentését. Következőnek megemlítettük Hunt célkitűzés elméletét, majd pedig közös munkáját Alderferrel akivel kibővítették Maslow elméletét. A soron következő elméletünk Adams méltányossági elmélete volt.

A motivációs elméletek után rátértünk a generációk jellemzéseire és felosztására. A világon élő hat generációból mi csak néggyel foglalkoztunk, amelyek a: Baby boomer, X generáció, Y generáció és a Z generáció.

Ezt követően rátértünk a dolgozat céljára. Fő célunknak azt tűztük ki, hogy találhassunk egy olyan motivációs eszközt vagy eszközöket, amik a lehető leghatékonyabban motiválják minden nemzedék résztvevőit a munkájukban.

Céljaink megfogalmazása után rátértünk a szakdolgozatunk kutatásának módszertanára és módszerére, majd a gyakorlati részben elemeztük a beérkezett válaszokat és könnyen értelmezhető táblázatokba vagy ábrákba rendeztük őket. Minden ábrához és táblázathoz mellékeltünk egy leírást.

Végezetül levontuk az adatokból következtetéseinket. A következtetések végén összevetettük az elméletet az adatokkal és javaslatot tettünk a vállalati vezetők számára milyen motivációs elméleteket érdemes szem előtt tartaniuk munkavállalóik motiválására.

MINTA

PELYÁK LEJLA
lejlapelyak@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 7. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Prof. Dr. Dajnoki Krisztina
egyetemi tanár, DE GTK

ÖSZTÖNZÉSI LEHETŐSÉGEK A GENERÁCIÓS KÜLÖNBSÉGEK TÜKRÉBEN

A munka világának a gondolata humán erőforrás jelenléte nélkül el sem képzelhető. A nagy jelentőséggel bíró erőforrás eredményes alkalmazása pedig a hatékony HR menedzselési technikák használata nélkül nem valósítható meg. Kiemelt szereppel bír a munkavállalók elégedettségérzetének megteremtése, mely részben az egyéni preferenciák és a motiváció figyelembevételével valósulhat meg. Ennek érdekében vizsgálat alá kell vetni a különböző korosztályok viselkedésmódját, látásmódját, hogy milyen tényezők és mekkora mértékben hatnak a munkavállalók teljesítményére. Célom a dolgozat elkészítésével, hogy hazai és nemzetközi szakirodalom segítségével átfogó képet adjak a motiváció és az ösztönzés szerepéről, jelentőségéről a szervezetben, illetve ismertessem a generációmenedzsment, mint szintetizáló funkció sajátosságait. Általános célul tűztem ki, hogy primer és szekunder kutatás keretein belül feltárjam a munkavállalók ösztönzési lehetőségeit a generációk sajátosságait figyelembe véve.

A szakirodalmi feldolgozás alapján három hipotézis került megfogalmazásra.
H1: A Baby-boomerek számára a legfontosabb a tisztelet és megbecsülés megléte a többi generáció munkahelyi elvárásaihoz képest.
H2: Az X generáció tagjainak a legkisebb az elégedettsége a munka és magánélet egyensúlya között.
H3: A munkahely iránti hűség hiánya leginkább a Z generáció esetében figyelhető meg.

Saját összeállítású kérdőív formájában online módon mértem fel a munkavállalók munkahelyi motivációját és elégedettségét (n=280). Egyéni ösztönzésre vonatkozó, szervezethez kapcsolódó, illetve munkakörrel kapcsolatos kérdések alkották a kérdőív témaköreit. Az adatokat leíró statisztikai módszerek (átlag, medián, variancia) segítségével értékeltem.

A kutatási eredmények alapján megállapítottam, hogy a generációs eltérésekből fakadó nézeteltérések megoldhatóak, ha több időt szentelnek a munkatársak egymás megismerésére. A szervezetek által kínált lehetőségek fejlesztése és a munkavállalói elvárások szintjének csökkentése együttesen alakítják ki a munkahelyi egyensúlyt. A hipotézisvizsgálat alapján a H1 elvetésre, míg a H2 és H3 elfogadásra került. Az eredményeimre támaszkodva azt javaslom, hogy rendszeres jelleggel generációs együttműködést, hatékony kommunikációt támogató események megrendezésére kerüljön sor a generációs szinergia erősítése érdekében, illetve olyan tréningopciók alkalmazását ajánlom, melyek nem kizárólag a munkakörhöz kapcsolódó fejlődést biztosítják, hanem segítik a magánélet koordinálását.

SIMON DÓRA
simon.dora999@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 5. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Prof. Dr. Dajnoki Krisztina
egyetemi tanár, DE GTK

SIKERES MUNKÁLTATÓI MÁRKAÉPÍTÉS – KULCS A Z GENERÁCIÓHOZ

A jelenlegi munkaerőhiányos munkaerőpiaci helyzetben a szervezetek számára, a tehetséges szakemberek iránti igény nagymértékben megerősödött. Kiemelt jelentőségű, hogy egy szervezet milyen eszközöket alkalmaz ezen kiváló munkavállalók bevonzására. A vállalatok részéről a munkáltatói márka tudatos építése kritikus fontosságúvá vált abból a szempontból, hogy mind a szervezet jelenlegi alkalmazottai, mind a potenciális munkavállalók számára számos előnnyel járhat. A dolgozatban a munkáltatói márkaépítéshez kapcsolódó munkaerő vonzást, illetve megtartását vizsgálom, különös hangsúlyt fektetve a munkaerőpiacra nagy számban belépő Z generációra. A kutatás fő kérdése, hogy melyek azok a preferenciák, amelyek alapján a Z generáció munkahelyet választ, illetve a szakirodalomban ismertetett, gyakran alkalmazott munkáltatói márka elemek közül, melyek azok, amelyeket ezen generáció fontosnak tart. A dolgozat célja, hogy hazai és nemzetközi szakirodalmak alapján átfogó képet adjak arról, hogy hogyan jelent meg a HR funkciók között, hogyan vált kiemelkedő fontosságúvá a munkáltatói márkaépítés. Primer vizsgálatok keretében netnográfiás kutatás által célom feltárni, hogy a munkáltatói márkaépítés elemei közül melyek azok, amelyeket a szervezetek leggyakrabban alkalmaznak, illetve egy saját, a potenciális munkavállalói oldalt vizsgáló kvantitatív, kérdőíves mintavétel alapján bemutatni, hogy a Z generációs fiatalok milyen munkahelyi preferenciákkal rendelkeznek. A netnográfiás kutatási eredmények alapján megállapítottam, hogy a munkáltatói márkaépítés témaköre napjainkban rendkívül népszerű hazai viszonylatban is, és számos olyan munkáltatói kezdeményezéssel találkozhatunk, amelyek a témával foglalkoznak. A kérdőíves felmérés legfontosabb következtetése, hogy a Z generáció tagjai számára egy szervezetben jelentős szempontok mind a márka olyan belső tényezői, mint a szervezetnél észlelt értékek, értékrendszerek, mindennapos munkakörnyezet, a vezetés alkalmassága, illetve olyan külső tényezői, mint a rendszeres szervezeti kommunikáció vagy az új munkavállalók beillesztési folyamata. A kérdőívet összesen 611 fő töltötte ki így a mintavételezés széleskörűnek mondható. Összegzésként a kutatási eredmények alapján levont következtetésekre építve bemutatom az eredmények gyakorlatban való hasznosíthatóságát, ami által elsősorban a hazai szervezetek számára nyújtok segítséget, hogy a közeljövőben nagy tömegben munkaerőpiacra lépő új generációt hatékonyabban tudják megszólítani.

MUNKA

Emberi erőforrás - HR-gyakorlatok I.

Elnök:	Dr. Kerekes Kinga	BBTE KGTK
Társelnök:	Dr. habil. Szabó Szilvia	METU KÜT
Tag:	Dr. habil. Piricz Noémi	OE KGK
Tag:	Dr. Ásványi Zsófia	PTE KTK
Tag:	Dr. Bácsi Katalin	BGE PSZK

MTA

KRINSZKI ALIZ
krinszki.aliz@gmail.com
Emberi erőforrások
BSc, 5. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

RESZKETŐ VIVIEN
vivienreszketo@gmail.com
Emberi erőforrások
BSc, 5. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Andráskó Dóra Diána
tanársegéd, ME GTK

A MENTÁLHIGIÉNÉ FONTOSSÁGA A XXI. SZÁZAD MUNKAHELYÉN

Minket is, mint ahogy sok más velünk egykorú fiatalt foglalkoztat a kérdés, hogy vajon milyen lesz az első munkahelyünk, sikeresek leszünk-e, kapunk e támogató segítséget feletteseinktől? Magyarországon a munkahelyi mentálhigiéné, mint fogalom, még általánosan kevésbé ismert, holott a szomszédos országokban egyre nagyobb hangsúlyt kap. A COVID-19 járvány bekövetkeztének „köszönhetően" elkezdték a munkáltatók felismerni, hogy mennyire fontos valójában a munkavállalók problémáinak megfelelő kezelése, ami a cég sikerének záloga is egyben. Dolgozatunkban arra törekedtünk, hogy az eddigi, a munka világában jelenlévő lehetőségeket felkutassuk, bemutassuk és javaslatainkkal bővítsük annak érdekében, hogy mindenkiben kellően tudatosuljon a mentális egészség jelentősége.

Kutatásunk során online kérdőívek és személyes interjúk segítségével, valamint felhasznált szakirodalmak alapján leltünk hasznos információkra. Ezeket elemezve és feldolgozva arra következtettünk, hogy az ember teljesítménye rendkívül összefügg a munkahelyén kapott különböző impulzusokkal, amelybe beletartozik az, hogy a munkáltató milyen mértékben és minőségben foglalkozik a munkavállalóival. Továbbákíváncsiak voltunk arra is, hogy a világjárvány felbukkanása milyen hatással volt az egyes vállalatok mentálhigiénés lehetőségeire, illetve, hogy van-e különbség generációk igényei és juttatásai között? Dolgozatunk írásának megkezdésekor feltételeztük, hogy egy nagyobb létszámú cég jobban odafigyel az alkalmazottak igényeire egy kisebb céggel szemben, amit aztán a kutatásunk során bebizonyítottuk, hogy ez ebben a formában nem teljesen igaz.

Meglepetésünkre online kérdőívünkre nagyszámú válasz érkezett. A munkahelyek által nyújtott motivációs lehetőségek sok embert foglalkoztatnak, szívesen nyilatkoznak tapasztalatukról. Az elemzésekből levont következtetések megerősítettek bennünket bizonyos tényekben. A jövőben olyan munkahelyet szeretnénk találni, ahol egy stabil, barátságos környezetben dolgozhatunk, és tudjuk tovább képezni önmagunkat, mindezt úgy, hogy megóvjuk mentális egészségünket. Dolgozatunk megírásával szeretnénk hozzájárulni e téma mélyebb ismertetéséhez, terjesztéséhez, mivel a kutatásunk eredménye is mutatja, hogy ennek elhanyagolása hátrányos következményekkel járhat.

MINTA

SZÉLL NIKOLETT
szellnikolett@hotmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 5. félév
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:
Dr. Szikora Péter
egyetemi docens, OE KGK

A MUNKAHELYI STRESSZ ÉS ZAKLATÁS

A stressz és a zaklatás napjaink egyik leggyakoribb jelenségeinek tudhatóak be. A társadalom fejlődésével együttesen változnak, és számtalan formában vannak jelen. Az elmúlt időszakban egyre nagyobb figyelmet kapott mind a két téma.A stressznek adott esetben rengeteg fajtája és kiváltó okai lehetnek. Dolgozatomban a munkahelyi stressz, annak típusai és hatásai lesznek a fő vizsgálandó területek, s e kérdéskört vizsgálva több elméleti modell is bemutatásra kerül.

A munkahelyi stressz témája igazából azt fedi le, ami a munkahelyen történik, valamint ami a munkát befolyásolja. Ehhez párosul a zaklatás témaköre, ami lehet a munkahelyi stressz esetleges kiváltó oka is.

A zaklatás napjaikban már rengeteg formában megjelenhet, akár szóban, vagy tettlegesen is. Fontos ismertetni azt, hogy voltaképp mi is minősül zaklatásnak. Ennek a negatív cselekedetnek nagyon sok kiváltó oka lehetséges, és következményei is vannak, ezért ilyen esetekben fontos a zaklatót és a zaklatott helyzetét is bemutatni. A zaklatással kapcsolatban fontos tudni, hogy jogilag is felléphetünk ellenne. Tudatában kell lenni annak, hogy miként is védekezhetünk a zaklatónkkal szemben, és hogy milyen jellegű és súlyosságú következményekkel találhatjuk szemben magunkat. Ami a stresszt és a zaklatást is egyaránt jellemzi, hogy fizikai és szellemi hatást is gyakorol az egyénre.

Egyáltalán megszüntethető dolgokról beszélünk? Kik azok, akiket legfőképp érint a munkahelyi stressz vagy a zaklatás? Érdemes-e ilyenkor segítséget kérni? Milyen megoldásokkal lehetséges csökkenteni vagy elkerülni ezeket a jelenségeket?

Rendkívül izgalmas témának találom azt, hogy egy szervezeten belül milyen hatásai vannak a munkahelyi stressznek, és hogy miként hathat ki ez a munkavállalók életére.

A kutatásom fő célja, hogy képet adjak arról, miként is működik egy szervezeten belül a stressz és a zaklatás kezelése, és hogy ezeknek milyen hatásai vannak az egyénre, az elszenvedettre nézve. A kutatásomban arra szeretnék választ találni, hogy mi lehet a kiváltó oka a munkahelyi stressznek és zaklatásnak, és hogy hány %-ban érintettek a magyar munkavállalók. Ezt szakirodalmak, szakcikkek segítségével, valamint primer kutatások eredményeinek a bemutatásán keresztül vizsgálom meg. Ez a dolgozat a stressz és a zaklatás munkahelyen történő hatásait tűzte ki vizsgálandó célnak, azonban nem célja további területek lefedése.

MINTA

ZAGYI-TARNÓCZI BRIGITTA
brigitta.tarnoczi@hotmail.com
Vezetés és szervezés
MA, 2. félév
Soproni Egyetem
Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Kópházi Andrea
egyetemi docens, SOE LKK

A NŐK KARRIERÉPÍTÉSI LEHETŐSÉGEI A MASZKULIN ÉS FEMININ NEMZETI KULTÚRÁKBAN

A nők évtizedek óta negatív diszkriminációval küzdenek a munkaerőpiacon. Nehézségekbe ütköznek egy vezetői pozíció megpályázásakor, a pozícióban való elfogadottságuk tekintetében, valamint a család és karrier dilemmában. A maszkulin társadalmak keménysége és kötöttsége, top-down hierarchiák útvesztője nem könnyíti meg a dolgukat a munka világában. A feminin nemzeti kultúrákban – amit inkább a rugalmasság, a csapatszellem jellemez

– is küzd a női nem a diszkriminációval, azonban ezen kultúrát képviselő országok szervezeti és állami szinten is nagy hangsúlyt fektetnek az egyenlőség elérésére.

Dolgozatom az alapvető fogalmak és szakirodalmi alapok mellett egy összehasonlításon alapul. A maszkulin nemzeti kultúrával rendelkező Magyarország kerül a feminin jellemvonásokat képviselő Svédországgal összehasonlításra. Ez utóbbi már évek óta vezeti az Európai Unió egyenlőséget mérő felméréseinek rangsorát, míg hazánk ezeken a listákon sajnos alul marad.

Célom, hogy kvantitatív és kvalitatív kutatási módszerek segítségével választ kapjak arra, hogy a női-férfi egyenlőtlenségek melyik nemzeti kultúrában hogyan jelennek meg, valamint hogy szervezeti és társadalmi szinten hogyan kezelik a nemek közti egyenlőtlenséget. Kvantitatív kutatásként nagyobb populáció vizsgálatát tűztem ki célul, kérdőívek és számszerű statisztikai adatok segítségével vizsgálom a nemek közti egyenlőtlenségek mértékét, hogy milyen a nők reprezentációja szervezeti szinten, valamint a nők és férfiak juttatásbeli különbségét. Kvalitatív kutatásként HR vezetőket és egy okleveles szakpszichológust szólaltatok meg a munkaadói oldalról, munkavállalói oldalról pedig női közép és felsővezetők tapasztalatait gyűjtöm össze.

Azt találtam, hogy az egyenlőtlenségek mértékének méréséhez elengedhetetlen az ágazatonkénti bontás, mivel az ágazat függvényében kell megoldásokat keresnünk. Megállapítottam továbbá, hogy a nemek közötti egyenlőtlenségek csökkentését nem csak a női oldal támogatásával lehet elérni, szükséges a férfi oldali megközelítés is. Ahogy a nők a karrier és család kettősségének terheivel küzdenek, a férfiak túlterheltek a családfenntartó szerepben és túl kevés idejük van a családapa szerepre. Svédország szociálpolitikája példaértékű a diszkrimináció leküzdésének célkitűzésében. Szankcionálják az egyenlőtlen bánásmódot a munkaerőpiacon, illetve a szabályrendszere jó alapot biztosít a munkavállalók és a munkaadók számára is egy egyenlőbb szervezeti légkör megteremtéséhez.

MINTA

KORBÁCSNÉ RUBÓCZKI ANITA
korbacsne@gmail.com
Emberi erőforrások
MA, 4. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Gergely Éva
egyetemi docens, DE GTK

CSAK MÓDJÁVAL A STRESSZEL! - STRESSZKUTATÁS MUNKAHELYI KÖRNYEZETBEN

A kutatásom célja volt, feltérképezni az általam vizsgált szervezet dolgozóira ható stresszforrásokat, azok mértékét, a munkával való elégedettséget. Empirikus kutatás során kvalitatív módszerekkel vizsgáltam a munkahelyi stressz mértékét és a szubjektív egészségi állapot összefüggéseit. Több módszeren alapuló mérési megközelítést alkalmaztam: önkitöltős kérdőív, esettanulmány, illetve interjú formájában. A kutatás során az alábbi, korábban már validált és hazai kutatásokban sikerrel alkalmazott mérőeszközöket használtam: Észlelt Stressz Kérdőív (Stauder−Konkolÿ, 2006); WHO Általános Jól-lét Skála (Bech et al., 1996), Erőfeszítés-Jutalom-Egyensúlytalanság kérdőív (Siegrist, 1996), valamint a COPSOQ II kérdőív. Eredményeim alapján következtetéseket és javaslatokat fogalmaztam meg, melyek segítségül szolgálhatnak az esetleges problémák kiküszöbölésében, megoldásában. Megállapítható, hogy a stressz mértéke közepes szintű a dolgozók mindennapjaiban. A munkához kapcsolódó stresszorok közül legnagyobb mértékben a mennyiségi és minőségi túlterhelés emelkedik ki. A bizalmi légkör, illetve az együttműködés jó a munkatársak között, azonban közepes a vezetőség és a dolgozók között. A megbecsülés, az elismerés hiánya komoly veszélyforrást jelenthet. A munkavállalók jólléte és elégedettségi szintje alacsony értéket mutat, ami kihat a stresszszintjükre és a teljesítményükre egyaránt. A szervezetek szemszögéből tekintve a dolgozói jóllét és boldogság fontos kell, hogy legyen a minőség, a teljesítmény szempontjából, hiszen a szervezet egyik hatékonysági mutatója. A fejlesztés, az erőforrások növelése tehát mindkét fél érdeke. A vállalat felelősségét elsősorban a munkafolyamatok megszervezésében, a kétirányú kommunikáció megvalósításában, illetve a szakmai elismerések és a hatékony motiváció alkalmazásában látom. A stressz csökkentéséért azonban nem csak a munkahelynek kell tenni. A munkavállaló személyes felelőssége is markánsan megjelenik. A dolgozók pszichés jólléte, a mentális egészség szerves része. A mentális egészség különböző komponensei mögött olyan kompetenciák állnak, amelyek fejleszthetők, javíthatók, erősíthetők. Ennek eredményeképpen jelentősen nőhet a munkavállalók szubjektív jóllét érzete, az élettel való elégedettsége, nevezetesen a boldogság szintje. Azt gondolom, hogy a fenti eredmények vezérfonalként szolgálhatnak a cég számára egy jövőbeli teljeskörű egészségfejlesztő program kidolgozásához.

MUNKA

NAGY VERONIKA
sagarinna@gmail.com
Vezetés és szervezés
MA, 5. félév
Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil Szabó Zsolt Roland
egyetemi docens, SZE KGK

JELENTÉS AZ ÜVEGPLAFON ALÓL: AKADÁLYOK A NŐI KARRIERUTAKON ÉS AZOK LEKÜZDÉSE

Az üvegplafon-hatás – vagyis miért van kevesebb női vezető és miért is keresnek kevesebbet – egy egyre népszerűbb kutatási terület. A tématerület nemzetközi vizsgálatai már közel négy évtizedre nyúlnak vissza, hazánkban csak nemrégen jelentek meg az első publikációk a témában. Továbbá a problémakör a hazai vállalatok gyakorlatában egy megoldatlan jelenség.

Kutatásomban az üvegplafon létezésére, miértjére, okaira és esetleges megoldási javaslataira kerestem a válaszokat, szisztematikus szakirodalom elemzéssel, kérdőíves kutatással és mélyinterjúkkal egyaránt. A nemzetközi szakirodalom vizsgálata során négy fő okozót azonosítottam az üvegplafon-hatás kialakulására: 1.) A nők helyzetének hagyományos társadalmi megítélése; 2.) a munkavégzés jellege; 3.) képzettség és; 4.) vezetői képességek és készségek. Ezek alapján készítettem el a kérdőívemet, amire 216 kitöltő válaszolt (65,3% nő és 34,7% férfi). A kérdőíves kutatás eredményeinek értelmezésére, az összefüggések mélyebb megértése és illusztrálása érdekében öt mélyinterjút készítettem a témában jártas gyakorlati szakemberekkel.

A kutatás feltárta az üvegplafon-hatás létezésének okait és összefüggéseit, így ezek ismeretében megoldási irányokat is felvázol. A dolgozat mind elméleti, mind pedig gyakorlati tanulságokat is megfogalmaz.

MUNKA

TERNYILAOVÁ LAURA
loretta12757@gmail.com
Közgazdaságtan és vállalati menedzsment
MA, 3. félév
Selye János Egyetem

ZSOLNAIOVÁ VIKTÓRIA
126531@student.ujs.sk
Közgazdaságtan és vállalati menedzsment
MA, 3. félév
Selye János Egyetem

Témavezető:
Dr. habil. Ing. Karácsony Péter, PhD.
professzor, SK SJE

KORONAVÍRUS ÉS A MUNKAHELYI STRESSZ KAPCSOLATÁNAK ELEMZÉSE FELVIDÉKEN

A dolgozat célja, hogy felmérjük a koronavírus és a munkahelyi stressz kapcsolatát a Felvidéken. A munkánk 5 fejezetből tevődik össze, 2 táblázatot és 26 ábrát tartalmaz. Az első fejezetekben bemutatásra került a témakörhöz tartozó elméleti keret, amely a későbbiekben a hipotéziseink alapját alkották. A következő fejezetekben összefoglaltuk a munkánk célját, menetét és a primer kutatás módszertanát. A negyedik fejezetben elemzésre kerültek a minta tulajdonságai és a kérdőíves kutatás által kapott további adataink. Az utolsó fejezetben pedig véleményünket, illetve javaslatainkat fejeztük ki. Ez a fejezet tartalmazza eredményeink összegzését és összehasonlítását az elméleti kerettel.

MINTA

VALASEK VIVIEN
vivien.valasek9@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

Témavezető:
Dr. Blaskovics Bálint
egyetemi docens, BCE VTI

MENTÁLHIGIÉNÉS KÉRDÉSEK A PROJEKTMENEDZSMENTBEN

A munkavállalók mentálhigiénéje kiemelten fontos téma mind a munkaadó, mind pedig a dolgozók szempontjából, amelyet a COVID-19 járvány és az ennek következtében bevezetett távmunka tovább erősített. Ez különösen igaz az olyan feszültséggel teli környezetben, mint amilyet a projektek okozta idő-, és felelősségnyomás tud teremteni. Ebből fakadóan a dolgozat központi témája kettős. Egyrészt azt vizsgáltam, hogy a távmunka milyen mentálhigiéniai hatással van a projektekben dolgozókra, másrészt, hogy ugyanazok a mentálhigiénés problémák merülnek-e fel az otthoni munkavégzés alatt, mint a munkahelyen végzett munka során. A következtetések projektben dolgozó szakértőkkel készült félig strukturált mélyinterjúk alapján kerültek megállapításra. A kutatás alapján megállapítható, hogy a leggyakrabban felmerülő mentális problémák a home-office alatt, azok az izolálódás okozta mentális stressz, kiégés első jelei (motiváció hiány, dekoncentráció, kilátástalanság érzése) és az érzelmi labilitás voltak. Az ezekből fakadó hatékonyságcsökkenés tapasztalható volt. Ez azonban jelentős hatással nem volt a projektek sikerességére.

MINTA

Emberi erőforrás - HR-gyakorlatok II.

Elnök:	Dr. Kerekes Kinga	BBTE KGTK
Társelnök:	Dr. habil. Szabó Szilvia	METU KÜT
Tag:	Dr. habil. Piricz Noémi	OE KGK
Tag:	Dr. Ásványi Zsófia	PTE KTK
Tag:	Dr. Bácsi Katalin	BGE PSZK

MTA

PÁSZTÓ VIVIEN
vivien.pasztoova97@gmail.com
Közgazdaságtan és vállalati menedzsment
MSc, 10. félév
Selye János Egyetem

Témavezető:
Dr.habil.Ing. Karácsony Péter, PhD.
egyetemi tanár, SK SJE

A SOKSZÍNŰSÉG MENEDZSMENT VIZSGÁLATA SZERVEZETI SZINTEN

A globalizáció idején a kulturálisan eltérő közösségek közti együttműködés elemzése és megfelelő kezelése a szervezetek hatékony működtetésének és fenntartásának kulcsa. Kutatásom alapköve a kultúra és elemeinek szervezetet befolyásoló következményeinek bemutatása,ezenkívül részletesebben foglalkozom a diverzitás menedzsment tematikájával, előnyeivel és hátrányaival. A kutatás központi célja a munkaerőpiacon megnyilvánuló kulturális sokszínűségből fakadó impulzusok feltárása, ezenfelül a különféle kultúrák kölcsönös kapcsolata következtében felmerülő előnyök és előnytelenségek kimutatása és köztük lévő párhuzam vonása. A vizsgálni kívánt téma világszinten rendkívül hangsúlyos kérdéskör. Nem csupán aktualitása miatt figyelemre méltó, ellenben a hatékony munkahelyi kooperáció érdekében fontos megismerni az esetlegesen más kultúraközi térben dolgozó és rutint szerző munkavállalók szemléletmódját, benyomásait, az együttműködés során szerzett pozitív és negatív tapasztalatait. Célom egy áttekinthető és mindenki számára érthető kép nyújtása volt, mely kapcsán betekintést adunk a munkaerőpiacon lévő, munkaerőt érintő diverzitás menedzsment hatásairól és a kultúra szervezetekre és munkavállalókra bírt befolyásáról. A kérdőíves kutatás hasznos és effektív eredményekkel szolgált. A kutatás gyakorlati részéből származó eredmények és megfogalmazott javaslatok a multinacionális szervezetek számára szolgálhatnak hasznos információval a munkahelyi sokszínűség kezelésében és a negatív tapasztalatok kiaknázásában.

MINTA

KEREKES BOGLÁRKA
bogcsii2000@gmail.com
Emberi erőforrások
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. habil. Csillag Sára
egyetemi docens, BGE PSZK

A TANULÁSI KÖRNYEZET ÉS A HR-GYAKORLATOK ÖSSZEFÜGGÉSEI EGY HAZAI KÖZÉPVÁLLALATNÁL, A COOL AIRCONDITIONAL KFT.-NÉL

Napjainkban egyre inkább előtérbe kerül a tudásalapú gazdaság és az erre épülő tudásalapú társadalom koncepciója, amely a tudásra úgy tekint, mint önálló és létfontosságú termelési tényezőre. Ezen társadalmi-gazdasági háttér alapján a KKV-k munkahelyi tanulási folyamatainak és tanulási környezetének HR-gyakorlatokkal mutatott összefüggéseit aktuális és kutatásra érdemes témának véltem.

Kutatásom fókuszában azért a KKV-k állnak, mert kiemelkedő gazdasági és társadalmi szerepük ellenére még mindig jóval kevesebb kutatás irányul rájuk, mint a nagyvállalatokra. A tanulási környezet fogalma hazánkban kevésbé kutatott terület, a munkahelyi tanulás pedig azért érdekes téma, mert az élethosszig tartó és az élet minden területére kiterjedő tanulásnak ma már egyre meghatározóbb részét képezi a munkahelyi kontextusban történő tanulás.

Kutatási kérdésem ezek alapján a következőként fogalmaztam meg: „Milyen összefüggéseket lehet feltárni a szervezet tanulási környezete és az alkalmazott HR-gyakorlatok között?” Kutatásom célja tehát az volt, hogy feltárjam, hogy a KKV-kban működő sajátos HR-rendszerek hogyan alakítják és befolyásolják az adott szervezet tanulási környezetét, hogyan hatnak annak „expanzív” vagy éppen „korlátozó” jellegére, milyen módon támogatják és ösztönzik a munkahelyi tanulás folyamatát.

Kvalitatív kutatási módszertan keretében egy általam választott KKV néhány vezetőjével és munkavállalójával előre elkészített interjúvázlatok alapján félig strukturált interjúkat készítettem, annak érdekében, hogy mélyebb betekintést kapjak a szervezet tanulási környezetének, munkahelyi tanulási folyamatainak és HR-gyakorlatainak alakulásába.

Kutatási eredményeim azt igazolták, hogy az általam vizsgált szervezetnél a tanulási környezet expanzív, tehát támogató jellegű. A vállalat hangsúlyt fektet a munkavállalók formális és informális módon történő képzésére és fejlesztésére, ösztönzi a tudásteremtést és tudásmegosztást, összességében a tanulást támogató és elismerő munkakörnyezetet biztosít. A vizsgálat alátámasztotta, hogy a szervezetben működő sajátosan kialakult HR-gyakorlatok nagymértékben támogatják és ösztönzik a munkahelyi tanulási folyamatokat, tehát dinamikus a kapcsolat a tanulási környezet és a HR-tevékenység között.

MUTA

KULCSÁR KINGA
kinga005@gmail.com
Emberi erőforrások
BA, 3. félév
Széchenyi István Egyetem
Apáczai Csere János Kar

Témavezető:
Rákosi Szabolcs
tanársegéd, SZE AK

A TOBORZÁS ÉS KIVÁLASZTÁS FOLYAMATAINAK VIZSGÁLATA A 2012-2022 KÖZÖTT OKLEVELET SZERZETT MÉRNÖKÖK KÖRÉBEN

A OTDK dolgozatom témája a toborzás és kiválasztás folyamatainak vizsgálata a diplomával rendelkező mérnökök körében. Azért választottam ezt a témakört, mert tanulmányaim során egyértelművé vált számomra, hogy a szervezetek eredményes gazdálkodásának kritikus feltétele a hatékony humán erőforrás menedzsment. Ugyanakkor a munkavégzés során azt tapasztalom, hogy a HR szakembereknek többet kellene tudnia arról, hogy a munkavállalói oldal hogyan is éli meg ezeket a folyamatokat. Azért döntöttem úgy, hogy a mérnökök tapasztalatait, elvárásait szeretném vizsgálni, mert rendkívül keresett, magas hozzáadott értéket képviselő szakemberekről van szó, akiknek minél hatékonyabb kiválasztása, fontos feltétele a cégek és a teljes nemzetgazdaság hatékony működésének. Ezenfelül a dolgozatomban részletesen bemutatom a toborzás és kiválasztás elméleti hátterét, folyamatait és a módszereit. Külön hangsúlyt fektetve az e-toborzás vizsgálatára. A dolgozatomban azt vizsgálom, hogy az álláskeresőket mennyire befolyásolja az álláshirdetés minősége és az interjúztató személye, illetve melyek azok a tényezők, amik elriaszthatják a jelentkezőket az adott álláslehetőségtől. Ezért a kérdőívemet is e kérdések mentén építettem fel. A szakirodalmi áttekintés és a kérdőívek részletes elemzése után, gyakorlatban is kiválóan alkalmazható javaslatokat fogalmazok meg a toborzással és kiválasztással foglalkozó HR szakemberek és az önálló HR részleggel nem rendelkező vezetők számára, akik maguk végzik a toborzás és kiválasztás folyamatait.

MINTA

KISS DOROTTYA
kiss.dorottya97@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 5. félév
Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Gyurián Nagy Nikolett
egyetemi adjunktus, SZE KGK

A TOBORZÁS-KIVÁLASZTÁS NEHÉZSÉGEI A KORONAVÍRUS IDEJÉN

A COVID–19-járvány egy globális, társadalmi méretű humán, fizikai és gazdasági válság kialakulását hozta magával, ami korábban nem tapasztalt méretű negatív hatással van az egyes nemzetgazdaságokra, ezen belül a munkaerőpiacokra. A vírus terjedése zavart, bizonytalanságot okoz minden szervezetben, emellett jelentős kihívást jelent számukra. A koronavírus járvány hatására, illetve a gazdasági és a munkaerőpiaci helyzet átalakulása miatt a Humán Erőforrás Menedzsmentnek is reagálnia kellett a változásokra, amely bizonyos tevékenységek megváltozásához, vagy teljes átalakulásához vezetett. A folyamatok átalakulása mellett pedig számos új kihívás jelent meg a szervezetek, valamint a humán erőforrással foglalkozó szakemberek számára.

Dolgozatom témájaként a toborzás-kiválasztás nehézségeinek vizsgálatát választottam a koronavírus idején. Témaválasztásomat a jelenlegi munkaerőpiaci helyzet és a munkám során jelentkezett kivások ihlették. Mindennapjaim során folyamatosan szembesülök azzal, hogy a vírus hatására a munkavállalók munkahelyváltási hajlandósága lecsökkent és a folyamatos bizonytalanságok miatt egy-egy megüresedett pozíció betöltése mennyi időt vesz igénybe.

Dolgozatom megírásával azt a célt tűztem ki magam elé, hogy feltérképezzem, a Győr-Moson-Sopron megyében tevékenykedő multinacionális vállalatok humán erőforrás szakemberei miként reagáltak a jelenlegi helyzetre, milyen nehézségekkel kellett megküzdeniük a toborzás-kiválasztás kapcsán, illetve, átalakultak-e a toborzás-kiválasztási folyamataik. Ahhoz, hogy a témáról pontosabb képet kaphassak szekunder kutatás keretében áttanulmányoztam megannyi rendelkezésemre álló szakirodalmat és kutatási jelentést. Primer kutatásom keretében a humán erőforrás területén dolgozó szakemberekkel vettem fel a kapcsolatot, hogy szélesebb körben jussak információhoz az általam választott témáról.

MTA

GALAJDA ESZTER
galajda.eszter@t-online.hu
Emberi erőforrások
BSc, 7. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Siposné Dr. Nándori Eszter
egyetemi docens, ME GTK

GIMNÁZIUMI TANÁROK A PEDAGÓGUS MINŐSÍTÉSI RENDSZERBEN

Egy ország versenyképessége szempontjából az oktatási rendszer sikeressége döntő fontossággal bír, az oktatás minőségét pedig nagyban befolyásolja a benne tanító pedagógusok helyzete. Ezért nem véletlen, hogy sok figyelem irányult rá az elmúlt években és pálya többször is társadalmi, politikai és szakmai viták kereszttüzébe került.

Az oktatás területén belül a köznevelés rendszerében napjainkban egy rendkívül dinamikus és komplex változás figyelhető meg, aminek a leglátványosabb és legnagyszabásúbb eleme a 2013-ban bevezetett pedagógus életpályamodell, egy összetett HR-eszköz a tanárok teljesítményértékelésének a megoldására. A vizsgálatom fókuszában az állami fenntartású gimnáziumok és az ezekben dolgozó tanárok állnak, mivel a más oktatási intézmények pedagógusaira más szabályok és más körülmények lehetnek érvényesek.

A minősítési rendszer az életpályamodell központ eleme, így ennek vizsgálatával kiderülnek, hogy ennek a speciális teljesítményértékelő rendszernek mik az előnyei és hátrányai, és hogy a bevezetése a tanárokra milyen hatással van olyan területeken, mint például a bér, motiváció, munka minősége, a pedagógusok száma és korösszetétele.

A kutatáshoz egyrészt statisztikai adatokat elemeztem, főleg olyan adatoknál, mint a pedagógusok létszáma és a bérezésük, továbbá egyéni interjúkat is készítettem, összesen hét darabot. Ahhoz, hogy minél több szemszögből tudjam vizsgálni az életpályamodellel és a pedagógus minősítésekkel kapcsolatos véleményeket, a megkérdezettek összetételét a következőképpen választottam ki: három fő igazgatósági tag; aki rendszeresen minősít másokat is, így mindkét oldalról rálátása van a rendszerre; két régebb óta a pályán dolgozó, magasabb szinten levő tanár; illetve két pályakezdő. Az interjúk során olyan témákról beszéltünk, mint a pályához való hozzáállás és a minősítésről való vélemény.

MINTA

NYÍRŐ ALEXANDRA
nyiro.alexandra@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 3. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Sipos Norbert
adjunktus, PTE KTK

MIBŐL LESZ A CSEREBOGÁR? – FELSŐOKTATÁSI TEHETSÉGMENEDZSMENT PUHA KÖTÉSBEN, AVAGY A SOFT SKILLEK KIEMELKEDŐ SZEREPE

A Bologna rendszer 2005-ös bevezetésének következtében átalakult a magyarországi felsőoktatás és egy újfajta, ciklusos képzési szerkezet alakult ki. A korábbi rendszerben akár 5-6 év is szükséges volt egy felsőfokú képzettség megszerzéséhez, amihez ma már elegendő 3 év. A képzés átalakulása felveti a kérdést a munkaerőpiaci oldalon, vajon elegendő (szakmai) tudással rendelkeznek-e a frissen végzett álláskeresők? A kritikus kérdés hasonló problémát okoz hallgatói oldalon is, vajon elég lesz az a 3-4 év arra, hogy a megfelelő mennyiségű és minőségű tudást szerezzenek meg? Az idő rövidsége és a munkaerőpiaci elvárások miatt különösen fontos figyelmet fordítani arra, hogy a hallgatóknak a kötelező tantervi követelményeken és kritériumokon túl legyenek olyan lehetőségeik, amelyek a hard skillek megszerzése mellett hozzásegíti őket a soft skillek megszerzésére és fejlesztésére, melynek kiváló táptalaja lehet a felsőoktatási tehetségmenedzsment.

A kutatás célja a soft skillek jelentőségének megvizsgálása és azonosítása, különösen azon felsőoktatási képzésben résztvevő hallgatók esetében, akik az alapképzésük után rögtön szándékoznak munkavállalóvá válni. Ennek érdekében 2 különböző csoportot alakítok ki; az egyik csoportot azon hallgatók alkotják, akik a kötelező tantervi előírásokon túl olyan extra tevékenységeket végeznek melyek a soft skillek fejlődését erősen elősegítik, míg a másik csoportba azok a hallgatók kerülnek, akik nem végeznek ilyen tevékenységet. A 2 csoport tagjainak soft skillek közötti különbségeinek, vagy éppen hasonlóságainak megvizsgálása adhat megerősítést a felsőoktatási tehetségmenedzsment szükségességére és létjogosultságára. A kutatás során online kérdőív segítségével kérdeztük ki a hallgatókat.

A fogadott válaszok alapján eredményként erős kapcsolatot véltünk felfedezni a tehetséggondozás és a tehetséggondozott hallgatók meglévő soft skilljei között. Megerősítést kaptunk arról is, hogy jelentős különbség van az extra tevékenységet végző hallgatók fejleszteni kívánt soft skilljei és a tehetséggondozásból kimaradt hallgatók soft skilljei között.

MUNKA

Emberi erőforrás - Munkaerőpiac - A pandémia hatásai

Elnök:	Dr. Dőry Tibor	SZE KGK
Társelnök:	Dr. Csillag Sára	BGE PSZK
Tag:	Dr. Alpár Vera Noémi	KRE GESzK
Tag:	Dr. Szabó-Bálint Brigitta	PTE KTK
Tag:	Dr. Szabó Tibor	BME GTK

MINTA

SZAKOS RÉKA
szakos.reka@gmail.com
Emberi erőforrások
BSc, 7. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Lipták Katalin
egyetemi docens, ME GTK
Dr. Kincses Áron
egyetemi docens, ME GTK

A COVID-19 HATÁSA A MUNKAVÉGZÉS FORMÁIRA

A folyamatos technikai fejlődés és a digitalizáció hatására a munkavégzés módjai is változnak. Ezáltal lehetőség nyílik arra, hogy a munkavállalók már nem csak helyben, a munkáltató telephelyén vagy kirendeltségén végezzék el a munkájukat, hanem akár otthonról is. A Covid-19 járvány megjelenésének és a világszintű elterjedésének számos negatív és korlátozó hatása lett az életünkre nézve, viszont elősegítette a távmunka, otthoni munkavégzés térhódítását. Sajnos nem minden munkakörnél valósítható meg a távmunka, ezért továbbra is mérsékelt számú munkavállaló dolgozhat ebben a munkavégzési formában. Természetesen, mint minden dolognak, a távmunkának is nagyon sok előnye és hátránya is van. Ezeknek ismeretében az adott munkavállalónak és munkáltatónak szükséges mérlegelnie, hogy számára mi a megfelelő.

A Covid-19 vírus megjelenésének hatására Magyarországon majdnem háromszorosára nőtt a rendszeresen távmunkában dolgozók száma 2019-ről 2020-ra. Lényeges, hogy nem csak a távmunkára volt és van hatással a Covid-19 vírus, hanem más munkavégzési formákra és alapvetően a foglalkoztatásra is. Közel 40000-rel több munkavállaló vált munkanélkülivé 2020-ra 2019-hez viszonyítva. Ennek oka a pandémia idejében a turizmus, vendéglátás és idegenforgalom majdnem teljes mértékű leállásában keresendő. Hogy milyen hosszútávú következményei lesznek a világjárványnak? Mikor térhetünk vissza a korábbi, járvány előtti, megszokott életünkhöz? Ezek a leggyakrabban feltett kérdések mostanság, viszont még a szakembereknek sincs közösen elfogadott válaszuk ezekre. Valószínűleg az életünk már soha nem lesz ugyanolyan, mint korábban, mivel megmaradnak a pandémia során létrejött új szokások, újítások. Dolgozatom célja a járvány hatásainak elemzése elméleti síkon és egy vállalati példán keresztül. Saját kutatásom során vállalati munkavállalókkal végeztem interjúkat, ahol szerettem volna megtudni, hogy ők hogyan is élik meg az otthoni és hibrid munkavégzést, milyen előnyökkel és hátrányokkal találkoznak. A dolgozatom hipotézise, hogy a munkavégzési mód befolyásolja a munkahelyválasztási preferenciákat. Az interjúalanyok válaszai alapján pedig beigazolódott ez az állítás, mivel elmondásuk szerint a jövőben is meghatározó lesz számukra ez a tényező. Valószínűsíthető, hogy ez a legtöbb munkavállalóra is igaz lesz a továbbiakban.

Dolgozatom végén pedig javaslatokat tettem, amelyekkel segíteni szeretném a munkáltatókat.

MINTA

SÜLE ÁKOS
sule.akos@heller.uni-corvinus.hu
Emberi erőforrások
BSc, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Dr. Bácsi Katalin
egyetemi adjunktus, BCE VTI

A COVID-19 JÁRVÁNY ALATT BEVEZETETT VÁLLALATI HRM INTÉZKEDÉSEK ÉS AZOK MUNKAVÁLLALÓKRA, MUNKAVÉGZÉSRE GYAKOROLT HATÁSAI

A Covid-19 járvány hatalmas mértékű gazdasági visszaesést okozott a világban és az életünknek minden területét átformálta. Mivel a járvány központjában az emberek és az ő fizikai, illetve mentális egészségük áll, a vállalatok HR osztályainak feladatai jelentősen megnövekedtek és átalakultak. A változások sok nehézséggel járnak, de új lehetőségeket is rejtenek magukban. Annak érdekében, hogy ezekkel a lehetőségekkel élni tudjunk fontos, hogy alapos képet kapjunk a járványidőszak jellegzetességeiről. A kutatás célja, hogy a vállalati HRM tevékenységeket és azok munkavállalókra, munkavégzésre gyakorolt hatásait vizsgálja. Ehhez szisztematikus irodalmi áttekintést, deduktív és induktív kérdőívelemzést végzek el. Az eredmények azt mutatják, hogy az intézkedések és hatások fő csoportjai a távmunkavégzés, digitalizáció, kommunikáció erősödése, fizikai- és mentális egészségmegőrző intézkedések. A kutatás eredményei alapján az a következtetés vonható le, hogy a HRM irodalomban kevés hangsúlyt kap a fizikai egészségvédelem, és ezáltal a kékgalléros munkavállalók menedzsmentje, míg a vállalatok a mentális egészség biztosítására és a motiváció fenntartására fordítanak kevesebb figyelmet a járvány alatt. Az akadémikusoknak és a vállalati menedzsmentnek a jövőben ezekre a területekre érdemes lehet nagyobb hangsúlyt fektetniük.

MINTA

MAKLÁRI ESZTER
eszter.maklari@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 7. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Béresné Dr. Mártha Bernadett
adjunktus, DE GTK

A COVID-19-JÁRVÁNY GAZDASÁGI ÉS FOGLALKOZTATÁSI HATÁSAINAK BEMUTATÁSA SZABOLCS-SZATMÁR-BEREG MEGYE GÉPJÁRMŰ- ÉS AUTÓALKATRÉSZ-KERESKEDÉSSEL, VALAMINT GUMIABRONCSGYÁRTÁSSAL FOGLALKOZÓ VÁLLALATAINAK KÖRÉBEN

2020 novembere óta kutatom a Covid-19-járvány foglalkoztatási és gazdasági hatásait a gépjármű- és alkatrész-kereskedelemben, valamint gumiabroncsgyártásban résztvevő vállalkozásokra koncentrálva. A kutatómunkám során a célom az volt, hogy felmérjem, a Covid-19-járvány az említett iparágban milyen gazdasági és foglalkoztatási hatásokat okozott a 2020 márciusa és 2020 novembere közötti időszakban az Európai Unióban, Magyarországon és azon belül Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében. A kutatómunkám kezdetén megfogalmazott hipotéziseim bizonyítására, avagy cáfolására szekunder és primer kutatást végeztem. A szekunder adatgyűjtés során főként a Covid-19-járványnak az Európai Unió és hazánk munkaerőpiacán megjelenő azon hatásairól informálódtam, amelyek a munkaadók és alkalmazottainak mindennapjaiban a legnagyobb változást okozták. Emellett kitértem a nemzetgazdaságok különböző szektoraiban a 2020-as évben bekövetkezett gazdasági átalakulási folyamatokra is. A primer kutatási eljárások közül a kérdőíves megkérdezést alkalmaztam. A kérdőíveket az EMIS 2019-es adatbázisában a 441-es (gépjármű- és alkatrész-kereskedés) és a 4231-es (közúti jármű- és alkatrész-nagykereskedelem) NAICS-kóddal és Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei székhellyel rendelkező vállalatok gazdasági vezetőinek és munkavállalóinak juttattam el. Emellett ezen vállalkozások beszámolóiban szereplő adatokból mutatószámokat képeztem, és ezek segítségével vizsgáltam a koronavírus okozta változásokat országos és megyei szinten. Végül értékeltem a megfogalmazott hipotéziseimet, és az iparágban tevékenykedő vállalatok vezetői számára következtetéseket és javaslatokat fogalmaztam meg. Tettem mindezeket annak érdekében, hogy elérhetővé váljon az elemzett iparában tevékenykedő vállalkozások vezetői számára a jövőben döntéseik megalapozásához, alátámasztásához egy olyan munkaanyag, mely talán segítheti őket mindennapjaikban.

MINTA

VARGA MÁTYÁS ZSOLT
matyas.varga@stud.uni-corvinus.hu
Nemzetközi gazdálkodás
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Kerékgyártó Gábor
tud. segédmunkatárs, BCE VFI

A FIATALOK FOGLALKOZTATÁSA A JÁRVÁNY ÁRNYÉKÁBAN

2020 március negyedikén bejelentették, hogy megtalálták Magyarországon az első kettő koronavírusos beteget. Március 11-én Gulyás Gergely, a miniszterelnökséget vezető miniszter bejelentette, hogy a Kormány bevezeti az országos vészhelyzetet, amivel egyetemben intézménylátogatási tilalmat rendeltek el az egyetemeken, valamint kiürítették a kollégiumokat.

Az intézkedéseknek szinte azonnali hatása volt. Bár sikeresen elfojtották a járvány első hullámát, ám jelentős gazdasági visszaesést is okoztak.

Azóta eltelt több év, hosszabb idősor statisztikai adatai váltak elérhetővé. Bár mindenki a koronavírusra adott első reakciók időszakára emlékszik, a helyzet hosszútávon közel sem volt olyan drasztikus. Az első hullám idején bevezetett korlátozások több szakértő szerint is súlyosabban érintették a 2008-2010-es válságnál a munkaerőpiacot és a cégek árbevételét (Köllő & Reizer, 2021), azonban a koronavírus járvány eddigi – 2021 év végéig bezárólag – időszakát átfogó elemzés mást mutat a munkaerőpiacon.

A dolgozatommal elsődleges célom az volt, hogy bemutassam a járvány munkaerőpiaci hatását a fiatalok – 15-24 évesek – foglalkoztatására, valamint a hatás nagyságrendjéhez hátteret biztosítsak a 2009-től 2019-ig tartó időszak bemutatásával, mind hazánkban mind az Európai Unióban.

A kutatás fő módszertana szekunder kutatás volt, az Eurostat, KSH valamint az OECD adatai alapján. Az adatokból, ahol szükségszerű volt saját számításokat végeztem. Jellemzően a 2009-2021 közötti éves és negyedéves reprezentatív munkaerőpiaci-felmérés (LFS) nyilvános adatait használtam.

A dolgozatomnak két fontos eredménye volt. Magyarországon a fiatalok foglalkoztatásának növekedése csak úgy érhető el, ha atipikus, részmunkaidős – azaz heti 36 órát nem meghaladó –, néha otthonról végezhető munkalehetőséget tudunk nyújtani számukra. A másik fő eredmény annak a kimutatása volt, hogy az egyetemlátogatás tiltásának valamint a kollégiumok bezárásának hatására a tanuló és dolgozó fiatalok nagy arányának elkellett hagyni a munkahelyét, mivel a „hazaköltözés” miatt nem tudtak részt venni a munkájukban.

MTA

TÓTH DORINA ANIKÓ
dorinatoth30@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 7. félév
Soproni Egyetem
Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Keresztes Gábor
egyetemi docens, SOE LKK
Dr. Paár Dávid
egyetemi docens, SOE LKK

A TÁVMUNKA JELENE ÉS JÖVŐJE

Dolgozatomban a távmunka jelenével és jövőjével kapcsolatban végzek kutatást. Témám aktualitását a munka világában végbe ment drasztikus változások indokolják, célom, a távmunka jelenére és jövőjére vonatkozó aspektusok vizsgálata elméleti és gyakorlati oldalról egyaránt.

A szakirodalmi feldolgozásom hazai és nemzetközi forrásokon alapul, melyben kitérek a munka világában végbement változásokra és a távmunka eredetének bemutatására, megvizsgálom a távmunka típusait, előnyeit, hátrányait, valamint azon témakört, hogy mi a különbség a távmunka és a home office között. Ezen kívül feltárom a távmunka jelenlegi helyzetét, és azon kérdéseket, melyek még szabályozásra várnak.

Kutatásom második felében az önálló kutatásomra térek rá, melyben több kutatási módszertant is alkalmazok. A két kutatási módszertan során feltett kérdések mindegyike összhangban van egymással, melynek azért van kimondottan nagy jelentősége, hogy a vizsgált témakört a lehető legszélesebb körben kutatni tudjam. A vizsgálatom egyik fő kérdésvonulata, hogy miként élték meg a munkáltatók és a munkavállalók a koronavírus okozta kényszertávmunka időszakát, milyen pozitívumokat és negatívumokat tudnak ezzel kapcsolatban felhozni. A vizsgálatom másik nagy kérdése, hogy a felmérésben résztvevők mit gondolnak a távmunka, és a munka világának a jövőjéről, a személyes és az otthoni munkavégzés viszonyáról. A kvantitatív kutatási módszertan segítségével egy kérdőíves felmérést végzek a munkavállalók körében az előbb említett főbb témaköröket érintve. A kérdőív kiértékelésénél egyaránt alkalmazok alacsonyabb szintű statisztikai kiértékelési módszereket és magasabb szintű statisztikai módszereket, melyekkel célom, hogy az előzetesen megfogalmazott hipotéziseket alátámasszam vagy megcáfoljam. A munkáltatói oldal nézeteinek feltárására a mélyinterjús kvalitatív kutatási módszertant alkalmazom.

Vizsgálatom előzetes eredményeként azt vártam, hogy mind a vállalatok, mind a munkavállalók a körülményekhez képest jól alkalmazkodtak a kialakult helyzethez. Ezen kívül előzetes kutatási eredményként számítottam arra a következtetésre, miszerint a hibrid munkavégzési forma lesz a jövő, mely számos előnnyel jár mind a munkavállalók, mind a munkáltatók számára. Kutatásom eredményeként elmondható, hogy várakozásaim beigazolódtak, mely következtetéseket statisztikai elemzésekkel is alá tudok támasztani.

MINTA

KOVÁCS LÍVIA
livcke@gmail.com
Emberi erőforrások
BSc, 7. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Varga Krisztina
adjunktus, ME GTK

A TÁVMUNKAVÉGZÉS LEHETŐSÉGÉNEK ALAKULÁSA MAGYARORSZÁGON A PANDÉMIA HATÁSÁRA

A 21. század innovációit, digitális fejlődését a munkaerőpiacnak is rendkívül gyors és dinamikus alkalmazkodással kell lekövetnie. Úgy gondolom, hogy a távmunkavégzés elterjedése és egyre népszerűbbé válása a digitális technológia tárházának bővülésével és az irodaházak területének korlátaival már a küszöbön volt, a 2020-as pandémiát megelőző években is. Feltételezésem szerint a nagyvállalatok egy része már kereste a megoldást arra, hogy munkavállalóit teljes egészében vagy részeben egy a hétköznapitól eltérő, rugalmas modell szerint foglalkoztathassa. Célom, hogy feltérképezzem a távmunkavégzésben rejlő lehetőségeket, megoldandó kérdéseket a munkáltató és a munkavállaló szemszögéből egyaránt. Szeretném megismerni és ismertetni a munkavállalói és a munkáltatói oldal tapasztalatait, álláspontjait a távmunkavégzést illetően. Szeretném megismerni azokat a nehézségeket, melyek a munkáltatói és a munkavállalói oldalon felmerülnek a távmunkavégzéssel kapcsolatban. Úgy gondolom, hogy annak ellenére, hogy az új típusú koronavírus járvány egy átmeneti időszakot hozott a munkaerőpiacon, hatásai már másfél év távlatából is szemmel láthatóak, így érdemes és kell is vizsgálni azokat. Szeretném bemutatni, hogy milyen változások mentek végbe a munkaerőpiacon a távmunkavégzés lehetőségeit illetően a pandémia hatására. Feltételezésem szerint, a pandémia adta kényszerhelyzet előrelendítette a munkavállalók lehetőségeit a távmunkavégzést illetően.

Primer kutatásom során a munkáltatói és a munkavállalói oldal álláspontjait és tapasztalatait is vizsgáltam. A két nézőpont vizsgálatához két különböző kutatási módszert választottam, ennek oka, hogy míg a munkavállalói oldalon inkább trendeket és mintákat szerettem volna felfedezni, a munkáltatói oldalon egy-egy vállalat távmunkával kapcsolatos stratégiáját részletekbe menően szerettem volna megismerni. Így a munkáltatói oldalt kvalitatív, míg a munkavállalói oldalt kvantitatív módszerrel vizsgáltam.A munkáltatói oldal vizsgálata során a primer kutatásom kiegészítéseként szekunder forrásként felhasználtam a HR Portal 2020. nyarán készült „HR vezetők a rendkívüli helyzetben” című sorozatát. A kutatásom igazolja, hogy a távmunka bevezetéséhez elengedhetetlenek a következő feltételek:

- a munkáltató és a munkavállaló közötti bizalom
- megfelelő kommunikációs csatornák elérhetősége
- a távmunkához szükséges eszközök és technikai feltételek

MINTA

NAGY ZSELYKE
1nagyzselyke@gmail.com
Emberi erőforrások
BA, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. Szászvári Karina Ágnes PhD
egyetemi docens, BGE PSZK

COVID-19 HATÁSA A KARRIERELKÉPZELÉSEKRE A VENDÉGLÁTÓIPARBAN

Kutatásomat az ihlette, hogy jobban megismerjem a vendéglátásban dolgozók karrierről alkotott elképzeléseit és annak változásait a Covid-19 miatt bekövetkezett lezárások és korlátozások hatására. Korábban én is dolgoztam vendéglátó egységben, így jobban beleláthattam annak működésébe, és ezért szeretném még jobban megismerni az ott dolgozók karrierrel kapcsolatos elképzeléseit és a jövőre vonatkozó terveit. Kutatásom a vendéglátásban dolgozók karrierelképzeléseivel illetve a COVID-19-nek a karrierdöntésekre gyakorolt hatásával foglalkozik.

Érdekel, hogy a pandémia hogyan befolyásolja a vendéglátásban dolgozók karrierjét és elképzeléseit. Feltételezem, hogy akik igazán szeretik a hivatásukat és elkötelezettek a szakma iránt, kevesebb valószínűséggel váltanak vagy hagyják el a vendéglátást, mint azok, akik kevésbé kötődnek hozzá. Kutatásommal ezt a feltételezést vizsgálom.

A dolgozatom elméleti részében a karrier fogalmát járom körbe - mind hagyományos, mind modern értelmezés alapján - majd az ezzel kapcsolatos elméleteket vázolom fel részletesebben. A karriersiker definícióját szubjektív és objektív nézőpontból is vizsgálom, és kitérek a formaváltó és határváltó karriermegközelítésekre is. A személyiségfejlődés modelljét összevetem a karrier fejlődésével, majd az elméleti rész zárásaként a karrierelhagyás különféle okait ismertetem.

Kutatásom feltáró jellegű, ezért kvalitatív módszertant használtam. A karrierrel kapcsolatos vélekedéseknek és a pandémiának a karrierre gyakorolt hatásainak feltárása érdekében interjúkat készítettem a vendéglátóiparban dolgozó tulajdonosokkal, illetve alkalmazottakkal, vezetőkkel, és beosztottakkal.

Az eredményeim azt valószínűsítik, hogy akik mély szakmai elkötelezettségről számolnak be, azok továbbra is kitartanak a szakmájuk illetve karrierjük mellett és bizakodóak a jövővel szemben. Ugyanakkor a nagyobb munkatapasztalattal rendelkezők a karrierjük feletti csökkent befolyás élményéről számolnak be, de az elmúlt időszak nehézségein felülkerekedtek és megerősödtek, így várhatóan kitartanak a választott karrierjük mellett.

KAVAS KATALIN
katalin.kavas@stud.uni-corvinus.hu
Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
MA, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtan Intézet

Témavezető:
Dr. Vincze János
egyetemi tanár, BCE KTI

HATÁSSAL VOLTAK-E A KORONAVÍRUS-JÁRVÁNY NYOMÁN BEVEZETETT SZIGORÍTÁSI INTÉZKEDÉSEK A MUNKANÉLKÜLISÉGRE EURÓPÁBAN?

Dolgozatom a koronavírus-járvány nyomán bevezetett szigorítási intézkedések munkaerőpiaci hatására fókuszál. A kutatás során az Amerikai Egyesült Államok államaira vonatkozó eredményekből kiindulva 31 európai ország esetén megvizsgáltam a világjárvány kezelésére irányuló intézkedések 2020-as munkanélküliségi rátára kifejtett hatását. A vizsgálatot az Oxfordi Egyetem korlátozási indexének segítségével, regressziós módszereket alkalmazva végeztem el.

A szakirodalomban gyakran alkalmazott éves adatokra épülő egyszerű regressziós módszer intuíció-ellenes eredményre vezetett, ezért vizsgálatomat kibővítettem a megbetegedések előrejelzésében gyakran alkalmazott panelregressziós becsléssel. A havi gyakoriságú adatokon végzett panelregresszió eredménye már megerősítette a korábbi eredményeket, miszerint a korlátozások szigorításával növekszik a munkanélküliség is. A paneladatok azonban szignifikáns országhatásokat tükröztek, amelyek az európai országok eltérő járványkezeléséből és a fiskális intézkedések eltérő szintjéből eredhettek.

Mivel a fiskális támogatások és a korlátozási index között valószínűsíthető a pozitív korreláció, így ezt követően megvizsgáltam a korlátozási indexet alkotó mutatókat a hagyományos statisztikai elemzésektől eltérő, gépi tanulási szemléletű módszer segítségével. A gépi tanulás módszerének alkalmazása lehetővé tette a szigorítási intézkedéseket komponenseinek mélyre hatóbb vizsgálatát és szelekcióját is, amely arra az eredményre vezetett, hogy a meglehetősen országspecifikus és a korábban nemigen vizsgált „nyilvános tájékoztató kampányok szintje” mutató segítségével jelezhető elő a legjobban a munkanélküliségi ráta alakulása a korlátozási index mutatói közül.

MTA

GREUTTER ZOLTÁN GERGELY
czola86@gmail.com
Emberi erőforrások
MA, 4. félév
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

Témavezető:
Dr. habil. Varga Erika
egyetemi docens, MATE VFGI

KLASSZIKUS MUNKAVÉGZÉSI FORMÁK VÁLTOZÁSA A COVID -19 PANDÉMIA KÖVETKEZTÉBEN

Magyarországon a COVID-19 járvány megjelenése előtt csak a munkavállalók szűk rétegének volt elérhető az otthoni munkavégzés. A pandémia robbanásszerű betörésével szinte egyik napról a másikra kellett a korábban megszokott napi rutinunkat megváltoztatni. Munkavállalók százezrei kényszerültek otthonukból, otthonuk egy részéből munkahelyet teremteni. Ez a hirtelen jött változás jelentős hatást gyakorolt munka-magánélet egyensúlyra is.

Szakirodalmi áttekintésemben összeszedtem a témával kapcsolatos legfontosabb tudnivalókat, fogalmakat, definíciókat a home office előnyeit és hátrányait munkáltatói és munkaadói szemszögből is. A dolgozatom és kutatásom célja az volt, hogy megvizsgáljam home office típusú munkavégzés hatására hogyan változott a munkavállaló munka-magánéletének egyensúlya. A magyar- és angol nyelvű szakirodalom és internetes források mélyreható vizsgálatát követően megterveztem a saját primer kutatásomat, majd 3 hipotézist fogalmaztam meg. Az első hipotézisem vizsgálatához fókuszcsoportos interjút készítettem. Az interjú kiértékelését követően a felállított hipotézisemet elvetettem, melynek értelmében megállapítható, hogy az a munkáltató/munkavállaló, aki a járvány alatt home office-ban dolgozott, a járvány után kevésbé szívesen dolgozna továbbra is otthonról. A másik két hipotézisvizsgálatomhoz kvantitatív módszert alkalmaztam, azon belül online kérdőíves vizsgálatot végeztem. A kapott eredményeket statisztikai módszerekkel, SPSS programmal elemeztem. A H2 hipotézisemet alátámasztottam, miszerint az idősebb generáció tagjai elégedettebbek a munka-magánélet egyensúlyukkal. A nők és a férfiak összehasonlításában két szerző egymástól eltérő véleményt fogalmazott meg, ezért az ő véleményük ütköztetése céljából elvégeztem én is a saját vizsgálatomat, azonban az alacsony mintaszám miatt statisztikailag nem igazolható eredményt kaptam, ezért a H3 hipotézisemet elvetettem. További megállapításom, hogy a munkavállaló munka-magánélet egyensúlytát jelentősen befolyásolja az a tényező is, hogy hány gyermekkel él együtt közös háztartásban.

A kutatási eredményeim a munkaerőpiaci szereplők számára lehetnek hasznosak. A dolgozatom végén megfogalmaztam néhány jótanácsot azok számára, akik nem elégedettek a munka-magánélet egyensúlyukkal és szeretnének rajta javítani.

MUNIA

Emberi erőforrás - Munkaerőpiac - Munkaerőpiaci kihívások

Elnök:	Dr. Dőry Tibor	SZE KGK
Társelnök:	Dr. Csillag Sára	BGE PSZK
Tag:	Dr. Alpár Vera Noémi	KRE GESzK
Tag:	Dr. Szabó-Bálint Brigitta	PTE KTK
Tag:	Dr. Szabó Tibor	BME GTK

MINTA

SZÉKELY HANNA BORBÁLA
hanna.szekely991@gmail.com
Emberi erőforrások
MA, 2. félév
Eötvös Loránd Tudományegyetem
Pedagógiai és Pszichológiai Kar

Témavezető:
Csehné Dr. habil. Papp Imola
egyetemi docens, ELTE PPK

A GYERMEKVÉDELMI RENDSZERBŐL KIKERÜLŐ FIATALOK MUNKAERŐPIACI HELYZETE

Dolgozatom témájaként a gyermekvédelmi rendszerből kikerülő fiatalok munkaerőpiaci esélyeit vizsgálom, a velük közvetetten és közvetlenül foglalkozó szakemberek szemszögéből. Kutatásom során górcső alá veszem az érintett fiatalok jövőképét és lehetőségeit a hazai munkaerőpiac tükrében, figyelembe véve a hátrányos helyzetű fiatalok ilyen speciális csoportjának állami gondoskodásban töltött előéletét és azzal szorosan összefüggő egyéb dimenziókat. Dolgozatomban bemutatásra kerül ezen fiatalok helyzetének ismertetése és lehetséges intervenciós-korrekciós intézkedések javaslata, mint emberi erőforrás fejlesztési lehetőség. Sorra veszem a hazai és külföldi releváns szakirodalmak álláspontját, melyek kutatásom elméleti, értelmezési alapját adták, illetve segítségül szolgáltak kutatási kérdéseim felállításában, az ezek vizsgálatára készült interjú kérdések megfogalmazásában. Empirikus kutatásom célja pedig a megkérdezett szakemberek meglátásaival kiegészülve komplex képet festeni az állami gondoskodásból kikerülő fiatalok helyzetéről, munkaerőpiaci sikerességük esélyeiről és ezek fejlesztési lehetőségéről.

MINTA

HAJDU REBEKA
hajdurebi17@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:
Dr. Vágány Judit Bernadett PhD
főiskolai tanár, BGE KVIK

A PÁLYAKEZDŐ FIATALOK ELHELYEZKEDÉSI LEHETŐSÉGEI MAGYARORSZÁGON. A MUNKAERŐPIACON ELVÁRT KOMPETENCIÁK

Sokan gondoljuk azt, hogy a főiskola vagy az egyetem falai közül kilépve, pár hónap alatt találunk állást, hiszen tanultunk eleget érte, de vajon tényleg így lenne? Az Állami Számvevőszék (2021) adatai alapján a felsőoktatásban tanulók száma 16 %-kal csökkent a 2012-2019-es időszakban, azonban még mindig nincs akkora kereslet mint amekkora a kínálat és emiatt évről évre nehezebb a szakmához illeszkedő munkát találnia a pályakezdőknek. A munkakeresési folyamatot pedig tovább nehezítette a Covid-19 járvány megjelenése, ami olyan területek teljes vagy részleges leállást eredményezte, mint a turizmus-vendéglátás, az idegenforgalom, a légi közlekedés illetve a szórakoztatóipar.

A dolgozatomban a következő kérdésekre keresem a választ: Miképp változtak a munkáltatók elvárásai a pandémia hatására? Az érzelmi vagy értelmi kompetenciák érnek-e többet egy munkavállalónál? Az egyetem mellett végzett plusz tevékenységek, mint a munka vagy a diákszervezeti tagság hozzájárulhat-e a gyorsabb elhelyezkedéshez és a sikeresebb karrierhez?

A szekunder kutatás során széleskörű szakirodalmi kutatást végzek. Kiemelten fontos forrásaim lesznek a KSH adatok, a különböző szakirodalmak, internetes források és publikációk. A primer kutatásom keretében kvalitatív és kvantitatív módszereket egyaránt alkalmazok. Először egy online kérdőív segítségével a BGE diákjait kérdezem, hogy mit gondolnak a munkerőpiacon való elhelyezkedésről, az ott elvárt kompetenciákról, illetve a Covid-19 járvány változtatott-e valamit a jövőbeni elképzeléseikről, elvárásaikról. Ezt követően egy fókuszcsoportos interjú segítségével a BGE-KVIK Gundel Károly Gazdaságtudományi Szakkollégium tagjait kérdezem. A következő témaköröket érintem: a motiváció és az értelmi illetve érzelmi kompetenciák, az egyetem melletti munkavégzés és hogy ezek külön-külön milyen mértékben járulnak/járultak hozzá a munkaerő-piacon való sikeres elhelyezkedéshez. Végül egy mélyinterjút készítek egy HR szakemberrel. A mélyinterjú segítségével azt szeretném feltárni, hogy milyen tényezőket vizsgálnak a felvételikor, mennyit számít egy jól megírt CV, milyen kompetenciákat várnak el és mennyiben változtatta meg az elvárásokat a COVID-19 járvány.

MINTA

BUKUR TAMÁS
bukurtamas@gmail.com
Közgazdasági elemző
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Telegdy Álmos
egyetemi docens, BCE KTI

EGYENLŐTLENSÉGIMPORT? – A KÜLFÖLDI VÁLLALATOK HATÁSA A MAGYARORSZÁGI BÉREGYENLŐTLENSÉGRE

Ebben a dolgozatban a külföldi tulajdonú vállalatoknak a magyarországi béregyenlőtlenségre gyakorolt hatását vizsgálom. A kutatás alapjául egy olyan munkáltatókat és munkavállalóikat tartalmazó párosított adatbázis szolgál, amely 2003 és 2011 között szolgáltat longitudinális munkaerőpiaci információkat a magyar dolgozó népesség véletlenszerűen kiválasztott 50%-áról és az őket foglalkoztató munkáltatókról. A dolgozat első részében az egyes években mért béregyenlőtlenséget egy varianciadekompozíciós módszertan mentén cégek közötti és cégeken belüli béregyenlőtlenségre bontom fel. A felbontás eredményei azt mutatják, hogy a vállalatok közötti komponens nagyobb részét teszi ki a teljes egyenlőtlenségnek és erőteljesen meghatározza annak alakulását. A dekompozíciós megközelítésből kiindulva becslést végzek a külföldi tulajdonlásnak a vállalatok közötti és a vállalatokon belüli béregyenlőtlenségre gyakorolt hatására vonatkozóan, feltételezve, hogy a hatás két különböző csatornán keresztül jelentkezik. Az egyszerű OLS-becslés eredménye szerint a külföldi vállalatok magasabb átlagbérrel és vállalaton belüli bérszórással rendelkeznek, még bizonyos vállalati jellemzőkre és a munkavállalók összetételére való kontrollálás után is. Az endogenitás kiszűrésének céljából olyan, kezdetben belföldi vállalatokat vizsgálok, amelyek külföldi tulajdonba kerültek, és összehasonlítom őket azokkal, amelyek nem estek át ilyen változáson. Egy kiegyensúlyozott, fontosabb kontrollváltozók szerint párosított mintán fixhatásos becsléseket végzek, amelyek eredményei azt mutatják, hogy a külföldi tulajdonlás csekély és néhány esetben inszignifikáns pozitív hatással van a vállalati szintű átlagbérre és a vállalaton belüli bérszórásra, ha a vállalati fix hatásokra kontrollálunk. A hatás a kezelés után fokozatosan növekszik, a második évben jelentkezik a legerőteljesebben, majd a későbbi periódusokban legyengül.

MUNKA

BALÁZS KITTI
balazs.kitti001@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BSc, 7. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Sipos Norbert
egyetemi adjunktus, PTE KTK

FOGLALKOZÁSI MOBILITÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK VIZSGÁLATA MAGYARORSZÁGON A FRISSDIPLOMÁS VÉGZETTEK KÖRÉBEN

Kutatásom célja annak megértése volt, hogy Magyarországon a frissdiplomások körében milyen oktatási; szociodemográfiai, munkahelyi; valamint állami támogatásokkal kapcsolatos tényezők befolyásolják a foglalkozási mobilitást. Bár e fogalomba gyakran beletartozik a munkavállalók földrajzi és foglalkozási mobilitása, annak önkéntes vagy nem önkéntes mivolta, valamint a ranglétrán való feljebb vagy lejjebb mozdulása (Long–Ferrie, 2011), saját kutatásom pusztán arra terjed ki, amikor a munkavállaló egyik foglalkozásból a másikba vándorol.

A foglalkozási mobilitás hatással van mind a munkavállalókra, munkáltatókra és az államra is, így a karrierváltást előmozdító tényezők megismerése jelentős társadalmi-gazdasági jelentőségű. Ennek ellenére a témát hazai kutatás szinte alig vizsgálja, így számos kiaknázatlan lehetőség rejlik ezen területen. A kutatás tehát innovatív a téma vizsgálatának ritkasága miatt, valamint abban a tekintetben is, hogy a felsőoktatásban végzettek esetén a vizsgált időszakban szinte teljes lefedettséggel álltak rendelkezésre adatok. Mindezt az Adminisztratív Adatbázisok Egyesítése (AAE) adatbázis adatai alapján vizsgálom, mely esetén a 2012 májusa és 2016 májusa között abszolvált hallgatók foglalkoztatási adatai állnak rendelkezésre anonim és objektív módon. A mobilitás bekövetkezését a Foglalkozások Egységes Osztályozási Rendszere (FEOR) négyjegyű kódjai jelzik, így foglakozásváltásban bekövetkezett legkisebb változások is tetten érhetőek. Az AAE-t alkotó nemzeti szervek adataiból összeállított adatállomány elkészülte, és a vizsgálat statisztikai előkészítése után 114.349 fő került be a kutatásba.

A bináris logisztikus regresszió eredményeit tekintve elmondható, hogy mind a 12 db bevont magyarázó változó hatással van a foglalkozási mobilitásra összesen 19,2%-os magyarázóerővel. Néhány fontosabb következtetést kiemelve: az oktatási tényezők kapcsán a kifejezetten szakmaspecifikus ismereteket adó tudományterületeken végző hallgatók esetén figyelhető meg kisebb foglalkozási mobilitás. Vállalati tényezőket tekintve a magasabb jövedelem nem segíti a fluktuáció csökkentését, továbbá minél nagyobb a vállalat, annál magasabb a munkavállalók mobilitása. Mindezek túl pedig az állam képes befolyásolni a foglalkoztatáspolitikai eszközökkel a mobilitási hajlamot.

MUNKA

SZABÓ DOROTTYA ANNA
szabodotti@gmail.com
Vezetés és szervezés
MSc, 3. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Sipos Norbert
egyemeti adjunktus, PTE KTK

JÖVEDELEMKÜLÖNBSÉGEK ÉS MUNKÁVAL VALÓ ELÉGEDETTSÉG VIZSGÁLATA A FRISSDIPLOMÁSOK KÖRÉBEN

Kutatásom során a munkával való elégedettség kérdéskörét vizsgáltam meg, mivel ez mind munkavállalói oldalról, (mint a kiegyensúlyozott, boldog élet egyik része), mind pedig munkáltatói oldalról kiemelten fontos. Az elégedett és motivált alkalmazott többet és hatékonyabban képes dolgozni, mindamellett, hogy kisebb eséllyel fogja elhagyni a szervezetet. A munkavállalói elégedettség tehát képes növelni a termelékenységet, miközben csökkenti a fluktuációt.

Számos kutatás készült abban a témakörben, hogy mely tényezők azok, amelyek meghatározzák az egyének munkahelyi elégedettségét. Többen kimutatták a személyiségtípus, az életkor, a családi állapot, a vezetői stílus, és a jövedelem szignifikáns hatásait is. Dolgozatomban ez utóbbi jelentőségét kívántam részletesebben megvizsgálni. A jövedelem szerepe a különböző motivációs modellekben is megjelenik. Adams méltányosság elmélete szerint nem is annak összege, hanem annak igazságossága és a teljesítmény elismerése számít, Herzberg pedig a pénzt azon higiénés tényezők közé sorolja, amelyek nem képesek elégedettséget okozni, ám képesek megszüntetni az elégedetlenséget.

Saját kutatásomhoz kapcsolódóan az adatelemzést a Diplomás Pályakövetési Rendszer Frissdiplomások adatbázisának 2011-2018 közötti adatbázisán végeztem el. Elsőként azt vizsgáltam meg, hogy további öt, különböző típusú elégedettséget vizsgáló tényező mellett mennyire fontos a jövedelemmel, juttatásokkal való elégedettség a munka összességével való elégedettségre nézve. Az eredmények alapján a bérrel való elégedettségnek szignifikáns és jelentős szerepe van, (Exp. (B) 2,917-4,306), azonban a munka szakmai, tartalmi részével, a munkahely személyi körülményeivel és a karrierépítési lehetőségekkel való elégedettség sokkal meghatározóbb. A nettó bér hatását a munkahelyi elégedettségre nézve multinomiális regressziós modell segítségével vizsgáltam meg, további 21 kontrollváltozót bevonva. Az eredmények alapján a jövedelem nagyságának szignifikáns hatása van arra nézve, hogy valaki inkább elégedetlen vagy teljesen elégedetlen, illetve arra, hogy teljesen elégedetlen vagy elégedett munkájával összességében (ez utóbbi esetében az exp. (B) értéke viszonylag magas, 4,842-as értéket vesz fel). A szakirodalommal egybehangzóan ez alapján elmondható, hogy bár vannak a fizetésnél meghatározóbb tényezők, a jövedelemnek szignifikáns hatása van arra nézve, hogy egy munkavállaló mennyire lesz elégedett munkahelyével.

MUNKA

NÉMETH BOGLÁRKA
bogi0055@gmail.com
Emberi erőforrások
BA, 7. félév
Eszterházy Károly Katolikus Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Matiscsákné Dr. Lizák Marianna
mesteroktató, EKKE GTK

NŐK MUNKAERŐ-PIACI HELYZETÉNEK A VIZSGÁLATA

Dolgozatomban a nők munkaerő-piaci helyzetét, fejlődését, a férfiak és nők közötti esélyegyenlőséget vizsgálom. Kitérek a kisgyermeket nevelő nők aktuális helyzetére, illetve a negyedik Ipai forradalom hatására kialakult munkaerő-piaci változásokra.

H1: A társadalmi változások, és a technológia fejlődésének hatására az elmúlt tíz évben lényegesen változott pozitív irányba a nők munkaerőpiaci helyzete, de még napjainkban is megfigyelhető, hogy a nők, ugyan azon munka elvégzéséért, kevesebb munkabért kapnak, mint a férfiak.
H2: A negyedik ipari forradalom számos lehetőséget kínál a nők és kisgyermekes anyák szerepének javulására, valamint egyenlőbb részvételére a munkaerőpiacon.
H3: Magyarországon a fiatal, alacsony iskolai végzettséggel rendelkező nők elhelyezkedési esélyei és munkabérük lényegesen alacsonyabbak, mint a képzett, családos nők esetében az megfigyelhető.

Az eredmények mentén kirajzolódik, hogy milyen tényezők befolyásolják a férfiak és nők közötti esélyegyenlőség kialakulását, érvényesül-e az „egyenlő munkáért egyenlő bér elve”, valamint a negyedik ipari forradalom következtében kialakult technológiai fejlődésének hogyan befolyásolják a munkaerő-piac alakulását.

Primer kutatási módszerként elsősorban a kérdőívet választottam, melyet online formában szerkesztettem meg. Összesen 100 főt kérdeztem meg, akik online formában töltötték ki a kérdőívemet. A kérdőívem nyitott és zárt kérdéseket is tartalmaz.

Kutatásom során két interjút is készítettem, melyek a kisgyermeket nevelő nők munkaerő-piaci helyzetére és a foglalkoztatásban való részvételére irányul. Az elsőt egy 35 éves, kisgyermekes munkavállaló nővel, aki jelenleg atipikus formában dolgozik.

A másik interjú egy 55 éves, házas hölggyel készült, aki szakcikkeket, folyóiratokat publikál az említett témában. A strukturált interjú összesen 14 kérdést tartalmaz, melyet e-mail-en válaszoltak meg. A kutatás során kapott válaszok alapján arra következtethetünk, hogy a megkérdezett női munkavállalók többségének véleménye szerint a törvényi tiltás ellenére a diszkrimináció, a hátrányos megkülönböztetés jelen van a magyarországi munkaerőpiacon. Azt is megtudhattuk, hogy a technológia pozitív irányba tolja a nők munkaerő-piaci helyzetének alakulását. Ennek megoldására egy átfogó koncepció kialakítására kellene törekedni, mely képes felismerni a problémát és olyan megoldást kínál, ami a valódi esélyegyenlőség megvalósulására irányul.

MINTA

Emberi erőforrás - Trendek és folyamatok I.

Elnök:	Dr. Hidegh Anna	BCE
Társelnök:	Dr. habil. Csehné Papp Imola	ELTE PPK
Tag:	Dr. Kun András István	DE GTK
Tag:	Dr. Kürtösi Zsófia	SZTE GTK
Tag:	Dr. Walter Virág	MATE KC AGI

MTA

MÉSZÁROS KITTI ANNA
m.kitti991102@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 7. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil Berényi László
egyetemi docens, ME GTK

A MOODLE SZOFTVERERGONÓMIAI SZEMMEL

A felsőoktatásban a Moodle rendszer használata jelentősen gyakori az oktatók és a hallgatók körében egyaránt, ezáltal nem elengedhetetlen a rendszer, a köznyelvben számos esetben megforduló felhasználóbarát tulajdonsága.

Célom, hogy a Miskolci Egyetem hallgatóinak igényeit felmérjem, és ezzel összefüggésben a Moodle rendszer jelen tulajdonságait értékeljem szoftverergonómiai szempontból.

Mennyire tesz eleget a hallgatók szerint a Moodle rendszer a szoftverergonómiának? Melyek azok a már meglévő rendszertulajdonságok, melyek megfelelnek, s melyek azok, amik fejlesztésre, javításra, esetlegesen beszerelésre szorulnak?

Feltételezésem szerint a technológia fejlődése, ideértve a keretrendszerek és a tervező programok javulását, a Moodle fejlesztőinek szüksége lenne a még inkább pontosabb UI és UX ismeretekre ahhoz, hogy hallgatóbarát programot hozzanak létre a felhasználás megkönnyítése érdekében. Elképzelésem szerint a személyreszabhatóság, az előzménykereső, a határidős figyelmeztetés, a kedvencek fül és az értesítések programba való integrálása hatalmas előrelépést jelentene.

Kutatásomból kiderül, hogy a hallgatók elégedettsége a rendszerrel kapcsolatban pozitív, ennek következményeként kijelenthető, hogy a Moodle összességében megfelel a szoftverergonómiai szempontok nagy részének. Voltak olyan állítások, melyek a Miskolci Egyetemisták egy nagy aránya által nem kerültek teljes egészében meghatározásra, ugyanis nem tudták azokat megítélni (pl. szoftver megbízhatósága, hordozhatósága, felhasználói dokumentáció megléte).

Véleményem szerint a hallgatók jobban meg tudnák ítélni a Moodle rendszerrel kapcsolatos jellemzőket, ha lehetőségükre lenne bocsátva egy felhasználási útmutató. A hipotézisben megfogalmazott állítások a kvantitatív primer kutatás keretében alátámasztásra kerültek, vagyis a hallgatók szerint szükség lenne a fent említett funkciók közül a riasztások bevezetésére. Ezek megvalósítása még inkább hatékonyabb rendszert eredményezne.

MINTA

SZIKSZAI DZSENIFER ZÓRA
kupcsikne1@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:
Dr. Fenyvesi Éva PhD
főiskolai tanár, BGE KVIK

A MUNKA JÖVŐJE – AZ IPAR 4.0 HATÁSA A MUNKAVILÁGÁRA MAGYARORSZÁGON

Kutatásomban az Ipar 4.0 hatását kívánom felmérni a munkavilágára Magyarországon. A téma mélyebb feltárása okán a következő kutatási kérdések megválaszolását tűztem ki célul:

1. Milyen új szakmák várhatók a közeljövőben, és felkészült-e a jelenlegi oktatási rendszer az ehhez szükséges megfelelő tudású szakemberek biztosítására?
2. Milyen képességekkel és kompetenciákkal kell rendelkezniük a jövő munkavállalóinak, hogy lépést tudjanak tartani a változásokkal?
3. Módosulnak-e, és ha igen, milyen irányban a munkavégzési formák?
4. A jövőbeni munkapiaci változások hatására milyen átalakulás várható a foglalkoztatottság és a munkanélküliség arányában, illetve szerkezetében?
5. Beigazolódnak-e a munkahely elvesztésével kapcsolatos kedvezőtlen várakozások?

Dolgozatomban a kutatási kérdések megválaszolását elsősorban szekunder kutatással kívánom megoldani. Ennek első számú eszköze a releváns szakirodalomban megjelenő korábbi kutatások feldolgozása, összegzése.

A primer kutatás során két alapvető kutatási technikát alkalmazok: a kérdőívet és az interjút.

A kérdőíven keresztül a munkavállalói oldal véleményét kívánom feltárni, azaz, hogy a megkérdezetteknek mit gondolnak a munkahelyeken megjelenő digitalizációról és Ipar 4.0-val kapcsolatos változásokról, illetve az oktatási rendszer felkészültségről és elvárásairól. Interjús kutatásom célja pedig, a vezetői, vállalkozói oldal véleményének feltárása a témával kapcsolatban.

A meglévő információk alapján, azt lehet feltételezni, hogy az automatizáció, a robotizáció közelebb van, mint gondolnánk. Az emberek nagyrésze bár nyitott a változások felé, azonban az is elmondható, kevesen gondolják, úgy, hogy a jelenlegi tudásunk és eszközeink elegendők a tartalmasabb és gyorsabb fejlődéshez. Az is bizonyos, hogy szakmák tűnnek el, és újak keletkeznek, amelyre nemcsak a vállalatoknak kell felkészülnie, hanem az oktatásnak is, különös tekintettel a felsőoktatásra. Az IT ismeretek mellett MI ismeretek is kiemelten fontossá válnak. A megkérdezettek egy részében felmerül, hogy az alkalmazottak egy része elveszítheti állását, és megélhetési nehézségei lesznek. A kevesebb munkavállaló pedig kevesebb bevételt jelent az államnak is, ami a közösségi kiadások finanszírozásának jelenlegi nehézségeit, tovább mélyíti.

MINTA

JUHÁSZ MÁRK
juhmarcopolo1998@gmail.com
Emberi erőforrások
BA, 7. félév
Károli Gáspár Református Egyetem
Gazdaságtudományi, Egészségtudományi és Szociális Kar

Témavezető:
Dr. habil. Kovács Róbert PhD
egyetemi docens, dékánhelyettes, KRE GESZK

A ROBOTIZÁCIÓ ÉS MUNKAERŐPIAC

A kutatásom a robotizációval foglalkozik. A pályamunkám megírása során empirikus elemzéseket is végeztem annak fényében, hogy kimutatható-e a robotokat alkalmazó vállalkozások milyen hatással vannak a gazdasági és foglalkoztatási makroökonómiai mutatókra.

A kutatás fő célja a robotizáció munkaerőpiacra gyakorolt hatásának megértése annak, hogy szívesen dolgoznának-e az emberek olyan helyen, ahol robottal együtt kellene működniük, és a magán életükben, mely területeken alkalmaznák a legszívesebben a robot technológiát. Vizsgálom, hogy a különböző társadalmi (kor, végzettségszerinti) csoportok miként gondolkodnak ezen eszközökről. A kutatásom 3 jól elkülöníthető vizsgálati csoportra bomlik: az (1) a vasúti üzem dolgozói, a (2) a KRE ÁJK oktatói, dolgozói és (3) a kari hallgató miként vélekednek és ezen szegmensek között van-e összefüggés. Az egyes alminták saját populációjukra reprezentatívnak tekinthetőek. A kutatási módszerem a primer kutatáson belül kvantitatív kutatás. Amit úgy hajtottam végre, hogy egy általam készített Google kérdőívet osztottam meg a vizsgált kutatási csoportokkal. A kutatás rámutat, hogy a robotizáció miatt esetlegesen kialakuló tömeges munkanélküliségtől való félelem van egy-egy társadalmi csoportban: az egyetemi oktatók és dolgozók körében kisebb (22,2%-os) míg a diákoknál (54,7%-os) és a vasúti üzem dolgozóinál (66,7%-os) lényegesen nagyobb a félelem.

Továbbá kvalitatív technikát is alkalmaztam azaz a vizsgált csoportokból egy-egy személlyel készítettem mélyinterjút, annak érdekében, hogy még jobban feltárjam az adott szegmens munkaerőpiaci gondolkodás módját a robottechnológia fényében.

MINTA

BORBÉLY JUDIT
juditkisvirag@gmail.com
Emberi erőforrások
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:
Szigili Krisztina
mestertanár, BGE PSZK
Forman Norbert
tanársegéd, BGE PSZK

GAMIFIKÁCIÓ BEVEZETÉSE VÁLLALATI KÖRNYEZETBEN – NEHÉZSÉGEK ÉS POZITÍV TAPASZTALATOK

Pályamunkám során azt a témakört fogom körbejárni, hogy a gamifikáció bevezetésével kapcsolatban milyen pozitív és negatív tapasztalatai vannak a vállalatoknak. Ez magába foglalja a gamifikáció értelmezését és eszköztárának ismertetését, a pszichológiai hátterének feltérképezését, a releváns alkalmazási területek bemutatását, illetve a gamifikáció gyakorlatban való alkalmazásának körbejárását. 7 vállalat beszámolója alapján beszélek a gamifikáció bevezetése mögött meghúzódó célokról, a gamifikációs elemek alkalmazási példáiról, körbejárom a bevezetés során felmerült legjellemzőbb nehézségeket és kihívásokat, és ismertetem a bevezetést követő pozitív tapasztalatokat.
Kutatási kérdések:

- A szakirodalom alapján mit értünk gamifikáció alatt, milyen területeken alkalmazzák a vállalatok, és hogyan néz ki a gyakorlatban a gamifikáció alkalmazása?
- Milyen kihívásokkal néztek szembe az interjúztatott vállalatok a gamifikáció bevezetése során? Hogyan kezelték ezeket a helyzeteket?
- Milyen pozitív hatást gyakorolt a gamifikáció használata ezekre a vállalatokra a bevezetést követően?

A szakirodalom feldolgozásával egyidejűleg 7 vállalattal készítettem interjút, amelyek módszertanukat tekintve egyéni, félig strukturált interjúk voltak. Az interjúalanyok a vállalat olyan képviselői voltak, akik a gamifikáció bevezetése során kulcsszerepet játszottak, és a folyamatot az elejétől a végéig lekövették. A félig strukturált interjú helyzet megválasztását az indokolta, hogy így lehetőség adódott rá, hogy feltegyem a konkrét kérdéseimet, ugyanakkor teret engedhettünk a szabad beszélgetésnek és további kérdéseknek is, a téma mélyebb feltérképezésének érdekében.

A vizsgált vállalatokkal folytatott interjúk során kiderült, hogy a vállalatok hasonló kihívásokkal néztek szembe a gamifikáció bevezetése során. A gamifikáció alkalmazási területét tekintve egy rugalmas eszköztárról beszélünk, hiszen pozitív hatással lehet a HR, marketing, a képzések, de akár a menedzsment vagy szervezeti kultúra életére is. A dolgozatom egyik legfontosabb tanulsága, hogy a gamifikáció bevezetésekor érdemes szem előtt tartanunk, hogy melyik eszközről milyen felhasználói visszajelzések érkeznek hozzánk, és mit képviselnek a releváns kutatások.

MINTA

LEKSZIKOV KITTI
lekszikov.kitti@gmail.com
Vezetés és szervezés
MSc, 4. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. habil. Obermayer Nóra
egyetemi docens, PE GTK
Dr. habil. Csizmadia Tibor
egyetemi docens, PE GTK

IPAR 4.0 TECHNOLÓGIÁK BEVEZETÉSE ÉS ALKALMAZÁSA: FÓKUSZBAN A HAZAI KKV SZEKTOR

Az Ipar 4.0 technológiái által bekövetkezett változás alapjaiban változtatta meg mikro-, kis és középvállalatok mindennapjait.

A kutatás célja, hogy bemutassa a magyarországi KKV szektorban az Ipar 4.0 technológiák bevezetését és alkalmazását. Diplomadolgozatom bemutatja az Ipar 4.0 bevezetésével kapcsolatos pénzügyi források meglétét, az Ipar 4.0 technológiákkal kapcsolatos tudásmegosztást és tudásrögzítést, illetve az Ipar 4.0 bevezetésének humán erőforrásra gyakorolt hatását.

Az adatokat 111, a LimeSurvey rendszeren keresztül gyűjtött kérdőívből nyertem. Az elemzés alkalmazott kvantitatív módszertanon alapszik, leíró és következtetési statisztikákat egyaránt alkalmaztak. A tanulmány 2021 februárjában készült a magyar kkv-k vezetőinek részvételével. A dolgozatom elején felállított három hipotézis a következő:
H1: A pénzügyi források megléte kapcsolatban áll az Ipar 4.0 technológiáinak bevezetésével.
H2: Az Ipar 4.0 technológiák a humán erőforrás támogatása céljából kerülnek alkalmazásra.
H3: A tudásmegosztás eredményességét és a tudásrögzítés módszereinek lehetőségét az Ipar 4.0 technológiák bevezetése megteremti.

Az első hipotézis a beérkezett kérdőívek alapján végrehajtott elemzés következtében cáfolásra került. A vizsgálat megerősítette, hogy a KKV szektorban az Ipar 4.0 technológiák bevezetésével a humán erőforrást kívánják támogatni. Az elemzés feltárta, hogy a magyarországi KKV-k esetében az Ipar 4.0 technológiák bevezetése megteremtette a tudásrögzítés módszertani és technikai hátterét, ezáltal a tudásmegosztás eredményesebb lett.

A kutatás eredetiségét az adja, hogy tudomásom szerint ez az első olyan vizsgálat, ami a magyarországi KKV-k esetében az Ipar 4.0 technológiák és az említett három szempont kapcsolatát együttesen vizsgálja. A tanulmány további értéke, hogy a vizsgált időszakban a KKV szektort a COVID rendkívül erőteljesen érintette.

A kutatás gyakorlati szempontból elsősorban a KKV szektor vállalatvezetőinek szolgál hasznos információval az Ipar 4.0 bevezetésével kapcsolatos pénzügyi erőforrások hatékony felhasználása, a tudásmegosztási és tudásrögzítési megoldások bemutatása, illetve a humán erőforrásra gyakorolt hatások feltárása kapcsán.

MINTA

CZEILY TIBOR
tibor.czeily@gmail.com
Emberi erőforrások
MA, 4. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Prof. Dr. Dajnoki Krisztina
egyetemi tanár, DE GTK
Dr. Czine Péter
adjunktus, DE GTK

JÁTÉKOSÍTÁS MINT ALTERNATÍV TECHNOLÓGIA BEVEZETÉSE A HR-BEN

Globalizálódó világunk, a munkavállalók változó igényei, a technológiai fejlődés, a pandémia okozta átrendeződés, komoly kihívásokkal szembesíti a szervezeteket, melyek megoldásában egyre fontosabb szerepet kapnak a HR szakemberek. A tehetségekért folytatott küzdelemben felértékelődni látszik a kreatív, innovatív eszközök alkalmazása, melyekkel a szervezet jelentősen megnövelheti versenyképességét. Igazán hatékony, a trendeknek megfelelő eszközt azonban nem könnyű találni vagy megalkotni. Egyik lehetséges megoldásként a HR a játékosítás eszközét mutatja fel.

Kutatási kérdésként fogalmaztam meg, hogy Magyarországon milyen mértékű a nyitottság a gamifikáció bevezetésére? Mely területeken látják a szakemberek indokoltnak a játékosítás alkalmazását? Létrehozható-e egy olyan kreatív gamifikációs eszköz, mely több szervezetnek képes egy időben segítséget nyújtani a fent említett kihívások hatékony megoldásában úgy, hogy mindeközben a munkavállalók számára is hasznos segítségnek bizonyulhat a számukra ideális szervezet, illetve pozíció megtalálásában?

A szakirodalom feldolgozás mellett primer kutatási módszerként a háromszögelés elvét követve az esettanulmányt, a vezetői interjút, illetve a diszkrét választási kísérletre alapozott kérdőívet alkalmaztam.

Az esettanulmány eredménye alapján az onboarding folyamatban a képzés, fejlesztés részeként alkalmazott játékosítás, hatékonyan növeli a munkavállaló érdeklődését, illetve a számos új információ megértését. A vezetői interjúk tapasztalatai szerint nagyfokú nyitottság jellemző egy játékosított HR eszköz esetleges kipróbálására, illetve bevezetésére. A kérdőív válaszadóinak (n=205) több, mint 80%-a próbálna ki szívesen gamifikált eszközt a toborzási-kiválasztási folyamat részeként. A diszkrét választás döntési helyzeteire adott eredmények alapján a hasznosság a legfontosabb motiváló erő az álláskeresés hogyanjának meghatározásában. A különböző alternatívák esetén – módszerre való tekintet nélkül – az időben, illetve anyagi ráfordításban legkisebb invesztícióval járó lehetőség felé hajlik a válaszadók jelentős többsége.

A primer és szekunder kutatási eredmények alapján összességében megállapítható, hogy a gamifikáció hazai alkalmazásában rejlő lehetőség jelentősnek mutatkozik. Javaslatként megfogalmazható, hogy jó gyakorlatok bemutatásával a játékosítás népszerűsíthető, mely innovatív megoldást jelenthet a fent említett kihívásokra, így játszi könnyedséggel valósulhat meg a HR egyik alapvető célkitűzése, a kongruencia.

HITI MAJA BOGLÁRKA
hitimajabogi@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BSc, 7. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Németh Péter
egyetemi adjunktus, PTE KTK

SZEMKAMERÁS KUTATÁSOK ALKALMAZÁSA A GYAKORLATBAN - ONLINE ÁLLÁSHIRDETÉS

Elterjedt az a nézet az álláshirdetésekről, hogy a jelenlegi álláskeresők ugyanúgy vélekednek, mint azok a szakemberek, akik azokat megfogalmazzák, valamint interjúztatnak, azaz a toborzók. A téma szinte minden körülmények között aktuális, hiszen a munkaerőpiac állandó mozgásban van, de a felsőoktatásban végzők is folyamatosan kerülnek ki a munkaerőpiacra. Kutatásom célja, feltárni a mai álláskeresők igényeit, elvárásait és minden olyan gondolatot, ami fontos lehet egy szakember számára, ezzel párhuzamosan pedig vizsgálom a válaszokat arra, hogy egy toborzó milyen szempontok szerint gondolkodik, vélekedik a jelentkezők véleményéről. A kutatási előfelvetésem az, hogy fontos lenne az álláshirdetésekben a bér megjelölése vagy annak bármilyen típusú feltüntetése, mert ezzel jobban felkelti a figyelmet az érdeklődő számára és nagyobb arányú jelentkezés érhető el. Empirikus kutatásom során kaptam meg azokat a válaszokat, amelyek szükségesek ahhoz, hogy megfelelő konklúziót lehessen megfogalmazni annak kapcsán, hogy érdemes-e bért feltüntetni a hirdetésekben. Kutatásom során szemkamerás mérést, kérdőíves megkérdezést és mélyinterjúkat alkalmaztam. Az eredmények alapján ahhoz, hogy vonzó legyen egy álláshirdetés kettő kritériumnak kell megfelelnie, ezek a tartalom és a design. A világháló egyre nagyobb mértékű térhódítása miatt ugyanakkor az is fontos, hogy felhasználóbarát és jól áttekinthető legyen, mivel a jelenleg leginkább álláskereső generáció ezt a platformot használja. Számos olyan tényező került vizsgálatra, amelyek befolyásolhatják a jelentkezési hajlandóságot. A bér megjelenítése, ahogy már hivatkoztam egyre fontosabb, annak ellenére, hogy érzékeny adat és számtalan tényező befolyásolja.

Az eredmények alapján javaslatként fogalmazható meg, hogy valamilyen formában jelenítsenek meg bérezést a hirdetésben, emellett pedig jelenjen meg képi anyag a hirdetés feladásánál is, mert a vizsgálatok azt mutatják, hogy ezekkel a módszerekkel, képi elemekkel növelhető a jelentkezések arányát.

MUNKA

Emberi erőforrás - Trendek és folyamatok II.

Elnök:	Hidegh Anna	BCE
Társelnök:	Dr. habil. Csehné Papp Imola	ELTE PPK
Tag:	Dr. Kun András István	DE GTK
Tag:	Dr. Kürtösi Zsófia	SZTE GTK
Tag:	Dr. Walter Virág	MATE KC AGI

MINTA

JÓNA ROZINA
jona.rozi94@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 3. félév
Pannon Egyetem
Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezetők:
Dr. Palányi Ildikó
egyetemi docens, PE GKZ
Jámbor Balázs
főiskolai adjunktus, PE GKZ

A KEVESEBB NÉHA TÖBB? NÉGYNAPOS MUNKAHÉT A MÉRLEGEN

A négynapos munkahét az utóbbi években egyre nagyobb teret nyert magának. A téma aktualitását az is mutatja, hogy sok országban tesztelik a munkanapok számának csökkentését, pl. Spanyolországban és Nagy-Britanniában is. A négynapos munkahét térnyerésére ráerősített a digitalizáció, a Covid idején széles körben elterjedt home office, illetve az energiaválság is. Hazánkban azonban jelenleg elenyésző azon cégek száma, akik hasonló kezdeményezéssel éltek.

Pályamunkámban részletesen ismertetem a négynapos munkahét előzményeit, és kitekintést teszek a hazai és nemzetközi gyakorlatra is. Több oldalról körbejárom a négynapos munkahét kérdéskörét, így elemzem a jogi szabályozást, bemutatom az elméleti közgazdaságtani megközelítéseket, majd az egyes stakeholderek nézőpontjából vizsgálódok, és kitérek a makrogazdasági hatásokra is. Kutatásom legfőbb célja, hogy megvizsgáljam, hogy mekkora a realitása annak, hogy Magyarországon szélesebb körben bevezetésre kerüljön a közeljövőben a négynapos munkahét. Szigetszerű vagy általános gyakorlat lehet-e ez a megoldás? A bevezetés potenciális előnyeit és hátrányait is górcső alá veszem, valamint a különböző generációk álláspontját is felmérem e kérdéskörben. Mindezek felderítéséhez kvantitatív módszerrel online kérdőíves megkérdezést alkalmazok a magyar lakosság körében.

Dolgozatom eredményeképpen azt várom, hogy sikerül megállapítani, hogy az átlag magyar állampolgárt mennyire foglalkoztatja a négynapos munkahét bevezetésének a kérdése. Kutatásomban feltárom, hogy a közvélemény mit tart ezen munkarend előnyeinek és hátrányainak. Pályamunkám végén megfogalmazom saját véleményemet is a négynapos munkahéttel kapcsolatosan.

MUTA

BADARI BOGLÁRKA
badariboglarka12@gmail.com
Vállalati gazdaságtan és menedzsment
BSc, 4. félév
Selye János Egyetem

Témavezető:
prof. Dr. József Poór, DSc.
professzor, SK SJE

A PÉNZEN TÚL – MOTIVÁCIÓ A MUNKAHELYEN

Dolgozatban az ösztönző eszközök és azok alkalmazási lehetőségét vizsgáltuk egy multinacionális vállalatnál. Arra a kérdésre kerestük a választ, hogy a rendelkezésre álló juttatási eszközök hogyan hatnak egy vállalat különböző szinten dolgozóira, a korosztályokra. Ezen eszközök mennyire hasznosak és hatásosak a munkaerő megtartására. Melyek azok az eszközök, amelyek a jelenlegi munkaerőpiacon résztvevőket jobb munkára motiválják.Változik-e a motiváló, jutalmazó eszközök iránt az igény? Dolgozat hipotézise, hogy ha egy vállalat egyénre szabott motivációs rendszert alakít ki, figyelembe véve az esetleges igényeket és különbségeket, mint például korosztály, nem, pozíció, kulturális sajátosságok, kialakíthat egy magas szintű rendszert, ami segíthet a kollégák motiválásában, az egyéni sikerek elérésében. A dolgozat első, elméleti része szekunder kutatásokra épült. A rendelkezésünkre álló szakirodalom alapján vizsgáltuk a motiváció elméleti hátterét. A munkavállaló célja pedig az, hogy anyagi és nem anyagi természetű érdekeit érvényesíteni tudja. A munkavállalókra költeni kell, ugyan apróságok, de nagyon mélyre hatóak tudnak lenni, ha a vezető elküldi továbbképzésre, megadja neki a kicsit magasabb kategóriájú autót vagy telefont. A kvalitatív kutatás mélyinterjú formájában történt, 23 dolgozót kérdeztünk meg és mondták el véleményüket. Mindez több mint 350 perc hanganyagot jelent. A megkérdezettek véleménye alapján a pénz a legfontosabb, hiszen abból tud a munkavállaló utazni, ételt venni, szórakozni. A pénzen túl viszont nagyon sok fajta módszerrel lehet motiválni. A munkavállalónak egy nagyobb feladatot ad a vezetője, új munkakört esetleg csapatot is ad a keze alá. Fontos, hogy legyen kihívás a munkájában, hiszen így tud fejlődni. A kinevezés, előléptetés a legfontosabb, hiszen így ad visszajelzést a munkavállalónak. Számos eszköz van a vezetők kezében, amivel tudnak motiválni, ezeket az eszközöket tudni kell használni. A kérdőívet 101 fő töltötte ki, ami a teljes magyarországi létszám 10%-a. A kérdőívből egyértelműen megállapítható, hogy az egyes juttatási elemek közül a 13. és 14. havi juttatás volt a legkiemelkedőbb.

MINTA

STEFÁN RÓBERT
stefanrobi01@gmail.com
Emberi erőforrások
BSc, 13. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Andráskó Dóra Diána
tanársegéd, ME GTK

DIÁK MUNKAVÁLLALÓK MEGTARTÁSÁNAK VIZSGÁLATA A TELEKOMMUNIKÁCIÓS SZEKTORBAN

A témaválasztást főként az a meglátásom indokolja, hogy jelenleg az egyik legfontosabb eszköz a munkáltatók kezében hatékony működésük fenntartását illetően, és nagy valószínűséggel a jövőben még inkább fontossá válik a jól menedzselt munkaerő megtartási stratégia. OTDK dolgozatomban ezt a humán erőforrás menedzsment eszközt, a munkaerő megtartás szerepét és gyakorlati használatát vizsgálom, ahol az empirikus kutatást a Magyar Telekom Nyrt. diák munkavállalókat foglalkoztató ügyfélszolgálatán végeztem. Az utóbbi években komoly kihívást jelentett a munkaerőhiány Magyarországon és Európa több országában egyaránt.

A jelenlegi nehéz gazdasági helyzetben (világjárvány, háborús helyzet) még inkább felértékelődik a helyes emberi erőforrás tervezés, ezt erősítendő a megtartási stratégiák kulcs szerepet kaptak. A diákfoglalkoztatás épp a munkaerő megtartás szempontjából egy speciális eset, ahol a foglalkoztató és a munkáltató „személye” nem azonos, továbbá ahol az ösztönzés - megtartás a diákszövetkezet és a diákot foglalkoztató vállalat közös feladata és felelőssége, ezáltal tehát markánsan eltér a főállású munkavállalók helyzetétől. A munkaerő megtartás szakirodalmát áttekintve és Magyarország munkaerőpiaci helyzetéről egy rövid ismertetőt adva, áttérek a vizsgált szervezet bemutatására és az empirikus vizsgálatra. Ebben a részben a kérdőíves felmérés eredményeit ismertetem. Kutatásom kiterjedt a hatékony megtartási eszközök feltérképezésére, valamint a diák elköteleződés motivátoraira.

A kapott adatokat kielemeztem, amelyből átfogó képet kaptam a munkavállalói elköteleződés legfőbb tényezőiről. Összességében elmondható, hogy a diákokat nem feltétlenül anyagi juttatásokkal, hanem inkább rugalmas munkaidőbeosztással lehet motiválni. A Telekom két vezető beosztású munkavállalójával mélyinterjút készítettem, ahol a személyes véleményükre és tapasztalataikra voltam kíváncsi a diák foglalkoztatás sajátosságait illetően. Végül a kutatásaim eredményeit felhasználva javaslatot teszek a vállalatnak, amely által véleményem szerint eredményesebb megtartási stratégia építhető fel.

MINTA

SINKA KRISZTINA
sinkatina@gmail.com
Gazdálkodás és menedzsment
BA, 7. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Bogdány Eszter
egyetemi docens, PE GTK
Dr. Cserháti Gabriella
egyetemi docens, PE GTK

GAZDÁLKODÁS ÉS MENEDZSMENT TERÜLETHEZ KAPCSOLÓDÓ MUNKAKÖRÖK KOMPETENCIÁINAK VIZSGÁLATA, A KOMPETENCIA HIÁNYOK FELTÁRÁSA

A kompetenciaszakadék, mint jelenség tagadhatatlanul jelen van a köztudatban és számos kutatás is foglalkozik vele (Everson, 2014). Az esetek többségében a felsőoktatás a tudás átadására fekteti a hangsúlyt, ennek következtében a képességek fejlesztése háttérbe szorul, vagy meg sem történik. Ezzel ellentétben a munkáltatók „kész pályakezdőt" várnak a munkaerőpiacra, alapelvárásnak tekintik a tudás azonnali átültetését a gyakorlatba és minden további képesség, készség és attitűd meglétét, amely a különböző munkakörök ellátásához szükséges (Adrian, 2017).

Ezt a helyzetet bonyolítja tovább a gazdálkodási és menedzsment szakon végzett pályakezdők speciális helyzete. E szak által a hallgatók nem specifikus képzést, hanem általános gazdasági képzettséget szerezhetnek, mely hasznosítható az üzleti élet számos területén. Többek között felkészíti a hallgatókat saját vállalkozás indítására és működtetésére, komplex feladatok többirányú megközelítésére és szervezési, irányítási feladatokra. Ennek megfelelően dolgozatomban a gazdálkodás és menedzsment szakon frissen végzett pályakezdőktől elvárható kompetenciák vizsgálatát valósítottam meg.

Kutatásom során Q-módszert alkalmaztam, mely kevert módszer, kvalitatív és kvantitatív módszereket is tartalmaz, valamint képes olyan szisztematikus adatgyűjtésre, amelyben az adatok nem mindig számszerűsíthetőek, egyúttal egy adott helyzet szubjektivitását vizsgálja (Brown, 1993). A vizsgálat során a személyek, kitöltők értékrendszerének megismerése, értelmezése a cél (Hofmeister Tóth és Simon, 2006). Az adatgyűjtés folyamán törekedtem a széleskörű mintavételre, ezért a néhány hónapja végzett friss diplomástól az évtizedek óta a szakmában dolgozók véleménye is megtalálható az eredmények között.

Az eredmények alapján kialakíthatóak olyan munkáltatói preferenciacsoportok, amelyek különböző kompetenciaelvárásokkal rendelkeznek. Erre a felsőoktatási intézmények azzal tudnak reagálni, hogy a különböző preferenciával rendelkező csoportok elvárásait figyelembe véve alakítják a képzési programjukat. Például olyan képzésen felüli lehetőségek által, mint a tréningek, a mentorprogram.

MINTA

KIGLICS KRISZTINA
krisztina194@gmail.com
Vezetés és szervezés
MA, 3. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Bogdány Eszter
egyetemi docens, PE GTK

HR KOMPETENCIA PREFERENCIÁK ALAPJÁN KIALAKÍTOTT MUNKÁLTATÓI ÉS MUNKAVÁLLALÓI KLASZTEREK A Q MÓDSZER ALKALMAZÁSÁVAL

Mára a kompetencia szó használata szinte divattá vált a köztudatban, mellyel egyidőben számtalan tudományos kutatás fő témája is. Azonban még így is akadnak olyan kérdéskörök a kompetencia-menedzsment területén, melyekről korlátozott ismeretekkel rendelkezünk, mint például a kompetenciaszakadékról a munkáltatói igények és az egyetemen emberi erőforrás alapképzésben diplomát szerzett pályakezdők kompetenciái között.

Kutatásom célja olyan HR kompetencia-preferenciák meghatározása és elemzése, melyek az emberi erőforrások alapszakon végzett fiatal pályakezdők kompetenciáinak fontossági sorrendjét két nézőpontból vizsgálja, munkáltatói és munkavállalói oldalról. Kutatásom során feltárom, hogy alkothatók-e különböző kompetencia-preferencia csoportok a két nézőpont belül. Ha igen, akkor az egyes kompetencia-preferencia csoportok milyen sajátosságokkal rendelkeznek a fontossági rangsorok tekintetében, valamint milyen szervezeti, illetve egyéni jellemzőkkel írhatók le az említett csoportok. Végül pedig összevetem a két nézőpont véleményét, hogy van-e markáns eltérés a felállított kompetencia-preferenciák között.

Kutatásom elvégzéséhez a Q-módszertant alkalmaztam, melynek keretében online kérdőíven keresztül egy előre összeállított HR kompetencia-listát értékeltek a kutatásban résztvevő, relevancia alapján szűrt pályakezdők (50 fő), valamint szervezeti képviselők (68 fő). Válaszaikon lefuttatott faktorelemzés olyan kompetencia-preferencia csoportokat azonosított, amelyek jól leírható sajátosságokkal rendelkeznek, rangsorai egyértelműen elkülöníthetők. Bizonyos kompetenciák tekintetében azonosíthatók markáns eltérések a kompetencia-preferencia csoportok között, azonban a szervezeti és egyéni jellemzők egyértelműen nem különülnek el. Mindez pedig új egyéni és szervezeti jellemzők kutatásba való bevonását irányvonalazza.

MINTA

TÓTH FANNI
tothfann@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 7. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Szabó-Bálint Brigitta
egyetemi adjunktus, PTE KTK
Dr. Fűrész Diána Ivett
egyetemi adjunktus, PTE KTK

MIT AD A SPORT? A SPORT HATÁSA AZ EGYÉNI SIKERRE ÉS KARRIERRE

A sport számos olyan tulajdonságot képes kialakítani az emberekben, amit aztán a későbbiekben kamatoztatni tudnak, akár a magánéletben, de legfőképp a sikeres karrier kiépítése során. Kutatásom célja, hogy számottevő betekintést nyerjek a versenyszerűen sportolók karriertervezésébe, illetve minden olyan támogató eszközt feltárjak, ami elősegíti az egyének karrierjét. A kutatás során megfogalmazott hipotéziseim, kutatási kérdéseim a következők: Igazolható-e az állítás, miszerint a sportolók magas szinten rendelkeznek a sikerhez szükséges tulajdonságokkal, illetve, hogy alátámasztható-e az állítás, miszerint a sportolók tudatosan foglalkoznak és készülnek a karrierjükre.

A logikai felépítése a dolgozatomnak úgy tevődik össze, hogy a szakirodalmak segítségével a fő fejezeteket és az alapfogalmakat ismertetem, mint például a siker, a karrier és az ehhez szükséges feltételek. Az alfejezetek által az olvasó betekintést nyerhet a karriertervezés, - és menedzsment ismertetőjegyeibe, de ugyanakkor szemléltetésre kerül az ezeket befolyásoló tényezők is. Összehasonlításra kerülnek a korábban említett tényezők mind a “civil”, mind pedig a versenyszerűen sportoló embereknél. Tehát mindent, amit a karrier és siker témában megtalálhatunk, a sportolói életre kivetítve illusztrálom. Ezután bemutatásra kerülnek az egyéni (korosztályos) karriercélok, majd ezt követően ismertetem az empirikus kutatásom részleteit.

A kutatás egy kérdőíves felmérést foglal magában, melyet mind csapatsportolók (100 fő), mind pedig egyéni sportolók (51 fő) is kitöltöttek a teljes körű vizsgálat érdekében. A kérdőív elő részében az alapinformációkra kérdezek rá, ezt követően tettem fel a főbb kérdéseket. Kezdetben a siker témájára építettem fel a kérdéseket (15 db), majd pedig a karrierorientált kérdések következtek (18 db). A kérdőív végén található 3 demográfiai kérdés is, melyek a válaszadók nemére, korára és iskolai végzettségére kérdeznek rá.

A dolgozatom összegzéseként elmondhatom, hogy megkaptam minden olyan releváns választ a kutatási kérdéseimre, amivel igazolni tudtam a hipotéziseket. Közelebb kerülhettem a sport erős pozitív hatásaihoz, egy egyén karrierje során. A dolgozat gyakorlati haszna lehet akár az is, hogy a sportot felhasználhatjuk egy eszközként ahhoz, hogy könnyebben és gyorsabban elsajátíthassuk a sikertényezőket, illetve tudatosan építhessük a karrierünket ezáltal, hiszen a siker elérése könnyebb, a karrier tudatosabban építhető a sport által.

MINTA

GÖTZ BETTINA
gotzbettina1207@gmail.com
Emberi erőforrások
BA, 7. félév
Károli Gáspár Református Egyetem
Gazdaságtudományi, Egészségtudományi és Szociális Kar

Témavezető:
Dr. Alpár Vera Noémi PhD
egyetemi docens, KRE GESZK

TOBORZÁS ÉS KIVÁLASZTÁS HELYETT MUNKAERŐ MEGTARTÁS

Úgy gondolom, hogy teljes mértékben kijelenthető, hogy az 1900-as évektől, a klasszikus iskoláktól kezdve napjainkig óriási változásokon ment keresztül a HR világa. Egészen elképesztő, hogy a új technológiáknak, a digitalizáció növekvő szerepének valamint a toborzási trendeknek köszönhetően sokkal hatékonyabban lehet a toborzás és kiválasztási folyamatokat elvégezni mint régen. Az álláshirdetések feladása, a toborzó cégek, ügynökségek igénybevétele, social media felületek használata, valamint az állásbörzék tartása jó hatással van a toborzásra. Az online plaformokon való aktivitás miatt a toborzás napjainkban leginkább ott történik. A toborzó cégek különböző alternatív csatornákon keresik a potenciális jelölteket pl: profession, linkedin, github, facebook csoportok.

A kérdőív és az interjúk eredményeire támaszkodva, illetve az ott válaszok alapján, a HR folyamatok még sok helyen nincsenek digitalizálva, ami gondot okoz a jelölteknek. Mindemellett a hosszú kiválasztási folyamatok, amikkel a jelöltek szembesülnek, szintén problémát jelentenek az irreleváns elvárások mellett. A vizsgálatom során kiderült, hogy többen válaszolták azt, hogy a hibrid munkavégzést preferálják a legjobban ugyanis hatékonyabbnak és kényelmesebbnek gondolják.

A kutatásom során kíváncsi voltam arra, hogy a kitöltők hogyan reagálnak a fluktuáció kérdésére. Érdekes volt számomra, hogy a válaszadók nagy része érzékeli, hogy a jelenlegi munkahelyüket ez a kérdés bizony rosszul érinti.

A kutatásomban összegyűjtött adatokból, eredményekből, azt a konklúziót vontam le, hogy a válaszadók szerint a fluktuáció megállításához nagyban hozzájárulna a megfelelő szervezeti kommunikáció, a teljesítményértékelő rendszer bevezetése. Ezeken kívül motiváló a dolgozók számára ha innovatív projektekben vehetnek részt, valamint az is ha modern gépekkel dolgozhatnak, egy jól felszerelt korszerűsített munkahelyen.

Összességében úgy gondolom, hogy a vállalatoknak a bevételükhöz mérten költségek ráfordításával a fluktuáció és a munkaerőhiány változtatható lenne, ha a vállalatok vezetői több energiát fektetnének a képzés-fejlesztésre, mert az emberek általában szeretik az innovációt és a változatos projekteket, feladatokat. Befektetéssel járnak a béren kívüli juttatások is, melyek szintén motiválók a dolgozók számára. Az előléptetés, és a megfelelő munkaerő megbecsülése rendívül fontos, mert a mai világban könnyebben váltanak az emberek ha úgy gondolják nincsenek eléggé megbecsülve és támogatva a munkahelyükön.

MUNKA

Fenntarthatóság I. - Fenntarthatóság és fogyasztás

Elnök:	Prof. Dr. Tóth Gergely	MATE KC VFGI
Társelnök:	Prof. Dr. Csutora Mária	BCE GTK
Tag:	Dr. Szigeti Cecília	BGE PSZK
Tag:	Dr. habil. Berényi László	ME GTK
Tag:	Csigéné Dr. Nagypál Noémi	BME GTK

MINTA

BÁN SZABINA
banszabina0201@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 8. félév
Eszterházy Károly Katolikus Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Tánczos Tamás
egyetemi docens, EKKE GTK

GAZDASÁGI FEJLETTSÉG ÖSSZEFÜGGÉSEI A KÖRNYEZETTERHELÉSSEL MAGYARORSZÁGON

Napjaink egyik kulcstémája a környezetszennyezés, hiszen a környezeti problémák egyre inkább súlyosbodnak. Ezen környezeti problémák feltárása egyre több kutató figyelmét kelti fel, így a gazdasági és környezeti jelenségek összefüggéseinek elemzése már régóta áll a hazai és nemzetközi kutatások középpontjában. Kiemelendő kérdés, hogy a társadalmi-gazdasági térbeli egyenlőtlenségeket, a demográfia, a természeti adottságok, az infrastrukturális helyzetkép, az életszínvonal, a vonzáskörzet milyen mértékben befolyásolja. Tudományos munkámban egy nagy átfogó célkitűzés került meghatározásra. Célom volt megvizsgálni a bekövetkező gazdasági fejlettség összefüggéseit a környezetterheléssel Magyarországon 2015 és 2019 között. Az átfogó célkitűzés megválaszolásához az alábbi kutatási kérdések kerültek azonosításra.

- Milyen összefüggés mutatható ki a gazdasági fejlettség, a népsűrűség és a környezeti terhelés között?
- A vizsgált időszak alatt hogyan változott az egyes járások gazdasági fejlettsége és a környezetkímélő technológiák alkalmazása?
- Hogyan viszonyul egymáshoz a gazdasági fejlődés által előidézett népsűrűségből fakadó környezeti terhelés és a környezetkímélő technológiák alkalmazása?

A kutatás során szakirodalmi szűrést, szekunder információfeldolgozást, kvantitatív és kvalitatív módszereket egyaránt alkalmaztam. A szekunder adatforrások tekintetében releváns nemzetközi és hazai szakirodalom feldolgozása mellet, az Országos Településfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer (TeIR) adatbázisa került felhasználásra. Vizsgálataim között járási szintű elemzések (korreláció és regressziószámítás) mellett idősorelemzést és a keleti-nyugati régóik közötti különbségek meghatározásához regionális elemzési módszereket is alkalmaztam. Az egyenlőtlenségek mérésére speciális regionális mutatók számítására került sor (Robin-Hood index, Duál mutató).

MUTA

PORKOLÁB PATRÍCIA FANNI
patricia.fanni98@gmail.com
Vezetés és szervezés
MA, 3. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Dániel Zoltán András
egyetemi docens, PE GTK

HATÁRTALAN FENNTARTHATÓSÁG ÚJRATÖLTVE – TERET NYERHET-E A HIPEREK HASZNÁLTRUHAKERESKEDELME?

A globalizáció hatására a textil- és ruházati ipar is jelentősen növekedett, az egyik vezető iparággá vált a világon, a világ GDP-jének 2%-át teszi ki. A gyorsuló világ, a technológia fejlődése, a digitalizáció a ruházati termékekre is hatással van, egyre rövidebb idő alatt képesek a ruhagyárak új kollekciót a piacra a dobni, amelyek minősége, használati élettartama jelentősen csökken, a korábbi, hosszabb idő alatt elkészített, jobb minőségű termékekhez képest. Továbbá ezeket olcsóbban is kínálják a fogyasztók számára, ezzel is ösztönözve őket arra, hogy folyamatosan vásároljanak az új kollekcióból, hiszen megfizethető áron vannak. A fast fashion megjelenésének árnyoldalára, annak társadalmi, gazdasági és környezeti hatására azonban nem fordítunk kellő figyelmet. A körforgásos gazdaság, fenntarthatóság fogalmával szinte már nap mint nap találkozhatunk, ezek irányelveit igyekeznek beépíteni a textil- és ruhaipari ágazatban is, több-kevesebb sikerrel. Azonban a nagy mennyiségben legyártott, viszonylag rövid időn belül leselejtezett ruhaneműk kezelésére is szükséges megoldást találni, a használtruha boltok erre egy jó megoldási lehetőséget jelentenek. Kutatásom során, kérdőív segítségével azt vizsgáltam, hogy mennyire jellemző Magyarországon, illetve Romániában a használtruha boltokban történő vásárlás, van-e különbség a két ország ruhavásárlási szokásai között, a vásárlók milyen jellemzőkkel rendelkeznek, figyelembe vesznek-e környezeti szempontokat. Ezek után, már egy kissé átalakított kérdőív segítségével a hipermarketekben bevezetett használtruha-árusítás eredeti helyszínén, Franciaországban is megismételtem a lekérdezést hazánk és Románia mellett. Az eredmények igazolták azt, hogy van igény ilyen jellegű értékesítésre hazánkban is, és hogy hosszú távon pozitív hatást gyakorol majd a környezetre is.

MEFTA

ROHTLA MADLI
madli.rohtla@gmail.com
Regionális és környezeti gazdaságtan
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Társadalomtudományi TDK

Témavezető:
Diófási-Kovács Orsolya
egyetemi adjunktus, BCE VGI

A ZÖLD ÜZENET (FEL)SZOLGÁLÁSA: EURÓPAI FELSŐOKTATÁSI INTÉZMÉNYEK (KÖZ)ÉTKEZTETÉSI RENDSZERÉNEK A FENNTARTHATÓSÁG IRÁNYÁBA VALÓ ÁTALAKULÁSA – KVALITATÍV TANULMÁNY

A fenntartható élelmiszerellátó rendszerek egészüket tekintve nem csak profitábilisak, de széleskörű előnyöket is biztosítanak a társadalom számára, miközben pozitív, vagy semleges hatással vannak a környezetre. A felsőoktatási intézmények feladatai és felelősségei magukba foglalják a társadalmi célkitűzések, köztük a fenntarthatóság elővitelét. Ez utóbbi egyik módja fenntartható rendszerből származó ételek biztosítása az általuk fenntartott étkeztető létesítmények kínálatában. A fenntartható élelmiszerekre való áttérés folyamata során azonban számos gazdasági, kulturális, illetve politikai természetű kihívással kell megküzdeni. A zöld üzenet (fel)szolgálása: európai felsőoktatási intézmények (köz)étkeztetési rendszerének a fenntarthatóság irányába való átalakulása – kvalitatív tanulmány című 76 munkám kvalitatív megközelítésből vizsgálja azon tényezőket, melyek a felsőoktatási intézmények ez irányú átalakulását befolyásolják. Elméleti kereteken, a létező, ún. helyes gyakorlatokat bemutató esettanulmányokon, valamint a kérdésben érdekelt felek szakértőivel folytatott interjúkon keresztül bemutatva igyekszik feltérképezni a fenntartható étkeztetés felé vezető utat két olyan európai felsőoktatási intézményben, ahol ezt a megközelítést jelenleg (még) nem alkalmazzák. Megállapítható, hogy – részben az európai felsőoktatási intézmények eltérő felépítése, részben pedig az élelmiszerek fenntarthatóságával kapcsolatos, eltérő nemzeti prioritások okán – jelenleg nincsenek bevett ún. legjobb gyakorlatok. Ugyanakkor a sikeres modellváltások mindegyike esetében a folyamat során – egyebek mellett – megfigyelhető volt számos belső érdekelt fél bevonása; a saját, belső, illetve regionális források kiaknázása; valamint a külső érdekelt felekkel való kapcsolatépítés. Noha az esetek alacsony számából kifolyólag általános következtetésű érvényeket felsőoktatási intézményekben megvalósuló, fenntartható étkeztetéshez vezető úttal kapcsolatban levonni ugyan nehéz, az alkalmazott módszertan elméleti keretként szolgálhat az érdeklődők számára.

MINTA

AL MAMUN MD ABDULLAH
mamun.austex@gmail.com
Ellátási lánc menedzsment
MSc, 5. félév
Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Buics László
egyetemi adjunktus, SZE KGK

FENNTARTHATÓSÁG A TEXTILGYÁRTÁSI FOLYAMATOKBAN A HULLADÉKCSÖKKENTÉS RÉVÉN: ESETTANULMÁNY BANGLADESBŐL

Ennek a cikknek az a célja, hogy bemutassa a hulladékcsökkentés fontosságát a gyártási folyamatokban a magasabb szintű fenntarthatóság elérése érdekében. A fenntarthatóság sok szempontból fontos kérdés, beleértve a társadalmi, környezeti és gazdasági tényezőket is. Ahogy az iparágak automatizáltsásának szintje növekszik, a növekvő hulladékmennyiség a fenntartható környezet egyik fő akadályává vált. Ez az oka annak, hogy a fenntartható gyártási koncepció gazdasági előnyökkel jár, miközben a negatív környezeti hatások és a hulladékok minimalizálására összpontosít, ami az energia és a természeti erőforrások megőrzéséhez vezet. Ráadásul ez a koncepció összességében pozitív hatást válthat ki egy ország gazdaságára nézve.

Banglades gazdasága nagymértékben függ az exportbevételektől, amelyben a készruhagyártó ipar több mint 80%-ot képvisel. Ez az ágazat azonban tele van problémákkal, melyek közül a túlzott pazarlás az egyik legnagyobb. Ez óriási negatív hatással van a környezetre és az ország gazdaságára. Ez a cikk egy bangladesi textilruhagyár gyártási folyamatait használja esettanulmányként annak megvizsgálására, hogyan érhető el a hulladékcsökkentés a gyártás során. Először a gyártási folyamat fő lépéseit térképezzük fel és vizualizáljuk, hogy azonosítsuk a fejlesztési lehetőségeket a Business Process Modeling módszertanával. Másodszor, a gyártási folyamat javítása után kísérleti teszt történik annak megállapítására, hogy a javasolt megoldással mennyi hulladékcsökkentés érhető el.

A szerzők úgy találták, hogy a gyári varrásból származó pazarlás túl sok volt, és sűrített levegőt használtak a probléma minimalizálására javasolt megoldásként. A teszt végeredménye azt mutatta, hogy a varrás közbeni szövetveszteség csaknem 75%-kal csökkent. Ennek következtében nagyobb az esélye annak, hogy a megoldás megfelelő megvalósítása segít a pazarlás megfelelő szintre minimalizálásában és a tulajdonosok össznyereségének növelésében is.

MINTA

ÉGERHÁZI VIRÁG
viragegerhazi8@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Vállalkozásfejlesztési Intézet

Témavezető:
Szalai Máté
egyetemi tanársegéd, BCE TK

AZ EGYSZER HASZNÁLATOS MŰANYAGRÓL SZÓLÓ IRÁNYELV VÉGREHAJTÁSA MAGYARORSZÁGON

Dolgozatomban arra törekedtem, hogy mélyebb betekintést nyerjek az Európai Unió szabályozásainak a magyar gazdaságra és a hulladékgazdálkodásra gyakorolt hatásába. Kutatásom középpontjában az Európai Unió egyszer használatos műanyagokra vonatkozó irányelvének magyarországi végrehajtásának vizsgálata állt, ami rendkívül aktuális téma, hiszen az ellentétes érdekek és nagy mértékű változtatási javaslatok folyamatosan alakítják át az ágazatot, ami kihívások elé állítja az ipari szereplőket. A célkitűzések megvalósításában bekövetkező bármilyen fejlemény vagy nehézség nagymértékben befolyásolja Magyarország nemzetközi gazdaságban elfoglalt pozícióját.

A kutatási témám átfogó vizsgálata érdekében először az Európai Unió jelenlegi műanyaghulladékstatisztikáját mutattam be, majd az Európai Unió környezetvédelmi lépéseinek története, az egyszer használatos műanyagokra vonatkozó irányelv, a magyarországi hulladékstatisztikák, végül a magyarországi környezetvédelmi szabályozások és programok bemutatása következett.

Az irányelv magyar piacra gyakorolt esetleges hatásainak azonosítása érdekében kvalitatív kutatást végeztem, a magyar hulladékgazdálkodási rendszer különböző érintettjeinek megkérdezésével. Dolgozatom interjúalanyai Graczka Szilvia, a KSH Környezetvédelmi és Információs Statisztikai Főosztályának vezetője és Humusz aktivistája, Rupp Tamás Roland, az NHKV fejlesztési és stratégiai vezetője, Ifka Vivien, az Építésügyi Főosztály vezetője, az Innovációs és Technológiai Minisztérium Hulladékgazdálkodási Főosztályának korábbi szakértője voltak. Továbbá egy névtelenül nyilatkozó ipari szereplő, aki a hulladékgazdálkodási szolgáltatók érdekérvényesítéséért dolgozik.

A kutatásom során folytatott beszélgetésekből kimutatkozott, hogy a magyarországi műanyagszennyezés kezelésének folyamatát nagy valószínűséggel az Európai Unió szabályozásai és az európai trendek fogják vezetni, a magyar kormánytól csak a vitathatatlanul kötelező érvényű szabályozások mellett várható elköteleződés. Sajnos a hulladékgazdálkodási rendszer számos nehézsége miatt a célok elérése kihívást jelent majd a magyar gazdaság számára. Az irányelvben foglalt intézkedések hatékony végrehajtásának kulcsa a rendszerszintű változásokra összpontosító valódi elkötelezettség és a megvalósítások megfelelő pénzügyi hátterének biztosítása lenne.

MTA

HERNÁDY KINGA
kinga.hernady@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 5. félév
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:
Dr. Katona Ferenc
adjunktus, OE KGK

VALÓBAN FENNTARTHATÓ-E A FENNTARTHATÓNAK NEVEZETT IRÁNY A DIVATIPARBAN?

Ki ne álmodozna kiskorában arról, hogy ha majd felnő, mi szeretne lenni, milyen szakmát választana magának. Az évek múltával mi lesz ezekből az álmokból, akkor még nem tudhatjuk pontosan. De milyen szép, ha az embernek megmaradnak a régi álmai és azokat próbálják meg követni és megvalósítani. Én is álmodtam egy nagyot körülbelül tizenhét éve, amikor általános iskolában teljesen magával ragadott a női ruhatervek rajzolása, és a barátnőimmel kedvünkre válogattunk a fazonok közül, hogy kinek melyik tetszik legjobban.

Ma a fenntarthatóság egyre több szakmában egyre több szinten megjelenik. Felnőve a divattervezéssel mint hivatással egyre komolyabban, mélyebben és tudatosabban kezdtem el foglalkozni. Azonban eleinte én magam sem gondoltam bele, hogy mennyire szennyező egy ruhakészítés gyártási folyamata, mi történik a gyártás előtt, közben és után. A divatipar fenntarthatósága mint fogalom, a mai napig kérdőjel az én számomra is. Szeretném tudni, hogy az én álmom miként válhat egy olyan saját ruhaipari vállalkozássá, amiről elmondhatom, hogy tudatos és elkötelezett védője a környezetnek. Ötletek mindig születnek, a kivitelezés inkább a kérdés.

TDK dolgozatom ilyen gondolatokból, kérdésfeltevésekből indul ki, melyben azt vizsgálom, hogy a divatipar szereplői mennyire képesek manapság környezettudatosak lenni. Ezt mind a gyártók, mind a fogyasztók részéről vizsgálom. Vajon kik és mennyire foglalkoznak olyan meghatározó kérdésekkel, amik napjainkban egyre a fejünk felett lebegnek? Vajon büszke lehet-e rám az az álmodozó kislány, aki még mindig bennem él, hogy olyan márkát tudok létrehozni, ami fenntartható minden szempontból?

Kis gyermekként sokan szeretnének tűzoltók és orvosok lenni, olyan emberek, akik a világot szeretnék megmenteni, jobbá tenni. Úgy érzem, ez egy elég erős gondolat egy kisember fejében. Vajon mi felnőttek meg tudjuk tartani a jövő nemzedéknek is a Földet, hogy megvalósíthassák nagyratörő, világmegmentő álmaikat?

MINTA

Fenntarthatóság I. - Fenntarthatóság makro perspektívában

Elnök:	Prof. Dr. Tóth Gergely	MATE KC VFGI
Társelnök:	Prof. Dr. Csutora Mária	BCE GTK
Tag:	Dr. Szigeti Cecília	BGE PSZK
Tag:	Dr. habil. Berényi László	ME GTK
Tag:	Csigéné Dr. Nagypál Noémi	BME GTK

MINTA

ERŐSS VIKTÓRIA
erossv@gmail.com
Regionális és környezeti gazdaságtan
MSc, 4. félév
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Pálvölgyi Tamás
egyetemi docens, BME GTK

A COVID-19 „ZÖLD HAJTÁSAI": A JÁRVÁNY HATÁSA A KÖRNYEZETI TELJESÍTMÉNYRE ÉS A HAZAI ÁGAZATOK KARBON LÁBNYOMÁRA

A jelen kutatás keretében a Covid-19 járvány hazai környezeti teljesítményre és az ágazatok karbonlábnyomára gyakorolt hatásait elemeztem. Munkám fő mozgatórugója, hogy habár a járvány hazai társadalmi és gazdasági következményeivel számos tanulmány, elemzés foglalkozik, a környezetre gyakorolt hatások tekintetében alig találhatóak kutatások, azok is többnyire globális vonatkozásúak. Kutatásom célja egy olyan hatásvizsgálat volt, mely egyaránt kiterjed a járvány hazai környezeti teljesítményének, valamint az egyes gazdasági ágazatok karbonlábnyomának alakulására. A témakör feldolgozását a kapcsolódó hazai és nemzetközi szakirodalmi háttér feldolgozásával kezdtem, majd elsőként a környezeti teljesítmény alakulását elemeztem a levegőminőség, a légiközlekedés, az energiafelhasználás és a hulladék képződés/gazdálkodás területére koncentrálva, elsődlegesen a Magyar Energetikai és Közmű-szabályozási Hivatal adatgyűjtéseinek felhasználásával. Az eredmények szerint a vizsgált területek indikátorai többnyire csak a pandémiával kapcsolatos korlátozások időszakában mutatnak érdemi hatást, de a lezárások feloldását követően a forgalom, fogyasztás, energiafelhasználás szintje visszaállt az eredeti mértékre, vagy akár meg is haladta azt. Mindezek okán a Covid-19 járvány környezeti teljesítményre gyakorolt kedvező hatása legfeljebb rövidtávon jelentkezik.

Az ágazati karbonlábnyom alakulásának vizsgálatához az ENSZ Éghajlatváltozási Keretegyezményének titkársága által gyűjtött és kontrollált nemzeti üvegházhatású gázleltár adatokat használtam fel, vetítési alapként a termelő ágazatok bruttó hozzáadott értékét, a közlekedési ágazatok esetében az áruszállítás naturális mértékegységét, a lakó- és középületek fajlagos emissziójának meghatározásához pedig a lakónépesség számát vettem. A kutatás eredményei azt mutatják, hogy a Covid-19 járvány több vizsgált ágazat karbonlábnyomának csökkenését eredményezte 2020-ban. Ezen ágazatok közé tartozik a cement és kerámiagyártás, valamint az acél, vas- és egyéb fémgyártás, de kedvezően alakul a fajlagos teljesítménye az ÜHG kibocsátásban igen meghatározó szerepet betöltő közúti szállításnak is. Ezzel szemben akad olyan szegmens is, amelynek kibocsátása nőtt a járvány következményeként – tipikusan ide sorolható a lakóépületek, s talán a zárlatok miatt meglepő módon a középületek emissziója is. E változások okai között főként járványintézkedések, gazdaságpolitikai lépések, vagy egyszerűen csak az előbbieket erősítő időjáráshatás említhető.

MINTA

SZELECZKI MIHÁLY DÁNIEL
daniszeleczki13@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Dr. Antalóczy Katalin CSc
főiskolai tanár, BGE KKK

A FOGYASZTÓI TÁRSADALOM DISZTÓPIÁJA: AZ ERDŐIRTÁSOK, A KLÍMAVÁLTOZÁS VALAMINT A KIHALÁSSAL FENYEGETETT VADKÁVÉ FAJOK HATÁSA A KÁVÉTERMESZTÉSRE ÉS A KÁVÉ GLOBÁLIS ÉRTÉKLÁNCÁRA - BRAZÍLIA PÉLDÁJA

A fogyasztói társadalom igényeinek kielégítése céljából végzett tevékenységek számos formában károsítják környezetünket, hosszútávon pedig akár iparágak fennmaradására is veszélyt jelenthetnek. Az erdőirtások és az ezek hatására erősen felgyorsuló klímaváltozás jó példája ennek. A vadkávéfajok kihalását eredményezhetik a nem megfelelő mezőgazdasági gyakorlatok, veszélybe sodorva a földrészeken átívelő értéklánc valamennyi szereplőjét. Ennek árnyoldalát a fogyasztói társadalom is megtapasztalná. A kávétermelők a környezeti feltételek hiányában ugyanis nem képesek előállítani a szükséges kávémennyiséget a megfelelő minőségben, jelentős világpiaci hiányt eredményezve. A fogyasztói társadalom lényegében saját maga ellen cselekszik.

A kutatás célja a világ legjelentősebb kávétermelő országa, Brazília példáján keresztül megvizsgálni az erdőirtások és azok klímakövetkezményeinek kávétermesztésre és a kávé globális értékláncára gyakorolt hatását. Célja továbbá feltárni azokat a lehetőségeket és megnevezni azokat az értékláncon belüli vagy kívüli szereplőket, amelyek megoldást jelenthetnek az iparág problémáira.

Kutatásomban a következő kérdésekre keresem a választ:
• Milyen speciális tulajdonságai vannak a kávétermesztésnek és a kávé értékláncának?
• A kávétermesztés okozta erőirtások milyen következményekkel járnak?
• Hogyan jelenik meg a hozzáadott érték a kávé globális értékláncában?
• Milyen társadalmi, környezeti és gazdasági problémákat vet fel a kávé értéklánca?
• Mely értékláncon belüli és kívüli szereplők tehetnek a nehézségek enyhítéséért és hogyan?

Kutatási módszerem illeszkedik a dolgozatom témájához, ezért szekunder adatokat, a nemzetközi szakirodalom eredményeit vizsgálom. Emellett statisztikai adatok feldolgozásával is szemléltetem a brazil kávétermesztés jelenlegi helyzetét és kilátásait.

A kutatás eredményeként várhatóan választ tudok adni a bemutatásra kerülő kérdésekre és problémákra feltárva a háttérben zajló folyamatokat. Ennek eredményeként pedig olyan megoldásokat és cselekvési terveket fogalmazhatok meg, melyek hozzájárulhatnak a brazíliai kávétermesztés és érintettjei előtt álló kihívások hatékony és eredményes kezeléséhez.

MINTA

SLAVATI ZSANETT
slavati.zsani@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 6. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Dániel Zoltán András
egyetemi docens, PE GTK

AZ SDGS JELENLÉTE A MAGYAR TOP 100 VÁLLALKOZÁSNÁL

Napjainkban egyre nagyobb szerepet kap a fenntarthatóság, a környezetre gyakorolt káros hatások csökkentése valamint a társadalmi egyenlőség, a jólét és a jóllét fogalma. Sajnos jelen időszakban is jelentős problémákkal kell szembe néznünk mind társadalmi, gazdasági és környezeti aspektusból is, ideértve például a mélyszegénységet, a nélkülözést, a nemek közti egyenlőtlenséget, az alapvető emberi jogok hiányát, az oktatás és az egészségügyi szektor elmaradottságát, a korrupciót, vagy a tisztességes munka és innováció hiányát. A fent említett problémák egy részének megoldása érdekében 2000-ben elfogadták a 8 Millenniumi Fejlesztési Célt, hogy azok elősegítsék az életkörülmények javítását és a mélyszegénység felszámolását. A célok megvalósítási időszaka 2015-ig tartott, a munka során kiemelkedő eredményeket értek el, azonban a folyamatot nem tekintették befejezettnek. 2015-ben az ENSZ bemutatta az ún. Agenda 2030 globális keretstratégiát, melynek szerves részét képezte a 17 Fenntartható Fejlődési Cél (SDGs – Sustainable Development Goals). Az új, minden nemzetre kiterjedő célok a fent említett megoldandó anomáliákon túl még számos más esetre kiterjedően úgy kívánnak megoldást nyújtani, hogy közben kezeljék az éghajlatváltozás okozta nehézségeket és problémákat, megőrizzék a természeti kincseinket, s elősegítsék a tagállamok gazdasági fejlődését és kooperációs törekvéseiket.

A kutatási tevékenységem célja, hogy feltérképezzem a hazai top 100 vállalkozás viszonyát a fenntartható fejlődéshez. Az általuk kiadott fenntarthatósági jelentéseket, publikációkat az alapján kívánom vizsgálni, hogy a 2015-ben az ENSZ által elfogadott Fenntartható Fejlődési Célok 17 eleme közül melyek, s azok milyen mélységben jelennek meg bennük. Dolgozatomban összehasonlítom a vizsgált szervezetek által a kiadott fenntarthatósági jelentéseket, s következtetéseket vonok le belőlük. Továbbá javaslatot kívánok fogalmazni azzal kapcsolatban, hogy miért és milyen részletességgel, rendszerességgel lenne célszerű a vállalkozásoknak nem pénzügyi jelentéseket készíteniük.

MUNKA

HORVÁTH ADÉL ROXÁNA
adel.horvath@stud.uni-corvinus.hu
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Radványi Anna Ráhel
egyetemi adjunktus, BCE, Adatelemzés és Informatika Intézet, Matematika tanszék

ÉLETCIKLUS KÁROSANYAG-KIBOCSÁTÁSÁNAK ELEMZÉSE JÁTÉKELMÉLETI MÓDSZEREKKEL

A dolgozatban termékek életciklusának károsanyag-kibocsátását szeretném elemezni kooperatív játékelméleti módszerekkel. Arra a problémára keresem a választ, hogy egy termék életciklus-elemzése során megállapított teljes károsanyag-kibocsátását hogyan lehet szétosztani a termelési folyamatot reprezentáló ellátási lánc szereplői között. A modell alapját Gopalakrishnan et al. munkája adta (Gopalakrishnan, Granot, Granot, Sosic, Cui: "Incentives and Emission Responsibility Allocation in Supply Chains", Management Science 67(7):4172-4190, 2020), akik megmutatták, hogy bizonyos természetesen adódó elvárt tulajdonságok mellett a Shapley-érték az egyetlen elfogadható, hatékony elosztási struktúra. Szeretném az általuk alkalmazott modellt egy konkrét termék, a gyümölcsös dobozok életciklus-elemzésén keresztül bemutatni. Továbbá szeretném megmutatni, hogy a Shapley-érték által adott megoldás hogyan használható ösztönzőül arra nézve, hogy az egyes felhasználók hajlandóak legyenek a termelési folyamat során keletkező károsanyag-kibocsátásuk csökkentésére.

MINTA

KELEMEN ADÉL
adel.kelemen11@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Nemzetközi, Politikai és Regionális Tanulmányok Intézete

Témavezető:
Bozóki Sándor
egyetemi docens, BCE MSMI

ÉRTÉKELÉSI MÓDSZEREK VIZSGÁLATA FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉSI MUTATÓK KÖRNYEZETI SZEMPONTJAIN KERESZTÜL

A jólét mérésére legtöbbször gazdasági indexeket használnak. Azonban egyre nagyobb szerepet kapnak a gazdasági tényezők mellett a környezeti és társadalmi szempontok is, így az elmúlt években számos alternatív fejlettségi indexet dolgoztak ki az országok jólétének mérésére. A fenntarthatósági indexek módszertani hátterében jelentős eltérések tapasztalhatók. A legszembetűnőbb különbség, hogy más mutatókat vonnak be a vizsgálatba annak megfelelően, hogy a fenntarthatóság mely aspektusát helyezik a középpontba. Ennek köszönhetően az indexek eltérő ország rangsorokat produkálnak, de a módszertani háttér tanulmányozásakor egyéb eltérések is felfedezhetők. Az indexek értékelő függvényei is gyakran eltérnek, például egyes tényezők esetén a kapható pontokat a legjobban és a legrosszabbul teljesítő országokhoz mérik, míg más tényezőkhöz elméleti határokat adnak meg. Így megeshet, hogy egy ország sem ér el maximális vagy minimális pontot.

Kutatásomban azt vizsgáltam, hogy egy teljesítménymutató értékelő függvénye és a súlya külön-külön mekkora befolyásoló erővel bír egy fenntarthatósági index eredményeire. Hipotézisem, hogy egy szempont súlyának módosítása kompenzálható az értékelő függvény módosításával és fordítva. Vizsgálatom során azt tapasztaltam, hogy a szakirodalomban az értékelő függvényekre nem fektetnek akkora hangsúlyt, mint a szempontsúlyokra, így célom volt előbbi fontosságára rávilágítani.

Az Environmental Performance Indexen részleges reprodukálásán keresztül empirikusan bemutatom, hogy más szempontsúly és értékelő függvény használatával kihozható az eredeti pontszám. Így a két paraméter ugyanolyan jelentős szerepet tölt be az indexekben. A számítás során az értékelő függvények egyedüli rangsorra gyakorolt hatását is vizsgálom, mely számottevő változást okoz az országok sorrendjében.

MTA

MÁLITS PÉTER
peter.malits@stud.uni-corvinus.hu
Nemzetközi gazdálkodás
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Madari Zoltán
egyetemi tanársegéd, BCE MSMI

EURÓPA, A ZÖLD KONTINENS? – AZ EURÓPAI UNIÓ ÉGHAJLATVÉDELMI TÖREKVÉSEINEK ÉRTÉKELÉSE A KÖRNYEZETI KUZNETS-GÖRBE ELTÉRŐ MEGKÖZELÍTÉSEINEK ALKALMAZÁSÁVAL

Az európai politikában az éghajlatváltozás elleni fellépés kérdése megkerülhetetlen tényezővé vált és az Európai Unió globális viszonylatban is ambiciózus, az üvegházhatású gázok kibocsátásának csökkentésére irányuló célkitűzésekkel rendelkezik amellett, hogy gazdasági fejlettsége is kiemelkedő. A környezeti Kuznets-görbe hipotézise szerint definiálható az a gazdasági fejlettségi pont, amit meghaladva az országok környezeti terhelése csökken. A hipotézis bizonyítására irányuló kutatások döntő többsége a nemzetközi kibocsátási számvitel gyakorlatához hasonlóan a környezeti terhelés mérőszámaként a territoriális szén-dioxid-kibocsátást nevezi meg. A nemzetközi kereskedelemben részt vevő javak beágyazott emissziójával korrigált, az adott terület lakóinak életmódját tükröző fogyasztásalapú szén-dioxid-kibocsátás ezzel szemben csak kivételes esetekben képezi vizsgálat tárgyát, azonban a két megközelítés összevetése rámutathat a kibocsátások alakulásának tulajdonságaira.

Kutatásomban statikus panelökonometriai eszközökkel tesztelem a környezeti Kuznets-görbe hipotézisét az EU tagállamainak 1995-2018 közötti adatainak felhasználásával. Azon kérdésekre keresem a választ, hogy megfigyelhető-e eltérés a két megközelítés eredményei között uniós szinten és a nettó karbonimportőr tagállamok esetében, illetve arra, hogy a mely tényezők hatnak a szén-dioxid-kibocsátás alakulására. A kutatás megfelelő körültekintéssel interpretálható eredménye tendenciájában felveti annak kockázatát, hogy a jelentős beágyazott kibocsátással rendelkező termékek importálásán keresztül az Unió globális kibocsátáscsökkentéshez való hozzájárulása nem olyan mértékű, mint amit a territoriális megközelítés alapján feltételezni lehet. Mindez további, a fogyasztásalapú kibocsátás csökkentésére irányuló stratégiák és jogszabályok implementálását teszi indokolttá. A kibocsátás alakulására szignifikánsan ható tényezők mindazonáltal megerősítik az Unió éghajlatvédelmi törekvéseihez hozzájárulni hivatott eszközök létjogosultságát.

MTA

NÁHLIK ANDRÁS
andras.nahlik@gmail.com
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás
MA, 3. félév
Soproni Egyetem
Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Németh Nikoletta
adjunktus, SOE LKK
Pankotay Fruzsina Magda
tanársegéd, SOE LKK

MEGVALÓSÍTHATÓ-E A KÖRKÖRÖS GAZDASÁG? A MŰANYAG ÚJRAHASZNOSÍTÁS VIZSGÁLATA MAGYARORSZÁGON

A hulladéktípusokon belül a műanyaghulladék, különösképpen a műanyag csomagolási hulladék aránya magas. A probléma megoldására az Európai Unió hulladékstratégiát dolgozott ki és ennek elfogadását elvárja tagállamaitól. Az Európai Unió két legfőbb modellje a hulladék hierarchia modell és a körkörös gazdasági modell, mely mindkettő érinti a műanyag hulladékokat is. A körkörös gazdaságra való átállás a különböző anyagok esetében különböző problémákat vet fel. Ebben a dolgozatban azt vizsgálom, hogy a műanyagok esetében megvalósítható-e a körforgás?

Dolgozatom további célja meghatározni a műanyag hulladékkal kapcsolatos gazdálkodási helyzetet az Európai Unióban és Magyarországon primer és szekunder kutatási módszerek alkalmazásával. A kilenc hazai szakemberrel készített mélyinterjú adja a primer kutatás alapját. A megkérdezettek közül ketten tudományos kutatók, ketten közszolgáltató vállalatok, valamint öten profitorientált feldolgozó vállalatok munkatársai. Továbbá egy osztrák kutató válaszai segítettek a magyar és az osztrák helyzet összehasonlításában.

Válaszadóim meglátása, hogy a magyarországi műanyag újrahasznosítás helyzete még fejlesztésre szorul. Bár hazánknak közel azonos fejlettségi szinten van a feldolgozó infrastruktúrája, mint az Európai Unió tagállamainak átlagában. de a lakosság szelektív hulladékgyűjtési szokásaiban jelentős különbségek mutatkoznak. Egy hatékony műanyag újrahasznosítási rendszer fejlesztéséhez először az emberek viselkedésében kell változást elérni. A műanyag feldolgozás infrastruktúráját tekintve kisebb fejlesztések szükségesek. A primer kutatás alapján kijelenthető, hogy a műanyagok esetében a tökéletes körforgást nem lehet elérni, hiszen az újrafeldolgozási folyamatok során minden esetben fellépnek anyagi veszteségek

MUNKA

Fenntarthatóság II. - Energetikai kérdések

Elnök:	Dr. Málovics György	SZTE GTK
Társelnök:	Prof. Dr. Bai Attila	DE GTK
Tag:	Dr. habil. Karcagi-Kováts Andrea	DE GTK
Tag:	Dr. Németh Patrícia	BGE KVIK KIT

MTA

KUSZMANN REGINA
regina.kuszmann@gmail.com
Alkalmazott közgazdaságtan
BA, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

Témavezető:
Baranyai Eszter
mesteroktató, BCE KTI

A HÁZTARTÁSOK VILLAMOSENERGIA-FOGYASZTÁSÁT MEGHATÁROZÓ TÉNYEZŐK VIZSGÁLATA MAGYARORSZÁGON

Az üvegházhatású gázok kibocsátása nagy terhet jelent környezetünkre, aminek jelentős hányadáért a villamosenergia- és hőtermelés felelős, az energiakereslet nagy része pedig a háztartásoknál jelentkezik. Napjainkban számos nemzetközi szervezet, politikai irányítás és vállalat igyekszik az emberi tevékenységet úgy befolyásolni, hogy az abból származó kibocsátás környezetre és a gazdaságra gyakorolt káros hatását mérsékelje, lassítsa a globális felmelegedést.

Ahhoz, hogy hatékony energiapolitikai döntéseket lehessen hozni, szükség van a fogyasztói magatartás megértésére. Kutatásomban a KSH szélesebb közönség számára nem hozzáférhető, mikroszintű adatbázisára támaszkodva, többváltozós regressziós modellek segítségével vizsgálom meg a lakóingatlan jellemzőinek, a lakók szociális és gazdasági helyzetének, valamint a háztartásban megtalálható elektromos berendezések számának hatását a villamosenergia-fogyasztásra. Hasonló kérdéseket vizsgál a szakirodalom néhány nyugat-európai ország háztartási adatain, de tudomásom szerint magyar kontextusban ilyen részletes adatokon alapuló tanulmány még nem született.

Modellem alapján a korábban felsorolt tényezők mindhárom csoportja statisztikailag szignifikáns módon hatással van a fogyasztásra, csakúgy, mint a hasonló külföldi tanulmányok esetében. Továbbá hazánkban a lakók gazdasági és szociális jellemzői rendelkeznek a legnagyobb magyarázó erővel. Eredményeim rávilágítottak arra is, hogy a fehér javak – a „fehér javak” közé tartoznak a nagy, konyhai és takarításhoz használt háztartási gépek - szignifikánsan nagyobb hatással vannak a fogyasztásra, azonban a barna javak – ezek leginkább szórakoztató és hobby készülékek, mint például a televízió - száma is meghatározó. Kutatásaim eredményei energiapolitika szempontjából lényegesek, hiszen például felhívják a figyelmet azon intézkedések fontosságára, amelyek az energiahatékonyabb fehér javakra történő átállást szorgalmazzák (zöld hitelek, célzott támogatások). Szintúgy megágyaznak egy olyan hatástanulmánynak, amely az egységes eurócímke barna javakra való kiterjesztését vizsgálja.

ROZS BÁLINT
rozs.balint@gmail.com
Regionális és környezeti gazdaságtan
MSc, 3. félév
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Hortay Olivér
adjunktus, BME-Pénzügyek Tanszék

A VISEGRÁDI EGYÜTTMŰKÖDÉS ZÖLD HIDROGÉNTERMELÉSI POTENCIÁLJÁNAK FELMÉRÉSE ÉS AZ OPTIMÁLIS FEJLESZTÉSI HOTSPOTOK KIJELÖLÉSE

A hidrogén, mint ígéretes energiahordozó egyre növekvő és kiemelt figyelmet élvez az egész világon. Használható ipari alapanyagként, üzemanyagként vagy másodlagos energiahordozóként, továbbá segíthet kiküszöbölni az időjárásfüggő megújuló energiaforrások szezonális ingadozásának negatív hatásait. A legfontosabb tulajdonsága azonban, amely miatt a figyelem középpontjába került, hogy felhasználása nem jár károsanyag-kibocsátással és megújuló energiaforrásokból is előállítható. A fent említett tulajdonságánál fogva, kiválóan alkalmazható a különböző ipari folyamatok és gazdasági ágazatok dekarbonizálására, így kulcsfontosságú szerepe lehet a párizsi klímaegyezményben foglalt célok elérésben. A megújuló energiaforrásokból történő hidrogén előállítás különösen vonzó gazdasági és stratégiai lehetőségeket kínál a primer energiahordozókban szegény európai térség számára.

Ugyanakkor egy megfelelően funkcionáló és széleskörű európai hidrogén-ellátásilánc megalkotásához magas szintű regionális partnerségre lesz szükség a jövőben. Közép-Kelet Európa vonatkozásában a Visegrádi Együttműködés országai az elmúlt három évtized során kialakított politikai, gazdasági és diplomáciai összeköttetésük révén ideális célterületei lehetnének a régió hidrogéngazdaságának kialakításában.

A hidrogéngazdaság irányába történő átmenet első lépése az elérhető zöld-hidrogén előállítási potenciál meghatározása a megújuló energiaforrások alapján. Ezért jelen dolgozatom fő célkitűzése a zöld hidrogén éves előállítási volumenének potenciálbecslése a Visegrádi országok (V4) vonatkozásában. Az potenciálbecslés során gyűjtött adatokat a Kriging módszer segítségével interpolálom és az így kapott eredményeket megjelenítem.

A fejlesztési források hatékony allokációja szempontjából meghatározó lehet a termelési tényezőkön túlmutató egyéb infrastrukturális és felhasználási komponensek figyelembevétele is egy beruházási döntés meghozatala során. Ezért a kutatásom további célja ezen tényezők AHP (Analitic Hierarchy Process) módszerrel történő súlyozása és az optimális fejlesztési célterületek kijelölése NUTS2 tervezési-statisztikai régió szintjén.

MTA

JÓZSA GERGŐ
jozsa.gery@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 5. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Kántor Szilvia
adjunktus, PE GTK

AZ ELEKTROMOS AUTÓK, MINT ZÖLD KÖZLEKEDÉSI ESZKÖZÖK

Napjainkban sokat hallunk arról, hogy az elektromos autók nem annyira környezetbarátak, mint gondolnánk. A több tíz éven át tartó, vízszennyezést okozó lítium bányászat, illetve az éhbérért dolgozó kongói gyerekek és nők, valamint a veszélyeshulladéknak besorolt akkumulátorok hallatán nem a „zöld" szó jut eszünkbe egyből.

Sok új, és érdekes technológiát fejlesztenek épp, ezért esett választásom, a tudományos diákköri dolgozatom témájaként az elektromos autók piaci helyzetének, felhasználói szokásainak kutatására, jövőbeni fejlesztések bemutatására, illetve a lítium és kobalt bányászatának negatív környezeti, illetve társadalmi hatásainak vizsgálatára. A dolgozat elkészítéséhez primer és szekunder kutatást egyaránt végeztem. A szekunder kutatás során áttekintettem a fentiekben bemutatott témakörökkel kapcsolatos legfrissebb hazai és nemzetközi szakirodalmat és statisztikai adatokat. Emellett segítségemre volt a Magyar Autóklub közlekedésbiztonsági szakágának igazgatója, Mile Tibor is, aki rendelkezésemre bocsátotta az általuk végzett kérdőíves felmérés eredményeit, mely több, mint 1600 hazai autóhasználó szokásait és preferenciáit vizsgálja. Primer kutatásomat kérdőíves megkérdezés segítségével végeztem, kérdőívemet összesen 237 ember töltötte ki. A kérdőívem fő célcsoportját, az elektromos autók tulajdonosait, valamint az azzal nem rendelkező, de az iránt érdeklődők képezték. Kutatásommal 3 kérdésre kerestem a választ:

- Mi a legnagyobb problémája a fogyasztóknak az elektromos autókkal kapcsolatban?
- Tényleg annyira környezetszennyezőek az elektromos autók, mint azt sokan gondolják, illetve mikor is lesznek "zöldek" az e-autók?
- Mi vonzza az embereket az elektromos autókban?

A kutatás során a kérdéseimre kapott válasz az alábbiak szerint hangzik (sorrendben):

1. A fogyasztók leginkább a jelenleg megtehető hatótáv miatt kerülik az elektromos autó vásárlást, valamint a magasabb árazásukkal, és sokaknak az otthoni töltéssel is gondjuk akad.
2. Az elektromos autók akkumulátorainak előállítása nagy mértékben környezetszennyező, de országtól függően, már életciklusuk korai szakaszában „zöldebbek" mint a belsőégésű motorral szerelt autók.
3. A leginkább a problémamentesség és ezáltal, a megtakarítások vonzották be a tulajokat az elektromos autóknál.

MINTA

ÓDOR LILIÁNA
odorlili05@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 5. félév
Dunaújvárosi Egyetem

Témavezetők:
Dr. Keszi-Szeremlei Andrea
főiskolai tanár, DUE
Dr. Varga Anita
egyetemi docens, DUE

AZ ENERGIASZEKTOR FENNTARTHATÓSÁGI TELJESÍTMÉNY-ÉRTÉKELÉSE A DUNÁNTÚLON

Kutatásom fő kérdése, hogy a Dunántúlon élők milyen forrásból származó energiát részesítenek előnyben, hogy hagyományos, vagy éppen megújuló energiaforrásokat választanának. A dolgozatom célja, hogy bemutassam Földünk energiaforrásait, és azok magyarországi helyzetét, vonatkozásait, lehetőségeit, továbbá feltárjam a Dunántúlon élő, magyar fiatal felnőttek (18–45 éves korosztály) által preferált opciókat, hogy mit is tartanak fenntarthatónak hosszútávon az energiaszektorban, jelenleg mit használnak és a jövőben mit alkalmaznának szívesen. Kutatásom során kérdőívvel, valamint a szekunder adatok elemzésével szeretném vizsgálni a fenntartható energia előállításának az opcióit, emellett ezeket egy teljesítményértékelés segítségével szeretném szembe állítani egymással, hogy Magyarországon mely alternatív energiaforrás a legfenntarthatóbb hosszú távon. A teljesítményértékelést az Egyesült Nemzetek Szervezete (ENSZ) által meghatározott fenntartható fejlődési célok néhány olyan pontja alapján fogom elvégezni, amelyek nélkülözhetetlenek az energiaszektor fenntarthatóságának témájában. Ezen célok közül hatot emeltem ki.: megfizethető és tiszta energia; ipar, innováció és infrastruktúra; felelős fogyasztás és termelés; fellépés az éghajlatváltozás ellen; óceánok és tengerek védelme; szárazföldek és ökoszisztémák védelme.

MINTA

BALÁZS KITTI
balazs.kitti001@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BSc, 7. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Galambosné Dr. Tiszberger Mónika
egyetemi adjunktus, PTE KTK

EURÓPAI UNIÓS TAGÁLLAMOK RANGSORA A GREEN DEAL JEGYÉBEN

Kutatásom célja egy olyan kompozit index készítése, mely az Európai Unió Green Deal célkitűzései mentén rangsorolja a tagállamokat. Jóllehet, hogy számos fenntarthatósági és környezetvédelmi kompozit index létezik, azonban ezek megannyi hátránnyal rendelkeznek. Dolgozatomban bemutatásra kerülnek az idáig legtöbbet használt fenntarthatósági kompozit mutatók, illetve azok hibái, melyek torzíthatják a kapott rangsorokat. A megfogalmazott kritikák orvoslására összeállítom a saját, Green Deal Index-be (GDI) bevont változóim körét, melyek elkerülik a torzítási veszélyeket és teljes mértékben a Green Deal-re épülnek.

Dolgozatom a kompozit indexekre jellemző statisztikai módszertanok helyett – egy ebben a perspektívában ritkán használatos – Grey Relational Analysis módszert alkalmaz. A rangsorok mind az eredeti adatokon, mind kétféle adattranszformáció után (interkvartilis terjedelmen alapuló kiugró érték csonkolás és winsorizáció) is meghatározásra kerülnek. Mindezek mellett kétféle súlyozási módszer is megjelenik: egyszerű számtani átlagon alapuló, valamint entrópiás súlyozás.

A végső rangsor elkészülte után a GDI összevetésre kerül két népszerű kompozit mutatóval, a Sustainable Development Goals indexével és az Environmental Performance Index-szel. Elmondható, hogy a GDI-nek van létjogosultsága, esetében nem uralják a rangsort fenntarthatatlanul fejlődő, gazdag országok, azaz sikerült reális(abb) rangsort készíteni. A saját indikátor egyedi, hiszen kifejezetten a Green Deal-re épülő kompozit mutató még nem készült.

MUTA

ZSÓFI DOROTTYA
dorottya.zsofi@gmail.com
Vezetés és szervezés
MSc, 4. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil Berényi László
egyetemi docens, ME GTK

FŰTÉSKORSZERŰSÍTÉSI SZEMPONTOK FOGYASZTÓI ÉRTÉKELÉSE

Napjainkban egyre divatosabbá vált a megújuló energiaforrások használata felé nyitni a cégek és a magánszemélyek esetében is. Alapvetően pozitívnak ítélhetjük a változást, hogy az emberek már nem csak érdeklődnek, hanem ténylegesen hajlandóak és képesek váltani, viszont ebben a pozitív változásban is fellelhető negatív dolog. Egy hirtelen bekövetkező fordulat és új szemléletmód elterjedése a 2022-es energiaválság beköszöntével jelent meg.

A 2022-es évben eluralkodott a túlélési ösztön a cégek tekintetében és ezáltal a magánszemélyek vonatkozásában is.

Az előttünk álló kiszámíthatatlan jövőt szemlélve jó úton járunk tekintve azt, hogy nagyon sok nyitott gondolkodású fiatal van és nem félnek belevágni ezen erőforrások megismerésébe, majd használatába a már újonnan épülő lakásaikat figyelembe véve.

Manapság különösen fontossá vált környezetünk és a világunk fenntartása, ezért választottam dolgozatom témájának a megújuló energiaforrásokat a magánszemélyek vonatkoztatásában. Mindezt egy miskolci székhelyű cég vásárlóinak véleményén keresztül vizsgáltam. A céggel folytatott interjúk során került említésre a fűtési termékekkel kapcsolatos dizájn vonalok, az őket megkereső különböző ügyfelek csoportosítása, majd a javaslatok részben feltüntetett ajánlásokban is segítségemre voltak.

A dolgozat címéhez mérten a korszerű fűtés hasznosságát 4 részre bontva kerül bemutatásra a témakör átfogó jellege végett. Annak érdekében, hogy pontosabb és tisztább képet kaphassunk erről a témakörről bemutatásra kerül az Egyesült Nemzetek Szervezete (ENSZ) által kidolgozott fejlesztési célok, mely szorosan összefügg a dolgozat témájával. Ezen felül főként Magyarországon igénybe vett megújuló energiaforrások bemutatására kerül sor. Mindezek mellett még idekapcsolódóan megemlítésre kerül a fűtés is, hogy és miként tértünk át a hajdan használt szénről a fára, majd a fő téma zárásaként egy ma már több embert érintő okosotthon és okos fűtés megoldásokról esik szó.

Az empirikus kutatáshoz Q-elemzést választottam, a kérdőívet ennek megfelelően állítottam össze. Útmutatóként a Ken-Q analízis módszerét használtam. A kérdőív logikájának kialakítása során a minőségügy egy ismert modelljére, a minőség 8 definícióját hívtam segítségül, ennek mentén csoportosítottam a kérdőív állításait a preferenciasorrendek megállapításához. Az elvégzett Q-elemzést követően minden adat kiértékelésre kerül külön-külön a három faktor, majd összességében is a faktorok közötti hasonlóságokat feltárva.

MUNKA

SZMULAI ÉVA ADRIENN
szmulaieva97@gmail.com
Vezetés és szervezés
MA, 4. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Dániel Zoltán András
egyetemi docens, PE GTK

KÖRFORGÁSBAN A KKV-K: MIKRO-, KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOK ÉS A KÖRFORGÁSOS GAZDASÁG KONCEPCIÓJA

A körforgásos gazdaság irányába történő elmozdulás az elmúlt években vált az EU környezetvédelmi és gazdaságpolitikájának egyik legfontosabb célkitűzésévé. Hazánkban a gazdaság motorjának a kkv-k számítanak, így a szerepük még inkább felértékelődik a körforgásos koncepció implementálása kapcsán.

Dolgozatomban elsőkörben elvégeztem egy szisztematikus irodalomelemzést körforgásos gazdasággal kapcsolatban a különböző tudományterületekre koncentrálva. Ezt az elemzést felhasználtam egy szakértői véleményfelméréshez, amely arra irányult, hogy a 9R modell mely szintjei a legfontosabbak, illetve legnehezebben bevezethetőek a szakértői vélemények alapján. Ennek eredményeképpen megalkottam egy modellt, amely bemutatja, hogy milyen sorrend lehet célszerű a kkv-k esetében a körforgásos gazdaság bevezetésére.

745 kkv segítségével vizsgáltam, hogyan vélekednek a körforgásos gazdaság koncepciójáról, továbbá az általam létrehozott szakértői modell mennyire bizonyul valósághűnek. Kutatásom során nagy hangsúlyt fektettem a változásmenedzsmentre, hiszen a meglévő termelési koncepció megváltoztatásában kritikus sikertényező a vezetői személyiség. Vizsgáltam, hogy a vezetői személyiség mely tényezői bizonyulnak a legfontosabbnak a körforgásos szemléletmód kialakítása során a kkv-k esetében. Továbbá kiemelkedő szerepet szántam kutatásomban a különböző méretű kkv-k vizsgálatának is.

Eredményeim azt mutatják, hogy a kkv-k jó úton haladnak a körforgásos gazdaság irányába, azonban világossá váltak olyan szempontok is, amelyek figyelemreméltóak a sikeres gyakorlatba ültetéshez. Meglepő módon nem a kockázat az elsődlegesek a kkv-k számára a körforgásos gazdaság bevezetése során.

MUNKA

SZABÓ MÁRTON
szabo.marton2000@gmail.com
Gazdálkodás és menedzsment
BA, 7. félév
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:
Dr. Katona Ferenc
adjunktus, OE KGK

KRIPTOVALUTÁK KÖRNYEZETRE GYAKOROLT HATÁSAINAK VIZSGÁLATA

A kriptovaluták már a mindennapjaink része, manapság már nem csak az átlag emberek, de egyes országok hivatalos fizetőeszközként használják. Egy bitcoin több millió forintot ér, és már Magyarországon is, ha szeretnénk, akár atm-ekben válthatjuk készpénzzé kriptovalutánkat.

A technológia nagyon új, és felhasználása akár napról napra változik, de ahhoz, hogy megfelelően tudjuk kezelni és használni, fontos, hogy minden szempontot megvizsgáljunk.

A blokklánc és kriptovaluta elterjedtségének növekedésével, illetve a napjainkban fennálló klíma helyzet és energiaválság miatt fontos figyelembe venni, hogyan állítjuk elő ezeket a kriptovalutákat. Sok vállalat a profitot részesíti előnyben, így a felhasználók körében elindult egyfajta ellenállás azok ellen a valuták ellen, amelyeknek előállítása során sérül a környezet, vagy olyan mennyiségű áram használódik, mint egy ország fogyasztása. A problémát már pár országban kezelik, de a megoldások még nagyon kezdeti fázisban járnak.

A dolgozatomban vizsgálni fogom a különböző megoldásokat, mind technológiai, mind elterjedtség szempontjából, illetve azt, hogy a végfelhasználók mennyire veszik figyelembe, hogy fenntartható legyen az a valuta, amit használnak.

MINTA

CSALOGÁNY CINTIA
csaloganycintia@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 3. félév
Soproni Egyetem
Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. habil. Jankó Ferenc
egyetemi docens, SOE LKK
Dr. habil. Pogátsa Zoltán
egyetemi docens, SOE LKK

MAGYARORSZÁG SZÉL- ÉS ATOMERŐMŰVEINEK ÉLETCIKLUS ELEMZÉSE

Magyarország gazdasága nagyban épít a nagy energiafelhasználó feldolgozóipari vállalatokra, melyek várhatóan, a kedvező adó és bér feltételek miatt, a jövőben egyre nagyobb súllyal fognak szerepelni a magyar GDP-ben. A következő öt évben akkumulátor és autógyárak is telephelyet szerezhetnek itthon, melyek munkahelyteremtő képességük mellett rendkívül szennyezőek és energiaigényesek. Mivel a jelenlegi energia felhasználást is már importtal tudjuk csak fenntartani, így ezek a beruházások tovább növelnék importfüggőségünket.

A hazai elektromos áram termelésének közel felét a Paksi Atomerőmű állítja elő. Ez több okból kifolyólag sem egy optimális helyzet, hiszen az atomenergia nem környezetbarát, illetve társadalmi megítélése és biztonságossága is kérdéses.

Dolgozatomban azt vizsgálom, hogy megérné-e, a fent említett mennyiségű energiát szélerőművek építésével, majd üzemeltetésével helyettesíteni. Ilyen típusú vizsgálattal több cikk is foglalkozik, főként a Távol-Keleten. Ezek gyakorta azzal a megállapítással zárulnak, hogy a szélerőművek arányosan nagyobb kibocsátást okoznak teljes életciklusuk alatt.

E cikkek alapján a tanulmányomban hibrid LCA elemzést végeztem, mely segítségével mind a szél, mind az atomerőművek üvegházhatású gázkibocsátását igyekeztem megbecsülni, azzal a céllal, hogy kiderítsem, valóban környezetszennyezőbb-e a szélenergia előállításának folyamata. Elemzésem segítségével arra a következtetésre jutottam, hogy ameddig a többi szakirodalom szerint a szélerőmű környezetileg károsabb, illetve gazdaságilag kevésbé megtérülő, addig az általam készített vizsgálat alapján kijelenthető, hogy habár valóban nem költséghatékonyabb megoldás a szélenergia termelése, mégis károsanyag kibocsátási szempontból jóval kedvezőbb. Ugyanakkor, nem megkerülhető az a kérdés, hogy ahhoz, hogy ha teljes mértékben függetlenedni akarnánk az atomenergiától, a megújuló termelők ciklikussága miatt növekedne az importfüggőségünk, vagy hatalmas mértékű diverzifikált energiahordozó parkokra lenne szükség.

MINTA

SÜLE ANNA ADRIENN
anna960709@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 5. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
László Veronika
PhD hallgató, PE GTK
Mezőfi Nóra
PhD hallgató, PE GTK

TÉVHIT, VAGY TÉNYLEG A KÖRFORGÁSOS GAZDASÁG A FENNTARTHATÓSÁG ÚJ SZINONIMÁJA?

Az utóbbi években egyre inkább előtérbe kerül a körforgásos gazdaságra való átállás gondolata. Többek között annak köszönhető előretörése, hogy az emberek kezdik felismerni, hogy Földünk megóvása érdekében mielőbbi változtatásokra van szükség. Magyarországon egyre több olyan szervezet található, amelyek a körforgásos gazdasági modell népszerűsítését segítik elő és arra törekednek, hogy az emberek minél jobban megismerjék a körforgásos gazdaság előnyeit. Dolgozatomat a körforgásos gazdaság témakörében valósítottam meg. Céljaim között szerepelt, hogy megismerjem a témában fellelhető tévhiteket és a körforgásos gazdaság hazai és nemzetközi helyzetét. Továbbá pedig, hogy felmérjem, mennyire valósul meg az információáramlás az emberek és a szervezetek között. Kutatásom során arra kerestem a választ, hogy a téma iránt elkötelezett emberek milyen mély ismeretekkel rendelkeznek a körforgásos gazdaság területén. Többek között azt vizsgáltam, hogy milyen rendszereséggel szereznek információkat a körforgásos gazdasággal kapcsolatban megjelenő hírekről és milyen platformokon keresztül tájékozódnak elsősorban. Továbbá felmértem, hogy a különböző tévhitekkel mennyire vannak tisztában a „zöld" gondolkodású emberek. Ezenkívül tudásfelmérést végeztem, amelynek keretén belül azt vizsgáltam, hogy a körforgásos gazdasággal kapcsolatos fontosabb fogalmakat mennyire ismerik, valamint a különböző szervezeteknek és országoknak milyen fontos szerepe van a modellváltásban. A válaszokat Excel és SPSS program segítségével dolgoztam fel, leíró statisztikai és kereszttáblás elemzéseket végeztem. A 112 fős mintában többségben voltak az X és Y generáció tagjai. Az eredmények azt mutatják, hogy az emberek többsége főként havonta szokott a témában információkat gyűjteni az interneten. A megkérdezettek jellemzően a fenntarthatóságot kötik a körforgásos gazdasághoz, azonban többségük tisztában van azzal, hogy a két fogalom nem jelenti ugyanazt. A modellváltás elősegítésében a generációk egyöntetűen az Európai Unió és a vállalatok felelősségét jelölték meg a legfontosabbnak. A tudásfelmérés válaszait megvizsgálva kijelenthető, hogy főként az X és Y generáció érdeklődik a téma iránt, azonban a Z generáció tagjai jobb eredményt értek el az ismeretek ellenőrzésének alkalmával.

MUNKA

Fenntarthatóság III. - Szokások és választások

Elnök:	Dr. Csáfor Hajnalka	EKKE GTK
Társelnök:	Dr. habil. Harangozó Gábor	BCE GTK
Tag:	Dr. Deák Zsuzsanna	OE KGK
Tag:	Dr. Princz-Jakovics Tibor	BME GTK
Tag:	Dr. Borbély Csaba	MATE KC AÉGI

MINTA

MÉRÉSZ JUDIT
mereszjudit1@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Dr. Jäckel Katalin
egyetemi docens, BGE KKK

A RÉGI, HASZNÁLT BÚTOR MEGMENTÉSE A JELEN JÖVŐJÉNEK KÖZÉPPONTBAN A FENNTARTHATÓSÁG ÉS ÉRTÉKMEGŐRZÉS

A mai világban a megújuló és meg nem újuló erőforrások túlzott kihasználásának következtében, olyan kihívásokkal kell a társadalomnak, a vállalatoknak és a világgazdaságnak szembenéznie, amelyek elkerülhetetlenné teszik a termelési és vásárlási szokások megváltoztatását.

A fenntartható fejlődés elérése érdekében az utóbbi évtizedekben újabb törvények szabályozzák a gyártási folyamatokat és a szervezetek törekednek a környezetbarát előállításra. Jelenleg ebben a formában működik a faipar és a bútorgyártás is, ugyanakkor a kérdés az, létezik e hatékonyabb megoldás?

A kutatómunkám hipotézise, hogy a használt és régi bútorok, tárgyak összegyűjtése, felújítása és árusítása, miként támogatja a környezetvédelmet és a fenntarthatóságot, nem mellesleg felébreszti a társadalom kötődését a múlt értékei iránt. Tanulmányomban továbbá választ keresek arra, hogyan tud érvényesülni előzőekben leírt elvek alapján működő, használt bútorok kereskedelmével foglalkozó vállalkozás a magyar piacon.

A dolgozatomban során az alábbi kérdésekre keresek választ:
- Hogyan működik a fenntartható bútorgyártás napjainkban?
- Hogyan változott az elmúlt időszakban a használt tárgyak iránti kereslet?
- Milyen makro- és mikrokörnyezeti tényezők támogatják a vállalkozást?
- Milyen marketingkommunikációs eszközökkel tudja felkelteni és fenntartani az érdeklődést egy ilyen szervezet?
- Milyen hasonló nemzetközi vállalkozások léteznek és hogyan működnek?
- Fogyasztói felmérés keretében választ keresek arra, hogyan viszonyulnak a vásárlók a használt bútorokhoz?
- Hogyan befolyásol az érzelmi kötődés egy vásárlási döntést? Mennyire fontos a maitársadalomnak az értékek megmentése és hagyomány megőrzése a bútorokon, tárgyakon keresztül?

Kutatásom módszertana illeszkedik a dolgozat témájához. Szekunder és primer kutatási módszert is alkalmazok. Tanulmányomban felhasználok egy általam készített fogyasztói kérdőívet és szakértői interjúkat. Eredményként megállapítható, hogy a tervezett vállalkozás támogatja a fenntartható fejlődést és segíti a körforgásos gazdasági modell kialakulását, ezzel hozzájárul környezetünk megóvásához is.

MINTA

VEREB ZSÓFIA DORKA
vereb.zsofia.dorka@gmail.com
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás
MSc, 3. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Tóth Eszter
tanársegéd, DE GTK

AZ ETIKUS CÍMKÉK ÖSSZEHASONLÍTÓ VIZSGÁLATA

Jelenkorunk fogyasztóit egyre jobban foglalkoztatják az etikai kérdések, valamint az üzleti tevékenységek környezetre, társadalomra és gazdaságra gyakorolt hatásai. Az etikus fogyasztás magába foglal minden olyan individuális fogyasztói döntést, amelyben egy adott etikai témakör – pl. a társadalmi igazságosság elősegítése, környezetvédelem – a hagyományos döntéshozatali kritériumokkal, például a minőséggel és az árral párhuzamosan létezik.

A fogyasztók számára a vállalatok az etikus állításaikat a legegyszerűbben etikus címkékkel kommunikálhatják, melyek alkalmazása önkéntes alapon valósul meg. Az etikus címkék száma az elmúlt évtizedekben azonban jelentősen gyarapodott, mely növeli a bizalmatlanság érzését a fogyasztókban, melyre egy hitelesebb és megbízhatóbb rendszer – vagy éppen egy szabvány – jelenthetné a megoldást.

Kutatásom célja az etikus címkék rendszerének vizsgálata, mely során a hazánkban legnépszerűbb címkéket ismertetem. Kutatási kérdéseim között szerepel továbbá, hogy a fogyasztók milyen szinten ismerik és bíznak meg a címkékben, illetve, hogyan lehetne csökkenteni a címkeáradatból fakadó bizalmatlanságot.

A dolgozatom első részében bemutatom a tudatos fogyasztással és az etikus termékekkel kapcsolatos szakirodalmat. Ezt követően ismertetem a hazánkban leginkább elérhető és legnépszerűbb etikus címkéket, mely során szekunder és primer kutatásom adatait is felhasználom. Primer kutatásom három fő részből áll: (1) fogyasztói megkérdezés, melyet a Debreceni Egyetem hallgatói körében végeztem és az SPSS programmal elemeztem; (2) szervezeti megkérdezés, mely során felkerestem a legnépszerűbb etikus címkéket kibocsátó szervezeteket; illetve (3) mélyinterjú a Magyar Szabványügyi Testület képviselőjével.

A primer és szekunder kutatásom alapján arra a következtetésre jutottam, hogy az általam megkérdezett egyetemi hallgatók még messze nem tekinthetőek etikus fogyasztónak, továbbá, hogy az etikus címkék rendszerével szembeni bizalmatlanságot az újonnan bevezetésre kerülő, MSZ ISO/TS 17033:2022 szabvány csökkenthetné hazánkban.

Összegzésként a kutatási eredményeimre támaszkodva igyekszem javaslatokat megfogalmazni az etikus címkék ismertségének és hitelességének növelése érdekében. Bízom abban, hogy az etikus címkék és az új szabvány segítségével hazánkban is előmozdulhat a tudatos fogyasztás.

MINTA

DANCZ ÁKOS GYULA
akosdancz@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 4. félév
Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Prof. Dr. Bajmócy Zoltán
egyetemi tanár, SZTE GTK

FENNTARTHATÓ ÉS/VAGY IGAZSÁGOS? – INNOVATÍV KÖZLEKEDÉSFEJLESZTÉSI ASPEKTUSOK SZEGED PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

A digitalizáció részévé vált az életünknek, ezért a közlekedés fejlesztéséről szóló gondolatokat is ez keretezi. Napjaink felmerülő „nagy kihívásait" gyakran a feltörekvő technológiáink révén kívánjuk megoldani, ezek azonban nem feltétlenül képesek egységesen kezelni a fenntarthatósági és társadalmi kérdéseket.

A mobilitás, mint szolgáltatás (MaaS) egy újszerű mobilitási koncepció, amelyet a digitalizáció hívott életre. A MaaS-t úgy népszerűsítik, hogy az minden felhasználói csoport számára elérhető mobilitást kínál. Felmerül a kérdés, hogy egy fenntarthatónak vélt mobilitási koncepció valóban képes-e mindenki számára hozzáférhető szolgáltatást biztosítani?

Dolgozatom célja, hogy reflektáljak Szeged és vonzáskörzete tekintetében a MaaS bevezetésének lehetőségére, valamint a digitális akadálymentesítés példáján keresztül felhívjam a figyelmet azokra a társadalmi szempontokra, amelyeket szükséges figyelembe venni a jövőbeli közlekedésfejlesztési projektek során. Arra keresem a választ, hogy miként lehetséges Szeged és vonzáskörzetében egy olyan MaaS rendszer kialakítása, amely a digitális akadálymentesítés figyelembevételével épül fel.

A kvalitatív kutatás értékelése deduktív kódolással történik. Az alkalmazott elméleti keret a MaaS koncepció és az igazságosság terén kialakult előzetes megfontolások alapján épül fel. A kutatás érdekessége, hogy két eltérő mélyinterjús megkérdezést vesz górcső alá, amelyekben egyaránt jelen vannak a megrendelői, kivitelezői és szolgáltatói oldal képviselői. Valamennyi válaszadó meghatározó szereplője a hazai helyi- és helyközi közforgalmú közlekedésnek.

A kutatás eredményei alapján Szeged és vonzáskörzetében már egy pilot megvalósításához is szükséges a megfelelő stratégiaalkotás, állami támogatás, valamint egy kompetens közreműködő szervezet. A társadalmi igazságosság témaköre háttérbe szorult. A megkérdezettek hangsúlyozták, hogy a digitális akadálymentesítés megvalósítása érdekében szükséges a fogyatékkal élők bevonása, azonban az eljárásrend kialakítása kapcsán konkrét javaslatok nem születtek. A jövőbeli mobilitási projektek során a témában érintett felelősök kijelölésére van szükség, valamint fontos, hogy már a mobilitási projektek kezdeti szakaszában megtörténjen a kapcsolatfelvétel a fogyatékkal élőkkel.

MINTA

KOVÁCS HANNA
kovacshanna97@gmail.com
Regionális és környezeti gazdaságtan szak
MSc, 5. félév
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Szalmáné Dr. habil. Csete Mária
egyetemi docens, BME GTK

FENNTARTHATÓ VÁROSFEJLESZTÉS ÉS EGÉSZSÉGES TÁPLÁLKOZÁS - MEGVÁLTOZTATHATJA EGY VÁROSI KLÍMASTRATÉGIA AZ ÉTKEZÉSI SZOKÁSAINKAT?

A dolgozatom fő témája az élelmiszerrendszerek és az urbanizáció kölcsönhatásainak vizsgálata. A napjainkban megjelenő élelmezési problémák bemutatása után feltárom azon kutatások eredményeit, melyek hosszútávon az egészség, valamint a Föld számára is egy fenntartható modellt határoznak meg. A dolgozat során bemutatom, hogy egyes nemzetközi városok hogyan alkalmazzák a vizsgált táplálkozási modellt egy lokális élelmiszerpolitika kialakítására. Ezen mintákat és további nemzetközi egyezményeket alapul véve a kutatásomhoz megvizsgáltam Budapest jelenlegi klímastartégiáját és kezdeményezéseit a fenntartható élelmezés szempontjából. Továbbiakban a kutatásom során interjút készítettem a Fővárosi Önkormányzat munkatársával. Célom eléréséhez összehasonlítottam a C40 nemzetközi egyezmény célkitűzéseit Budapest jelenlegi programjaival és amennyiben szükséges volt úgy saját javaslattal életem az egyes területek fejlesztésére. Kutatásom során arra a következtetésre jutottam, hogy az önkormányzatok komoly hatást gyakorolhatnak az érintett helyi lakosok mindennapi szokásaira és a helyi szabályozás alakításával egy fenntarthatóbb élelmiszerrendszer megteremthető. A dolgozatom összegzéseképpen megfogalmaztam, hogy Budapesten vannak kezdetleges, a fenntartható élelmezést támogató kezdeményezések, azonban egy átfogó élelmiszerpolitika mihamarabbi megalkotása elengedhetetlen.

MUNKA

TÖRÖK BARBARA
torokbarbara.99@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 6. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Bakosné Dr. Kiss Virág Ágnes
adjunktus, DE GTK

MAGYAR ÉS SPANYOL NEMZETISÉGŰ FOGYASZTÓK SZOKÁSAINAK, VÉLEMÉNYEINEK ÖSSZEHASONLÍTÁSA A FENNTARTHATÓSÁG KAPCSÁN

A fenntarthatóság témája világszinten ismert, hiszen egy globális problémára igyekszik megoldást találni. Célja olyan alternatívák létrehozása és használata inputok és outputok felhasználása során, amik kevesebb szennyezést okoznak, csökkentve a Föld által biztosított megújuló és nem megújuló erőforrások igénybevételét.

Kutatómunkám során célul tűztem ki magam elé, hogy megvizsgáljam fogyasztói oldalról, hogyan csökkenthető a környezetszennyezés mértéke. Fontos volt számomra, hogy ne csak egy nemzet esetében vizsgálódjak, így Spanyolországot választottam második országnak az összehasonlításra a nyelvismeret és korábbi, spanyol területen szerzett tapasztalataim alapján. Először a szekunder adatgyűjtés keretében kutattam a fenntarthatóságot és az azzal kapcsolatos mérőszámokat, területeket. Ezután primer kutatásom keretében kérdőíves megkérdezést hajtottam végre, a célországoknak megfelelő nyelvekre fordítva azokat. Nyitott kérdésekre adott válaszok alapján szófelhőben ábrázoltam a kitöltők gondolatait a fenntarthatósággal kapcsolatban. A számszerűsíthető, feleletválasztós kérdések esetében pedig statisztikai próbáknak vetettem alá az adatokat, ami során összehasonlítottam a spanyol és magyar kitöltők eredményeit leíró statisztikában, kereszttábla-elemzésekben és faktoranalízisben. A magyar kitöltők válaszai alapján kialakított faktorokból klasztereket is el tudtam különíteni.

A kutatás végén nem tapasztaltam kiugró eltéréseket a két ország eredményei között, ami számomra meglepő volt egy nyugati- és egy közép-kelet-európai ország eltérő szokásainak, környezetének ismeretében. A fenntarthatóság és környezetvédelem témája mindkét ország kitöltői számára fontos területet jelöl, és többféle módszerrel is igyekeznek csökkenteni az egyéni károsanyag-kibocsátásukat. A válaszadók leginkább a kormánytól és a vállalatoktól várják, hogy cselekedjenek a fenntartható fejlődés érdekében. Ezen kívül legfontosabbnak azt tartják, hogy már gyerekkorban megkezdődjön a környezettudatos nevelés. A kutatással kapcsolatban érdekesség volt, hogy míg saját tapasztalataim alapján a fenntarthatóság kommunikálása sokkal erősebb volt Spanyolországban, a lakosok tetteiben ez a fajta mélyebb elköteleződés nem jelent meg az összehasonlítás során.

MINTA

KÜRTHY KRISZTIÁN
kkrisztian99@gmail.hu
Közgazdaságtan és vállalati menedzsment
MA, 1. félév
Selye János Egyetem

Témavezető:
Dr. habil. Ing. Renáta Machová, PhD.
docens, Selye János Egyetem

VÁSÁRLÓI SZOKÁSOK VIZSGÁLATA A KÖRNYEZETKÍMÉLÉS TÜKRÉBEN

A dolgozat a környezettudatos vásárlási szokások kutatásával foglalkozik. Munkánk során vizsgáltuk, hogy a vásárlások területén milyen szokásaik vannak a fogyasztóknak, milyen befolyással bírnak a különböző marketingeszközök, illetve milyen eltérések figyelhetőek meg a korcsoportok és nemek között a környezettudatosság terén. A témaválasztást befolyásolta, hogy a környezetkímélés egyes területei napjainkban igencsak időszerűnek és szükségszerűnek tekinthető.

Az első fejezetben a hazai és külföldi szakirodalom segítségével feltérképeztük a marketing, illetve a környezettudatosság szerepét és jelentőségét a fogyasztásban. Alfejezetkén a fogyasztói magatartás és a fogyasztói trendek is helyet kaptak az elméleti részben.

A szakdolgozat második fejezete a dolgozat céljait írja le. Ismertetésre kerültek a dolgozat fő- és alcéljai egyaránt. A céljaink elérése érdekében feltételezéseket fogalmaztunk meg, melyek a kutatásnak köszönhetően beigazolódnak vagy megcáfolásra kerülnek. Ezek a következők:
F1: A fogyasztók nem hajlandóak nagyobb összeget fizetni a környezetkímélő termékekért/szolgáltatásokért.
F2: Az X generáció tagjai környezettudatosabbak, mint az Y generáció tagjai.
F3: Feltételezéseink szerint a fogyasztók körében megfigyelhető az a tény, hogy a különböző marketingeszközök befolyásolják a fogyasztókat a vásárlói döntés folyamatában.

A harmadik fejezetben a kutatás módszere és módszertana található. A kutatás során online kérdőíves megkérdezést alkalmaztunk. A kérdőívet a Google Űrlap segítségével hoztuk létre, melyet közvetlenül a kitöltőknek juttattunk el.

A negyedik fejezet a kutatás eredményeit tartalmazza. Első feltételezésünk a vásárolni kívánt termék/szolgáltatás árára összpontosult. Ez a feltételezés elvetésre került, mivel a felmérésből egyértelműen kiderült, hogy hajlandóak többet fizetni a javakért az említett tulajdonságokért cserébe.

Második feltételezésünk szerint az X generáció tagjai környezettudatosabbak, mint az Y generáció tagjai. Ezt a feltételezésünket elfogadtuk.

Harmadik feltételezésünk szerint a fogyasztók körében megfigyelhető az a tény, hogy a különböző marketingeszközök befolyásolják a fogyasztókat a vásárlói döntés folyamatában. Ez a feltételezés szintén beigazolódott. A kutatás eredményeinek ismeretében a közösségi médiában megjelenő reklám, PR, személyes eladás hármas kombinációját ajánljuk alkalmazásra a hatékony reklámozás érdekében.

Fenntarthatóság III. - Zöld vállalati gyakorlatok

Elnök:	Dr. Csáfor Hajnalka	EKKE GTK
Társelnök:	dr. habil. Harangozó Gábor	BCE GTK
Tag:	Dr. Deák Zsuzsanna	OE KGK
Tag:	Dr. Princz-Jakovics Tibor	BME GTK
Tag:	Dr. Borbély Csaba	MATE KC AÉGI (Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet)

MINTA

LENGYEL LILLA
lengyellilla001@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Dr. Antalóczy Katalin CSc
főiskolai tanár, BGE KKK

A DIVATIPAR AIRBNB-JE: A FENNTARTHATÓ RUHAKÖLCSÖNZÉSI SZOLGÁLTATÁS LOGISZTIKAI KIHÍVÁSAI MAGYARORSZÁGON

A divatipar mára az egyik legszennyezőbb iparággá nőtte ki magát. Mind a környezetre, mind a társadalomra gyakorolt negatív hatása világosan jelzi, hogy a megoldás égető szükségű. Sokan a körforgásos gazdálkodásban és a különböző slow fashion koncepciókban, például a ruhakölcsönzésben látják a fenntarthatóbb öltözködés kulcsát. A bérlés előnye, hogy a ruhadarabok aktív élettartamának meghosszabbításával jelentősen csökkenthető a hulladékképződés, elejét vehető a túlfogyasztás és az ezzel együtt járó túltermelés. A bérbeadó és a különböző bérlők közötti kétirányú logisztikai folyamatok azonban minden esetben többletkibocsátással, extra energiafelhasználással járnak, amivel a bérbeadás modelljének fenntartható mivolta megkérdőjelezhetővé válik.

Dolgozatomban arra keresem a választ, hogy hogyan lehetne az ellátásilánc-folyamatokat stratégiai és taktikai szinten megreformálni, azaz a hagyományos ruhakölcsönzők logisztikai folyamatai által okozott negatív externáliákat eliminálni, hogy egy ruhakölcsönző szolgáltatás adott körülmények között a legfenntarthatóbban működjön. Kutatásomban a legszignifikánsabb ökológiai lábnyommal bíró logisztikai folyamatokat elemzem (fenntarthatatlan beszállítói lánc, magas karbonkibocsátással járó disztribúció és visszutas logisztika) és teszek javaslatot ezek megreformálására.

Kutatásom módszertana primer és szekunder kutatáson alapul. A nyilvánosan is elérhető statisztikai adatok, szakcikkek szintetizálása után kvantitatív és kvalitatív médiaelemzésen keresztül vizsgálom a ruhakölcsönzés és a logisztika kapcsolatát. A gyakorlatorientált megközelítést egy fenntartható ruhakölcsönző platform alapítójával készített interjú biztosítja, míg a fogyasztókkal kapcsolatos kérdésekre nem reprezentatív kérdőíves felmérés keretein belül keresem a választ.

A dolgozat eredménye egyfajta vezetői következtetés, javaslattétel, amely a magyarországi körülményekhez igazítva nyújt segítséget a környezettudatossági szempontból is ideális struktúra kialakításában. A divat ugyan sohasem lesz 100%-ban fenntartható, és a kölcsönzés alacsony fokú adaptálhatósága miatt csupán részmegoldásról beszélhetünk, viszont a zöld beszerzés kritériumainak kialakítása és az alternatív/karbonsemleges fuvarozási módok implementálása hatalmas előrelépés a környezettudatosabb öltözködés érdekében.

MINTA

KLINSZKY KITTI
klinszkykitti@gmail.com
Gazdálkodás és menedzsment
BA, 5. félév
Károli Gáspár Református Egyetem
Gazdaságtudományi, Egészségtudományi és Szociális Kar

PALUCH ADRIÁN
adro0604@gmail.com
Emberi erőforrások
BA, 5. félév
Károli Gáspár Református Egyetem
Gazdaságtudományi, Egészségtudományi és Szociális Kar

Témavezetők:
Dr. habil. Pónusz Mónika PhD
egyetemi docens, KRE GESZK
Dr. habil. Kovács Róbert PhD
egyetemi docens, KRE GESZK

A KÖRKÖRÖS GAZDASÁG SAJÁTOS MEGOLDÁSAI: ERŐFORRÁSMEGOSZTÁS (SHARING ECONOMY) A BUDAPESTI AUTÓMEGOSZTÁS PÉLDÁJÁN

A kutatásunk során primer kutatást végeztünk, azon eszközöket vizsgáltuk, amelyeket a körkörös gazdaság sajátos megoldásai, azon belül pedig az erőforrás megosztás sajátos megoldásai foglalnak közre. Ezen belül népszerűbb és érdekfeszítőbb Budapesten az autómegosztás. Azt vizsgáltuk, hogy az atómegosztás milyen esetleges fejlesztéseket tehetnének a jobb jövő érdekében.

Kutatásunk során készítettünk egy kérdőívet, amivel egy általánosabb képet kaptunk, azoknak a véleményéről és tapasztalatairól, akik kitöltötték a kérdőívet és használják ezeket a szolgáltatásokat. A kérdőívet három facebook csoportban tettük közzé, amelyben a felhasználók egy része biztosan jelen van. A kapott válaszokat egy excel táblában foglaltuk össze, ezen felül pedig minden facebook posztot 2021 decemberétől 2022 november végéig csoportosítottunk és megvizsgáltuk.

A kapott eredmények alapján úgy gondoljuk, hogy a facebook csoportok fejlesztése pozitív hatással lenne az ügyfélélményre.

MINTA

CSIKÓS FANNI
fannikacsikos@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 6. félév
Pannon Egyetem
Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezetők:
Dr. Jármai Erzsébet Mária
főiskolai tanár, PE GKZ
Tóth Csilla
projekt koordinátor, Pannon Fejlesztési Alapítvány

A ZALAZONE INNOVÁCIÓS ÖKOSZISZTÉMA FENNTARTHATÓSÁGÁNAK VIZSGÁLATA

Jelen dolgozat és kutatás tárgya a fenntarthatóság vizsgálata, továbbá a három fő fenntarthatósági pillér - társadalmi-, gazdasági- és környezeti fenntarthatóság - elemeinek kidolgozása a ZalaZONE innovációs ökoszisztémára vonatkozóan. A ZalaZONE innovációs ökoszisztéma egy kutatás-fejlesztési és innovációs környezet, mely jelenleg is széles kapcsolati hálóval rendelkezik. A jelenleg hazánkban kialakuló kilenc darab Science Park kezdeményezés közül egy Zalaegerszegen jön létre, a ZalaZONE járműipari tesztpálya integrálásával. A kutatás célja, hogy ez a parki környezet, ez az innovációs ökoszisztéma már a kezdetektől a fenntarthatóság elvei szerint kerüljön kialakításra. Ennek egyik alapfeltétele, hogy rendelkezésre álljon egy olyan üzleti modell megközelítés, amely a fenntarthatóság jegyeit tükrözi és ez az út vezet az ökoszisztéma versenyelőnyének növeléséhez is. A kutatás arra a két fő kérdésre keresi a választ, hogy lehet-e feltételezni a fenntarthatóságot egy innovációs ökoszisztémában és ha igen akkor hogyan lehet megvalósítani? Továbbá milyen tényezők szükségesek a ZalaZONE innovációs ökoszisztéma fenntarthatóvá tételéhez és egy önfenntartó modell kialakításához? A dolgozatban a park környezete és további fenntarthatósággal kapcsolatos szempontok kerülnek vizsgálatra, a fenntarthatóság három alappillére szerint. Ennek eredményeként a ZalaZONE innovációs ökoszisztéma fenntarthatóságának modellje kerül kidolgozásra egy általánosítható modell formájában, melyet egy alapos szakirodalmi áttekintés alapoz meg. Továbbá a kutatás egy javaslattételt fogalmaz meg egy új, fenntartható működési modell kialakításához, amely az eredmények gyakorlati hasznosításához vezet el.

MUNKA

JÓZSA CSONGOR
csongor.jozsa@stud.uni-corvinus.hu
Kereskedelem és marketing
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Ásványi Katalin
egyetemi docens, BCE GT

AZ ELTÉRŐ VÁLLALATI FENNTARTHATÓSÁGRÓL ALKOTOTT MUNKAVÁLLALÓI ÉRTÉKÍTÉLETEK AZONOSÍTÁSA – EGY Q-MÓDSZER VIZSGÁLAT

Az OTDK dolgozat munkavállalói szemszögből közelíti meg a fenntarthatóságot. Ötvözi a fenntarthatóságról, az emberi erőforrásról és a munkavállalói percepcióról ismert tudásanyagot. Rávilágít, hogy a munkavállalói vélemény egy szignifikáns tényező a vállalati fenntarthatóság működésében. A primer kutatás, arra keresi a választ, hogy az egyes vállalati fenntarthatósági tevékenységek mekkora értékteremtő hatással bírnak munkavállalói szemszögből. A dolgozat első számú célja szemléltetni, hogy egy előre meghatározott, szűk társadalmi csoporton belül milyen szerteágazók a fenntarthatóságról alkotott vélemények. Továbbá, irányt mutatni a vállalatok számára, a munkavállalók fenntarthatósággal kapcsolatos preferenciasorrendjének ismerete alapján a modern vállalatirányítási keretek között. A téma feltátárása Q módszertannal történik. 34 állítás került megfogalmazásra a munkavállalót érintő CSR tevékenységek mentén. Ezeket az állításokat egy -4-től (legkevésbé értékes) +4 (legértékesebb) terjedő normáliseloszlású táblázatba kell elhelyeznie a kitöltőnek. A módszertan kvalitatív jellegéből adódóan kis mintaelemszámú, jelen kutatás során 30 elemű a minta. Ennek ellenére, kvantitatív jellegéből adódóan végezhetők vele statisztikai elemzések is. Az elemzést követően a kitöltők véleménycsoportokba, faktorokba kerülnek. A kirajzolódott faktorok és azok elemzése, várhatóan egymástól több szempontból eltérő, sok esetben ellentétes véleményhalmazokat fog mutatni. Az ESOMAR egységes Európai-Uniós kérdőív kerül alkalmazásra szűrőkérdőívként a minta kialakításához, mely társadalmi rétegekbe osztja a kitöltőket a családban élő „főkereső” munkahelyi beosztása és iskolai végzettsége szerint. Öt csoportot határoz meg: A,B,C,D,E. A dolgozatban az A csoport képezi az alapsokaságot, mely egyetemi végzettséggel rendelkező és vezetői beosztásban dolgozó főkeresőket jelöl. A kutatás eredménye a vállalati szempontból is lényeges, hiszen fontos ismerni a munkavállaló fentarthatósági gondolkodásmódját, mely egy jó alapot ad a fenntarthatósági célkitűzések gyorsabb implementációjához és ezzel a vállalati fenntarthatósági teljesítmény növeléséhez.

MINTA

BRECZKU ANNA MÁRIA
anna.breczku@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:
Dr. Németh Patrícia PhD
főiskolai docens, BGE KVIK

PEST MEGYEI LAKOSSÁG FENNTARTHATÓ VÁSÁRLÁSI SZOKÁSAI A HAJÁPOLÁSI TERMÉKEK KÖRÉBEN

A kutatás a Pest megyében élő vásárlók környezettudatos fogyasztásának vizsgálatára irányult, a Gyorsan forgó, napi fogyasztási cikkek körében, a hajápoló termékek ágazatában. A kutatás átfogó bevezetést nyújt a környezettudatosság és a fenntarthatóság témakörében, valamint a klímaváltozásról és a műanyag csomagolással kapcsolatos ellentmondásos véleményekről. Különböző kérdések vezették a kutatót arra, hogy szélesebb körben áttekintést kapjon a fogyasztói magatartásról, például arról, mennyire nyitottak a Pest megyei fogyasztók a fenntartható fogyasztásra. Másrészt, hogy mennyire befolyásolják őket a környezeti problémákkal és a klímaváltozással kapcsolatos ismereteik, illetve milyen változtatásokat hajtottak végre a környezettudatos vásárlási szokások érdekében. Ahhoz, hogy elegendő számú résztvevőt elérjen, a kutató kérdőívet használt, majd később a válaszokat elemezte, hogy megtalálja kérdéseire a válaszokat. A személyesebb és mélyebb vélemények érdekében a kutató több személyes interjút is készített különböző korú és nemű résztvevőkkel, és megkérdezte őket a környezettudatos hajápoló termékek fogyasztási szokásairól. Továbbá a kutató interjút készített a Henkel Magyarország, Schwarzkopf Professional üzletág egyik tagjával. A kutatás eredményei azt mutatják, hogy a fogyasztók magas szintű ismeretekkel rendelkeznek a környezettudatosságról, és tudatosak vásárlási szokásaikkal kapcsolatban, de hiányzik a motivációjuk a vásárlási szokásaikon való változtatásra. Másrészt az ár fontos tényező a döntéshozatalban, emellett a vásárlók számára hiányoznak a fenntartható termékek széles választási lehetőségei.

MINTA

OLÁH GEORGINA
georginaolah528@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 5. félév
Károli Gáspár Református Egyetem
Gazdaságtudományi, Egészségtudományi és Szociális Kar

SERFŐZŐ MÁRK
semrk17@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 3. félév
Károli Gáspár Református Egyetem
Gazdaságtudományi, Egészségtudományi és Szociális Kar

Témavezető:
Dr. habil. Kovács Róbert PhD
egyetemi docens, KRE GESZK

FENNTARTHATÓSÁG, VÁLLALATOK ÚJ MEGKÖZELÍTÉSÉBEN: IKEA ÉS LEGO

Napjainkban alapvető kérdés a fenntarthatóság, hiszen nem tekinthetünk el a tény felett, miszerint a bolygónk erőforrásai végesek. Dolgozatunkban a 2021 és 2022-es fenntarthatósági teljesítményét vizsgáltuk meg két a fenntarthatóságban jeleskedő országnak. Név szerint: Dánia és Svédország. Továbbá megvizsgálásra kerültek a kutatási kérdéseink, miszerint: Befolyásolja-e a boldogság a fenntarthatóságot? valamint: Vállalati szinten milyen megoldásokkal segíthető a fenntarthatóság? Hipotézisünk alapján a boldogság és a fenntarthatóság szoros kapcsolatban állnak egymással, ezért azon országok ahol a boldogság nagy mértékben van jelen, valószínűleg fenntarthatóak is. A felhasznált adatok vizsgálatát követően megállapítottuk, hogy valóban kapcsolat áll fenn a boldogság és a fenntarthatóság között. Mindazonáltal, a boldogságot nem általánosan vettük számításba, hanem mint közpolitikai célt. Munkánk során bemutattunk két a fenntarthatóságban jeleskedő vállalatot, a svéd IKEA és a dán LEGO cégeket. Fontosnak tartjuk a cégek önálló munkáját a fenntartható jövőért, ezért ismertetésre kerülnek munkánkban a cégek fenntarthatósági intézkedései.

MINTA

Gazdasági informatika és e-business

Elnök:	Dr. Kosztyán Zsolt Tibor	PE GTK
Társelnök:	Dr. habil. Füzesi István	DE GTK
Tag:	Dr. Keszthelyi András	ÓE KGK
Tag:	Dr. Viharos Zsolt János	NJE GTK

MTA

VARGA DÓRA
doradevarga@gmail.com
Vezetés és szervezés
MA, 2. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Bakosné Dr. Kiss Virág Ágnes
adjunktus, DE GTK

A HAZAI ONLINE BANKOLÁS TÖBB SZEMPONTÚ EMPIRIKUS VIZSGÁLATA

Napjainkban a digitalizáció térhódítása folyamatosan nő. Kapcsolódóan említést kell tennünk az internetről, mivel ezen keresünk információt, kommunikálunk, vásárolunk. Ezen tényezők és a 2020-ban kialakult pandémia miatt az online ügyintézés is kiemelt fontosságúvá vált. A bankoknak folyamatosan alkalmazkodniuk kell a megváltozott igényekhez, amik a kényelmes, otthoni bankolást is elősegítik.

Dolgozatomban éppen erre a folyamatos alkalmazkodásra, és az ebből eredő fejlesztésekre koncentrálok, valamint megvizsgálom a fejlesztésekhez elengedhetetlen felhasználói attitűdöket. Ehhez olyan szakkönyveket, folyóiratban megjelent cikkeket és internetes forrásokat használtam szekunder forrásként, melyek segítségével feltérképezhetővé vált az e-kereskedelem témaköre, helyzete, kiemelten kezelve az elektronikus banki szolgáltatásokat. A szakirodalom alapján építettem fel primer vizsgálatomat.

A kutatás egyik legfőbb célkitűzése a hazai nagybankok internet- és mobilbankjainak megismerése volt. A mintavételezés 3 időpontban zajlott, mely teljes időszaka nagyjából egy évet fed le. Megvizsgáltam a mindennapi pénzügyeket érintő legfontosabb műveletek online elérhetőségét az egyes bankok esetében, illetve a fogyasztói attitűdöket, a felhasználói és vállalati kommunikációt. Ennek vizsgálatához a dokumentumelemzést és a netnográfia eszközeit hívtam segítségül. A másik fő célkitűzésem az online bankolók attitűdjeinek megismerése volt. Ehhez kérdőíves megkérdezést alkalmaztam (N=254). A kérdőívben megvizsgáltam az online bankolási szokásokat, illetve az online bankolás tényezőinek, funkciónak ismertségét és fontosságát.

A kutatás során kapott eredmények alapján megállapítható, hogy a hazai bankok folyamatosan fejlesztik online eszközeiket, applikációjukat a különböző trendek mentén, és igyekeznek igazodni a változó igényekhez. A legtöbb nagybank mobilbankjában komoly változásokat kellett megvalósítani. A változások erős hatást gyakoroltak a fogyasztókra, akikből ezen változások gyakran inkább negatív véleményt váltottak ki. Kiderült továbbá, hogy főleg a fiatalabb felhasználók alapvetően pozitívan állnak az online bankolás adta lehetőségekhez, nem kételkednek a működésükben, biztonságosságukban. Bár alapvetően a pénzügyek terén fontos tényezőnek számítanak az online bankolási lehetőségek, a bankok ügyfélszerzési stratégiáját nem lehetne csupán ezekre építeni.

MINTA

GELENCSÉR SENON
senongelencser63@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 5. félév
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Nemeslaki András
tanszékvezető, BME GTK

A STREAMING SZOLGÁLTATÁSOK TÉRNYERÉSE A HAZAI ÉS A NEMZETKÖZI PIACON

Dolgozatomban szakirodalomkutatással vizsgáltam a digitalizáció hatásait a számítástechnikai eszközökre, a népszerű kikapcsolódási lehetőségekre (mozi, TV, rádió). Arra a következtetésre jutottam, hogy e két tényező együttes jelenléte teret adott a streaming szolgáltatások elterjedésének és fejlődésének, amely platformok manapság nagy népszerűségnek örvendenek mind a hazai, mint a nemzetközi piacon. A COVID-19 pandémia hatásai szintén pozitív módon járultak hozzá a fizetős streaming platformok népszerűségéhez. A vállalatok temérdek új előfizetőre és hatalmas profitra tettek szert, azonban nyilvánvaló, hogy ezeknek a szolgáltatásoknak árnyoldalai is vannak. Dolgozatomban megvizsgáltam azon társadalmi jelenségeket, amelyek ezen platformok létével és használatával összefüggésben állnak, így az addikció témaköre is tárgyalásra került.

Az innováció fontos szerepet játszik minden profitorientált cég életében, ezen digitális platformok felhasználói pedig különösen nagyon igényt tartanak arra, hogy a szolgáltatások minősége együttesen növekedjen a fogyasztói (látens) igényekkel. Az innováció és az újdonságok bevezetése magával hordozza egy új és korszerű üzleti modell kidolgozásának szükségességét a vállalat részéről.

A szolgáltatók népszerűségét hármas egységben: a fogyasztói oldalt primer kutatással (kérdőívvel), a technológia fejlődésének és az üzleti modellek megváltozásának kérdéskörét pedig további szakirodalomkutatással és egy mélyinterjúval vizsgáltam. A dolgozat célja annak megértése lesz, hogyan hat egymásra ez a hármas egység, illetve az, hogy meglássuk ennek jelentőségét.

MINTA

BORBÁS ANNA
borbas.anna@med.u-szeged.hu
Műszaki menedzser
BSc, 7. félév
Szegedi Tudományegyetem
Mérnöki Kar

Témavezető:
Dr. Lendvai Edina
főiskolai docens, SZTE MK

EGYEDI SZOFTVER IMPLEMENTÁLÁSA EGY CÉG ÉLETÉBE: HATÉKONYSÁGÁNAK VIZSGÁLATA

A mikro-, kis- és közép vállalkozások (KKV) eredményességének szempontjából egyre fontosabb a digitalizáció. Új eszközökkel, új eljárásokkal jobb eredményt lehet elérni.

Pályamunkám célja az volt, hogy megvizsgáljam a KKV szektor alkalmazottainak és cégvezetőinek digitalizációval való kapcsolatát és egy egyedi fejlesztésű szoftverrel bemutassam a digitalizáció elfogadottságát és hatékonyságát.

Ennek érdekében strukturált interjút készítettem, mértem az általam fejlesztett egyedi szoftver („Rögzítő" programcsomag) hatékonyságát, valamint kvantitatív felmérést is végeztem.

A cégvezetőkkel készült strukturált interjú kapcsán kimondható, hogy a cégek digitálazációs stratégiák vonatkozásában nagyon különbözőek, cégvezetők ismeretei változó mélységűek. A „Rögzítő" programcsomag szignifikánsan gyorsabb munkafolyamatot garantált az adatrögzítéskor. (54 sec vs. 107 sec, $p<0,01$). Online, önkitöltős kérdőívet töltettem ki, továbbá strukturált interjút vettem fel, illetve mértem az általam fejlesztett egyedi szoftver hatékonyságát is.

126 fő (65 férfi, 61 nő) töltötte ki a kérdőívet, 92% használ munkája során számítógépet és 45%-nak problémát okoz a használata. A problémát jelző kitöltők általában véve idősebb korosztályhoz tartoztak és alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkeztek.

A KKV-k esetében feltétlenül szükséges fejleszteni a munkavállalók digitális készségeit, különös tekintettel az idősebb és alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkező munkatársakra. Egyedi szoftverek implementálása támogatja bizonyos munkafolyamatok működését.

MINTA

GALAMBOS ÁDÁM
dusi96@gmail.com
Gazdaságinformatika
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Informatika Intézet

Témavezető:
Borbásné Szabó Ildikó
egyetemi docens, BCE II

ERP RENDSZEREK JELENE ÉS JÖVÕJE KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOKNÁL

Kutatásomban arra kerestem válaszokat, hogy a magyar KKV-k körében a vállalatirányítási rendszereknek (ERP) milyen szerepe van a vállalatok életében, fejlődésében és a hatékony folyamatok kialakításában, valamint milyen hatással van a KKV-k digitalizációra való hajlandóságára.

Kutatásomban megvizsgáltam, hogy a KKV-k életében mikor és miért alakul ki az igény ERP rendszer bevezetésére és hogy ez jellemzően milyen nehézségekkel jár a vállalat számára. Megvizsgáltam, hogy a KKV-k mennyire képesek folyamataikkal alkalmazkodni a fejlődéshez és hatékonyan új működési formát kialakítani ERP segítségével. Továbbá azt is megvizsgáltam, hogy hosszútávon milyen hatása lehet egy ERP rendszernek a vállalat fejlődésére.

Dolgozatomban szintén tanulmányoztam, hogy a nemzetközi és a magyar digitalizációs trendek milyen módon befolyásolhatják a KKV-k vállalatirányítási megoldásait, milyen hatással lesznek az Ipar 4.0-t lehetővé tevő technológiák a KKV-k vállalatirányítási rendszereire. Megvizsgáltam mennyire nyitottak a magyar KKV vezetők az új technológiák alkalmazására, illetve folyamataik digitalizációjára. Áttekintettem milyen motiváló erők szükségesek ahhoz, hogy a magyar KKV-k aktívan vegyenek részt a magyar piaci digitalizációban.

A kutatásom alapján elmondható, hogy a magyar KKV-k többségénél akkor változtatnak a működésükön, ha arra kényszerítve vannak. Így egy ERP rendszer bevezetésére is csak akkor kerül sor, ha már túl komplexé válik a vállalati működés és máshogy nem kezelhetők a folyamatok. Jellemzően nem veszik figyelembe, hogy a jövőben hogyan tudnának tovább fejlődni és milyen stratégiai előnyökre tehetnek szert egy ERP rendszerrel. Ezért is a kis- és középvállalkozásokra egyedi sziget-alkalmazások jellemzőek, amelyek hosszú távon inkább akadályozzák a vállalat növekedését.

A közeljövőben várhatóan egyre nagyobb igény lesz a KKV-k körében arra, hogy ERP rendszerekkel támogassák vállalataikat. A digitalizációnak köszönhetően folyamataik hamarabb érik el azt a komplexitási szintet, ahol már érdemes vállalatirányítási rendszert bevezetni. A kutatásom alapján a KKV-k rendkívül nyitottak arra, hogy működésüket digitalizálják. Legfőbb motivációjuk, hogy működési költségeiket csökkentsék és hogy pontosabb üzleti előrejelzéseket tudjanak készíteni. Ennek megvalósítására akár olyan Ipar 4.0 technológiákat is alkalmaznának, mint a Big Data, mesterséges intelligencia, vagy IoT.

MINTA

DAJKA MÁTÉ FERENC
dajka.mate@gmail.com
Vidékfejlesztés és agrármérnök
MSc, 4. félév
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

Témavezető:
Dr. Oláh Izabella
egyetemi adjunktus, MATE-VFGI, MATE VFGI

FARMMENEDZSMENT SZOFTVEREK SZEREPE A MEZŐGAZDASÁGBAN ÉS BEVEZETÉSÉNEK FOLYAMATA, HATÁSAI

A dolgozatban három szempont szerint vizsgáltam a farm menedzser szoftverek bevezetésének kérdését. A szakirodalmi áttekintés során bemutattam a mezőgazdaság fejlődési szakaszait, ezen belül is azokat az átalakulásokat, amelyek napjainkban leginkább foglalkoztatják a területtel foglalkozó szakembereket. Az elemzés szakaszában mélyinterjús kutatást végeztem farm menedzser szoftvert használó gazdálkodók körében. Végül a harmadik szakaszban interjút készítettem a szakmai oldal szereplőivel, hogy megismerjem ők hogyan látják az ilyen jellegű szoftverek bevezetésének folyamatát.

A szakirodalmi áttekintésben megvizsgáltam a Mezőgazdaság 4.0 kérdéskörét. Az agrár szektor gazdaság irányításában lezajló fejlődési folyamatok párhuzamba állíthatók a korábban az iparban megfigyelt trendekkel. Sok hasonlóság van az Ipar 4.0 és a Mezőgazdaság 4.0 között.

A dolgozatban végig vettem a farmmenedzser szoftverek különböző meghatározásait, majd saját definíciót is alkottam ezekre vonatkozóan. Az erről szóló, elsősorban nemzetközi szakirodalom alapján megvizsgáltam azt, hogy melyek a leggyakoribb funkciói, hogyan csoportosíthatók és melyek lehetnek a fejlődés lehetséges trendjei.

Az elemzés szakaszában mélyinterjús kutatások segítségével vizsgáltam meg azt, hogy a digitalizáció a gazdálkodás mely pontjain illeszthető be a munkafolyamatba, mely funkcióit használják. A kapott eredmények alapján felhasználói kategóriákat alkottam a farm menedzser szoftvereket használó gazdaságok között, két szempontrendszer figyelembevételével. A megismert információk segítségével jellemeztem azt, hogy egy gazdaság milyen utat jár be a farm menedzser szoftver felhasználóvá válása során.

Végül a harmadik szakaszban interjút készítettem két hazai farm menedzser fejlesztő cég, az Agrovir és a Dyntell képviselőjével annak érdekében, hogy a vizsgált kérdésekre vonatkozóan a szakmai nézőpontokat is megismerjem.

A vizsgálódásaim eredménye, hogy a farm menedzser szoftverek használata egy jól meghatározható kategória számára a következő lépést jelenti a gazdaságfejlesztésben, amelyet már vagy meglépett, vagy az elkövetkezendő időszakban fog megtenni. A technológiai innovációk terjedésére vonatkozó vizsgálatok alapján az látszik, hogy a jövőben a farm menedzser szoftverek használatának dinamikus terjedése várható.

MUTA

GRANÁT MARCELL
granatm@mnb.hu
Közgazdasági elemző
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Dr. Vékás Péter
egyetemi docens, BCE KTK

LIKVIDITÁS A HASZNÁLT AUTÓK PIACÁN - TÚLÉLÉSI MODELL EMPIRIKUS ALKALMAZÁSA

Az autóvásárlás a háztartási fogyasztási kosár egyik fő eleme, ezért ezen piac résztvevői gondosan megfontolt érvek alapján hozzák döntéseiket. Néhány év használat után nagyon gyakori az eladás jármű a használtautó-piacon, ahol fontos kérdés, hogy mennyi ideig tart az átadás.

Ebben a cikkben egy túlélési modellt építek fel a használtautó-hirdetések nagy adathalmaza alapján, amelyeket a Internet kaparással, felfedve, mitől lesz likvid egy használt autó, ami mindenki számára értékes tudás ezen a piacon. Nyilvánvalóan az egyik legfontosabb ok az ár-érték arány, amely az ajánlati árból és a gépi tanulási modellek által becsült árból származtatható (regressziós fa, véletlenszerű erdő, xgBoost, K-közelebbi szomszéd, neurális Network, Support Vector Machine). Ezek megbízható becsléseket nyújthatnak egy olyan adatkészletben, amely a nagyszámú változó. Számítási okokból az adatok dimenzióját többszörösre csökkentettem MCA használatával.

Összefoglalva, az eredmények azt mutatják, hogy: (1) Az eXtreme Gradient Boosting jelentősen felülmúlja a többi előrejelzési módszerek az ár-érték arány becslésében; (2) valóban az ár-érték arány a legfontosabb tényező az eladási idő tekintetében, és (3) és az autók néhány egyéb jellemzője azonosítható, amelyek befolyásolják az eladást árakat, például, hogy amerikai márkákról, kiállítási autókról van-e szó, vagy volt-e erősítő kimenetük.

MUTA

KŐRÖS ESZTER
koros.eszter17@gmail.com
Gazdaságinformatika
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. Szabó László PhD
főiskolai docens, BGE PSZK

MESTERSÉGES INTELLIGENCIA HASZNÁLATA A MINŐSÉGELLENŐRZÉSBEN

A mesterséges intelligencia a negyedik ipari forradalom kezdete óta jelen van a vállalatok életében, mellyel együtt az Internet of Things fogalom is előtérbe került. A termelési folyamat hatékonysága érdekében a gyártósorokon a minőség-ellenőrzés részlegen a humán erőforrásokat leváltották a neurális hálózattal rendelkező kamerák, illetve egyéb fejlett technológiák. Kutatásom során korábbi szakirodalmak elemzése alapján szeretném bemutatni a termelési folyamatokat, a mesterséges intelligenciát és a minőség-ellenőrzést a gyártósorokon. Célom megválaszolni azokat a kérdéseket, hogy a neurális hálózat alapú megoldások, hogyan vannak jelen a gyártási folyamatokban, illetve ezek milyen előnyökkel és hátrányokkal járnak. A gépi tanulás módszereinek felosztását Haibo He és kutatótársai ADASYN módszert leíró tudományos cikke inspirálta, melyben összefoglalják miszerint lehet használni mintavételezési startégiát, szintetikus adatgenerálást, költségérzékeny tanulást, aktív tanulást és a kernel alapú módszereket. Összefoglalva elmondható, hogy a kamerás minőség-ellenőrzésen belül több fejlesztendő terület van még, hiszen még nincsen nagy mértékben elterjedve ez a módszer, pedig a szakirodalmi áttekintés és az interjúk alapján egy megbízható technológiának számít.

MINTA

BARTHA ANNA
bartha.anna999@gmail.com
Gazdaságinformatikus
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Informatika Intézet

GALAMBOS ÁGNES
galambos.agi@gmail.com
Gazdaságinformatikus
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Informatika Intézet

Témavezetők:
Dr. Vas Réka Franciska
egyetemi docens, BCE
Kovács László
tanársegéd, BCE

OSZTÁLYZATELEMZÉSI KERETRENDSZER KIALAKÍTÁSA A FELSŐOKTATÁSI KÉPZÉSEK STRUKTÚRÁJÁNAK FEJLESZTÉSÉRE

A felsőoktatásban az adatokra épülő döntéshozatal egyre fontosabbá válik, mely három fő területre építkezik: a tanuláselemzésre, az oktatási adatbányászatra és az akadémiai elemzésre. Dolgozatunkban a tanuláselemzés területére fókuszálva arra a kérdésre kerestük a választ, hogy hogyan tudunk a rendelkezésre álló (Neptun) adatok által nyújtott korlátos lehetőségekhez alkalmazkodva tanuláselemzési modellt építeni.

Célunk, hogy feltárjuk a Budapesti Corvinus Egyetem gazdaságinformatikus képzésén oktatott informatikai-matematikai tárgyak közti összefüggéseket, három - tanulmányait befejezett - évfolyam érdemjegyeihez kapcsolódó Neptun adatokat felhasználva. Tizenhárom tantárgyból vizsgáltuk a hallgatók által elért érdemjegyeket. Ezek önmagukban azonban kevés információt tartalmaznak, nem adnak elég pontos képet a hallgatók teljesítményéről. Így a vizsgált adatkört bővítettük, és az elemzésekhez felhasználtuk az érdemjegyekhez kapcsolódó vizsgafelvételek és tárgyfelvételek számát, a hallgatók nemét és évfolyamát a Neptun rendszerben tárolt adatok alapján. Ezek segítségével első lépésben olyan új metrikát hoztunk létre, amely alkalmas a tárgyakban nyújtott hallgatói teljesítmény mérésére az elérhető Neptun adatok felhasználásával.

Az új teljesítmény metrikák használata már lehetővé tette a regressziós modellezés futtatását, így LAD regresszió keretében alkalmazott változószelekciós algoritmussal megállapítottuk, hogy az egyes tárgyakra hogyan hatnak a korábbi félévek tárgyai. Ennek során előállt egy olyan regressziós együtthatókat tartalmazó táblázat, amelyből könnyen leolvasható, hogy a tárgyak hogyan épülnek egymásra.

A módszer elsősorban egy tantervi háló kialakításában lehet segítség: a kapott eredményekből láthatjuk, hogy mely tárgyak között van szignifikáns kapcsolat, illetve a korábbi félévek tárgyai milyen mértékben befolyásolják a későbbi teljesítmény alakulását a saját metrikánk szerint. Ezek alapján könnyen kialakítható olyan előkövetelmény-rendszer, amely az órákon oktatott anyagok és megszerzett készségek tényleges egymásra épülését támaszthatja alá.

MINTA

RÉVÉSZ VIKTOR BARNABÁS
viktor.revesz@stud.uni-corvinus.hu
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Mcferren Charles Alan
mesteroktató, BCE PSZGJI

OKOS SZERZŐDÉSEK, MINT TOKENIZÁLT ALAPKEZELŐK - AZ ENZYME FINANCE ALAPKEZELŐ PLATFORM TECHNOLÓGIAI ELEMZÉSE

Ebben a tanulmányban a blokklánc-technológia vagyonkezelési platformként való használatát vizsgálom az Enzyme Finance, a terület legrégebbi és legelismertebb szereplőjének cégelemzésén keresztül. A blokklánc technológia már egy ideje jelen van a mindennapjainkban, de leginkább az árucikkekhez hasonló kereskedéshez és a digitális műalkotások hitelesítéséhez kötik, annak ellenére, hogy a fejlettebb kriptográfiai megoldások, az okos szerződések számos különböző szektorban hasznosíthatók, és a decentralizált pénzügyek (DeFi) révén a pénzügyi világba is behatolt. A vagyonkezelési világ növekvő befolyása és szelektív belépése miatt e cikk célja, hogy rávilágítson és összefoglalja, hogyan működik a példaként szolgáló on-chain vagyonkezelő cég, az Enzyme Finance, milyen előnyei és hátrányai vannak a hagyományos vagyonkezelő cégekhez képest, és hogyan oldhatja meg a blokklánc technológia jövőbeli fejlődése a DeFi térben meglévő problémákat.

MINTA

GÁLICZKI ÁDÁM
galiczki.adam@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezetők:
Dr. habil. Juhász Tímea
egyetemi docens, címzetes egyetemi tanár, BGE KKK
Dr. Horváth-Csikós Gabriella
adjunktus, BGE KKK

VÁLLALATIRÁNYÍTÁSI INFORMÁCIÓS RENDSZEREK A MUNKAERŐPIACON

Az Országos Tudományos Diákköre készített dolgozatomban az integrált vállalatirányítási rendszerek fontosságát vizsgáltam a munkaerőpiacon. Annak érdekében, hogy bármilyen ERP rendszert tudjunk használni egyaránt szükségesek a hard és a soft skills-ek is. Kutatásom arra irányítottam, hogy ezek közül, melyik lehet fontosabb és valóban mindkettő szükséges-e.

Informatikai rendszerek révén a digitalizáció fontosságáról is írtam, illetve ezen belül a digitális kompetenciákról. Ezen kompetenciák többsége tanult készségek. Ide tartozik az információ keresése, tárolása és feldolgozása. Különböző tartalmak készítése elektronikai eszközökön, és ezeknek az esetleges közzététele, publikálása. A felmerülő problémák elkerülése, vagy bekövetkezés eseten a minél gyorsabb megoldása. A digitális hard skills-ek utolsó nagy csoportja a biztonság, hogy megóvjuk magunkat az adatlopásától. A digitális kompetenciákba beletartozik a kommunikáció, ahol főleg a soft skills-eket kell tudnunk alkalmazni, vagyis a kollegákkal, ügyfelekkel hogyan kommunikáljunk. A dolgozatom következő nagy fejezetében a vállalatirányítási rendszerek történetével és fejlődésével foglalkozom, ezen belül pedig a SAP céget emeltem ki. Azért esett erre a választásom, mivel ez a legismertebb ilyen cég.

A vizsgált kérdéseim arra vonatkoztak, hogy a munkaerőpiacon milyen kompetenciák szükségesek a munkahelyek betöltéséhez, egy kezdő munkavállalónak milyen kritériumoknak kell megfelelnie, és az ERP rendszerekről tettem fel kérdésekét, hogy mennyire is vannak tiszttában az emberek a rendszerekkel. Egyértelműen szükségesek a hard és soft skills-ek is. Az ERP rendszerek terjedését is bizonyítja, hogy a megkérdezettek közel 90%-a hallott és jelentős része tanult is ERP rendszerről. A fontosságukat az is alátámasztja, hogy 1 hónapon keresztül figyeltem az IT szektori munkalehetőségeket és átlagosan 2500 álláshirdetést lehet naponta találni. Jelenleg az IT területen csökkenés van a válság miatt, de ez valószínűleg átmeneti.

A dolgozatom elkészítéséhez elsődlegesen internetes irodalmi forrásokat használtam. A kutatásom alatt 3 különböző módszer segítségével gyűjtöttem adatokat. Készítettem mélyinterjúkat, ahol főleg a munkahelyekre és ERP rendszerekre kérdeztem rá. Kérdőívemmel az egyetemi hallgatókat céloztam meg elsősorban, amiben kiemelten a vállalatirányítási rendszerek voltak a középpontban. Az utolsó módszer pedig a már említett álláshirdetések megfigyelése volt.

MINTA

Gazdaságpolitika I.

Elnök:	Dr. Bartha Zoltán	ME GTK
Társelnök:	Dr. habil. Pogátsa Zoltán	SOE LKK
Tag:	Doc. Ing. Dudás Tamás	SK PF
Tag:	Dr. Kutasi Gábor	NKE KNGT
Tag:	Dr. Novoszáth Péter	NKE ÁNTK

MINTA

HEILMANN ISTVÁN JÓZSEF
heilmanni77@gmail.com
Közgazdasági elemző
MSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezetők:
Tőkés László János
egyetemi adjunktus, BCE KTI
Reiff Ádám
tudományos főmunkatárs, ELTH KRTK KTI

A 2020-AS IDEIGLENES NÉMET ÁFACSÖKKENTÉS ÁRSZÍNVONALRA GYAKOROLT HATÁSA

Kutatásom során elméleti modellekkel közelítem meg korábbi kutatásom eredményeit, melyben azt vizsgáltam, hogy a koronavírus járvány gazdasági hatásainak tompítása érdekében meghozott 2020-as német ideiglenes áfaváltoztatásnak milyen hatása volt a fogyasztói kosár három al-kategóriájára: a nem energetikai ipari termékekre, a feldolgozott élelmiszerekre és a szolgáltatások egy részére. Az elemzést 2020 júliusára és 2021 januárjára fókuszálva végeztem el: előbbi esetében csökkentették, utóbbi esetében pedig visszaállították az eredeti áfakulcsokat. Mindezt makroszinten, de termékszintű árszínvonal adatok aggregálásával tettem. Jelen dolgozatomban az empirikusan már ismert eredmények nagyságát és szimmetriáját magyarázom: amennyiben nem volt teljes az áfahatás vagy nem volt szimmetrikus a csökkentés és emelés hatása, úgy ennek lehetséges okait keresem. Részletesen bemutatok árelméleti modelleket, illetve a pozitív és negatív sokkok hatását az árszínvonalra.

Négy fő területen végeztem el kutatásom. (1) Megmutattam, hogy a termékszintű aszimmetria és trendinfláció közt nincs kapcsolat. (2) Szintén termékszinten nem tudtam sem előzetes, sem utólagos hatást igazolni egyik termékcsoportban sem: az áfahatás azonnal jelent meg, nem volt elhúzódó hatás. (3) Iparági szinten betekintést nyújtottam a termékcsoportonkénti aszimmetria és koncentráció, piaci felár kapcsolatába: kisebb piaci verseny esetén a fogyasztók számára kedvezőtlenebb aszimmetria rajzolódott ki. (4) Végül a termékszintű adatokon, a tartósság figyelembevételével sem tudtam lényegi elhúzódó hatást igazolni, viszont eltérést találtam a sztenderd adózású tartós és nemtartós termékek közt: utóbbi esetén jóval nagyobb volt a januári emelés hatása, melyről kisebb keresési költségre következtettem.

MTA

HEILMANN ISTVÁN JÓZSEF
heilmanni77@gmail.com
Közgazdasági elemző
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Reiff Ádám
tudományos főmunkatárs, ELKH KRTK KTI

A 2020-AS IDEIGLENES NÉMET ÁFACSÖKKENTÉS ÁRSZÍNVONALRA GYAKOROLT HATÁSA

Kutatásomban empirikus módon vizsgálom a koronavírus járvány gazdasági hatásainak tompítása érdekében meghozott 2020-as német ideiglenes áfa-változás hatását a fogyasztói kosár három alkategóriájára: a nem energetikai ipari termékekre, a feldolgozott élelmiszerekre és a szolgáltatások egy részére. Az elemzést 2020 júliusára és 2021 januárjára fókuszálva végeztem el: előbbi esetében csökkentették, utóbbi esetében pedig visszaállították az eredeti áfa-kulcsokat. Makroszintű áradatokból becsülöm a négy- és tízszámjegyű termékkategóriák áfa-hatását, termékenként egyszerű regresszióval, alkategóriánként az egyéni hatások súlyozott átlagát számítva. Eredményként megmutatom, hogy az áfa-változtatásnak volt hatása az árszínvonalra, az áfa-hatások azonban termékszinten és alcsoportokon belül is többnyire eltérnek, illetve jellemzően nem szimmetrikusak a két vizsgált időpontban.

MINTA

MOLNÁR ALBERT
treblaranlom@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
BSc, 6. félév
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:
Dr. habil. Csiszárik-Kocsir Ágnes
egyetemi docens, OE KGK

A PÉNZÜGYI VÁLSÁGOK ELŐREJELZÉSE KORAI ELŐREJELZŐ RENDSZEREKKEL: A GAZDASÁGPOLITIKA VÉGREHAJTÁSA A POSZTPANDÉMIÁS VILÁGBAN

2020 áprilisában a globális gazdaság a Nagy Gazdasági Világválság óta nem látott gazdasági visszaeséssel szembesült az ellátási láncok megszakadása, illetve az államok által a COVID-19 intézkedések keretében bevezetett egészségügyi korlátozások miatt. Sok Európai ország központi bankja az alapkamatok csökkentésével, a vállalati adósságok felvásárlásával, helikopter pénz kibocsátásával és a mennyiségi lazítási programok indításával/folytatásával válaszolt a kihívásokra igyekezve csökkenteni a recesszió romboló hatásait és egyúttal felfújta a mérlegét eddig nem tapasztalt szintig így növelve a rendszer szintű kockázatokat. Jelen tanulmányomban azt a kérdést vizsgálom, hogy lehet-e előre jelezni a gazdasági kríziseket a vezető mutatók folyamatos megfigyelése által, illetve mely vezető pénzügyi szervezetek - nevezetesen az Európai Központi Bank, IMF, Világbank - korai előrejelző rendszerei (KER) voltak képesek előre jelezni a növekvő gazdasági egyensúlytalanságokat, amelyek végül gazdasági krízishez vezettek. 1997 – 2017 évek között 151 banki válság, 236 devizaválság, 74 államadósság-válság volt tapasztalható globálisan (Laeven and Valencia, p-3, 2018). A 2008 válság és a COVID – 19 recesszió okán keletkezett egyensúlytalanságok a gazdasági szakértőket arra sarkalják, hogy új lendülettel foglalkozzanak a korai előrejelző rendszerekkel, amelyek képesek lennének a gazdasági válságok előrelátására így adva lehetőséget a kormányoknak a megfelelő időben hozott védő intézkedések megtételére. Ez adja a jelen tudományos munka aktualitását.

A kutatás célja a gazdasági előrejelző módszerek áttekintése és olyan makrogazdasági mutatók azonosítása, amelyeknek idősorai alkalmasak gazdasági, illetve más típusú válság epizódok előrejelzésére a kelet európai feltörekvő piacokon. A módszertanba bemutatásra kerül a kereszt spektrális módszer és a szignálozási küszöbindikátor módszer is, melyek felhasználásával az indikátorokat össze lehet hasonlítani a nemzetközi pénzügyi szervezetek által használt KER-ekben szereplő indikátorokkal.

MUNKA

VARGA MÁRK
markvarga999@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BSc, 7. félév
Eötvös Loránd Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Dombi Ákos
egyetemi docens, ELTE GTK

A SZOCIALIZMUS HOSSZÚTÁVÚ HATÁSA A TÁRSADALMI KULTÚRÁRA: NÉMETORSZÁG ESETE

Az újraegyesítés után több évtizeddel még mindig jelentős mértékű gazdasági lemaradás figyelhető meg Németország nyugati és keleti tagállamai között. A volt NDK tagállamok több mutatót vizsgálva is jelentősen elmaradnak nyugati szomszédaiktól. Ennek oka egyfelől az újraegyesítés rossz levezénylésében keresendő, biztosra vehető azonban, hogy a két Németországban uralkodó eltérő politikai-gazdasági rendszerek hosszútávú hatása is hozzájárult a lemaradáshoz. Ezt próbálja magyarázni a Wall in the head elmélet is, amely szerint a keletnémet lakosságból hiányoznak a kapitalista rendszerben való sikerességhez szükséges tulajdonságok. Biztosra vehető, hogy a szocialista rendszer paternalizmusa és egyéb speciális jellemvonásai olyan mély nyomokat hagytak az NDK lakosainak társadalmi kultúrájában és értékrendjében, amik mind a mai napig hatással vannak azok életére és mentalitására. Ezt a kérdéskört több, a dolgozat által is feldolgozott tanulmány is vizsgálta már, amelyek összességében vegyes eredményeket mutatnak arról, hogy a szocializmus hosszútávú hatásai és a Wall in the head elmélet által feltételezett különbségek felfedezhetőek-e a rendszerváltás után később is a keleti lakosság körében.

Jelen dolgozat azzal egészíti ki az eddig a témában végzett kutatásokat, hogy egy speciális, a kapitalizmusban való boldoguláshoz fontos attitűd, a kontrollérzet vizsgálatára helyezi hangsúlyt. A várakozások szerint a keleti lakosság alacsonyabb kontrollérzettel rendelkezik a 40 évnyi szocialista rendszer hatásának következtében, ami az egyéni erőfeszítések jutalmazása helyett a kapcsolatokra és az ideológiára helyezett nagyobb hangsúlyt. Ennek vizsgálatához a SOEP adatbázis három, a kontrollérzetre vonatkozó kérdésére adott válaszokat elemzem probit modellek segítségével. A 2010 utáni válaszokon futtatott becslések közül kettő változó esetében nem található szignifikáns hatás, míg egy változó esetében kimutatható, hogy a keletnémet lakosság alacsonyabb kontrollérzettel rendelkezik, mint nyugati honfitársaik. A robusztusságvizsgálatok eredményei megerősítik a találtakat. Összességében megállapítható, hogy a szakirodalommal összhangban évtizedekkel az újraegyesítés után egyes kérdések válaszaiban még kimutatható a szocializmus hosszútávú hatása, míg más kérdések esetében ez már nem fedezhető fel.

MUNKA

KISS LÁSZLÓ MARCELL
laszlo.kiss2@stud.uni-corvinus.hu
Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
Osztatlan, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezetők:
Madari Zoltán
egyetemi tanársegéd, BCE MSMI
Gánics Gergely Ákos
vezető kutató, MNB

AZ EKB MONETÁRIS POLITIKÁJÁNAK SPILLOVER HATÁSAI MAGYARORSZÁGRA – EGY TVP-FAVAR MEGKÖZELÍTÉS

A dolgozat azt a kérdést vizsgálja, hogy az EKB monetáris politikájának milyen hatása volt a fő magyar makrováltozókra a 2000 és 2019 közötti időszakban. A monetáris politika indikátoraként a Krippner (2013) által javasolt rövid távú árnyékkamatlábat használom, amellyel a konvencionális és nemkonvencionális eszközök hatása egyszerre kvantifikálható. A dolgozatban bayesi TVP-FAVAR módszertant használok, amellyel a transzmissziós mechanizmusok időbeli változása is feltérképezhető. Azt találom, hogy egy EKB monetáris szigorítás negatív hatást gyakorol a magyar gazdasági aktivitásra és az árakra, és pozitív hatást a BUBOR szintjére, azonban mind a három hatás ereje csökken az idő előrehaladtával. A dolgozatban lehetséges magyarázatokat adok az időbeli változás okaira, és további kutatási irányokat is javaslok.

MINTA

CSERNIK BALÁZS
cserbalazs98@gmail.com
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Kommunikáció és Szociológia Intézet

Témavezető:
Feierabend Izabella
doktorandusz, BCE KTK

JEGYBANKI FÜGGETLENSÉG HATÁSA A MAKROGAZDASÁGI MUTATÓKRA

Dolgozatomban a jegybanki függetlenséget vizsgálom többszempontú megközelítésben. Kutatásom egyik fókusza, hogy ez a mutató milyen kapcsolatban van az inflációval, annak változásával. Emellett vizsgálom, hogy a jegybanki függetlenség mértéke milyen hatással van a különböző makromutatókra ill. a jegybanki függetlenséget milyen intézményi tényezők határozhatják meg. A formális intézményi környezet vizsgálatakor a Világbank governance mutatóit veszem alapul, ezek egyes tényezőiből készítek kompozit indikátort.

A jegybanki függetlenség mérése a ’90-es, 2000-es évek elején szerepelt a kutatások homlokterében, ilyenkor készült a legtöbb tanulmány és mutató. Dolgozatom metodológiájában foglalkozom az egyes jegybanki függetlenséget mérő indikátorok elemzésével. Fontos kiemelni, hogy a szakirodalomban nincs egységes álláspont a jegybanki függetlenség mérésével kapcsolatban. A különböző tanulmányok más és más indexet használtak, építettek és ezek alapján többnyire keresztmetszeti vizsgálatot végeztek.

Az én kutatási módszerem lényege és a korábbi megközelítésekkel szemben az újszerűsége az lesz, hogy empirikus kutatásomban dinamikus index segítségével panel adatokon végzem a vizsgálatot, összesen 142 országon és 23 éves időintervallumon. Ilyen módon figyelembe tudom venni azt, hogy egy-egy jegybanki reform időben később fejtheti ki hatását a vizsgált mutatókra. A legtöbb eddigi kutatás csak az inflációval vett kapcsolatát vizsgálta, én azonban dolgozatomban ennél tovább megyek és megvizsgálom, hogyan hat a magasabb függetlenség a makrostabilitásra, versenyképességre, külföldi közvetlen beruházásokra.

Kutatásom várható eredménye, hogy a panelvizsgálat után meghatározhatjuk, van-e kapcsolat az infláció és a jegybanki függetlenség között a vizsgált időszakban, valamint lehet-e kapcsolatot találni a függetlenségi index és egyes makromutatók között. Kutatásom jövőbeni továbbfejlesztésének lehetséges iránya, hogy kiterjesztem a vizsgálatot a de iure indexen túl a de facto jegybanki függetlenségre, kvalitatív vizsgálat keretében, ami más módszertant igényel, dinamikus modellben nem vizsgálható adatok hiánya miatt.

MUTA

XIE QIONGZHEN
732600135ivett@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 3. félév
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:
Dr. Mizser Csilla
egyetemi docens, OE KGK

A COVID-19 IDEJÉN A BUDAPESTI KKV-KRA GYAKOROLT SZAKPOLITIKAI HATÁSOK KUTATÁSA

A kutatás célja az, hogy felmérje a kormány politikájának hatásait a budapesti kkv-kra. A hipotézisek szerint pozitív kapcsolat áll fenn a budapesti kkv-k adótámogatási politika/tőketámogatási politika/működési költségpolitika/szerkezetpolitika/munkaügyi politika/társadalmi jóléti politika és a COVID-19 során a budapesti kkv-k kivételes nyereségnövekedése között.

A kutatásban kvantitatív kutatási módszereket alkalmaztunk, nevezetesen a Cronbach alfa tesztet, a Kaiser- Meyer-Olkin (KMO) és Bartlett tesztet, EFA-t, rendezett logit modellt, Anova-t, Kolmogorov-Smirnov tesztet, P-P Plot-ot és nem-parametrikus Kruskal-Wallis tesztet.

Ez a kutatás bizonyította a kormányzati működési költségpolitika / strukturális politika szükségességének pozitív hatását, valamint a munkavállalói politika kedvezőtlen hatását a budapesti kkv-k várható nyereségnövekedésére a COVID-19 során. Ez a kutatás azt is jelezte, hogy a kkv-knak általában szükségük van az adótámogatási politikára és a működési költségpolitikára.

MINTA

Gazdaságpolitika II.

Elnök:	Dr. Bartha Zoltán	ME GTK
Társelnök:	Dr. habil. Pogátsa Zoltán	SOE LKK
Tag:	Doc. Ing. Dudás Tamás	Páneurópai Főiskola
Tag:	Dr. Kutasi Gábor	NKE KNGT
Tag:	Dr. Novoszáth Péter	NKE ÁNTK

MINTA

FICZERE MÁTÉ
ficzeremate1998@gmail.com
Mérnök-közgazdász
FSz, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. Kovácsné Sipos Ágnes Margit PhD
egyetemi docens, BGE PSZK

A MAGYARORSZÁGON 2010 UTÁN BEVEZETETT GAZDASÁGFEHÉRÍTŐ INTÉZKEDÉSEK HATÁSA

Rejtett gazdaságba tartozó tevékenységgel valószínűleg már mindenki találkozott élete során, akár tranzakcióban résztvevőként, vagy csak megfigyelőként. A rejtett gazdaság szereplői gyakran nincsenek is tisztában azzal, hogy a tevékenységük következményei mennyire károsak és komolyak. Ebből kifolyólag az országok és adóhatóságaik különböző módszerekkel igyekeznek visszaszorítani a rejtett gazdaság kiterjedtségét.

Dolgozatomban először arra próbálok meg választ találni, hogy pontosan mi is az a rejtett gazdaság, milyen kiváltó okokkal és lehetséges következményekkel rendelkezik. Ezen felül megvizsgálom, hogy milyen módszerekkel lehetséges egy olyan gazdasági terület vizsgálata és a kapott információk számszerűsítése, melynek elemi célja a rejtve maradás. Ezt követően összehasonlítom a magyarországi rejtett gazdaság 2010 előtti helyzetét más Európai Uniós országok adataival.

Ezután rátérek a bevezetett gazdaságfehérítő intézkedések, az online pénztárgép és az EKÁER bemutatására. Kronológiailag áttekintem a bevezetés lépéseit, az implementálást hátráltató tényezőket és a rájuk hozott megoldásokat. Kitérek olyan uniós országokra is, melyek a magyar példa alapján dolgoztak ki saját adócsalás elleni rendszereket.

Eredményeim bemutatása során különböző jelentésekből és adatbázisokból származó adatok felhasználásával számszerűsíteni próbálom a bevezetett intézkedések hatékonyságát. Azt kívánom vizsgálni, hogy segítségükkel ténylegesen képesek voltak-e a hatóságok a tisztességtelen szereplők kiszorítására, illetve az adóbevételek növelésére. Arra is kíváncsi vagyok, hogy esetlegesen ezektől eltérő hozadéka is lett-e az intézkedéseknek. Végül a magyar intézkedéseket összevetem más nemzetközi szereplőkkel. Ide tartoznak a magyar mintát követő országok, sikerült-e nekik is olyan változásokat elérni a nálunk kidolgozott módszerek átültetésével, mint amiket mi tapasztaltunk. Ezen felül megvizsgálom az Európai Unióban bekövetkezett változásokat és összehasonlítom ezeket a magyarországi adatokkal. Az eredményeimet összesítve választ kaphatunk arra, hogy milyen hatással voltak a bevezetett intézkedések a rejtett gazdaságra 2011 és 2019 között.

MINTA

LŐRINCZ ANNAMÁRIA
lorinczannamaria@uni.sapientia.ro
Alkalmazott közgazdaságtan és pénzügy mesterképzés
MSc, 4. félév
Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem
Csíkszeredai Kar

Témavezető:
Dr. Makó Zoltán
egyetemi tanár, RO EMTE CSK

A NYUGDÍJRENDSZER DINAMIKUS MODELLJE

A nyugdíjrendszer kérdéskörével alapképzésen kezdtem el foglalkozni. Akkor egy statikus modellel vizsgáltam a rendszer fenntarthatóságát. A rendszer komplexitásából adódóan, érdemes viszont annak dinamikáját is megvizsgálni.

A dolgozatban egy újszerű megközelítésből építem fel a román állami nyugdíjrendszer dinamikus modelljét, a Bellman-féle dinamikai egyenletre alapozva. A döntési problémákat jóléti szempontból közelítem meg. Három komponens: nyugdíjkorhatár, bruttó országos átlagbér és járulékszint változtatásával próbáljuk a kívánt nyugdíjrendszeri célt optimális pályán elérni, minimalizálva az általam megszerkesztett büntető függvényt a 2022-2038 periódusra.

A modell alapját képező egyenletek az aktuálisan érvényben levő nyugdíjrendszerre vonatkozó törvényes kereteket implementálják. Ezek változása a modell adaptív jellegéből adódóan könnyen integrálhatók. A modell és a hozzátartozó program összességében lehetőséget ad a döntéshozó számára, hogy a meghatározott prioritási sorrend alapján, megadja az életminőséget mutató büntetőfüggvényben a súlyok értékeit. Így különböző nyugdíjrendszer-politikákat kaphat. A megvalósításához a MATLAB programozási környezetet alkalmaztam.

MINTA

BALOGH SZABOLCS SÁNDOR
balogh.szabolcs.gahczk@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Dr. Ferkelt Balázs
egyetemi docens, BGE KKK

AZ ÁLLAMADÓSSÁG FENNTARTHATÓSÁGA AZ EURÓPAI UNIÓBAN A VÁLSÁGOK TÜKRÉBEN, AVAGY MEGDŐLT-E A KÖZÖS ADÓSSÁGVÁLLALÁS TABUJA A HELYREÁLLÍTÁSI ÉS ELLENÁLLÓKÉPESSÉGI ESZKÖZZEL?

A 2020-as koronavírus járvány hatalmas gazdasági visszaesést okozott világszerte, ami alól az Európai Unió sem jelentett kivételt. Válaszul az Európai Bizottság a többi intézménnyel karöltve a 2021-27 közötti időszakra készült EU költségvetésen felüli egy helyreállítási és rezilienciaépítési eszköz létrehozását szorgalmazta. Az eredmény egy egyszeri 750 milliárd eurós csomag, mellyel együtt az integráció teljes költségvetése mai árakon a 2 billió (!) eurót is meghaladja. Az európai integráció fennállásának történetében még sosem rendelkezett ekkora költségvetéssel. Ennek finanszírozására a Bizottság egyéb bevételei és a tagállamok befizetései mellett közös kötvénykibocsátást is végrehajtott. Ilyen mértékű kötvénykibocsátásra még nem volt példa, és ez nem véletlenül nyit új kérdések előtt kaput. Teret nyithat a helyreállítási csomag a jövőbeli közös EU adósságfelvételnek? Ha már közös adósságot vállalnak a tagállamok, még jobban össze kell hangolni a tagállamok költségvetési politikáit? A járvány következtében a tagállamok GDP-hez viszonyított államadóssága nagy mértékben nőtt. Mennyire tartható ilyen körülmények között a fiskális veszélyt elhárítani hivatott Stabilitási és Növekedési Paktum? Esetleg a közös adósságvállalás lehet a pénzügyi válság Európai Stabilitási Mechanizmusa? Kutatásom során az államadósságok fenntarthatóságát vizsgálom, melyhez múltbeli tapasztalatokat is fel fogok használni. Részletesen értékelni fogom a közös papírkibocsátás tapasztalatait, és az államadósság mentén futó észak-déli ellentéteket is az eurozónán belül. Ehhez kapcsolódóan az Európai Központi Bank kamatpolitikai dilemmáját is górcső alá veszem.

Kutatási módszerem illeszkedik a választott témához. Dolgozatom elkészítéséhez szekunder módszereket használtam. Feldolgoztam a témához kapcsolódó fontosabb nemzetközi szakirodalmakat, statisztikai adatokat gyűjtöttem és elemeztem az Eurostat, Európai Bizottság és az Európai Központi Bank forrásait.

Kutatásom várhatóan rámutat, hogy a közös adósságvállalásnak hosszú és eredményes múltja van. A közös adósság viszont nem csak szolidaritást, de felelősséget is jelent. A programon keresztül emelkedett adósságszint valós veszélyt jelenthet az amúgy is eladósodott mediterrán országoknak. Ahhoz, hogy főként az eurozóna stabilitása, illetve a Stabilitási és Növekedési Paktum biztosítva legyen, további biztosítékokra van szükség.

MINTA

DURKÓ RUBEN ISTVÁN
rubendurko@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Madari Zoltán
egyetemi tanársegéd, BCE MSMI

AZ EURÓPAI UNIÓ TAGÁLLAMAINAK ADÓSSÁGSZERKEZETI VIZSGÁLATA AZ ELMÚLT KÉT ÉVTIZEDBEN KLASZTERELEMZÉS SEGÍTSÉGÉVEL

A dolgozat az Európai Unió tagországok államadósságának alakulását, azon belül az adósságszerkezeti mutatók változását vizsgálja esettanulmány jelleggel. Különös tekintettel arra, hogy az elmúlt két évtized két jelentős válsága – a 2008-2009-es globális pénzügyi válság és szuverén adósságválság, valamint a 2020-ban kirobbanó koronavírus válság – milyen hatással volt az uniós tagállamok adósságszerkezetére. A releváns kutatások összegyűjtésén keresztül bemutatásra kerülnek az államadóssággal kapcsolatos elméleti elgondolások, valamint ezen belül az adósság szerkezetének lehetséges felbontásaival foglalkozó tanulmányok. Az esettanulmány három fő adósságszerkezeti mutató alakulását vizsgálja: az államadósság devizaaránya, a külföldi befektetők által birtokolt állomány aránya, valamint a rövidlejáratú kötelezettségek aránya a teljes adósságon belül. A kutatás egyik célja annak a vizsgálata, hogy az uniós országok adósságszerkezetének alakulása igazodik-e az elméletnek megfelelő mozgásokkal, állítható-e párhuzam az elmélet és a gyakorlat között. A feltárt eredmények azt mutatják, hogy míg az államadósság devizaarányának és a rövid lejáratú elemek súlyának mozgása megfelelt az államadóssággal kapcsolatos tanulmányoknak, addig a külföldi befektetők által birtokolt arány alakulása pontosan ellentétes volt az elméleti megfontolásokkal szemben. A dolgozat másik célja klaszterelemzés segítségével feltárni az uniós országok közötti hasonló adósságszerkezeti stratégiákat, tendenciákat. Az eredmények arra engednek következtetni, hogy földrajzi és fejlettségi alapon kirajzolódnak olyan országcsoportok, amelyek hasonló adósságszerkezeti mutatókkal rendelkeztek a vizsgált időszakban, ugyanakkor az alacsony devizaarányon keresztül az euróövezeti tagság a földrajzi elhelyezkedésnél nagyobb összetartó erő az országok adósságstratégiájának szempontjából.

MUNKA

RÁCZ DÓRA LAURA
raczdori2000@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 7. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Prof. Dr. Czeglédi Pál
egyetemi tanár, DE GTK

AZ INTÉZMÉNYEKBE VETETT BIZALOM MINT A GAZDASÁGI NÖVEKEDÉS JÖVEDELEMELOSZTÓ ÉS MOBILITÁSI HATÁSÁNAK FELTÉTELE

Kutatásommal arra keresem a választ, hogy vajon a gazdasági növekedés társadalmi mobilitásra és jövedelmi egyenlőtlenségre gyakorolt hatása függ-e az intézményekbe vetett bizalomtól, és ha igen, akkor hogyan függ tőle. A kérdés megvizsgálásához a hipotézist két állításban fogalmazom meg. A két állítás a következőképpen hangzik: (1) A gazdasági növekedés társadalmi mobilitásra és jövedelmi egyenlőtlenségre gyakorolt hatása függ az intézményekbe vetett bizalomtól. (2) Az intézményekbe vetett bizalom függvényében a gazdasági növekedés növeli a társadalmi mobilitást és csökkenti a jövedelmi egyenlőtlenséget.

A hipotézis teszteléséhez többszörös lineáris regressziókat futtatok le négy intézményekbe vetett bizalmi változóra vonatkozóan mindkét függő változó esetében. A négy intézményekbe vetett bizalmi változó a következő: (1) a kormányzatba vetett bizalom, (2) az igazságszolgáltatási rendszerbe vetett bizalom, (3) a közszolgálatba vetett bizalom, (4) a nagyvállalatokba vetett bizalom.

A regressziók eredményei a hipotézis 1. állítására vonatkozóan bizonyítékot szolgáltatnak. A társadalmi mobilitás tekintetében mind a négy kiválasztott intézményekbe vetett bizalmi változóra vonatkozóan láthatunk szignifikáns eredményeket kontrollváltozók nélkül és kontrollváltozók bevonásával. Ugyanakkor a jövedelmi egyenlőtlenség esetében a négy változó közül csak kettő – az igazságszolgáltatási rendszerbe és a közszolgálatba vetett bizalom – tekintetében szignifikánsak az eredmények. Az 1. állítással ellentétben a hipotézis 2. állításában megfogalmazott elvárások nem teljesülnek. Minden szignifikáns eredmény esetében ugyanaz a tendencia figyelhető meg: van egy kritikus intézményekbe vetett bizalmi érték, amely alatt a gazdasági növekedés a társadalmi mobilitást növeli, a jövedelmi egyenlőtlenséget csökkenti, a felett pedig a hatás iránya megváltozik. Arra vonatkozóan, hogy mi áll a hipotézis 2. állítására vonatkozó eredmények hátterében a szakirodalom két lehetséges magyarázatát ismertetem. Mindkét magyarázattal a változók közötti nemlineáris kapcsolat fontosságát emelem ki.

Összességében kutatásom eredményei arra utalnak, hogy a gazdasági növekedés társadalmi mobilitásra és jövedelmi egyenlőtlenségre gyakorolt hatása valóban függ az intézményekbe vetett bizalomtól, ugyanakkor egyszerű lineáris összefüggésnél sokkal összetettebb kapcsolat van a változók között. Ennek feltárásához a szakirodalom alapján szükségesnek látszik a változók közötti nemlineáris kapcsolat vizsgálata.

MUTA

BAGI SÁNDOR
bsndr24@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 4. félév
Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Lukovics Miklós
egyetemi docens, SZTE GTK

KI ÉS MIT IRÁNYÍT: A TECHNOLÓGIA ELFOGADÁS ÉS A JOGI SZABÁLYOZÁS KAPCSOLATA AZ AUTONÓM JÁRMŰVEK VILÁGÁBAN

A dolgozat megírásával és a kutatás elvégzésével a célom az volt, hogy megismerjem, hogy milyen ismerettel és véleménnyel rendelkezik a magyar nyelvet beszélő lakosság az önvezető járművek felelősségéről és konkrét eseteiről a jelenlegi elméleti és gyakorlati jogrendszerek mellett, illetve ez hogyan befolyásolja az önvezető technológia elfogadását. A kutatómunka célja továbbá az volt, hogy hozzájáruljon a magyar lakosság tudatosságának, tájékozottságának növeléséhez a jog és az autonóm járművek területén, illetve, hogy ezen közlekedési eszközök kidolgozott, a lakosság preferenciái alapján is megfontolt, biztonságos jogi háttérrel jelenjenek meg környezetünkben, amely az önvezető járművek technológia lakossági elfogadottságát növelheti.

Ebből kifolyólag a kutatásom központi kérdése, hogy milyen ismerettel és véleménnyel rendelkezik a magyar nyelvet beszélő lakosság az önvezető járművek felelősségéről és azok konkrét eseteiről a jelenlegi elméleti és gyakorlati jogrendszerek mellett, illetve ez hogyan befolyásolja az önvezető technológia elfogadását.

A primer kutatásom során a kvantitatív módszereket részesítettem előnyben. Az empirikus kutatást online és offline kérdőívvel valósítottam meg. Az offline kitöltések előnye és jelentősége, hogy a témának a hatóköre jelentősen túlmutat az aktív internet felhasználókon, ezért úgy gondolom, hogy módszertanilag szükséges volt kiterjeszteni a kvantitatív kutatást olyan offline lekérdezésekkel, akik valójában célcsoportnak számítanak, de nem internet felhasználók.

A kutatás legfontosabb következtetései között szerepel, hogy a felvetés, miszerint a szabályozási környezet kifinomultsága nagy befolyással van a lakosság technológia elfogadására, jól kirajzolódott. A megállapítások között jól látható, hogy a magyar lakosság a minta alapján milyen véleménnyel és ismeretséggel rendelkezik különböző szabályozási kérdésekről és konkrét szituációkról, és azok között milyen összefüggések találhatóak. Ezek az eredmények előrevetítik a szabályozás jövőbeli lehetséges útjait és az elfogadás elősegítésének lehetőségét.

MTA

BÁNÓCZI ANNA
banoczianna@gmail.com
Pénzügy MSc
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

Témavezető:
Dr. Feierabend Izabella PhD
főiskolai adjunktus, GDF

OTTHONT MINDENKINEK!- AVAGY A LAKHATÁS ELÉRHETŐSÉGÉNEK JAVÍTÁSA BUDAPESTEN

A kormányzat egyik legfőbb célja az ország versenyképességének növelése, ehhez fontos az állampolgárok számára elérhető lakhatás megteremtésének támogatása lakáspolitikai intézkedések révén. Kutatásomban a lakhatás 2020 végi elérhetőségét és javításának lehetőségeit vizsgáltam Budapesten, az elmúlt évek európai szinten is jelentős hazai lakásáremelkedése tükrében. A hazai lakásbérlési rendszert összehasonlító gazdaságtani megközelítésen, valamint az aktuális lakáspolitikai eszközök elemzésén keresztül vizsgáltam. Az összehasonlító gazdaságtani elemzés során a jóléti államtípusok és lakásbérlési rendszereik kapcsolatából indultam ki. Ennek során rámutattam arra, hogy a duális bérlési rendszer a legalacsonyabb jövedelmű rétegek számára sokszor nem tud elérhető lakhatást biztosítani a gyakorlatban. A lakáspolitikai eszközök vizsgálata során a csupán szűkebb, de nem a leginkább rászoruló társadalmi rétegeket, elsősorban a keresletet és a lakástulajdonlást támogató intézkedéseket azonosítottam az akkori magas hazai lakásköltség-túlterheltség okaiként. Elemzéseim alapján a lakhatás elérhetőségének és fenntarthatóságának javításához érdemes kiemelten, több irányból fejleszteni a kínálatot a továbbiakban: lakásépítéssel és a bérlakásrendszer bővítésével. Fontos a lakásépítések további támogatása, kiemelten a barnamezős beruházások esetében a városrehabilitáció jegyében. Valamint az osztrák mintára kiépülő közhasznú, önfinanszírozó bérlakásrendszer létrehozása által a hazai bérlési rendszer ténylegesen széles társadalmi rétegeket támogató, integrált bérlési rendszerré alakulna. Ezek által pedig ténylegesen elérhetőbbé válna a lakhatás a jövő Budapestjén.

MUNKA

Gazdaságszociológia és gazdaságpszichológia - Fogyasztói és vállalati nézőpont

Elnök:	Dr. habil Kovács Kármen	PTE KTK
Társelnök:	Dr. Hámori Balázs	BCE Közgazdaságtan Intézet
Tag:	Méreiné Dr. Berki Boglárka	SZTE GTK
Tag:	Dr. Kolnhofer-Derecskei Anita	BGE PSZK
Tag:	Dr. Gál Katalin	PKE GTK

MINTA

PERGEL DÁVID
pergel.david99@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 2. félév
Eszterházy Károly Katolikus Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Novotny Ádám
egyetemi docens, EKKE GTK

A VÁLLALKOZÓI ORIENTÁCIÓ ÉS A VALLÁS KAPCSOLATA

Keveset tudunk arról, hogyan befolyásolja a vallásosság a vállalkozók döntéseit, a vállalkozás stratégiáját. Jelen dolgozatban a vallásosság (The Centrality of Religiosity Scale) öt részeleme és a vállalkozói orientáció (Entreprenurial Orientation) három dimenziója közötti kapcsolatot vizsgáljuk, illetve azt, hogyan építik be a vallásos vállalkozók a vallásuk értékeit a vállalkozás működésébe. A dolgozat négy hipotézise szakirodalmi kutatásra épül; az azt követő primer kutatás pedig 87 magyar vállalkozó körében készített kérdőíves felmérés adatait elemzi.

A korreláció-vizsgálat és a lineáris regresszió elemzés szerint a vallásosság szignifikáns hatással van a vállalkozások stratégiai orientációjára, azonban nem egységesen befolyásolja a vállalkozói magatartás minden elemét. A vallásosság négy dimenziója is szignifikáns pozitív hatással van a vállalkozás innovativitására. Igazolni tudtuk továbbá azt a hipotézist is, miszerint a vallásosabb vállalkozók a vallás értékeit, tanításait beépítik a vállalkozásuk működésébe. Az újszerű eredmények bemutatása mellett, jelen tanulmány rámutat a vallásosság és a vállalkozói tevékenység fogalmainak komplexitására, s ezáltal segíti a köztük lévő kapcsolat pontosabb vizsgálatát és jobb megértését.

MINTA

BERTA LUCA
lucaberta523@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Marketing Intézet

KARA ZSUZSANNA
karazsuzsanna64@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Marketing Intézet

Témavezető:
Dr. Kasza- Kelemen Kata
egyetemi adjunktus, BCE MI

AZ ADOMÁNYOZÓ MINT FOGYASZTÓ - AVAGY AZ ADOMÁNYOZÁS MOTIVÁCIÓINAK VIZSGÁLATA ESETTANULMÁNYOK ÉS ADATELEMZÉS SEGÍTSÉGÉVEL

A dolgozat középpontjában az a kérdés áll, hogy milyen belső tényezők motiválják az egyént társadalmi vagy politikai célok pénzadománnyal való támogatásra. Ehhez először megvizsgál korábbi adományozást vizsgáló kutatásokat, majd egy új aspektust vezet be, a kivonulás, tiltakozás, hűség mechanizmusait, hogy feltárja hogyan reagál az adományozó a minőségromlásra. A hagyományos üzleti vállalkozásokra vonatkozó kivonulás, tiltakozás hűség definíciót a nonprofitoknál értelmezi és három esettanulmányon a Gyermekrák Alapítvány, a Terézvárosi Foglalkoztatást Elősegítő Nonprofit Kft. és a Marom Alapítvány gyakorlati példáján keresztül vizsgálja meg. Az esetek alapján megállapítja, hogy az adományozók minőségromlásra adott reakcióit nagymértékben befolyásolja a fogyasztói szükségletek értékekkel és érzelmekkel való töltöttsége. A korábbi kutatások és az esetek következtetéseiből két hipotézist állít fel az adományozás és a bizalom összefüggéseivel kapcsolatban, melyeket logisztikus regressziós modell segítségével vizsgál meg. A dolgozat arra a következtetésre jut, hogy az egyének közötti bizalom szintjének emelkedése szignifikáns pozitív hatást gyakorol a jótékonyságra. Emellett azt is megállapítja, hogy minél alacsonyabb az egyének intézményekbe vetett bizalma, annál kisebb az anyagi támogatás felajánlásának valószínűsége.

MINTA

KOVÁCS-SZERJÁN KRISTÓF
kristof.kovacsszerjan@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

PATRIK-PIRK DOMONKOS
domonkos.patrik-pirk@stud.uni-corvinus.hu
Kereskedelem és marketing
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Kasza-Kelemen Kata
egyetemi adjunktus, BCE MI

AZ INGATLANBÉRLÉST BEFOLYÁSOLÓ KONTEXTUÁLIS ÉS BELSŐ TÉNYEZŐK

A kutatás általános és széleskörű képet nyújt az ingatlanbérléssel kapcsolatos fogyasztói magatartásról, miközben az internális tényezők, valamint az észlelés és az első benyomás szerepét vizsgálja a fogyasztói döntésekben. A dolgozat három lépésben elemzi a vásárlási döntésre hatással lévő tényezőket. A szakirodalom feldolgozásával bemutatásra kerülnek a fogyasztói magatartás általánosan használt modelljei és értelmezési keretei. Ezt leszűkítve a tanulmány az attitűdbeli internális változók szerepére fókuszál, a kontextuális tényezők szerepét és hatását nem vizsgálja mélyebben. Az internális tényezők egymáshoz viszonyított szerepe mellett pedig bevezeti és elemzi az észlelés és az első benyomás bérlési magatartásra gyakorolt hatását. A szakirodalom bemutatásán és feldolgozásán túl a tanulmány vegyes, kvantitatív és kvalitatív elemeket is tartalmazó kutatási módszertannal igyekszik feltárni a kutatási kérdéseket. A két fókuszcsoportos interjú és az online megkérdezés vezérfonala a Stern-féle ABC-modell és a tervezett cselekvés elmélete alapján került összeállításra. A felvázolt tényezők relatív fontosságában mutatkoztak különbségek, illetve az első benyomás is kapcsolatba hozható ezekkel, viszont a dolgozat limitációi miatt, ezen kapcsolatok további kutatások alapját képezhetik.

MINTA

NAGY BARBARA
barbi.nagy.998@gmail.com
Marketing
MSc, 2. félév
Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. habil Lukovics Miklós
egyetemi docens, SZTE GTK
Dr. habil Prónay Szabolcs
egyetemi docens, SZTE GTK

FÓKUSZBAN A BIZALOM: ÖNVEZETŐ JÁRMŰVEK FOGYASZTÓI SZEGMENTUMAINAK VIZSGÁLATA EGY VIRTUÁLIS UTAZÁS SORÁN – AVAGY MIT MUTAT A SZEMMOZGÁS?

Dolgozatomban az önvezető járművek fogyasztói elfogadását befolyásoló tényezők egyik legfontosabb elemét, a bizalmat állítom központi szerepbe. A nemzetközi szakirodalmat tanulmányozva azt láthatjuk, hogy a kutatók legtöbb esetben az emberek bizalmi szintjének megismeréséhez egyrészről a hagyományos megkérdezéses módszert alkalmazzák, másrészről pedig a társadalomra egy nagy homogén csoportként tekintenek. Ebből adódóan limitált információval rendelkezünk arra vonatkozóan, hogy a bizalom miként jelenik meg az emberek tudattalatti reakcióiban, illetve arról is, hogy eltérő csoportok esetében azonosítható-e valamilyen különbözőség a bizalmi szint tekintetében.

Kutatásom fő célkitűzése az önvezető járművekhez kapcsolódóan a bizalom, mint a technológia elfogadás egyik kulcsfontosságú tényezőjének neurotudományi módszerrel történő vizsgálata az egyes fogyasztói csoportok esetében külön-külön.

A kutatás során öt fogyasztói szegmentum vizsgálatát állítom középpontba, melyek mélyebb megismeréséhez különböző módszertanokat (online kérdőív, fókuszcsoportos interjú, szemmozgáskövetéses vizsgálat, egyéni mélyinterjú) alkalmazok annak érdekében, hogy tudatos és tudattalan reakcióik vizsgálatával pontosabb képet kaphassak jellegzetességeikről és bizalmi szintjükről. A vizsgálatba bevont 80 fő tudattalan reakciói alapján megfigyelhető bizalmi szintet szemkamerás módszertan segítségével igyekszem megragadni, melynek révén értékes információkhoz juthatok hozzá az egyes csoportokba tartozó alanyok bizalmi szintjével kapcsolatban. Ennek érdekében a fixációk számát, azok hosszát, a tekintet irányát, illetve a pupillák tágulásának mértékét vizsgálom.

A kutatás során a bizalmi szint mértékét sikerült validálni az egyik csoport esetében a szemmozgáskövetéses módszertannal, azonban azt mondhatjuk, hogy a többi csoport esetében nem feltétlenül tükröződik az önbevallás alapján feltételezett bizalmi szint a szemmozgáskövetés eredményeiben. Összességében elmondható, hogy minden csoport egységesen a külső környezetet figyelte inkább a belsővel szemben, tehát a szakirodalmi áttekintés eredményeire alapozva azt feltételezhetjük, hogy minden csoportnál megfigyelhető a bizalmatlanság jelenléte. Emellett az is megállapítást nyert, hogy az olyan eszközök, melyek a belső térben információt nyújtanak az utazás során (pl. útvonalat mutató tablet) kifejezetten nagy figyelmet kapnak az utasoktól és kulcsszerepet játszhatnak az utazási élmény javításában és ezáltal a bizalom növelésében egyaránt.

MINTA

PETRÓCZKI DALMA
dalmicsekk@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Vállalkozásfejlesztési Intézet

Témavezető:
Fülöp Zoltán
tanársegéd, BCE GTK

KÖRNYEZETTUDATOS MENSTRUÁCIÓ. MEGÉRI? -NŐI HIGIÉNIAI TERMÉKEK TÁRSADALMI KÖLTSÉG-HASZON ELEMZÉSE

Szinte minden nő menstruál élete valamely pontján. Legyen szó hagyományos menstruációs termékekről, vagy az egyre népszerűbb környezettudatosabbnak, valamint egészségesebbnek nevezett alternatíváikról, a termékek megvásárlása elkerülhetetlen, mégis nagyon kevés kutatás születik a témában arra vonatkozóan, mely termékek használata eredményez hosszú távon magasabb hasznokat. A választék hatalmas, így nehéz megállapítani azt, hogy valóban a számunkra legfontosabb szempontoknak megfelelő terméket választjuk-e. Kutatásom célja négy különböző szempont mentén két hagyományos, valamint két alternatív termék társadalmi költséghaszon elemzésének elvégzése, arra vonatkozóan, hogy létezik-e a vizsgált termékek között egy olyan, mely magasan jobb a többi vizsgált terméknél az alábbi szempontok szerint: ár, egészségre gyakorolt hatás, környezetre gyakorolt hatás, komfort. Társadalmi költség haszon elemzésre azért van szükség, mert számos, a termékek használatával kapcsolatban felmerülő költségeket csupán megbecsülni lehet, nem társítható hozzájuk egy konkrét érték. A költségek becsléséhez kérdőíves kutatást valamint mélyinterjút készítek egy már az alternatív termékeket használó személlyel, a további költségek esetén primer, illetve szekunder kutatást végzek a témában. Szempontrendszeremet saját tapasztalataim, valamint a mélyinterjú eredményei alapján állítottam össze. A vizsgált hagyományos termékek az egészségügyi tampon, valamint egészségügyi betét, alternatíváik pedig a mosható egészségügyi menstruációs bugyi valamint menstruációs kehely. Kutatásomat a Magyarországon élő menstruáló személyekre fókuszálom, így elemzésembe csupán olyan termékekre vonatkozó hatásokat vizsgálok melyek gond nélkül beszerezhetők magyarországi drogériákban, webshopokban. Eddigi tapasztalataim valamint kutatómunkám eredményeképp a menstruációs kehely minden kategóriában történő kiemelkedésére számítok. Kutatásomban a nő, nők megnevezés utal a menstruáló személyekre nemi identitásuktól függetlenül.

MINTA

KIS ANIKÓ GABRIELLA
kis.aniko.gabriella@gmail.com
Emberi erőforrások
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. habil. Csillag Sára
Dékán, BGE PSZK

MEGVÁLTOZOTT MUNKAKÉPESSÉGŰ NŐK MUNKAERŐPIACI TAPASZTALATAI AZ INTERSZEKCIONALITÁS TÜKRÉBEN

Dolgozatomban a megváltozott munkaképességű nők munkaerőpiaci tapasztalatait vizsgáltam, amihez az interszekcionalitás módszertanát alkalmaztam. A módszertan nemzetközi viszonylatban is újnak tekinthető, Magyarországon pedig szinte egyáltalán nem ismert. Az interszekcionális megközelítési mód szerint az egyén tulajdonságai nem csupán egymástól függetlenül hatnak a személyre, hanem összekapcsolódva is formálják tapasztalatait. Arra a kérdésre kerestem a választ, hogy a megváltozott munkaképességű nőknek vannak-e olyan tapasztalatai, amikkel sem a megváltozott munkaképességű férfiak, sem az ép nők nem szembesülnek.

Az interszekcionalitás fogalmát az feminizmus harmadik hullámának is tekintik, így azt a feminizmus történeten keresztül közelítettem meg. Ezt követően olyan tanulmányokkal dolgoztam, melyek különböző társadalmi csoportok esetében igazolják az interszekcionalitás relevanciáját. Kitértem az interszekcionalitás és nem, illetve az interszekcionalitás és munkaképesség kapcsolatára. Mindemellett foglalkoztam az interszekcionalitás megjelenésével munkahelyi környezetben, azon belül pedig ismertettem egy tanulmányt, mely több, általam is fontosnak tartott szempontot emel ki az interszekcionalitás vizsgálatához köthetően.

Kutatásomban félig sturkturált interjúval és kritérium-függő mintával dolgoztam. Az interjúalanyok megfelelnek a következő kritériumoknak: több éves munkatapasztalattal rendelkezik, nő, megváltozott munkaképességű. Az interjúk során egy általam összeállított kérdésmátrixot alkalmaztam. A kérdéseket hat fő kategóriába osztottam, melyek a tanulmányok, munkakeresés, munkahelyi tapasztalatok, egyéb tevékenységek, karriertervek és a magyarországi kitekintés. A témakörökben megfogalmaztam általános kérdéseket és olyan kérdéseket, amik kifejezetten a nőiség a megváltozott munkaképesség vagy az interszekcionalitás hatásait vizsgálják.

Az interjúk alapján megismertem több interszekcionális tapasztalatot. Olyan tapasztalatokkal is találkoztam, melyek esetében feltételezhető, hogy további vizsgálódás esetén találnánk interszekcionális tapasztalatokat. Kutatásom zárásaként további kutatási irányokat fogalmaztam meg. Érdemes lehet foglalkozni a megváltozott munkaképességűeken belüli kisebb csoportokkal, vagy más kisebbségi női csoportokkal, például a roma nők csoportjával. Ezek mellett pedig a kutatás folytatása és a kutatási eredményeken alapuló kvantitatív kutatás elvégzése is lényeges irányok.

MINTA

Gazdaságszociológia és gazdaságpszichológia – Társadalmi megközelítés

Elnök:	Dr. habil Kovács Kármen	PTE KTK
Társelnök:	Dr. Hámori Balázs	BCE Közgazdaságtan Intézet
Tag:	Méreiné Dr. Berki Boglárka	SZTE GTK
Tag:	Dr. Kolnhofer-Derecskei Anita	BGE PSZK
Tag:	Dr. Gál Katalin	PKE GTK

MINTA

VEREB ZSÓFIA DORKA
vereb.zsofia.dorka@gmail.com
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás
MSc, 4. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Erdey László
egyetemi docens, DE GTK

A KORRUPCIÓ, A BOLDOGSÁG ÉS A HUMÁN FEJLETTSÉG KAPCSOLATÁNAK VIZSGÁLATA

Napjainkban már megkérdőjelezhetetlen tény, hogy a politikai és gazdasági rendszerek, illetve az emberek elégedettsége valamilyen kapcsolatban állnak egymással, melyek vizsgálata kiemelt fontosságot élvez. A korrupció, a boldogság és a humán fejlettség is a kutatók és a politikai döntéshozók érdeklődési körébe tartozó témák. A kérdéskör igen aktuálisnak mondható, ugyanis a 21. században kiemelt jelentőségűvé vált a népesség jóléte és jólléte, továbbá az említett rendszerek nagymértékben hozzájárulhatnak az emberek általános boldogságához egyaránt.

Kutatásom célja a korrupciós index, a boldogságindex és a humán fejlettségi index közötti kapcsolat vizsgálata. A dolgozatom első részében bemutatom az egyes indexekkel kapcsolatos szakirodalmat, továbbá azok kritikáját is. Vizsgálatom során az első elemzésbe bevont tényező a korrupció, melyet a Transparency International által megalkotott Korrupció Érzékelési Index, CPI (Corruption Perceptions Index) jelenít meg, s mely 180 országot rangsorol a közszféra korrupciós szintje alapján. A második alkotóelem a szubjektív jóllét beépítése, mellyel kapcsolatban a World Happiness Report szolgáltat adatokat, s a Boldogságindexet jeleníti meg az ENSZ által. A harmadik komponens pedig a HDI, a Humán Fejlettségi Index, melyet szintén az ENSZ publikál és három fő dimenziót vesz figyelembe, továbbá ezek alapján rangsorolja az országokat: az egészség, az oktatás és az életszínvonal.

A bemutatott három tényező közötti összefüggések és kapcsolatok feltárása regressziós vizsgálattal valósult meg az R-4.2.1 program és a Stata 17.0 szoftver segítségével, mely során panelvizsgálatot végeztem el, három rögzített (fix) hatású regressziós modellel, OLS (legkisebb négyzetek módszere) becslőfüggvénnyel. Az első elemzésben a boldogság, a humán fejlettség és a korrupció szerepelt, melyet a további modellekben módosítottam, hogy összehasonlíthatóvá váljon a humán fejlettség és kizárólag a pénz hatása. Ezáltal a további két modellben az egy főre jutó reál- és nominális GDP is megjelent a vizsgálatok során, melyben az árszínvonal változásának hatása is érdekelt.

A vizsgálatok alapján arra a következtetésre jutottam, hogy a pénz kétségtelenül boldogít, azonban elengedhetetlen a fejlődés multidimenzionalitását is figyelembe venni, hiszen az sokkal inkább növeli a boldogságot.

Összegzésként a kutatási eredményeimre támaszkodva ismertetem a következtetéseket a témára és a kapcsolatokra vonatkozóan, továbbá igyekszem javaslatokat megfogalmazni.

MUNKA

BALÁZS ÁKOS
balazs.akos@t-online.hu
Közgazdasági elemző
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Dr. Biró Péter
egyetemi docens, BCE MSMI

KAPUZÁRÁSI PÁNIK – A HÁZASSÁGI PIAC MODELLJE, AHOL AZ INFORMÁCIÓ TÖKÉLETLEN ÉS AZ IDŐ KORLÁTOZOTT

Jelen dolgozat célja, hogy egy reálisabb dinamikus modellt alkosson arról, hogy az emberek hogyan találják meg a partnereiket. Ebben a modellben véges számú időszak van, és a szereplők a várható hasznosságuk jelenértékét maximalizálják. Feltételezzük, hogy az emberek nem tudják, hogy potenciális partnereik mennyire vonzóak számukra, amíg meg nem ismerik egymást. Minden egyes időszakban véletlenszerűen találkoznak pontosan egy személlyel, és eldöntik, hogy akarnak-e vele partnerek lenni vagy sem. Levezetjük a szereplők optimális stratégiáját ebben a játékban, és megállapítjuk, hogy az úgynevezett 'kapuzárási pánik' jelen van. Az egyedülállók kétségbeesettebbé válnak, amikor rájönnek, hogy korlátozott idő áll rendelkezésükre, hogy partnert találjanak, ezért csökkentik az elvárásaikat. Ez a jelenség azt eredményezi, hogy a kialakuló párosítás instabil és hatékonytalan. Jelen tanulmányunk célja, hogy megmérjük ennek az hatékonytalanságnak a mértékét, és megmutassuk, mekkora a kapuzárási pánikból eredő holtteher-veszteség. Ez azonban piacról piacra változhat. Ezért több véletlenszerű szimulációt futtatunk le különböző paraméterezésekkel, és kiszámítjuk a szereplők aggregált jólétét. Minden esetben összehasonlítjuk e mechanizmus eredményét azzal az optimummal, amelyet a Gale-Shapley algoritmus segítségével kapnánk az első időszakban. A két jólétet elosztva megkapjuk, hogy mennyire hatékony a mechanizmusunk. A szimuláció többszöri újrafuttatása után azt találjuk, hogy ez a hatékonysági mérőszám lognormális eloszlást követ. Végül azt is megmutatjuk, hogy ez az eredmény hogyan függ a választott paraméterezéstől.

MINTA

SOÓS ADRIENN
soosadrienn9@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 5. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

Témavezető:
dr. Varga Erzsébet Teréz
egyetemi adjunktus, BCE PSZGJI

JÖVEDELMI EGYENLŐTLENSÉGEK ÉRZÉKELÉSE ÉS A SZUBJEKTÍV OSZTÁLYHELYZET MAGYARORSZÁGON

A jövedelmi egyenlőtlenségek mértéke és forrása a közgazdasági diskurzus egyik központi témája. A nagy egyenlőtlenségek káros hatással vannak a társadalom kohéziójára és a gazdasági teljesítményre is. Eltérhetnek azonban az egyenlőtlenségek statisztikai mérőszámai attól, amit az emberek érzékelnek. Az emberek első sorban a saját, limitált környezetük alapján alkotják meg az egyenlőtlenségekkel kapcsolatos véleményüket, ezért fontos vizsgálni, hogy ezek az érzékelések mennyire pontosak.

A középosztály szerepe az egyenlőtlenségek tekintetében kiemelt jelentőségű. A széles középosztállyal rendelkező társadalmakban kevésbé hangsúlyosak a jövedelmi egyenlőtlenségek, mivel a középosztály betölti a tompító réteg szerepét a gazdagok és a szegények között. Általánosan elterjedt nézet Magyarországon, hogy a történelmileg sem széles középosztály az elmúlt évtizedekben határozott csökkenést mutat.
A dolgozat az alábbi kutatási kérdéseket vizsgálta:

1. Hogyan változott az emberek hozzáállása a jövedelmi egyenlőtlenségekhez az elmúlt 25 évben, valamint milyen mértékben helytálló a saját jövedelmi helyzetükről alkotott véleményük?
2. Milyen mértékben felel meg Magyarországon a középosztály anyagi helyzete a szociológiai értelembe vett középosztálynak?

A dolgozat egy 500 fő által kitöltött kérdőív elemzése által vizsgálja a kutatási kérdéseket. Az általános jövedelmi egyenlőtlenségekkel kapcsolatos attitűd kérdések elemzését összehasonlítja egy 25 évvel korábbi tanulmánnyal, így vizsgálva, hogy az elmúlt időszakban milyen változások történtek a jövedelmi egyenlőtlenségek érzékelésében. Kapcsolatvizsgálat segítségével vizsgálja továbbá az egyes attitűdöket leginkább befolyásoló háttérváltozókat. Az eredmények azt mutatják, hogy az egyenlőtlenségekkel kapcsolatos véleményeket leginkább a kor és az anyagi helyzet befolyásolja. Legjelentősebb változás az állam szerepével és az oktatás fontosságával kapcsolatos attitűdben található.

A dolgozat összehasonlítja továbbá az egyének szubjektív osztályérzékelését a jövedelem alapú számított osztályhelyzettel. A megkérdezettek negyede érzékelte csupán ugyanabba a jövedelmi rétegbe saját helyzetét, mint amelyikbe tartozik. Továbbá azok, akik jövedelmük alapján a középréteg tagjai, jelentős arányban nem rendelkeznek megtakarításokkal és az anyagi biztonságuk gyenge alapokon nyugszik.

MINTA

KOVÁCS ADRIENN
kovacsadrienn2000@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 6. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Marien Anita
egyetemi docens, ME GTK

KORUNK EGYIK TÁRSADALMI PROBLÉMÁJA: A VÁLÁSOK, AVAGY SEGÍTHET-E A TÁRSADALMI MARKETING?

Manapság egyértelműen kijelenthetjük, hogy társadalmunk egyik súlyos problémája a válás, amely Magyarországon is számos kapcsolatot érint.

A válás egyéni döntés, viszont az, hogy honnan jön ez az elhatározás, nagyon sokrétű. A származási családból hozott minta az egyik legmélyebb ok. Napjainkban számos házasság múlhat a nem megfelelő kommunikáción, amely a származási családból hozott teher. Nem figyelünk oda egymás érzéseire, vágyaira, amely a válás szélére sodorhat kapcsolatokat és családokat.

A társadalmi marketing az ehhez hasonló szociális problémák megoldására nyújt segítséget. A társadalmi marketing célkitűzése nem más, mint konstruktív megoldások fejlesztése a kívánt magatartásváltozás érdekének megfelelően. Képes arra, hogy a releváns célcsoport viselkedését oly módon modifikálja, amely a társadalom számára előnyös lehet.

Dolgozatomban megvizsgálom, hogyan segíthet a társadalmi marketing azokon a párkapcsolatokon, amelyek a váláshoz közelednek és közel sem helyrehozhatatlanok.

A dolgozat célja az előzetes ismeretek megteremtése, avagy a váláshoz vezető út részletes vizsgálata jogi, pszichológiai és statisztikai oldalról feltérképezve, különös tekintettel a fókusztémára vonatkozóan, ahol a válás aktív érintettjei mellett a passzív elszenvedőket is részleteztem.

A dolgozatom fókusztémája az a szakasz, amikor a házastársakban megfogalmazódik a válási szándék gondolata az adott krízishelyzetekben. Amennyiben nem helyrehozhatatlan károkról beszélünk, akkor ez az a pont, ahol a megfelelő beavatkozási móddal rendbe hozhatjuk a kapcsolatot. A vizsgálatom során így olyan lényeges témaköröket céloztam meg elsősorban az elemzés során, mint a házasságot befolyásoló belső és külső tényezők, a külső környezet segítségnyújtó és korlátozó hatása, a lehetséges megoldó eszközök, beavatkozási módok és a generációk közötti alapvető különbségek, ugyanis a válás számos korcsoportot érint.

A témakörök részletes elemzése után a saját javaslatom kerül bemutatásra, egy applikáció formájában és bemutatom, hogy szerintem hogyan nyújthat segítséget egy alkalmazás a probléma megoldásában.

MINTA

BALLA GRÉTA BARBARA
ballagreta1@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezetők:
Dr. Fenyvesi Éva PhD
főiskolai tanár, BGE KVIK
Dr. Kovácsné Dr. habil. Székely Ilona PhD
főiskolai tanár, BGE KVIK

NÉPESSÉGCSÖKKENÉS ÉS ANNAK GAZDASÁGI KÖVETKEZMÉNYEI MAGYARORSZÁGON

Dolgozatom célkitűzése a 40 éve tartó népességcsökkenés és a mögötte meghúzódó okok vizsgálata Magyarországon. Témaválasztásomat az indokolja, hogy Magyarországon a népesség 1981 óta csökkenő tendenciát mutat, melynek következménye az ország lakosságának elöregedése. Ez komoly hatással van a gazdaság egészére, mert jelentősen csökken a munkaképes korúak száma, ezáltal veszélybe kerülhet a nyugellátás és visszaesik a gazdasági növekedés.
A célkitűzésemet a következő kérdések megválaszolásával kívántam elérni:

1. Milyen okokra vezethető vissza a népességcsökkenés Magyarországon, és milyen következményei lehetnek hosszú távon?
2. Melyek a leendő szülők gyermekvállalási motivációi, és ezek hogyan függnek össze a vállalni kívánt (és megszületett) gyermekek számával?
3. Mennyire hatékonyak az állam által alkalmazott gyermekvállalási ösztönzők?
4. Lehet-e a bevándorlás a népesség csökkenését támogató eszköz Magyarországon?
5. Milyen szerepe van a család, illetve a házasság intézményének a magyar társadalomban?

Kutatásom két fő részből áll. A szekunder kutatás alapja a releváns szakirodalom feldolgozása volt, melynek alapján, magállapítható, hogy a demográfiai csere hatása a gazdaság működésére jelentős. Az aktív népesség csökken, az iskolázottság nő, ami számos konfliktus forrása. A népességcsökkenés jelentős okaként említhető a tudatosan szinglik/gyermektelenek arányának növekedése. Emellett megjelenik az úgynevezett halasztás folyamata (5-6 évvel későbbi gyermekvállalás, amely csökkenti az összesen vállalat gyermekek számát is). Egy gazdaság számos eszközzel tudja mérsékelni, vagy visszafordítani a népességcsökkenést. Ilyen például a megfelelő óvodai-bölcsődei szolgáltatás elérhetővé tétele, az oktatási rendszer javítása, a nyugdíjrendszer támogatása, a nők és a kisgyermekes családok segítése. Az ország népességének csökkenésének megállítására a migráció is egy lehetséges megoldás.

Primer kutatásom a házasságra, a családra, a bevándorlásra és a gyermekvállalás ösztönzésére fókuszált. A kérdőívet 269 személy töltötte ki. A kérdőívekből származó adatokat Microsoft Excel és SPSS program segítségével elemeztem. Sokváltozós adatelemző módszerekkel a válaszadók négy nagy csoportja alakult ki. Az így létrejött csoportok nemek, életkori összetétel, a családi állapot és iskolai végzettség, lakóhely szerinti arányokban megjelenő különbséggel jellemezhetők.

MUNKA

GRANÁT MARCELL
granatcellmar98@gmail.com
Közgazdasági elemző
MSc, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdaság- és Közpolitika Intézet

Témavezető:
Madari Zoltán
PhD hallgató, BCE

AZ FEJLETTSÉGI MUTATÓK HATÁSA A TERMÉKENYSÉGI ARÁNYRA

Ha a fejlett világ demográfiai trendjeinek rendkívül széles irodalmára figyelünk, akkor a gazdasági és humán fejlődési tényezők termékenységi rátára gyakorolt hatásának bizonytalansága sokáig nem fedhető le. Számos empirikus tanulmány érvel a fejlődés J-alakú hatásának megléte mellett, de sok tanulmány ennek az ellenkezőjét állítja. Jelen cikk célja, hogy regionális megfigyeléseken alapuló fejlett panelökonometriai modellel járuljon hozzá a szakirodalomhoz. A humán fejlődési tényezőkön (életszínvonal, iskolai végzettség, egészségügy) túlmenően elemzésemet a fiatalok munkanélküliségi és a családtámogatási mutatóival, mint függő változókkal bővítem. Fontos megjegyezni, hogy a munkanélküliségi statisztikák sok régió esetében csak kritikusan rövid időszakra állnak rendelkezésre. Az adathalmaz ezen erősen kiegyensúlyozatlan jellegének kezelésére – miközben nem utasítom el az ifjúsági munkanélküliség szabályozásának lehetőségét – a modellt két különböző modellezési kerettel becsülöm: az egyik a fiatalok munkanélkülisége nélküli, a másik pedig azzal. Ennek eredményeként a tanulmány megerősíti azt az empirikus bizonyítékot, hogy a fejlett országokban a növekvő humán fejlődés pozitív hatással van a teljes termékenységi rátára, és a jövedelem a legfontosabb összetevő. Ez a megállapítás robusztus az említett két keretrendszerre. Ezzel szemben a kutatás csak hetes bizonyítékokkal rendelkezik a családtámogatási kiadásoknak a teljes termékenységi rátára gyakorolt jelentős hatásáról hosszú távon.

MUTA

SOMOS PÉTER
somospeter2000@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 7. félév
Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil Lukovics Miklós
egyetemi docens, SZTE GTK

VISZONYULÁSUNK A JÖVŐ FUTÁRAIHOZ AZ ÖNVEZETŐ SZÁLLÍTÓROBOTOK TÁRSADALMI ELFOGADÁSA MAGYARORSZÁGON

Az internetes vásárlás és a házhozszállítás térnyerésével egyre fenntarthatatlanabbá válnak a bevett logisztikai gyakorlatok a csomagkézbesítésre. Erre a problémára nyújthatnak megoldást az önvezető szállítórobotok, ám a magyar társadalom hozzáállása ismeretlen a nevezett konstrukció felé. Jelen írás netnográfiás és kérdőíves vizsgálat, valamint mozgóképes érzelemkutatás útján elemzi a Magyarországon tapasztalható attitűdöt a szállítórobotok iránt és méri fel azok elfogadásának kapcsolatát az emberi és környezeti jellemzőkkel.

MINTA

Információgazdaságtan

Elnök:	Dr. habil. Kiss Ferenc	SZB tag
Társelnök:	Dr. habil Szilágyi Róbert	DE GTK
Tag:	Dr. Danyi Pál	BME GTK
Tag:	Dr. Sasvári Péter	NKE ÁNTK

MTA

BENKÓ ÁGNES
agnesbenko@invitel.hu
Vezetés és szervezés
MSc, 2. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

TÓTH BOGLÁRKA EMESE
tothbogi97@gmail.com
Vezetés és szervezés
MSc, 2. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Harmat Vanda Daniella
egyetemi tanársegéd, BCE VTI

A DRÓNTECHNOLÓGIA ÁLTALÁNOS ELFOGADOTTSÁGÁNAK VIZSGÁLATA

A pilóta nélküli légijárművek, röviden drónok alkalmazása jelentős népszerűségre tettek szert az elmúlt időben mind a hobbi, mind pedig a kereskedelmi területeken. A drónszolgáltatások piaca egyes felmérések szerint 2025-re várhatóan 63,6 milliárd dollárra fog nőni. Jogosan merül fel annak a kérdése, hogy bár ez a technológia nem számít újdonságnak, miért éppen az elmúlt években vált ennyire meghatározó részévé mindennapjainknak, milyen tényezők járultak hozzá ahhoz, hogy az emberek most már jobban el tudják fogadni. A dróntechnológia elfogadásának mélyebb megértését kutatjuk mélyinterjúk segítségével, melyek keretén belül vizsgáljuk az emberek drónokhoz való viszonyulását. Nézzük, hogy milyen általános tudással rendelkeznek róluk, ez a tudásuk mennyire megalapozott, előzetes élményeik hogyan befolyásolják az elfogadásra való hajlandóságukat, valamint hogyan érinti őket az, hogy ki (drónhasználó személye) és milyen területen használja, alkalmazza a drónt. Vizsgálatunk további aspektusát öleli fel, hogy ennek a technológiának milyen relevanciája van a privacy területén, hiszen napjainkra az adataink és személyiségünk védelme üzleti értékkel bírhat. Tudományos Diákköri dolgozatunk célja, hogy a felmerült kérdéseinkre a folyamatosan bővülő szakirodalmi cikkeket és adatvédelmi szabályozásokat alapul véve, elemezzük a kvantitatív kutatásunk eredményeit.

MTTA

BALÁZS BENCE FERENC
balazsbence99@outlook.hu
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 7. félév
Pannon Egyetem
Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:
Dr. Palányi Ildikó
egyetemi docens, PE GKZ

A MOBILBANKOLÁS ÉSZLELT KOCKÁZATAINAK NYOMÁBAN

A mesterséges intelligencia, a digitalizáció és a „Big Data" jelenség óriási hatással van mind az ügyfelekre, mind a bankokra, csakúgy mint a többi vállalkozásra. A piaci trendek is azt igazolják, hogy egyre többen intézik a banki ügyleteiket az online térben, valamint mobil applikáción keresztül. Ezáltal az emberek egyrészt sokkal gyorsabban és hatékonyabban tudják intézni a pénzügyeiket, másrészt viszont számos kockázatnak is ki vannak téve, amelyek köre folyamatosan bővül. Gondoljunk csak a hekkerekre, illetve a kiberbűnözőkre, akik „árnyékként" a nyomunkban lehetnek, hogy hozzáférjenek a személyes és egyéb adatainkhoz, s ezáltal csalásokat hajtsanak végre az online térben a tudtunk nélkül. A Magyar Nemzeti Bank Fintech és digitalizációs jelentésében is megerősíti, hogy a digitális pénzügyi szolgáltatások növekvő igénybevételével párhuzamosan a pénzügyi intézmények és ügyfeleik kibertámadásoknak való kitettsége is emelkedik.

A dolgozatomban először elméleti megközelítésben mutatom be a mobilbankoláshoz köthető hazai-és nemzetközi trendeket, mozgatóerőket, s rendszerezem a mobilbanki szolgáltatásokat és innovációkat, majd kitérek az észlelt kockázat fogalmára, összetevőire és főbb modelljeire. A primer, online kérdőíves kutatásommal pedig azt vizsgálom, hogy melyek a mobilbankoláshoz kapcsolható főbb ügyféloldali kockázati tényezők, illetve csalási esetek. Választ keresek továbbá arra, hogy az egyes tényezőket mennyire érzik kockázatosnak és veszélyesnek magukra nézve az emberek, valamint mennyire ismerik a biztonságos bankolás megoldásait, s miképpen építik ezeket be a mindennapjaikba. Végül pedig azt próbáltam azonosítani, hogy az egyes generációk között fellelhetők-e különbségek a kockázati tényezők, a félelem, illetve a mobilbankba vetett bizalom kapcsán. Az adatelemzés módszereként a gyakorisági eloszlással kapcsolatos statisztikai mutatókra, kapcsolatszorossági vizsgálatokra, varianciaanalízisre, s többdimenziós skálázás segítségével észlelési térképek leképezésére kerül sor. Végül pedig megalkotom a mobilbankolással kapcsolatos észlelési kockázatok modelljét PLS-SEM elemzési technikával.

A téma tehát kiemelten aktuális, hiszen valamennyiünket érint, így a kutatási eredmények iránytűként szolgálhatnak mind a banki szakemberek, ügyintézők számára, a stratégia újragondolásához, a kockázat- és fraudmenedzsment területekhez, valamint a bank 4.0 kihívásaira adandó válaszok megtalálásához.

MINTA

GRANÁT MARCELL
granatcellmar98@gmail.com
Közgazdasági elemző
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdaság- és Közpolitika Intézet

SZABÓ ZÓJA MIRABELLA
szabozoja@gmail.com
Emberi erőforrások
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdaság- és Közpolitika Intézet

Témavezető:
Feierabend Izabella
doktorandusz, BCE

FOGYASZTÓI VISSZAJELZÉSEK ELEMEZÉSE AZ AIRBNB ONLINE PLATFORMON

Az elmúlt néhány évben jelentősen megváltozott a közvélemény a közös használatú termékekről és szolgáltatásokról.

A megosztott szállások olyan népszerűségre tettek szert, hogy az olyan ház- és lakásmegosztó platformok mint az Airbnb ma már a világ néhány legnagyobb vendéglátóipari vállalkozásaival vetekszik. A magántulajdon megosztása egy lehetőség a rövid távú bérbeadással járó tranzakciós költségek csökkentésére, a megosztáson alapuló gazdasági tevékenység A tanulmány célja, hogy meghatározza az Airbnb szállásokat választó egyének észlelt viselkedését, és feltárja azokat a tényezőket, amelyek befolyásolják a vásárlói értékeléseket és az Airbnb fogyasztói elfogadását, miközben feltételezi, hogy az ügyfelek visszajelzései jelentősen hozzájárulnak a fogyasztói döntésekhez. Elemezzük a magyarországi Airbnb szálláshelyek piaci trendjeit is mint a megosztási vagy kollaboratív gazdaság elsődleges példáit.

A magyarországi szálláshelyek heti adatgyűjtése országszerte történt. A célunk az aktív szállásszolgáltatók teljes adatkészletének felépítése volt automatizált “webscraping” technikák alkalmazásával adott időszakra vonatkozóan. Adatbázisunk vásárlói értékeléseket, véleményeket és nyilvános információt tartalmaz a szobákkal kapcsolatban. Végeztünk TF-IDF elemzést és Lasso-alapú szelekciós eljárást a fent említett változókkal. A legfontosabb megállapításaink szerint négy szempont alkotja az online visszajelzések túlnyomó többségét: a kényelmi szolgáltatások, a lakástulajdonos, az elhelyezkedés és a tisztaság. A várakozásainkkal ellentétben a szállás ár nem határozza meg a vásárlói elégedettséget kulcsfontosságú tényezőként. A hagyományos szállodákhoz képest pozitív irányú torzítás mutatható ki az Airbnb-felhasználók megjegyzéseiben, és magasabb fokú intimitás a felhasználók és a lakástulajdonosok között. A negatív visszajelzések általában az elhelyezkedéshez (biztonsági problémák), a zajhoz és a szolgáltatások rossz minőségéhez kapcsolódnak.

MINTA

FORGÁCS BENJÁMIN
forgacsb@outlook.hu
Gazdaságinformatikus
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Informatika Intézet

Témavezető:
Dr. Bagó Péter
egyetemi adjunktus, BCE II

AZ AZONNALI FIZETÉSI RENDSZER MAGYARORSZÁG PÉNZFORGALMIINFRASTRUKTÚRÁJÁBA TÖRTÉNŐ INTEGRÁCIÓJA

2020 márciusában indult el Magyarországon az azonnali fizetési rendszer, mely lehetővé teszi valamennyi hazai banki ügyfélnek, hogy elektronikus csatornán indított egyedi tranzakciók esetében 5 másodpercen belül teljesülő átutalási tranzakciót hajtson végre 10 millió forint tranzakciónkénti összeghatár esetén. A rendszer jelentősen javítja az átutalások fizetési élményét, így egy versenyképes fizetési lehetőséget biztosít a klasszikus készpénzes vagy a már elterjedt bankkártyás fizetési lehetőségek mellett. Bevezetésének különlegessége az, hogy a rendszer működésének kötelező alkalmazását a Magyar Nemzeti Bank (MNB) rendeletben írja elő a hitelintézeteknek.

Az azonnali fizetés bevezetésével az utalási tranzakciók rendeletben elvárt feldolgozási sebességből adódóan megnőtt az igény a banki informatikai rendszerektől a nagyobb számítási, tranzakció-feldolgozási kapacitásra. Korábban a bankközi klíring rendszer (BKR) által biztosított elszámolási módok nem igényeltek ilyen mértékű sebességet és rendelkezésre állást.

Dolgozatom célja volt megvizsgálni, hogy a hazai új rendszer szereplői hogyan implementálták az azonnali fizetést lehetővé tévő szolgáltatást. A rendszer bevezetése és működése során közreműködőként személy szerint tapasztaltam, hogy jelentős kihívást jelentett a bankoknak az azonnali átutalás bevezetése, így ezen felismerésem alapján határoztam el, hogy feltérképezem a hazai banki informatikai fejlesztéseket.

Kutatásom során a rendelkezésre álló szakirodalom mellett a rendszer bevezetésében részt vevő szereplőkkel, az MNB, a központi elszámolást biztosító GIRO Zrt. és a hazai bankok szakértőivel való szakmai interjúkkal dolgoztam fel a témát. Így készült interjú Varga Lóránttal az MNB pénzforgalom és a pénzügyi infrastruktúrák fejlesztéséért felelős főosztály vezetőjével.

Kutatásom igazolta, hogy valamennyi magyar bank informatikai előtétrendszerekkel oldotta meg a törvényi szabályozásnak való megfelelést, mivel a jelenleg működő, elöregedett banki számlakezelő rendszerek nem képesek olyan mértékű tranzakció-feldolgozási sebességre, mely biztosítja az azonnali átutalás törvényben leírt feltételeinek teljesülését. Valamint azon előzetes feltételezésemet, miszerint volt olyan hazai szereplő, aki központi számlakezelő rendszerét cserélte le annak érdekében, hogy a Magyar Nemzeti Bank rendeletében az azonnali fizetési rendszerekre vonatkozó működési feltételeit teljesítse a kutatásommal sikeresen megcáfoltam.

MINTA

VÁRADI DÁNIEL
danielvaradi140@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 5. félév
Kodolányi János Egyetem

Témavezető:
Dr. Pitlik László
egyetemi docens, KJE

INKONZISZTENS ELŐREJELZÉSEK VESZÉLYEI A GOOGLE TRENDS ADATAI ALAPJÁN, AVAGY FELEMELKEDÉS A KONZISZTENCIA VILÁGÁBA

A marketing tevékenység szinte minden vállalatban meghatározó fontosságú folyamat. Ezen marketing folyamatok és trendek minél pontosabb előrejelzése, valamint az ehhez használt legjobb metódus kiválasztása jelentős összegeket takaríthat meg egy cég számára, vagyis létezik az az információs többletérték, mely az informatikai aktivitások közgazdasági fedezetéül szolgál, ha az előrejelzések hatásosság és hatékonysága eléri a kritikus szinteket. Az alábbiakban a Google Trends adataira támaszkodva vizsgálom hét egymással logikusan összekapcsolható fogalom (metaverse, IoT, robotics, VR, platform, sandbox, nft) keresési volumenét különféle (csak inkonzisztens eredményt ígérő) statisztikai módszerek alkalmazásával pl. trend, szezonális trend, simítás, holt simítás és Excel Előrejelzés-függvény. Ezen előrejelzések által kapott eredményeket a tény-becslés-korreláció növelése szempontjából egy ún. machine learning technikával vizsgálom meg többváltozós modelleket fejlesztve. Alapvető kérdés: hányféleképpen lehet az adathalmazokat és a különböző statisztikai előrejelzési (naiv, azaz nem optimalizált, nem konzisztencia-orientált) technikákat az ezek aggregálására alkalmas online robottal elemezni, hogy úgy tűnjön minél inkább valid és minél inkább valószínű becslési értékeket kapunk. A módszertani kihívások mellett a legfőbb tartalmi kérdés: lesz-e a Metaverse-nek legalább egy második lehetősége a felemelkedésre? Módszertani kihívás a konzisztencia-alapú modellezésen: Az időmúlás modellezésével pontosabban tudunk-e előrejelezni, mint bármilyen más statisztikai előrejelzési technikával? Van-e megfelelő input-adatunk arra, hogy egyáltalán előre tudjunk jelezni a kritikus pontossági szintek vélelme mellett, vagy szinte csak ún. fecsegő modellt használunk? Szükséges-e konzisztens előrejelzésekhez szimulációra alkalmas, azaz ok-okozatiságot kezelő tudásreprezentáció?

MINTA

IZSÁK TILLA
124278@student.ujs.sk
Alkalmazott informatika
MA, 4. félév
Selye János Egyetem

Témavezető:
Marák László, PhD.
adjunktus, SK SJE

KRIPTOVALUTA ELŐREJELZÉS SVM GÉPI TANULÓ ALGORITMUSSAL

A digitális blokklánc-platformokon a kriptovaluta kereskedésben tapasztalható jelentős fellendülés miatt a gépi tanulási rendszerek alkalmazása további népszerűségre tett szert. Az intelligens gépi tanulási rendszerek számos előnnyel járnak a nagy adathalmazok modellezésében és előrejelzésében és egyre elterjedtebb használatuk a kriptovaluta kereskedés körében is. A kutatás célja egy olyan prediktív modell tervezése és implementációja, amely megfelelő pontossággal és jövedelmezőséggel képes előre jelezni a kriptovaluta árfolyam változásokat. A három fő megoldandó probléma a megfelelő kereskedési stratégia kiválasztása, a predikcióra legjobban alkalmas leírók kiválasztása, valamint az optimális paraméterek kiválasztása a tanuló algoritmus számára. A kutatásban részletezzük az általunk választott megoldásokat, és az így kapott predikciós modellek eredményeit.

MINTA

NÉMETH MARCELL
nmarci2008@gmail.com
Mérnökinformatikus
MSc, 3. félév
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Villamosmérnöki és Informatikai Kar

Témavezetők:
Dr. Szűcs Gábor
egyetemi docens, BME VIK
Ónozó Lívia
főosztályvezető, MNB

MESTERSÉGES INTELLIGENCIÁT HASZNÁLÓ ALGORITMIKUS KERESKEDÉS ALKALMAZHATÓSÁGI VIZSGÁLATA

A pénzügyi szektorban algoritmikus kereskedésnek számít minden olyan kereskedési mód, ahol a megbízás paramétereinek (időzítés, ár, mennyiség) meghatározását, valamint a megbízás kezelését egy számítógépes algoritmus végzi, korlátozott emberi beavatkozással vagy emberi beavatkozás nélkül. A szakirodalomban mély megerősítéses tanulást alkalmazó fejlesztésekkel már bizonyították a gépi kereskedő algoritmusok létjogosultságát a portfóliók kezelésében.

Jelen kutatás egyik célja, hogy hogyan lehet minél robusztusabb megerősítéses tanuló modellt készíteni, amely képes változó kockázatvállalási hajlandóságú kereskedést szimulálni a piac dinamikájához igazodva a portfólió értékének maximalizálása és a kockázat, illetve egyéb negatív következmények minimalizálása mellett. A dolgozat a megerősítéses tanulás pénzügyi alkalmazásának rövid elméleti áttekintésével kezdődik, kiemelt figyelmet fordítva az egyes algoritmusok, modellek gyakorlati előnyeire és hátrányaira. Ezt követően bemutatásra kerül egy újonnan fejlesztett kereskedő modell a szimulációs részvénypiaci környezet, a piac dinamikájának modellezéséhez használt faktorok és adatok ismertetése mellett.

A TDK munka többi része a mesterséges intelligenciát alkalmazó algoritmikus kereskedés olyan fontos kérdéseivel foglalkozik mint, hogy hogyan lehet minél átláthatóbbá tenni a sok esetben black-box módon működő modelleket, illetve milyen szabályozási feladatok merülhetnek fel az automatizált kereskedés használatával. A pénzügyi döntések mögött álló modellek transzparens működése különösen fontos lehet olyan esetekben, amikor a portfólió kezelőjének el kell tudnia számolni a lehetséges kockázati faktorokkal az ügyfelek vagy akár a szabályozók felé. Ezekben az esetekben olyan kérdések merülhetnek fel, mint például, hogy mi indokolta a portfólió újra súlyozását vagy biztosítók esetében miért éppen bizonyos ügyfelek nem kaptak hitelt?

Egyes felmérések szerint manapság a világ tőzsdéin kötött ügyletek több, mint 80% automatizált kereskedési stratégiák alkalmazásával valósul meg. A dolgozat külön fejezetben foglalkozik azzal a kérdéssel, hogy milyen szabályozási lépések lehetnek indokoltak a kereskedő robotok elterjedésével, pl. piaci likviditás biztosítása vagy akár a kisbefektetők védelme érdekében.

MINTA

HORVÁTH KATA
horvath.kata06@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BSc, 7. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Molnár László
egyetemi docens, ME GTK

MESTERSÉGES NEURÁLIS HÁLÓZATOK MARKETINGTUDOMÁNYI ADAPTÁCIÓJÁNAK GYAKORLATORIENTÁLT VIZSGÁLATA A B2B VÁLLALATOK LEMORZSOLÓDÁS-MENEDZSMENTJÉNEK FÓKUSZÁVAL

OTDK dolgozatomban a neurális hálózatokkal (neural networks, NN) kívánok foglalkozni, fókuszálva arra, hogy azonosítsam a módszertan marketingtudományi alkalmazásának lehetőségeit, korlátait, illetve a hagyományos elemzési eszközökkel szemben nyújtott előnyeit, többletértékét. A neurális hálózatok tulajdonképpen olyan öntanuló, matematikai-statisztikai rendszereknek tekinthetők, melyek segítségével lehetővé válik különböző komplex helyzetek, problémák összetett elemzése. Nagy elemszámú, sok változóval rendelkező mintákban rejlő apró összefüggések, trendek, tendenciák is azonosíthatóak általa, így olyan (marketing) problémák megoldásában is nagy hatásfokkal hasznosítható, amelyek tradícionálisan sok (akár személyi, akár pénzügyi) erőforrást igényelnek, úgy, mint az előrejelzések vagy épp a szegmentáció. Így tehát az NN a különböző közgazdaságtudományi elemzések során tradícionálisan alkalmazott statisztikai módszertanok potenciális, esetlegesen nagyobb értékkel rendelkező alternatívája lehet. Jelen tanulmány célja, hogy ezen helyettesíthetőség dimenzióit azonosítsa.

Jelen kutatás tulajdonképpen a lemorzsolódások neurális hálózat általi vizsgálatára tesz kísérletet egy valós (B2B tevékenységet végző) vállalat esetében. A tanulmány rávilágít arra, hogy kizárólag értékesítési adatokra (azon belül is az egyes vevők rendelési mintázatára) alapozva is nagy megbízhatósággal előrejelezhetők a lemorzsolódások bekövetkezésének valószínűségei. A tanulmány segítségével céltudatosabban kijelölhetők a vevő-menedzsment szükséges és indokolt irányai, ami a vállalat növekedésének töretlenségét biztosítja, és az erőforrások egy hatékonyabb allokációját eredményezi. Az eredmények alapján kísérletet teszek arra is, hogy gyakorlatorientált, a vállalati gyakorlatba könnyen adaptálható megállapításokat, konkrét javaslatokat tegyek, többek között egy minta-protokoll felállításával.

MINTA

BOLLÓK MÁTÉ BENCE
mate.bollok@stud.uni-corvinus.hu
Marketing
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezetők:
Cosovan Attila Róbert
egyetemi tanár, BCE MI
Horváth Dóra
egyetemi docens, BCE MI

MI ÉS M.I. – A MESTERSÉGES INTELLIGENCIA RENDSZEREK BIZALMI ÉS GAZDASÁGI KÉRDÉSEI

A Mesterséges Intelligencia napjaink egyik legjövedelmezőbb szókapcsolata, amit bármely technológiával ötvözve a fogyasztó szemében azonnali értéknövekedést eredményez. A MI rendszerek teljes egészében behálózzák életünket és mint „minden tranzakció közepén helyet foglaló gépek" tanulnak minden kapcsolatteremtésünkből és miközben fejlődnek hatással vannak ízlésünkre és döntéseinkre. Mi is ez fekete doboznak tűnő technológia és hogyan viszonyulunk hozzá, illetve az/ő milyen véleménnyel van rólunk?

Az ember kapcsolata a gépekkel egyszerű és egyoldalú volt a 19. századig. A technológiai az ember kreativitásának terméke, amit azon célból hoztunk létre, hogy segítse először a fizikai munka elvégzését. A luddista mozgalmak jelezték először, hogy a gépek lassan átveszik feladatainkat és részben az életünket is. A fizikai munka kiváltása után szükséges volt másik gyengeségünket, a memóriánk és számítási kapacitásunk szűkösségét is támogatni a számítástechnika vívmányaival. A gép és ember közötti kommunikációt lassító programnyelvek helyett szükség van egy gyorsabb alternatívára, ami képes megérteni minket és hasonlóképpen gondolkozni, ahogy mi magunk is tesszük. Saját képmásunkra teremtünk olyan lényt, ami miközben megfigyel minket lassan túlnő rajtunk.

Kutatásom szerint az ember és Mesterséges Intelligencia (MI és M.I.) viszonyában a bizalom struktúrája jelenti az egyik fő értékítéleti dimenziót. Az ismeretlentől való félelem és az egyén élete feletti uralom elvesztésének lehetősége dominálja a technológia megítélését. Másodsorban azonban a kvantitatív kérdőív és a mélyinterjúk eredményét tekintve is a hálózati hatások nyújtotta fogyasztói értékteremtés és Mesterséges Intelligencia, illetve annak működéséhez szükséges Big Data rendszerek adatgyűjtésére vonatkozó információs aszimmetria befolyásoló szerepe erősen eltolja a technológia racionális értékítéletét.

A Mesterséges Intelligencia felé a felhasználók átlagos bizalommal viseltetnek és bár inkább úgy vélik egyszer túllépnek rajtunk a gépek, de a saját kreativitásukba vetett hit alapján nem féltik megélhetésüket. A gépekkel egyelőre együtt élünk, míg ők nem fognak velünk élni.

MINTA

APETROAE LUCAS-MATTEO
lucasapetroae@gmail.com
Gazdasági informatika
BA, 8. félév
Babeș-Bolyai Tudományegyetem

Témavezető:
Dr. Csala Dénes
adjunktus, RO BBTE

VÁLLALATOK PSZICHOLÓGIAI MANIPULÁCIÓHOZ KAPCSOLHATÓ KIBERVÉDELMI KIHÍVÁSAI AZ EU-BAN ÉS ROMÁNIÁBAN

Kiberbiztonsági szempontból a leggyengébb láncszemnek az ember bizonyul, egy vállalati rendszerbe való engedélyezetlen belépésnek a legszámottevőbb oka az emberi tényező, az alkalmazottak megtévesztése. A nagyvállalatok, illetve a kis- és középvállalkozások különböző erőforrásokat használnak fel, így a kibertámadásokhoz kapcsolódóan különböző kihívásokkal kell szembenézniük. Jelen tanulmány a kihívások közötti különbséget, valamint a leggyakoribb támadási formát, a pszichológiai manipulációt elemzi a következő fő kérdések mentén: milyen kihívásokkal kell szembenézniük az Európai Unió területén elhelyezkedő vállalatoknak a pszichológiai manipuláción, és ezek különböző változatain alapuló kibertámadásokkal szemben? Hogyan készíthető fel a humán erőforrás ezek kivédésére? Milyen különbségek vannak egy romániai nagyvállalat és egy kis- és középvállalkozás kibervédelmi kihívásai között, illetve milyen következtetéseket vonhatunk le a vállalati mélyinterjúkon megismert példákon keresztül? A mélyinterjúk továbbá azt hívatottak bizonyítani, hogy a pszichológiai manipuláció lehet az egyetlen rés, aminek következtében nem lehet tökéletes a kibervédelem egy vállalat életében.

MINTA

Kommunikáció, média - Kommunikáció

Elnök:	Prof. Dr. Konczosné Szombathelyi Márta	SZE KGK
Társelnök:	Dr. habil. Szűcs Krisztián	PTE KTK
Tag:	Dr. Szeberényi András	METU KÜT
Tag:	Dr. habil. Juhász Csilla	DE GTK
Tag:	Dr. Papp Vanda	BGE KVIK

MTA

TULKÁN ADÉL
adel.tulkan.2@gmail.com
Gazdaságinformatikus
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:
Szigili Krisztina
mestertanár, BGE PSZK
Dr. Dobák Dóra
főiskolai docens, BGE PSZK

A JÓ KAPCSOLAT ALAPJA, A JÓ KOMMUNIKÁCIÓ, AVAGY BELSŐ KOMMUNIKÁCIÓS IT PLATFORMOK A VÁLLALATI ÉLETBEN.

Szokás mondani, hogy minden jó kapcsolat alapja a jó kommunikáció a felek között. Vajon ez mennyire igaz a vállalati életre? A kutatásomban a vállalati szektorban jellemző belső kommunikációs szokásokat és módszereket vizsgálom. A kommunikációt, mint feladatkört, nagyon sok dolog befolyásolja a mindennapokban. Egyre több lehetőség van ennek a területnek a fejlesztésére a fejlődő IT szektornak és az innovatív digitalizációnak köszönhetően. De vajon milyen egy jó belső kommunikációs platform? Mire van szüksége a munkavállalóknak és hogyan lehet a választott módszer a leghatékonyabb?
A kérdések, amikre a kutatásom irányul:

- Vajon egyeznek-e a munkavállalóktól érkező kommunikációs igények és a munkáltató által nyújtani tudott módszerek és platformok a napjainkban működő vállalatoknál?
- Milyen változások történtek, amiket a 2020-ban induló Covid-19 járvány okozott a vállalatok belső kommunikációjának területén pozitív, vagy negatív irányba?
- Jelenleg milyen HR informatikai platformok vannak a belső kommunikációs területen?
- Milyen, kevésbé ismert és kevésbé kihasznált platformok és programok vannak, amiknek hatalmas jövője lehet a HR informatikában?

A kutatásom célja, hogy ezekre a kérdésre választ kapjak és minél több olyan platformot ismerjek meg, amik támogatni tudják a vállalati szektor belső kommunikációját.
A dolgozatomban két féle kutatási formát alkalmaztam. Szekunder kutatásként, az aktuális hazai és külföldi szakirodalmakat dolgoztam fel. Ezen kívül primer kutatásként, az interjús kutatást választottam. Ezeken az adatgyűjtési módszereken kívül a kutatásom egyik legmeghatározóbb része, a mai informatikai piacon jelenlevő platformok, programok, alkalmazások elemzése és részletes bemutatása a felhasználói oldalról vizsgálva.
A kutatásom eredményei:

- Többnyire elégedettek a munkavállalók a belső kommunikációs rendszereikkel, de felmerültek problémák, amiket a dolgozatomban részletesen kifejtettem.
- Számos változást eredményezett a vírushelyzet a HR területén. Megjelent itt is a digitalizáció, a technológiafejlődést. Nagyobb hangsúlyt kapnak a HR ügyviteli rendszerek és az online kommunikációs platformok is.
- Számos humáninformatikai szoftver található a piacon minden területre külön vagy akár egyszerre megoldást nyújtva.
- A HR rendszerek digitalizációja elkezdődött, a technológiai fejlődés jelen van, és ebben van a HR jövője.

MINTA

VAIDA CYNTHIA-BIANCA
vaidacynthia@gmail.com
Kommunikáció és közkapcsolatok
BA, 7. félév
Babeș-Bolyai Tudományegyetem

Témavezető:
Kádár Magor
egyetemi docens, RO BBTE

AZ INTERNETES AKTIVIZMUS ÉS AZ ERDÉLYI MAGYAR Z GENERÁCIÓ

A Z generációt érő mindennapos ingerek száma végtelen. Az internet világába beleszületett fiatalok a nap 24 órájában olyan ingerrengetegnek vannak kitéve, melyet kénytelenek szűrni annak érdekében, hogy ne terhelje le ez túlságosan őket. Ezzel együtt is viszont a világban számos olyan kérdés és ügy kerül terítékre nap, mint nap, amiben ők maguk is érintettek, esetleg az ügy fontos az értékeik számára.

A Z generáció nem tétlen ezekkel az ügyekkel kapcsolatban, erre pedig az egyszerű magyarázat az, hogy nem is lehetnek azok. A világjárványból kilábalás közepette egy klímakatasztrófa küszöbén folyamatosan éri őket a cselekvést megkövetelő nyomás, hiszen kezükben van a jövőjük sorsa. Emiatt, a jobb jövő és a közös összefogás reményében egy részük aktivista cselekvéseket folytatnak úgy offline, mint online.

Az „Az internetes aktivizmus és az erdélyi magyar Z generáció” című dolgozatban a világháló megjelenésétől az aktivista közösségi média bemutatásáig járom körbe az online érzékenyítés, tudatosítás és aktivizmus jelenségét. A Z generáció bemutatásával majd az erdélyi magyar alapsokaság lekérdezésével olyan vizsgálati kérdésekre kapok választ, hogy mi az általuk leginkább preferált közösségi média felület, milyen típusú tevékenységekre használja a Z generáció a közösségi médiát, jellemző-e rájuk az internetes aktivizmus, és ha igen, milyen formában, mindezt erdélyi magyar vonatkozásban.

Jelen kutatás egy primer lekérdezéses kutatás, mely az erdélyi magyar Z generáció internetes, azon belül is közösségi média aktivizmusban való részvételét hivatott felmérni. Ennek köszönhetően a vizsgálat során egy átfogóbb képet kaptunk az erdélyi magyar Z generáció közösségi média használati szokásairól és az internetes aktivizmusról való véleményükről, bevonódási szándékukról, álláspontjukról. Az 1996 és 2006 között született fiatalok 293 válaszadóból álló mintájának válaszai alapján arra következtethetünk, hogy a közösségi média aktivizmus jelen van életükben és gyakorolják is e tevékenység különböző formáit kis mértékben, de leginkább úgy teszik, hogy próbálnak közben semlegesek maradni és nem hosszú távon állást foglalni.

HATVANI KRISZTINA
kriszta.hatvani@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 11. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezetők:
Dr. Szénich Alexandra PhD
adjunktus, BGE KVIK
Róbert Nóra
mestertanár, BGE KVIK

DIGITÁLIS RENDEZVÉNYEK TÉRNYERÉSE, AZ ÜZLETI RENDEZVÉNYPIAC VÁLASZA A PANDÉMIÁRA

A rendezvényszervező szakmát az előző évtized végére számos „sikertörténet” jellemezte. 2019 év végén a rendezvényszervezők olyan telítettséggel dolgoztak, hogy ekkor már 2020 - 21- re készítették az ajánlataikat a vállalati ügyfelek számára. A kulcsfontosságú fordulópont 2020 márciusában következett be, amikor is a rendezvényszervezők szakmai naptárát kiradírozta a koronavírus okozta veszélyhelyzet bejelentése. A pandémia új körülményeket teremtett, amikhez hirtelen igazodni kellett az élet minden területén.

A hagyományos üzleti rendezvények lekerültek a porondról és életre keltek a digitális események. A feltáró jellegű kutatás az üzleti rendezvények szervezőire és azokra a vállalatokra fókuszál, amelyek Magyarországon a koronavírus terjedése alatti időszakban digitális rendezvényeket szerveztek és tartottak. Azokra a kérdésekre kerestem a választ, hogy a digitális rendezvények milyen sikerrel bonyolódtak le; hogyan alkalmazkodtak a megrendelők és a szervező cégek a rendezvények digitális platformra kerüléséhez, az új elvárásokhoz és követelményekhez; a megvalósított digitális rendezvények elérték-e a megrendelők által kitűzött célokat; valamint a megkérdezettek véleménye szerint a lehetséges jövőbeli rendezvénytrendek merre mutatnak.

Primer kutatási módszereket alkalmaztam, melyek az interjús és a kérdőíves módszer. Az interjús kutatás a digitális rendezvények szervezőire terjedt ki, a kérdések szakmai szempontú megválaszolását célozták meg. Az online elérhető kérdőívek a rendezvényszervezők ügyfeleinek és más olyan szervezeteknek szólt, ahol digitális eseményeket tartottak, az ő digitális rendezvényekről alkotott véleményüket mértem fel.

A kutatás megmutatta, hogy a rendezvényszervezőknek és a rendezvényeket tartó vállalatoknak számos kihívással kellett szembe nézniük. Például gyorsan kellett reagálniuk a rendhagyó helyzetre. Ezen a téren a megkérdezettek kiemelkedően teljesítettek akár szervezői, akár megrendelői pozícióban voltak. A rendezvényszervező piac tartós változásokon ment keresztül, a megrendelői hozzáállás megváltozott, ugyanakkor a rendezvény - mint üzleti esemény - jelentősége nem csökkent.

MEFTA

JURAI BOGLÁRKA
boglarka.jurai@stud.uni-corvinus.hu
Emberi erőforrások
BSc, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Baksa Máté
egyetemi tanársegéd, BCE VTI

INFORMÁLIS KOMMUNIKÁCIÓS HÁLÓZATOK VEZETŐI ÉSZLELÉSE

A tudásmegosztásra és együttműködésre alapuló szervezetekben egyre nagyobb szerepe van a munkatársak közötti informális kapcsolatoknak – ezekről azonban a szervezetek vezetői nem mindig képesek pontos képet alkotni. A dolgozat tárgyát képező kutatási kérdés az, hogy a vezetők észlelése a munkatársak kapcsolathálózatáról mennyire vág egybe a ténylegessel, illetve a munkatársak mennyire vannak tisztában saját szerepükkel, befolyásukkal ezekben a hálózatokban.

A vizsgált szervezet egy biztonságtechnikai rendszerek értékesítésével, tervezésével és telepítésével foglalkozó vállalat, amelynek egymással szorosan együttműködő értékesítési és vállalkozási szervezeti egységeit vizsgáltam, összesen 25 fő bevonásával. Kutatási módszerként szervezeti hálózatkutatást alkalmaztam. Egy kérdőívet töltetettem ki a vizsgált részlegek dolgozóival, a kapott válaszok alapján vizuálisan ábrázoltam és elemeztem a kapcsolati hálózatokat a UCINET szoftver segítségével. A kérdőív második felében pedig arra adtak választ a résztvevők, hogy ők a saját hálózati pozíciójukat hogyan értékelik. Ezen kívül a vezetők kitöltöttek egy külön kérdőívet, amely alapján felrajzoltam az egyes vezetők által vélelmezett kapcsolati hálókat. Végül a vezetők által vélelmezett hálózatokat összevetettem a hálózatkutatás eredményeként kapott hálózatokkal, majd a vezetőkkel folytatott személyes interjú segítségével tártam fel az eltérések lehetséges okait.

A dolgozat egyik tanulsága, hogy a vezetők saját részlegükben nagy arányban helyesen ítélik meg a legfontosabb informális kulcsembereket és a legtöbb esetben ezek a kulcsemberek tisztában vannak saját szerepükkel.

MIHTA

SIKÓ BEÁTA
siko.bea@gmail.com
Marketing
MSc, 3. félév
Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Huszár Sándor
tanársegéd, SZTE GTK

MIÉRT FORDÍT HÁTAT AZ OLVASÓ? KÍSÉRLET A HATÉKONY E-MAIL KOMPONENSEINEK FELTÁRÁSÁRA SZEMKAMERÁS MEGFIGYELÉS SEGÍTSÉGÉVEL

Az első e-mail kiküldése óta már 50 év eltelt, mely alatt a hétköznapjaink szerves részévé nőtte ki magát. Magáncélú levelezések mellett számtalan marketing vonatkozású e-mailt is kiküldésre kerül, melyek egyre több esetben irrelevánsak a feliratkozók számára. Többek között ez is hozzájárult ahhoz, hogy az olvasókban negatív kép alakuljon ki az e-mail marketingről és indította el azt a sürgető folyamatot, amelyben a marketingszakembereknek lépést kell tenniük a jelenlegi kontraproduktív gyakorlatok kijavítására. Ezek alapján vetődik fel a kérdés, hogy milyen eszközökkel lehet javítani az e-mail marketing hatékonyságát, miután az ügyfél megnyitotta a hírlevelet?

Kutatásom kiindulópontját a szakirodalom szintetizálásának eredményeképpen felállított modell adja. Ennek fókuszában a perszonalizálás, valamint a megjelenés áll, melyen belül olyan komponenseket különböztethetünk meg, mint a szöveg terjedelme, a kép mérete, az e-mail szerkezeti felépítése és a call-to-action gomb láthatósága.

A modell vizsgálatához szemkamerás megfigyelést, majd az annak mélyebb megértését támogató RTA interjúkat végeztem 18-28 éves fiatal felnőttek körében. A megfigyelés struktúrája a between-subject dizájnon alapul, azaz az alanyok két csoportja két eltérő idővonalat tekint meg. A vizsgálat során saját szerkesztésű marketing célú e-mailek kerülnek kivetítésre, melyek a hatékony A/B tesztelés érdekében páronként egy tényezőben térnek el egymástól ceteris paribus.

Az eredmények alapján elmondható, hogy a szöveg terjedelme negatív irányú hatással bír az olvasási hajlandóságra, azonban a képek megfelelő méretével és mennyiségével enyhíteni lehet ezt. A kép mérete mellett az elhelyezésnek is kiemelt jelentősége van a vizuális vonzerő tekintetében, így nem elég csak az egyikre odafigyelni. A hatékony tekintetirányítás eléréséhez a piramis struktúra alkalmazása lehet a legmegfelelőbb, azonban figyelembe kell venni, hogy a képen megjelenő szöveg erősen befolyásolja a bejárási útvonalat. A CTA-k esetében a kontraszt alkalmazása nem feltétlenül jelenti a siker kulcsát, a harmonikus színválasztásra is hangsúlyt kell fektetni. Végül a demográfiai célzás hatékonysága is beigazolódott a mintán, ahol a célcsoportként megjelenő nőkből kedvezőbb reakciókat váltottak ki a rájuk szabott e-mailek a kontrollcsoportként funkcionáló férfiakkal szemben.

MUNKA

KURCSICS VIVIEN
kurcsics.vivien@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 7. félév
Soproni Egyetem
Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Pirger Tamás
adjunktus, SOE LKK
Dr. Paár Dávid
egyetemi docens, SOE LKK

ONLINE TÁRGYALÁSOK A JÖVŐBEN? – A COVID-19 JÁRVÁNY ÜZLETI KOMMUNIKÁCIÓS HATÁSAI

A témaválasztás relevanciáját igazolja az elmúlt időszakban kialakult újfajta tárgyalási kultúra valós időben történő vizsgálatának lehetősége. Kutatásom szakirodalmi részében bemutatom a téma alapjául szolgáló elemeket, az üzleti kommunikációt és tárgyalást, illetve az online kommunikációt, valamint az online tárgyalásokat. Az elsőként említett részhez rengeteg jól kiforrott anyag tartozik, hiszen ez egy régóta vizsgált terület, ám a másik elem dokumentációja még nagyon gyerekcipőben jár, így főként az internetes folyóiratok lesznek segítségemre, amelyek a lehető legaktuálisabban mutatják be a járvány miatt kialakult helyzetben zajló online kommunikációs lehetőségeket. Primer kutatásomat egy online kérdőív segítségével folytatom, aminek adatait statisztikai módszerekkel elemzem, majd magyarázom őket. Ezen kívül párhuzamot vonok a szakirodalomban olvasottakkal, melyeket ezek az eredmények jó esetben alátámasztanak, de lehet, hogy éppen megcáfolják azokat.

Kutatásom célja alapvetően az, hogy megvizsgáljam, milyen változásokat hozott magával a korlátozások miatt kialakult kényszerhelyzet, az online térben történő tárgyalás, illetve, hogy ezeket az újfajta megoldásokat összehasonlítsam a személyes tárgyalásokkal kapcsolatos viselkedésmintákkal.

Zárásként következtetéseket vonok le és javaslatokat teszek annak érdekében, hogy melyik módszereket lenne érdemes akár a mindennapi életbe is integrálni a járvány lecsengése után.

MINTA

JAKÓ FANNI
fannijako@gmail.com
Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
Osztatlan, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

VIDA TAMÁS
vidatamas3@gmail.com
Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
Osztatlan, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezetők:
Drabancz Áron István
doktorandusz, BCE KTK
El-Meouch Nedim Márton
doktorandusz, PTE TTK

SZERZŐI ÉRTÉKELÉSEK VIZSGÁLATA A GOODREADS FELHASZNÁLÓK KÖRÉBEN

Dolgozatunkban a Goodreads könyvmegosztó- és értékelő oldalt vizsgáljuk, annak egy 6539 elemet tartalmazó mintáján. Kutatásunk középpontjában a szerzői értékelések és az irodalmi jelentőség kapcsolata áll. Arra a kérdésre keressük a választ, hogy a szerző értékelése csupán a könyveinek szórakoztató értéke alapján alakul ki vagy az irodalmi érték is szerepet játszik abban, valamint felhívjuk a figyelmet ezen hatások könyvpiacra gyakorolt hatásaira.

Véleményünk szerint már a könyvek 1-5 skálán történő értékelése is egy túlzott egyszerűsítése a kérdéskörnek, amely csak tovább erősödik azáltal, hogy a szerzőt külön nem lehet értékelni, az ő átlagos értékelése automatikusan számolódik a könyveire adott értékelésekből. Véleményünk szerint egy könyv esetében meg kell különböztetni a szórakoztató és az irodalmi faktort, melyek közül az első a könyv értékelésében kell megjelenjen, míg a második a szerzőnél. Hipotézisünk szerint a honlapot használó felhasználók számára a szórakoztatási faktor a jelentősebb, melynek egyik oka lehet a korosztályi eloszlás a felhasználók körében, valamint amelynek a következménye, hogy a magasan értékelt és sokszor ajánlott könyvek ezen tulajdonságot reprezentálják.

A kérdéseket a hangulatelemzés, a k-középpontú klaszterezés, főkomponenselemzés, valamint a hálózatelemzés módszertanával vizsgáljuk. Eredményeink alapján a jelentősebb díjak nem növelik szignifikánsan a művek értékelését, sem azok ajánlási gyakoriságait. A legmagasabbra értékelt könyvekben és a díjazott művekben nem tér el jelentősen a leggyakrabban használt szóállomány. A szerzők többsége tizedannyi könyvespolcra helyezett könyvvel rendelkezik, mint a kiemelkedően népszerű versenytársaik. Az ajánlási rendszer nem csupán az átlagos értékelési változók értékei alapján dolgozik, figyelembe veszi az értékelési számokat leíró változókat is. A szerzői értékelés ily módon történő kialakítása fals eredményeket ad, mivel az legnagyobb mértékben egy mű értékelése által adott. Az ajánlási hálózat kis sűrűségű, kisvilág- tulajdonságú, az ajánlási rendszer nem random, amögött valamilyen algoritmus húzódik, mely nem reprezentálja felül a díjazott műveket.

MTA

MACSEK TAMÁS JÓZSEF
macsek.tamas@gmail.com
Gazdálkodás és menedzsment
BSc, 7. félév
Neumann János Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Viharos Zsolt János
dékánhelyettes, tudományos főmunkatárs, NJE GTK

VÁLLALATI ÉRTESÍTÉS MENEDZSMENT HATÉKONY ALKALMAZÁSÁNAK FELTÉTELEI

A vállalatirányítási rendszerek (ERP) elterjedésének köszönhetően számtalan új lehetőség vált elérhetővé a vállalatok számára, ezek közül emelnénk ki egy kevéssé ismert funkciót, az értesítésmenedzsmentet. A napjainkban használt vállalatirányítási rendszerek rendelkeznek automatikus értesítések küldésére alkalmas lehetőségekkel, az ilyen ún. „monitoring" funkciók kihasználásával foglalkozik az értesítésmenedzsment. Mivel hiányt fedeztünk fel a témában hasonló tudományos irodalomban, ezért ezen munkánkkal pótolhatjuk az észlelt űrt az értesítésmenedzsment fogalmával és alkalmazásával kapcsolatban. Szakirodalmi kutatás mellett gyakorlati tapasztalatainkra támaszkodva szeretnénk ezen TDK megírásával segítséget nyújtani azoknak a kutatóknak és vállalatoknak, melyek automatikus értesítés rendszer bevezetésének kezdetleges szakaszában járnak. Számukra benchmark példákat és javasolt lépéseket is meghatározunk, hogy minél hatékonyabban legyenek képesek eredményes értesítés menedzsment rendszer bevezetésére.

MINTA

Kommunikáció, média - Média

Elnök:	Prof. Dr. Konczosné Szombathelyi Márta	SZE KGK
Társelnök:	Dr. habil. Szűcs Krisztián	PTE KTK
Tag:	Dr. Szeberényi András	METU KÜT
Tag:	Dr. habil. Juhász Csilla	DE GTK
Tag:	Dr. Papp Vanda	BGE KVIK (Kereskedelem Tanszék)

MINTA

TÓMÁCS RENÁTA
tomacs.reni@gmail.com
Gazdálkodás és menedzsment
BSc, 4. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Varga Beatrix Margit
egyetemi docens, ME GTK

A KÖZÖSSÉGI INFORMÁCIÓFOGYASZTÁS VESZÉLYEI

Korunk nagymértékű számítástechnikai fejlődése lehetővé teszi számunkra, hogy a minket érdeklő adatok tömegéhez másodpercek alatt jussunk hozzá. A modernizáció okozta felgyorsult hétköznapok megkövetelik, hogy mindenről azonnal információt szerezzünk, ezt az igényt elégítik ki a különböző internetes hírportálok, illetve a közösségi média felületei. Mindennapjaink során akarva és akaratlanul találjuk szembe magunkat az információtömeggel, melyre a társadalmunk jelentős része még nincsen felkészülve: előfordulhat, hogy az interneten talált cikkek tartalma teljesen valótlan, vagy megtévesztő, esetleg szándékosan elferdített. Igaz tehát, hogy időt takarítunk meg a gyors és egyszerű kereséssel, azonban további odafigyelést igényel, hogy csak a megfelelő, megbízható forrásokból tájékozódjunk. Egyre fontosabbá válik az elénk tárt információtömeg felülvizsgálata, hiszen a közzétett cikkek véletlenül és szándékosan is tartalmazhatnak félrevezető adatokat, statisztikákat. A statisztikai adatok összegyűjtése, rendszerezése és elemzése biztosíthat az olvasó számára egyfajta tudatosságot. A meglévő, rendezett adatok ismeretén alapuló tudás, illetve a statisztikai kultúrában való jártasság nagy előnyt jelenthet a félrevezető információk helyes kezelésében és a torzított adatok felismerésében. Az olvasók ilyen irányú edukálása érdekében a dolgozat részletezi a megtévesztő adatok mögött húzódó esetleges módszertani hibákat: szó esik az adatgyűjtésből eredő, illetve a grafikus ábrázoláskor elkövethető hibaforrásokról. Gyakorlati példákon keresztül történik a bemutatása annak, hogyan tudjuk megakadályozni, hogy torzított ábrákkal verjenek át, illetve, hogy mit tehet a laikus olvasó, hogy felismerje, ha helytelen statisztikai információval áll szemben.

Online kérdőív segítségével kerültek felmérésre az emberek internethasználati szokásai, melynek keretében képet kaptunk a félrevezető hírek társadalomra gyakorolt hatásáról, arra vonatkozóan, hogy hogyan járnak el az olvasók az álhírek észlelésekor. Bebizonyosodott, hogy a vizsgált egyének jelentős hányada tudatos információfogyasztónak tartja magát.

A dolgozat kritikusabb szemléletmódra szeretné ösztönözni az olvasókat, így tehát nem szabad figyelmen kívül hagyni azt a tényt sem, hogy ez egy önbevalláson alapuló felmérés, amelyben mindenki jobbnak szeretné feltűntetni magát, mint amilyen a valóságban. Az eredmények tehát további vizsgálatot igényelnek a messzemenő következtetések levonása előtt.

MUNKA

BARABÁS DÁNIEL ÁRON
barabas.daniel1@gmail.com
Gazdaságinformatikus
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

VELKEY ARTÚR
velkeyartur@gmail.com
Közgazdasági elemző
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

GYENES JÁNOS MÁRK
gyenesmark13@gmail.com
Pénzügy
MSc, 2. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Urbán Ágnes
egyetemi docens, BCE KTI

A MÉDIA TORZÍTÁS VIZSGÁLATA A MAGYARORSZÁGI ELLENZÉKI ELŐVÁLASZTÁS ESETÉN

A hírpiaci termékek tartalmának meghatározó szerepe van az emberek véleménye, azon keresztül pedig a közhangulat alakításában, illetve adott esetben pedig a választások eredményére is hatással lehet. Ennek a jelenségnek a tárgyalásakor jellemzően két fogalom merül fel: a média torzítása, valamint függetlensége.

A dolgozat ezt a két fogalmat definiálja és rendszerezi, majd empirikusan vizsgálja, hogy a kormányzattól függetlennek tekinthető online médiumokat mennyire jellemzi a hírszelekciós torzítás (a szerkesztőség valamilyen módon kiválasztja, hogy melyik eseményekről, közéleti aktorokról ír), valamint a véleménytorzítás (a cikkek tartalma és szövegezése bizonyos mértékben tükrözi azt, amit az újságíró gondol az adott eseményről, személyről, még akkor is, ha az adott újságíró a szakmai és etikai normákat tiszteletben tartja). Az elméleti áttekintéshez a szakirodalmat, valamint a médiapiacon tevékenykedő szakemberekkel készített interjúkat használjuk fel.

A kutatás relevanciáját az adja, hogy az ellenzéki előválasztás során lehetőség nyílik a kormányzattól részben vagy teljesen független portálok pártosságának megfigyelésére. Mivel bizonyos médiumoknak nincsen ingyenesen elérhető archívuma, vagy annak tartalma nem tölthető le algoritmikusan, kutatásunk fókuszában azok az online újságok állnak, amelyeknek jelentős az olvasottságuk, valamint a tartalmuk visszamenőlegesen elérhető. Ezek a 24.hu, az Index és a Telex. A hírszelekciós torzítás mérését úgy végezzük el, hogy megszámoljuk, hogy az előválasztás időszakában az öt miniszterelnök-jelöltről hányszor tesznek említést az adott újságok. Várakozásainknak megfelelően az első forduló előtt és alatt első sorban Dobrev Klárára és Karácsony Gergelyről jelen-tek meg cikkek, majd az első forduló után Márki-Zay Péter fokozatosan felzárkózott, az előválasztás végeztével már ő volt a legtöbbször említett a jelöltek közül.

A véleménytorzítást manuális kódolással mértük egy 1-7-ig terjedő Likert-skálán. Eredményeink szerint nem volt tapasztalható erős véleménytorzítás a fent említett három újság tartalmában. Kisebb mértékben azonban megfigyelhetőek eltérések a jelöltek között: az első fordulóban Dobrev Klárára valamivel pozitívabban írnak, mint a másik két jelöltről, a két forduló között Márki-Zay Péterről inkább számolnak be kedvező hangnemben, mint Karácsony Gergelyről, valamint a második fordulóban enyhén Dobrev Klárára írnak pozitívan Márki-Zay Péterhez képest.

GHYCZY ANDRÁS
andras.ghyczy@gmail.com
Kommunikáció- és médiatudomány
BA, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Társadalomtudományi TDK

Témavezető:
Pelle Veronika
egyetemi tanársegéd, BCE KSZI

AZ ETIKUS DESIGN KERETRENDSZER MINT CSR-ALTERNATÍVA

A dolgozat a digitális hálózati média eszközeinek és társasmédia-platformjainak a felhasználók pszichológiai gyengeségeit kihasználó működésének ellensúlyozására megalkotott, úgynevezett „etikus design" kezdeményezést mutatja be abból a szempontból, hogy ezen filantróp megközelítés miként képezheti a vállalatok társadalmi szerepének szerves részét.

Éppen ezért a dolgozat arra a kutatási kérdésre keresi a választ, hogy az azonosított – a társadalmat befolyásoló – hatásokról és jelenségekről történő közérthető, a felhasználók médiatudatosságának fejlesztésére irányuló oktató jellegű kommunikáció képezheti-e a technológiai vállalatok CSR tevékenységének részét, illetve mely újszerű jelenségekkel (vö. etikus design) növelhető az említett iparági szektor képviselőinek társadalmi felelősségvállalásának hosszútávú és fenntartható értékteremtése.

A kezdeményezés bemutatásához és vizsgálatához nyomtatott és internetes forrásokat kerültek elemzésre. Először az olvasó megismerkedhet a problémakör elméleti hátterével. Ez tartalmazza a fogalmak definiálását, a gazdasági- és társadalmi jellemzőket, a pszichológiai háttérjelenségeket, a domináns iparági megközelítéseket, valamint az etikus design mozgalom keretrendszerének és az információtechnológiai ágens CSR tevékenységének kapcsolatát.

A téma relevanciáját és aktualitását bizonyítja többek között a Netflix streaming szolgáltató „The Social Dilemma" című dokumentumfilmjének megjelenése, valamint a digitális eszközök felhasználói figyelemért folytatott fokozódó küzdelme, az emberi érzékelést és percepciót negatívan befolyásoló médiahasználati mintázatok, és a társadalmat egyre fenyegető polarizáció.

Az empirikus kutatás egy 212 fős mintán végezett kérdőíves vizsgálatra, és három kiemelkedő szakemberrel folytatott szakértői interjúra épült. A saját eredményekből igazolható a probléma relevanciája, és megállapítható a Z generáció nagyobb mértékű kitettsége az azt megelőző – Babby boomer, X, Y – generációkkal szemben. A kutatásban résztvevők az etikus design keretrendszerhez tulajdonított pozitív attitűdje, valamint a szakértők által a fogyasztói edukáció, mint CSR-aktivitás kiemelése alapján kijelenthető, hogy az emberközpontú design keretrendszere képezheti a techcégek értékteremtő és üzleti stratégiájának részét.

MTA

ZSOMBOK TAMÁS LÁSZLÓ
zsotam@gmail.com
Gazdaságinformatikus
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Informatika Intézet

Témavezető:
Urbán Ágnes
egyetemi docens, BCE II

HÍRMÉDIAVÁLLALATOK INNOVÁCIÓS MÓDSZEREI A DINAMIKUS KÉPESSÉGEKSZEMÜVEGÉN KERESZTÜL

Jelen dolgozat célja, hogy négy magyar hírmédiaipari vállalat esetében megvizsgálja, hogyan fejlesztenek dinamikus képességeket a vállalat piaci és stratégiai igényeinek kielégítéséhez. A választott négy médiavállalat a Central Médiacsoport Zrt., a HVG Kiadó Zrt., a Magyar Jeti Zrt, és a Van Másik Kft. A vizsgálat ezen vállalatok hírportáljai kapcsán végzett innovációs és megújító tevékenységeit tárja fel a dinamikus képességek elméletének segítségével. A kérdés kvalitatív módszerekkel történő vizsgálata után a dolgozat arra a konklúzióra jut, hogy a vállalatok érzékelési és tanulási képessége magas szintű, és ezeket segítik a munkavállalók egyéni proaktivitása és az informális információmegosztási folyamatok. A vállalatok integrációs képessége többnyire organikusan alakul, mintsem teljesen tudatos folyamat eredményeképpen. A megvalósítandó új működőképességet szolgáló információkat és innovációkat többnyire a meglévő menedzseri, piaci és technológiai funkciókhoz illesztik hozzá; változás leginkább akkor valószínű, ha az innováció valamilyen teljesen új, diszruptív jelleggel bír. Az ezt a képességet szolgáló tevékenységek között megtalálható a piaci változásra adott válasz, melynek gyorsasága közepes mértékű, az alkalmazottak motiválása az újszerű működésben integráns módon jelen van. Az innovációs képesség kapcsán megállapítható, magas az innovációs kedve a vizsgált vállalatoknak, és egyaránt jól fedeznek fel lehetőségeket és aknáznak ki innovációkat, akár kísérletezés, próbálgatás útján.

MUNKA

GRANÁT MARCELL
granatcellmar98@gmail.com
Közgazdasági elemező
MA, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdaság- és Közpolitika Intézet

MAZZAG BÁLINT
mbalint9901@gmail.com
Alkalmazott közgazdaságtan
BA, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdaság- és Közpolitika Intézet

Témavezető:
Vékás Péter
egyetemi adjunktus, BCE GTK

REÁLIS KÉPET FESTENEK-E A KORONAVÍRUS-JÁRVÁNY SÚLYOSSÁGÁRÓL AZ EURÓPAI SAJTÓ HÍREI?

Kutatásunkban szótáralapú szövegelemzési módszerekkel megvizsgáljuk, hogy a különböző európai országok sajtótermékeiben megjelenő, koronavírusról szóló hírek milyen szentimenttel rendelkeztek az elmúlt egy évben, illetve mi befolyásolta ennek alakulását. Ennek tárgyalásához ökonometriai módszerekkel elemezzük mind a fertőzöttek és halálozások számát, mind pedig a gazdasági mutatók havi szentiment idősorokra gyakorolt hatását.

Eredményeink alapján elmondható, hogy mind az emberek gazdaságról formált véleménye, mind a járványhelyzet jelentősen befolyásolta a média hangulatát az elmúlt egy évben. A kezdeti negatív hangulatot, melyet a korai cikkek keltettek, 2020 nyarára leváltották a neutrálisabb témák, és a halottak számára is egyre érzéketlenebbé vált az európai média.

Kutatásunk szakirodalomhoz hozzáadott értéke, hogy az európai országok koronavírusra adott reakcióit szövegelemzéssel kutató irodalmat a kézirat lezárásának dátumakor nem találtunk, továbbá a témakör szövegelemzéséhez alkalmazható specifikus szentiment szótárat alkottunk és tettünk közzé, az elemzéshez alkalmazott szentiment idősorokon túl.

MUTA

ŐZE NOÉMI ABIGÉL
noemiabigeloze@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BSc, 7. félév
Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Révész Balázs
Egyetemi docens, SZTE GTK

SZEMKAMERÁN KERESZTÜL: TERMÉKELHELYEZÉSEK VIZSGÁLATA A VIDEÓKLIPPEKBEN

A kutatásom során a videóklipekben megjelenő termékelhelyezéseket vizsgálom, valamint ezeknek a termékelhelyezéseknek a befolyásolását a fogyasztói döntésre. A kutatásban szintén kitérek az adott márkák iránti szimpátiára, fogyasztási hajlandóságra, a termékelhelyezésnek a hatékonyságára a videóklipek megtekintése előtt és után. Ezt a kutatási témát több okból kifolyólag választottam: személyes kötődés és érdeklődés a termékelhelyezés hatása iránt, illetve nagy lendületet adott a tudat, hogy ebben a témában még nemzetközi szinten is alig lehet kutatásra találni.

Többféle módszertan alkalmazása fellelhető a kutatásban: egy általános kérdőív, egy szemkamerás vizsgálat, valamint az utóbbit megelőző és azt követő hatást mérő kérdőív. Az általános kérdőívet összesen 228 alany töltötte ki, míg a szemkamerás vizsgálaton 50 ember vett részt. Ennek az ötven embernek a hatást mérő kérdőív kitöltése kötelező volt.

A kutatásom elemzései alapján elmondható volt, hogy termékelhelyezést minden egyes alany észrevette, viszont az alanyok közül nem mindenki tudta felsorolni az összes márkát, amit látott. Az adatok részletesebb elemzése után kijelenthető volt, hogy az alanyok közel hetven százaléka tudatosan nézett rá a termékelhelyezésre, így annak hatékonysága sikeresnek bizonyult. A videóklipek megtekintése után a márka iránti szimpátia növekedett, viszont a fogyasztási hajlandóság csökkent, ezzel a fő kutatási kérdésem, miszerint a videóklipekben megjelenő termékelhelyezés milyen hatással van a fogyasztói döntésre, változó eredményekkel zárult.

MTA

DÉR DOROTTYA NOÉMI
derdorottya@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BSc, 7. félév
Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Huszár Sándor
Tanársegéd, SZTE GTK

VIZUÁLIS KÖZÖSSÉGI MÉDIA TARTALMAK HATÁSA A TESTKÉPRE ÉS ELÉGEDETTSÉGRE – EGY SZEMKAMERÁS VIZSGÁLAT EREDMÉNYEI FIATAL NŐK KÖRÉBEN

A közösségi médiában megjelenő tartalmak számos területen hatással lehetnek attitűdünkre és magatartásunkra. Ennek tükrében primer kutatásom célja feltárni, hogy befolyásolják-e a különböző közösségi média tartalmak a fiatal nők testkép megítélését, hangulatát és életmóddal való elégedettségét. Az önértékelési problémák és elégedetlenség hiányérzethez vezethet, amely így etikai kérdéseket is felvet a marketing esetén.

Kutatásomban egy szemkamerás vizsgálatot végeztem el, amelyet kérdőíves megkérdezésekkel egészítettem ki. A szemkamerás vizsgálatomba 93 alanyt vontam be, akiket három 31 fős csoportba soroltam – csoportonként pedig a különböző típusú tartalmak hatását vizsgáltam.

Kutatásom eredményeként megállapítható, hogy a fitspiration jellegű tartalmak csökkentik a fiatal nők pozitív hangulatát, ellenben a body positive tartalmak növelik a pozitív hangulatot, s csökkentik a negatív hangulatot. Az életmóddal való elégedettség vizsgálata során arra a következtetésre jutottam, hogy a fitspiration képeket megtekintett fiatal nők az expozíciót követően elégedetlenebbek lettek saját étkezési és testmozgási szokásaikkal. Ezen eredmény összefüggésbe hozható azzal, hogy az ilyen jellegű tartalmak elősegítik a fitnesz élelmiszerek és sporteszközök vásárlását, hiszen a fogyasztással a hiány érzete redukálódik. Emellett megállapítható, hogy a közösségi média tartalmak nem voltak hatással a fiatal nők testképmegítélésére, sem pedig az egyes testrészeikkel való elégedettség a vizuális tartalmak megtekintésére. Ugyanakkor, habár nem tudtam bizonyítani a szignifikáns eltérést, megállapítottam, hogy a body positive képeket megtekintett résztvevők elfogadóbbá váltak az ideális testalkatot illetően a képek megtekintését követően, emellett az arccal való elégedettség és az arc nézési időtartama, valamint a lábakkal való elégedettség és a lábak nézési időtartama között is sikerült összefüggést azonosítanom.

Kutatásom összegző konklúziójaként a fitspiration típusú tartalmak negatív hatását emelném ki, hiszen csökkentik a fiatal nők pozitív hangulatát, valamint növelik az életmóddal való elégedetlenséget, mely amellett, hogy fogyasztást generál, étkezési problémák és testedzésfüggőség előidézője (is) lehet.

MINTA

Marketing - Élelmiszer I.

Elnök:	Dr. habil. Garai-Fodor Mónika	OE KGK
Társelnök:	Prof. Szente Viktória	MATE KC Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet
Tag:	Dr. habil. Soós Mihály	DE GTK
Tag:	Dr. Pecze Krisztina	BGE PSZK
Tag:	Dr. Gyurián Nagy Nikolett	SZE KGK

MINTA

BERENCSI ALEXA
lexuszab@gmail.com
Marketing
MSc, 3. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Fehér András
adjunktus, DE GTK

A CUKROS ÜDÍTŐITALOK FOGYASZTÓI MEGÍTÉLÉSÉNEK ÉS PIACI HELYZETÉNEK VIZSGÁLATA

Napjainkban az egészségtudatosság egyre inkább prioritást élvez a fogyasztók vásárlási döntéseiben. Ez a jelenség újabb és újabb kihívásokat gördít az üdítőitalokat gyártó vállalatok elé. Annak érdekében, hogy naprakész választ tudjanak adni a vásárlói igényekre, folyamatosan monitorozniuk kell környezetüket. A makrokörnyezeti trendeken túl figyelembe kell venniük mikrokörnyezetük sajátosságait valamint célcsoportjuk preferenciáira elsődleges iránymutatóként kell tekinteniük.

Kutatásom során elsődleges célkitűzéseim között szerepelt egy olyan szakirodalmi áttekintés elkészítése, mely átfogóan bemutatja az üdítőitalok piacát. Az adat- és információgyűjtés során a makrokörnyezet feltárásához a STEEP modellt, az üdítőitalipari vállalatok versenykörnyezetének elemzéséhez pedig Porter 5 erő modelljét alkalmaztam. A nemzetközi piac áttekintését követően beazonosítottam a hazai piac kulcsszereplőit, ezáltal lehetőségem nyílt az általuk forgalmazott top termékek cukortartalmának és a cukorhelyettesítésre használt technikáknak a vizsgálatára. Ezt követően a gyakorlatban alkalmazott édesítési lehetőségek élettani hatásait vizsgáltam meg.

Primer kutatásom során a fogyasztói meglátások minél sokrétűbb megismerésére törekedtem, ezért különböző kvalitatív és kvantitatív technikákat alkalmaztam. Készítettem egy netnográfiai vizsgálatot, egy fókuszcsoportos beszélgetést és egy kérdőíves megkérdezést. A netnográfiai vizsgálat során az online fogyasztói közösségek megítéléseit és az online média által közvetített üzeneteket vizsgáltam meg. A fókuszcsoportos beszélgetésen a résztvevők cukros és cukormentes üdítőitalokkal kapcsolatos meglátásit igyekeztem feltárni, mely során különböző projektív technikákkal is, mint például szóasszociációval és termékmegszemélyesítéssel színesítettem munkámat. A nem reprezentatív és nem véletlenszerű kérdőíves megkérdezésembe a Debreceni Egyetem 502 hallgatóját sikerült bevonnom. A kitöltők relatívan magas száma lehetőséget biztosított számomra, hogy fontos összefüggéseket fedezzek fel. Kérdőívem kielemzése során faktoranalízist végeztem, majd az adatredukciót követően főkomponens analízissel folytattam. Végezetül klaszterelemzést készítettem, mely során három klasztert sikerült létrehoznom. Kutatásom főbb eredményei közé tartozik, hogy függetlenül mintáim reprezentativitásától remekül tükröződik rajtuk az egészségtudatosság világtrendje, azaz megfigyelhető, hogy egyre többen utasítják el az egyetemista korosztályból a cukros üdítőitalokat.

MINTA

SCHILLING HELGA DIÁNA
schilling.helgash@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:
Hidvégi Hedvig
főiskolai tanársegéd, BGE KVIK

A DIABETIKUS, GLUTÉNMENTES ÉS LAKTÓZMENTES SÜTEMÉNYEK VÁLASZTÉKÁNAK ÉS FOGYASZTÓI SZOKÁSAINAK VIZSGÁLATA A HAZAI CUKRÁSZATOKBAN.

Manapság egyre nagyobb szerepet játszik a társadalom életében az egészségtudatosság, ez pedig egyértelműen hatással van táplálkozásunkra. Növekvő tendenciát mutat az újszerű, „mindenmentesnek" nevezett étkezés, amely elsősorban valamilyen élelmianyaghoz kapcsolódó érzékenység vagy intolerancia kapcsán került előtérbe a lakosság életében. Napjainkban már szinte minden élelmiszernek van mentes megfelelője, s a vendéglátóiparban is mindinkább arra törekszenek, hogy a táplálkozási szokásokhoz vagy diétákhoz igazodó fogyasztók köre csakúgy találhasson kedvére való fogást, mint a nem beteg lakosok. Desszertkultúránkra ez szintén kihatással van, de vajon a magyar társadalom elégedett a cukrászatokban fellelhető mentes sütemények kínálatával? S vajon ezen kínálatot milyen mértékben befolyásolhatja az ételérzékenységben szenvedők növekvő aránya? Miért drágábbak a mentes sütemények, és egyáltalán miért vesszük meg őket, ha nem vagyunk biztosak benne, hogy egészségesebbek, mint hagyományos társaik?

Szekunder kutatásom során igyekeztem minél több magyar és idegennyelvű szakcikket, illetve szakkönyvet alapul venni, azonban témám viszonylag újnak nevezhető, emiatt dolgozatom szakirodalmi háttere nem feltétlenül fedi le minden aspektusát a mentességnek, leginkább a diabetikus, gluténmentes és laktózmentes irányzatokra fókuszál.

Primer kutatásom keretein belül kvantitatív és kvalitatív módszerek segítségével tártam fel a témát, s kerestem a válaszokat a fentebb említett kérdésekre. Egy online, strukturált kérdőív révén felmértem a hazai lakosság igényeit a mentes cukrásztermékek iránt, valamint képet kaptam süteményfogyasztási szokásaikról is. Ezután félig strukturált interjút készítettem több hazai cukrászda felelős beosztásban lévő alkalmazottjával, hogy a termelői oldal véleményét szintén megismerjem ezzel a növekvő trenddel kapcsolatban. Emellett megtudhattam, hogy süteményeik összetételére és kínálatuk szélességére mekkora hatást gyakorol a mentesen fogyasztók köre. Végül dokumentumelemzés révén összehasonlítottam a hagyományos és a mentes cukrásztermékekhez használatos alapanyagok beszerzési költségeit, továbbá megvizsgáltam, hogy reális-e a két terméktípus áraiban észlelhető különbség mértéke.

Eredményeim tekintetében beigazolódtak előzetes elvárásaim, miszerint a lakosságnak igénye lenne egy szélesebb és mélyebb alternatív süteménykínálatra a hazai cukrászatokban, emellett arra is választ kaphattam kutatásom során, hogy mi, miért kerül ennyibe a mentes piacon.

FÉSÜ FANNI
fesu.fanni@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BSc, 6. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Jakopánecz Eszter
adjuntkus, PTE KTK

A SZÍNEK HATÁSA A MARKETINGBEN

Kutatásom célja az emberek színpreferenciáinak vizsgálata, kiemelve a piros szín hatásmechanizmusát a fogyasztókra, továbbá, hogy a csomagolás hatása hogyan nyilvánul meg az emberek vásárlási szokásaikban. Célom volt a kólafogyasztást befolyásoló tényezőket megvizsgálni, valamint felmérni a Coca-Cola kedveltségét, és ennek kiváltó okait.

Szekunder kutatás során először a márkák, lógok, arculati elemek fontosságát vizsgáltam. A kutatás során primer feltárási technikát használtam kérdőíves megkérdezés formájában, valamint az eredményeket háttérelemzéssel is megvizsgáltam. Háttérelemzést is végeztem SPSS szoftver segítségével, ugyanis kíváncsi voltam, hogy a különböző demográfiai adatok alapján különböző csoportba sorolt emberek, mint például eltérő lakhelyű és generációjú emberek hogyan állnak egy-egy kérdéskörhöz.

A kutatás során az az eredmény született, hogy a magyar fogyasztók leginkább a Coca-Colát preferálják, mint üdítőital márkát. Ennek oka, hogy a versenytársak termékeivel szemben ezt sokkal ízletesebbnek tartják, marketingtevékenységét pedig sokkal hatásosabbnak. A termékválasztás során a termék ára és minősége a döntő tényező, a termék csomagolása és márkája kevésbé fontos számukra. A termék vonzó csomagolása miatta vásárlás a legfiatalabb korosztályra és a gimnáziumot végzettekre jellemző leginkább. A megszokás, mint termékválasztási szempont a legkevésbé jellemző a 36-49 éves korosztályra és leginkább a gimnáziumot végzettekre jellemző. A kitöltők a piros színt ítélték meg a legfigyelemfelkeltőbb színnek, úgy gondolják ez ragadja meg leginkább a figyelmüket a bolti környezetben. A kólafogyasztási preferenciák alapján megállapítható, hogy minden harmadik válaszadó fogyaszt legalább hetente 1-2 alkalommal kólát. Leginkább kedvelt kólamárkának a Coca-Colát választották a kitöltők, és akik ezt a márkát választották, ők többségben a termék íze miatt választották, vagy hogy bárhol elérhető a termék. Azonban jellemző volt az is, hogy azért választották a Coca-Colát, mert ennek a márkának tartották legjobbnak és leghatásosabbnak a reklámjait. Magáról a Coca-Cola márkáról a legtöbb embernek a Mikulás és Karácsony jut eszébe, de érdekesség, hogy a termék piros színéről szintén erre a két szóra asszociáltak a legtöbben. A Coca-Cola palackját az alakjáról is majdnem mindenki felismerte, amiből arra következtethetünk, hogy széles körű ismertségnek örvend a márka, a legnagyobb arányban a városban élők ismerték fel.

MINTA

VELTI LÁSZLÓ
velti@hotmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 7. félév
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

Témavezető:
Dr. Domán Szilvia
egyetemi docens, MATE AÉGI

AZ ÉDES ÉLET – KVALITATÍV KUTATÁSOK A CUKORPÓTLÓK PIACÁN

MINTA

Már 1,1 milliónál több felnőtt és 5 ezernél több gyermek él diabétesszel Magyarországon. Emelkedik a kereslet a cukorpótlók iránt, miközben kiderült, hogy a mesterséges édesítők nem tekinthetők a cukor biztonságos alternatívájának.

A cukrászdák strukturált megfigyelése segítheti a vállalkozásokat a speciális étrendet követő fogyasztók megtartásában. A keresleti oldalon végzett vizsgálatom pedig rávilágíthat a vásárlói döntések mélyebb ok-okozati összefüggéseire. Válaszokat keresek arra, hogy íz alapján mely édesítőket preferálják jobban a célcsoport tagjai, illetve hogyan változik a megítélésük verbális ráhatásra. A kínálati oldal reakcióit emellett veszem górcső alá.
Hipotézisek:

- A hagyományos cukrászdák termékinnovációkkal igyekeznek megtartani a cukorkerülővé vált fogyasztókat.
- Egy cukormentes terméket árusító cukrászda egészséges életmód iránti elkötelezettséget sugároz.
- Az érintett fogyasztók íz alapján általában meg tudják különböztetni a cukrot a cukorpólóktól.
- A verbális befolyásolás becsapja a fogyasztók érzékszerveit.

Legjobbnak minősített, valamint kifejezetten cukormenetes termékeket előállító üzletekben végeztem próbavásárlást a szolgáltatások marketingmixének 7P-je, illetve a cukorkerülők igényeit szem előtt tartó kritériumok alapján. Vakteszteket hajtattam végre egy cukorkerülőkből álló fókuszcsoport tagjaival, akiknek presszókávéban oldott édesítő tablettákat kellett összehasonlítaniuk.

A páros preferenciavizsgálat a szakirodalmi paraméterek alapján várható kimenetellel ellentétes eredményt hozott. Verbális befolyásra, a „természetes hatóanyag” tudatában a résztvevők felértékelték ugyanannak a terméknek a jellemzőit. Ráadásul a csoporttagok többsége íz alapján nem cukorként azonosította a cukrot. A megfigyelt cukrászdák nagy része pedig figyelmen kívül hagyta a cukorkerülők szükségleteit.

Kutatásaim alapvető piaci egyensúlytalanságokra világítottak rá. Pedig a kínálati oldalon az esetleges gazdasági visszaesés ellenére – vagy talán éppen azért, előre menekülve – érdemes lenne a piaci kereslet összetételének változásával, a cukorkerülő fogyasztók arányának növekedésével számolni.

CZUPPER ZSÓFIA
czupper.zsofia2@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 5. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Prof. Dr. Szakály Zoltán
egyetemi tanár, DE GTK

ENERGIAITAL-FOGYASZTÁSI SZOKÁSOK ÉS MOTIVÁCIÓK FELMÉRÉSE EGYETEMISTA HALLGATÓK KÖRÉBEN

A mai rohanó világban az emberek többségének szüksége van plusz energiára, amelyet általában koffeinnel, azon belül is kávéval vagy energiaitallal pótolnak. A fiatal felnőtt korosztályra jellemző az energiaitalok fogyasztása, még abban az esetben is, ha pontosan tudják, hogy mit is tartalmaznak, és milyen hatásai lehetnek az egészségre akár hosszú távon. Sokszor lehet hallani a közösségi médiában, szülőktől és barátoktól, orvosoktól, hogy az energiaitaloknak káros hatásaik is lehetnek.

Kutatómunkám témája ezáltal, hogy felmérjem: miért is fogyasztanak energiaitalt a fiatalok, mi motiválja őket és milyen tényezők befolyásolják őket abban, ha tudatában vannak annak, hogy sok negatív hatása is lehet az energiaitaloknak, továbbá dolgozatom célja az egyetemisták energiaital-fogyasztási szokásainak a megismerése.

A céljaim megvalósítása érdekében részletes szekunder kutatást követően primer piackutatást is végeztem. Kvantitatív kutatásom során egy célcsoport-orientált, online kérdőív keretében felmértem az egyetemisták energiaital-fogyasztási szokásait, valamint a TEMS modell segítségével a fogyasztás motivációit (N=897). A TEMS modellt adaptáltam az energiaitalokra vonatkozóan. Kiértékelés keretében a leíró statisztikákon kívül faktorelemzést is végeztem. A kvalitatív kutatás keretein belül szemkamerás vizsgálatot folytattam le a legkedveltebb energiaital márkák reklámjaival, valamint az energiaitalt fogyasztó hallgatók körében a kognitív disszonancia meglétét vizsgáltam.

Összességében megállapítható, hogy a hallgatók többsége tisztában van az energiaitalok összetevőivel, valamint azok negatív hatásaival. A termék fogyasztásának főbb motiváció közé sorolható, hogy jó az íze, energiát ad, élvezettel tölt el az ivása és a szimpla termék iránti szeretet. A kognitív disszonancia is megjelenik az energiaitalok vásárlásának és fogyasztásának esetében, miszerint a reklámok igen nagy befolyással bírnak a márkaértékelésekre

MINTA

ALBERT ZSÓFI
albszofi@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 7. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Fehér András
adjunktus, DE GTK

NÖVÉNYI TEJHELYETTESÍTŐ ITALOKKAL KAPCSOLATOS FOGYASZTÓI SZOKÁSOK VIZSGÁLATA

A mindennapi étkezéseink során jelentős szerepet tölt be a tej, illetve az abból készült termékek fogyasztása. Azonban a tej fogyasztásához kapcsolódó panaszok és a gyorsan terjedő világtrendek (veganizmus, etikus állattartás, fenntarthatóság) a helyettesítésére alkalmas italok térnyerését idézték elő. A növényi tejhelyettesítő italok mára már szinte az összes bolt polcain megtalálhatóak, alternatívát nyújtva ezáltal számos fogyasztónak. A megítélésük azonban nem egyöntetű, nem csak a szakemberek, de a fogyasztók is eltérő véleménnyel vannak az élettani hatásukról csakúgy, mint a helyettesítés mértékéről.

Kutatómunkám célkitűzései között szerepelt a növényi italok megítélésének felmérése egészségtudatossági szempontból, a fogyasztás gyakoriságának meghatározása, a vásárlást befolyásoló tényezők feltérképezése, valamint a márkapreferenciák okainak vizsgálta.

A céljaim elérése érdekében részletes szekunder kutatást végeztem a téma legjelentősebb területeit érintve mind hazai, mind nemzetközi forrásokat felhasználva. Ezt követte primer kutatásom, amely során a fogyasztói szokások minél komplexebb felmérésére törekedtem. Kvantitatív kutatás keretein belül nem reprezentatív és nem véletlenszerű, azonban célcsoport-orientált kérdőíves megkérdezést végeztem a növényi italt fogyasztók körében (N=624). Online kérdőívem kiértékelését leíró statisztikával, többek között kereszttábla-elemzéssel folytattam. Kvalitatív kutatásom során szakértői interjút készítettem egy, a szakmájában elismert dietetikussal a fogyasztást kiváltó leggyakoribb okok, az egészségre gyakorolt hatások, továbbá a helyettesíthetőség témakörében.

Kutatásom eredményeiből megállapítható, hogy a fogyasztók túlnyomó többsége egészségesebbnek tekinti a növényi tejhelyettesítő italok fogyasztását a tehéntej fogyasztásától, mely leginkább a laktóz- és tejfehérje-mentességben rejlik. A vásárlást befolyásoló tényezők esetében az íz kiemelkedő, amely a márkapreferencia kialakulásánál is a legjelentősebb okként említhető.

MUTA

Marketing - Élelmiszer II.

Elnök:	Dr. habil Garai-Fodor Mónika	OE KGK
Társelnök:	Prof. Szente Viktória	MATE KC Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet
Tag:	Dr. habil. Soós Mihály	DE GTK
Tag:	Dr. Pecze Krisztina	BGE PSZK
Tag:	Dr. Gyurián Nagy Nikolett	SZE KGK

MINTA

MOHR MÍRA
mohrmira@gmail.com
Marketing
MSc, 4. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Törőcsik Mária
egyetemi tanár, PTE KTK

A GOOGLE ANALYTICS FELHASZNÁLÁSA A FOOD MARKETINGBEN

A digitális tér az ételekhez kapcsolódó viszonyunkat napi szinten átszövi, legyen szó ételrendelésről, étteremválasztásról, vagy receptek kereséséről. A globális élelmiszerpiac 8,27 billió USA-dollár bevételt termelt 2021-ben, ami több mint 500 milliárd dollár növekedést jelent az előző évhez képest. (Statista Research Department, 2022) Ezen a hatalmas piacon óriási a verseny a szereplők között, és továbbra is elképesztően nagy a növekedés annak ellenére, hogy hatással vannak rá az egészséget, természetességet és a fenntarthatóságot érintő trendek. Úgy gondolom, hogy az élelmiszeriparban tevékenykedő szereplőknek, hatalmas segítséget nyújthat a Google Analytics a marketingstratégiájuk kialakításában. Kutatói munkám során vizsgáltam, hogy megismerhetjük-e a felhasználók, fogyasztók preferenciáit a Google Analytics által szolgáltatott adatokból nyert insightok segítségével. Végső célom a kutatással, hogy niche adatelemzésen túlmutató, új következtetéseket tudjak levonni a hazai digitális food piac helyzetéről. Szekunder kutatásom során a fogyasztók magatartását a food marketing online területén az aktuális marketingkommunikációs trendek mentén vizsgáltam. Primer kutatásomat pedig két részre osztottam, melynek első része egy online mélyinterjús kvalitatív kutatás, a második pedig kvantitatív adatelemzés. A mélyinterjúk keretein belül megkérdeztem a hazai gasztroblogger szcéna meghatározó alakjait adatelemzési és marketingkommunikációs szokásaikról. A szekunder kutatásban a narratívatrendek elemzése, valamint a primer kutatás összesített eredményei ellentétet mutattak. Ám a mélyinterjúkból szerzett - a piac szezonalitását érintő - insight a webhelyadatok elemzése során is beigazolódott. A Google Analytics az interneten kulcsfontosságúvá vált hiszen a század egyik legjelentősebb technológiáját képviseli. Viszont kijelenthető, hogy önmagában az, hogy egy cég rendelkezik Google Analytics-szel, az még nem jelenti azt, hogy webanalitikát végez. A kvantitatív adatelemzés során elsősorban belső adatok elemzését, felhasználói útvonal elemzést és tartalomelemzést végeztem. A 4 és fél évnyi webhelyadat elemzése során sikerült teljeskörűen megismernem a felhasználók preferenciái és érdeklődési területeik szerint több markáns csoportot állítottam fel, illetve personákat is alkottam az insightokból. Végül pedig benchmark analízist végeztem, amiből értékes következtetéseket vontam le webhelyem teljesítményének iparági átlaghoz viszonyított mivoltáról.

MUTA

KATONA PATRIK
patsldr@gmail.com
Kereskedelem és marketing
FSz, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

SZŐKE REBEKA
Kereskedelem és marketing
FSz, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Zarándné Dr. Vámosi Kornélia
adjunktus, BGE KKK

A HAZAI TEJ-ÉS TEJTERMÉKEK HELYZETE A KISKERESKEDELMI LÁNCOK ÉS A GENERÁCIÓS CSOPORTOK TEKINTETÉBEN

Feltáró kutatási munkánkat a hazai termékek körében végezzük azon belüli is a tej-és tejtermékek körét vizsgáljuk meg alaposabban.

Kutatásunkat két részre osztjuk, ahol szeretnénk megvizsgálni, hogy a tejek és tejtermékek körében megfelel-e a valóságnak a kiskereskedelmi láncok kommunikációja annak értelmében, hogy a teljesen hazai termékek nagyobb arányban találhatóak e meg, mint külföldi termékek a termékcsoporton belül.

A második részben pedig azt szeretnénk vizsgálni, hogy a generációk között hogyan változott a tejtermékek fogyasztása és hogy mennyire fontos a mai fiatalok számára a hazai termékek vásárlása Kutatásunk legfőbb kérdései tehát azok, hogy megfelel-e a kiskereskedelmi láncok kommunikációja a valóságnak, illetve, hogy a különböző generációk hogyan viszonyulnak a tejtermékekhez

- A kiskereskedelmi láncokban a hazai termékek részaránya nagyobb, mint a külföldieké
- A generációk között a tejtermékek fogyasztásában növekvő tendencia figyelhető meg
- A fiatalabb generációk jobban preferálja a hazai termékeket, mint az idősebbek

Kutatómunkánk során először szekunder kutatás keretein belül megvizsgáltuk, hogy mikor kezdtek el nagyobb jelentőséget kapni a hazai termékek majd a kutatás későbbi fázisában terepmunka keretein belül felmérést végeztünk öt kereskedelmi lánc kínálata között a termékcsoporton belül majd összehasonlítottuk a 2020-ban a NÉBIH által készített kutatás eredményeivel. Ennek eredményeképpen pedig megállapítottuk, hogy az általunk vizsgált mintába tartozó kiskereskedelmi láncokban bizonyos termékcsoportok esetében vannak csak nagyobb arányban jelen a hazai termékek

Kutatásunk második részét kvantitatív módon végeztük, melynek során online kérdőív segítségével végeztünk felmérést, hogy a különböző generációk között miként változott a tejtermékek fogyasztása, illetve, hogy a fiatalabb generáció tagjai nagyobb figyelmet fordítanak-e arra, hogy hazai tejterméket vásároljanak. A kutatásunk során a Baby Boomer, X, Y és Z generáció tagjait kérdeztük meg A kutatásunkat 2022.10.25.-2022.11.01. között végeztük, melynek eredményeként 315 válasz érkezett. Az adatok tisztítása után a feldolgozást Microsoft Excel segítségével végeztük. Melynek eredményeként kiderült, hogy az általunk vizsgáltak körében tényleg több tejterméket fogyasztanak a fiatalok azonban nem preferálják jobban a hazai termékeket, mint az idősebb generáció tagjai.

MINTA

HERCZEG PÉTER
herczegpeter02@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

NAGYMÁTHÉ NIKOLETT CSILLA
nagymathe.niki@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Mucha László
óraadó, BGE KKK

A HAZAI TEJTERMÉKEK ARÁNYÁNAK ELEMZÉSE ÉS A FOGYASZTÓK TEJTERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS ATTITŰDJÉNEK VIZSGÁLATA

Munkánk témája a hazai élelmiszerek aránya a kiskereskedelmi láncokban, valamint a tejtermékek és a hazai tejipar helyzete. Ezen kívül kutatásunk része a magyar fogyasztói magatartás és szokások vizsgálata az élelmiszerek, és azon belül a tejtermékek vonatkozásában. Dolgozatunk a kiskereskedelmi láncokban található magyar élelmiszerek arányának vizsgálatával kezdődött, ami egy 2020-as NÉBIH kutatáson alapult, azonban találtunk egy termékcsoportot, ahol jelentős különbségek voltak a hazai származású termékek arányai között kategóriánkként. Ezek a tejtermékek voltak. A kiskereskedelmi láncok polcain szinte csak magyar tejek találhatók és a tejfölök, kefirek, túrók túlnyomó többsége is hazai származású, azonban a sajtok, a vajak és a joghurtok esetében külföldi márkák termékei vannak nagyobb számban jelen.

Kutatásunkban megvizsgáltuk és elemeztük a tejtermékek piacát. A három legnagyobb forgalmú láncban saját felmérést végeztünk megfigyelés módszerével a sajtok, vajak és joghurtok választékáról, ezenfelül megvizsgáltuk, hogy mi jellemzi a hazai és külföldi termékeket a csomagolás, a kihelyezési hely és az eladóhelyi reklámozás szempontjából.

A fogyasztói magatartás és szokások felmérése céljából mélyinterjúkat készítettünk, ahol legfőképp a magyar fogyasztók tejtermékekkel kapcsolatos vásárlási szempontjait vizsgáltuk. A mélyinterjúkból kapott válaszok alapján meghatároztuk a kvantitatív kutatásunkhoz szükséges kérdőív kérdéseit. A kérdőívezéssel nyert adatokat statisztikai számításokkal elemeztük, kapcsolatokat, összefüggéseket keresve.

Kutatásunkból kiderült, hogy a magyar fogyasztók leggyakrabban sajtot, tejet, tejfölt és túrót fogyasztanak, tapasztalható eltérés nemek és vagyoni helyzet szerint. A nők több tejet és tejfölt, míg a magasabb jövedelemmel rendelkezők több érlelt sajtot fogyasztanak. Továbbá kimutatható, hogy a fogyasztóknak fontos a minőség és a származás is, azonban az ezekre utaló jelöléseket korlátozottan ismerik. A legismertebb jelölés a „magyar termék”, aminek a jelentésével az emberek nagy része tisztában volt. A minőséggel és a származással kapcsolatos információ fontos a vásárlóknak, de ezeket nem keresik direkt módon a csomagoláson. Habár kevés fogyasztó tulajdonít magasabb értéket az ilyen védjegyekkel ellátott termékeknek, mégis sokan vannak, akik magasabb árat is hajlandóak fizetni értük.

MINTA

PUSZTAI ADRIENN
pusztaiadrienn7@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BSc, 7. félév
Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Kéri Anita
adjunktus, SZTE GTK

A VEGÁN ÉLETSTÍLUST KÖVETŐK MOTIVÁCIÓI

Napjainkban egyre nagyobb népszerűségnek örvend a vegetáriánus étrend, valamint annak válfajai, mint például a vegán táplálkozási forma. Az állatok védelme, a környezetünk megóvása és a fenntarthatóság, valamint az egészséges életmód fontossága felértékelődni látszik az emberek tudatában, ennek köszönhetően egyre több ember kutat alternatívák, köztük a vegán életstílus után. A veganizmus összetett életstílus, amelynek követése mögött számos motiváció állhat. Ezen motivációk feltérképezése érdekében kutatásom során arra keresem a választ, hogy melyek azok a motivációs tényezők, amelyek arra ösztönözik a kutatásom alanyait, azaz a vegánokat, hogy vegán életstílust kövessenek. A témámhoz kapcsolódóan a kvalitatív kutatási módszert találom a leghatékonyabbnak, hiszen ezen módszer alkalmas a mélyebb ok-okozati összefüggések feltárására. A primer kutatásomat mélyinterjúk által valósítom meg, mert ez a módszer megfelelő jelenségek minőségi megismerésére, vélemények, attitűdök, motivációk feltérképezésére, amelyek a témám szempontjából elengedhetetlenek. A primer kutatásom eredményeként azt állíthatom, hogy a kutatásban részt vevő vegánok etikai okból mondanak le minden állati eredetű termék fogyasztásáról. A környezetért való tenni akarás a szelektív hulladékgyűjtésben és az újrahasznosításban is megjelenik. A kutatásban részt vevő vegánok lelki, fizikai és mentális egészsége kiegyensúlyozottnak mondható, mióta a veganizmus elvei szerint élnek. Mindezek mellett a kutatásban részt vevő vegánok szívesen fogyasztanak olyan termékeket, amelyeket vegán közösségek ajánlanak számukra, azonban igyekeznek mindezt költséghatékonyan kivitelezni. Azonban a bio- és a fair trade termékek fogyasztása nem jellemző a kutatásban részt vevő vegánok körében. Végül pedig a kutatási kérdésemre válaszolva arra a megállapításra jutottam, hogy a kutatásom alanyait az egészséges életmód ösztönzi a leginkább a vegán életstílus követése során.

MINTA

MOLNÁR MARCELL ISTVÁN
m.marci1996-2008@hotmail.com
Vezetés és szervezés
BSc, 3. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Csóka László
egyetemi adjunktus, PTE KTK

AZ EGÉSZSÉGTELEN TERMÉKEKHEZ KAPCSOLÓDÓ SPORTFOGYASZTÓI ATTITŰD BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐI

Bevezető: A tanulmány az egészségtelen termékekhez kötődő sportszponzorációt, mint marketingkommunikációs eszközt hivatott górcső alá venni. A téma aktualitását jól demonstrálja a legpopulárisabb sporteseményeken megjelenő „egészségtelen" szponzorációs tartalmak, melyek más-más terméktípusokhoz tartoznak.

Célkitűzések: A primer kutatáson keresztül a dolgozat fő célja négy különböző terméktípus sportszponzorációs megítélésének felmérése, illetve annak befolyásoló tényezőinek a feltárása. A két kutatási kérdéssel választ szerettem volna kapni arra, hogy milyen összefüggés mutatható ki az egészségmagatartás bizonyos tényezői – mint a tipikus egészségtelen termékek fogyasztása – és az „egészségtelen" szponzori tartalmak megítélése között, illetve mely egyéni jellemzők alakítják leginkább ezen véleményeket.

Módszertan: A keresztmetszeti felmérést egy kvantitatív jellegű internetes kérdőív jelentette, mely véglegesítését egy pilot kutatás előzött meg. Az adattisztítás utáni elemszám n = 250 fő volt. A kérdőív általában 5 fokú egykérdéses és csoportos Likert-skálákat tartalmazott, a statisztikai eljárások az IBM SPSS 26.0-s statisztikai programcsomaggal készültek. A hipotézisellenőrzések khinégyzet próba, egyszempontos varianciaanalízis, korrelációanalízis és lineáris regressziószámítás eszközeivel mentek végbe.

Eredmények: Az eredmények alapján elmondható, hogy az egészségtelen terméktípusok fogyasztása, mint egészségmagatartási jellemző, sokkal kedvezőbb attitűd kialakítását teszi lehetővé az „egészségtelen" szponzorációval szemben. A fogyasztott egészségtelen terméktípusok számának növekedésével ezen kedvező hozzáállás hatványozottabban igaz. Az attitűdalakító komponensek közül a konatív (fogyasztás) és kognitív (károsság megítélése) aspektusok emelkedtek ki a vizsgálat során.

MUTA

GERGÁCZ MÍRA
gergacz.mira9@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 5. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Dániel Zoltán András
egyetemi docens, PE GTK

MEGÉRI-E A KOCKÁZATOT?

Napjainkban számos diéta jelent meg a köztudatban, amelyek számottevően nagy tömeget vonzanak. Vannak, akik azért vágnak bele egy diétába, mert az jelenleg felkapott és a nem kívánt súlyfeleslegtől szeretnének megszabadulni általa, emiatt egyfajta divatkövetés alakul ki bennük. Bizonyos fogyasztók körében azonban az egészségmegőrzés a fő cél. Csakhogy azok, akik az egészségük állapotát szeretnék fenntartani, sok esetben küzdenek már alapvetően valamilyen betegségben, amely jelentős befolyással bír(hat) az étkezés kialakítására. Dolgozatomat, melyet az élelmiszerpiac témájában valósítottam meg, betekintést ad a különféle érzékenységben, vagy intoleranciában szenvedő fogyasztók élelmiszerválasztási preferenciáiba és abba, hogy milyen nehézségekbe ütköznek. Célkitűzésem között szerepelt ennek okán a fogyasztói magatartás vizsgálata az érzékenységek és intoleranciák hálóján át, s összevetni a fogyókúrát folytató emberek véleményével. Emellett pedig egy áttekintést adni olyan élelmiszeriparban tevékenykedő cégek arculatlába, amelyek a társadalmi felelősségvállalást ösztönzik. Illetve bemutatom, milyen eszközökkel, fejlesztésekkel járulnak ehhez hozzá, s mennyire kísérik figyelemmel alkalmazottjaik szükségleteit az étkeztetés terén.

Kutatásom során arra is kerestem a választ, hogy azok, akik valaha próbáltak már bármilyen diétát, legyen az valamilyen betegség vagy bármilyen személyes indíttatás következtében, az kinek a hatására valósult meg. Továbbá a diéta során felmerült nehézségekkel mennyire kitartóan tudtak megbirkózni, levetkőzve ezzel a berögzült rossz szokásokat. Amennyiben vége szakadt az egészségesebb életmód fenntartásának, az minek a következményének tudható be: az önelhatározás hiányának vagy szerepet játszik az a feltételezés is, hogy ezek a különleges élelmiszerek számottevően drágábbak, mint amennyit általában költenének a fogyasztók. Az interjú és kérdőív alapján eredményei alapján elmondható, hogy az emberek többsége próbált már valamilyen diétát, bár leginkább fogyókúrás célzattal, amelyet a megkérdezett vállalat is támogat a minél szélesebb választékú fogyókúrás termékekkel.

MINTA

Marketing - Értékesítés

Elnök:	Dr. habil Szigeti Orsolya	OE KGK
Társelnök:	Prof. Dr. Mitev Ariel	BCE
Tag:	Dr. Eisingerné dr. Balassa Boglárka	SZE KGK
Tag:	Dr. Kovács Stefan	BME GTK

MTA

KISS BRIGITTA
kissbrigitta15@gmail.com
Marketing
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Kemény Ildikó
egyetemi docens, BCE MI

A KÜLÖNBÖZŐ VÁSÁRLÓI PROFILOK ÉS AZOK ÉLMÉNYEINEK ALAKULÁSA AZ IKEA LAKBERENDEZÉSI KFT. OMNICHANNEL ÉRTÉKESÍTÉSI RENDSZERÉBEN

Szakdolgozatom során az omnichannel stratégia és a vásárlói profilok ismertetése után bemutatom a rendszer gyakorlati alkalmazásának egy példáját a hazai IKEA áruházak értékesítését elemezve.

A fő kutatási irányvonalam az egyes termékkategóriák esetén melyik vásárlói profil a jellemző, illetve felfedezhetőek eltérések és hasonlóságok a termékkategóriák különbözőségétől függően?

A fentieket kiegészítendően igyekszem a vásárlói élmény alakulását is feltérképezni, fókuszálva az alábbiakra: az élményvásárlás erős jelensége az IKEA-ban minek köszönhető, valamint van-e befolyásoló ereje az online tervezőknek? Kutatásom során az online kérdőíves megkérdezés módszerét alkalmaztam a termékek fogyasztói körében. A válaszok kiértékeléséhez IBM SPSS, illetve Microsoft Excel statisztikai szoftvereket használtam, az elemzésemet hipotézisek szerint strukturáltam, a négy előfeltevésemből kettő igazolódott be. Az elvégzett leíró statisztikai elemzések és páros T-próbák ugyanis alátámasztották, hogy az élményvásárlás jelensége nem korlátozódik le az offline csatornára, illetve, hogy van összefüggés a jellemző vásárlói profilok és a termékkategóriák tulajdonságai között.

MINTA

ZENTAI BRIGITTA
b.zentai97@gmail.com
Marketing
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Agárdi Irma
egyetemi docens, BCE GTK

A SCAN-AND-SHOP TECHNOLÓGIA ELFOGADÁSÁNAK VIZSGÁLATA – AVAGY TÉNYLEG VERSENYELŐNYT JELENT A SCAN-AND-SHOP A KISKERESKEDŐK SZÁMÁRA?

A Market Line (2021) kutatása szerint a COVID hatására az önkiszolgáló technológiák egyre gyorsabb ütemben terjednek a kiskereskedelemben. Ennek főbb okai, hogy a kiskereskedők növelni tudják a produktivitást, a kiszolgálás minőségét és csökkenteni a költségeket (Bateson 1985; Childers et al. 2001). Azonban egy új technológia bevezetésekor fontos figyelembe venni azokat a tényezőket, amelyek leginkább hatnak a fogyasztói elfogadására.

Dolgozatomban arra a kérdésre keresem a választ, hogy milyen tényezők és milyen mértékben hatnak a (TESCO által alkalmazott) scan and shop technológia kipróbálási hajlandóságára és elfogadására a TESCO-ban legalább havonta egyszer vásárlók körébe. Ezenkívül a technológia-elfogadásnak milyen hatása van a fogyasztók kiskereskedők felé irányuló elégedettségére és a lojalitására.

Az önkiszolgáló technológiák elfogadását széles körben vizsgálták már (Bert et al, 2007; Fatma et al, 2013; Blazenk et al, 2017; Muhammad et al, 2017; Jee-sun Park 2018; Junsawang et al, 2020), azonban scan and shop technológia használata utáni fogyasztói elégedettséget és lojalitást a kiskereskedelmi egység iránt nem kutatták, így dolgozatom ezt a kutatási rést tölti be.

Először ismertetem a technológia-elfogadás alapfogalmait és elméleteit. Ezután az önkiszolgáló technológia elméleti keretrendszerét mutatom be, majd azt, hogy milyen önkiszolgáló eszközöket használnak a magyar kiskereskedők. Ismertetem a kiskereskedelmi önkiszolgáló technológiák előnyeit és hátrányait, valamint az elfogadásukat meghatározó tényezőket és szituációkat is. Az elméleti áttekintés utolsó pontjaként a kiskereskedelmi önkiszolgáló fizetést definiálom, valamint ennek az elfogadására és szakirodalmi összefoglalására is kitérek. Bemutatom az önkiszolgáló technológiák hazai piacát. Majd az elméleti háttér és a piacelemzés alapján megalkottam a kutatási koncepcióm és hipotézisrendszerem. Végül az alkalmazott módszertanom és a kutatásom eredményeit részletezem. A kutatási kérdés megválaszolásához többféle módszert alkalmaztam. Szakértői interjút készítettem, majd megfigyeltem a magyar kiskereskedők körében, hogy milyen technológiákat és milyen mértékben alkalmaznak. Végül online kérdőíves megkérdezés és SEM elemzéssel teszteltem a hipotéziseimet.

Kutatásom alapján a technológia-elfogadás jelentős összefüggést mutatott a kiskereskedővel való elégedettséggel és lojalitással. A kutatási eredmények pedig kiemelkedő gyakorlati hasznosíthatósággal bírnak a kiskereskedelmi vállalatok számára.

TÖLGYES VERONIKA
tolgyes.veronika@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 7. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Bakosné Dr. Kiss Virág Ágnes
adjunktus, DE GTK

AZ ÖSSZETETT MARKETING SZEMLÉLET KIALAKÍTÁSÁNAK SZEMPONTJAI A FELSŐOKTATÁSI MARKETINGBEN

Az oktatásmarketing rendkívül változatos, folyamatosan fejlődő és megújuló területe a marketingtudománynak, melynek aktualitása vitathatatlan. Napjainkban egyre kiemeltebb szerepet tölt be a marketing ezen területe, hiszen az oktatási intézmények – jellemzően az egyetemek – felismerték az általuk alkalmazható marketingkommunikáció fontosságát, az abban rejlő előnyöket és lehetőségeket, ezért a felsőfokú intézmények elsődleges célkitűzései között szerepel a hatékonyan működő egyetemi marketing kidolgozása.

Szekunder kutatásom célja az volt, hogy egy olyan szemléletmód alapján mutassam be és vizsgáljam meg ezt a területet, amely leginkább az ok-okozati összefüggéseket tárja fel és folyamatok egymásutániságát kutatja.

A szakirodalmi áttekintés eredményeire épülő egyik primer, kvantitatív kutatásomban az oktatásmarketing egyik leglényegesebb részterületét emeltem ki, azon belül is a beiskolázási marketinghez szorosan kapcsolódó szempontok és tényezők megítélését vizsgáltam az elsődleges célcsoport körében, a Z-generáció tagjainál egy online megkérdezés alapú vizsgálattal (N=505). Emellett annak érdekében, hogy párhuzamot vonhassak a célcsoport és a felsőoktatási intézmények kommunikációjának főbb pontjai és a támasztott elvárások között, egyes egyetemek web- és közösségi média ol-dalait elemeztem egy megfigyelés keretében egy előzetesen kialakított, tudományos értékelési rendszer szerint.

Kutatómunkám során beigazolódtak a belsőmarketing meghatározó szerepével, valamint a felsőoktatási intézmények által nyújtott társ-, kiegészítőszolgáltatásokkal kapcsolatos hipotéziseim, mivel az eredmények alátámasztották az előzetesen megfogalmazott állításaimat: a célcsoport döntést befolyásoló szempontjai közül kiemelkedett mindkét kategória. Emellett sikerült hasonlóságot találnom a profitorientált vállalatok marketingtevékenysége és egyes intézmények felsőoktatási marketingkommunikációja között, ezzel igazolva a harmadik hipotézis helytállóságát.

MTA

DEBRENSZKI ESZTER
eszterdebrenszki@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. habil Kása Richárd
tudományos főmunkatárs, BGE PSZK

BODY POSITIVITY/TESTKÉP POZITIVITÁS A MARKETING GYAKORLATBAN

A negatív testkép az elmúlt évszázadban komoly társadalmi problémává nőtte ki magát, amely szinte a népesség egészére kihatással van. Egyre gyakrabban találkozhatunk olyan legfőképp nőket megcélzó reklámokkal és kampányokkal, amelyek a testről alkotott kép elfogadását erősítik, mindez köszönhető a vállalatoknak, akik különböző módon szövik bele marketingstratégiájukba a testkép pozitivitást és az inkluzivitást, amelynek segítségével nem csak a fogyasztók, de saját maguk is profitálnak.

A dolgozatom során azt vizsgáltam meg, hogy az emberek közösségi média használata milyen befolyással van a testképükről alkotott véleményükre, hogy van-e kapcsolat az emberek testképe és a más személyekkel való összehasonlítás között. Kutatásomban megfigyeltem, hogy a Magyarországon élők legfőképpen a nők hallottak és találkoztak-e már a testkép pozitivitás fogalmával és annak különböző kampányokban való megjelenésével.

A téma átfogó vizsgálata érdekében vegyes kutatást végeztem. Kvalitatív kutatásom során online tartalomelemzést és interjút végeztem, hogy megtudjam az emberek, hogyan viszonyulnak a véleményvezérek testkép pozitív bejegyzéseihez, valamint Magyarországon mit gondolnak, hogyan állnak az emberek a testkép pozitivitáshoz és az inkluzivitáshoz.

A k vantitatív kutatásomban három hipotézist vizsgáltam és kérdőív segítségével gyűjtöttem adatokat:
H1: A kinézethez és testalkathoz kapcsolódó tartalmak fogyasztása a közösségi médiában hatással van az embereknek a saját maguk és a divat-, valamint szépségiparban tevékenykedő emberekkel való összehasonlítására.
H2: A testmagasság és az embereknek a saját maguk összehasonlítása a divat-, valamint szépségiparban tevékenykedő emberekkel tényezők között szignifikáns kapcsolat van.
H3: A testtömeg és az embereknek a saját maguk összehasonlítása a divat-, valamint szépségiparban tevékenykedő emberekkel tényezők között szignifikáns kapcsolat van.
Az elemzés során bebizonyosodott, hogy azok az emberek, akik sok a kinézettel kapcsolatos közösségi média tartalmat fogyasztanak és akik minél alacsonyabbak, hajlamosabbak magukat másokkal összehasonlítani. A testtömeggel összefüggésben nincs szignifikáns kapcsolat.

MINTA

GYŐRI LUCA ANDREA
luca.gyori@gmail.com
Marketing
MSc, 1. félév
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Petruska Ildikó
egyetemi docens, BME GTK
Iványi Tamás
egyetemi tanársegéd, BME GTK

ÉLMÉNYBEVONÓDÁST NÖVELŐ INNOVATÍV MARKETING MEGOLDÁSOK A KULTURÁLIS SZOLGÁLTATÁSOKBAN

Kutatásom alapkoncepciója a fogyasztói élmény és a fogyasztói bevonódás összekapcsolása a magaskultúra területén. A fogyasztói élménybevonódás növelése tág teret ad a kreatív marketing megoldásoknak, innovációknak, s nem utolsó sorban a digitalizációban rejlő lehetőségek kihasználásának, amelyek növelik a fogyasztók involváltságát, elköteleződését, ami napjainkban a verseny kulcsfontosságú tényezője.

A kultúra területén számos izgalmas és újszerű megoldással lehet találkozni, ilyen például az egyre népszerűbb múzeumok, színházak stb. éjszakája, vagy a könyvkiadók, galériák és kávézók együttműködése. Ezek mellett a kutatásomban a művészet „demokratizálódásával" is foglalkoztam, vagyis azzal a jelenséggel, amikor az irodalom, a költészet, a festészet alkotásai és a mindennapi fogyasztási cikkek között különféle kapcsolódási pontok jönnek létre.

A szakirodalmi háttér feltárását követően primer kutatásom a kínálati oldalt vizsgálja, amellyel az élménykoncepciót, az élménymodellek különböző összetevőit és a fogyasztói bevonódás, a co-creation lehetőségeit kutattam a kultúramarketing területén. Ennek érdekében húsz darab mélyinterjút készítettem kulturális intézmények szakembereivel, illetve kulturális kreatív események szervezőjével, valamint kulturális termékeket gyártó márkák képviselőjével. Ezzel sikerült rálátást szereznem a magaskultúrához köthető termékek, események céljaira, miszerint az edukáció mellett az élmények nyújtása, növelése, a szórakoztatás is kiemelt szempont, amellyel nem csak a meglévő törzsközönséget szeretnék megtartani, de új célcsoportokat is szeretnének megszólítani, mint például a Z generáció tagjait.

A kvalitatív módszer után a fogyasztói, vagyis keresleti oldal vizsgálatára kvantitatív kutatást végeztem, melynek fő kutatási kérdése, hogy hogyan tudják elérni a Z generáció tagjait a kulturális intézmények. A kérdőíves megkérdezés eredményei rámutatnak az egyes művészeti ágak közötti eltérésekre mind az élmények összetevői, mind az újszerű helyszínek és a bevonódás tekintetében. Jelentős különbség mutatható ki a fogyasztók között az egyes műfajok preferenciái alapján, illetve kiemelkednek azok a fogyasztók is, akik több művészeti ágat is preferálnak. A kvantitatív kutatás egyik fontos tanulsága, hogy a vizsgált innovatív megoldások hatékonyabbak lehetnek a már meglévő fogyasztókkal való kapcsolat elmélyítésében, mint az új célcsoportok elérésében.

MUTA

SEJKÓCZKI VIVIEN
vivien.sejkoczki@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:
Dr. Király Éva PhD
főiskolai docens, BGE KVIK

KATEGÓRIAMENEDZSMENT A GYAKORLATBAN

A kategóriamenedzsment a mai világban elengedhetetlen és fontos terület, ezzel kategóriákra összpontosítva alakítható ki a vállalati stratégia, maximalizálható a profit és teremtett érték. TDK dolgozatomban azért ezt a témát vizsgáltam, mivel jelenleg is a METRO Kereskedelmi Kft-nél dolgozom. A kutatás célja az volt, hogy összehasonlítsa a szakirodalmat, a gyakorlati tapasztalatokat és a fogyasztói nézőpontot a kategóriamenedzsmentről és a vásárlási preferenciákról. Korábbi kutatások is vizsgálták már a témakör egyes aspektusait, az AC Nielsen kutatásai szerint a vásárlási döntések mintegy 70%-a polcok előtt történik.

A kutatásomat a következő kérdések és megállapítások vezették:
Milyen jellemzőjű perszónákat lehet kialakítani, ezek hogyan segítik a vállalat döntéseit? Milyenek a fogyasztók vásárlási preferenciái, mennyire kategóriafüggőek, változhatnak-e? Emellett feltevésem, hogy a kategóriamenedzserek és a fogyasztók eltérő módon gondolkodnak a választékkialakításról. Kvalitatív módszerrel, félig strukturált interjút készítettem a METRO Kereskedelmi Kft. négy kategóriamenedzserével a friss-, és ultrafriss területekről. Egy háromszöginterjú keretein belül pedig további egy menedzserrel és két junior menedzserrel jártuk körbe a témát. A személyes érintettségük mellett a beszállítói és a fogyasztói témaköröket érintettük. Megtudhattam, hogy a gyakorlatban hogyan alkalmazzák a kategóriamenedzsmentet a mindennapokban és milyen hatással van ez a stratégiai, valamint a taktikai döntésekre. Ezen szempontok mind-mind befolyásolják a vásárlók döntéseit, preferenciáit, elégedettségüket. Az interjúkat a tartalomelemzés módszerének segítségével elemeztem.

Kvantitatív kutatásként a kérdőíves megkérdezés módszerét alkalmaztam a fogyasztókon. Online felületeken juttattam el a kérdőívet, 143 válasz érkezett. A témakörök a vásárlási szokásokat és gyakoriságát érintették. A megkérdezés végét demográfiai kérdésekkel zártam. Az eredményeket statisztikai módszerekkel elemeztem és vontam le következtetéseket a preferenciák változásáról és kategóriafüggőségéről.

Összességében elmondható, hogy nem történt újdonság és a menedzserek a szemléletmódot alkalmazásával döntéseket hoznak, optimalizálnak. A kutatás megmutatta, hogy ugyanazok a preferenciák a fontosok mind a fogyasztóknak, mind a kategóriamenedzsment szemléletmódot alkalmazó beszerzőknek, kategóriamenedzsereknek, azonban ezek sorrendje eltérően alakult a két csoport válaszait összehasonlítva.

MUNKA

TÓTH ZOLTÁN
toth.zoltan.997@gmail.com
Marketing
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Marketing Intézet

Témavezető:
Dr. Kenesei Zsófia
egyetemi tanár, BCE MI

KERESZT- ÉS FELÜLÉRTÉKESÍTÉSI ELÕREJELZÉS A MAGYAR TELEKOMMUNIKÁCIÓS SZEKTORBAN - VÉLETLEN ERDÕ MÓDSZERREL

Dolgozatom kutatási kérdése az volt, hogy "A véletlen erdő módszer segítségével milyen módon és mekkora mértékben segíthető elő a hazai telekommunikációs szektorban a felül- és keresztértékesítés?". A kutatásomnak azért e témát választottam, mert a kereszt- és felülértékesítésről kevés szó esik a lojalitáshoz vagy a lemorzsolódáshoz képest a marketinghez kapcsolódó kutatásokban. Ezen területen a telefonos értékesítés tekintetében nagy probléma, hogy még mindig heurisztikus módon kerülnek megkeresésre a fogyasztók, amely rontja a fogyasztói élményt, a vállalat költségeit pedig növeli. Ezen a téren hozhat megoldást a mesterséges intelligencia, amely szinte tudtunkon kívül szivárgott bele mindennapjainkba és vált a XXI. század egyik legfelkapottabb témájává.

A kutatásom során hazai és nemzetközi szakirodalmak feldolgozásával jártam körbe a marketing kereszt- és felül értékesítéshez releváns területeit, a telekommunikációs és pénzügyi szektorra különös hangsúlyt fektetve, emellett három különböző predikciós módszert is bemutattam. A dolgozatom kvantitatív kutatási részében egy több, mint 42 millió adatponttal rendelkező valós vállalati adatbázissal dolgoztam. Ezen az adatbázison végzett munkám eredményét részletesen dokumentáltam az adatok előkészítésétől kezdve a véletlen erdő modell paraméterezéséig, amely segítségével az otthoni internet előfizetéshez kapcsolódó felfelé történő migrációt prediktáltam.

A modell képes volt a teszt adatokon megtalálni a 79,9%-át azoknak a fogyasztóknak, akik hajlandóak magasabb internet csomagra váltani, illetve képes volt a sikeres hívások arányát ~ 26,16%-ról 89,2%-ra növelni. Az eredmények könnyebb értelmezhetőségének érdekében esettanulmányt is készítettem, amelyből kiderült, hogy egy Magyar Telekom méretű vállalat esetében a modell több, mint 500 millió forinttal növelhetné az éves működési eredményeket, illetve ~1156%-os ROMI-t lenne képes elérni.

MINTA

FARKAS KIRA ZOÉ
farkaskira.99@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:
Dr. Magyar Norbert PhD
főiskolai docens, BGE KVIK
Dr. Németh Szilárd PhD
főiskolai docens, BGE PSZK

POP-UP VAGY POP-DOWN. SZEZONÁLIS ÁRUHÁZAK A MAGYAR PIACON

A pop-up üzletek fogalma egyre ismertebb a 21.században és egyre gyakoribb, hogy népszerű márkák is nyitnak szezonális áruházakat, annak érdekében, hogy kapcsolatot építsenek a vevő és a márka között. Marketing stratégiaként globálisan elterjedtek a szezonális áruházak, mégis hazai fogyasztókkal végzett kutatásokról kevesebbet lehet olvasni, még annak ellenére is, hogy a magyarországi piacon is megjelennek pop-up üzletek. Ezek alapján érdemesnek tartottam feltárni a hazai piacot, a fogyasztói igényeket. Kutatásom célja, hogy megismerjem a hazai fogyasztók elvárásait és gondolkodását a pop-up üzletekkel kapcsolatban.

Témaválasztásom oka egyrészt személyes érdeklődés, másrészt pedig úgy gondolom, hogy szakmailag is fontos a téma felvetése, mivel a hazai marketing-szakemberek nem szentelnek elég figyelmet, illetve nem fektetnek elég időt és energiát ennek a viszonylag új kereskedelmi eszköznek a megismerésére.

Kutatásom fő kérdése, hogy a nemzetközi szakirodalmakban ábrázolt és a hazai fogyasztók által körülírt véleményrendszer és kép mennyire azonos és miben tér el, azaz a hazai fogyasztók mennyire gondolkodnak máshogy a szezonális áruházakról.

A vizsgálatok során kvalitatív és kvantitatív módszert is alkalmaztam, annak érdekében, hogy dolgozatomban a témát átfogóan tudjam elemezni. A kvalitatív kutatás részeként minifókuszcsoportos vizsgálat keretein belül három eszközt használtam. Először kép asszociációs technikát, mely során a megkérdezettek véleményére voltam kíváncsi a pop-up üzletek és a hagyományos üzleteket tekintetében. Ezt követően a Menti.com platformon egy elemzést támogató eszközt alkalmaztam, melynek segítségével szófelhőt kellett alkotniuk az alanyoknak. Végezetül az általam összeállított vezérfonal alapján feltettem kérdéseimet. A kvalitatív kutatásom során megismertem a fogyasztói igényeket. A beszélgetések alapján kapcsolatokat fedeztem fel a vásárlási élmény és kedvezmény, lokáció, belső tér, termékválaszték és személyzet tekintetében. A fiatal megkérdezettek vásárlását a kedvezmények befolyásolják leginkább.

A kvantitatív kutatásomban egy online platformon elérhető kérdőíves adatgyűjtést végeztem, melynek a középpontjában a hazai fogyasztók elvárásrendszere volt. A kapott eredmények alapján a 30 év alatti korosztály tagjai számára nagyobb értéket képviselnek a limitált és egyedi termékek, mint másoknak. Emellett az is kiderült, hogy a nők szívesebben vásárolnak divatcikkeket, míg a férfiak szívesebben vásárolnak sportfelszereléseket.

MINTA

BESENYEI VIKTÓRIA ENIKŐ
besenyei.viki@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BSc, 7. félév
Budapesti Metropolitan Egyetem
Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:
Marczellné Dr. Szilágyi Eszter
főiskolai docens, METU ÜKTF

RENDHAGYÓ ELEMEK A SZOLGÁLTATÁSMARKETINGBEN - KÜLÖNCÖK, VAGY INNOVÁTOROK?

Szakdolgozatomban körül járom a szolgáltatásmarketing és a kreativitás témakörét. Ismertetem a szolgáltatásmarketing fogalmát, valamint a HIPI elv részletes bemutatása mellett arról is írok, hogy az emberi tényezők mennyire fontos szerepet játszanak a szolgáltatásmarketingben.

Kifejtem, hogy mit is jelent a kreativitás, hogy válhat egy csoport vagy egy személy kreatívvá a szakmai életben, valamint a fogyasztói élmény fontosságáról írok és a fogyasztók szerepét mutatom be, mindezeket az esettanulmányommal alátámasztva. Dolgozatom célja, hogy minél nagyobb betekintést nyerhessek a szolgáltatók által megálmodott és megvalósuló marketing koncepciók lényegébe, ezáltal elemezve a piaci siker alapjait. Kutatásom során arra kerestem a válaszokat, hogy hol a helye a kreativitásnak a szolgáltatási szektorban? Milyen módon lehet beépíteni az innovatív elemeket a teljesebb és magasabb szintű fogyasztói élmény létrehozásának folyamatába? Hogyan kapcsolódhat a kreatív ötletet megálmodó alapító személyisége a különleges szolgáltatások teljes megvalósítási folyamataihoz? Ezen kérdések megválaszolását a szekunder kutatásom szakirodalmi információi mellet, a primer kutatás gyakorlatiasabb és a lehető leginkább aktualitásra fókuszált lehetőségeit kihasználva; három nagyon különleges alapkoncepcióval rendelkező kávézón elvégzett esettanulmány-elemzés által ismertetem. A fogyasztói élmény részletes feltárásához félig strukturált interjúkat készítettem, a kávézókba látogató vendégekkel. Valamint, a vezetői oldal megismerése és az alapkoncepció megismerése végett az alapítókkal készült vezetői interjúim által egy komplex képet kapunk a kreatív szolgáltatási szektorról.

MUTA

TORMA VIVIEN
torma.vivienn@gmail.com
Marketing
MSc, 5. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Dr. Kiss Gabriella Katalin
egyetemi docens, BCE VGI

RÓLUNK? VELÜNK! – TÁRSADALMI MARKETING AZ I. KERÜLETI ÁLLAMPOLGÁRI TANÁCS NÉPSZERŰSÍTÉSÉHEZ

Dolgozatom témája a társadalmi marketing használata az I. kerületi állampolgári tanács népszerűsítéséhez. A társadalmi marketing célja a társadalmi hasznosság, jóllét növelése, melyhez az állampolgári tanács népszerűsítése hozzájárulhat. Hazánkban működő képviseleti rendszer kiegészítésének remek eszköze lehetne az állampolgári tanács, melyben laikusok közügyekkel kapcsolatos konszenzusos döntést hoznak. Az állampolgári tanács az állampolgárok politikai döntéshozatalba való bekapcsolásával növelheti az emberek jóllétét. Használatával az állampolgárok aktívvá válnak a közügyekben, hozzájárul a tudatos állampolgárrá neveléshez és lehetőséget biztosít a problémák feltárására. Hosszú távon az állampolgári tanács hozzájárulhat a minőségibb politikai döntéshozatalhoz, a legitimációs deficit csökkentéséhez és a politikai intézményekbe vetett bizalom növeléséhez.

A dolgozat megírásával elsődleges célom az I. kerületi állampolgári tanács népszerűsítéséhez használható társadalmi marketing kampány előkészítése volt. Ehhez kvalitatív kutatást végeztem, mely során megállapítottam milyen üzenet átadásával célszerű tagokat toborozni az ÁT-hoz. Feltártam hogyan befolyásolja a politikai intézményekbe vetett bizalom a jelentkezési hajlandóságot. Továbbá feltérképeztem a transzparencia szerepét az ÁT estén.

A kvalitatív kutatásnál a műhelymunkán résztvevő tagok jelentkezési motivációit és a műhelymunkával kapcsolatos élményeit vizsgáltam. Az adatgyűjtést interjúk, kérdőívek és résztvevő megfigyelés által végeztem. Az elemzési módszereknél tartalomelemzést, SWOT analízist és leíró statisztikát használtam.

Az eredmények alapján a tagok toborzásánál az önkormányzati döntéshozatalba való becsatlakozás lehetőségét célszerű kiemelni. A jelentkezési hajlandóságot növeli a politikai intézmények irányába tanúsított bizalmatlanság, de mindenképpen szükséges egy minimális bizalmi szint megléte a jelentkezéshez. Az állampolgári tanácsnak korlátozottan kell transzparensen működnie, alapvetően átláthatónak kell lennie, de bizonyos részfolyamatokat nem kell a nyilvánosság számára elérhetővé tenni.

A kutatásom jó kiindulási alap lehet további kutatások estén, amit a jövőben az új eredmények fényében tovább lehetne pontosítani. Érdekes lehet megvizsgálni, hogy egyes kerületek estén milyen motivációk, illetve gátló tényezők lehetnek a koncepció népszerűsítése esetén. Vajon miben hasonlítanak, és miben térnek el egymástól a különböző kerületek? Lehet-e egységes marketingstratégiát kialakítani?

MINTA

Marketing - Fenntarthatóság

Elnök:	Dr. Szabóné Benedek Andrea	MATE KRC AÉGI
Társelnök:	Prof. Dr. Szakály Zoltán	DE GTK
Tag:	Dr. Kelemen-Erdős Anikó	BME GTK
Tag:	Dr. Putzer Petra	PTE KTK

MTA

NAGY BOGLÁRKA
nagy.boglarka7707@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 7. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Fehér András
adjunktus, DE GTK

A FENNTARTHATÓSÁG SZEREPE A MARKETINGBEN, AZ INFLUENCEREK HATÁSA A „ZÖLDÜLÉSRE”

A környezetvédelem a modern kor egyik legkardinálisabb problémája, mely gyorsan a szakértők központi témakörévé vált. Talán utóbbi tényezőnek köszönhető, hogy az emberek számára egyre inkább kezd elsődleges szemponttá válni a fenntarthatóság.

Kutatásom fő célja volt, hogy a szakirodalom és primer kutatáson keresztül nagyobb tudásra tegyek szert a környezetvédelem szerepére a marketing üzenetek kialakítása során, valamint, hogy mennyire vált relevánssá, hogy egy véleményvezér hangot adjon fenntarthatósági törekvéseinek. Emellett, szerettem volna nagyobb belátást nyerni a fogyasztói attitűdökbe a témával kapcsolatban.

Dolgozatom elkészítése során elsődleges szemponttá vált, hogy egy olyan szakirodalmi áttekintést alakítsak ki, melyben nem csupán hazai, hanem nemzetközi szekunder adatok alapján egy átfogó képet alkossak a környezetvédelemről. Ezzel kapcsolatban pedig kitértem a főbb természeti problémákra, a fenntarthatóság kritériumaira, melyek vonatkoznak a fogyasztókra, a vállalatokra és azok termékeire és szolgáltatásaira. Továbbá, a marketingben is egyre nagyobb szerepet játszik a „zöldülés”, mely már az influencerek körében is egyre inkább elterjedt.

A primer kutatásom során a kvalitatív és kantitatív vizsgálat egyes technikáit alkalmaztam, melynek keretein belül három tartalomgyártóval vettem fel a kapcsolatot szakértői interjú formájában, valamint egy kérdőíves megkérdezést is lebonyolítottam. Az interjún keresztül betekintést nyerhettem az influencerek tapasztalataihoz a felhasználók és a vállalatok fenntarthatósági törekvéseivel kapcsolatban, illetve, hogy számukra mennyire kardinális, hogy ezen ambícióikat megmutassák a nagyközönség előtt. Az online kérdőíves megkérdezés nem reprezentatív módon zajlott, mely során 448 értékelhető válasz érkezett. Célom pedig az, volt, hogy a válaszadók környezetvédelmi attitűdjeibe nyerjek nagyobb belátást és ebből pedig összefüggéseket, illetve következtetéseket tudjak levonni.

Kutatásom folyamán beigazolódtak azon felvetéseim miszerint, az árérzékenység jelentősen összefügg a fogyasztói tudatosság mértékével. Emellett azon hipotéziseimet is elfogadhatónak véltem a különböző szakirodalmak és primer információk alapján, hogy a környezetvédelmi tudatosság növekedése kapcsolatba hozható a vállalatok és influencerek fenntarthatósági szerepvállalásának fontosságával.

MINTA

MÉSZÁROS VIVIEN
mesz.vivi05@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 7. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Sasné Dr. Grósz Annamária
egyetemi docens, PE GTK

A SZEMÉLYISÉGTÍPUSOK ÉS ONLINE VÁSÁRLÓI CSOPORTOK ELEMZÉSE A PANNON EGYETEM HALLGATÓINAK KÖRÉBEN

Minden cég marketing módszereit meghatározza, hogy kiket tekint a vállalkozás célcsoportnak. A különböző döntési tényezők közül, amelyek hatással vannak a fogyasztó végső elhatározására, kiemeli a kutatás a személyiséget. Ugyanis az alapvető személyiség hatással van több olyan tulajdonságra, amelyek meghatározhatják a vásárlás végkimenetelét. Éppen ezért, a cél, hogy megállapítható legyen a különböző személyiségtípusoknak az online vásárlási szokásaik. Ezáltal kiderül, hogy csak a személyiséget alapelvével, jelentős mmértékben eltérő vásárlói csoportokba sorolhatók-e a fogyasztók. Ebben a folyamatban a DISC személyiségteszt és az online vásárlói szegmentálás nyújt segítséget. A reprezentatív eredmény érdekében a Pannon Egyetem hallgatóinak körében készült a felmérés, korlátozva az online vásárlási szokásokra, hiszen ez a vásárlási forma egyre többek számára válik elsődlegessé.

A kutatás során felállított négy hipotézis helytállósága a kvantitatív módon, online kérdőívezés formájában érkezett válaszok alapján állapítható meg. A felmérés kitér a személyiségtípusra, illetve többek között az online vásárlás gyakoriságára, időtartamára és okára is. Ennek eredményeként megállapítható, hogy a különböző vásárlói csoportokat, milyen személyiségtípussal rendelkező személyek alkotják, és mekkora arányban. Ez pedig segíthet hatékonyabbá tenni a marketing kampányokat, hiszen minden személyiségtípus más-más tulajdonságokat tart elsődlegesnek.

MINTA

LUKÁCS BENCE
bencelukacs@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 4. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Bauerné Dr. Gáthy Andrea
adjunktus, DE GTK

AZ ÖKOMARKETING ÉS KOMMUNIKÁCIÓ SZEREPE, ILLETVE KIHÍVÁSAI VÁLLALATI ÉS FOGYASZTÓI SZINTEN

Az utóbbi időszakban a klímavédelem szerepe felértékelődött, melynek egyik eszközeként megjelent az ökomarketing jelensége. A tanulmány bemutatja a zöld marketing egyes területeit vállalati és fogyasztói oldalon.

Elsőként a zöld marketing fogalma, a gyakorlatával járó előnyök és kihívások, illetve a zöld 4P stratégia kerül bemutatásra. Majd a greenwashing, a zöld és a social media marketing gyakorlata, illetve fogyasztókra irányuló hatása jelenik meg.

Ezt követően szekunder kutatás segítségével hazai, illetve nemzetközi vállalati példákon keresztül ismertetésre kerül az ismert cégek által alkalmazott zöld 4P, illetve greenwashing gyakorlat. Primerkutatásként -a fókuszcsoportos interjúk során a fogyasztóknak a zöld termékekkel, címkékkel, üzenetekkel, cégek törekvéseivel kapcsolatos hozzáállásának, vásárlási szokásainak vizsgálatára kerül sor; -a netnográf elemzés feltárja az online felhasználóknak a vállalatok zöld social media marketingjéhez való viszonyulását; -a debreceni Vitesco céggel készült mélyinterjú körüljárja a vállalatok fenntarthatóságban betöltött szerepét, 4P zöldítésének a jelentőségét.

Munkám rámutat a zöld marketing rejtette lehetőségekre és főbb problémákra. Számos vállalat kiveszi a részét a klímavédelemben 4P tevékenységével, fenntarthatóbb csomagolóanyagok, ökodizájn, redisztribúciós, zárt logisztikai rendszerek, promóciók stb. biztosításán keresztül. A greenwashing etikátlan gyakorlata is jelen van, ami veszélyeztetheti az ökotermékek piacát és a többi, környezetvédelmre valóban figyelmet fordító cég hitelességét.

A fókuszcsoportos interjúk alapján fogyasztók vásárlási döntéseiket nagyrészt tapasztalatuk és az ár alapján hozzák meg, nem pedig környezeti szempontok szerint. A pszichográfiai jellemzők nagyobb hatást gyakorolnak a vásárlási döntések során, mint a demográfiai tényezők. Elengedhetetlen a fogyasztók edukálása, környezettudatosságának növelése. Az oktatási intézményeknek, márkáknak és a munkáltatóknak is egyaránt részt kell ebben venniük.

A cégek okulhatnak az internetes felhasználók kommentjeinek visszajelzéseiből, kritikáiból, ötleteiből és eszerint változtathatnak zöld marketingtevékenységükön. Ahhoz, hogy a zöld marketing hiteles eszköze legyen a klímavédelemnek, szigorúbb szabályokat, több ellenőrzést, nagyobb transzparenciát és súlyosabb büntetéseket szükséges eszközölni.

MUNKA

EZDINI IDRAK
idrakezdiniidrak@gmail.com
International economy and business
MA, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Dr. Gáspár Tamás CSc
egyetemi docens, BGE KKK

A VÁLLALATOK MINT A FENNTARTHATÓ FOGYASZTÓI MAGATARTÁS HAJTÓERŐI

Jelen kutatás célja olyan stratégiák és akciók feltárása, amelyekkel a vállalatok a vásárlóikat fenntartható fogyasztásra tudják ösztönözni. A vizsgálat az alábbi kutatási kérdések mentén koncentrálódik: 1. Melyek a nem fenntartható fogyasztói magatartás okai? 2. Melyek a leginkább megbízható reklámok és motivációs források a fenntartható fogyasztás ösztönzésére? 3. Miként alkalmazható a SHIFT keretrendszer a fenntartható fogyasztói magatartás kialakítására? 4. Milyen konkrét tevékenységet folytat a Roche vállalat mindezen célokért? 5. Milyen megoldásokat és stratégiákat lehet azonosítani a fenntartható fogyasztás tudatosításában és alkalmazásában?

A kutatás módszertana három pillérre épül. Egyfelől 240 válaszadó fogyasztóra vonatkozó kérdőív keresztelemzésére. A válaszok a fogyasztói oldalról vizsgálják a fenntarthatóság iránti közömbösség okait, motivációs lehetőségeit és megoldási javaslatait. Másrészt a vállalati oldalról a CSR-t (Vállalatok társadalmi felelőssége) és SDG-t (Fenntarhatóság fejlesztési célok) alkalmazó Roche Budapest Magyarország esettanulmányát dolgoztam fel. A gyakorlati példa vizsgálata segít azonosítani olyan stratégiákat, amelyekkel a fenntarthatósági iránti fogyasztói tudatosság és ennek alkalmazás növelhető. Végül, a SHIFT modell rendszer alkalmazása.

Az eredmények azt mutatják, hogy a nem fenntartható fogyasztói magatartás mögött a szokásokat negatívan befolyásoló hitrendszer húzódik meg. A legfontosabb tényezők között megjelenik a fenntarthatósággal, ezen termékekkel és szolgáltatásokkal, valamint a vállalati SGD és CSR akciókkal kapcsolatos információk és tudás hiánya. Ennek következtében a vállalatoknak a leghatékonyabb csatornákat és motivációs eszközöket kell alkalmaznia egy fenntartható fogyasztási profil kialakítása érdekében. További eredmény, hogy a vállalatok hasznát vehetik a SHIFT modell négy aspektusának, hogy a fogyasztók is részesei lehessenek a fenntarthatósági politikának, és új fogyasztási szokásokat alakítsanak ki. A változó fogyasztói magatartás jobb életkörülményeket alakít ki, és a vállalati a vállalati bevételek növekedésével is jár. Ezzel egyidejűleg a fogyasztók és vállalkozók közösen alkalmazhatják a fenntartható fogyasztás és termelés 12 célzott eszközét, amely a bolygónk életkörülményeinek javulását hozhatja.

MUNKA

SZÁNTÓ MÍRA ANNA
szmira1463@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 7. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Balsa-Budai Nikolett
doktorandusz, DE GTK

FENNTARTHATÓ SZÉPSÉGÁPOLÁSI TERMÉKEK ÉS A MARKETINGMIX KAPCSOLATA

A dolgozatomban a fenntarthatóságot vizsgálom, a szépségápolási termékek és a marketingmix kapcsolatát térképezem fel a primer kutatás során. Arra a kérdésre keresem a választ, hogy a marketingmix fenntartható elemei hogyan jellenek meg a termékekben, illetve ezeket hogyan észlelik és véleményezik a fogyasztók.

Primer kutatásom során mélyinterjúkat készítettem 7 különböző fenntartható szépségápolási vállalkozókkal, valamint kérdőíves megkérdezést alkalmaztam, 200 fő töltötte ki. Legfőbb eredményeim közé tartozik, hogy a fenntartható termékek ára magasabb az alapanyagár miatt, viszont a fogyasztók ezt nem feltétlenül hajlandóak kifizetni, ha drágább, mint a hagyományos, akkor nem a fenntarthatót választják. Ezek alapján a kutatásom egyik legfontosabb következtetése, hogy a termékek bekerülési értéke magasabb mint a hagyományos szépségápolási termékeké, de a fogyasztók nem hajlandóbbak magasabb árat, kifizetni, ezáltal nem érhető el ugyanakkora profit, mint a hagyományos alternatívák esetében.

Valamint, hogy a kutatásom alapján meghatározott fenntartható termékek célcsoportjának tulajdonságai és a LOHAS (Lifestyle Of Health and Sustainability) szegmens jellemzői hasonlóságot mutatnak több esetben is, ezért a másik fontos következtetésem, hogy a fenntartható termékek célcsoportja a LOHAS szegmens.

MINTA

GYŐRI BARNABÁS
gyoribarnus@gmail.com
Műszaki menedzser
BSc, 9. félév
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:
Dr. Katona Ferenc
egyetemi adjunktus, OE KGK

HASZNÁLT NOTEBOOK FOGYASZTÁSI SZOKÁSOK VIZSGÁLATA ÜZLETI TERVEZÉS KERETÉBEN

A dolgozat fókuszában egy használt notebookokat áruló internetes mikrovállalkozás üzleti tervének elkészítése áll, illetve egy, az ehhez esszenciális adatokat nyújtó kérdőíves felmérés. Az üzleti tervezésben a piackutatás több dimenzióban is segítséget nyújthat. A jelen dolgozatban bemutatott empirikus kutatás fő célja a használt notebook vásárlók preferenciáinak és szokásainak feltárása.

Online kérdőíves felmérésemben 229-en vettek részt, melyből az outlierek kiszűrése után 222 kitöltést találtam érvényesnek (140 féri, 79 nő, 1 egyéb, 2 fő nem kívánt nyilatkozni). Az alkalmazott online kérdőív 29 kérdésből áll, amelyek 6 kérdéscsoportba sorolhatóak. A kérdőív kitöltése 5-15 percet vett igénybe. Az adatok elemzéséhez az IBM SPSS 26.0 szoftvert használtam, jellemzően nem parametrikus próbákat alkalmaztam a korrelatív összefüggések feltárására, illetve a képzett csoportok összehasonlítására.

A használt notebook vásárlók (n=67) és nem vásárlók (n=154) csoportjai között erős tendenciaszintű különbség látszik, a vásárlók életkora magasabb (Mann-Whitney U=5849; p=0,052). A két csoport között nincs szignifikáns különbség az informatikai jártasságban. A használt notebook vásárlók csoportjában a vásárlást befolyásoló szempontok közül négy tényező emelkedett ki szignifikánsan: az ár, a műszaki állapot, a teljesítmény, és a megbízhatóság. Mindemellett a presztízs erősen korrelál a környezettudatossággal ($r=0,508$; $p < 0,001$) és a súllyal ($r=0,552$; $p < 0,001$). A megbízhatóság a műszaki állapot fontosságával ($r=0,452$; $p < 0,001$), a teljesítménnyel ($r=0,456$; $p < 0,001$), és a garanciával ($r=0,426$; $p < 0,001$) mutat összefüggést.

Az eredményeket - jelen vizsgálat limitációi miatt - óvatosan kell értelmezni. Ezek tudatában is a preferenciák és korrelációk ismerete nagy segítséget nyújt a készletezéshez, illetve a marketing terv meghatározásához. Lehetővé teszi például a hirdetések címeinek tudatosabb, vásárlók számára vonzóbb megfogalmazását és olyan praktikus kérdések mérlegeléséhez ad segítséget, mint például a fizetési és szállítási módok kiválasztása.

MUTA

FÓDI KAMILLA
kamillafodi@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 6. félév
Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Szigeti Cecília
egyetemi docens, SZE KGK

H&M - VALÓBAN FELELŐS VÁLLALAT?

A tudományos kutatás egy, a mai divatipart és gazdaságot meghatározó vállalat, a svéd H&M tevékenységének vizsgálatára épül a társadalom, a gazdaság és a környezet szempontjából, továbbá a fenntarthatóság és a körkörös gazdaságra való törekvés figyelembevételével. A kutatáshoz kapcsolódó dolgozat célja, hogy több aspektusból is bemutassa a divatipart, azon belül is egyik legmeghatározóbb szereplőjét, a H&M vállalatot, egy egységes képet létrehozva a vizsgált cég gazdaságban és társadalomban betöltött szerepéről.

A szerző első körben kísérletet tesz arra, hogy gazdasági szempontból is pontos meghatározást adjon a divat definíciójára, ill. a divatiparban gazdaságilag lényeges történelmi eseményeket emelje ki. A szerző törekvései a fast fashion minél átfogóbb jellemzésére irányultak, valamint az iparág környezetre és társadalomra gyakorolt hatásának lehető legpontosabb megjelenítésére az igazság elkendőzése nélkül. Az 1. fejezet végén a fenntarthatóság kerül a középpontba, mint a divatban lecsapódó társadalmi változások „visszhangja”, mellyel összefüggésben ismertetésre kerül a 2020-as Fashion Transparency Index, ill. a Global Fashion Agenda is.

A 2. fejezetben a H&M Csoport sajátosságainak leírását követően a dolgozat részletesebben foglalkozik a H&M Fenntarthatósági Jelentésével és annak elemzésével, valamint igyekszik fényt deríteni a vállalat társadalmi és gazdasági tevékenységei mögött meghúzódó igazságtartalomra. A kutatási módszereket tekintve átfogó, több hiteles forrást is felhasználó kutatás lefolytatására került sor annak érdekében, hogy meghatározhatóvá váljon a H&M felelősségvállalásának mértéke környezeti, gazdasági és társadalmi aspektusból, a fejezet így a cég tevékenységeinek értékelésével zárul a vállalati felelősségvállalás szempontjából. A fejezet eredményeit tekintve elmondható, hogy a H&M jó úton halad a maximálisan felelősségteljes és fenntartható vállalkozás kialakítása felé, ugyanakkor fontos megjegyezni, hogy fast fashion üzleti modellje megakadályozza abban, hogy Valóban Felelős Vállalattá válhasson a jövőben.

A tudományos dolgozat végén a szerző kísérletet tesz arra, hogy olyan alternatívákat vázoljon fel, melyekkel a cég, ill. az iparág is sikeresebben birkózhatna meg a jövőben felmerülő társadalmi és gazdasági kihívásokkal, a fenntarthatóság és a körkörös gazdaságra történő átállás célját szem előtt tartva.

MUTA

IPACS VERONIKA VIKTÓRIA
ipacsverocs@gmail.com
Communication and media science
BA, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

SOMOSI FANNI LUCA
fanni.somosi@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

Témavezető:
Ásványi Katalin
egyetemi docens, BCE GT

H(ULLADÉKMENTESÍTÉS) & M(ARKETING)? - A H&M CSR KOMMUNIKÁCIÓJA A KÖRNYEZETI FENNTARTHATÓSÁG SZEMPONTJÁBÓL

A dolgozat a H&M környezeti fenntarthatósági kommunikációját vizsgálja. Arra keres választ, hogy a H&M hogyan valósítja meg a környezeti fenntarthatóságról való kommunikációját a Instagram és fenntarthatósági jelentések csatornákon keresztül. Vizsgálja, hogy ezen csatornákon keresztük miként kommunikálnak a vállalat által elsajátítani kívánt körkörös gazdasági modellről. Áttekinti a vállalati társadalmi felelősségvállalás témakörét, ami napjainkban a vállalatok egyik legfontosabb feladata. Összegyűjti a vállalati társadalmi felelősségvállalás kommunikációjának irodalmát, valamint felsorolja az általuk ajánlott elemzési pontokat. Bemutatja a fast fashion iparágat és annak legnagyobb CSR kihívásait, az élőkörnyezetet mint legfontosabb érintettet figyelembe véve. Megállapítja, hogy az iparág a legkönnyebben a körkörös gazdasági modell segítségével érheti el a környezeti fenntarthatóságot. A fast fashion ipar egyik vezető vállalata, a H&M Csoport példáján keresztül igyekszik bemutatni hogyan tehet egy vállalat a környezeti fenntarthatóság eléréséért. Vizsgálja a vállalat környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos kommunikációját a CSR kommunikáció irodalma segítségével. Elemzi a vállalat Instagram profilját, melyből azt állapítja meg, hogy az elmúlt években jelentősen nőtt a környezeti fenntarthatóságot kommunikáló posztjuk százaléka az összes poszthoz képest. A H&M 2014-es és 2019-es éves fenntarthatósági jelentését vizsgálva észrevehető, hogy célkitűzései felé jó úton jár, az elmúlt években képes volt fejlődést megvalósítani a fenntarthatóság elérése érdekében. Példákat mutat be arra vonatkozóan, hogy a vállalat hogyan kommunikálja a körkörös gazdasági modelljük egyes lépéseit a két részletesebben vizsgált csatornán. A dolgozat végén a szerzők javaslatokat tesznek arra, hogyan lehetne tovább fejleszteni a vállalat környezeti fenntarthatóságról szóló kommunikációját. A javaslatok során a legfontosabb szempontok a következők: fogyasztók szkepticizmusának csökkentése, fogyasztók bevonása, hosszútávú környezeti fenntartható tevékenység elérése.

MINTA

KULHAVI NIKOLETTA MÁRTA
nikoletta.kulhavi@gmail.com
Marketing
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Kemény Ildikó
egyetemi docens, BCE GT

OMNICHANNEL ÉRTÉKESÍTÉS A FENNTARTHATÓSÁG TÜKRÉBEN

A fenntarthatóság nagy szerepet kapott az elmúlt években az akadémiai folyóiratokban és a médiában, illetve a pandémiának köszönhetően az omnichannel értékesítés területe is egyre nagyobb népszerűségnek örvend (lásd: Rodríguez-Torrico et al., 2020; Zhuang et al, 2020). A tanulmány fő kérdése (1) hogyan értelmezhető az omnichannel értékesítés és vásárlás fogyasztói szemszögből a fenntarthatóság tükrében, (2) hogyan választanak a vásárlók az alternatívák között, és (3) melyek a fő befolyásoló tényezők a döntés során.

A fogyasztók az internet térnyerésének köszönhetően több kereskedelmi csatorna egyesítésével (online és bolti vásárlással) szerzik be a különböző termékeket. Az ezáltal kialakuló omnichannel magatartás ösztönözte a kiskereskedelmi modellek fejlesztését az online csatornák (pl. Webáruház, mobilbolt) és offline csatornák (pl. fizikai üzletek) integrálásával (Buldeo Rai et al., 2019). Ugyanakkor a szállítás rendkívüli módon hozzájárul az éghajlatváltozáshoz és a legszennyező anyagok kibocsájtásához, amelyek negatív hatással környezetünkre (Buldeo Rai, 2019). Jelenleg azonban nem egyértelmű, hogy az omnichannel értékesítők hogyan tudnak olyan ajánlatot kínálni a fogyasztók számára, amely gazdasági és környezeti szempontból egyaránt vonzó és fenntartható is (Buldeo Rai, 2019).

A dolgozat a nemzetközi és magyar szakirodalmak alapján meghatározza, hogy mit jelent az omnichannel értékesítés, valamint a fenntarthatóság, bemutatja milyen jellemzőkkel rendelkeznek, milyen trendek tapasztalhatóak Magyarországon, illetve más országokban az omnichannel vásárlással és a fenntarthatósággal kapcsolatban. A kérdőíves kutatás leíró elemzésekkel, valamint a Strukturális Egyenletek Modellje módszertannal került kiértékelésre. A mélyinterjús kutatás segítségével feltárásra kerültek a számszerű összefüggések mögötti motivációk és attitűdök. A kvantitatív és kvalitatív kutatások eredményei mellett a dolgozat kitér a gyakorlati alkalmazhatóságra, a kutatás korlátaira, valamint a jövőbeni kutatásfejlesztési javaslatokra.

A munka átfogó és mélyreható képet ad a fenntartható omnichannel viselkedéssel kapcsolatos jelenlegi ismeretekről, és megerősíti, hogy a fenntarthatóság jelentős szerepet játszik az omnichannel kiskereskedelemben, a fenntartható omnichannel magatartás pedig fontos és megszokott a fogyasztók körében. A dolgozat célja egy feltáró jellegű kutatás elkészítése, amely további kutatások alapjaként szolgál a jövőben.

MUNKA

SZÁNTÓDI BENEDEK MÁTÉ
szantodi.beb@gmail.com
Gazdálkodási és Menedzsment (angol nyelven)
BSc, 3. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Kovács Kármen
egyetemi docens, PTE KTK

A TERVEZETT ELAVULÁS KÜLÖNBÖZŐ ASPEKTUSAI ÉS AZ ÁLTALA BEFOLYÁSOLT TERÜLETEK

A tervezett elavulás olyan tevékenység, mellyel a fogyasztókat arra ösztönzik, hogy új terméket vásároljanak már az előtt, hogy ez szükségessé válna. Ehhez különböző módszereket alkalmaznak, mint pl. nem tartós termék dizájn, funkcionalitást korlátozó szoftver alapú módszerek, valamint marketing stratégiák. A tervezett elavulást tekinthető egy szükséges gazdaságélénkítő folyamatnak, vagy a korlátozott mennyiségű nyersanyagokkal visszaélő, környezetileg nem fenntartható folyamatnak is. Ez a kutatás - az érme két oldalát vizsgálva - egy letisztult és átfogó perspektívát szándékozik nyújtani a tervezett elavulásról a koncepció különböző aspektusait taglaló szakirodalmi cikkek elemzésén keresztül, valamint kevert metodológián alapuló empirikus kutatás alkalmazásával, a jelenség fogyasztói oldalának jobb megértése érdekében. A kutatás eredményei bemutatják a tervezett elavulás alkalmazásának különböző módjait, a fogyasztók szerepét a folyamatban, valamint a tervezett elavulás környezeti hatásait és a jövőre néző perspektíváit. Az empirikus kutatás beigazolta, hogy a fogyasztók szerint a gyártók alkalmazzák a tervezett elavulást, és ehhez a megállapításhoz többnyire negatív fogyasztói érzések társulnak. A fogyasztók tudatos viselkedésmódot tanúsítanak termékeik kezelését illetően, és hajlandóságot mutatnak azok élettartamának javítás általi meghosszabbítására, azonban ezt számos, - a tervezett elavuláshoz köthető - korlát nehezíti. Kutatásommal arra a következtetésre jutottam, hogy a cégek képesek kihasználni a fogyasztók által tanúsított viselkedésmódokat és ki is használják azokat. A fogyasztók elfogadják ezt, mivel tehetetlennek érzik magukat a folyamattal szemben. A tervezett elavulás gazdasági szempontból sok előnnyel jár, azonban a környezetre irányuló kártékony mivolta miatt nem fenntartható többé. Szükséges egy olyan fenntarthatóbb gazdasági modell irányába előre haladni, amely kezelné a tervezett elavulás által hátrahagyott problémákat is.

MUNKA

EDŐCSÉNY KLÁRA ILONA
klaraedocseny@gmail.com
Marketing
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Zsóka Ágnes
egyetemi tanár, BCE MI

TUDATOSABB RUHAFOGYASZTÁS? – A COVID-19 PANDÉMIA HATÁSA A MAGYAR Y ÉS Z GENERÁCIÓS FIATALOK DIVATFOGYASZTÁSÁRA

A COVID-19 Pandémia világszerte jelentős közegészségügyi problémává vált, ami hatással volt nem csak a mindennapi életünkre, de a fogyasztásunkra is. A különböző korlátozások, lezárások és elszigeteltség hatására az emberek divatfogyasztása is megváltozott. Egyfajta kettőség jelentkezett a globális divatfogyasztásban; egyfelől elmozdulás a tudatosabb divatfogyasztás felé, kevesebb, minőségi ruhadarab vásárlása, másfelől pedig az online vásárlás rohamos megugrása. Jelen dolgozat célja, hogy elemezze a magyar fiatal fogyasztók körében a Covid-19 járvány hatását a ruha-, és divatfogyasztásra, különös tekintettel arra, hogy a pandémia pozitívan hatott-e itthon is a fenntartható divatfogyasztásra. Ennek feltárására két részből álló primer kutatáson keresztül került sor. Első körben kvalitatív, fogyasztói mélyinterjúkon keresztül végzett kutatásra, majd egy kvantitatív, online kérdőíves megkérdezés formájában végzett felmérésére. A 280 fős minta eredményei először SPSS programmal kerültek elemzésre, majd a hipotézisek tesztelése kovarianciaalapú SEM és többcsoportos elemzés segítségével történt. Az eredmények azt mutatják, hogy a Covid-19 pandémia valóban képes volt változást előidézni a fiatalok divatfogyasztásában. A hipotézistesztelés megerősítette, hogy pozitív, szignifikáns kapcsolat van a Covid-19 pandémia és az online divatfogyasztás, valamint a Covid-19 pandémia és a fenntartható divatfogyasztás között, azonban ez a kapcsolat mindkét esetben csupán közepes erősségű. Érdekes eredmény továbbá, hogy míg a nem moderáló szerepe mindkét kapcsolat esetében elvetésre került, addig a jövedelem a Covid-19 pandémia és a fenntartható divatfogyasztás kapcsolatában moderáló hatással bír. Összességében az eredmények alapján a legerősebb elmozdulás a kevesebb, átgondoltabb ruhafogyasztásban és a minőségre való törekvésben nyilvánul meg, amely reményre adhat okot, hogy tényleg elindultunk itthon is a tudatosabb divatfogyasztás felé.

MUNKA

Marketing - Fogyasztói magatartás kulturális aspektusai

Elnök:	Dr. habil. Prónay Szabolcs	SZTE GTK
Társelnök:	Sasné Dr. Grósz Annamária	PE GTK
Tag:	Dr. Lázár Ede	EMTE CSK
Tag:	Dr. Lukács Rita	METU KÜT
Tag:	Dr. Mészáros Katalin	SOE LKK

MINTA

OLÁH ZSÓFIA
ozsofia99@gmail.com
Kereskedelem-marketing
BA, 7. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
habil. Dr. Nagy Szabolcs
egyetemi docens, ME GTK

A KULTURÁLIS KÜLÖNBSÉGEK HATÁSA A FOGYASZTÓI MAGATARTÁSRA ÉS A TERMÉKKERESLETRE MAGYARORSZÁGON

A huszonegyedik század egyik kulcsfogalma a globalizáció.A gazdasági globalizáció teremtette meg a feltételeket ahhoz, hogy a legkülönfélébb értékek, gondolatok, szemlélet-és életmódok bekerülhessenek a világ vérkeringésébe és hathassanak egymásra. Ma már teljességgel elképzelhetetlen, hogy ne rendelkezzünk minimális ismeretekkel akár a tőlünk földrajzilag legtávolabbi országról, népcsoportról vagy kultúráról, hiszen a szükséges információk bármikor rendelkezésünkre állnak,amennyibennyitottak vagyunk a befogadásukra.Ez az információgyűjtési folyamat azonban nem mindig zajlik le gyorsan és automatikusan, ugyanis vannak olyan nemzetek és kultúrák, akikről az átlagember jóval kevesebb ismerettel rendelkezik, mint más népek vagy országok esetében.

Dolgozatom megírásakor arra törekedtem, hogy feltárjam a fogyasztók befolyásoltságát a kulturális hatások és ebből eredő hiedelmek által. Kifejezetten az élelmiszervásárlásra fókuszáltam, azon belül is a hazai és a nem hazai származású termékekkel szembeni preferenciák vizsgálatára. Úgy gondolom, hogy az etnocentrikus magatartás vizsgálata napjaink gazdaságának egyik kulcskérdése, mivel a magyar termékek vásárlásával a fogyasztók nem csupán a magyar termelőket, hanem a belföldi piacot is támogatni képesek.

Véleményem szerint érdemes vizsgálni, hogy élelmiszervásárlás esetén mi alapján választja a fogyasztó az egyik terméket és miért nem a másikat. Erre a választási folyamatra több tényező is hatással van, kezdve a termék jellemzőitől a vásárlás helyszínén át a fogyasztó személyiségéig. Ezeknek a hatása nyilvánul meg az egyes döntések meghozatalánál, mivel befolyásolni képesek a vevő hozzáállását az egyes márkákhoz, termékcsoportokhoz. Mára az élelmiszerpiac is globálissá vált: például ami elérhető Dél-Amerikában vagy Kínában, az nagy eséllyel elérhető Magyarországon is – ebből kifolyólag kell elemeznünk, mi alakítja a vásárlásra jellemző tendenciákat.

MINTA

KOLESZÁR DÁVID KRISZTIÁN
koleszardavidkrisztian@gmail.com
Gazdálkodás és menedzsment
BSc, 6. félév
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

Témavezető:
Naárné Dr. Tóth Zsuzsanna
egyetemi docens, MATE AÉGI

A PÉNZÜGYI SZEKTOR FOGYASZTÓI MAGATARTÁSÁNAK VIZSGÁLATA A PANDÉMIA IDŐSZAKÁBAN ÉS ENNEK HATÁSAI A JÖVŐ FOGYASZTÓI TÁRSADALMÁRA

2020-ban a járvány időszakában szemtanúi voltunk, mekkora méreteket ölt a technológiai fejlődés és mennyire szükségszerű a fejlesztésekre való törekvés. Jogosan merült fel a kérdés a fogyasztókban és a szolgáltatókban egyaránt, társadalmunk képes lehet-e csupán pár év leforgása alatt, teljes mértékben kiszolgáltatottá válni a még korántsem világos és átlátható jelenségnek.

Az emberiség új fejlődési ciklusának a neve, a digitalizáció, eszköze a technológia. Amíg a világjárványmentes hétköznapjainkat éltük - bár nem a Walras és Say-féle utópiában -, a korszellem véleménye az volt, hogy az elektronikai eszközök által mennyivel is könnyebb lett az ember élete. A pandémia segített megértetni a fogyasztókkal, a munkavégzésre is mekkora hatást képest gyakorolni a technológiai fejlődés. Gondoljunk a home office intézményére! Ezen kérdések útján indultam el, hogy kvalitatív és kvantitatív módszertani kutatásokat végezve, interjúk készítésével, kérdőíves felméréssel valós képet kapjak a fogyasztók helyzetéről és a szakértőktől kapott információk alapján képes legyek egy jövőképet festeni, ki lesz a jövő pénzügyi fogyasztója.

Hipotéziseim szerint egy ellenforradalmat válthat ki a vásárlói aktivitásban az egyre gyorsulóbb ütemben kikényszerített digitalizációs fejlődés. A pénzügyi fogyasztói kedv megtorpanását láthattuk a bankszektorban, mikor az emberek a pandémia idején személyes ügyintézés helyett, elektronikai eszközeik segítségével próbáltak boldogulni pénzügyeik intézésében. A kauzalitást figyelembe véve az újonnan megjelenő kiberbűnözési félelmek is szerepet játszanak abban, hogy a pénzügyi fogyasztók továbbra is igénylik a személyes kapcsolattartást. Emellett a válságkezelés eszközeiből a jegybanki kamatemelések és a vásárlói aktivitás fokozását visszaszorító intézkedéseket emeltem ki és fogalmaztam meg állításokat, miként hat destruktívan fogyasztói társadalmunkra a túl gyorsan meglépett, esetenként átgondolatlan kormányzati és jegybanki intézkedések.

Pályamunkámban különös figyelmet fordítottam a stagfláció folyamatára, mely okán megállapítottam, hogy az emelkedő kamatkörnyezettel együtt járó vállalati finanszírozás visszaszorítása és a vásárlóerő gyengítése az alul teljesítő gazdasági teljesítményért, míg a globális méreteket öltő kínálati hiány a magasodó inflációért felel.

Összegezve, az említett problémafelvetésekből építettem konklúziót, miként fog kinézni és működni a jövő fogyasztói társadalma és milyen gazdasági átrendeződés vár a modern világunkra.

MINTA

OSSIK MÓNIKA
monika.ossik@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 7. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Bosnyák-Simon Nikolett
tudományos segédmunkatárs, PE GTK
Dr. Kozma Dorottya Edina
adjunktus, PE GTK

A TUDATOSSÁG DIMENZIÓINAK FELTÁRÁSA A FIATALOK FOGYASZTÁSI SZOKÁSAIBAN

Napjainkban a környezettudatosság egyre hangsúlyosabbá válik a fiatalok körében. A környezettudatos fogyasztás során sok káros hatástól védhetjük magunkat és Földünket egyaránt. Kérdésként azonban megfogalmazható, hogy a környezettudatos fogyasztás csak ennyiben nyilvánul meg? A csomagolásmentes vásárlások során nem csak azt tapasztaljuk, hogy egyre kevesebb hulladék van a szemetesünkben, hanem azt is, hogy egyre kevesebb ételt pazarolunk el. Ebből a szemszögből nézve a környezettudatos fogyasztás tehát egyfajta megtakarítási lehetőséget is biztosít. E gondolat mentén született meg dolgozatom, melynek célja a már környezettudatos fiatal felnőttek fogyasztási szokásainak vizsgálata oly módon, hogy feltárjam a tudatosság további dimenzióit, azaz az egészség- és a pénzügyi tudatosság közötti összefüggést.

Kutatásom során kérdőíves felmérés segítségével vizsgáltam a kiválasztott célcsoport (18-35 éves korosztály) pénzügyi tudatosságát, valamint azt, hogy az egészséges életmód, mint a tudatosság egy része fellelhető-e a fogyasztói szokásaikban. Az OECD által 2018-ban kiadott pénzügyi műveltséget felmérő kérdőív, Nagy Beáta és Kovács Karolina 2017-ben készített egészség-magatartással kapcsolatos attitűdök vizsgálatára irányuló tanulmánya, valamint Nagy Szabolcs által 2019-ben átdolgozott GEB-skála (General Ecological Behavior – Általános Környezettudatos Magatartás) alapozta meg az általam összeállított kérdőívet, melyet online módon tettem közzé a közösségi média segítségével különböző környezettudatos közösségek csoportjaiban (pl. Háztartásom hulladékok nélkül). Emellett néhány csomagolásmentes bolt üzletvezetőjével is felvettem a kapcsolatot kérdőívem megosztása érdekében (pl. Feltöltő Pont).

Az így kapott adatokat feldolgozva összesen 104 fő került a kutatási mintába. A továbbiakban az általuk megadott válaszokat bekódolva metrikus, azaz magas mérési szintű változókat kaptam eredményül. Így, a változók, azaz az egészség- és pénzügyi tudatosság közötti kapcsolat meglétének irányát és mértékét korreláció analízissel határoztam meg. Ennek eredményeként feltártam, hogy a már környezettudatos fiatalok fogyasztási szokásaiban az egészség- és pénzügyi tudatosság között statisztikailag szignifikáns, laza-közepes, pozitív kapcsolat áll fenn. Ennek fényében megállapítható, hogy a vizsgálatba bevont fiatal felnőttek fogyasztási szokásaiban megjelenik mind az egészség-, mind pedig a pénzügyi tudatosság.

MINTA

BOROSS MÓNIKA
monika.boross@stud.uni-corvinus.hu
Kereskedelem és marketing
BA, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

Témavezető:
Dr. Kasza- Kelemen Kata
egyetemi adjunktus, BCE MI

A VESZPRÉM 2023 EURÓPA KULTURÁLIS FŐVÁROSA PROJEKT HATÁSA A VESZPRÉMI FIATALOK KULTÚRAFOGYASZTÁSI SZOKÁSAIRA

Napjainkban a fiatal generáció kultúrafogyasztási szokásaiban jelentős változások figyelhetők meg. A folyamat átfogó vizsgálata nagyban hozzájárulhat olyan kulturális rendezvények pozicionálásához, amelyek a fiatal szegmenst célozzák. Jelen dolgozat célja ennek megfelelően annak a vizsgálata, milyen hatást gyakorol a 14–23 éves helyi középiskolás, illetve egyetemista korosztály kulturális szokásaira a Veszprém–Balaton Európa Kulturális Fővárosa 2023 programsorozat. A kutatási kérdések alapvetően a kultúrafogyasztás növelésének lehetőségeire és az ehhez kapcsolódó igényfelmérésre fókuszálnak. Mivel a téma vizsgálata mélyebb megértést igényel, az elméleti áttekintést többlépcsős kutatás követi vegyes kutatási módszertan alkalmazásával. A dolgozatban leírt empirikus kutatás eredményeként egyrészt a vonzó programlehetőségek és azok hatékony marketingkommunikációja, másrészt a közösség nagyobb mértékű bevonásának igénye jelenik meg. A kutatás eredményei alapján az a következtetés körvonalazódik, hogy az EKF-programsorozat sikeres megvalósulása hosszú távon képes átformálni ennek a korcsoportnak a kultúrafogyasztási szokásait.

MINTA

INÁNCSI TAMARA
tamara.inancsi@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment alapszak
BA, 5. félév
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Petruska Ildikó
egyetemi docens, BME GTK

EGY ÚJ MŰFAJ A KÖNYVPIACON – A FELNŐTT SZÍNEZÉS

A dolgozat célja a felnőtt színezés fogyasztói magatartásának elemzése, valamint a marketing lehetőségek vizsgálata a kapcsolódó termékek és márkák piacán.

A felnőtt színezés, mint szabadidős elfoglaltság, viszonylag új jelenség hazánkban, még nem terjedt el a köztudatban. Ugyanakkor a könyvpiacon egyre szélesedő kínálattal lehet találkozni ebben a témában, és a kiegészítő termékek piaca is élénk. Jómagam szívesen töltöm a szabadidőmet felnőtt színezéssel, így a fogyasztói magatartás kutatási témakör kiválasztásakor erre esett a választásom. Dolgozatomban megvizsgálom a felnőtt színezést, mint szimbolikus fogyasztást, annak külső s belső motivációit.

A felnőtt színezést kedvelő fogyasztók egy élményteret alkotnak, mely jellemezhető a szcénastruktúra elméleti modellje alapján. A színező-szcéna erős social média aktivitást mutat. A tagok különféle kreatív módszereket találnak ki, és osztanak meg.

Marketing szempontból nézve az élménytér egy jól behatárolható célcsoportot jelent a könyvpiacon, ahol a marketing eszközök tárháza alkalmazható, mind a színező könyvekre, mind a kiegészítő termékekre nézve. Dolgozatomban a fogyasztói magatartás vizsgálata mellett foglalkozom a színezők piacában rejlő marketing lehetőségek elemzésével.

Primer kutatás keretében kvalitatív módszereket alkalmaztam, mind a kínálati, mind a fogyasztói oldal megismerés érdekében. Szakmai mélyinterjút keretében az első magyar felnőtt színezőkönyv megalkotóját kérdeztem a felnőtt színezés népszerűségének okairól, s az alkalmazott marketing megoldásokról. Az interjú rámutatott, hogy ezen a piacon a marketing-mix elemek széles tárháza alkalmazható, és sikeres márkakooperációkra is vannak már példák. A fogyasztói mélyinterjút alanya egy, a szcéna kemény magjába tartozó, és a közösségi oldalon is aktív személy volt, a beszélgetés során mélyebben megismertem a fogyasztói motivációikat, preferenciáikat, valamint a közösségi platformok által nyújtott lehetőségeket. A social média aktivitás vizsgálatához a netnográfiai módszer került alkalmazásra, ami egy igen erős és sokszínű közösségi zsongást tárt fel.

Kutatásom rámutatott arra, hogy a felnőtt színezés önmegnyugtató és önkifejező fogyasztásként egyaránt értelmezhető, s emellett jelentős közösségformáló szerepe is van. Maga az élménytér még egy kiaknázatlan piaci lehetőség, s nemcsak a színezők alkotói és forgalmazói számára, hanem nonprofit szervezetekkel való kooperációkar is, mint például a könyvtárak, sőt, akár jótékony célok felkarolására is.

MINTA

PAPP DÓRA
papp.dora6@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezetők:
Zarándné Dr. Vámosi Kornélia
adjunktus, BGE KKK
Dr. Keresztes Éva Réka
adjunktus, BGE KKK
Jávor Zsófia
PR manager, Libri-Bookline Zrt.

„NINCS IDŐM OLVASNI" – KIHÍVÁS, AVAGY HOGYAN LEHET ELADNI AZ OLVASÁST

Az olvasás javítja a mentális egészséget, fejleszti a kreativitást, és elősegíti az intelligencia fejlődését. Legyen szó egy regényről, egy önéletrajzi műről, vagy akár egy verseskötetről, minden történet hozzánk tesz valamit. Az olvasás segítségével utazhatunk az Orient expresszen, kijárhatjuk a Roxfortot, élhetünk a mában, de visszamehetünk 1984-be, vagy a még el nem érkezett jövőbe. Bepillantást nyerhetünk idősek, fiatalok, nők és férfiak életébe egyaránt.

Elutazhatunk a világ minden pontjára, akár olyan messzire is, ahol a folyami rákok énekelnek. A XXI. században már egyre kevesebben olvasnak, vagy vásárolnak könyveket. De mióta nem olvasunk, mióta nem szánunk időt arra a tevékenységre, ami egyszerre szórakoztató és hasznos? A digitalizáció lehet az egyik oka annak, hogy a magyarok többsége nem olvas, vagy az időhiány? Kutatásomban arra a kérdésre keresem a választ, hogy miként lehet az olvasást megszerettetni a fogyasztókkal.

A dolgozatom első felében szekunder kutatást végeztem arról, hogy Magyarországon miért olvasnak olyan kevesen, illetve, hogy ennek mi lehet az oka. Kutatásom során bemutatom azt is, hogy milyen mértékben nem olvasnak a magyarok, illetve, hogy a magyar könyvpiac honnan indult és meddig jutott el az évek során. A szekunder kutatásomhoz rendelkezésemre álltak a Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Egyesülete által végzett kutatások és a KSH statisztikáin alapuló ábrák és táblázatok.

Szekunder kutatásom második része az olvasásnépszerűsítésére koncentrál. Bemutatom a „Nincs időm olvasni kihívás"-t, és a magyarországi olvasásnépszerűsítő mozgalmakat. Az olvasásnépszerűsítés legnagyobb szereplőinek, a könyvkereskedők és a könyvkiadók kampányait is elemeztem a Libri-Bookline Zrt. segítségével. Dolgozatom primer kutatásában kérdőíves kutatást végeztem, melyet 1300 fő töltött ki. A kérdőívemben arra voltam kíváncsi, hogy a fogyasztók hogyan gondolnak manapság a könyvekre, olvasnak-e még, illetve, hogy mivel lehet őket meggyőzni, hogy megszeressék az olvasást. Fő kutatási kérdésem az volt, hogy a XXI. század embere milyen motivációból olvas. Kutatásom eredményeképp, betekintést kaphatunk abba, hogy a digitalizáció és a felgyorsult világ mennyit tesz hozzá ahhoz, hogy manapság egyre kevesebb olvasó van. Megtudhatjuk, hogy milyen módszerek szükségesek ahhoz, hogy valaki olvasóvá váljon, valamint javaslatot teszek arra, hogy miképpen lehetne több nem olvasóhoz eljuttatni az olvasás szeretetét.

MINTA

Marketing - Fogyasztói magatartás: változások és kihívások

Elnök:	Dr. habil. Prónay Szabolcs	SZTE GTK
Társelnök:	Sasné Dr. Grósz Annamária	PE GTK
Tag:	Dr. Lázár Ede	EMTE CSK
Tag:	Dr. Lukács Rita	METU KÜT
Tag:	Dr. Mészáros Katalin	SOE LKK

MINTA

MAJER DÁVID
majerd1892@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezetők:
Dr. Taralik Krisztina CSc
tud. főmunkatárs, BGE KVIK
Dr. Törcsvári Zsolt István CSc
főiskolai tanár, BGE KVIK

A COVID-19 OKOZTA FOGYASZTÓI MAGATARTÁSVÁLTOZÁS VIZSGÁLATA A SZESZIPARI SZEKTORBAN, FÓKUSZBA HELYEZVE A ZWACK UNICUM FOGYASZTÓIT

Kutatásomban a fogyasztók magatartásváltozását vizsgálom. A koronavírus okozta járványhelyzet alatt történő szeszesital fogyasztási szokásokat, a pandémiát megelőző időszakkal hasonlítom össze. Vizsgálatomban 4 kutatási kérdést fogalmaztam meg.

A szigorítások következtében Magyarországon a bárok, éttermek, szórakozóhelyek és szállodák bezárásával, a HORECA szektor részleges vagy teljes leállásával súlyos bevételektől estek el a vállalatok. Mivel a fogyasztói magatartás megváltozásával összeköthető, így az 1. kutatási kérdésem: Milyen mértékben változtatta meg a szeszesitalt gyártó cégek forgalomalakulását a Covid-19 hazánkban? A járványhelyzet nem csak a fogyasztók fizikai egészségére, anyagi helyzetére volt kihatással.

A mentális egészségre szintén befolyással lehetett a vírushelyzet, így 2. kutatási kérdésem: Okozhatja-e az alkoholfogyasztási szokások megerősödését, illetve hogyan befolyásolja a szeszesitalok fogyasztását az emberek megváltozott pszichikai állapota?

3. kutatási kérdésem: melyik korcsoport fogyasztási szokása változott meg leginkább a pandémia hatására? 4. kutatási kérdésem: Milyen mértékben változott a szeszesitalokra fordított kiadás a fogyasztók szempontjából a koronavírus járvány ideje alatt?

Kutatásom során először szakirodalmi források, valamint szekunder információk összegyűjtésével és elemzésével szereztem mélyebb ismereteket a vizsgálati területen. Ezek alapján fogalmaztam meg kutatási célkitűzéseimet és állítottam össze a későbbi primer vizsgálatok kérdéseit, valamint ezek az információk szolgáltak bázisként primer eredményeim összehasonlításához és értelmezéséhez. A kutatás későbbi szakaszában primer vizsgálatokat végeztem, mélyinterjús beszélgetések, megfigyeléses vizsgálat, valamint standardizált online megkérdezés segítségével.

A kutatásomból származó eredményeknek köszönhetően megfigyelhetők a pandémia előtti-és alatti szeszesital fogyasztási szokások. Összevetésükkel látható lesz a fogyasztói szokások megváltozása. Az, hogy milyen hatással volt a vírushelyzet válaszadóim fogyasztási szokásaira, valamint mentális állapotukra. Az eredmények releváns adatokként szolgálhatnak a Zwack Unicum Nyrt. marketingosztályának, melyek segítségével hasznos információkhoz juthatnak egy esetleges következő hullám során. Ezen felül a vállalat marketingkommunikációs tevékenységéhez is pozitívan járulhat hozzá a kutatás.

MINTA

MAJCZÁN LILI
lili.majczan@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 5. félév
Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

MIKLÓS PETRA
miklospetra1206@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 5. félév
Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Koltai Judit
egyetemi docens, SZE KGK
Dr. Vinkóczi Tamás
egyetemi adjunktus, SZE KGK

A VIDEO STREAMING LAKOSSÁGI FOGYASZTÁSI SZOKÁSAINAK VIZSGÁLATA MAGYARORSZÁGON - MIBEN KÜLÖNBÖZNEK AZ EGYES GENERÁCIÓK?

A TMDK dolgozatunk témája a video streaming lakossági fogyasztási szokásainak vizsgálata Magyarországon. A választott téma aktualitása abban rejlik, hogy az elmúlt években a streaming szolgáltatók nagymértékű terjedése révén a videómegosztó platformok a mindennapi életünk szerves részévé váltak. A szolgáltatók térnyerésével nem csak az elérhető platformok népszerűsége javult, hanem a lakossági tartalomfogyasztási szokások is megváltozhattak, háttérbe szorítva a hagyományos televízió nyújtotta lehetőségeket. Az előfizetők és felhasználók körében erősen diverzifikált álláspontok létezhetnek, melyek a videómegosztó platformok magán- és társadalmi életünkre gyakorolt hatását érintik. A video streaming szolgáltatások folyamatos, nemzetközi szintéren is tapasztalható expanziójának hatása hazánkban is érzékelhető, így az eltérő attitűdökkel rendelkező generációk fogyasztói szokásainak összevetése ezen a speciális területen fontos szakmai kérdés. A tanulmányban a vizsgált téma szakirodalmának feltárásához, illetve a módszertan megalapozásához szekunder kutatást alkalmaztunk. A dolgozat elkészítéséhez felhasznált kérdőívekből és mélyinterjúkból származó információk képezik jelen munka gyakorlati részének alapját. Primer adatgyűjtésünk során arra törekedtünk, hogy egymást kiegészítő, elemzésünk eredményeinek feltárásához megfelelően alkalmazható módszereket válasszunk. Munkánk megkezdésének előfeltevése tehát a generációk közötti eltérő fogyasztási szokások megléte, amit jól strukturált kutatási eszközökkel tanulmányozunk.

MINTA

CSEH VIKTÓRIA
csehviki12@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. Németh Szilárd
főiskolai docens, BGE PSZK

AZ ÉRZÉKSZERVI MARKETING FOGYASZTÓRA GYAKOROLT HATÁSA

A dolgozatomban az öt fő érzékszervre ható tényezőket vizsgáltam meg marketing szempontból. Számos szakirodalom és kutatás rámutatott arra, hogy az a cég, amely bevonja az emberek érzékszerveit, az sikeresebb és hosszútávon lojális vásárlókra tud szert tenni. A cégek ezt oly módon tudják megtenni, hogy különböző érzékszerveket bevonva csalogatják magukhoz a potenciális vevőket. Az emberi agy nagyon összetett, legtöbb esetben ezek a tényezők tudat alatt hatnak a vásárlói döntésekre. Fontosnak tartom megvizsgálni azt, hogy a marketing területén belül az érzékszervi marketinget hogyan alkalmazzák hatásosan a cégek, hogyan képesek befolyásolni a vásárlói döntéseket, megítéléseket. A dolgozatomban a szekunder kutatást az érzékszervi marketing témában végzett kutatások, kísérletek képezik, amelyeket különböző szakmai források alapján dolgoztam fel. Továbbá a szakirodalomfeldolgozás során feltárt teoretikus modelleket és bemutatott korábbi empirikus kutatások eredményeit vizsgáltam meg. A fő kutatási kérdéseim arra irányulnak, hogy valóban jelentős hatással vannak az érzékszerveket befolyásoló tényezők a vásárlói magatartásra vagy sem. Ehhez kvalitatív kutatást végeztem, amely egy kísérletet és félig strukturált interjút foglal magába. A kísérlet során több független változó van jelen (az öt érzékszervre ható külső hatások) és ennek a függő változóra gyakorolt hatásait vizsgáltam meg. Az összes ilyen külső tényező együttes hatását vizsgálom elsősorban, azonban kitérek külön az auditív-, illat-, vizuális- és ízmarketing stratégiákra is.

A kísérlet során heterogén mintával dolgoztam, így különböző korosztályú és foglalkozású alanyok véleményét tudtam meghallgatni. Összesen 16 személy vett részt a kísérletben, amit két helyszínen végeztem el, a Starbucksban és otthoni körülmények között. Itt előre megfogalmazott kérdéseket tettem fel számukra, amit saját gondolataikkal is kiegészíthettek. Végezetül a kísérlet eredményeit összevetettem a már végzett irodalmi kutatások megállapításaival és eredményeivel, továbbá ezeket kiegészítettem, ahol szükségszerű volt.

Ugyan az érzékszervekre külön-külön ható tényezők is megfigyelhetők, de a kísérleti alanyok által végzett interjú alapján azt a következtetést tudom megfogalmazni, hogy valóban hatásosabb, ha egy cég minél több érzékszervet von be a marketingstratégiába, így egy komplex érzékszervi marketingstratégia alkalmazása lehet célravezető.

MINTA

SZATMÁRY ROZÁLIA HANNA
szatmary.rozalia@gmail.com
Középiskolai hallgató
Berzsenyi Dániel Gimnázium

Témavezető:
Dr. Szikora Péter
egyetemi docens, OE KGK

AZ ÖNVEZETŐ AUTÓKKAL KAPCSOLATOS VÉLEMÉNYEK

Az önműködő és okos technológiák már évek óta elérhetőek. Ezzel együtt nem csak etikai, jogi és szabályozási kérdések tisztázására van még szükség, de az egyéni hozzáállás is sok esetben akadálya az önvezető autók szélesebb körű elterjedésének. A technológia percepcióját a szakirodalom szerint számos jellemző befolyásolja. Ennek tükrében az önvezető autók elfogadottságának problémáját nem lehet homogén jelenségként feltárni, interpretatív látásmód alkalmazása indokolt.

A jelenség feltárására a vonatkozó szakirodalom és szabályozási háttér feldolgozása mellett kérdőíves adatgyűjtést alkalmaztam, hogy megértsem a releváns attitűdöket, és a mögöttes mozgatórugókat megismerjem. Kényelmi mintavétel és hólabda eljárás segítségével szólítottam meg a különböző demográfiai csoportokhoz tartozó válaszadóimat, hogy megvizsgálhassam az önvezető autókhoz való hozzáállásukat, valamint azt, hogy milyen általános technológiai attitűddel, ismeretekkel rendelkeznek. Mivel a nemzetközi szakirodalom alapján a használó neme, életkora, technológiai affinitása és képzettségi szintje az önvezető autókkal kapcsolatos attitűdök és a használatukkal járó esetleges veszélyek percepciójának legfőbb befolyásoló tényezői, én is ezek viszonylatában próbáltam leíró statisztika, kereszttáblák, korrelációs elemzés és független mintás T próbák segítségével mélyebb összefüggéseket találni.

Az eredmények alapján elmondható, hogy a nők sokkal kevésbé pozitívan állnak az önvezető autók bevezetéséhez, mint a férfiak. Ezen kívül életkor, végzettség és munkatapasztalat szerint is szignifikáns különbségek voltak kimutathatóak a különböző alcsoportok percepciói és attitűdjei között. Jelen mintában az idősebbek és a fiatalok egyaránt nem igazán észlelték az önvezető autók potenciális pozitív hatásait. Az idősek főleg a járművek drágasága miatt lennének kevésbé hajlandóak azok használatára, míg a fiatalok bármiféle automatizált funkciót elutasítanak, így egy önvezető autó szóba se jöhet. Hasonló mintázat jelenik meg a munkatapasztalat tekintetében is. Az eredmények a nemek tekintetében nem okoztak meglepetést, hiszen a feldolgozott szakirodalmi források is hasonló összefüggésekre hívták fel a figyelmet, de az életkor és a munkatapasztalat hatásának vizsgálata új összefüggésekre hívta fel a figyelmet. A szakirodalmi adatok és a saját kutatási eredményeim alapján megfogalmazható, hogy az önvezető technológia percepciója egyáltalán nem homogén, számos demográfiai változó befolyásolja azt.

MINTA

BIRÓ BORBÁLA
bori630@gmail.com
Marketing
MSc, 1. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Lányi Beatrix
egyetemi docens, PTE KTK

AZ ÚJ ORTOPÉDIAI MŰTÉTI ELJÁRÁSOK, INNOVA-TÍV TECHNOLÓGIÁK FOGYASZTÓI ELFOGADÁSA

A mai világban az egészségügy nagy problémákkal küzd, sok ember bizalmatlan az elavult eljárásokkal szemben, amit alapvetően nem az orvosok képzetlensége okoz, hanem a kevésbe fejlett országok gazdasági helyzete, mert gyakran nincs elég lehetőség az egészségügyi innovációk finanszírozására, megfelelő kommunikációjára. Elemzésre kerül a fogyasztók innováció elfogadási magatartása, valamint az innováció kapcsán ismertetésre kerül az innováció definíciójának fejlődése a legrégebbitől a legújabb definícióig, valamint a Rogers féle innováció diffúzió elmélete is kifejtésre kerül a páciensek és az innováció kapcsán. Célom, hogy választ kapjak és megtaláljam az okokat, hogy miként lehetne megtalálni az arany középutat az emberek bizalma és az új egészségügyi innovációk között.

A kutatás módszerét tekintve szekunder és primer kutatást is végeztem. Szekunder kutatásom, a témához kapcsolódó szakirodalmakat, cikkeket foglalta magába, mind hazai, mind a nemzetközi irodalmak terén. Primer kutatásként egy online alapú kérdőívet készítettem, az adatközlők válaszaiból kinyert adatbázis később SPSS statisztikai rendszer segítségével került megtisztításra, feldolgozásra. Ezt követően az eredmények a két főhipotézis és azok alhipotéziseire fókuszálva korreláció vizsgálattal, illetve kereszttábla elemzéssel kerültek megvizsgálásra. A téma megfelelő körüljárása érdekében szakértői mélyinterjút alkalmazva megkérdeztem a témában jártas szakorvosokat is.

Összegezve a statisztikai értékelést a kérdőívvel kapcsolatban, megfigyelhető, hogy az emberek nyitottak az egészségügyi innovációkra, mindkét hipotézis kapcsán volt szignifikáns különbség a változók között, elfogadásra kerültek, viszont nem szabad megfeledkezni, hogy minden hipotézis kapcsán megjelentek olyan eredmények, amik arra engednek következtetni, hogy nem minden esetben van meg a bizalom az emberekben, páciensekben.

Az új műtéti eljárásoknak köszönhetően sokkal effektívebb lehetne az orvoslás világszerte, viszont ahhoz, hogy az új műtéti eljárásokat alkalmazni is lehessen, kell olyan páciens, aki beleegyezik a teljesen új eljárásba, így azt megfelelően kell mind az orvosoknak, mind a pácienseknek közvetíteni. A közvetítés sikerességének kulcsát a marketingeszközök alkalmazásában látom, mivel, ha jól kommunikáljuk a termék előnyeit, amik adott esetben az új műtéti eljárásokhoz kapcsolódnak, akkor sikerül bizalmat kelteni a páciensben.

MINTA

TÖRÖK ÁDÁM IMRE
torok.adam1993@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 7. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Földi Kata
főiskolai docens, DE GTK

FOGYASZTÓI MAGATARTÁS VÁLTOZÁSA AZ ÉPÍTŐANYAGOK ÉS TÜZÉP ÁRUK TEKINTETÉBEN A GRUNE EUROPA KFT. PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

A családalapítást és otthonteremtést célzó Állami támogatások megjelenése és elterjedése alapvetően változtatta meg a piaci viszonyokat az építőipar, illetve a kapcsolódó gazdasági ágak vonatkozásában. Dolgozatom célja egy hátrányos helyzetű kistelepülésen működő gazdabolt példáján keresztül bemutatni az Állami ösztönzők hatásait a kiskereskedelmi szereplők szemszögéből. Szekunder kutatásként szakirodalmi szerzők műveit, szakfolyóiratokat, kiadványokat, a KSH és a Web of Science adatbázisait használtam fel. Primer kutatás során egyrészt kvalitatív módszerekkel netnográfiai kutatást végeztem az építőanyagokkal kapcsolatos kulcsszavak keresési és találati statisztikáiról, valamint két facebook csoport aktivitásairól. Egy 10 fővel készített vásárlói mélyinterjú, illetve a gazdabolt tulajdonosával készített szakértői/tulajdonosi mélyinterjú szintén a kvalitatív kutatási eredményeket színesítik. Kvantitatív kutatásomat egy 311 fős mintával végzett online, illetve papír alapú kérdőíves megkérdezés jelenti, melynek célja a vásárlói attitűdök és szokások megismerése volt. A kérdőívek kiértékeléséhez az SPSS 25.0 programot használtam, melynek segítségével a leíró statisztikán túl kapcsolatszorossági vizsgálatokat (korreláció, regresszió, kereszttáblás elemzések) végeztem. Faktoranalízis alkalmazásával kérdőívem válaszainak adatstruktúra feltárását végeztem, míg a klaszterelemzés segítségével csoportokat képeztem. Végezetül a bevezetésben megfogalmazott 5 hipotézisem értékelése történt meg az eredmények alapján, melyek közül 4-et elfogadtam, egyet pedig elutasítottam.

MINTA

VARSÁNYI DORKA
varsanyidorci@gmail.com
Marketing
MSc, 2. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Törőcsik Mária
egyetemi tanár, PTE KTK
Dr. Marton Gergely
egyetemi adjunktus, PTE TTK

NŐI EGYÉNI SZABADIDŐSPORTOLÓK OFFLINE ÉS ONLINE SPORTFOGYASZTÁSÁNAK MOTIVÁCIÓS ÖSSZEFÜGGÉSEI

Az online médiafelületeken zajló posztolás és azok figyelemmel kísérése napjainkra igencsak megszokott tevékenységgé váltak. A tartalmak, amelyek megosztásra kerülnek, akár sportolási szokások is lehetnek mindkét nem vonatkozásában. Ezúton viszont a nők fogyasztói hozzáállásuk, s mögöttes motivációjuk feltérképezését határoztuk meg a dolgozat céljául. Annak érdekében, hogy kutatásunk során mélyebb betekintést nyerhessünk, külön figyelmet fordítottunk az offline és online sportfogyasztás közötti kapcsolat megismerésére. Az offline sport esetén a fogyasztás célja, s annak eszköze a sporttevékenységet végző egyén képében fog egyidejűleg megvalósulni. Ily módon az online sportfogyasztás másképp értelmezendő, ugyanis az egyén külső szemlélődőként válik a sport részévé, melynek színterét a virtuális tér adja meg. Felmértük, miszerint azok a hölgyek, akik szabadidejükben sportolásra szánják magukat, mily módon fogyasztják ezt a két területet, s vajon esetenként együttesen is végzik-e őket. Primer kutatásunk sikeres elkészítéséhez kvantitatív kérdőívet hoztunk létre a Google Forms platformján, az anonim kitöltők körét pedig az egyéni sportokban jártas nőkre szűkítettük le, akik szabadidejükben valamely fogyasztói típust töltik be (n=400). Emellett kvalitatív vizsgálatra is sort kerítettünk, amely során strukturált mélyinterjút bonyolítottunk le 10 olyan édesanyával, akik szabadidejükben eljárnak különböző pécsi edző-termekbe sportolni. Eredményeinket tekintve az alábbiak rajzolódtak ki: ezek a hölgyek test-mozgásukkal nem kizárólag saját céljaik elérésére, hanem a társadalmi elvárások teljesítésére egyaránt gondolnak. Környezetük pozitív visszajelzésének eléréséhez a virtuális teret, s az azon belüli social médiát használják fel. Meglátásaink szerint a 21. században úgy lehet leginkább mások elismerését kivívni - amelyre a nők túlnyomó többsége vágyik -, hogy közzéteszik edzéstevékenységüket az effajta platformokon. S amíg a nők az online világban élnek, addig figyelmen kívül hagyják a valóságot. Ennek megoldásaképp a nőknek szükséges lenne magukban tudatosítani azt, hogy ne másoknak feleljenek meg, sokkal inkább saját céljaik elérésére fókuszáljanak. Márpedig a sportból származó előnyöket csak akkor tudják igazán megtapasztalni, ha önmagukért mozognak.

MINTA

Marketing - Márkázás I.

Elnök:	Prof. Dr. Veres Zoltán	PE GTK
Társelnök:	Dr. Kolos Krisztina	BCE
Tag:	Dr. Taralik Krisztina	MATE KRC AÉGI
Tag:	Dr. Keller Veronika	SZE KGK
Tag:	Dr. Kéri Anita	SZTE GTK

MINTA

KOMISZÁR VANDA
vanda.komiszar@stud.uni-corvinus.hu
Nemzetközi gazdálkodás
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Jenes Barbara
egyetemi adjunktus, BCE VFI

A VISELKEDÉSI KÖZGAZDASÁGTAN ÉS A KÉK–SÁRGA ÓRIÁS TALÁLKOZÁSA – DE MIT NYER EBBŐL A FOGYASZTÓ? – A VISELKEDÉSI ELMÉLETEK ÉS A FOGYASZTÓI MAGATARTÁS TALÁLKOZÁSÁNAK VIZSGÁLATA AZ IKEA PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

A neoklasszikus közgazdaságtan racionális fogyasztójával, a homo oeconomicussal szemben a jelen fogyasztóképe sokkal közelebb áll a valósághoz – magába foglalja a vásárlók irracionális magatartását, mely gyakran egy egészen megjósolható és előre jelezhető mintázatot vesz fel. Bár a terület fontosságát és a gazdaság szereplői számára kínált lehetőségeit nem mindenhol ismerték fel, a hozzá kapcsolódó elméletek gyakorlatba történő – tudatos és/vagy nem tudatos – implementálásával egyre több vállalat esetében találkozhatunk. Dolgozatom során öt viselkedési elméletet vizsgálok, melynek gyakorlati alkalmazásai megfigyelhetőek a világ egyik legnagyobb bútorgyártó és -forgalmazó vállalatánál, az IKEA-nál. Ezek kapcsán két fő kutatási kérdés fogalmazódott meg bennem: vállalati oldalról az hogy az IKEA nemzetközi szinten mennyire tudatosan alkalmazza a vásárlói döntéseket is befolyásoló viselkedési elméleteket; vásárlói oldalról pedig azt vizsgálom, hogy hogyan, és milyen tudatossági szinten érzékelik döntéseik során a fent leírt elméletek gyakorlati alkalmazásainak hatását. Kutatásom során kvalitatív módszertant alkalmazva két, egyenként 4 fős fókuszcsoporttal jártam be az IKEA egyik áruházát, hogy a valós vásárlási szituációt szimulálva még pontosabb válaszokat kaphassak a kérdéseimre. Vállalati oldalról az IKEA Magyarország Marketing Menedzserével készített szakértői interjúval vizsgáltam a felvetett kérdést. A kutatás során világossá vált, hogy bár az elméleteket az IKEA nem minden esetben alkalmazza tudatosan, azoknak a viselkedésre gyakorolt hatása megfigyelhető a vásárlókon. Fontos eredmény továbbá, hogy a vásárlók nem úgy tekintenek az impulzivitásukra mint problémát jelentő faktorra, hanem mint az elégedettségüket szolgáló tényezőre, mely miatt sokszor hagyják is magukat befolyásolni.

MINTA

HORVÁTH KATA
horv.kata2@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 5. félév
Soproni Egyetem
Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. habil. Paár Dávid
egyetemi docens, SOE LKK
Dr. Pirger Tamás
adjunktus, SOE LKK

BRANDEK HÁBORÚBAN VAGY BRANDEK HÁBORÚJA? – A KIVONULÁS MINT CSR TEVÉKENYSÉG MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓS MEGKÖZELÍTÉSE

A témaválasztás relevanciáját igazolja az a tény, miszerint a társadalmi felelősségvállalás egy újdonsült, szokatlan formája a piacról történő kivonulás. A 2022-es évben kirobbanó ukrán-orosz konfliktus kapcsán számos márka alkalmazott kisebb-nagyobb mértékű korlátozásokat az Oroszországban folytatott üzleti tevékenységei kapcsán. A fogyasztók életében, valamint a vállalati szférában egyaránt jelentős változások következtek be ezen lépések hatására. Az ilyesfajta CSR tevékenységek alapjául szolgál a háborútól való elszigetelődés célja, továbbá az egyéb, nem fenntartható gazdasági indokok. Marketingkommunikációs szempontból közelítem meg a társadalmi felelősségvállalást, ezek alapján vizsgálom a fogyasztói magatartásban bekövetkezett változásokat, valamint a kivonult vállalatok imázsával kapcsolatos tényezőket.

A dolgozatom szekunder kutatásában bemutatom a CSR tevékenységek kialakulását, azok fajtáit és területeit. Ezt követően a társadalmi felelősségvállalás előnyeit, hátrányait, valamint az azt ért kritikákat ismertetem, továbbá a marketingkommunikációs és PR eszközként betöltött szerepét fogalmazom meg. A háború – mint társadalmi jelenség – kialakulását, ideológiáit vezetem le, majd áttérek az ukrán-orosz konfliktus konkrétumára és annak pénzügyi, kereskedelmi, gazdasági következményeit mutatom be. Végül az általános márkamegítélés, a márkaimázs fontossága, illetve a brandek és fogyasztók kapcsolata szerepel szekunder kutatásomban.

Primer kutatásomat egy online kérdőív segítségével végeztem, amellyel felmértem a kivonulás hatására, a vásárlási szokásokban bekövetkező változásokat; a fogyasztók tájékozottsági szintjét, információs forrásait; valamint a kivonuló magatartással történő egyetértés mértékét. A kereszttáblás vizsgálatok során az említett, felmért tényezőket demográfiai adatokkal vetettem össze és a változók közötti kapcsolatok erősségét vizsgáltam.

Az eredményeim azt mutatták, hogy nem következett be változás a fogyasztói magatartásban a cégek által bevezetett korlátozások hatására. A nemek tekintetében eltérések mutatkoztak meg a témában való tájékozottságban, míg a generációk szerinti felbontásban nem alakult ki jelentős különbség. Megállapítottam, hogy a világmárkák által bevezetett korlátozások mértékének súlyával arányosan nő azok kivonulásáról tájékozódott személyek száma, amely alól a helyettesítő termékek esetei képeznek kivételt. Ezen információk ismeretében fogalmaztam meg a javaslataimat és következtetéseimet a dolgozat végén.

MINTA

FEKETE KINCSŐ
feketekincso@hotmail.com
Marketing
MSc, 4. félév
Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Happ Éva
egyetemi docens, tanszékvezető, SZE KGK

A SZEKSZÁRDI BORVIDÉKI BOROK CÉLCSOPORTJÁNAK MEGHATÁROZÁSA A MÁRKAISMERTSÉG ÉS A CSOMAGOLÁS ALAPJÁN

Az általam választott témakört azért tartom fontosnak, mert az elmúlt években jelentősen megnőtt a bor iránti érdeklődés, kereslet. A bor és a kultúra kapcsolatának fénykorát éljük, ami a minőségi bort fogyasztók számának növekedéséhez vezetett. Ennek következtében egyre nagyobb igény lesz a marketingszemléletre, a marketing eszközök és módszerek ismeretére, alkalmazására.

A szekszárdi borkóstolókon való részvétel felkeltette a kíváncsiságomat a téma iránt és úgy gondolom, hogy a korábbi tanulmányaimat a bormarketing területének kutatásában hasznosíthatom.

Kutatásom célja, hogy meghatározzam a vizsgált borvidék borainak célcsoportját a márkaismertség és a csomagolás alapján. Emellett fontosnak tartom feltárni a pincészetek által használt eszközöket a célcsoportjuk eléréséhez, a fogyasztót befolyásoló tényezőket, a termék készítőjének és csomagolásának befolyásoló hatását a vásárlási döntéshozatalra.

A piackutatási módszerek közül a kvantitatív és a kvalitatív kutatási módszereket választottam, ezen belül is a mélyinterjút és a kérdőíves felmérést. A kvantitatív kutatási módszerhez a Google kérdőíves felmérési programját használtam. Ezzel a módszerrel megszereztem a statisztika feldolgozásához szükséges adatmennyiséget és elvégeztem a lekérdezést. A kérdőívet 214 fő töltötte ki, akik közül 111 nő és 103 férfi volt a nemek megoszlása szerint.

A kvalitatív kutatási módszer esetében nyolc szekszárdi borásszal készítettem mélyinterjút, akik jelentős hírnévvel és szakmai tapasztalattal rendelkeznek a régióban. A kérdőív és a mélyinterjúk eredményeit elemeztem és összehasonlítottam.

A kutatások felfedték, hogy a pincészetek kommunikációs eszközként használják a közösségi médiát, a szakmai folyóiratokat és részt vesznek a borokat népszerűsítő rendezvényeken is. Kiderült, hogy a borászati márka ismertsége, minősége és csomagolása nagy szerepet játszik a vásárló borválasztási folyamatában. Továbbá az is kirajzolódott, hogy nagy a kereslet a minőségi borok iránt, és a szekszárdi borászok a mennyiségi megközelítés helyett a minőségi borok előállítására helyezik a hangsúlyt, így alkalmazkodva a piaci igényekhez.

A bormarketing növekvő népszerűsége sokat segít abban, hogyan tudjuk a lehető legjobban és leghatékonyabban kihasználni a lehetőségeinket és elérni a kívánt célcsoportot.

MINTA

FORRÓ KINGA
kikiforro@gmail.com
Marketing
BA, 6. félév
Babeș-Bolyai Tudományegyetem

Témavezető:
Dr. Săplăcan Zsuzsanna
egyetemi docens , RO BBTE

LUXUSÉLMÉNY A DIGITÁLIS TÉRBEN - A MILLENIÁLIS DIVATFOGYASZTÁS ÚJ DIMENZIÓJA

Az idők során nagy változásokon ment keresztül a luxus, az emberek többféleképpen kezdik látni és értelmezni annak valódi jelentését. Ma a luxus az értékteremtésre irányul, a maradandó érték vállalkozása. Egyénhez kötött, más elemek és részletek határozzák meg ezt a személyes ökoszisztémát. Ez a luxusélmény az egyénileg megélt luxuspillanat.

Egy olyan világban élünk, ahol a digitalizáció uralja a vállalati tevékenységeket. A vásárlás személytelenné válhat az online felületeken, éppen ezért is kiemelt fontosságú a márkák számára, hogy szorosabb érzelmi kapcsolatokat alakítsanak ki a fogyasztókkal: luxuspillanatokon keresztül.

Hogyan járulhat hozzá egy online divat vállalkozás a milleniális fogyasztók luxusélményéhez? Divatcégek esetében mi teheti luxusélménnyé a fogyasztói élményeket? Ezekre a kérdésekre kerestem a választ dolgozatomban, amelyek megválaszolására egyaránt végeztem kvalitatív és kvantitatív kutatást, fogyasztói interjúk és kérdőíves kutatást alkalmazva.

A kutatás eredményei releváns következtetések lehetnek az online divat vállalkozások számára, amelyek vonatkozhatnak a termékek, fogyasztói élmények vagy a különböző érintkezési pontok fejlesztésére.

MINTA

BARTA IVETT
bartaivett05@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 7. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Szekeres Alexandra
tanársegéd, DE GTK
Dr. Tömöri Gergő
adjunktus, DE GTK

MÁRKAÉRTÉK BECSLÉSE KÉT NEMZETKÖZI SZÁMVITELI KÖRNYEZETBEN MŰKÖDŐ VÁLLALAT PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Manapság egyre fontosabb szerepet kap a márka a vállalatok életében, amelyek többsége jelentős összegeket szán az erős márka kiépítésére. Azt a témát azonban vita övezi, hogy a gazdálkodó mekkora összegre becsülje márkája értékét, és hogy a beszámolójában hogyan szerepeltesse azt.

Az általános célkitűzésem egy márkaérték meghatározására alkalmas módszer bemutatása, amelyet az Interbrand vállalat számítási metódusára és a saját kérdőíves kutatásom eredményeire alapozok. Specifikus célom az elemzés során a márkaérték megállapítása a Daimler AG Mercedes-Benz márkának és a Nestlé gabonapehely márkáinak esetében. Ismertetem továbbá annak a lehetőségeit, hogy a márka értéke hogyan szerepeltethető elsősorban az IFRS-ek szerinti beszámolókban.

A márkaérték kiszámítása során a vizsgált vállalatok beszámolóinak elemzésével, valamint a Gordon-féle osztalékértékelési modell alkalmazásával kiszámítottam a két vizsgált márka úgynevezett gazdasági jövedelmét. A kérdőíves kutatásom eredményeinek felhasználásával megállapítottam, hogy a gazdasági jövedelem a vállalatok esetében mekkora arányban tulajdonítható a vizsgált márkáknak, ez az összeg a márkajövedelem. Végül a súlyozott átlagos tőkeköltség (WACC) segítségével megadtam egy olyan rátát, amellyel a márkajövedelmet diszkontálva megkaptam a keresett márkaértéket.

Az alkalmazott kérdőívet a Keller-féle márkaismeret dimenziói modell alapján állítottam össze. Ennek megfelelően a márka értékét a márka ismeretén keresztül vizsgáltam, így a kérdőívben feltett kérdéseim a márka ismertségének (brand awareness) és a márka imázsának (brand image) elemzésére szolgáltak. A kérdőíves kutatásom során három hipotézist állítottam fel, melyek a következők: a Mercedes-Benz esetében a kitöltők fontosabb vásárlási szempontnak tartják a márkát, mint a Nestlé pelyhek esetében; a Nestlé pelyhek vásárlásakor a minőséget tartják a felsorolt szempontok közül a legfontosabbnak; és a válaszadók a vizsgált márkákat választják egy ugyanolyan paraméterekkel és árral rendelkező, ismeretlen vagy kevésbé ismert márkával szemben. A hipotéziseim igaznak bizonyultak.

A végső eredmények alapján elmondható, hogy a Mercedes-Benz és a Nestlé pelyhek márkái erős márkaismerettel rendelkeznek, a beszámolóban alapvetően akkor mutathatók ki, ha beszerzés útján kerülnek egy gazdálkodóhoz.

A kutatás széles körben alkalmazható, főként a téma aktualitása és gyakorlati előnyei miatt.

MINTA

KARDOS ÁKOS
kardos.akos1010@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 6. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

SIVÁK ÁGNES
sivak.agnes@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 6. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Molnár László
egyetemi docens, ME GTK

MÁRKA HITELESSÉG ÉRTELMEZÉSE AZ Y ÉS Z GENERÁCIÓ SZERINT

Kutatási témakörünk nem csak tudományos értékkel bír, de az összes ember életében megjelenik, hiszen azt mondhatjuk, hogy vásárolni mindenki szokott és nem csak egy terméket/szolgáltatást vesz meg a fogyasztó, hanem egy márkát is. Jelen dolgozat a márka hitelesség definiálására irányul, valamint szerettük volna meghatározni, hogy ha egy fogyasztó hitelesnek vél egy márkát, akkor az milyen további asszociációkat von maga után. Egy olyan kérdéskörről beszélhetünk, amit jelentős mértékben befolyásol az egyén szubjektív megítélése, hiszen hiába van minden márkának több meghatározott hitelességre ható eleme, azok megítélése javarészt a fogyasztó egyéni attitűdjétől, értékrendi beállítottságától, megítélésétől függ. Kutatásunk kiindulási pontjaként 4 fő kutatási kérdést határoztunk meg, az egyes kérdések tekintetében feltettünk alkérdéseket is.

Kutatásunk során a márkahitelességet általánosságban véve is megvizsgáltuk, elsődlegesen a szakirodalomi megjelenések szerint, valamint konkrét márkákat is kiválasztottunk, annak érdekében, hogy a téma könnyebben megfogható legyen mindenki számára. Az üdítőital piacról választottunk ki 2 világhírű márkát, a Coca Cola-t és a Pepsit. A kutatásunk sikeres kivitelezéséhez egy olyan külföldi szerző páros kutatását vettünk alapul, akik már számos kutatást készítettek a márkahitelesség témakörével kapcsolatban. Módszertan tekintetében először külföldi és hazai szakirodalmi feldolgozással kezdtünk. Ezt követően a primer kutatást tekintve először a kvalitatív kutatást végeztük el, 2 fókuszcsoportos interjút készítve a Z generáció tagjaival. Ezután tértünk át a kvantitatív kutatásunkra, egy kérdőíves megkérdezéssel mértük fel az általunk választott 2 üdítőital márka hitelességével kapcsolatos fogyasztói attitűdöket. Kvantitatív kutatásunk során kapott eredményeinket különféle statisztikai módszerekkel dolgoztuk fel, végül pedig létrehoztunk két CB-SEM modellt is, mely a két márka hitelességét írja le.

A fókuszcsoportos interjúk során megállapítottuk, hogy az általunk vizsgált témakör megítélését valóban jelentős mértékben befolyásolja az egyén szubjektív megítélése. A modellek az elvégzett vizsgálatok alapján alkalmasak arra, hogy mérjék és meghatározzák valamely márka hitelességét. Kutatásunk során tehát számos konkrét eredményhez jutottunk, azonban a munkát még nem tekintjük befejezettnek, az összeállított kérdőívvel a jövőben szeretnénk a márkahitelességgel kapcsolatos attitűdöt más márkák esetében is felmérni.

MINTA

Marketing - Márkázás II.

Elnök:	Prof. Dr. Veres Zoltán	PE GTK
Társelnök:	Kolos Krisztina	BCE
Tag:	Dr. Taralik Krisztina	MATE KRC AÉGI
Tag:	Dr. Keller Veronika	SZE KGK
Tag:	Dr. Kéri Anita	SZTE GTK

MINTA

FARKAS KIRA ZOÉ
farkaskira.99@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:
Dr. Németh Szilárd
főiskolai docens, BGE PSZK
Dr. habil Kása Richárd
tudományos főmunkatárs, BGE PSZK

A PÖTTYÖS AZ IGAZI, SZERINTED IS? A SZERETETMÁRKÁK VIZSGÁLATA A MAGYAR PIACON, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A PÖTTYÖS MÁRKÁRA

Dolgozatomban a szeretetmárka kifejezést vizsgálom a nemzetközi és a hazai szakirodalom alapján. A magyar piac egyik legnépszerűbb termékére és márkájára fókuszálva szeretném megismerni a vásárlói preferenciákat és a márkahűség közötti összefüggéseket. A kutatási kérdésem az: léteznek-e szeretetmárkák a magyar piacon és ha igen, akkor a Pöttyös márka beletartozik-e ebbe a körbe?

A téma megfelelő feltárásához vegyes kutatási módszertant alkalmazok. A kvantitatív módszertan tekintetében CAWI (online google űrlap alapú kérdőív) módszertant használtam a fogyasztói oldal megismerésére, illetve CAWI módszertannal kiegészített kísérlet alapú vaktesztet ugyancsak a fogyasztói gondolkodás megismerésére, különös tekintettel a fogyasztói preferenciákra. Kvalitatív módszerrel egyrészről készítettem fókusz csoportos kutatást (minicsoportos módszertannal) fogyasztókkal (két kategóriába soroltam őket: 30 év alatti és 30 év feletti csoportok), illetve a vállalat marketing vezetőjével is csináltam egy szakértői interjút. Emellett netnográfiával (megfigyelés) is foglalkoztam, annak érdekében, hogy a témát még részletesebben ki tudjam elemezni. A megfigyelés során első sorban a félig strukturált interjúk keretében is vizsgált Pöttyös reklámfilmet (Youtube platform) és az instagram oldalt figyeltem, illetve ezen platformok komment szekcióit, míg a kvantitatív kutatásom során szituációs kérdésekkel mértem a fogyasztói preferenciákat. Emellett különböző eseményeken megfigyeltem, hogy milyen márkájú túró rudihoz nyúlnak az emberek elsőnek, melyiket választják és milyen márkát vesznek meg végül.

A kutatásom eredményeként beigazolódott a feltételezésem miszerint a Pöttyös márka egy magyar szeretetmárka. A Pöttyös marketingstratégiáját tekintve elmondható, hogy tudatos stratégia megvalósítása alapján érték el a szeretetmárka kategóriát, viszont ehhez komoly érzelmi kötődés kialakítására volt szükség.

MINTA

HÁRI MARTIN
harimartin37@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BSc, 6. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Lányi Beatrix
egyetemi docens, PTE KTK

A VOLKSWAGEN AG MÁRKÁINAK KONSZERNESEDÉSI FOLYAMATAI, STRATÉGIAI SZÖVETSÉGEI ÉS REAGÁLÁSUK AZ AUTÓIPARI TRENDEKRE

Dolgozatomban vizsgáltam a Volkswagen konszern öt márkájának (VW, Skoda, SEAT, Audi, Cupra) piacon elfoglalt helyét, egymáshoz való viszonyát és azt, hogy a piaci változásoknak miként tettek eleget, továbbá kutattam azt is, hogy az autóipari trendekre hogyan reagáltak ezek a márkák.

A kutatásom során az irodalmi áttekintés részhez szakkönyveket, illetve az EBSCO adatbázisban található szakfolyóiratokat használtam fel. A primer kutatásom pedig úgy nézett ki, hogy felkerestem LinkedIn-en az Audi Hungária, illetve a Porsche Hungária vezetőit és velük készítettem el a mélyinterjúkat.

A kutatásom eredményei között említhető az, hogy az egyes márkák többnyire reagálnak a jelenlévő autóipari trendekre. Illetve a dolgozatom egyik legnagyobb eredménye, az a felfedezés, hogy a SEAT márkát vélhetően le fogja váltani a Cupra márka. Ez az átalakulás látszik vállalati oldalról is és fogyasztói oldalról is. Hiszen az erőforrások többségét a SEAT gyárak a Cupra előállítására kötik le, és a fogyasztók is nagyobb igényt támasztanak a Cupra iránt.

MINTA

VARGA KRISZTIÁN
vargakrisz0311@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Dr. Jäckel Katalin PhD
egyetemi docens, BGE KKK

EGY RETRO BRAND ÚJRAÉLESZTÉSE A 21. SZÁZADBAN

Az alábbiakban szeretném ismertetni a TDK dolgozatom tartalmát, melyben megfogalmaztam a vizsgált kérdést, az elért eredményeket és ezen eredmények kutatási folyamatait és típusait.

A dolgozatban a legfőbb irány, amely magában foglalja a vizsgált kérdést és a követendő célt, hogy van-e a Márka üdítőitalnak létjogosultsága az üdítőitalok piacán, továbbá, hogy a Márka, mint egy retró brand hogyan lenne képes elérnie az egykori vezető szerepét újra a piacon.

A kutatandó témát több forrás elemzésével vizsgáltam meg. Az első kutatási típus a szekunder kutatási mód, amelyben valamennyi információt gyűjtöttem különböző irodalmak alapján. Sok esetben a piac és hozzá kapcsolódó kérdéseket vizsgáltam, például a cég ismertetőit, a nemzetközi piacok és hazai piacok mozgását, a fogyasztók magatartását szintén mind nemzetközi és hazai viszonylatban, valamint az egészségtudatosság fogalmát és egészségtudatos fogyasztókat. A nemzetközi viszonylat kérdésénél fontos megemlíteni, hogy a Márka, mint üdítőital gyártó nem jelenik meg nemzetközileg hiszen egy belföldön árusító cégről beszélünk, viszont a nemzetközi piacvezető cégek nagy befolyással vannak a brand piaci helyzetére nézve. Ezek után a trendek alakulásával foglalkoztam a piacon, mint például, miért van nagy jelentősége manapság a mentes, azaz a cukor és kalóriamentes termékeknek és mik ezeknek a szerepük a társadalomban. Trendi még az egészségtudatosság és fenntarthatóság ezt mind az egyén és mind a vállalat szempontjából is megvizsgáltam.

A primer kutatás két típusból tevődik össze. A kvalitatív kutatásból, amit mélyinterjúkkal készítettem. A kutatás során, hogy a vizsgált kérdésre elengedő mélységű válaszokat kapjak, különböző fogyasztókat, vállalatvezetőket, alkalmazottakat kérdeztem meg a témával kapcsolatban. Ennek módszer használatával a téma mélységét lehet növelni és egyéb fogyasztói igényekre is szert lehet tenni. Az interjúkból és szekunder információkból levont konzekvenciák alapján készítettem el a kvantitatív kutatásom kérdőívét, amelyet a Google kérdőív készítő programjával állítottam össze és osztottam meg, hogy nagyobb tömeg elérésével mélyebben tudjam érinteni a vizsgált kérdést. A kutatás, így valid és jól mérhető, illetve szegmensekre bontható.

A kutatás végezetéül értékeltem az eredményeket és összegzem az elért teljesítményt. Az összegzésben minden munkám eredményeit és az oda elvezető folyamatokat is ismertettem, valamint megosztottam a saját véleményemet és észrevételeimet a témával kapcsolatban.

MINTA

PAPP DÓRA
papp.dora6@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezetők:
Horváth Adrienn
marketing igazgató, Márka Üdítőgyártó Kft.
Zarándné Dr. Vámosi Kornélia PhD
adjunktus, BGE KKK

EGY RETRO BRAND ÚJRAÉLESZTÉSE A XXI. SZÁZADBAN A MÁRKA ÜDÍTŐITAL ELEMZÉSE

„Itt a Márka, itta már ma?" -egyre kevesebben vannak, akik felismerik a hangzatos szöveget, hiszen már közel 50 éves üdítőital reklámról beszélünk, és még ma is fogyasztjuk, ráadásul a Márka üdítőital népszerűsége egyre csak növekedett az elmúlt években. Rengeteg tényezőben megváltozott, de sokban megmaradt a régi, ismert és sokak által kedvelt, előszeretettel fogyasztott hazai üdítőitalnak. Több évig nem gyártották, ma mégis Magyarország egyik legkedveltebb üdítőinek egyike. De mi lehetett a siker kulcsa, amivel elérték a hatalmas növekedést az eladásaik terén? Hogyan tudták újraéleszteni a XXI. században, az eredetileg még a szocializmusban született retro üdítőitalt? Kutatásomban ezekre a kérdésekre kerestem a választ.

A dolgozatomban megvizsgálom a Márka üdítőital tevékenységeit az elmúlt években. Szekunder kutatásomban megismerkedhetünk a Márka megszületésével, újraindulásával, marketingeszközeivel, és hogy hogyan jelennek meg a marketingstratégia eredményei számokban, az eladási adatok segítségével. A kutatásom második felében kvantitatív adatokat elemezve, fogyasztói oldalról vizsgálom meg a Márka kommunikációjának eredményességét. A kérdőívemet kitöltött fogyasztók válaszait elemezve, megtudhatjuk hogyan gondolnak az üdítőitalfogyasztók a Márkára. A kutatásom befejezésében mélyinterjúkat készítettem, különböző életkorú Márka fogyasztókkal, hogy személyesebb válaszokban is megvizsgálhassam, hogyan hatott a fogyasztókra egy retro brand újraélesztése.

Kutatásom célja, hogy a hipotézisemet, - miszerint a fiatal fogyasztók ismerik, és előszeretettel fogyasztják a Márkát, mert a marketingeszközök sikeresek voltak, a brand teljes mértékben újraéledt - alátámasszam a fogyasztói visszajelzéseket elemezve. TDK dolgozatom végén bemutatom a kutatásom eredményeit. A megfogalmazott hipotézis első fele nem teljesen fedi az igazságot a kutatási eredmények szerint, a fiatalokhoz még nem jutott el 100%-ban a Márka üzenete. Másrészről a marketing eredményes volt, hiszen az eladások jelentősen nőttek, a fogyasztók előszeretettel vásárolják az új ízeket, tehát a brand újraélesztése a kutatómunkám eredményei alapján sikeres volt.

MINTA

MÁRTON ANNA
annam199927@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 7. félév
Neumann János Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Tanács János, PhD
egyetemi docens, NJE GTK

GÉPJÁRMŰ-VISSZAHÍVÁSOK HATÁSA A BMW AUTÓGYÁRTÓ MÁRKAIMÁZSÁRA, FOGYASZTÓIK KÖRÉBEN

A tanulmány a BMW prémium autómárka fogyasztóinak márkáról alkotott képét, megítélését méri egy olyan vállalati krízist követően, mely során milliós mennyiségben kerültek visszahívásra termékek gyulladásveszély miatt. A kutatás keretén belül a szakirodalom segítségével feltérképezésre került, hogy milyen hatásai lehetnek a márkaimázsra egy termékvisszahívásnak, továbbá milyen befolyásoló tényezők játszanak szerepet a hatás kialakulásában. Primer kutatás segítségével felmérés készült, hogy hogyan alakult mindez a BMW autógyártó márka gyulladásveszély miatt kialakult termékvisszahívási krízisében. Eredményként megállapítható, hogy a BMW márka esetében a kigyulladó autókkal kapcsolatos gépjármű-visszahívásoknak hosszabb távon csak csekély mértékű negatív hatása érzékelhető a márkaimázson a vizsgált magyarországi BMW fogyasztók körében, melyre több magyarázat adható.

MINTA

BAKÓ SIMON
bakosimon007@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezetők:
Burka Szilvia
szaktanácsadó, Praktiker Kft.
Zarándné Dr. Vámosi Kornélia PhD
adjunktus, BGE KKK

PRAKTIKER MINT MÁRKA. MIT VÁRNAK EL MA A FOGYASZTÓK EGY MÁRKÁTÓL? MENNYIRE ELKÖTELEZETTEK MA ÉRZELMILEG A PRAKTIKER FELÉ A VEVŐI? MILYEN IRÁNYBAN, ÉS HOGYAN KELL A VÁLLALATNAK A MÁRKÁT IRÁNYÍTANI?

Dolgozatom a Praktiker, mint márka és a cég imagének vizsgálata köré szerveződik. Célba veszem a vállalatot, amely Magyarországon az egyik piacvezető lakásfelújítás, kertépítés és más DIY tevékenységekkel kapcsolatos termékek árusítása terén. Emellett célba veszem a márkát is, mely már több mint 20 éve jelen van a magyar piacon, és amelyet nagy gonddal és nemzetközi tapasztalattal alakítottak az évek során.

A dolgozatot a megfelelő háttérinformációk és a márkaépítéssel kapcsolatos alapvető témák bemutatásával, áttanulmányozásával kezdem. Ilyen például, hogy manapság milyenek a fogyasztói elvárások egy márka felé és természetesen arról is szó esik, hogy a jövőben ez milyen irányba fog változni.

A szükséges háttérinformációk után, a dolgozat második részében áttérek a Praktikerre, mint cégre, és mint márkára is. Szó esik a vállalat eddigi márkaépítéssel kapcsolatos tevékenységéről, a piac helyzetéről, versenytársakról és fogyasztókról is, melyeket szekunder kutatás formájában vizsgálok. Ezekhez a cég által elkészített, az utóbbi évekből származó áruházi és online megkérdezések és kérdőívek eredményeit használom. A jelen és jövő kérdéseire interjúk és kérdőívek segítségével keresem a válaszokat.

Az eredmények között nem csak a címben már feltett kérdésekre kapott válaszok szerepelnek. Felszínre kerülnek olyan információk is, mint például, hogy mi tesz egy márkát aktuálissá, megbízhatóvá. A Praktiker esetében megtudtam, hogy mi kell ahhoz, hogy egy DIY üzletlánc közismert és fogyasztóbarát legyen, valamint, hogy ezeknek a cégeknek milyen lehetőségeik vannak kitűnni a versenytársak közül. Nem utolsó sorban pedig a jövőről is szó lesz. A fő kérdéskör itt, a fenntarthatóság és a környezettudatosság stratégiai szerepe, márkára gyakorolt hatása, és, hogy ez hogyan nyilvánul majd meg a marketing tevékenységekben.

MINTA

Marketing - Marketingkommunikáció

Elnök:	Dr. Huszka Péter	SZE KGK
Társelnök:	Dr. Horváth Dóra	BCE GTK
Tag:	Dr. habil. Szabó Zoltán	SOE LKK
Tag:	Dr. Szakács Attila	DE GTK
Tag:	Dr. Gerdesics Viktória	PTE KTK

MINTA

BERKI BIANKA
bianka.berki98@gmail.com
Marketing
MSc, 4. félév
Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Kéri Anita
adjunktus, SZTE GTK

A Z GENERÁCIÓ MÉDIAFOGYASZTÁSI SZOKÁSAI ÉS VIZUÁLIS ÉSZLELÉSE A FELSŐOKTATÁSI MARKETING PERSPEKTÍVÁJÁN KERESZTÜL

Kutatásom célja a Z generáció médiafogyasztási szokásainak és vizuális észlelésének megismerése annak érdekében, hogy a kapott eredmények beépítésre kerüljenek a felsőoktatási marketing tevékenységbe a Z generáció hatékony elérése céljából. Kutatási kérdésemnek a következőt fogalmaztam meg: „Hogyan érdemes a Z generáció irányába kommunikálni?”.

A kutatás adatgyűjtése három ívre épült; az első egy kreatív csoportos vizsgálat, második a szemkamera, a harmadik pedig egy online kérdőív. A kutatás első részében nem voltak előzetes feltevéseim, ugyanis a kreatív csoporttal egy feltáró jellegű kutatás volt a célom. Ezt követően a szakirodalom és a kiscsoportos megkérdezés alapján hoztam meg a hipotéziseket a további kutatási részekhez, amelyeket szemkamerán és retrospektív kérdőíven teszteltem.

A 6 fős kreatív csoport és 40 fős szemkamerás mérés alanyaival készült kutatás alapján a következő eredményeket kaptam. A mintában jellemző a multitasking jelenség, mert egy média használata nem köti le őket, mert kevés számukra az az inger mennyiség. A Z generáció közösségi média fogyasztási szokásáról az derült ki, hogy a különböző közösségi média felületeknek kialakult a maga szerepköre, kategorizálni lehet őket. A Facebook lett a komolyabb, informálisabb, az Instagram a szórakozás és az úgynevezett “mindenes” vonal, a TikTok szintén szórakozás és időtöltés, a Snapchat pedig az emlékekről szól. Azonban csökken a Facebook alkalmazás jelentősége a körükben. Mivel a generáció tagjai között van olyan, aki nem rendelkezik Facebook vagy TikTok alkalmazással, csupán az Instagram van letöltve a telefonjára. Úgy vélem, hogy a legfontosabb tartalmakat (határidőkről, tájékoztatásról) érdemes több felületen is közzétenni, hogy minél több hallgatóhoz eljusson.

A szemkamerás kutatás és retrospektív kérdőív alapjában azt állapítottam meg, hogy egy posztgrafika középső részében elhelyezett szöveg nagyobb figyelmet generált a vizsgált Z generáció körében, mint a felső részben elhelyezett. Emellett a képméret változtatásának figyelemre gyakorolt hatása a minta esetében azt tükrözi, hogy a kis és nagy méretben is nagy figyelmet kapott a kép, melyeket a fixációs mérőszámok közötti elenyésző különbség bizonyít. A vizsgált alanyok esetében nagyobb figyelmet kap a fekete és kontrasztos színeket használó grafika. A szemkamerás kutatás vizuális észlelés mutatói alapján megállapítható, hogy nagyobb figyelmet kaptak a kijelölt érdeklődési területek a díszesebb, dinamikusabb grafika esetében.

MINTA

FÜGEDI LAURA
laura.fugedi@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BSc, 7. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Molnár László
egyetemi docens, ME GTK
Fehér Márton
szakértő,

AZ INFLUENCER MARKETING ÉS A BEFOLYÁSOLHATÓSÁG

Az influencerek világa teljesen meghatározza a mindennapjainkat. A kutatásom témájának kiválasztása során törekedtem arra, hogy olyat válasszak, ami igazán aktuális, érdekes, valamint amin keresztül újdonságokkal tudom bővíteni az ismereteimet egy olyan témakörben, amit izgalmasnak vélek. Tanulmányom multidiszciplináris, hiszen alapvetően a marketing kérdésköre, de foglalkozik pszichológiával és kis mértékben szociológiával is. Fontosnak gondoltam feltárni ennek a módszernek az alapját, azaz a legfontosabb és nélkülözhetetlen részét, a befolyásolhatóságot. Ez kell ahhoz, hogy az influencerek meg tudják győzni a közönségüket egy termék megvásárlásáról.

A kutatásom során keresem a választ arra, hogy mik azok a tényezők, amik befolyásolhatóvá teszik az embereket, hogyan lehet mérni, és megállapítani a befolyásolhatóság mértékét, milyen összefüggés található az influencer marketing és a befolyásolhatóság között, valamint, hogy hogyan lehet hatékonyabbá tenni az influencer marketinget, a befolyásolhatóság vizsgálatának segítségével?

Dolgozatom megírása folyamán részletesebben megismertem a témám legfontosabb részeit, így bemutatom influencer marketinghez vezető stációkat, az influencereket és csoportosításukat. Majd rátértem az eszköz kulcstényezőjére, azaz a befolyásolhatóságra, annak mérésére, és annak tényezőire. Rövid kitekintést tettem a reklámpszichológia influencer marketinghez kötődő pontjaira, majd végül egy kvantitatív kutatás segítségével elemeztem a szekunder kutatásban is taglalt tényezőket. Az irodalmi és gyakorlati feltérképezés során, úgy gondolom sikerült egy átfogó, komplex képet kapnom az influencerek világáról és az általuk megcélzandó befolyásolhatóságról. Feltártam a tényezők közötti összefüggéseket és kapcsolatokat, valamint,megismertem a kutatásom egyik létfontosságú elemét, a SUSCEP skálázási módszert, amellyel a személyek befolyásolhatóságát lehet mérni. Ezt a módszert és a kérdőívem válaszait felhasználva kaptam én is választ kérdéseimre.

Az eredmény, hogy a személyiség valóban meghatározó alapja a befolyásolhatóságnak, hiszen két személyiségjegy is meggyőzhetőnek bizonyult. Emellett meghatározó még az életkor és az egyes kulturális dimenziók. Ezek alapján felállíthatók olyan célcsoportok, amik a legmeggyőzhetőbbek. Úgy érzem nagyon érdekes és hasznos információkat sikerült meghatároznom az elemzés során, így ezeket felhasználva egy igazán sikeres és hatékony felhasználási módját lehet megalkotni az influencer marketingnek.

MUNKA

NGUYEN THUY VALENTINA
nguyen.valentina.99@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:
Dr. Németh Szilárd PhD
főiskolai docens, BGE PSZK
Lengyel Lívia
stratégiai tanácsadó, egyéni vállalkozó

AZ INSTAGRAMON TÖRTÉNŐ MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ HATÉKONYSÁGÁNAK VIZSGÁLATA A DIVAT KONTEXTUSÁBAN

Kutatásomban azt vizsgáltam, hogy a divatcégek Instagram bejegyzéseinek forrása és esztétikája milyen hatással van a lájkoltságra és az e-WOM-ra. A forrás eredetét két részre bontottam: márka által- és felhasználó által generált tartalomra, az esztétikát pedig a pillanatkép- és a stúdió esztétika tükrében tanulmányoztam. Érdekelt, hogy az említett tényezők milyen befolyással bírnak a fogyasztóban keltett hitelességre és örömre, valamint hogy ezen jelenségek elegendőek-e ahhoz, hogy interaktivitást váltsunk ki a felhasználók körében. Az interaktivitást a fentebb említett komponensekkel mértem: a tetszést kifejező reakcióval, a lájkokkal, illetve az online szájreklámmal, tehát az e-WOM vizsgálatával. A leírtak alapján fő kutatási kérdésem a következő volt: hogyan befolyásolja a divatcégek bejegyzéseinek forrása és esztétikája a fogyasztót az Instagram online terében?

A tanulmányom első felében a fogalmak és elméletek tisztázása után hasonló kísérleteket és elemzéseket vizsgáltam, majd kvantitatív kutatást végeztem. Az adatokat online kérdőívekből gyűjtöttem ki, melyeket különböző közösségi média felületeken jutattam el a 18-34 éves női Instagram felhasználókhoz. A kitöltőknek forrás és esztétika szerint kategóriákba szedett bejegyzésekhez társított és előzetes kutatásokban tesztelt mérési tételeket kellett értékelniük.

Ezen állítások értékeléseinek segítségével megállapítható, hogy az adott bejegyzést hitelesnek gondolják-e a fogyasztók, illetve kelt-e bennük örömöt vagy izgatottságot a megjelenített kép. Továbbá a válaszok elemzése megmutatja, hogy az említett érzések mennyiben járulnak hozzá a lájkoltsághoz és az e-WOM-hoz. A kapott eredmények választ adnak arra, hogy a felhasználókat hogyan érhetjük el az Instagram felületén – ezzel megmutatva az esztétika és a tartalom forrásának jelentőségét az online marketingkommunikációban.

MINTA

UHRIN DÁVID
david.uhrin@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Szabó Edit
óraadó, BGE KKK

B2B KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIA A SZERVEZETI SOKSZÍNŰSÉG TÜKRÉBEN, ELEMZÉSE ÉS ÖSSZEFÜGGÉSEI A TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁS KOMMUNIKÁCIÓJÁVAL

A dolgozat változatos szervezeti működési struktúrák mentén hivatott összehasonlítani a hagyományos vállalatközi kommunikáció és vállalati társadalmi felelősségvállalás gyakorlatait. Alapvető célja a vizsgált módszerek között felmerülő hasonlóságok és különbségek feltárása, illetve összehasonlítása a két említett téma kapcsán. Kutatásom alapjául egy szervezeti tevékenységi (gazdasági, védelmi, önszerveződő, közszolgáltató) és egy szervezeti finanszírozási modell (állami és magán) alkotta egyesített mátrix szolgál. A téma alapos ismeretéhez kiindulásképp különböző szervezeti kommunikációs irányelveket és a szervezetközi kommunikáció alapjait tanulmányozom. Ezt követően vizsgálom többek között a B2B és B2C összehasonlítását, a legjellemzőbb online és offline eszközöket, és a pandémia hatásait a vállalatközi kapcsolatokra. A felelősségvállalást számos értelmezésén és típusán túl kritikáját figyelembe véve vizsgálom, mindezekre alapozva nem csak, mint szervezeti trendet, hanem mint esetleges marketing eszközt, kommunikációs tárgyat, valamint célkitűzést és szervezeti kultúrát alapozó szándékot. A dolgozatban hidat képez a hagyományos B2C értelmezésben megalkotott fogyasztói életív-marketing a szervezeti elemzés alapja és a B2B olvasata között. Ezek tekintetében a kutatás kiemelt kérdésfeltevései a következők:

- Gyakorol-e hatást egy szervezet értékrendjére, felelősségvállalására és kommunikációs attitűdjére, hogy milyen tevékenységet folytat, valamint, hogy állami vagy magánfinanszírozásban működik?
- Megkülönböztetnek az állami szféra képviselői vállalati társadalmi felelősségvállalási tevékenységet vagy alapvető működési céljuk a felelősségvállalás?
- A nonprofit szervezetek a vállalatközi kommunikáció mely aspektusára helyezik a nagyobb hangsúlyt: az együttműködés kiépítésére vagy fenntartására?
- Lehetséges a CSR tevékenységet B2B marketingkommunikációs eszközként használni?

A vizsgált területek és kérdéskörök áttekintésére a kvalitatív mélyinterjús megkérdezés módszerét választottam, hiszen a vizsgált mátrix elemeitől nem számszerűsíthető adatok feldolgozásával szeretném elérni kutatásom eredményességét, hanem hosszas feltáró beszélgetésekkel, a szakemberek személyes véleményét is megismerve. Dolgozatom bemutatja, hogy a finanszírozási forma hat a szervezetek felelősségvállalására és kommunikációjára, indukálja a területek összekapcsolódását, valamint, hogy az állami szféra bizonyos képviselői is folytatnak CSR tevékenységet.

MINTA

SZALCZGRUBER FANNI
fanni.szalczgruber@stud.uni-corvinus.hu
Kereskedelem és marketing
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Ásványi Katalin
egyetemi docens, BCE - FFI

CSR KOMMUNIKÁCIÓ A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁBAN – AZ INFLUENCER VAGY A VÁLLALAT POSZTJA HATÉKONYABB?

A vállalati társadalmi felelősségvállalás az elmúlt években egyre nagyobb hangsúlyt kapott a vállalatok és az érintettek részéről egyaránt. Ahhoz, hogy az érintettek tudomást szerezzenek a vállalatok CSR tevékenységeiről, elengedhetetlen ezen törekvések kommunikációja. Hazánkban is számtalan példát találunk arra, hogy a vállalatok a közösségi oldalakon szeretnék eljuttatni ezeket az üzeneteket fogyasztóikhoz: a saját oldalaikon vagy influencereken keresztül.

A dolgozatom célja felmérni, hogy amennyiben egy vállalat a magyar közösségi médiában szeretne kommunikálni a CSR tevékenységeiről, akkor a saját oldalukon vagy egy influenceren keresztül hatékonyabb ezt megtenni. A marketingben gyakran használják a vásárlási hajlandóságot a kommunikáció hatékonyságának indikátoraként, melyre közvetetten (a márka iránti attitűdön keresztül) hatással van a forrás hitelessége, és a forrás iránti szkepticizmus is. Ezen négy elemen keresztül mértem fel, hogy melyik forrás használata hatékonyabb.

A szekunder kutatás során tartalomelemzéssel vizsgáltam a magyar influencerek és a magyar nyelvű profillal rendelkező vállalatok Instagram oldalain található CSR hirdetéseket.

A primer kutatást a 18-24 évesek körében végeztem, mivel felmérések szerint ők követnek leginkább influencereket és vállalatokat a közösségi médiában, illetve ebben a korcsoportban a legjellemzőbb, hogy valamilyen formában interaktáljanak a posztokkal. Két fókuszcsoportos interjú során felmértem, hogy az influencer vagy a vállalat által posztolt CSR kommunikáció forrását találják hitelesebbnek, illetve, hogy melyik poszt vált ki kevesebb szkepticizmust, pozitívabb márka iránti attitűdöt és nagyobb vásárlási hajlandóságot a résztvevőkből.

A szekunder kutatás eredményeinek tekintetében elmondható, hogy az influencerek CSR kommunikációt tartalmazó posztjai alatt átlagosan több a hozzászólás, azonban a vállalatok által posztolt bejegyzések alatt nagyobb arányban olvashatóak olyan kommentek, melyek a fenntarthatósághoz relevánsak.

A fókuszcsoportos interjúk során az interjúalanyok a vállalatot hitelesebbnek találták, mely pozitív hatást gyakorolt a márka iránti attitűdjükre. A szkepticizmus mindkét poszt láttán megjelent a résztvevőkben, azonban ez nem volt hatással a márka iránti attitűdjükre. A márka motivációjával kapcsoltban megjelenő szkepticizmus viszont negatívan befolyásolta az interjúalanyok véleményét a szóban forgó CSR kampányról. Vásárlási hajlandóság egyik poszt láttán sem ébredt a résztvevőkben.

MINTA

NÉMETH SÁRA
sara@dravanet.hu
Kereskedelem és marketing
BA, 5. félév
Soproni Egyetem
Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Mészáros Katalin
egyetemi docens, SOE LKK

FONTOS A FONT? A BETŰTÍPUSOK FONTOSSÁGA A MARKETINGBEN, JELENTŐS DIVATMÁRKÁK ARCULATVÁLTÁSÁN KERESZTÜL VIZSGÁLVA

Dolgozatom célja, hogy nagy jelentőségű divatházak logóiban történt betűtípusváltáson keresztül vizsgáljam a betűtípusok marketingben betöltött szerepét. Szekunder kutatásom során olyan szempontokat tanulmányoztam, mint a logók fontossága a vállalati identitás kialakításában; a betűtípusok olvashatósága, illetve az ezzel járó ismertség és kockázat érzete; a betűtípusok szemantikai asszociációs hatásai; valamint a betűtípus és a brand értékei közötti kongruencia.

Ezekre alapoztam kvantitatív kérdőíves kutatásomat, melyben három betűtípust vizsgáltam. Kiértékelésére az SPSS programot használtam, és a jellemző statisztikai mutatók kiszámítása mellett kereszttábla-elemzést és faktoranalízist is végeztem, hogy feltárjam azokat az összefüggéseket, amik a hipotéziseimet alátámasztották, illetve cáfolták.

A kutatás eredményeképp megállapíthattam, hogy a divatházak új betűtípusai kedvezőtlen elbírálásban részesültek, ellentétben a régi betűtípusokkal. Felfedeztem olyan szignifikáns kapcsolatokat, amik alapján következtetni lehet arra, hogy az új betűtípusok kedvezőtlen megítélését milyen tulajdonságok hiánya okozhatja. Azonban nem találtam olyan egyértelmű összefüggést, ami a régi betűtípusok népszerűségét megmagyarázza, így ez további kutatásra adhat okot. A jó olvashatóság előnyei a kutatásomban nem bizonyultak kimutathatónak, viszont sikerült statisztikai módszerekkel is bizonyítható korrelációt találjak a betűtípusok jellemzésére alkalmas különböző tulajdonságok között. Dolgozatomat azzal a javaslattal zártam, hogy a kutatásban vizsgáltaktól eltérő betűtípusok keresése, illetve megalkotása jelenthetné a megoldást.

A kutatás releváns lehet a közgazdaságtudomány, ezen belül is a marketing szakterületén, ugyanis feltár olyan szempontokat, amik rávilágítanak a betűtípusválasztás fontosságára. Ez elősegítheti a tudatos, marketinges szemléletű döntések meghozását annak érdekében, hogy a betűtípusokat hatékonyan alkalmazni tudjuk a marketingmix elemeként.

MUTA

SZALÁNCZY ESZTER
szalanczy.eszter@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BSc, 7. félév
Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Révész Balázs
egyetemi docens, SZTE GTK

K-POP BANDÁK, MINT INFLUENSZEREK – A REKLÁMOZOTT TERMÉK IRÁNTI VÁSÁRLÁSI HAJLANDÓSÁG VIZSGÁLATA KOREAI VILÁGSZTÁROK ESETÉN

Az elmúlt években a K-pop népszerűsége rohamosan nőtt nemzetközi színtéren is. Az ipar becslések szerint évente 10 milliárd dollárral növeli Dél-Korea gazdaságának a bevételét. Ezt kihasználva a vállalatok próbálják a K-pop rajongóit vásárlásra ösztönözni. Ebben segítségükre van az úgynevezett paraszociális kapcsolat. Ennek során a fanok egy egyoldalú szoros kötődést ápolnak a bálványukkal. Úgy érzik a közeli baráti körébe tartoznak, és igyekeznek ezt az érzést fenntartani vagy megerősíteni. Erre viszont általában az egyetlen lehetőségük az, ha a hozzájuk kapcsolódó termékekből vásárolnak. A bandák ügynökségei törekednek arra, hogy szoros paraszociális kapcsolat érzése alakuljon ki a fanokban. Hiszen minél szorosabbnak érzik kapcsolatukat, annál többet hajlandóak költeni a kedvencükre.

Sok vállalat ki is használja ezt az odaadást, hogy közös márkázás révén bővíthessék célcsoportjukat, és növeljék bevételüket.

Kutatásomban a BTS nevű fiúegyüttes példáján keresztül ezt vizsgálom. Kutatásom kérdése, hogy a megítélésük hogyan befolyásolja a rajongókat a K-pophoz kötődő termékek vásárlása során. Empirikus vizsgálataimat kérdőív segítségével végeztem el, melyben a hazai K-pop közösséget kérdeztem a BTS-hez való hozzáállásukról, valamint a Samsungnak és a McDonald's-nak a megítéléséről, melyekkel a banda közös terméket dobott a piacra.

Négy hipotézist vizsgáltam, melyek közül kettőnél a kérdőívemre kapott statisztikai adatok alapján kereszttábla elemzést végeztem SPSS-ben. Megvizsgáltam, hogy a paraszociális kapcsolat erőssége milyen rajongási szinten a legerősebb, majd következtetéseket vontam le a rajongási szintek, és a vásárlási hajlandóság kapcsolatáról.

A másik kettő hipotézisnél pedig a megoszlási adatokat összehasonlítva jutottam megállapításokra a Samsung és a McDonald's megítéléséről a rajongók körében, az együttműködések hatására.

Vizsgálataim során arra a megállapításra jutottam, hogy a rajongás szintje befolyással van a vásárlásokra, vagyis azok, akik erősebb rajongást élnek meg, hajlandóbbak ilyen termékek vásárlására, mint a kisebb mértékű rajongást átélő társaik. A közös márkázás tekintetében fény derült arra, hogy hiába kelti fel a fanok érdeklődését egy-egy ilyen együttműködés, hosszútávon nem változtatja meg a véleményét az idegen márkával szemben. Ennek elsősorban oka a rossz megvalósítás vagy a túlzóan magas ár, amit a termékért cserébe kérnek.

MINTA

NAGY LOLA
lolus.1010@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 7. félév
Soproni Egyetem
Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. habil. Paár Dávid
egyetemi docens, SOE LKK
Dr. Pirger Tamás
adjunktus, SOE LKK

MARKETING A LABDARÚGÁSBAN, AVAGY A FUTBALLCIPŐK NÉPSZERŰSÍTÉSE LABDARÚGÓSZTÁROK RÉVÉN

A tanulmány sportmarketing megközelítésében vizsgálja a sportszponzorálás piacának egyik legjelentősebb bevételét képző tevékenységet, azaz a népszerű sportolók támogatásával, szponzorálásával kapcsolatos együttműködéseket. A tudományos diákköri konferencia dolgozatom célja annak megállapítása, hogy a híres sportolók hatékony reklámhordozói szerepet töltenek-e be a futballcipők népszerűsítésében, vagy sem. Továbbá szerettem volna felderíteni, hogy a támogatott sportoló személye, hitelessége, megbízhatósága mennyire képes befolyásolni, esetleg megváltoztatni a vásárlói hajlandóságot, magatartást.

A tanulmány első része a sporttal, és a hivatásos labdarúgás öt fő piacával foglalkozik. A második részben kerül bemutatásra a marketing, annak sport aspektus felöli megközelítése. A harmadik rész a szponzorációval és annak tárgyával, a futballcipőkkel kapcsolatos információkat tartalmazza. Majd a kutatási módszer, illetve eredmények ismertetésére kerül sor.

Kutatásomhoz kérdőíves kvantitatív módszert alkalmaztam, a válaszadók jellemzően 11 és 19 év közöttiek voltak, összesen 161 fiatal jelentkezett játékra, ahogy a futballban szokás mondani. A felmérés helyszíne a szombathelyi Illés Labdarúgó Akadémia, illetve a velük szoros kapcsolatban álló utánpótlásnevelést végző Lurkó UFC volt.

A kérdőív kitöltése papíralapon történt, ezután a válaszok kódolásra kerültek egy Excel táblában. A JASP nevű szoftver segítségével értékeltem ki a kérdésekre adott válaszokat. Még a kérdőív kiosztása előtt nyolc hipotézist állítottam fel, melyek vizsgálatához kereszttábla khi négyzet próba módszerre volt szükségem. A nyolc, általam igaznak vélt, feltevés közül kettő került elfogadásra, míg a másik hat hipotézis elutasításra. A vizsgálat során a korábbi állításaim mellett többször előfordult, hogy az eredmény láttán szükséges volt további vizsgálatok elvégzése.

A kettő elfogadott hipotézis szerint azok, akik vásároltak már reklámok alapján futballcipőt, őket a sportolókon keresztüli népszerűsítés, reklámozás jobban befolyásolja, mint azokat, akik még nem vásároltak vizuális képek alapján. Emellett a fiatalabb korosztályok nagyobb figyelemmel követik az eseményeket a televízión keresztül, mint bármilyen más médiumon, például rádión, közösségi médián keresztül. A hat elutasított állítás esetében a vásárlási szokásokra, példaképekre, saját véleményekre, ismeretekre támaszkodó kérdések közötti összefüggések kerültek megvizsgálásra.

MUNKA

BERNÁTH ODETT
bernathodett@hotmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Zarándné Dr. Vámosi Kornélia
adjunktus, BGE KKK

MIÉRT ELADHATÓBB, HA ODETT AJÁNLJA?

Bernáth Odett vagyok, a Budapest Gazdasági Egyetem másodéves hallgatója. Egyetemi tanulmányaim mellett tartalomkészítőként is tevékenykedem a social médiában, olyan platformokon, mint a TikTok és az Instagram, ahol összesen már több, mint 400.000 ember követi a mindennapjaim. Emellett elindítottam saját webshopomat is, a www.fittodett.hu oldalt. Tinédzserként kezdtem el fényképeket és videókat gyártani ezekre az oldalakra, 13 éves voltam, amikor regisztráltam és azóta nagyon tudatosan építem a követői bázisomat. Közel 7 éve dolgozom azon, hogy ezt elérjem, egyetlen napot sem hagytam ki, minden nap megjelentem, posztoltam követőim számára.

Kiskorom óta az volt a célom, hogy ismertté váljak, hogy az emberek megismerjék a nevemet és tudtam, hogy ehhez a közösségi médiában kell aktívan megjelennem. A folytonos, tudatos posztolásnak köszönhetően mára már én is azok közé az influenszerek közé tartozom, akikre régebben példaképként tekintettem. Számos céggel dolgoztam, és dolgozom is együtt jelenleg, akiknek tartalmakat készítek az oldalaimra. Teljesen egyedül, mindenféle segítség nélkül tanultam bele ebbe a szakmába, semmilyen támogatásom nem volt, mindent magam tapasztaltam meg. A rengeteg munka és tapasztalatgyűjtés során sikerült a jelenlegi, közel félmilliós követőtáboromat felépítenem.

A tartalomgyártás számomra egyáltalán nem megterhelő, kimondottan élvezem, ezért is választottam ehhez közel álló témát a tavalyi és a mostani TDK dolgozatom megírásához is. Mivel nagyon közel áll hozzám a self-marketing, hiszen ez az alapja az influenszer-létnek, testhezállónak találom ezt a témát, valamint szeretnék egy kis betekintést adni a TDK dolgozatomat olvasóknak.

Dolgozatom megírásához olyan kutatásokat végzek, melyek a későbbiekben segíteni fogják saját munkámat is, illetve egy visszaigazolást adnak majd a jelenlegi tevékenységemről. Ezen felül az influenszerek jelenségét, hatását és munkásságát fogom megvizsgálni, melyek a vásárlókat és azok döntéseit nagy mértékben befolyásolják. A „Miért lesz eladhatóbb, ha Odett ajánlja?” kérdésre saját social média platformjaim elemzésével, kutatómunkával, illetve egy partner cég közreműködésével fogok választ adni. Célom, hogy ezzel a dolgozattal és kutatással az influenszer tevékenységemet tovább fejlesszem, és egy még magasabb szintre jussak.

MINTA

TÓTH LAURA EVELIN
tthlrvln16@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 4. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Sasné Dr. Grósz Annamária
egyetemi docens, PE GTK

SPORTOLÁSI HAJLANDÓSÁG MEGVÁLTOZÁSA A KÖZÖSSÉGI MÉDIA HATÁSÁRA

Napjainkban az embereknek egyre nagyobb igénye van az egészséges életmódra és próbálnak mindennapjaikba mozgást is beiktatni, de emellett a közösségi média is egyre nagyobb szerepet játszik az életükben. Sokat hallani arról, hogy a fiatalok rengeteg időt töltenek a közösségi média felületeken, ami nem feltétlenül probléma, hiszen az ezekben megjelenő egészséggel kapcsolatos kommunikáció támogathatja az egészséges életmódra törekvő tevékenységeket. Mégis kevés tanulmány foglalkozott a közösségi média befolyásoló erejével a sportaktivitás vonatkozásában.

Kutatásom során első lépésként szisztematikus irodalomelemzést végeztem az eddigi kutatási területekre, alkalmazott módszerekre és célcsoportokra vonatkozóan. Ezt követően szekunder források alapján kiválasztottam 5-5 népszerű magyar és külföldi fitnesz Instagram influenszert ranglista alapján. Primer kutatási tevékenységem magába foglalja mind a kvantitatív, mind a kvalitatív kutatási módszert. Kvalitatív kutatás során csoportos interjúkat bonyolítottam le 18-25 évesekkel, a hitelesnek ítélt influenszerek meghatározása céljából. Az eredmények alapján az influenszerek akkor minősülnek hitelesnek, ha őszinték, betekintést engednek az életükbe és mindig a valóságot mutatják. Az eredményekre építve kvantitatív kutatást végeztem, korábbi kutatások validált mérőeszközei segítségével. Az online kérdőíves megkérdezés célja a sportaktivitás, valamint influenszerek hatásának vizsgálata és a válaszadó személyiségtípusának meghatározása volt. Eredményekből megállapítható, hogy az edzőtermi sportolók esetében fontos, hogy egy influenszer jól nézzen ki, fő motivációjuk a fittség és alakformálás volt. Megkérdezettjeim közül a legtöbben önszántukból kezdtek el sportolni. Személyiségtípusok tekintetében elmondható, hogy a barátságosság és a lelkiismeretesség személyiségtípus jelent meg a sportolók körében nagyobb százalékban. Továbbá válaszadók több, mint fele nem vett igénybe terméket vagy szolgáltatást influenszer ajánlásának hatására.

Kutatási eredményeim hozzájárulnak annak megismeréséhez, hogy a közösségi média hogyan befolyásolja a fiatalokat sportaktivitásukban, és milyen összefüggésben áll ez személyiségtípusukkal. A kutatás során feltárt befolyásoló hatások a jövőben segítséget adhatnak a vizsgált korosztály sportolási aktivitásának növeléséhez mindazoknak, akik a közösségi médián keresztül szeretnék elérni őket.

JATEPRESS

SZABÓ ÁKOS
szabo.akos94@gmail.com
Marketing
MA, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Marketing Intézet

Témavezető:
Mitev Ariel Zoltán
egyetemi tanár, BCE MI

TAKA A CELEBVILÁGNAK - ELŐKELŐ PÚPOSKODÁS A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁBAN. A HITELESSÉG ÉS A PARASZOCIÁLIS KAPCSOLAT VIZSGÁLATA AZ INFLUENCER-MARKETING KORÁBAN

Dolgozatom akadémiai hátterét a paraszociális kapcsolatok jelentik, amelyekről akkor beszélhetünk, ha egy laikus és egy ismert személy között olyan egyoldalú kapcsolat jön létre, amit a befogadó laikus személy valós kapcsolatként él meg. A Horton és Wohl szerzőpáros elméletét a közösségi média adta online térben értelmeztem, az influencer-marketing megoldások kontextusában.

A dolgozat fő kutatási kérdése, hogy hogyan befolyásolja egy influencerrel kialakított paraszociális kapcsolat a vásárlási szándékot. A kutatásom alapját Kajdi Csaba által megalkotott Cyla jelenség adja, így ezen karakter és követői között vizsgáltam a pszeudó kapcsolatot.

Módszertanul egyrészt mélyinterjút készítettem az influencerrel, valamint annak ügynökével, melyeknek célja, hogy feltárásra kerüljenek a közvetített karakter mögött rejlő tartalomgenerálási, marketing és értékesítési feladatok, valamint értelmezni tudjam az influencer és követői közötti kapcsolat minőségét és szorosságát feladói oldalról. Emellett egy kvantitatív megkérdezést folytattam a követők körében, hogy a befogadói oldal észlelése is rögzítésre kerüljön. Ezen eredményeket a strukturális egyenlet modellezés (SEM) módszerével értelmeztem. A modellben olyan fogalmak mentén vizsgálódtam, mint a társadalmi és fizikai vonzóság, homofíliás attitűd, hitelesség. A vizsgálat endogén változójaként a vásárlási szándékot határoztam meg. A kvantitatív eredményeket kvalitatív kutatással együttesen értelmeztem.

A kutatás az elmúlt évek külső hatásaira reflektálva, a pandémia okozta elszigeteltség érzetét is vizsgálja. Ezzel értelmezve a társas kapcsolatok hiányának következményét, ami a szakirodalom alapján kifejezetten kedvez a paraszociális kapcsolatok kialakulásához.

Legfőbb kutatási eredményem a megalkotott “bekövető-elkövető” modell alapján, hogy a paraszociális kapcsolat erős hatást, míg a hitelesség csak közepes hatást gyakorol a követők vásárlási szándékára. Összegezve, az influencer-marketing eredményességét az jelenti, hogy a követők sze-mélyes ismerőseiknek tekintik a követett hírességet, ezáltal ezen a csatornán keresztül érkező ajánlást hitelesebbnek tartják, mint a hagyományos reklámokat. A közöttük kialakuló paraszociális kapcsolat erős hatással, addig az influencer hitelessége csak gyengébb erősségű hatással bír a vásárlási szándékra. Ez alapján elmondható, hogy mind a két konstrukció meghatározza egy influencer kampány eredményességét, de eltérő súllyal.

MINTA

Marketing - Online marketing

Elnök:	Dr. habil. Lányi Beatrix	PTE KTK
Tag:	Dr. Simay Attila Endre	KRE GESzK
Tag:	Dr. Ercsey Ida	SZE KGK
Tag:	Dr. Szakál Zoltán Zsolt	DE EK
Tag:	Dr. Csordás Tamás	BCE MI

MINTA

CSERI PETRA
petra0620@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BSc, 7. félév
Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Gyurián Nagy Nikolett
egyetemi adjunktus, SZE KGK

A KÖZÖSSÉGI MÉDIA MARKETING HATÁSA A VÁSÁRLÁSI DÖNTÉSHOZATALRA

Napjainkban a technikai-technológiai fejlődésnek köszönhetően az online jelenlét nélkülözhetetlenné vált mindennapi életünkhöz, hiszen nap, mint nap használjuk a közösségi média oldalakat különféle okokból. Ilyenkor rengeteg hirdetéssel találkozunk, nagyon sok impulzus ér minket, amelyekre mindenki máshogy reagál. Rendkívül fontos szerepe van annak, hogy a vállalatok a fogyasztók felé hogyan kommunikálnak az online platformokon, hiszen ez nagyban meghatározza a fogyasztókban kialakult véleményt az adott márkáról, termékeiről és szolgáltatásairól, így a vásárlási döntésre is hatással van. Dolgozatom célja, hogy feltárjam a kapcsolatot a közösségi média marketing és a fogyasztói magatartás között, valamint megismerjem, hogy a közösségi médiában látott hirdetések és bejegyzések milyen hatást gyakorolnak a vásárlási döntésekre és fogyasztói attitűdre. A téma megfelelő megismerése érdekében a dolgozatom első felében a rendelkezésemre álló magyar és idegen nyelvű szakirodalmakat dolgoztam fel az online marketing és a fogyasztói magatartás témakörében szekunder kutatás keretein belül. A dolgozat második felében primer kutatásom kerül bemutatásra, amelynek egy kvantitatív kérdőíves módszert választottam. Célja, hogy átfogó képet kapjak arról, hogy a közösségi média marketing milyen hatást gyakorol a vásárlási döntésekre, illetve a fogyasztói attitűdre.

MINTA

SZABADKAI LIZA
szabadkailiza@gmail.com
Marketing
MSc, 4. félév
Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Gyulai Zsófia
tudományos segédmunkatárs, SZTE GTK

A SOCIAL LISTENING ÉS A KERESŐOPTIMALIZÁLÁS DILEMMÁJA – SOCIAL LISTENING ALAPÚ KULCSSZÓKUTATÁS A RACKHOST.HU PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Kutatásomat az a társadalmi trend alapozta meg, miszerint az „internetfüggő" globális szegmens 2040-re elérheti a 4 milliárd főt, beleértve a 60 év feletti népességet is. Így, ma már szinte elengedhetetlen egy vállalkozás esetén az online térben való elérhetőség. Azonban ahhoz, hogy látható legyen a vállalkozás a világhálón, meg kell felelni a legnagyobb keresőmotor, a Google igényeinek. Manapság a Google találati oldalán nehéz az első helyekre kerülni, sőt, egyfajta verseny is folyik a kiemelt organikus találatok megszerzéséért. A keresőoptimalizálás az a folyamat, amely segítséget nyújt a vállalkozásnak, hogy a találati oldalon minél előrébb szerepeljen a weboldala. Azonban a sikeres keresőoptimalizálási tevékenységnek egyik elengedhetetlen eleme az optimális keresési kifejezések megállapítása.

Vizsgálódásomat arra alapoztam, hogy megfordítható-e a kulcsszókutatási metódus, miszerint ahelyett, hogy a Google algoritmusára alapozva kerülnek megállapításra a fő kulcsszavak, a célközönséget az online térben meghallgatva alkossuk meg az optimális keresési kifejezéseket. Kutatásom során arra a kérdésre kerestem a választ, hogy egy újfajta netnográfiai módszer, a social listening implementálható-e a kulcsszókutatási, továbbá keresőoptimalizálási folyamatba. A vizsgálódás során készítettem egy félig strukturált mélyinterjút a Rackhost.hu keresőoptimalizálásért felelős menedzserével. A szakirodalmi áttekintés, valamint az interjú eredményei segítségemre voltak a kutatás előfeltevéseinek pontosabb megfogalmazásában is. Másodelemzésként kulcsszókutatást végeztem, amely során egyaránt alkalmaztam kulcsszótervező szoftvert, illetve a social listening módszerét.

Az előzetesen megfogalmazott négy előfeltevés alapján az elemzés során vizsgáltam az optimális keresési kifejezések megállapítását, a keresési szándékot, a szinonimák jelentőségét, valamint a keresési szándék alapján megállapított keresési kifejezések típusát is. Az eredményeim rávilágítottak arra, hogy a Google algoritmusa jelenleg sokkal pontosabb képet tud adni a fogyasztók keresési szokásairól, mint azt gondolnánk, azonban a social listening módszerrel – a szoftver továbbfejlesztése mellett – következtethetünk a célcsoport keresési szándékára, és egyes jelenségekre, amelyeket érdemes lehet figyelembe venni a keresőoptimalizálás szempontjából.

MTA

VAS BIANKA
vasbia83@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BSc, 7. félév
Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Kéri Anita
adjunktus, SZTE GTK

A STREAMINGSZOLGÁLTATÓK MARKETINGJE: NETFLIX MAGYARORSZÁG FACEBOOK ÉS INSTAGRAM POSZTJAINAK HATÉKONYSÁG-VIZSGÁLATA A KÖZÉPISKOLÁSOK ÉS EGYETEMISTÁK KÖRÉBEN

A streamingszolgáltatók felvirágzása és a koronavírus járvány okozta változások adják az ilyen jellegű vállalatok marketing tevékenységének mélyebb áttekintésének aktualitását. Kutatásom során arra világítottam rá, hogy a középiskolások és egyetemisták vonatkozásában – 15-24 éves korosztály – milyen poszttípusokkal lehet leghatékonyabban elérni a Netflix hazai közönsége körében az adott célcsoportot a közösségi média marketing eszközrendszerével.

Kutatási módszerem kiválasztásához számos nemzetközi tanulmányt tekintettem át, melyekből egy, komplex technikát kialakítva végeztem el azt, a Facebook és Instagram platformjain megjelenő tartalmak elemzésével. A kiválasztott felületeken web-tartalomelemzést végeztem, majd ez alapján a legtöbb hozzászólással rendelkező posztok esetében a hozzászólásokat is áttekintettem. Majd ezen két kutatási módszer eredményei alapján készítettem el a vezérfonalat, mely a célcsoport tagjaival készített mélyinterjúk alapját adta. A három, kvalitatív kutatási módszer eredményeinek összegzésével tudtam előfeltevéseim igazolását mérlegelni – emellett kiemelném azt, hogy ezek mellett számos további eredményre is fény derült vizsgálódásom során.

Összességében mikor, hol, milyen tartalommal érhető el leghatékonyabban a kutatási eredményeim szerint a vizsgált célcsoport? Kiemelkedően fontos a közvetlen, aktív jelenlét, emellett a korcsoport körében poszt típusa szerint pedig a képi tartalmak a kedveltebbek. A bejegyzések tárgyának vonatkozásában a mém jellegű, vicces tartalmak azok, melyek igen magas interakciót váltanak ki, míg a call-to-action jellegűekhez nem szívesen szólnak hozzá, azokat csak megnézik. A „kulisszák mögötti" betekintő posztok kevesebb engagementet érnek el, de a nézettségi adatok áttekintésével ez könnyen emelhető lenne. További eredményeim azt mutatják, hogy számos olyan jelenség felmerül még a vizsgált témával kapcsolatban, melynek feltárása a kutatás bővítésével érdemes lenne.

MINTA

KISS BOGLÁRKA
kiss.boglarka1029@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BSc, 5. félév
Eötvös Loránd Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Hlédik Erika
egyetemi docens, ELTE GTK

AZ E-KERESKEDELEM IRÁNTI FOGYASZTÓI BIZALOM ELEMZÉSE A KKV-K BÉRELT ÉS FEJLESZTETT WEBÁRUHÁZAI ESETÉBEN

Napjainkra az e-kereskedelmi ökoszisztémában egyre inkább felértékelődött a bizalom szerepe, hiszen a kialakult járványhelyzet miatt, egy olyan bizalmatlan vásárlói szegmens jelent meg, melynek tagjai jellemzően nem vásároltak online. Kutatásom célja feltárni és megismerni az eltérő korosztályok mentén, valamint az online vásárlás iránti különböző bizalmi szinttel rendelkezők, mely tényezők befolyásolják leginkább az internetes vásárlás során a webáruházakba vetett bizalmat.

Azonosítom mely tényezők mentén alakítható ki leghatékonyabban a fogyasztói bizalom, melyek jelentős hatással vannak a vásárlási döntések meghozatalára. A kutatás eredményeként feltárt javaslatok alkalmazásával elősegíthető a kis- és középvállalatok webáruházainak fejlesztése a fogyasztói bizalom növelésének céljából.

A kutatás szekunder adatgyűjtési fázisában rövid áttekintést nyújtok a világjárvány ideje alatt lezajlott gazdasági és fogyasztói szokásokban bekövetkezett változásokról. Továbbá az e-kereskedelem területén fellelhető bizalom szerepét vizsgáló és különböző modelleket felállító szakirodalmakról, tanulmányok és a kutatások eredményeiről. Kitérek technológia elfogadási modellekre, valamint a weboldalak használhatóságára irányuló vizsgálati módszerek ismertetésére.

A feltáró kutatás primer kutatási szakasza több-módszertanú, szekvenciális hibrid kutatás, amely több kutatási szakaszból tevődik össze. Primer kutatásom megalapozását szakértői, félig-strukturált mélyinterjúk eredményei alkotják, melyek alapját képezik a következő primer kutatási szakaszhoz szükséges A/B vizsgálat során alkalmazott, teszt webáruházak kialakításához. Ezen kutatás alapjául szolgált a további, fogyasztókkal végzett, vegyes módszertanú hibrid kutatáshoz, mely műszeres megfigyelési módszeren alapult, kiegészülve RTA és mélyinterjúkkal.

MINTA

PENCZI ANDREA FELICIA
andreapenczi.tkd@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 5. félév
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:
Dr. Kelemen-Erdős Anikó
egyetemi docens, OE KGK

A Z GENERÁCIÓ ONLINE VÁSÁRLÓI ÉLMÉNYE A HAZAI SPORTPIACON

Egyre nagyobb figyelmet kap a fogyasztói piacokon is megjelenő Z generáció. A digitális nemzedék vásárlói élményeinek összetevőit és befolyásoló tényezőit kifejezetten a sportpiacra fókuszálva azonban korábbi tanulmányok nem vizsgálták.

Célkitűzésem ezen hiányosság pótlása, továbbá a korosztály elérésére legalkalmasabb módszerek feltárása, mely segítségül szolgálhat mindazon sportpiaci résztvevőknek, akik a jövőben szeretnék ezt a célcsoportot hatékonyan megszólítani és maguk mellé állítani. A szakirodalom feldolgozás mellett, fókuszcsoportos interjúkat és online kérdőíves megkérdezést alkalmaztam, illetve ezeken túlmenően innovatív módon Instagramon „természetes közegükben" is sikerült megszólítani a net generáció tagjait.

A kutatás eredményeként elmondható, hogy a Z generáció egy jól informált, összetett és sokoldalú fogyasztói szegmens, akiknek tagjai nem félnek hangot adni a véleményeiknek hatást gyakorolva ezzel a többi generációra is. A social média központúságuknak, valamint a köreikben nagy népszerűségnek örvendő influencer és TikToker jelenségeknek köszönhetően, ezeken a felületeken a legfogékonyabbak a marketingtartalmak befogadására, melyben szerepet játszik az is, hogy többségük mobiltelefonon nem használ hirdetésblokkoló kiegészítőket. Számukra a minőség, az ár-érték arány, a nyomon követhetőség, a weboldal igényessége és kezelhetősége alapvető elvárásnak számít, így az ügyfélélmény ezeken túlmenően kezdődik. Ugyanakkor érzékenyek a személyes interakciókat igénylő folyamatokra, így a megbecsülés, a törődés, a megfelelő kommunikáció és a személyre szabott ajánlatok kulcsfontosságúak lehetnek a vásárlás élménnyé válásához.

MINTA

PATAKI VALENTINA
vpataki56@gmail.com
Marketing
MSc, 7. félév
Újvidéki Egyetem

Témavezető:
Dr. Kiss Ferenc
tudományos munkatárs, RS UE

AZ ONLINE MARKETING, VALAMINT A KÜLÖNBÖZŐ GENERÁCIÓK (BABY BOOMER, X, Y, Z) ONLINE VÁSÁRLÁSI SZOKÁSAI

A dolgozat az online marketing jelentőségét és jellegzetességeit, valamint a különböző nemzedékek (baby boomer, X, Y és Z generáció) vásárlási szokásaira gyakorolt hatását vizsgálja. A munka írása közben három hipotézist fogalmaztam meg: 1. Az X generáció képviselői költik a legtöbb pénzt egy online tranzakció során; 2. Az Y generáció gyakrabban vásárol online, mint a baby boomer, X vagy Z generáció tagjai; 3. Az online marketing a baby boomer generációt befolyásolja a legjobban. A feltevések igazolására, esetleg cáfolására, kérdőíves kutatást alkalmaztam. A felmérés Törökbecse vajdasági település területére korlátozódott, az adatok begyűjtése pedig 2021. március 10. és április 20. között történt. A kérdőív Törökbecse két Facebook csoportjában lett közzétéve, mely körülbelül 4000 tagot számlál, akik közül 337 személy vett részt a kutatásban.

A kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy a fiatalabb generációkra jellemzőbb a gyakori termékrendelés az internetes áruházakból, azonban mindezt alacsonyabb összegekért teszik, mint az idősebb, X vagy akár a baby boomer, nemzedék tagjai. Megvizsgáltam azt is, hogy a marketingeszközök melyike tudja leginkább vásárlásra buzdítani a felhasználókat; hogy az offline vagy online vásárlási formát tartják-e előnyösebbnek; hogy legtöbbször milyen termékeket rendelnek, illetve hogy mely fizetési mód a leginkább használatos egy vajdasági kisváros internetes felhasználói körében.

MINTA

GULYÁS DÁVID JÁNOS
gdavid2955@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 5. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Szendrey Orsolya
tanársegéd, DE GTK

CSEVEGŐROBOTOK ALKALMAZÁSA A CUSTOMER SERVICE TERÜLETÉN

„A vevőnek mindig igaza van!" szól a César Ritz által megfogalmazott mára szállóigévé vált állítás. Ma már inkább azt mondanánk, hogy a vevőnek mindig igaza van, itt és most. Az elmúlt években a Customer Service felé irányuló elvárások határozottan megemelkedtek. Az ügyfelek személyre szabott, gyors kiszolgálást várnak, s a vállalat célja is, hogy az ügyfélszolgálati részleg költséghatékonnyá tétele mellett hangsúlyt fektessen az ügyfelekkel való intenzív kapcsolat kiépítésére. Ez a kettős cél hívta életre a csevegőrobotok alkalmazását az ügyfélszolgálati szektor berkein belül.

A csevegőrobotok képesek a természetes emberi nyelv megértésére, szimulálják az emberi beszélgetéseket, s használhatók üzenetkezelő alkalmazások, webhelyek, és telefonvonalak esetén is.

Kutatásomban szekunder adatgyűjtés segítségével igyekszek a csevegőrobotok működésére, OxIPO-modell aspektusából értelmezett tanulási folyamataira, kockázataira, alkalmazásának a vállalat eredményét befolyásoló hatásaira reflektálni. Továbbá arra is keresem a választ, hogy az Észak-alföldi régióban milyen az ügyfélszolgálat területén alkalmazott csevegőrobotok általános fogyasztói megítélése. Netnográfiai kutatás segítségével először azonosítani próbáltam az elkülöníthető fogyasztói csoportokat, majd online kérdőív segítségével igyekeztem a csevegőrobotokkal szemben támasztott elvárásokat, igényeket felmérni, mögöttes véleményeket, tapasztalatokat feltárni.

Ami az eredményeket illeti, beigazolódott azon feltételezésem, mely szerint ma már nem csak a fiatalabb, iskolázottabb rétegek, de az idősebb, illetve alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkezők is találkoztak már az ügyfélszolgálat területén alkalmazott csevegőrobotokkal. A kérdőív során a csevegőrobotokat felhasználásuk szerint két fő csoportra bontottam, a telefonos ügyintézés során használt beszélgetőrobotokra, illetve az online ügyintézés során alkalmazott chatrobotok csoportjára, a két típus megítéléséről összehasonlító elemzést végeztem.

A téma jellege és a kutatási eredményeim is azt mutatják, hogy számos irányban lehetne folytatni a kutatást.

MINTA

TÓKA KATA
katatoka09@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 5. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Liska Fanny
adjunktus, PE GTK

DIGITÁLIS VERSENY AZ ANALÓG SZÍVEKÉRT - HAZAI KÖNYVKIADÓK KÖZÖSSÉGI MÉDIA JELENLÉTÉNEK ELEMZÉSE A TARTALOMFOGYASZTÓK AKTIVITÁSÁNAK TÜKRÉBEN

A Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Egyesületének 2020-as reprezentatív kutatása alapján megdőlni látszik az a sztereotípia, miszerint manapság nem olvasnak könyvet az emberek. A felmérés szerint a magyarok több, mint fele naponta olvas. A könyvkereskedelmet tekintve ugyanakkor az látszik, hogy a könyvkiadások és eladások száma csökken. Ez a jelenség azért probléma, mert az olvasás bizonyítottan pozitív hatással van a mentális – ebből következően a fizikai – egészségre. Felmerül a kérdés, hogy mit lehet tenni a könyvek és az olvasás népszerűsítése érdekében. A megoldási csomag részeként megkerülhetetlennek tűnik a média- és kommunikációs tortából egyre nagyobb szeletet kihasító digitális jelenlét, és különösen a social media platformok adta lehetőségek használata. Jelen kutatás célja a hazai könyvkiadók által végzett social media marketing (SMM) tevékenységek elemzése, majd az eredményekből való tanulság levonása. Kiderül, hogy mely kiadók közösségi média aktivitása váltja ki a legtöbb fogyasztói reakciót. A kutatás tartalomelemzés keretében analizálja a kiadók által vezetett oldalakat, posztjaikat, fogyasztói reakciókat. A kutatás fő célja a jó gyakorlatok összegyűjtése a piacon.

MINTA

NGUYEN MY LINH
ngmylinh10@gmail.com
Commerce and marketing
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:
Dr. habil Kovács András PhD
egyetemi docens, BGE KVIK

SZEMÉLYRE SZABOTT MARKETING, MINT HATÉKONY STRATÉGIAI ESZKÖZ A FELHASZNÁLÓI ELKÖTELEZŐDÉS NÖVELÉSÉBEN: A SPOTIFY PÉLDÁJA

Az információs technológiák és a digitális kommunikációs eszközök fejlődésének köszönhetően, amelyek új lehetőségeket kínáltak az ügyfelek adatainak összegyűjtésére és elemzésére, a személyre szabott marketing egyre népszerűbbé válik a vállalatok körében. A cégek és márkák elkezdték alkalmazni ezt az új marketing-trendet, felismerve, hogy minden termék, szolgáltatás, sőt marketingtevékenység középpontjába a vevőt kell állítani. Azonban mindezidáig kevés jó példa ár rendelkezésre, mert a perszonalizáció nehezen kivitelezhető, és adatvédelmi problémákkal is járhat.

Ez a kutatás a személyre szabott marketing napjainkig egyik legsikeresebbnek tekinthető megvalósítását elemzi, a Spotify-t, a világ legnagyobb zenei streaming platformját. A kutatás fő kérdése az, hogy a Spotify hogyan ültette át a személyre szabott marketinget a gyakorlatba, valamint hogy ez a stratégia hogyan befolyásolta az ügyfelek elkötelezettségét.

Kvantitatív (online kérdőív-alapú) módszert alkalmaztam a Spotify felhasználóinak vizsgálata során. A 107 válaszadótól megszerzett adatokat SPSS statisztikai elemző szoftverbe importáltam és leíró statisztikai elemzéseket és kapcsolatvizsgálatokat végeztem.

Az eredmények alapján a felhasználók elégedettek a platform személyre szabott funkcióival és ajánlásaival, ebben nem volt jelentős eltérés a vizsgált felhasználói csoportok között. E mellett a Spotify személyre szabhatóságát a vállalat fő megkülönböztető jellemzőjének tekintik, és ami a legfontosabb, a megfigyelések szerint pozitív hatással van az ügyfelek elkötelezettségének növelésére.

Kutatásom korlátja a minta összetételében és a kvalitatív kutatási adatok hiányában azonosítható, ezért további vizsgálatok szükségesek a témában.

MUTA

NGUYEN NGOC ANH
ngocanhngocanh1207@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:
Dr. Papp Vanda
főiskolai docens, BGE KVIK

KERESŐOPTIMALIZÁLÁS EGY B2B CÉG SZÁMÁRA: A DRYAD NETWORKS ESETTANULMÁNYA

Napjainkban elkerülhetetlen, hogy egy vállalkozás online jelenléttel rendelkezzen, hiszen ez jelentős szerepet játszik abban, hogy a vállalat hogyan kommunikál célcsoportjával. Ez az interakció magában foglalja a vállalkozás imázsának kialakítását, az információátadást, a termékleírásokat, az ügyfelek online vásárlási tevékenységét és a vásárlói élmény javítását. Ahhoz, hogy ezek az online folyamatok optimálisak legyenek és a vállalat kontrollálni tudja őket, létfontosságú, hogy saját weboldallal rendelkezzen.

Emellett egy-egy adott iparágban számos cég verseng azért, hogy a lehető legjobb helyre kerüljön a találatok között, amikor a potenciális fogyasztó beír valamit a Google keresőmezőjébe. Felmerül tehát a kérdés: „Hogyan tudja egy vállalkozás elérni azt, hogy a weboldala jó helyre kerüljön?”. A tanulmány célja, hogy bemutassa, hogyan szerezhet a cég hatékonyan ügyfeleket a megfelelő keresőoptimalizálási (SEO) taktika alkalmazásával. Ismerteti a SEO legfontosabb elemeit, és ezek gyakorlatban való alkalmazását, vagyis mindazt, amit minden webmesternek és SEO-szakértőnek szem előtt kell tartania egy weboldal optimalizálása során, különösen egy B2B vállalkozás esetében. Az esettanulmány a Dryad Networks által alkalmazott SEO-technikákat mutatja be, melyek célja, hogy a cég a Google találati listáján minél előkelőbb helyezést érjen el. A tanulmány végére az olvasók, főként azok, akik most kezdtek el dolgozni a webdesign és a digitális marketing területén, képet kapnak arról, hogyan érdemes SEO-zni egy B2B vállalatnak és milyen irányban érdemes további kutatásokat folytatni.

Ezért a tanulmány a következő kutatási kérdésekre keres választ:
1. Mik azok a keresőmotorok és mi a keresőoptimalizálás (SEO)? Miért fontos a SEO?
2. Melyek azok a fontos rangsorolási tényezők és SEO-részek, amelyeket szem előtt kell tartani egy weboldalnál?
3. Hogyan alkalmazzák a különböző SEO taktikákat a Dryad Networks weboldalán?

A tanulmány a kutatási kérdések megválaszolásánál a szakirodalmi szintézisre támaszkodva bemutatja a keresőoptimalizálással kapcsolatos alapvető fogalmakat és tudnivalókat, majd példákon keresztül bemutatja, hogyan alkalmazzuk a SEO-t a gyakorlatban, illetve B2B vállalkozások esetében milyen eredményre számíthatunk. A primer kvantitatív kutatás megvizsgálja a cég weboldalát és közösségi oldalait, összehasonlítja azokat a szakirodalmi áttekintésben tárgyaltakkal, valamint a SEMrush és a Google Analytics segítségével gyűjtött adatokat elemzi és értelmezi.

Mikro- és makrogazdaságtan - Makrogazdaságtan

Elnök:	Dr. Ligeti Zsombor	BME GTK
Társelnök:	Dr. Csapodi Pál	DE GTK
Tag:	Prof. Dr. Czeglédi Pál	DE GTK
Tag:	Dr. Kovács Norbert	SZE KGK
Tag:	Dr. Csillik Péter	KRE GESzK

MINTA

BÉRES ANTÓNIA
berestoncsi@gmail.com
Műszaki menedzser
BSc, 4. félév
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

KESZTHELYI ZSÓFIA
keszthelyi.zsofia@gmail.com
Műszaki menedzser
BSc, 4. félév
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:
Dr. Nagy Viktor
egyetemi docens, OE KGK

A BOLDOGSÁG-INDEX ÉS A GDP KÖZÖTTI ÖSSZEFÜGGÉSEK

A fejlett világ társadalmait jelenleg többnyire olyan emberek alkotják, akik monoton hétköznapjaikban élnek és nincs idejük a boldogság kérdésével komolyan foglalkozni. Pedig az elégedettség és a boldogság érzete alapvető hatást gyakorol a teljesítményre. Egy ország teljesítményének megítélése során elsődlegesen a GDP és hasonló makrogazdasági mutatószámok kerülnek elő; ezek népességre vetített nagysága segíthet a képet árnyalni. Esetleg szóba kerül a vásárlóerő paritás is az életszínvonal tágabb vizsgálatához kapcsolódóan. Az emberek belső világának kérdése, a boldogság mérése azonban meglehetősen háttérbe szorul, ha egyáltalán sor kerül rá. A dolgozat célja, hogy bemutassa, hogyan is lehet a boldogságot mérni, továbbá a boldogság-index és Magyarország a világ országai közötti helyének vizsgálatára is sor kerül az egyes felmérések tükrében. Saját kutatás alapján azonosításra kerülnek azok a tényezők, melyek a boldogság érzésének összetevői lehetnek, melyekre hatást gyakorolva várhatóan emelhető az emberek vagy egy társadalom elégedettségi, boldogsági szintje.

MINTA

HOLLANDA TEKLA-ANDREA
hollandateklaandrea@gmail.com
Pénzügy és bank
BA, 5. félév
Babeș-Bolyai Tudományegyetem

Témavezetők:
Székely Imre
egyetemi tanársegéd, RO BBTE
Szabó Tünde Petra
egyetemi docens, RO BBTE

A NEMKONVENCIONÁLIS MONETÁRIS POLITIKA HATÁSA A MUNKANÉLKÜLISÉGRE AZ EURÓZÓNÁBAN

Kutatásom során megvizsgáltam a 2008-as pénzügyi- és gazdasági válságot, a 2012-es görög adóssági válságot és a 2019-es koronavírus járvány miatt kialakult 2020-as válságot, valamint az ezen időszakban alkalmazott nemkonvencionális monetáris politika hatását az alternatív munkanélküliségi rátákra az eurózónában. Annak érdekében, hogy egy pontos képet tudjunk kialakítani a monetáris politika ezen eszközének hatásairól, kutatásom során az Európai Központi Bank által használt nemkonvencionális monetáris politika eszközeit vettem figyelembe – mely a mennyiségi lazítás – a válságokon belüli, valamint előtte és utána lévő időszakokban.

Ennek vizsgálatát egy ökonometriai modellel végeztem ez pedig a Markov-típusú rezsimváltó autoregresszív modell. Ennek lényege, hogy pontosabban képes felismerni a válságok hatását a munkanélküliség ezen mutatóira, hiszen különböző rezsimekbe sorolja be a válságos időszakokat és az azon kívülieket, majd megmutatja melyik változónak volt hatása egyes rezsimekre

MINTA

MOLNÁR ESZTER
molnareszter44@gmail.com
Vállalkozásmenedzsment
MA, 5. félév
Babeș-Bolyai Tudományegyetem

Témavezetők:
Szász Levente
egyetemi tanár, RO BBTE
Csala Dénes
egyetemi adjunktus, RO BBTE

A TERMELÉSI HÁLÓZATOK SZEREPE AZ IPARÁGI NÖVEKEDÉS MODELLEZÉSÉBEN

A termelési hálózatok szerkezete meghatározza a lokális sokkhatások terjedési mechanizmusait és így az iparágak együttmozgását is. Ez azt eredményezi, hogy a gazdasági növekedés modellezéséhez minél pontosabban meghatározott termelési hálóra van szükségünk.

Tanulmányunkban Leontief input-output modelljét hálózattudományi szemszögből elemezzük. Célunk a termelési háló olyan módon való felépítése egy nemzetgazdaságra, amely lehetővé teszi az iparági növekedést előidéző változások (innovációk) továbbterjedési mechanizmusainak legprecízebb modellezését. Ezt úgy vizsgáljuk, hogy a szakirodalomban népszerű küszöbértéket bíráljuk felül, amely azt határozza meg, hogy a monetáris tranzakciók hány százalékát veszik figyelembe a kutatók a hálóban. Hipotézisünk az, hogy a küszöbérték változtatásával nagy mértékben változik a háló struktúrája és a központi iparágak is. Ez azért jelentős, mert amennyiben a termelési hálózat szerkezetét nem definiáljuk pontosan, az ebből származtatott belső terjedési mechanizmusok is torzítani fognak, ezáltal pedig az iparági növekedést befolyásoló innováció diffúzió modellezés sem lesz pontos.

Különböző küszöbértékek mellett, a hálózat topológiájának és centralitási mérőszámainak vizsgálatával az Egyesült Államok 2007-es és 2012-es input-output számláinak adataiból származtatott hálózaton bizonyítjuk hipotézisünket.

MUTA

MOLNÁR ALBERT
treblaranlom@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 8. félév
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:
Dr. habil. Csiszárik-Kocsir Ágnes
egyetemi docens, OE KGK

GAZDASÁGI VÁLSÁGOK ELŐREJELZÉSE MAGYARORSZÁGON A MARKOV-FÉLE REGRESSZIÓS MODELL SEGÍTSÉGÉVEL

A pénzügyi számlák és a tőkepiacok növekvő egyensúlytalansága ismét egy különösen súlyos recesszió lehetőségét vetíti előre a magyar gazdaságban. A jelenlegi gazdasági helyzet megítélése vitát váltott ki a közgazdászok és a politikai döntéshozók között mivel kétségek merültek fel a korai előrejelző rendszer (KER) keretein belül meghatározott vezető mutatók gazdasági visszaesést előrejelző képessége felöl. Ez a dolgozat a rejtett Markov rezsimváltó modellt alkalmazza a magyar üzleti ciklusok közötti átmenetek valószínűségének becslésére. A rezsim átmenetek kiszámított valószínűségei azután az OECD bináris változójával lettek összehasonlítva, ezzel felmérve a modell relevanciáját a magyar üzleti ciklusok leírásánál. Hamilton 1989-es módszertanát követve a rezsimváltás valószínűségi mátrixának komponenseit időben változatlannak tettük meg.

A dolgozatba egy homoszkedasztikus komponenssel toldott lineáris modellt alkalmazunk az elemzéshez.A magyar GDP adatok és az OECD által meghatározott üzleti ciklusok közötti szimmetria figyelemreméltó szintjét a következő gazdasági mutatók magyarázzák: munkanélküliségi ráta, ipari termelés index, infláció, BUX, és a 10 és 3 hónapos kötvény közötti kamatláb különbsége. Mivel az eszközök értéke a tőkepiacokon függ a befektetők jövőbeli gazdasági elvárásaitól, így a kötvényfelárak és a BUX részvényindex bevonása a modellbe különösen fontos volt a kutatás során.

Megvizsgáltuk a modell üzleti ciklusok leírására való alkalmasságát az exogén változók hatásának függvényében. Ehhez az exogén változók idősorát egy negyedévre visszamenőleg késleltettük a GDP idősorához képest, ami, mint kiderült jelentősen javítja a modell előrejelző képességét.

A kapott eredmények szerint, ha a munkanélküliségi ráta kerül alkalmazásra exogén változóként, továbbá ha késleltetjük a munkanélküliségi rátát (az exogén változót) egy negyedévvel, a modellünk pontossága 70%-ra nő, ami azt jeleni, hogy a modell 10-böl 7 üzleti ciklust jósol meg helyesen.

MUNKA

IMRICSIK NOÉMI
imricsik.noemi@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 5. félév
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

ÓNODI HENRIETTA
onodi.henrietta00@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 5. félév
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

SUMITZ GABRIELLA ANNA
gabriellasumitz122@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 5. félév
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:
Dr. Katona Ferenc
adjunktus, OE KGK

HÁBORÚS KONFLIKTUSOK GAZDASÁGI HATÁSAI MAGYARORSZÁGON

Tudományos diákköri dolgozatunk témáját a Magyarországot is érintő mind a múltban, mind a jelenben is zajló háborús konfliktusok ihlették. Ahogyan az I. és II. világháború, úgy az orosz-ukrán fegyveres konfliktus is kihatással volt a magyar gazdaságra, ezért fontosnak tartottuk egy olyan tanulmány elkészítését, amely magába foglalja mindezt.

Dolgozatunk egy történelmi áttekintéssel kezdődik, melyben a világháborúk okozta gazdasági károkat demonstráltuk statisztikai adatokkal alátámasztva. A második fejezettől pedig a dolgozatunk fő profilját alkotó orosz-ukrán fegyveres konfliktus előzményeivel és következményeivel folytattuk, melyhez egy szekunder és egy primer kutatást is egyaránt végeztünk. A 2022-es év egy meghatározó éve volt az európai gazdaságnak, különösképpen Oroszország és Ukrajna gazdaságának. A háború okozta gazdasági veszteségek, valamint emberi nehézségek kihatással voltak mind a magyar, mind a környező országok gazdaságaira.

Tanulmányunkban elsősorban az orosz-ukrán fegyveres konfliktus gazdasági hatásait vizsgáltuk meg különböző szegmensenként. Kutatásunk során többek között arra kerestük a választ, hogy a megnövekedett infláció hogyan hatott az átlag magyar fogyasztók fogyasztási szokásaira, valamint, hogy mit képesek és hajlandók megtenni a fogyasztók annak érdekében, hogy költségeiket a leghatékonyabban minimalizálni tudják.

Szekunder kutatásunkban a vállalatok által biztosított hatósági áras termékek beszerzési árainak változását vizsgáltuk, hogy egy év alatt mennyit változott, és ez mekkora veszteséget jelentett a kereskedelmi ágazatnak. Ezzel azt is megvizsgálva, hogy érdemes-e az árstopot fenntartani.

Primer kutatásunkban a fogyasztási és vásárlási szokások mellett olyan demográfiai adatokkal kapcsolatos kérdéseket is vizsgáltunk, melyek meghatározó tényezők voltak a kutatásunk eredményeiben. (Például foglalkoztatottság, iskolai végzettség vagy nettó jövedelem.)

Konklúzióként azt a következtetést vonhatjuk le a mintában szereplő megkérdezettek (N=342) válaszadásai alapján, hogy egy átlag magyar fogyasztó jövedelmének nagyobb százalékát költi élelmiszerre, mint korábban. Ebben pedig a legmeghatározóbb ok, az árszínvonal növekedés volt. Továbbá a megkérdezettek nagyrésze azután sem mondott le egyes javainak redukált használatáról, ha az deficitet eredményezett a saját költségvetésében. (Például a megnövekedett benzin ár.)

ALZIADAT MOAYAD MFARREH
moayad.alziadat@outlook.com
International economy and business
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Társadalomtudományi TDK

Témavezető:
Almadi Sejla
egyetemi adjunktus, BCE

HOW THE PANDEMIC HAS IMPACTED THE COMMERCIAL REAL ESTATE SECTOR AND WHAT REPERCUSSIONS IT WILL HAVE ON MARKETS' FINANCIAL STABILITY

The COVID-19 related restrictions have disrupted various economic activities. Due to the nature of this pandemic, each industry has been affected differently. Considering that the Commercial Real Estate sector (CRE) is a contact-intensive industry, it was one of the most negatively impacted. As such, this study aims to explore the impacts of such circumstances on the sector itself and subsequently on the financial stability in Hungary. Therefore, this research is based on a deductive theory approach with the use of a mixed method complex as the methodological choice. Accordingly, I aim to explore the implications of CRE through semi-structured interviews conducted with institutional actors to capture CRE market sentiment, followed by a short questionnaire to target precise macro and micro indicators. Subsequently, reflect them on market fundamentals; macroeconomic data and industry-specific ones, to judge if market sentiment and fundamentals are on a converging passage or a diverging one. In essence, the study concludes, based on the gathered data, that sentiment and fundamentals were in alignment, but operating at different intensities (fundamentals are less positive than sentiment suggests), signs of divergence were starting to appear. However, due to the Russian-Ukrainian war, sentiment has received a huge shock, which has made market players more cautious and also weakened the overall market sentiment. Furthermore, market transparency does not give a complete picture of potential risks, as such more effort should be put to be able to monitor existing and to be delivered properties, not only the prime stock but also secondary and tertiary ones. This study also aims to contribute to knowledge and understanding of institutional actors' sentiment and perception of the CRE market in Hungary. Based on the importance, at the same time, the scarce academic research dealing with it. As such, I aim to create momentum for future academic research devoted to the real estate sector in Hungary. Finally, I advise interested persons researching this topic to use interviews and questionnaire types of data collection, and to involve more players, especially representatives from financial institutions and public sectors.

MINTA

BALÁZS KITTI
balazs.kitti001@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BSc, 5. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Galambosné Dr. Tiszberger Mónika
egyetemi adjunktus, PTE KTK

IRÁNYADÓ MAKROGAZDASÁGI MUTATÓK A SZÜRKEGAZDASÁG ÚTVESZTŐJÉBEN

A szürkegazdaság jelensége a világban szinte mindenütt jelen van, és bár értelmezhetik a fogalmat különbözőképp, abban talán konszenzus van, hogy a rejtett gazdaság megléte meglehetősen negatív hatással van mind egy adott ország gazdaságára, mind az adott államban élő egyének életére. A jelenség káros hatásai miatt nagyon fontos annak mérése, a vele együtt mozgó változók azonosítása. Mindezek alapján kutatási célom olyan változókat keresni lineáris regresszióanalízissel, melyek együtt mozognak a szürkegazdasággal.

Jóllehet, a témában már számos, többnyire külföldi kutatás készült, ez a terület még hagy nyitott lehetőségeket. A vizsgálat megalapozásaként a szürkegazdaságról alkotott átfogó kép leírásán túl sorra veszem a legnépszerűbb rejtett gazdaságot becslő eljárásokat, melyek közül a legelterjedtebb, legtöbb országra alkalmazott, megbízható becslési módszerből nyert adatok képezik a modellem eredményváltozóját. A magyarázóváltozók körét négy dimenzióból, a jóllét, környezetszennyezés; szektorok; kormányzati indexek és oktatással kapcsolatos témakörökből választott, ilyen vonatkozásban szakirodalmi kutatás alapján eddig többnyire nem vagy alig vizsgált tényezők alkotják.

A vizsgálatban az elérhető adatok lehetőségéhez mérten, valamint a regresszióanalízis szigorúan vett, részletes feltételeinek biztosítása és az adatok transzformálása után 155 ország alkotja a mintát két időszakra (2009-re és 2017-re). A 13 eredetileg kiválasztott magyarázó változóból mindössze négy kerülhetett be a végső modellbe (materiális lábnyom, regisztrációs eljárások száma vállalatindításhoz, agrárszektorban dolgozók aránya teljes foglalkoztatottsághoz viszonyítva, Human Development Index–emberi fejlettségi index). Ugyan a statisztikai értelemben is megfelelő modell kialakításához számos változótól meg kellett válni, a megmaradt indikátorok újszerű eredményeket mutattak, továbbá a 2009 és 2017-es modell közötti eltérések is érdekesen alakultak a mutatókban bekövetkező változásokból kifolyólag.

BABOTÁN MÁRK LÁSZLÓ
babotan.mark98@gmail.com
Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
Osztatlan, 10. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Száz János
egyetemi tanár, BCE KT

A KEDVEZMÉNYES HITELKONSTRUKCIÓK HATÁSA OLIGOPOL PIACON, AVAGY MINDEN JÓBAN VAN VALAMI ROSSZ

Dolgozatomban egy szimuláción alapuló dinamikus oligopol modellt építek, amivel egy egyszerű gazdaságot lehet vizsgálni. A modellben a vállalatok hitelfelvételre vannak hagyatkozva a növekedés érdekében, amelyre pozitív hatással van maga az oligopol piac, ahol intenzív verseny zajlik. Fő kutatási irányvonalam a kedvezményes hitelfelvétel hatása a gazdaságra. Szimulációval megmutatom, hogy habár a hitel ebben a modellben nem jár pozitívummal a vállalatok számára, annak olcsóbbá tétele mégis több csődöt eredményez, mint alaphelyzetben. Ennek oka az oligopol piac jellemzőiben keresendő, pontosabban az ott zajló versenyben. A vállalatok "belehajszolják egymást" a magasabb termelésbe és az ezzel járó magasabb beruházásba és eladósodásba. Az alacsonyabb hitelkamatok épphogy a korlátját enyhítik ennek az eladósodásnak, így egy keresletet ért sokk esetén könnyen nehéz helyzetbe kerülhetnek is a vállalatok, ami a szimulációban meg is történik.

MINTA

Mikro- és makrogazdaságtan - Mikrogazdaságtan

Elnök:	Dr. Ligeti Zsombor	BME GTK
Társelnök:	Dr. Csapodi Pál	DE GTK
Tag:	Prof. Dr. Czeglédi Pál	DE GTK
Tag:	Dr. Kovács Norbert	SZE KGK
Tag:	Dr. Csillik Péter	KRE GESzK

MINTA

BERKNER BETTINA RÉKA
bebettiberkner@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 7. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Farkas Richárd
egyetemi adjunktus, PTE KTK

AZ ÁRPLAFON BEVEZETÉSÉNEK HATÁSA A BENZINPIAC FOGYASZTÓIRA

A dolgozat témája a magyar benzinpiac tulajdonságai, sajátosságai, ezen témán belül azt fogom megvizsgálni munkám során, hogy hogyan hat a 2021. november 15-től 2022. december 6-ig alkalmazott benzinár stop a fogyasztók költségvetési korlátjára és fogyasztási döntésére. A téma aktualitása vitathatatlan, hiszen a jelen munka írásakor még érvényben volt a benzinár stopról szóló kormányrendelet. A téma véleményem szerint szinte mindenkihez közel áll, hiszen valamilyen szinten mindenki érintett benne. Munkám során igyekeztem megvizsgálni, hogy milyen előnnyel járt a fogyasztók számára az érvényben lévő kormányrendelet, illetve, ha a rendelet hatályát veszíti és újra a piaci áron kapja majd mindenki a 95-ös oktánszámú benzint, akkor az milyen hatással lehet a benzinpiacra. Ehhez az elemzéshez empirikus kutatást alkalmaztam. Jelen munkámban először be fogom mutatni a költségvetési korlát fogalmát. Először ezt egy általános esetben fogom megtenni, hogy mit is jelent ez a fogalom, amivel a továbbiakban foglalkozni szeretnék. Ezután arra fogok rátérni, hogy hogyan változik a fogyasztó költségvetési korlátja abban az esetben, ha bevezetnek egy bizonyos árplafont egy termékre. A vizsgálat második fejezetében be fogom mutatni a magyar benzinpiac tulajdonságait és sajátosságait. Ebben a részben azt is igyekszem kifejteni, hogy az inflációnak milyen hatása van az üzemanyagárakra, hiszen pont ezen ok miatt lett bevezetve ez a törvény. A fejezetben vissza fogok térni pár évvel ezelőttre is, amikor még nem volt energiaválság és be fogom mutatni, hogy a COVID-19 járvány okozta lezárások és korlátozások milyen hatással voltak az üzemanyagárakra és a benzinpiacra. Utána magát a törvényt is ismertetem, ami létrehozta ezt a helyzetet a hazai üzemanyagpiacon. A jogi oldal után bővebb leírást igyekszem szolgáltatni arról, hogy ez a törvény hogyan hat a fogyasztókra a kutatás alapján, illetve, hogy a fogyasztók hogyan vélekednek arról, hogy milyen hatással lesz a piacra az, ha a jogszabály hatályát veszíti. A dolgozat végén össze fogom hasonlítani, hogy az elméletben leírtakhoz képest, a gyakorlatban a fogyasztók hogyan viselkednek és gondolkoznak az árplafon bevezetésekor, illetve ismertetem, hogy a feloldás után hogyan gondolkoznak az elmélethez képest. A munkát összegzés és a konklúziók levonása zárja.

MUNKA

VELKEY ARTÚR
velkeyartur@gmail.com
Közgazdasági elemző
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

VIG ÁDÁM
vig1396@gmail.com
Közgazdasági elemző
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezetők:
Kiss-Dobronyi Bence
doktorandusz, BCE GTK
Hörcher Dániel
tud. munkatárs, Imperial college londom

DINAMIKUS ÁRAZÁS A SPANYOL GYORSVONATI IPARÁGBAN

Ez a tanulmány a spanyol állami tulajdonú közlekedési vállalat, a Renfe Operadora által 2013-ban bevezetett dinamikus árképzési rendszert vizsgálja. A dinamikus árképzés több célt is szolgálhat: Hatékony eszköz lehet (1) a nyereség maximalizálására az árdiszkrimináció révén, vagy (2) a kapacitáselosztás hatékonyságának maximalizálására a kereslet sztochasztikus sokkjai mellett. Dolgozatunk azt a hipotézist teszteli, hogy az állami tulajdonú Renfe vállalat célja a profitorientált monopolisztikus árdiszkrimináció helyett a társadalmi jólét maximalizálása kell, hogy legyen. A dolgozat több mint 1200 vonat napi árait és helykínálatát gyűjti össze egy 30 napos foglalási horizont alatt, és a kutatási kérdésére magyarázó adatelemzéssel és lineáris valószínűségi modellekkel, egységnyi fix hatásokkal válaszol. Eredményeink arra utalnak, hogy a vizsgált foglalási horizont 30 napjának nagy részében a Renfe a kereslet sztochasztikus sokkjainak elsimítására törekedett azáltal, hogy az árakat csak a kapacitáskihasználtság eltéréseire reagálva módosította. Ez a monopolisztikus árdiszkrimináció helyett jólétmaximalizálásra utal. A foglalási horizont utolsó napjaiban bekövetkezett jelentősebb áremelkedések azonban profitorientált árdiszkriminációra utalnak.

MINTA

TÓTH PÉTER
romicq2@gmail.com
Alkalmazott matematikus
MSc, 4. félév
Debreceni Egyetem
Természettudományi és Technológiai Kar

Témavezető:
Boros Zoltán
egyetemi docens, DE TTK

HASZNOSSÁGI FÜGGVÉNYEK KARAKTERIZÁCIÓI FÜGGYVÉNYEGYENLET-RENDSZEREK FOLYTONOS MEGOLDÁSAIKÉNT

Dolgozatom fő eredménye, hogy különböző, a gazdasági matematikában gyakran alkalmazott hasznossági függvényeket karakterizálok összetett függvényegyenlet-rendszerek folytonos megoldásaiként. Erre támaszkodva választ adok a kutatásomat alapvetően motiváló problémára: milyen – lehetőleg könnyen ellenőrizhető – kritériumok segítségével dönthetjük el, hogy egy adott hasznossági függvény alkalmas-e egy fogyasztó preferenciáinak leírására.

A dolgozat első részében megfogalmazom a később az alkalmazások során fő eszközként felhasznált általános matematikai eredményt. Igazolom, hogy ha $F_1,...,F_n$ folytonos, asszociatív, egyszerűsítéses műveletek, akkor az

$u(F_1(x_1,t_1),x_2,...,x_n) = G_1(u(x_1,x_2,...,x_n),t_1)$
$u(x_1, F_2(x_2,t_2),...,x_n) = G_2(u(x_1,x_2,...,x_n),t_2)$
...
$u(x_1, x_2,..., F_n(x_n,t_n)) = G_n(u(x_1,x_2,...,x_n),t_n)$

összetett függvényegyenlet-rendszer folytonos megoldásai

$u(x_1,..., x_n) = g(a_1f_1\text{-}1(x_1)+...+a_nf_n\text{-}1(x_n))$

alakúak, ahol $a_1,...,a_n$ valós számok és $g,f_1,...,f_n$ alkalmas homeomorfizmusok.

A dolgozat második részében a fenti egyenletrendszert vizsgálom bizonyos speciális esetekben. A változókban az $F_1,..., F_n$ műveleteket alkalmasan választva a Cobb–Douglas, a CES, valamint a standardizált Mádi-Nagy–Prékopa típusú hasznossági függvények a megfelelő összetett függvényegyenlet-rendszerek folytonos megoldásaiként karakterizálhatóak.

Az egyenletrendszerek segítségével megadom az említett három hasznossági függvény kvalitatív jellemzését. Ezáltal valóban olyan kritériumok adódnak, melyek ellenőrzésével (különösen a Cobb–Douglas típusú függvények esetén) könnyen felmérhetjük, hogy az adott hasznossági függvény megfelelő-e egy fogyasztó preferenciáinak leírására.

Két jószágból álló jószágkosarak esetén külön kiemelem ezen jellemzés következményét a fenti típusú hasznossági függvényekkel leírható preferenciával rendelkező fogyasztó közömbösségi görbéire nézve.

MINTA

FARKAS FLÓRA
frksflora@gmail.com
Pénzügy és számvitel alapképzés
BA, 4. félév
Pannon Egyetem
Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:
Dr. Antal Anita
főiskolai docens, PE GKZ

MENNYIT TEGYÜNK A KOSÁRBA? - A FOGYASZTÓI ÁRAK ALAKULÁSÁNAK VIZSGÁLATA

A fogyasztói árakban évről évre növekedés figyelhető meg, ugyanakkor az elmúlt időszak eseményeinek következtében az árak – főleg az élelmiszerek terén– nagymértékben növekedtek. Az áremelkedésre a legnagyobb hatással a koronavírus és a vírus következtében kialakult járványhelyzet volt, de emellett a kedvezőtlen időjárás és a következtében lecsökkent terméssszám, a bérek emelkedése, az energiaválság és az ukrán-orosz háború is hatással volt.

A kutatásom fő célja tehát a fogyasztói árak alakulásának és az inflációnak a vizsgálata, fókuszba helyezve az élelmiszer jellegű árucikkeket.

Kutatásom során az alábbi kérdésekre kívánok választ találni:
- Milyen mértékben emelkedtek 2021. decemberről 2022. januárra, illetve áprilisra az alapvető élelmiszerek árai?
- Végső fogyasztóként érdemes-e év végén az alapvető, relatív tartós élelmiszerekből (pl. liszt, cukor) készletet felhalmozni?
- Milyen átlagos mértékű fogyasztóiár-változásra számítanak a fogyasztók?
- Milyen „válaszokat” adnak a fogyasztók az áremelkedésre?
- Milyen szcenáriós előrejelzés adható a fogyasztói árak alakulására?

A kutatásomat elméleti megalapozással indítottam, amelyben ismertetem az infláció fogalmát és mérésének lehetőségeit. Bemutatom az élelmiszerárak növekedéseinek okait és a következtében felmerült hatásokat is. Ezután egy helyzetelemzéssel folytatom a kutatást: bemutatom az infláció alakulását hazánkban, illetve az Európai Unióban. Az empirikus rész első felében fogyasztói felmérést végeztem kérdőív segítségével. Az empirikus rész második felében az általam kiválasztott üzletekben végeztem egy felmérést. Összeállítottam egy fiktív vásárlói kosarat és megvizsgáltam, hogy 2021. decemberében melyik üzletben milyen összeget fizetnék, ezután pontosan 1 hónappal később 2022. januárjában újra elvégeztem a felmérést, majd 2022. április elején újra rögzítettem az árakat. Végül a korábbi évek adatainak segítségével egy előrejelzést készítettem arra vonatkozóan, hogy 2022 végére hogyan alakulnak az általam kiválasztott fiktív fogyasztói kosárban lévő élelmiszerek árai.

A főbb pénzügyi, gazdasági, statisztikai mutatók közül az egyik legtöbbet emlegetett az infláció. Így már önmagában is hasznos a témaválasztás, de a saját kutatások végzésével új konklúziókat tudunk megfogalmazni. A kutatás eredményeként egy átfogó képet fogunk kapni a fogyasztói árak alakulásáról fókuszba helyezve az élelmiszer jellegű árucikkeket, emellett pedig a fogyasztói tudatosság növeléséhez is hozzájárul a tanulmányom.

MUNKA

GRANÁT MARCELL
granat.marcell@uni-neumann.hu
Közgazdasági elemző
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

SZAKMÁRY NÁNDOR
n.szakmary@gmail.com
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Madari Zoltán
egyetemi tanársegéd, BCE MSMI

A MAGYARORSZÁGI BENZINKUTAK ÁRAZÁSA AZ ÁRPLAFON BEVEZETÉSE ELŐTT ÉS UTÁN

A tanulmány a magyarországi benzinkutak áraival foglalkozik, amelyet nagymértékben befolyásoltak a árplafon bevezetése. Célja, hogy választ adjon arra a kérdésre, hogy miként működik a kormányzati beavatkozás megváltoztatta a kutak árstratégiáját. Korábbi empirikus vizsgálatok és a rendelkezésre álló paneladatbázis alapján 1334 állomás közül az egyes benzinkutak árképzését befolyásoló tényezőket vizsgálja. különös hangsúlyt fektetve a versenytársak számára és viselkedésére négy különböző időszakban. Az adatbázis tartalmaz néhány távolság alapú változót, például egy adott távolságon belüli állomások számát, amelyeket az ökonometriai modellezésben használnak. Eredményeink szerint a MOL korábban piacvezető volt az ársapka bevezetése és pozíciója közvetlenül az árszabályozást követően erősödött meg, ahogy eddig is minden márka közül a legkönnyebben alkalmazkodott az új körülményekhez. Ahogy azonban más állomások megszokják ezt új gazdasági környezetben a vezető MOL és követői közötti különbség csökkenni kezdett.

MINTA

OROSZ BENCE TAMÁS
orosz.bencetamas@gmail.com
Közgazdasági elemző
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Berezvai Zombor
egyetemi Adjunktus, BCE MI

TOJÓTYÚKOK ÉLETKÖRÜLMÉNYEIT JAVÍTÓ SZABÁLYOZÁS HATÁSA A TOJÁS FOGYASZTÓI ÁRÁRA

Dolgozatomban arra a kérdésre kerestem a választ, hogy az Európai Tanács 1999/74/EK irányelve, mely a tojótyúkok védelmére vonatkozó minimumkövetelményeket állapította meg, milyen hatással volt a tojás fogyasztói árának alakulására az Európai Unióban. Az irányelv többek között meghatározta, hogy a tojótyúkok számára milyen életteret kell biztosítani a tojástermelő gazdálkodóknak, melynek kivitelezése beruházási költségekkel járt a termelők számára. Kutatásomhoz bizonyos EU tagállamok, más fejlett országok adatait, továbbá világpiaci adatokat és árakat használtam fel, hogy különbségek különbsége módszerével becsüljem meg az irányelv hatását. Dolgozatom legfőbb eredménye, hogy a szabályozásnak nem volt hosszabb, több évre elnyúló hatása a tojásárakra. Továbbá megmutattam, hogy a jövedelemszintnek, az energiahordozó árának és a búza árának volt hosszú távon hatása. Az végeredményeket torzítja, hogy adathiány miatt több esetben is proxy változókkal éltem, továbbá, hogy nem állt rendelkezésemre a megfelelő bontású és időtartamú adat. Ezenkívül bemutattam, hogy a témához kötődő jövőbeli kutatásoknak meg kellene vizsgálnia, hogy mely elemekre kellene összpontosítania azon támogatásoknak, melyek a hasonló szabályozások fogyasztói többlet csökkentését kívánják enyhíteni.

MINTA

BALÁZS ÁKOS
balazs.akos@t-online.hu
Közgazdasági elemző
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

BUKUR TAMÁS
bukurtamas@gmail.com
Közgazdasági elemző
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

BERDEFI ZITA
zita.berdefi@stud.uni-corvinus.hu
Közgazdasági elemző
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Bakó Barna
egyetemi docens, BCE KTI

AMIKOR A VERSENY JÓLÉT-CSÖKKENTŐ LEHET – EGY HIRDETÉSI INTENZITÁSBAN VERSENYZŐ KÖZÖSSÉGI MÉDIA PLATFORMOKAT LEÍRÓ MODELL

A dolgozat a közösségi médiaplatformok egy újszerű megközelítésű modelljét mutatja be egy. A korábbi modellekkel ellentétben, ahol a platformok a két oldal árainak megválasztásával maximalizálták a nyereségüket, itt az egyetlen döntési változójuk a hirdetési intenzitásuk. Az egyensúly ebben a modellben háromféle szereplő: a platformok, a hirdetők és a felhasználók közötti szekvenciális játékban jön létre. Két különböző specifikációt vizsgálunk. Az első esetben csak egy monopolista platform van, míg a második esetben két platform alkot versenyző duopóliumot (ahol a felhasználók csak egy platformon vannak jelen, a hirdetők mindkettőn). Fő kutatási kérdésünk az, hogy a platformok közötti verseny hogyan befolyásolja az aggregált jólétet a gazdaságban. Ennek megválaszolásához mindkét esetre levezetjük a részjáték-tökéletes Nash-egyensúlyt, és összehasonlítjuk a két eredményt. Azt találjuk, hogy nincs egyértelmű kapcsolat a monopólium melletti jólét és a versenyzői jólét között. Az, hogy melyik a nagyobb, a modell paramétereinek értékeitől függ. Ezért a klasszikus elképzelés, miszerint a verseny mindig jobb, mint a monopólium, nem feltétlenül érvényes a közösségi médiaplatformok esetében. Ez egy nagyon érdekes eredmény, amely különösen fontos a közösségi hálózatok szabályozásának módjáról szóló legújabb vitákban. Mivel a társadalmilag optimális megoldás piacról piacra változik, a társadalmi tervezőnek nagyon óvatosnak kell lennie, és minden rendelkezésre álló információt össze kell gyűjtenie a szabályozni kívánt piacról.

MUTA

Pénzügy - Adó

Elnök:	Dr. habil. Baranyi Aranka	SOE LKK
Társelnök:	Prof. Dr. Belyó Pál	EDUTUS GTK
Tag:	Dr. Fehér Helga	PE
Tag:	Dr. Kulcsár Edina	PKE GTK

MINTA

DUCSAI NIKOLETT
nikolett.ducsai@gmail.com
Pénzügy és számvitel
MA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. Hegedűs Szilárd
főiskolai docens, BGE PSZK

ADÓMORÁL

A kutatás során készítettem egy kérdőívet amire 100 db választ fogadtam be az egyszerűség kedvéért és ezeknek a válaszoknak a segítségével szeretnék választ kapni a kérdéseimre :

- A fő kérdésem a háttér és a tudás befolyásoló szerepére irányul. Vagyis azt szeretném megtudni az ember alkotta lehetőségeink az, hogy például mennyit keresünk milyen hatással van arra, hogy hogyan vélekedünk például az adófizetésről.
- Továbbá azt is szeretném megtudni , hogy mivel lehetne elkerülni az emberek szerint az adócsalást.

A témám kutatás módszertanának a kvantitatív adatelemzést választottam. Egy online kérdőív segítségével kerestem a válaszokat a kérdéseimre és a kérdések közötti szignifikanciára. Ehhez a Pearson-féle Khi-négyzet használtam . A kapott válaszok kiegyensúlyozottan érkeztek, ami 100 fős kitöltöttség mellet 45 női kitőltőt és 55db férfi kitőltőt jelent.A második kérdésem a válaszadók életkorára irányult e tekintetben is egy kiegyensúlyozott eredmény tapasztaltam. Ugyanis a már adófizető korosztály minden rétegéből kaptam válaszokat. A válaszadók 19% 18-25 év; 25% 26-35 év; 21% 36-45 év; 24% 46-55 év közötti és 11% 56 év feletti, valamint 18 év alatti válaszadó nem volt a felmérés során. Ezért is egy átlagos rálátást biztosított a magyarországi helyzet egy kis szegletére.

A kutatásom alapján, adómoralitás szempontjából sokkalta jobban befolyásolja a képzettségük az embereket, mint a rendszeres jövedelmük. A kapott adatok alapján a magasabb végzettséggel rendelkezők jobban elutasítják a be nem jelentett foglalkoztatást vagy akár a számla nélküli értékesítést. Az általam készített felmérés ismételten alátámasztott, hogy adómoralitás szempontjából a nők jobbak. A nők nagy többsége ugyanis adót fizetni állampolgári kötelezettségének tartja. Ugyancsak bizonyítást nyert, hogy akiknek fix kapcsolatuk/ családjuk van megnő a szint, amit az adócsalás relativ hozamának el kell, hogy érjen.

Az adómoralitás javítását összességében az emberek az adórendszer egyszerűsítésével és adócsökkentéssel érné el. Bár szerintem elkeserítően magas amit a megkérdezettek arról mondtak, hogy magyarországon mekkora az adócsalás mértéke. Ami sokkal rosszabb, mint amire más felmérések jutottak

MUTA

BALLY DANIELLA
ballydaniella@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 7. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Károlyi Géza
egyetemi docens, DE GTK

ADÓPARADICSOMOK ÖSSZEHASONLÍTÁSA ÉS VIZSGÁLATA A FORMULA-1-ES PILÓTÁK SZEMSZÖGÉBŐL

Az adóparadicsomok a háttérbe húzódva, papírmasé cégeken keresztül és titkok millióit őrizve gyakorolnak hatást a világgazdaságra.

Sok magas keresetű költözik ilyen helyekre, például színészek és sportolók, akik a kedvező adótörvényeket kihasználva még több pénzt tarthatnak meg eleve átlag feletti fizetésükből. A Formula-1-es pilóták nagy része is ilyen helyeken él, többnyire Monacoban, Dubajban és Svájcban, és a dolgozatban olyan kérdésekre keresem majd a választ, hogy ezen adóparadicsomok közül melyik nyújtja a legkedvezőbb feltételeket, illetve mennyire éri meg adóparadicsomba költözni.

A szakirodalmak segítségével bemutatásra kerül az adóparadicsomok kialakulásának háttere, működésük mikéntje, hatásuk a világgazdaságra, szabályozásuk, illetve néhány szakértő kritika és vélemény is helyt kap majd. Ezt követően sor kerül az elemzésre, ami a Formula-1-es pilóták fizetésén alapul, és ezekre vetítettem rá a vizsgálatomban szereplő 3 adóparadicsom és 3 magasabb adózásúnak számító európai ország adórendszerét. Hogy hitelesebb képet kapjunk, az adott ország társadalom biztosítási járulékát is rászámítom, illetve a kapott eredményeket korrigálom a megélhetési költségekkel. Ez utóbbi azért is különösen fontos, mert a köztudatban sok adóparadicsomot már-már élhetetlenül drágának tartanak.

Minden számítást elvégezve viszont nem a várt adóparadicsom, tehát Monaco, került ki győztesen az összehasonlításból, hanem Dubaj. Továbbá az is világossá vált, hogy Magyarország ugyan nem adóparadicsom, de a magas jövedelműeknek lényegesen előnyösebb lehetőségeket biztosít adózás téren, mint a vizsgálatban szereplő másik két nem adóparadicsom ország.

MINTA

FORGÓ ALEXANDRA
forgoalexandra1999@gmail.com
Pénzügy és számvitel szak
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. Galántainé Dr. Máté Zsuzsanna
főiskolai tanár, PhD, BGE PSZK

A FOGYASZTÓK HOZZÁÁLLÁSÁNAK A VIZSGÁLATA A KÖRNYEZETI ADÓKHOZ

TDK dolgozatomban a környezetvédelmi adók kérdésével foglalkozom. Dolgozatomban a következő fő kutatási kérdésekre kerestem a választ:
- Milyen mértékben vannak jelen a környezeti adók Magyarország adórendszerében?
- Hogyan érintik a környezeti adók a fogyasztókat?
- Mennyire tartják környezettudatosnak magukat a fogyasztók?
- Mennyire tartják közeli veszélynek a káros környezeti hatásokat?
- Megfelelő megoldásnak tartják-e a környezeti adókat a problémákra?
- Milyen esetekben lennének hajlandóak több környezeti adó fizetésére?

Dolgozatomat szekunder és primer kutatás is megalapozta. Különböző szakirodalmak, valamint adatbázisok segítségével gyűjtöttem információkat és adatokat. Megvizsgáltam az OECD országok környezeti adóbevételeinek alakulását, majd az európai uniós és a magyar arányszámokat. Az adatokból megállapítottam, hogy a számos fenntarthatóság felé való elmozdulás ellenére a környezeti adók aránya a GDP-hez viszonyítva nem növekedett nemzetközi, európai uniós és hazai szinten sem a vizsgált években.

Vannak olyan környezeti adók, amelyek közvetlenül érinthetik a fogyasztókat is, ezért dolgozatom második felében a primer kutatásom bemutatására kerül sor, melyben a fogyasztók hozzáállását vizsgáltam. Egy elektronikusan kitölthető kérdőívet készítettem, melyet 202 válaszadó töltött ki. A kérdőívet az Excel és az SPSS szoftver segítségével elemeztem ki. Négy hipotézist állítottam fel, melyeket különböző statisztikai módszerek segítségével vizsgáltam meg. Az első hipotézisemet a Spearman féle rangkorrelációval vizsgáltam. A módszer alapján kijelenthető, hogy annak ellenére, hogy a fogyasztók többsége környezettudatosnak vallja magát, ezt a környezetért tett cselekvéseik nem mindig támasztják alá. A második hipotézisemből megállapítható, hogy kortól függetlenül, a válaszadók közel 70%-a tart attól, hogy a közeli jövőben veszélyeztetni fogják az egészségüket és a jólétüket a káros környezeti hatások. A harmadik hipotézisem vizsgálatához a Kruskal-Wallis tesztet választottam. A vizsgálat során az is kiderült, hogy az egyes végzettségi csoportok eltérő mértékben értenek egyet a környezeti adókkal. A vizsgálat során megállapítottam, hogy a magasabban végzett válaszadók jobban elfogadják a környezeti adóztatást. Végül a negyedik hipotézisem alapján megfigyelhető, hogy a legtöbb fogyasztó abban az esetben lenne hajlandó több környezeti adó fizetésére, ha ezeket az összegeket kizárólag környezeti célokra használnák.

MINTA

MOSNITZKA ANNA
mosnitzka.anna@gmail.com
Pénzügy
MSc, 4. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Lukovszki Lívia
egyetemi adjunktus, PTE KTK

A JÖVEDELEMADÓZÁSI FORMÁK KÖZÖTTI VÁLASZTÁS HATÁSA A KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALATI SZEKTORBAN MŰKÖDŐ VÁLLALKOZÁSOKRA

A dolgozatom a jövedelemadózási formák közötti választás hatásának a vizsgálatát tűzte ki céljául a KKV szektorban működő vállalatokra nézve. Az elemzés hozzájárul a KKV-k adózási döntéseinek mélyebb megértéséhez, bemutatja sajátos problémáikat és megoldást kínál a szektor helyzetének javítására. A kutatás során az egyéni és társas vállalkozások által választható adózási formák jogszabályi hátterét, a rendelkezésre álló lehetőségeket, illetve az őket terhelő adó- és járulékfizetési kötelezettségeket is részletesen ismertetem.

A dolgozat középpontjában mintavállalkozások állnak, amelyeken keresztül megtapasztalhatja az Olvasó, hogy az egyes jövedelemadózási formák választása mekkora eltérésekkel járhat fizetendő adó- és járulékkötelezettség szempontjából. Öt mintavállalkozás különböző adózási formáját hasonlítottam össze és tártam fel a közöttük lévő különbségeket, amelyek alapján megállapítottam, hogy a vállalkozás sajátosságai alapján melyik adózási forma a legkedvezőbb a számára.

A kutatást az elméleti háttéren kívül gyakorlati tapasztalatokkal is alátámasztottam, melynek keretein belül interjút készítettem négy különböző irodában dolgozó könyvelővel. Az ő tapasztalataik alapján feltártam a szektort értintő problémákat, korlátokat és megoldási javaslatokat fogalmaztam meg az adózási forma választásának az elősegítésére.

Az elemzés során arra a következtetésre jutottam, hogy a jövedelemadózási formák közötti választásnak rendkívül nagy hatása van a vállalkozások működésének szempontjából. A választáshoz azonban elengedhetetlen, hogy a vállalkozás vezetői tisztában legyenek a cégük működésével, különben a rendelkezésre álló lehetőségek közül nem tudnak megfelelő döntést hozni. Kutatásommal szeretnék iránymutatásként szolgálni azon vállalkozások számára, akik még nem biztosak a döntésükben.

MINTA

TÓTH ATTILA MAXIMILIÁN
kisatis1@gmail.com
Pénzügy-számvitel
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. Sisa Krisztina A. PhD
egyetemi docens, BGE PSZK

AZ ÁFACSALÁS ÉRTELMEZÉSEI ÉS LEHETSÉGES MEGOLDÁSUK HAZAI ÉS NEMZETKÖZI KITEKINTÉS ALAPJÁN

Dolgozatomban az általános forgalmi adókkal történő visszaéléseket, az áfacsalást vizsgálom. Arra keresem a választ, hogy miképpen lehetséges az áfával való visszaélés, illetve létezik e megoldás a problémára?

Kutatási hátteret primer és szekunder kutatás adja. Szakirodalom feldolgozásával, illetve törvényszéki jogerős ítéleteket elemezve próbálom bemutatni az áfacsalás mechanizmusát, fajtáit. Kitérek az áfacsalás esetleges vonzataira is, hiszen más területekre is hatással van, mint például a társasági adó meghatározása, vagy a redisztribúciós folyamatok.

Ez a téma tehát érinti a mindennapjainkat, hiszen az áfa megfizetése minden fogyasztónál jelentkezik. Napjainkban is nagy gondot okoznak az áfacsalások, a Nemzeti Adó- és Vámhivatal folyamatosan harcol ezen jelenség ellen több-kevesebb sikerrel. Az ilyen jellegű visszaélések hatalmas károkat tudnak okozni az állam költségvetésében, ezért is fontos a visszaszorításuk.

Végeredményben hazai és nemzetközi példán keresztül szemléltetem az áfacsalás esetleges megoldásait. Vannak olyan áfaelszámolási módszerek, mellyel ki lehet játszani az esetleges visszaéléseket. Ezt szeretném egy nemzetközi példán keresztül szemléltetni, valamint bemutatni ennek a módszernek a hátrányait, esetleges akadályait.

MINTA

GORJANECZ GYÖRGY
gyorgy.gorjanecz@gmail.com
Pénzügy
MSc, 4. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Lukovszki Lívia
egyetemi adjunktus, PTE KTK

MAGÁNSZEMÉLYEK ADÓTERHELÉSÉNEK KOMPLEX ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE

Kutatásomban az egyedülállók minimálbérének adóterhelését vizsgáltam. A két elemzett ország Írország és Magyarország voltak. A dolgozatomban továbbá megvizsgáltam, hogy milyen kapcsolat van a vizsgált csoport effektív adóterhelése, az emberi fejlettséget leíró HDI, és az egy főre jutó reál GDP adatok között.

A kutatásomban három kérdésre kerestem a választ. Az első, hogy 2004 május elseje óta, milyen változások voltak, amelyek befolyásolták a két országban élő emberek adó- és járulékterhelését. Továbbá kerestem a választ arra, hogy az adóztatási változtatások, hogyan befolyásolták az elemzett nemzetállamok állampolgárainak jólétét. A harmadik kutatási kérdésem, hogy milyen adóztatási változtatások javíthatnák a magyar magánszemélyek jólétét Írország példája alapján.

A dolgozatomban felhasználtam a két ország adóhatóságának adatait, egy nemzetközi hírű tanácsadó cég szakmai anyagait, nemzetközileg elismert statisztikai adatokat közlő intézmények adatait, és szakmai folyóiratokat is.

Pozitív és szignifikáns kapcsolatot találtam a HDI, a reál GDP és az egyedülállók bruttó minimálbérének effektív terhei között. Írországban a kétkulcsos és progresszív jövedelemadó rendszer, valamint a bonyolultabb társadalombiztosítási rendszer ellenére is a kedvezményeknek köszönhetően az egyedülállók minimálbérének effektív terhelése jóval alacsonyabb, mint hazánkban. A szigetország vizsgálata után kijelenthető, hogy az aktívabb gazdaságpolitika jó hatással volt az adózók jólétére. A magyar minimálbérből élők jólétét adójóváírással, járulékkedvezménnyel, vagy akár a kettő együttes használatával tudná javítani a magyar gazdaságpolitika.

MUTA

FLINK FLÓRA REBEKA
flinkflora@gmail.com
Gazdaság- és pénzügy- matematikai elemzés
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Kommunikáció és Szociológia Intézet

LENGYEL RÉKA ZSÓFIA
lengyel.reka.zs@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Kommunikáció és Szociológia Intézet

Témavezető:
Drabancz Áron István
doktorandusz, BCE KTI

MAGYARORSZÁGI EGYETEMISTÁK ADÓFIZETÉSI ATTITŰDJÉNEK VIZSGÁLATA FOGOLYDILEMMA ALAPÚ KÍSÉRLETTEL

Az állami költségvetés jelentős hányadát teszik ki az adóbevételek, azonban a lakosság és a vállalatok adóelkerülő magatartása miatt az állam ennek egy részétől elesik. A fiatal felnőttek ebben az életszakaszban kerülnek először olyan helyzetbe, amikor például jövedelmük után adózniuk kell, így ekkor hozzák meg első adófizetési döntéseiket is. Kutatásunkban azt vizsgáltuk, hogy a magyar egyetemisták hogyan viszonyulnak az adófizetés, illetve az adóelkerülés témaköréhez. A kutatásban résztvevő 32 személlyel a fogolydilemma egy négyszereplős, adófizetésre vonatkoztatott változatát játszottuk le csoportokban, majd egy, az adóelkerüléshez való viszonyukat felmérő kérdőívet töltöttek ki. A játék során azt próbáltuk megfigyelni, hogy az egyes játékosok mennyire viselkednek a közgazdasági emberkép felfogásának megfelelően, azaz önérdekkövetően, saját hasznukat maximalizálva, vagy ettől eltérő viselkedést mutatnak, a társadalmi közhasznot is figyelembe veszik, morális szempontból helyesnek tekintett módon cselekednek. Feltevésünk az volt, hogy megbeszélés hiányában a szereplők a Nash-egyensúlyi pontba jutnak (mindenki önérdekkövetően viselkedik), viszont ha lehetőségük van kommunikációra, közös stratégia kiépítésére, akkor hajlandóak a kooperációra és az egyéni érdekek helyett az össztársadalmi jólétet helyezik előtérbe. Feltevéseinknek azonban csak egy része igazolódott be, ugyanis az első körökben a játékosok jelentős része a racionalitásnak ellentmondóan cselekedett: vagy végig fizetett adót, vagy csalás után ismét adózott. A megbeszélések folyamán ugyan az összes csoport felismerte, hogy a kooperáció minden téren pozitív kifizetésekkel társulna, ennek ellenére voltak esetek, ahol a résztvevők nem tartották magukat a megbeszéltekhez, így a kooperáció nem valósult meg teljeskörűen. Ezen felül azt feltételeztük, hogy a résztvevők a kérdőívben becsületesebbnek vallják magukat, mint ahogyan a játék során viselkedtek. Ez a hipotézisünk igaznak bizonyult, a résztvevők adóelkerülő magatartásuk ellenére is magasabbra értékelték saját becsületességüket.

MINTA

LAZARIUC IVÁN
ivanchik1997@mail.ru
Pénzügy és számvitel
BA, 6. félév
Pannon Egyetem
Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:
Dr. Antal Anita
főiskolai docens, PE ZEK

TÁRSASOZUNK? TAO ITTHON ÉS OROSZORSZÁGBAN

2019 óta nagy figyelmet kapott világ szerte a nyereségadó. Az ezzel kapcsolatos kutatások aktualitását az adja, hogy 2019-ben az OECD elkezdett kidolgozni egy nyereség minimumadóról szóló szabályozást, amely 2021 októberében került elfogadásra a G20 által. Ennek alapján arra kell számítani, hogy 2023-tól a nyereségadó mértéke 15% lesz azon országokban, ahol az államfők aláírták a szerződést. Azokban az államokban, ahol a társaságok nyereségadója viszonylag alacsony, az a cél, hogy rábírják a multinacionális cégeket, befektetőket arra, hogy az adott országban fejlesszenek, hozzanak létre vállalkozásokat. Az új szabályozás következtében a társasági adó versenysemlegessé válik az érintett területeken.

A kutatás célja a hazai és az oroszországi társasági nyereségadó szabályozás rendszertani vizsgálata a hasonlóságok és különbözőségek feltárása érdekében. Szintén cél a globális szabályozás vállalkozásokra való hatásának elemzése mindkét megjelölt országban.
Az alábbi kutatási kérdésekre kívánok választ találni:

1. Milyen struktúra alapján hasonlítható össze a két ország társasági adó szabályozása?
2. Milyen főbb hasonlóságok emelhetők ki a két ország társasági adó szabályozásából?
3. Milyen főbb különbözőségek mutatkoznak a két rendszerben?
4. Milyen kvantitatív hatás becsülhető lokalizációs összehasonlításban és globális nyereségadó alkalmazásának bevezetésével a mintául választott vállalkozások nyereségadózásában?

Kutatásom módszertanilag egy értékelő és szintetizáló kutatás, mely egy összehasonlító elemzést tartalmaz, illetve magában foglal egy kvantitatív hatásvizsgálatot is. A kvantitatív adatok szekunder és primer adatforrásokból származnak. Az összehasonlító elemzés eredménye a két ország szabályozása közötti azonosságok és különbözőségek feltárása. A kvantitatív hatáselemzéssel pedig rámutatok arra, hogy melyik szabályozás szerint kedvezőbb az adózás, továbbá segítséget nyújthatok a vállalkozásoknak a társasági adózást érintő várható változásokra való felkészülésre, illetve munkám döntéstámogató eszközként funkcionálhat. Kutatásommal gazdagítani kívánom a téma kapcsán fellelhető, jelenleg hiányosnak értékelhető magyar nyelvű irodalmi kínálatot, miután nincs magyar nyelven elérhető szakirodalom a társasági adó oroszországi működéséről.

MINTA

Pénzügy - Pénzügytan

Elnök:	Dr. Huzdik Katalin	METU ÜKT
Társelnök:	Dr. Csernák József	ÓE KGK
Tag:	Dr. Benedek Botond	BBTE KGTK
Tag:	Dr. habil. Darabos Éva	DE GTK

MINTA

BENNÁRIK CSILLA
csillabennarik@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. Hegedűs Szilárd
főiskolai docens, BGE PSZK

A 25 ÉV ALATTI FIATALOK PÉNZÜGYI MEGTAKARÍTÁSAI ÉS TÁJÉKOZOTTSÁGA

2022. január 1-től bevezetett személyi jövedelemadóról szóló 1995. évi CXVII. törvény (a továbbiakban: Szja törvény) 29/F. § módosítása alapján a 25 év alatti fiatalok új adóalap-kedvezményt vehetnek igénybe. A KSH adatai szerint a 25 év alattiak foglalkoztatottsági aránya körülbelül 27% (KSH, 2021), azonban az időszakos munkák, mint pl. nyári munka miatt változhat. Ezért a friss felmérések/kutatások hiánya miatt tartom fontosnak az szja mentesség fiatalokat értintő hatásait vizsgálni. Az első hipotézisemben azt vizsgáltam, hogy az SZJA mentességből kapott többletjövedelmet a fiatalok többsége elkölti, azon belül élelmiszerre, lakhatásra és tandíjra. Továbbá feltételeztem, hogy hogy a gyermekkorban látott családi megtakarítási szokások vagy annak hiánya befolyásolhatja a mostani fiatal felnőttkori megtakarítási szokásaikat.

Ennek vizsgálatára meglévő kérdőív hiányában saját kérdőívet készítettem. Ezt online kitöltési formában 322 fő (252 nő és 70 férfi) töltötte ki anonim módon. A nyers adatok megtisztítása után az eredményeket az SPSS rendszer segítségével elemeztem. Ezek az eredmények kimutatták, hogy a kitöltők körül-belül két harmada költi el az szja mentességből kapott többletjövedelmét. Az, hogy mire költik részben alátámasztotta a hipotézisemet ugyanis elsősorban élelmiszerre, lakhatásra és szórakozásra fordítják a kapott összeget. A második hipotézis vizsgálatában a gyermekkorban látott szülői megtakarítási hatások nem bizonyultak szignifikáns változónak, azonban a megkérdezettek 62 százaléka alkalmazza a látott módszereket valamilyen formában.

Feltételezhető, hogy a fiatalok szja mentessége hozzájárul nem csak a hétköznapi életükhöz, hanem a jövőjükhöz is. amelyre hatással lehet a gyerekkorban látott megtakarítási szokások. Véleményem szerint az eredmények alapján érdemes a továbbiakban ezzel foglalkozni esetleg nagyobb minta számmal vagy jobb reprezentatívsággal.

MINTA

MENYHÉRT JÓZSEF
menyhrtj@gmail.com
Master of business administration
MSc, 5. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Süveges Gábor Béla
egyetemi adjunktus, ME GTK

A FIATAL, 20-25 ÉVES KOROSZTÁLY ÉS AZ ÖNGOSKODÁS KAPCSOLATA, AVAGY HOGYAN LEGYEN BIZTOS NYUGDÍJAD HAVONTA PÁR EZER FORINTBÓL

A nyugdíjas évek már a nevéből adódóan is a pihenésről kellene, hogy szóljanak. Ez az az időszak amikor az ember már csak élvezi a munkájának a gyümölcsét, azonban ez kezd elérhetetlen lenni a mostani 18-25 éves korosztály számára. Európa és Magyarország demográfiai változásai a jelenlegi nyugdíjrendszer alappillérét az aktív dolgozói réteget érintik. A népesség csökkenésével egyre kevesebb embernek kell majd egyre több nyugdíjas ellátását biztosítania. Ez abból adódik, hogy a jelenlegi úgynevezett felosztó-kirovó nyugdíjrendszer nem felhalmozott tőkéből fizeti a nyugdíjjárulékokat, hanem aktívan a jelenkori dolgozói réteg befizetéseiből finanszírozza aktívan. Ez a rendszer addig jól működik, amíg a népesség nem kezd csökkeni, azonban onnantól kezdve szükséges a rendszer szigorítása, mint a nyugdíj csökkentése, vagy a nyugdíjkorhatár kitolása. A jelenlegi felosztó-kirovó nyugdíjrendszer a közeljövőben komoly problémákkal néz szembe, és az öngondoskodás szerepe nagyobb hangsúlyt fog kapni. A változást a legjobban a mostani fiatal generáció fogja megérezni nyugdíjas korára. Az államnak kicsi a mozgástere, hogy felkészítse a nyugdíjrendszert a demográfiai változásokra, így az egyének öngondoskodása kerül hangsúlyba. A kérdőívben kapott válaszok alapján látható, hogy a kitöltők tisztában vannak nyugdíjrendszer korlátaival. Ennek ellenére nincsenek nyugdíj jellegű megtakarításaik, azonban ez szerepel a közép-, hosszútávú terveik között. A kihívás az, hogy a fiatalok rájöjjenek arra, hogy minél hamarabb kezdik a megtakarítást a nyugdíjas éveikre, annál könnyebben érik el pénzügyi céljaikat. Látható, hogy nyitottak, csak nem kézzelfoghatóak számukra a korai pénztártagság előnyei. Tudatos kampány és edukáció segítségével elérhető, hogy a 18-25 év közötti korosztály már a huszas éveiben pénztártaggá váljon. A probléma, hogy jelenleg nem kommunikálnak a nyugdíjpénztárak tudatosan a legfiatalabb korosztály felé. A kidolgozott marketingkampánnyal elindulhat egy fiatalos kommunikáció, ami megszólítja a fiatalokat.

MINTA

PRÉGLER KRISZTINA
preglerkriszti@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 7. félév
Soproni Egyetem
Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Kovács Tamás
egyetemi docens, SOE LKK

A PÉNZÜGYI ÉS VÁLLALKOZÓI TÉMAHÉT (PÉNZ7) HATÉKONYSÁGÁNAK FELMÉRÉSE A SOPRONI KÖZÉPISKOLÁKBAN

A pénzügyi tudás, tudatosság és műveltség elengedhetetlen kelléke egy olyan társadalomnak, melynek tagjai a mindennapi gazdasági-pénzügyi világban hozzáértően, magabiztosan és jövőorientáltan kívánnak élni. Ezen tulajdonságok birtoklása azonban nemcsak a felnőtt lakosság körében fontos, mi több, a fiatal generációk mielőbbi megismertetése a pénzügyi kultúra elemeivel olyan változásokat indíthat el egy ország társadalmában és gazdaságában, melyek egyedülállóak. Ehhez egy dolgot szükséges elkezdeni mihamarabb: a fiatalok pénzügyi edukációját.

A kutatás elkészítésével kettős célom volt: elsőként felmérni az általános és középiskolások körében megrendezett, Pénzügyi és Vállalkozói Témahét (Pénz7) edukációs programsorozat hatékonysági fokát a tekintetben, hogy az előadásokon és tanórákon való részvétel hogyan befolyásolja a meglévő és különös tekintettel a témahéthez kapcsolódó pénzügyi tudást és milyen mértékben járul hozzá annak fejlődéséhez. Emellett arra a kérdésre kerestem a választ, vajon a Pénz7 segíti-e az általános pénzügyi műveltség fejlődését.

Dolgozatom elkészítése során részletesen megvizsgáltam magát a pénzügyi kultúrát, annak definiálási lehetőségeit, a fejlesztésére tett állami, intézményi törekvéseket és magyarországi fejlettségi szintjét. Utóbbi két témakört kifejezetten a középszintű oktatási intézményekben tanuló diákok szemszögéből is vizsgáltam. Mindehhez a dokumentumelemzést hívtam segítségül, mely szekunder kutatást egy kétkörös és egy tanári kérdőíves megkérdezés egészített ki, melyekkel konkrét számadatokhoz jutottam a Pénz7 hatékonyságára, körülményeire vonatkozóan és melyeket kizárólag a soproni középiskolások és tanáraik körében végeztem el.

A felmérés alkalmával elsőkörben közel 400, második alkalommal közel 220 soproni középiskolás tanuló válaszát gyűjtöttem be, majd ezen adatokból számításokat és elemzéseket készítettem. Az értékelés során a Pénz7, diákok pénzügyi tudására gyakorolt semleges hatása igazolódott. A soproni középiskolások a rendezvényen tanultakat, hallottakat nem építették be megfelelően a meglévő ismereteik közé vagy a célzott program nem találkozott a diákok igényeivel; illetve általános pénzügyi ismereteik, műveltségük is hasonló szinten maradt, mint a Pénz7 előtt. Ugyanakkor a program figyelemfelhívó, érdeklődést keltő és pályaorientációt segítő képességét nem szabad elvitatni.

MUTA

PRÉGLER KRISZTINA
preglerkriszti@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 5. félév
Soproni Egyetem
Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Kovács Tamás
egyetemi docens, SOE LKK
Kissné Dr. Zsámboki Réka
egyetemi docens, SOE BPK

A PÉNZÜGYI KULTÚRA VIZSGÁLATA AZ ELSŐÉVES EGYETEMISTÁK KÖRÉBEN

A pénzügyi kultúra mérése és helyzetének, fejlesztésének, fejlődésének folyamatos nyomon követése elengedhetetlen ahhoz, hogy egy ország tisztában legyen a lakosság pénzügyi-gazdasági ismereteivel, tudásával, ismerje az ezekre ható tényezőket és mintákat. Az információk birtokában a megfelelő intézmények és szervezetek lépéseket tehetnek mindezek fejlesztésére annak érdekében, hogy felelőssé, tudatossá és pénzügyileg-gazdaságilag hatékony döntéseket hozó egyénekké váljanak egy ország gazdaságában fontos szerepet betöltő lakosságnak a tagjai.

A kutatás elkészítésével az volt a célom, hogy választ adjak olyan kérdésekre, hogy milyen szinten van a középiskola után egyetemi tanulmányaikat megkezdő diákok pénzügyi kultúrája, milyen az általános pénzügyi ismeretük, tudásuk, milyen a pénzügyi magatartásuk, mi a véleményük egyes pénzügyi-gazdasági és ezekkel összefüggő oktatási kérdésekben, milyen külső és belső tényezők befolyásolják őket pénzügyi döntésük meghozatalakor, véleményük kialakításakor.

Dolgozatomban részletesen megvizsgáltam a pénzügyi kultúra megfogalmazásának lehetőségeit, helyzetét a magyar lakosság körében, illetve a legfőbb szervezeteket, intézményeket és tevékenységeket, melyek célja a pénzügyi kultúra fejlesztése. A kutatás során a dokumentumelemzés segítségével sikerült részletes és átfogó képet kapnom a pénzügyi kultúrával kapcsolatban, emellett kérdőíves megkérdezéssel gyűjtöttem be a célcsoport adatait, és fókuszcsoportos interjúval igazoltam vagy cáfoltam a kérdőív adataiból készített elemzéseket.

A kutatás során az ország 17 egyeteméről beérkezett közel 500 választ elemeztem és értékeltem, majd számításokkal alátámasztott megállapításokat tettem az elsőéves egyetemisták pénzügyi kultúrájának alacsony szintjéről, felelős pénzügyi magatartásáról, a mindennapi pénzügyek iránti alacsony érdeklődésükről és az információforrásukról, mely legfőképpen az internetes oldalak és a szülői minta. Utóbbi befolyásoló és alakító hatása szintén igazolódott. Pénzügyi tudásuk kevés, mely párhuzamba állítható azon véleményükkel, hogy szükséges lenne a pénzügyi ismeretek oktatása már a középszintű oktatási intézményekben is, szakiránytól függetlenül.

MINTA

ORBÁN BENCE
orbence95@gmail.com
Pénzügy
MSc, 3. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Csapi Vivien
egyetemi docens, PTE KTK
Dr. Eisner Tímea
egyetemi adjunktus, PTE TTK

A PÉNZÜGYI MATEMATIKA JÁTÉKOS FELDOLGOZÁSA AZ ÁLTALÁNOS ISKOLA 7. ÉS 8. OSZTÁLYÁBAN

A pénzügyi tudatosság fejlesztése napjainkban az oktatás egyik legfontosabb kérdésévé vált Magyarországon, és nemzetközi viszonylatban is. A 2009-es pénzügyi válság, a koronavírus okozta válság és az orosz-ukrán háború által kiváltott válság megmutatta a szükségességét a pénzügyi tudatosságnak, pénzügyi ismeretek meglétének. A tanulmányok alapján elmondható, hogy az emberek magas aránya nem rendelkezik megfelelő mennyiségű és minőségű pénzügyi ismerettel, illevte stressztűrő képessége alacsony a válsághelyzetekben. Ennek egyik oka, hogy a korábbiakban kisebb mértékben jelent meg a pénzügyi nevelés a közoktatásban, illetve megfigyelhető, hogy aki magasabban képzett ilyen téren, az kevesebbet veszít vagy akár proftiál egy válságos helyzetben.

Magyarországon a 2009-es válság óta előrelépés tapasztalható a pénzügymatematika oktatásba történő integrálásával kapcsolatban. A 2020-as Új Nemzeti Alaptantervben már sokkal nagyobb szerepet kapnak pénzügymatematikával kapcsolatos fogalmak, illetve nagyobb órakeretet is biztosítanak ennek a témának.

A dolgozat tartalmaz egy 7.-8. évfolyamosok számára összeállított pénzügyi tudatosságot mérő tesztet, amelyet néhány iskolában meg is írattunk a diákokkal. A tesztek eredményei azt mutatják, hogy szükség van a pénzügyi tudatossággal kapcsolatos ismeretek bővítésére, és ehhez kapcsolódó tananyag fejlesztésére.

A tananyag játékosításával az órák a diákok számára élvezetesebbek, így könnyebben tanulják meg az adott tananyagot. Dolgozatom tartalmazza azokat a témákat, amelyek 7. − 8. évfolyamokon megjelennek, és olyan feladatokat is, amelyek életszerűek, a diákok számára ismertek.

A dolgozatban szerepel néhány olyan társasjáték leírása is, amelyek szemléltetik a piac bizonyos szegmenseit, ezekkel a diákok játékos módon ismerkedhetnek meg. Mindhárom játék esetében megfogalmazhatók olyan feladatok, amelyek magát a játékot segítik megérteni, vagy elgondolkodtatják a diákokat egyes helyzetekkel kapcsolatban.

A dolgozat utolsó része egy tematikus terv, amely egyben egy ajánlás a tanároknak a pénzügy matematika oktatására vonatkozóan az egyik társasjátékon és annak módosításain keresztül. A diákok ezen keresztül az egész tananyagot felölelve, játékosan tanulhatnak, ezáltal belekóstolnak a piacon megjelenő eseményekbe is.

FERENCZ CSONGOR
ferenczcsongor@gmail.com
Államtudományi szak
Osztatlan, 9. félév
Nemzeti Közszolgálati Egyetem
Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar

Témavezető:
Marton Ádám
tanársegéd, NKE ÁNTK

A PIACI KONCENTRÁCIÓ HELYZETE - A MAGYAR BANKSZEKTOR ESETE

A jelen dolgozat keretében a piaci koncentráció széleskörű kérdéskörével, és a magyar bankszektor koncentrációjával foglalkozom. Kutatásommal a piaci koncentráció főbb aspektusait kívántam feltárni, és annak sokszínűséget bemutatni elméleti és gyakorlati tekintetben is.

A dolgozat első felében szakirodalmak feldolgozásával mutattam be a koncentráció kialakulását és hatásait, negatívumait és pozitívumait. A kutatás során minden tényező esetében igyekeztem ellentétes álláspontokat ütköztetve árnyalni, és esettanulmányokkal alátámasztani a következtetéseket. A koncentráció kialakulása körében igazoltam, hogy okai széleskörűek és több forrásból erednek, illetve hogy bizonyos esetekben rendkívül nehéz, vagy akár lehetetlen megakadályozni. Hatásai terén annak pozitív és negatív aspektusaira is rámutattam, többször is kiemelve az eltéréseket a koncentráció mérsékelt és rendkívül magas, monopolisztikus esete között. A hatások bemutatása során emellett törekedtem, annak mikroökonómiai és makroökonómiai vetületeit is feltárni.

A dolgozat második felében a bankszektor koncentrációjának állapotát, és az elmúlt 13 év változásait kívántam feltárni. Ehhez a bankok éves beszámolóinak mérlegtételeit vettem alapul, melyeket igyekeztem a lehető legjobban megtisztítani a külföldi tételek torzító hatásaitól. A koncentráció szintjének meghatározásához a Herfindahl-Hirschman-indexet és a Koncentrációs rátát alkalmaztam. A kutatásom során nem csupán a koncentráció szintjének változásait vizsgáltam meg, hanem ezen változások és trendek okait illetve körülményeit is feltártam. Eredményeim alapján megállapítottam, hogy a magyar bankszektor koncentráltsága mérsékelt kategóriába sorolható, de az elmúlt években növekedő tendenciájú. Bizonyítottam, hogy az elmúlt 13 évben végbement átstruktúrálódás előnyösebb helyzetet teremtett a piacvezetőnek. Ezek mellett a szektor jövőbeni kilátásait is vizsgáltam, hisz a Magyar Bankholding megjelenésével alapjaiban fog megváltozni a bankrendszer szerkezete. Feltártam, hogy ezen új bank megjelenése nagyban növelni fogja a koncentráció szintjét, emellett azonban számos pozitív hatást válthat ki a szektorra.

MINTA

PÓTA CSERNE PANKA
pota.plazma@gmail.com
Számvitel
MA, 4. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil Becsky-Nagy Patrícia
egyetemi docens, DE GTK

DISZRUPTÍV PÉNZÜGYI MEGOLDÁSOK ÉS KOCKÁZATAIK – MAGYARORSZÁGI ESETTANULMÁNYOK

Az utóbbi években számos diszruptív technológiai megoldás látott napvilágot, melyek begyűrűzése a pénzügyi szolgáltatásokba átformálta a hagyományos pénzügyi szektort, az elektronikus fizetési lehetőségek alkalmazása pedig rohamosan terjed Magyarországon is.

A kutatásom célja, hogy kvalitatív módszereket, esettanulmányokat felhasználva feltárjam, hogy a digitális pénzügyi szolgáltatók hogyan változtatják meg a fizetési megoldások piacát, illetve milyen kockázatokat jelentenek a fizetési forgalom biztonságos lebonyolítására, valamint mennyire biztosított az új megoldások közötti átjárhatóság. A nemzetközi és hazai szakirodalmi források szintetizálása során a diszruptív FinTech technológiákat és azok használatából eredő kockázatokat, valamint a kapcsolódó biztonsági intézkedéseket mutatom be. Emellett a pénzügyi infrastruktúra szolgáltatókat és a hálózatosodásból eredő kockázatokat is górcső alá veszem.

A téma újszerűségéből, az iparágban meglévő bizonytalanságokból és annak dinamikus változásából, illetve a rendelkezésre álló hazai és nemzetközi adatok mennyiségének limitáltságából kifolyólag, a kutatás eredményessége érdekében kvalitatív módszert alkalmazok. Dolgozatomban esettanulmányokat felhasználva összesen négy magyarországi FinTech vállalkozáson keresztül szemléltetem, hogy a vizsgált digitális pénzügyi szolgáltatók hogyan alakítják a hazai pénzügyi megoldások piacát. FinTech területeket tekintve a magyar digitális pénzügyi szektorban leghangsúlyosabbakat választottam ki. Így egy elektronikus fizetési szolgáltatót, egy open banking és adat aggregálás területén működő vállalkozást, egy online fizetésekkel kapcsolatos kockázatelemzőt, illetve egy összehasonlító platform üzemeltető céget választottam az esettanulmányok vizsgálati alanyai közé.

Az esettanulmányokon keresztül jól látható, hogy a szakirodalomban megfogalmazott elméleti koncepciók nagyrésze megvalósul a vizsgált vállalkozások gyakorlatában. A kutatási eredményeim alátámasztják, hogy a pénzügyi technológiai fejlesztések növelték a szektor hatékonyságát, azonban a FinTech használata számos újszerű kockázatot is felvethet. Az adathalászat a Big Data-val dolgozó pénzügyi szolgáltatókra és azok ügyfeleire is veszélyt jelenthet, így véleményem szerint az érzékeny ügyfél-, és pénzügyi adatokat nagy odafigyeléssel kell kezelni, hogy a visszaélések kiküszöbölhetők legyenek.

MUTA

DÉKÁNY VIKTÓRIA
viktoria.dekany00@gmail.com
Emberi erőforrások
BSc, 4. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Süveges Gábor Béla
egyetemi adjunktus, ME GTK

EGYETEMI HALLGATÓK NYUGDÍJPÉNZTÁRAKKAL KAPCSOLATOS ATTITŰDJEI ÉS ELÉRÉSI LEHETŐSÉGEI

A Tudományos Diákköri Konferenciára készített dolgozatom a nyugdíjpénztárak és a fiatalok kapcsolatának bemutatására fektet hangsúlyt. A témaválasztásom mögött egy pályázat áll, ami felkeltette az érdeklődésem és elindította bennem a téma iránti érdeklődési vonalat. Az érdeklődés viszont nem csak a pályázat útján keletkezett, sokkal inkább a kíváncsiság miatt, hogy a generáció, amiben élek hogyan vélekedik az időskori öngondoskodásról.

A kutatásom célja, hogy felvázoljam a magyarországi nyugdíjrendszer helyzetét, bemutassam a magán-és önkéntes nyugdíjpénztárak előnyeit, valamint összevessem szakértő szemmel és egyetemisták szemével a feltevésem, miszerint egyre jobban csökken a 18-30 évesek száma a nyugdíjmegtakarítások terén.

A módszertant tekintve először szakirodalom feldolgozással kezdenék, hogy megismerhessem mások kutatásait ebben a témában, illetve, hogy más szemmel is tudjak tekinteni a már felvázolt hipotéziseimre. A szakirodalom kutatást követően, készítenék egy interjút Hatalyák Judittal, aki az Allianz biztosítónál dolgozik, emellett pedig egy kérdőívet állítanék össze, melyet a Miskolci Egyetem hallgatói között osztanék meg, hogy reális adatokkal tudjak dolgozni, és azokat később össze tudjam vetni.

A dolgozat megírása előtt felmerült hipotéziseim a következők lenne: A fiatalok aránya számottevően csökkent a nyugdíjpénztári rendszerben az elmúlt évek során. A fiatalok kevés ismerettel bírnak a nyugdíjpénztárakkal és azok előnyeivel kapcsolatban. További kutatási kérdésként merült fel, hogy vajon ez a fiatalok életfelfogása miatt van, vagy a magyarországi nyugdíjrendszer hibájából adódik.

Várható eredményeim között szerepelt, hogy a megkérdezett hallgatók által megválaszolandó kérdőív és a szakértővel készítendő interjúból konkrét okokat kapjak a felvetett kérdésre, majd pedig egy részletes elemzés után ismertettem az általam levont következtetéseket, illetve a nyugdíjpénztárak és a fiatalok kapcsolatának ingadozását mutattam be a jövőre nézve a kapott válaszok, adatok alapján.

MINTA

NYÁRI ZSÓFIA BORÓKA
nyari.zsofia1@gmail.com

Középiskolai hallgató
Székács József Evangélikus Óvoda Általános Iskola és Gimnázium

Témavezető:
Schmittinger Anikó, Dr.Nyári Csaba
középiskolai Tanár, főiskolai docens, GFE GK

HELYI FIZETŐESZKÖZÖK A VILÁGBAN

Válságokkal terhelt világunkban egyre inkább előtérbe kerülnek a helyi értékek, egyre nagyobb szükség mutatkozik a közösségek tagjainak összefogására, a fenntarthatóságot is szem előtt tartó együttműködésére. A történelmi tapasztalat azt mutatja, hogy a válságok rádöbbentik az embereket a hivatalos fizetőeszköz sebezhetőségére, és a válságból való kilábalás évei azok, amikor sorra jönnek létre a helyi-regionális pénzhelyettesítők.

Dolgozatomban a helyi fizetőeszközök bemutatására vállalkozom, és arra a kérdésre keresem a választ, hogy létezésüket milyen elmélet alapozza meg, miként működnek, miért tudnak egyáltalán létezni, miért szűnnek meg, mi lehet a sikerül titka. Mindezt konkrét esetekkel szemléltetem, megvizsgálok néhány történeti példát, bemutatok néhány külhoni helyi pénzhelyettesítőt, majd a 2010 körül bevezetett főbb magyarországi megoldásokat elemzem: a már nem létező Soproni kékfrankot és Balatoni koronát, valamint a jelen sorok írásakor (2022 október) is használatban lévő Bocskai koronát és Alsómocsoládi rigacot.

Munkám négy nagyobb egységből áll. Az első érdemi fejezet az elméleti alapvetéseké, tisztázom a pénzhelyettesítők fogalmát, természetét, kitérek a helyi pénzt létrehozó közösségek fő hivatkozási alapjaként szolgáló, Silvio Gesell által kidolgozott elméletre. A második fejezetben arra mutatok rá, hogy az alternatív, vagyis a hivatalos pénz mellett létező fizetőeszközök nem a modern kor találmányai, léteznek ugyanis történelmi előzmények. A harmadik fejezetben a nemzetközi kitekintésre kerül sor, itt mutatok be három külföldi példát, a svájci WIR-t, a New York állambeli Ithaca órát, valamin a svájci Chiemgauert. A negyedik fejezetben a 2010-ben forgalomba hozott Soproni kékfrankot, a 2012-ben kibocsátott Balatoni koronát és Bocskai koronát, valamint a 2013- ban útjára indított és jelenleg is működő Alsómocsoládi rigacot elemzem.

MUNKA

SIMON DÁNIEL
simon.daniel277@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 2. félév
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:
Gombaszögi Ildikó
mestertanár, OE KGK

PÉNZÜGYI BEFEKTETÉSI LEHETŐSÉGEK FELTÁRÁSA MAGYARORSZÁGON, A MAGYAR TÁRSADALOM KOCKÁZATTŰRÉSI ÉS BEFEKTETÉSI HAJLANDÓSÁGÁNAK FÜGGVÉNYÉBEN

A XXI. Század gyors technológiai fejlődése lehetővé tette, hogy napjainkban akár másodpercek leforgása alatt hozzunk pénzügyi befektetési döntéseket és helyezzük el megtakarításainkat lehetőségek látszólag végtelen tárházában. Telefonos applikációk segítségével bárhol és bármikor hozzáférhetünk vagyonunkhoz és valós idejű pontossággal követhetjük nyomon befektetéseink teljesítményét. A KSH továbbá rámutat, hogy a magyar fiatalok Európa más országaihoz is hasonlóan egyre inkább nehéz helyzetbe kerülnek az otthonról történő elköltözést illetően. A korábban növekedő ingatlan árak következtében a fiatal társadalom egyre nagyobb aránya esetében kitolódik a szülői otthon elhagyásának éve, vagy nincs lehetőségük saját vagyont építeni a magas bérleti díjak mellett. A napjainkban elérhető befektetési lehetőségek akár alacsony tőkével történő, könnyű hozzáférhetősége egy fajta lehetőséget biztosíthat a társadalom számára, hogy megfelelő pénzügyi döntések mellett növelhessék megtakarításaikat. Más oldalról a befektetési platformok ily könnyű hozzáférhetősége és a befektetések frekventált nyomon követhetősége új fajta, korábban nem látott veszélyeket is magában hordoz. A kutatás célja, hogy széleskörű szakirodalmi áttekintés és egyetemista fiatalok körében végzett kvantitatív primer felmérés segítségével feltárja korunk befektetési világának veszélyeit, pszichológiai hatásait és a fiatalok körében leginkább elérhető és elfogadott befektetési lehetőségek potenciális előnyeit. A dolgozat végső következtetései az empirikus szakirodalmi áttekintés és a 931 fő által kitöltött kérdőíves kutatás alapján kerültek levonásra. Az elmúlt 5 évre tekintett megtérülési elemzés alapján kerülnek megállapításra a feltárt befektetési lehetőségek múltra tekintett elérhető eredményei. A kutatás átfogó célja, hogy a feltárt eredmények alapján, a megkérdezett magyar fiatalok befektetési hajlandóságának ismeretében átfogó képet adjon a rendelkezésre álló befektetési lehetőségekről és az elsajátítandó, befektetésekhez elengedhetetlen gondolkodásmódról.

MINTA

Pénzügy - Vállalati pénzügy

Elnök:	Dr. habil. Kocziszky György	ME GTK
Társelnök:	Dr. Jáki Erika	BGE PSZK
Tag:	Prof. Dr. Takács István	OE KGK
Tag:	Dr. Bíró Bíborka Eszter	EMTE CSK

MINTA

JARJABKA ÉVA ERZSÉBET
jarjabka@freemail.hu
Vezetés és szervezés
MA, 2. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Dániel Zoltán András
egyetemi docens, PE GTK

A KKV-KNAK NYÚJTOTT UNIÓS FORRÁSOK EVOLÚCIÓJA 2004-TŐL NAPJAINKIG

A kutatásom témája a „ A KKV-knak nyújtott Uniós források evolúciója 2004-től napjainkig". A témaválasztáshoz hozzájárult, hogy a hazánkban megtalálható mikro-, kis- és közepes vállalkozások a gazdaság motorjának tekinthetők. Az Európai Unióhoz való csatlakozás számottevően befolyásolta az említett vállalkozások fejlődését, hiszen különböző támogatási lehetőségeket biztosított, illetve biztosít a mai napig a KKV-k számára. Ezért tartom kiemelt fontosságúnak annak elemzését, hogy az adott források milyen feltételek mellett kerülhettek a vállalkozásokhoz és ezek a feltételek az évek során hogyan változtak, alkalmazkodva a gazdasági környezethez. Az elmúlt években számos kutatást folytattak a KKV-k fejlesztési lehetőségeivel kapcsolatosan, azonban a téma aktualitását az adja, hogy horizontálisan nem kerültek összehasonlításra a KKV-kra vonatkozó gazdaságfejlesztési célú operatív programok.

A téma iránti érdeklődésemet az keltette fel, hogy mind a családon belül, mind az ismeretségi körben vannak vállalkozók, akik érintettek a különböző pályázati lehetőségekben. Ezen opciók megfelelő kihasználásához széleskörű jártasság szükséges a pályázatok világában. A 2004-től napjainkig elérhető KKV k gazdaságfejlesztését szolgáló támogatások összehasonlítása egy fajta iránymutatást jelenthet az érintettek számára.

A kutatás fő célja, annak a megválaszolása, hogy kapcsolatban volt-e a különböző periódusokban jelentkező KKV-kat érintő gazdaságfejlesztési célú pályázati kiírásokban meghatározott szempontok változása az idők során változó gazdasági és társadalmi helyzettel?

A kutatás eredményeként választ kaphatunk arra, hogy a támogatási lehetőségek nyomon követték-e a gazdaságpolitika változásait. Emellett cél, hogy megalapozzon egy vizsgálatot, amivel még gyorsabban le lehet követni a változásokat, hogy a forrás allokációs mechanizmus jobban célt érjen.

MTA

RAJKA LÁSZLÓ
laszlo.rajka@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

Témavezető:
Badics Milán Csaba
tanársegéd, BCE

A MŰKÖDÉSI KOCKÁZATI MODELLEK VIZSGÁLATA AZ EXTRÉM ÉRTÉKEK ÉS A FORGATÓKÖNYV-ELEMZÉS TEKINTETÉBEN

A tanulmány a működési kockázatok kérdéskörét vizsgálja, melyben külön hangsúlyt fektet az AMA megközelítés bemutatására. A dolgozat első sorban arra keresi a választ, hogy az AMA modellben alkalmazott becslésre, milyen hatással van az extrém értékek előfordulása, illetve a forgatókönyvek alkalmazása. A vizsgált kérdés mellett összefoglalásra kerülnek a szabályozói környezet aspektusai és az iparban használt gyakorlati számítások és modellek módszertanai. Megállapításra kerül eredményként, hogy az egyes veszteségkategóriákon belül a bekerülő extrém értékek akár 70%-al is megnövelhetik a tőkekövetelményt. A dolgozat külön kitér az bekerülési küszöböt meghaladó túl alacsony értékekre is. Ezen értékek 90%-os kilengést is okozhat az adott kategóriára vonatkozó tőkekövetelményben. A forgatókönyvek hatása is jelentősnek bizonyul a módszertani vizsgálat szerint, amelyben külön szerepe van, hogy az adott szcenárió az eloszlás görbe, melyik részét bővíti a szimuláció során. Az említetteken túl a dolgozat kitér a csoportösszevonások hatására is.

MINTA

FÁBIÁNNÉ JÁTÉKOS JUDIT ILONA
fabianne.judit@vivamail.hu
Pénzügy
MA, 3. félév
Soproni Egyetem
Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Kovács Tamás
egyetemi docens, GYSEV Zrt.
Trenka Gyula
igazságügyi pénzpiaci, könyv-, adó és járulékszakértő, igazságügyi szakértő

A VÁLSÁGOK HATÁSA A CÉGÉRTÉK ALAKULÁSÁRA

"Az ár az, amit kifizetsz.
Az érték az, amit megkapsz."
(Warren Buffett)

A befektetők és a cégérékelést végző szakértők nap, mint nap szembesülnek a cégérték meghatározásának számos problémájával. A vállalatérték meghatározása érdekében a gyakorlatban számos értékelési eljárást alkalmazhatunk és mindig az értékelés célja határozza meg, hogy ezen eszköztárból melyik az az egy, vagy két eljárás, amely az adott értékelési szituációban releváns lehet.

Kockázat és cégérték című, 2017 évben írt cikkében Werner professzor arra hívja fel a figyelmet, hogy „a vállalati értékelés végső soron a bizonytalan pénzáramok - és ezen pénzáramok kockázatainak - értékeléséről szól." A vállalat lehetőségeinek és veszélyeinek, azaz a kockázatainak ismerete nélkül azonban nem lehet ellenőrizni az értékelési standardokban előírt „tervezési elvárásokhoz való hűséget" és nem tudjuk a részvényhozamok történelmi ingadozásának reprezentativitását a vállalat jövőbeni cash flow-i bizonytalanságának feltárása nélkül értékelni.

Dolgozatomban a kockázatok közül a legnehezebben tervezhető területet, a válságok cégértékre gyakorolt hatását vizsgálom, arra keresem a választ, hogy a válságok hogyan befolyásolják a cégérték alakulását.

Míg a 2008-as hitelválságnak indult globális gazdasági válságot az országok többsége megszorításokkal kezelte, és ennek eredménye lett egy mély és hosszan elhúzódó recesszió, a COVID-19 válság egy teljes gazdasági leállással kezdődött, egyik napról a másikra leálltak az ellátási láncok, de az államok erre később gazdaságélénkítéssel reagáltak. A két válság alapjaiban más, de az látható, hogy mindkettő megrengeti a cégvilágot, hatással van a cégek működésére és ezen keresztül az értékére is.

Kutatásom a fellelhető releváns szakirodalom, a szakmai ajánlások feldolgozásán és a rendelkezésre álló adatbázisok elemzésén alapul. A téma aktualitását úgy gondolom, nem kell magyarázni, hiszen egy vállalati életciklus alatt számos olyan szituáció adódhat, amikor szükségessé válik a kockázatok értékelése és a vállalatérték meghatározása.

Összefoglalásként elmondható, hogy a válságok és az alkalmazott válságkezelési technikák eltérőek, a cégértékre gyakorolt hatásuk jelentős, de minden estben más és más, továbbá az is igaz, hogy minden válságnak vannak nyertesei és vesztes ágazatai is.

MINTA

RIEDL LÁSZLÓ
laciriedl98@gmail.com
Gazdálkodási- és menedzsment
BSc, 7. félév
Neumann János Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Deliné Dr. Pálinkó Éva
egyetemi docens, NJE GTK

AZ NBA FRANCHISE-OK ÉRTÉKELÉSE

Dolgozatom témájának az NBA franchise-ok – mint vállalatok – értékelését választottam. Kutatásom során arra kerestem a választ, hogy miért térnek el a Forbes által minden évben kalkulált és publikált, illetve a valós tranzakciós árak, hogy a tradicionális vállalatértékelési modellek képesek-e jól megragadni egy vállalat értékét ezen a területen, illetve, hogy befektetői szemmel jövedelmező-e egy NBA franchise.

A szükséges szakirodalom feltárása után meghatároztam, hogy melyek azok a módszerek, amelyekkel ilyen jellegű vállalatok értékelhetőek. Értékelésem alapját így a DCF, illetve a relatív értékelési modell jelentették. A franchise-ok elérhető pénzügyi adatainak historikus elemzése után előállítottam a szükséges paramétereket, melyek segítségével meghatározhattam a vállalatok piaci értékét az általam választott módszerekkel.

A kapott eredmények azt mutatják, hogy az NBA franchise-ok értékének meghatározásához nem elegendő önmagában egyetlen, tradicionális vállalatértékelési módszer, hiszen megannyi iparág specifikus tényezőt figyelmen kívül hagy, melyek fontos értékvezérlői egy franchise értékének. Az értékesítési árak és a valós értékek között hatalmas differencia van, azok nem igazodnak egyetlen modell eredményéhez sem. Befektetői szemmel jó vétel egy NBA franchise, hiszen értékük folyamatos emelkedést mutat.

Összességében látható, hogy a pénzügyekben megtanult módszerek bizonyos területeken nem képesek igazán jól megragadni egy vállalat értékét. Látszólag, mintha túlértékelt iparág lenne, de pusztán csak a hagyományos modellek képtelenek megragadni olyan értékvezérlőket, melyek igazán hajtják a piaci árakat.

MINTA

VARGA LEVENTE
vargalev26@gmail.com
Pénzügy és számvitel alapszak BA
BA, 5. félév
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Solt Eszter Éva
egyetemi adjunktus, BME GTK

EGY BERUHÁZÁS ÉRTÉKELÉSÉNEK KOMPLEX ELŐKÉSZÍTÉSE AZ ÁLLATTENYÉSZTÉSI ÁGAZATBAN II. - MODELLKÉSZÍTÉS, PÉNZÁRAMOK, KALKULATÍV KAMATLÁB

A szerző dolgozatában a kalkulatív kamatláb meghatározásának elméleti és gyakorlati aspektusait vizsgálja annak érdekében, hogy egy konkrét tehenészet rövid- középtávon esedékes-, stratégiai jelentőségű beruházásának értékeléséhez egy megalapozott módon meghatározott diszkontráta kerülhessen alkalmazásra. Bár jelen dolgozat önállóan is megállja helyét, az szervesen illeszkedik az említett beruházás-megvalósíthatósági kutatás ívébe, melyet a szerző 2021-ben kezdett.

A kutatás kezdete óta a szerző két írása is napvilágot látott a téma (tejtermelés) kapcsán – az egyik egy szorosan kapcsolódó előkészítő előzménydolgozat, a másik pedig egy fenntarthatósági kérdésekkel foglalkozó írás. Itt kell leszögezni, hogy bár említett dolgozatok többször is hivatkozásra kerülnek jelen munkában, azok tartalma semmilyen formában nem került átvételre – hivatkozásuk egyetlen célja az erőteljesebb kijelentések alátámasztása, kikerülve ezzel a megalapozatlanság vádját.

A kalkulatív kamatláb helyes meghatározásához vezető úton szükségszerűen olyan területeken kell vizsgálódni, mint a pénz időértéke, a kockázat- vagy az infláció kezelése, melyek elengedhetetlen szempontok a tervidőszaki eredmény- és pénzáramkimutatás-, így közvetetten a beruházás pénzáramainak meghatározása kapcsán. Az említett lépések a kutatás következő szakaszában esedékesek, így jelen dolgozat összekötő- és átvezető elemként is funkcionál a múlt elemzése és a jövő prognosztizálása között.

A dolgozat (egyben a teljes kutatás) további gyakorlati haszna, hogy eredményeit hasznosítani tudják más vállalatok is, többek között a közeljövőben esedékes (már szervezés alatt álló) tejágazati interjúk és üzemlátogatások helyszínein.

Fontos kijelenteni, hogy jelen dolgozatban a szerző dedikáltan és célzottan csak a kalkulatív kamatláb meghatározásával foglalkozik, mely a szakirodalom vizsgálata alapján egy különálló tudományterületet képvisel. Emiatt a fókuszált irány miatt fordulhat elő az, hogy jelen írásban szándékosan nem kerülnek kifejtésre (vagy csak az épp szükséges mértékig) például kockázati tényezők és kockázatkezelési módszerek, finanszírozási lehetőségek, sem egyéb-, jelen dolgozat elkészültéhez nem elengedhetetlen agrárspecifikus elemek.

MTA

CSER FANNI
fanni.cser1234@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 5. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Dániel Zoltán András
egyetemi docens, PE GTK
Mészáros Péter
ügyvivő szakértő, PE GTK

FIATAL VÁLLALKOZÁSOK BEFEKTETÉSHEZ JUTÁSA

A dolgozatom témája a startupok befektetéshez jutása. Számos tudományos munka foglalkozik a vállalkozásokkal, illetve azok pénzügyeivel, azonban a startupokról kevesebb elemzés és kutatás létezik. Gyakran még arról is megoszlik a kutatók véleménye, hogy egyáltalán mit hívunk startupnak. A dolgozatom célja, hogy bemutassa, hogy a startupok milyen befektetési lehetőségeket vehetnek igénybe a különböző érettségi szakaszokban, valamint megtudni, hogy a startupok mennyire követik a szakirodalomban leírtakat a gyakorlatban is. A kutatásom során bebizonyítom, hogy a startupok valóban az elmélet által leírt érettségi szakaszokban elérhető befektetőktől kapják-e a szükséges finanszírozási segítséget vagy sem. Kitérek továbbá arra is, hogy mennyire vannak tisztában azzal, hogy milyen jogcímen kapták a befektetéseket, illetve, hogy milyen forrásból, vizsgálom, hogy a vállalkozások mennyire ismerik az befektetéshez jutás alternatíváit, valamint azt, hogy léteznek-e olyan befektető keresési lehetőségek, amelyek a gyakorlatban már működnek, de még a szakirodalomban nem tettek róla említést.

A kutatáshoz kvantitatív és kvalitatív kutatási módszert is alkalmaztam. A tapasztalatokat és a véleményeket kérdőív alkalmazásával gyűjtöttem össze, illetve részt vettem olyan az egyetem által rendezett programokon, amelyek keretében startupperek mondták el a tapasztalataikat és, hogyan alapítottak sikeres startupokat. Ezeket használtam fel a hipotéziseim és a felvázolt állításaim alátámasztására, illetve megcáfolására.

Az eredményekből megállapítható, hogy a startupoknak a sikeressége függ attól is, hogy mely iparágban tevékenykednek, továbbá az, hogy a startupok, akik már éltek a befektetés igénybevételével másképp gondolkoznak egyes témákat illetően. Látványos eltérés az a digitális fejlődés vonzataként az internet és a közösségi weboldalak nyújtotta befektetés keresési lehetőség hasznosnak ítélésében volt, megállapításokat tehettem arra vonatkozólag is, hogy a vállalkozások ismerik a crowdfunding oldalakat, tisztában vannak azzal, hogy ezek a weboldalak a közösségi finanszírozás eszközeként szolgálnak.

MINTA

SZABÓ ISTVÁN
istvan.szabo@evk.hu
Pénzügy és számvitel
BA, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

Témavezető:
Baranyai Eszter
mesteroktató, NJE GTK

KKV-KÉNT A TŐZSDÉN - A BÉT XTEND NYÚJTOTTA LEHETŐSÉGEK ÉRTÉKELÉSE

A dolgozat középpontjában a magyar gazdaság teljesítményét alapjaiban meghatározó kis-és középvállalatok finanszírozási lehetőségei állnak. A tanulmány fő fókusza a Budapesti Értéktőzsde 2017-ben elindított BÉT Xtend nevű multilaterális kereskedési platformja (MTF). A kutatás azt vizsgálja, hogy megéri-e egy magyar KKV-nak belépni a BÉT Xtend-re és részvénykibocsátással tőkeemelést végrehajtani. A tanulmány hiánypótló, hiszen a kvalitatív kutatás interjúalanyainak – a releváns piaci szereplőknek – legjobb tudomása szerint sem született korábban hasonló akadémiai vagy piaci jellegű szakmai anyag, amely a magyar MTF piac sajátosságait ilyen mélységben vizsgálja. A tanulmány konklúziója, hogy a kormányzati ösztönzőkkel támogatott egyes finanszírozási alternatívák egymás komplementerei lehetnek az adott vállalat finanszírozási ciklusainak függvényében. A tőzsdére lépéstől való visszatartó erő a legtöbb esetben az olcsóbb finanszírozási lehetőségek rendelkezésre állása, alapvető bizalmatlanság a tőzsde intézményével szemben, valamint a magyar vállalkozói kultúra elutasító magatartása a transzparens működéssel szemben. A BÉT KKV-kat célzó ökoszisztémáját alapvetően sikeresnek értékelték az interjúalanyok és a kibocsátók egybehangzóan elégedetten nyilatkoznak a BÉT Xtend nyújtotta finanszírozási lehetőségről. Módszertanában a tanulmány primer és szekunder kutatásra egyaránt támaszkodik. Kvalitatív mélyinterjúkkal és grounded theory módszerrel összegzi a kibocsátók, a BÉT intézménye és a kijelölt tanácsadók meglátásait. Különösen növeli a tanulmány értékét, hogy sikerült az összes kibocsátót megszólaltatni. A különböző szabályozói keretrendszereket, hazai makrogazdasági trendeket, valamint nemzetközi kontextust kvalitatív tartalomelemzéssel, szekunder kutatás eszközével mutatja be a tanulmány. Az eredmények a BÉT Xtend ökoszisztéma jelenlegi és jövőbeli szereplői – például a KKV-k versenyképességét növelni szándékozó kormányzati szereplők, valamint az Xtend-re belépni kívánó KKV-k – számára különösen hasznosak lehetnek és számos további kutatási irányt nyitnak meg.

MUNKA

KOPPÁNY MÁTÉ
koppany.mate18@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 7. félév
Neumann János Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Deliné Dr. Pálinkó Éva
egyetemi docens, NJE GTK

VÁLLALATÉRTÉKELÉS EGY NEMZETKÖZI M&A ÜGYLETBEN

A dolgozat fő témája a nemzetközi piacon történő M&A tranzakciók elemzése vállalatértékelési szempontból egy konkrét példán keresztül szemléltetve amely az amerikai piacon köttetett a Telekom csoport amerikai leányvállalata (Tmobile US) illetve az amerikai eredetű Sprint Corporation között. Ebből adodóan a dolgozat során a hipotézis amire választ keresünk az hogy megért-e 26,5 milliárd eurót a célvállalat felvásárlása, illetve ki a tranzakció nyertese? A hipotézis megválaszolásához a vállalatértékelés eszközeit hívtam segítségül, a fő döntés meghozásának mérlegelése során az eredményeket a diszkontált cash flow modell segítségével számítottam ki, ezen belül is az FCF/ WACC módszert alkalmaztam. A kérdésünkre a befektetési érték meghatározása ad választ amely paramétereinek megkapására A. Damodaran M&A értékelési stratégiáját alkalmaztam, ennek során külön értékeltem a felvásárló vállalatot (going concern), a célvállalatot (going concern), illetve a két vállalat egyesülését feltételező hipotetikus vállalatot az esetleges egyesülésből adódó szinergiák, és kontroll szerzés beépítésével. Ezek mellett alternatív értékelési módszerekkel is alátámasztásra kerülnek a kapott eredmények (Relatív értékelés, eseményvizsgálat). Az értékelés során a beszámolók adataival dolgoztam, ezekből vontam le következtetéseket. A dolgozatban az értékelési tervezet után (2. fejezet) külön elemzésre kerül a historikus pénzügyi mutatók alapján mind a Sprint (3. fejezet), mind a Deutsche Telekom AG (A Telekom csoport konszolidációs szinten került értékeléstre)) majd ebből került kibontásra a leányvállalat (Telekom US) értéke (4. fejezet). Ezután ezen elemzésből kerül levezetésre a pénzáramok előrejelzése. Majd bemutatásra kerül a súlyozott átlagos tőkeköltség meghatározásának elméleti háttere, illetve a számítások szemléltetése mindhárom esetre (Felvásárlói, Célvállalati, Összeolvadt vállalati) (5. fejezet). Ezekután az értékelést lezáró rész a maradványérték becslése következik minden esetre szemléltetve (6. fejezet). A szükséges paraméterek meghatározása után a 7. fejezetben a számítások összegzését tárgyaljuk, majd a 8.fejezetben a levont konklúziónkat alternatív modellekkel támasztjuk alá. A dolgozat eredményeképpen azt a következtetést vonhatjuk le a hipotézisünkre, hogy a tranzakció megérte a 26,5 milliárd eurót a Telekom csoport számára, illetve mindkét vállalat nyertese a tranzakciónak.

MINTA

BANAI SZILÁRD BÁLINT
szilardbanaijr@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. Hegedűs Szilárd
főiskolai docens, BGE PSZK

VÁLLALATOK HAGYOMÁNYOS ÉS ALTERNATÍV FINANSZÍROZÁSI MÓDSZEREI A KKV-K SZINTJÉN, MAGYARORSZÁGON

Összegzésképpen elmondhatom, hogy a dolgozatom többféle megközelítésben járta körül a hazai kis- és középvállalatok működését finanszírozási megközelítésből. Az elmúlt egy évtizedben a fintech cégek és alternatív tőkebevonási módszerekmegjelenésével rengeteg új lehetőség tárult a KKV szektor elé. Ezen indíttatás okán is gondoltam releváns témának feltárni a magyarországi kis- és középvállalatok jelenlegi helyzetét. Ennek érdekében először is egy alapos és szerteágazó szakirodalmi áttekintéssel kezdtem kutatásom. Mind hazai és külföldi, a témában megjelent folyóiratok, tudományos szakkönyvek, disszertációk és – a szekunder kutatásom részeként- statisztikai adatbázisok feldolgozásával.

A szakirodalmi áttekintés rávilágított arra, hogy a 2010-es évek elejétől elérhető Jeremie program majd a Hiventures Kockázati Tőkealap-kezelő Zrt. nagyban hozzájárult a magyarországi kis- és középvállalati szektor támogatottsághoz, melynek hatására megkezdődött a felzárkózás az európai szintű vállalati finanszírozási kultúrához, illetve kiemelkedő befektetői célpont lett a kelet-közép-európai régión belül. Ezen feltárt tények alapján, primer kutatásomban többek között felmértem a hazai vállalatok tájékozottságát az alternatív finanszírozási lehetőségekről, és kiderült, hogy a kis- és középvállalatok túlnyomó többsége rendkívül csekély ismeretekkel rendelkezik az innovatív pénzügyi módszerekről. Kvantitatív kutatásomat elsősorban egy kis- és középvállalat vezetőire kiterjedő kérdőíves formában végeztem, mely során sikerült egy reprezentatív mintát produkálnom a vállalatok mérete és régió szerinti megoszlására. Az eredményeket tekintve megállapítottam, hogy egyértelműen a pénzintézeti hitelek a legnépszerűbbek, azonban a lízing opciója is meglepően előkelő helyen végzett a válaszadók köreiben. Valamint a vállalatok árbevétele, mérete nagyban befolyásolja az alkalmazott finanszírozási módszereket, azonban ezt dolgozatomban bővebben kifejtem. További érdekes észrevétel volt az is, hogy a kérdőívemet kitöltő cégek rosszabbnak ítélték gazdasági helyzetüket a jelenlegi időszakban, mint a Covid-19 pandémia alatt. Meglepő volt a szintén lesújtó vélekedésük a hazai KKV szektor támogatottságáról. Összességében kijelenthető, hogy a magyarországi kis- és középvállalatok helyzete sokat javult az elmúlt évtizedben, azonban az alacsony tájékozottsági és támogatottsági szintek miatt közel sem tudják megfelelően kihasználni az alternatív finanszírozási források által nyújtott lehetőségeket.

MINTA

Pénzügy - Zöld pénzügyek

Elnök:	Dr. Varga János	OE KGK
Társelnök:	Dr. habil. Csapi Vivien	PTE KTK
Tag:	Dr. Hegedűs Szilárd	BGE PSZK
Tag:	Dr. Nagy Bálint Zsolt	BBTE KGTK

MINTA

OSSIK MÓNIKA
monika.ossik@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 6. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Bosnyák-Simon Nikolett
tudományos segédmunkatárs, PE GTK

A FENNTARTHATÓSÁG SZÁMVITELI ASPEKTUSAI

MINTA

A 21. században kiemelten fontos ügynek számít a környezettudatosság, ezzel egyidejűleg a fenntartható fejlődés elveinek gyakorlatba történő átültetése. A fenntarthatóság egyik legelismertebb megfogalmazása a Brundtland Bizottság által kiadott „Közös jövőnk" című jelentésben található meg, mely szerint „A fenntartható fejlődés olyan fejlődés, amely kielégíti a jelen generációk szükségletét anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő generációk hasonló igényeinek kielégítését." (Brundtland, 1987, in Persányi, 1988, p. 238.). Ennek következtében nem meglepő, hogy a társadalom szempontjából egyre inkább felmerült az igény, hogy a vállalatok tájékoztatást adjanak tevékenységük környezetre gyakorolt hatásairól. Így a gazdálkodó szervezetek – különféle belső és külső érdekek miatt – pénzügyi beszámolójuk mellett elkezdtek olyan riportokat készíteni, amelyekkel a külső és belső érintettek környezeti hatásokra vonatkozó információigényeinek eleget tehetnek. A vállalatok számára viszont felmerülhetett egy olyan kérdés is, hogy vajon megéri-e fenntarthatóan működni, megéri-e olyan beruházásokat, szemléletváltásokat véghez vinni, amelyek által károsanyag-kibocsátásukat csökkenthetik. E gondolat mentén született meg dolgozatom, melynek célja a CO_2 kibocsátás, tölgyfa-egyenérték mutató, árbevétel és adózott eredmény közötti összefüggések feltárása. A kutatás során a HVG által 2021-ben kiadott hazai legnagyobb árbevételű toplistában szereplő termelő cégek 2020-as üzleti évre vonatkozó beszámolóit, fenntarthatósági jelentéseit, illetve éves energetikai szakreferensi riportjait vizsgáltam meg. A TOP500-as listán szereplő 254 termelőtevékenységet folytató vállalat közül összesen 62 olyan szervezetet találtam, amelynek elérhető volt az éves energetikai szakreferensi riportja is. Így a kutatási minta elemszáma 62 lett. Mivel a változók mindegyike metrikus, azaz magas mérési szintű változó, a közöttük lévő kapcsolat meglétét, erősségét, valamint irányát korreláció elemzéssel vizsgáltam. A kapott eredmények az árbevétel és a CO2 kibocsátás, tölgyfa-egyenérték mutató között közepes pozitív kapcsolatot mutattak, mivel a Pearson-féle korrelációs együttható értéke 0,537 lett. Míg az adózott eredmény és a CO_2 kibocsátás, tölgyfa-egyenérték mutató között közepes negatív lineáris kapcsolatot tártam fel a vizsgált mintában (r=-0,236).

TIMÁR BARNABÁS
tbarna119@gmail.com
Pénzügy
MSc, 2. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezetők:
Badics Milán Csaba
egyetemi tanársegéd, BCE PSZGJI
Neszveda Gábor
egyetemi docens, NJE GTK

A KLÍMAVÉDELMI ESEMÉNYEK HATÁSA A KÖZTUDATRA ÉS A TŐKEPIACRA

Tanulmányomban arra a kérdésre keresem a választ, hogy a klímavédelmi események milyen hatással vannak a köztudatra és a tőkepiacra. A kérdés megválaszolása érdekében húsz kiválasztott, a klímaváltozáshoz köthető esemény hatását vizsgálom, melyek fontosabb konferenciák, beszédek és megállapodások. Az események hatását két lépcsőben vizsgálom. Először tíz klímaváltozáshoz kapcsolódó fogalom Google trends indexének alakulását tekintem, hogy tapasztalható-e szignifikánsan átlag feletti keresési érték az esemény körüli napokban. Majd öt zöld és öt szennyező iparági kitettséggel rendelkező ETF abnormális hozamának szignifikanciáját vizsgálom az esemény körüli időszakban. A vizsgálatok során az esemény elemzés sztenderd nemzetközi módszertanát alkalmazom. A Google trends adatokon a vizsgált fogalmak jelentős részénél az események hatására kimutatható szignifikáns átlag feletti keresési érték. Azonban a további eredmények alapján a klímavédelmi események összességében nem feltétlenül bírnak tendenciaszerű hatással a tőkepiacra. Minden esemény esetében egyedi hatások láthatók, még a hasonló események is különböző irányú reakciókat válthatnak ki. A legjelentősebb események az IPCC riport, a COP 24 konferencia, az USA hivatalos kilépése a Párizsi egyezményből és a Glasgowi klíma sztrájk volt. Egységes iparági trendek nehezen határozhatók meg, a kedvező ESG tulajdonságokkal bíró részvénykitettséggel (RESP), valamint meglepő módon, dohány, alkohol, szerencsejáték (VICE) és repülőgép (JETS) ipari kitettséggel rendelkező ETF-ek esetében várhatunk átlagosan pozitív hatást. Azonban ezen hatások robusztussága is megkérdőjelezhető. A többi iparágban a hatás átlagosan nem tekinthető szignifikánsnak. Így a klímavédelmi események hatása nagyon limitált a tőkepiacokra.

MEFA

DEÁK VIKTÓRIA
d.viktoriaaa@gmail.com
Regionális és környezeti gazdaságtan
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Nemzetközi, Politikai és Regionális Tanulmányok Intézete

Témavezető:
Széchy Anna
egyetemi docens, BCE TK

A ZÖLD LAKÁSHITELEZÉS: KIHÍVÁSOK ÉS LEHETŐSÉGEK

Az éghajlatváltozás és annak negatív hatásai napjainkban egyre fokozottabb figyelmet kap nemcsak társadalmi, hanem politikai és gazdasági szinten is. Számos szakirodalom megerősítette, hogy a pénzpiaci szereplők finanszírozási tevékenységük nélkül, aligha képzelhetők el a környezeti és klímacélok elérése. A pénzügyi szektort fenyegető klímakockázatok és a fokozódó társadalmi nyomás még inkább érdekelté teszik a pénzügyi ágazatot, olyan finanszírozási megoldások kialakítására, melyek segítik a éghajlatvédelmi befektetések megteremtését. Tanulmányomban a zöld lakáscélú hiteleket vizsgáltam, melynek célja többek között a lakóingatlanok energetikai korszerűsítése. Európai Uniós és hazai szinten ugyanis a lakásállomány energetikailag korszerűtlennek tekinthető. A lakóingatlanok energiahatékonyságának javításával, valamint a megújuló energiafelhasználás növelésével azonban jelentős kibocsátást lehetne megelőzni. Az utóbbi évek egyértelmű növekedést mutatnak a zöld célú kölcsönök tekintetében, azonban mértékük még továbbra is eltörpül a globális hitelállományhoz képest, különösen Magyarországon, ahol egyelőre még nincsenek jelen ilyen pénzügyi termékek. A kutatás folyamán, ezért arra kerestem a választ, hogy milyen feltételek kellenek ahhoz, hogy a hazai bankok környezeti célokat elősegítő, lakóingatlanokra fordítható hiteleket kínáljanak. Kutatómunkám során kvalitatív kutatási módszert alkalmazva, a hazai hitelintézetek körében félig strukturált interjút használtam, annak felmérésére, hogy milyen motivációs és akadályozó tényezők húzódnak a zöld lakáshitel bevezetése mögött. Munkámat mélyebb megvilágításba helyezve fókuszcsoportos interjú segítségével vizsgáltam meg, hogy a hazai lakosság miképp vélekedik a lakóingatlanokhoz köthető energiahatékonysági és megújuló energia beruházásokról és azok zöld hitel általi finanszírozásáról. A vizsgálat során az derült ki, hogy Magyarország speciális helyzetben van abban a tekintetben, hogy az állam egy másik fontos célt próbál elérni, melynek eszközei konkurenciát jelentenek a zöld lakáshitelek számára. A 2020 óta tartó koronavírus-járvány okozta gazdasági helyzet kezelése is tovább nehezíti a hazai kereskedelmi bankok mozgásterét. A hitelintézetek szerint, rövid távon a zöld lakáshitel jelenleg nem térül meg, azonban egyértelműen látják benne az üzleti lehetőséget, így egyelőre várnak a piac tisztulására, hogy hatósági ösztönzők segítségével a megfelelő pillanatban elkezdhessék a szükséges termékfejlesztési lépéseket.

MINTA

XIA DEHUA
dehua.xia@stud.uni-corvinus.hu
Pénzügy
MSc, 2. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Havran Dániel
egyetemi docens, BCE PSZGJI

SZÁMÍT-E AZ ESG KÖZZÉTÉTELE A KÍNAI TŐZSDÉN?

A Environmental, Social and Governance (ESG) egy népszerű befektetési stratégia, amely az elmúlt években jelent meg a pénzügyi piacon, és befektetési útmutatóvá vált az intézményi befektetők számára. Ez egyben a fenntartható növekedés fogalmának fizikai megnyilvánulása a pénzügyi piacon és a kisvállalkozásokban. A „szén-dioxid-semlegesség" célkitűzésének folyamatos előrehaladásával Kína gazdasága a magas színvonalú növekedés új szakaszába lépett, és a hazai ESG-befektetési láz egyre melegszik. Az ESG aktív elfogadása nemcsak a tőzsdén jegyzett cégek irányítását erősítené meg, hanem hatékonyan hozzájárulna az ország zöld és alacsony szén-dioxid-kibocsátású gazdasági átalakulásához is. A kínai ESG-gyakorlat azonban még gyerekcipőben jár, számos akadállyal és kihívással jár. Ezért ennek a tanulmánynak az a célja, hogy megvizsgálja az ESG népszerűségét Kínában, az ESG-jelentés előnyeit az érdekelt felek számára, és feltárja, hogy az ESG-jelentés miért fontos a befektetők számára. Ezen túlmenően az 1000 kínai tőzsdén jegyzett A-Share vállalatból álló mintán végzett eseménytanulmányi módszertan révén a halmozott átlagos abnormális hozam megállapítása megerősíti, hogy az ESG közzététele jelentősen pozitív hatással van a tőzsdei teljesítményre, és az átlagos abnormális hozam teljesítményére a részvényárfolyamra. túlreagált az ESG nyilvánosságra hozatala után. Így a nem pénzügyi információk átláthatóságának javítása megbízhatóbb információkhoz juttatja a befektetőket és más érdekelt feleket az ESG teljesítményének és a cég értékének összekapcsolásához.

MINTA

CSILLAG BALÁZS JÓZSEF
balazs.csillag@stud.uni-corvinus.hu
Közgazdasági elemző
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

GRANÁT MARCELL
granat.marcell@uni-neumann.hu
Közgazdasági elemző
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezetők:
Dr. Vékás Péter
docens, BCE KIK
Dr. Neszveda Gábor
egyetemi docens, NJE GTK

A KÖRNYEZETI KÉRDÉSEKRE IRÁNYULÓ MÉDIAFIGYELEM ÉS AZ ESG-BEFEKTETÉSEK

Tanulmányunkban azt elemezzük, hogy az ESG-pontszámok miképp befolyásolják a jövőbeli hozamokat, amikor a környezetvédelmi kérdések nagyobb médiavissz- hangot kapnak. Ha a befektetők gyakrabban szembesülnek a globális felmelegedés kérdésével a sajtóban, akkor döntéseik során figyelembe vehetik a környezetvédelmi szempontokat. A környezeti témák médiában való előfordulását gépi tanuláson alapuló strukturális témamodellezés (STM) módszerével értékeljük, egy, az Egyesült Államokban megjelent hírarchívumot használva. Fama–MacBeth-regressziókat futtatva azt a megállapítást tesszük, hogy azokban az időszakokban, amikor a média aktívan tudósít a környezetvédelmi kérdésekről, az ESG-pontszámok jelentős negatív hatással vannak a jövőbeli hozamokra, míg azokban a hónapokban, amikor keve- sebb ilyen témájú cikk lát napvilágot, a befektetők nem veszik figyelembe a fenn- tarthatósági intézkedéseket, és az ESG-pontszámok nem bírnak magyarázó erővel.

MINTA

RÁCZI RÉKA RENÁTA
3rrebeka@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 7. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Fazekas Balázs
adjunktus, DE GTK

MEGÉRI ZÖLDNEK LENNI? – A MAGYARORSZÁGI ZÖLD KÖTVÉNYEK ELEMZÉSE

Napjaink egyik legaktuálisabb kérdésköre a fenntarthatóság, a környezetvédelem és a klímacélok megfogalmazása és elérése közös jövőnk javítása érdekében. Az elmúlt évek során megfigyelhető volt, hogy részben a klímaváltozás miatt, részben pedig az emberi gondolkodásmód fejlődése miatt egyre nagyobb figyelmet kapott a környezettudatosság és a fenntarthatóság. Ebből kifolyólag megnövekedtek a környezettudatos és fenntarthatósági szempontokat követő befektetések is. Ezeknek a fenntartható befektetéseknek az egyik legfontosabb szereplőjét, a zöld kötvényeket mutatom be.

Dolgozatomban ismertetem a zöld kötvények jellemzőit, kialakulásuk és fejlődésük kulcsszereplőit, valamint az előnyeiket és a hátrányaikat. Ezt követően a hagyományos kötvényekkel történő összehasonlító elemzés segítségével a zöld kötvényekbe való befektetés lehetőségét elemzem. Fő kutatási kérdéseimmel arra összpontosítok, hogy megállapítsam, megéri-e zöld kötvénybe fektetni, illetve azt választani alternatív megoldásként a hagyományos kötvények helyett. Vizsgálatom arra irányul, hogy a hagyományos és a zöld kötvények kibocsátása során van-e szignifikáns különbség a túljegyzésük, átlaghozamuk, illetve a feláraik tekintetében. Ezeken túl megvizsgálom, hogy a mintámban szereplő adatok alapján a hazai zöld kötvénypiacon megfigyelhető-e a greenium.

Dolgozatom alátámasztja, hogy a Növekedési Kötvényprogram keretében kibocsátott zöld kötvények jól teljesítettek, viszont a hagyományos kötvényekhez viszonyítva nincs szignifikáns különbség. A hazai kötvénypiacon jelenleg a zöld kötvények azonos teljesítményt nyújtanak, mint a hagyományos kötvények, azaz a greenium jelenség még nem figyelhető meg.

A hazai zöld kötvénypiac fejlesztésében szükség van piaci ösztönzőkre. A piac hatékonyságát növelné a kibocsátásokkal kapcsolatos információs problémák kiküszöbölése, a rendszer átláthatóbbá és megbízhatóbbá tétele olyan szabványokkal, mint amilyen a Climate Bonds Standard vagy a Green Bond Principles is. Valamint a greenium megjelenése és az ESG befektetők számának növekedése is közelebb vinné a hazai zöld kötvénypiacot a nemzetközi piac tendenciáihoz.

MUNKA

TILL GÁBOR
gabort.255@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

Témavezető:
Neszveda Gábor
szenior kutató, Magyar Nemzeti Bank

MENNYIRE VÁLSÁGÁLLÓAK A FENNTARTHATÓSÁGOT ÉS FELELŐS VÁLLALATVEZETÉSI SZEMPONTOKAT FIGYELEMBE VEVŐ BEFEKTETÉSEK? (AMERIKAI EMPIRIKUS VIZSGÁLAT)

Az utóbbi években a zöld pénzügyek népszerűsítésére a jegybankok is nagy hangsúlyt helyeztek, az egyik ehhez kapcsolódó kulcskérdés a vállalatok környezeti (E), társadalmi (S) és vállalatirányítási (G) aspektusokból történő értékelése. A nemzetközi irodalom vitatja, hogy egymagában az ESG szempontok figyelembevétele befektetési szempontból többlethozamot generál, azonban hipotézisem szerint a mutató hozzáadott értéke a profitabilitáson túl keresendő. Tőzsdei stabilitás és makroprudencia szempontjából relevánsabb kérdés a fenntartható stratégia és válságállóság közt mérhető összefüggés. A tanulmány fókuszában az amerikai tőzsdén (NYSE) jegyzett vállalatok ESG besorolása és válságba kerülésének, valamint volatilitásának statisztikai vizsgálata áll. A szerző a Thomson Reuters paneladatain gördülő lineáris és logisztikus regressziókkal teszteli az ESG pontszámítás várható hozambeszakadásra gyakorolt preventív hatását, továbbá az extrém ESG besorolású részvények jövedelmezőségének vizsgálatához egyváltozós sorbarendezést implementál. Az empirikus elemzés alapján a magasabb vállalati ESG pontok szignifikánsan redukálják a hozamok beszakadásának kockázatát, ezáltal a zöld szempontok nagyban hozzájárulnak a vállalatok stabil működéséhez. Az egyváltozós sorbarendezés alapján a magasabb ESG besorolású vállalatok időtávtól függetlenül nem képesek szignifikáns pozitív alfát generálni. Az eredmények robusztusak maradnak kontrollálva a Fama-French (1992) és Carhart (1997) féle faktorokra, valamint az időszak strukturális töréseit figyelembe véve is.

MTA

VÁRKONYI DÓRA MÁRIA
dora.maria.varkonyi@student.uni-miskolc.hu
Pénzügy és számvitel
BSc, 1. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Várkonyiné Dr. Juhász Mária
egyetemi docens, ME GTK
Dr. Füredi-Fülöp Judit
egyetemi docens, ME GTK

MÉRHETŐ FENNTARTHATÓSÁG?! IGÉNYEK, INDOKOK, MÓDSZEREK ÉS KORLÁTOK HATÁSA A VÁLLALATI GYAKORLATRA

Egyre égetőbb téma a környezetvédelem. Teljes fajok tűnnek el a Föld felszínéről, egyre szélsőségesebb változásokat dokumentálnak a hőmérsékletváltozások, illetve a csapadék hiány terén is. A változásokért a társadalom és az ipar, a gazdaság egyaránt felelős. Különböző civil szervezetek igyekeznek felhívni az egyének figyelmét a problémákra, de közben a vállalatok sem maradhatnak tétlenek. Az aktív lépések érdekében az utóbbi évben egyre több szabályozás és törvény keletkezett a környezet károsító hatás csökkentésére. Ezen törvények a vállalatok pénzügyeire is hatással vannak, így bár a környezeti tényezők nehezen számszerűsíthetőek, egyre több módszert dolgoznak ki azok megfoghatóságának növelésére.

A törvények egyes vállalatok környezetvédelmi, fenntarthatósági törekvései, céljai közzétételére is kötelezi, melyeket az ESG (Environmental Social Governance) jelentésekben közölnek. Ezen jelentések a vállalatoknak a nem pénzügyi jellegű adatait tartalmazza, melyek szabványosítása még nem történt meg, így több kategóriája, szintje van a jelentéseknek, melyek elkészítési alapjául is több módszer közül választhatnak a vállalatok, így nemzetközi szinten óriási a diverzitása ezen jelentéseknek. Dolgozatomban az ESG jelentéseket vizsgálom primer kutatásban, illetve a nem pénzügyi adatok hagyományos számviteli rendszerben történő megjelenését, ezeknek számszerűsítését, a zöld számvitel fejlődését foglalom össze.

Dolgozatom első fejezetében kronologikus sorrendben bemutattam a környezeti számvitel mérföldköveit, majd a szakterület fogalmi fejlődését tekintettem át. Ezt követően a környezeti számvitel értékmeghatározási problémáit, megoldási javaslatait vizsgáltam meg, hiszen a gazdálkodó szervezetnek döntéshozatalkor figyelembe kell vennie a környezetvédelemhez kapcsolható költségeket és hasznokat. A negyedik fejezetben a környezeti pénzügyi számvitel elméletét ismertettem. Az ötödik fejezetben a környezeti pénzügyi számvitel gyakorlatát vizsgáltam, majd a következő fejezet tartalmazza a primer kutatásomat, mely során két vállalat ESG jelentését hasonlítottam össze, az ALTEO Nyrt.-t és a PannErgy Nyrt.-t.

MINTA

TÓTH MÁTÉ
mtth206@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 7. félév
Pannon Egyetem
Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:
Balázsné Dr. Lendvai Marietta
főiskolai docens, BGE PSZK

ZÖLDÜLŐ POTFÓLIÓK: FELELŐS BEFEKTETŐK NYOMÁBAN

A pénzügyi szolgáltató szektor, ezen belül is a bankrendszer stratégiai kihívásai közé tartozik a fenntartható és felelős szemlélet jegyében működtetett üzleti modell, amelynél fontosak a profiton túli társadalmi és környezeti kihatások is. A zöld finanszírozás gondolatisága a pénzügyi szolgáltatásokat egyre jobban áthatja, s a nemzetközi trendek is abba az irányba mutatnak, hogy mind a tőkepiac, mind a banki és biztosítói termékportfóliók „kizöldülnek". Az elmúlt években a magyar lakossági ügyfelek számára a bankok felelős befektetési hozamok realizálásának lehetőségét kínálták olyan befektetésekkel, melyek a pénzügyi kritériumokon túl erős környezeti, társadalmi és igazgatási elkötelezettséggel rendelkeznek (ESG).

Pályamunkámban részletesen bemutatom az ESG befektetéseket, és kitekintést teszek a hazai és nemzetközi felelős befektetési trendekre. Kutatásom legfontosabb célja, hogy megvizsgáljam a magyar lakossági bankok – különös tekintettel gyakorlati munkahelyem, az OTP Bank - vonatkozásában, hogy az ESG befektetések mennyire elterjedtek, mekkora népszerűséggel bírnak, valamint igénybevételük során milyen tapasztalatokat észleltek az ügyfelek. Ezenkívül felmérem, hogy az ügyfelek milyen szempontokat, tényezőket mérlegelnek portfóliójuk „zöldítése" során, illetve azt is, hogy generációs bontásban mely korcsoport befektetési hajlandósága a legmagasabb a felelősség jegyében.

Mindezek felderítéséhez kvantitatív módszerrel online kérdőíves megkérdezéssel vizsgálódok zala megyei bankok ügyfelei körében. A kapott eredményeket pedig összevetem egy korábbi, mélyinterjús kutatással, amelyben zala megyei lakossági bankok befektetési, pénzügyi tanácsadói mondták el véleményüket, tapasztalataikat ugyanezen téma kapcsán.

Dolgozatom eredményeképpen azt várom, hogy sikerül azonosítani a bankok által kínált felelős befektetésekkel kapcsolatban az ügyfelek ismereteit, tapasztalatait, továbbá azt, hogy a zöld pénzügyi trendek mennyire felelnek meg az ügyfelek elvárásainak. Feltárom továbbá, hogy miképpen viszonyulnak az ügyfelek ezen innovatív befektetéshez. A kutatás jól hasznosíthatóvá válhat mind a gyakorlati szakemberek mind a vezetők számára, s segítséget nyújthatna a lakossági bankok felelős befektetői körének növeléséhez.

MINTA

Regionális gazdaságtan I.

Elnök:	Dr. habil. Reisinger Adrienn	SZE KGK
Társelnök:	Dr. habil. Ritter Krisztián	MATE GTK
Tag:	Dr. habil. Horváth Péter	DE GTK
Tag:	Dr. Szabó Mariann	BME GTK
Külső bíráló:	Prof. Dr. Papp Klára	DE

MINTA

BERCZI ESZTER
berczi.e1@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 4. félév
Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Vas Zsófia Boglárka
intézetvezető, egyetemi docens, SZTE GTK

A BÉKÉS MEGYEI AGRÁRVÁLLALKOZÁSOK DIGITALIZÁCIÓ IRÁNTI MOTIVÁCIÓI ÉS AZ AZT AKADÁLYOZÓ TÉNYEZŐK

Napjaink egyik legmeghatározóbb megatrendje a digitalizáció, mely az élenjáró és az új technológiákat nehezebben adaptálni képes iparágban is megjelenik, megváltoztatva a korábbi eljárásokat. A vizsgálat tárgyát képező agrárium is ez utóbbihoz sorolható.

A digitalizáció lehetőséget ad a mai mezőgazdaság növekvő kihívásainak kezelésére, úgymint a szélsőséges időjárási viszonyok, a növekvő népesség élelmezése, és a geopolitikai konfliktusok által okozott problémák. Általa biztosítani lehet a termelékenység fokozását és a fenntartható termelést. Továbbá a vállalkozások működését hatékonyabbá és átláthatóbbá teszi. Ezért azok, akik elmulasztják a digitális technológiák bevezetését versenyhátrányba kerülhetnek. Békés megyében jelentős szerep jut az agráriumnak, mely előtt számos lehetőség és kihívás áll a digitalizáció által. Mindezek vizsgálatára a kutatás fókuszába a Békés Megyei Mezőgazdasági Szövetség került, mely több évtizede fogja össze és érdekeit képviseli a megyében mezőgazdasági tevékenységet folytatóknak. A kutatás arra a kérdésre keresi a választ, hogy milyen motivációs és akadályozó tényezők azonosíthatók a digitalizáció bevezetésében a Békés Megyei Mezőgazdasági Szövetség agrárvállalkozásai körében.

A szakirodalom számtalan, a digitális transzformáció folyamatát befolyásoló tényezőt említ, de mind közül a magasabb jövedelmezőséget tekintik a leginkább motiváló és a biztonságos adattárolás hiányát a leginkább akadályozó tényezőnek. Az előbbi az általam létrehozott 8 tényezőcsoport közül a pénzügyi támogatási lehetőségek és jövedelmezőség, míg az utóbbi a technológia bevezetésének háttérfeltételei közé tartozik. A kutatási kérdés megválaszolása céljából kérdőíves felmérés készült a Békés Megyei Mezőgazdasági Szövetség tagszervezetei között, melynek eredményei eltérnek a szakirodalom által megnevezett befolyásoló tényezők rangsorától. Az empirikus kutatás eredményei rávilágítanak, hogy leginkább a hatékonysággal kapcsolatos tényezők, úgymint a termelési költségek csökkentése és a hozamnövekedés motiválják, míg az alkalmazhatósághoz köthetők akadályozzák a vállalkozásokat a digitalizációban. A kapott eredmények megértésének céljából a Szövetség képviseletével interjút készítettem, mely ugyancsak alátámasztja, hogy az eltérések elsősorban a megye termőterületének kettősségére, a földbérletek idejére és a generációváltásra vezethető vissza.

MINTA

DR. SZALAI LUCA
szalai.luca.25@hotmail.com
Államtudományi
Osztatlan, 10. félév
Nemzeti Közszolgálati Egyetem
Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar

Témavezető:
Kondor Zsuzsanna
mesteroktató, NKE ÁNTK

AZ ABSZORPCIÓS TELJESÍTMÉNY ÉS AZ AZT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK ÖSSZEFÜGGÉSEI MAGYARORSZÁGON ÉS ÍRORSZÁGBAN

Dolgozatomban bemutattam, hogy miért van szükség a kohéziós politika támogatásaira – amelyet a regionális különbségek csökkentésének stratégiai célként való kitűzése hívott életre – illetve arra kerestem a választ, hogy ezen támogatások felhasználását milyen tényezők befolyásolják. Az abszorpciós teljesítményt – azaz a rendelkezésre álló források határidőn belül történő felhasználását, és az azt befolyásoló tényezőket vizsgáltam Magyarország és Írország példáján keresztül. Összehasonlítottam, hogy a két országban milyen különbségek lelhetők fel a szabályozási kötöttségek, az intézményrendszer működése, és a projektkiválasztási rendszer struktúrája között, és azoknak milyen hatása van az abszorpcióra. Dolgozatom témáját holisztikus szemlélettel közelítettem meg, a tervezései dokumentumok és a különböző értékelések elemzése által építettem fel. Megállapítottam, hogy Magyarországon a jogszabályi környezet gyakori módosításai hátráltatják az abszorpciót, és bizonytalanságot okoznak a végrehajtás intézményrendszerének szereplői között, ami túlszabályozáshoz vezet. Ezzel szemben Írországban nem épülnek be nemzeti szinten szabályozói kötöttségek; végrehajtási rendszerük bizalom alapú, az érintett szereplők jóhiszeműsége a meghatározó. Az intézményrendszer felépítésében végrehajtott változtatások egyik hatása a fluktuáció növekedése, amely a képzett munkaerő elvesztésével jár és a források felhasználásának lassulásához vezet. A fluktuáció egy megkerülhetetlen jelenség, nem csak Magyarországon, Írországban is jelen van, bár kisebb mértékben. A végrehajtási intézményrendszer szereplőinek szakmai felkészültsége is meghatározó tényező az abszorpciós teljesítményt tekintve, Írország megoldásai példaértékűek e területen. A projektkiválasztási rendszer struktúrájában eszközölt gyakori módosítások negatívan hatnak az abszorpciós teljesítményre, amely hazánkban jellemző. A két ország példájából kiderült, hogy az elektronikus pályázatkezelési rendszer működésének minősége kihat a források kihelyezésének ütemére. A projektkiválasztási rendszer kialakítása tagállam-specifikus, így a két ország esetében más nehézségek befolyásolják a források felhasználásának eredményességét. A dolgozatom következtetései jó alapot adhatnak a 2021-2027-es programozási időszak végrehajtásának tervezéséhez és az abszorpciós teljesítmény javításához. Azonban még számos kutatást szükséges végezni ahhoz, hogy meg lehessen határozni az abszorpciós teljesítményt befolyásoló tényezők pontos hatásait.

MINTA

TARNÓCZI TAMARA DÓRA
tarnoczidonat@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 4. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Prof. Dr. Czeglédi Pál
egyetemi docens, DE GTK
Dr. Karcagi-Kováts Andrea
egyetemi docens, DE GTK

AZ LMBT TOLERANCIA ÉS A GAZDASÁGI FEJLŐDÉS KÖZÖTTI ÖSSZEFÜGGÉS KÖZÉP-EURÓPÁBAN

A dolgozatomban az a célom, hogy empirikusan igazoljam a modernizációs tézisre alapozva a gazdasági fejlődés és az LMBT tolerancia közötti kapcsolatot. Ennek érdekében bemutatom a gazdasági fejlődés és demokrácia viszonyát, illetve a demokrácia és tolerancia között fennálló összefüggést. Továbbá kitérek a kultúra szerepére a modernizációban, figyelembe véve többek között a vallás és a poszt-szocializmus hatásait. (Azonban ezeknek intézményi hátterét, illetve a kultúrát külön nem vizsgáltam.)

Az összefüggéseket három különböző LMBT index és az egy főre jutó GDP, az Emberi Fejlettségi Index (HDI), illetve a közvetlen külföldi befektetések (FDI) között vizsgáltam meg. Az elemzéshez létrehoztam három LMBT indexet, amelyek a tolerancia különböző aspektusait mérik. Az LMBT jogok indexét, ami az LMBT jogokat, intézményrendszeri hátteret jellemzi, az LMBT attitűd indexet, ami az LMBT közösséggel szembeni attitűdöket, közvéleményt méri és az aggregált LMBT indexet, ami a tolerancia szubjektív és objektív dimenzióit egyszerre magában foglalja, hiszen egyesíti az előző két mutatót.

Az első korreláció-vizsgálatomnál megállapítottam, hogy a GDP/fő és a tolerancia között pozitív összefüggés van. Következésképpen, ott nagyobb a tolerancia, ahol magasabb a gazdasági fejlettség. Másodsorban arra a következtetésre jutottam, hogy a magasabb HDI magasabb toleranciával jár együtt, tekintve hogy az iskolázottság és a gazdasági fejlettség erősítik a demokráciát – ezzel az LMBT jogokat – és pozitívabb társadalmi attitűdöket eredményeznek az LMBT közösséggel szemben. Fontosnak tartom kiemelni azonban, hogy a GDP és a HDI is erősebben korrelál az attitűdökkel, mint a jogokkal. Végül az FDI és a tolerancia között nem találtam összefüggést, valószínűleg azért, mert a költségek és a munkaerő szakképzettsége felsőbbrendű szempont a külföldi befektetőknek, mint az LMBT jogok.

Összegezve: az LMBT tolerancia és a gazdasági, jóléti mutatók között van kapcsolat, a magasabb gazdasági fejlettség és nagyobb jólét nagyobb toleranciát eredményez.

MINTA

BÁRSONY ANDRÁS ÁRPÁD
barsonyandris@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 5. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Kaposi Zoltán
egyetemi tanár, PTE KTK

BAJA GAZDASÁGI FEJLŐDÉSÉNEK SZAKASZAI A PIACGAZDASÁG LÉTREJÖTTÉTŐL A SZOCIALISTA IPAROSÍTÁSIG

Célkitűzések, kutatási kérdések. Dolgozatomban egy Duna menti középváros, Baja gazdasági változásait vizsgáltam. Három kutatási kérdésre kerestem a választ. 1. A 19. század során, amikor Magyarországon gyors gazdasági fejlődés ment végbe, milyen változások történtek a bajai gazdaság rendszerében? 2. Hogyan tudott talpra állni a szerb megszállás után a város, s milyen fejlődési lehetőségei voltak a két háború közötti nehéz korszakban? 3. Egy sokáig kereskedő gócpontként működő várost hogyan alakított át az erőltetett iparosítás programja, s ez milyen változásokkal járt; hogyan alkalmazkodott egy, az ipari nyersanyagoktól távol lévő határmenti középváros a központi hatalom elvárásaihoz?

Források, módszerek, szerkezet. A kutatás alapját az eddig megjelent, sokszor azonban csak részterületeket érintő szakirodalmi munkák értelmezése adja. A népességi és foglalkozás-szerkezeti változásokról a népszámlálások és egyéb statisztikai kiadványok adtak teljesebb képet. Fontosak voltak az MNL B-KML-ban talált levéltári források a bajai gazdaság működésére vonatkozóan, illetve segítséget nyújtott az ADT és a Hungaricana portál szkennelt anyaga is. A kutatás gazdaságtörténeti: kronologikus rendszerben, a főbb országos és helyi változások együttes értelmezésével, más területekkel való összehasonlításban mutatom be a bajai változásokat, kezdve a város 19. századi helyzetével, egészen az 1960-as évek végéig tartó időszakkal bezárólag.

Kutatási eredmények. Dolgozatomban bemutattam azokat a fontosabb változásokat, amelyek alapvetően néhány nagyobb időszakhoz köthetők. Baja a dunai kereskedelem révén gyors gazdasági fejlődésen ment keresztül a 19. század első két harmadában. A vasútépítés megkésettsége, valamint az iparosodás hiánya azonban a dualizmus idején megakadályozta a gyors továbblépést. Az 1. világháború utáni szerb megszállás tönkretette a város gazdaságát, amit csak a Speyer-kölcsönök révén tudtak valamennyire helyreállítani. A szocialista iparosítás felemás eredményeket hozott, hiszen bár történtek jelentősebb ipartelepítések, de a város gazdasági rendszerében tovább élt a hagyományos kis- és középipari jelleg.

Saját kutatási eredményemnek tekintem, hogy átfogó képet tudtam nyújtani a bajai gazdaság fejlődéséről és a szakirodalmi és a levéltári források segítségével átfogó fejlődési ívet tudtam felrajzolni.

MINTA

GRANÁT MARCELL
granat.marcell@uni-neumann.hu
Közgazdasági elemező
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

ŐRSI MARCELL
marcell.orsi@stud.uni-corvinus.hu
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Madari Zoltán
egyetemi tanársegéd, BCE MSMI

A DEMOGRÁFIAI VÁLTOZÁSOK AZONOSÍTÁSA EURÓPÁBAN: A PUHA KLASZTEREZÉS EMPIRIKUS ALKALMAZÁSA

Célunk az európai régiók (NUTS-2) demográfiai jellemzőinek azonosítása a termékenységre fókuszálva. valamint a halálozási ráták, a várható élettartam és a nők foglalkoztatási rátája. Hagyományosan a területek csoportokba rendezése klaszterezéssel történik. A klaszterezés egy nem felügyelt gépi tanulási technika, amely megosztja a sokaságot több csoportba, amelyekben ugyanazon csoport megfigyelései hasonlóak egymáshoz, és a pontok különbözőek csoportok eltérőek. Az algoritmus minden évben történő megismétlése zavaros ugrásokat okozna a klaszterezésben. Így ahelyett, hogy minden adatpontot külön klaszterekbe helyeznénk, az adott pont valószínűsége az abban a klaszterben van hozzárendelve. Puha (fuzzy) klaszterezésben minden adatpont több klaszterhez is egy adott valószínűséggel, így az elmozdulások továbbra is megfigyelhetők, de ugrások nélkül.

MINTA

TARNÓCZI TAMÁS BENCE
tarnobeni@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 3. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Bauerné Dr. Gáthy Andrea
adjunktus, DE GTK

MIÉRT ÉRDEMES A VÁROSOKNAK TÖBB LÁBON ÁLLNI GAZDASÁGI SZEMPONTBÓL? – A MAGYARORSZÁGI NAGYVÁROSOK GAZDASÁGI TELJESÍTMÉNYÉNEK ÉS SZERKEZETI KONCENTRÁCIÓJÁNAK ÖSSZEFÜGGÉS ELEMZÉSE

A gazdaságot befolyásoló hatások – jelenlegi helyzetben a pandémia, a folyó Orosz-Ukrán konfliktus, a növekvő energia árak és a magas infláció – az utóbbi időszakban jelentősen és kiszámíthatatlanul gyorsan változnak. Emiatt is elengedhetetlenül fontos ebben a bizonytalan helyzetben felmérni és előrejelezni mik azok a sajátosságok, amik megfigyelhetők Magyarország gazdasági motorjaiban, azaz a nagyvárosokban.

Elsőként a nagyvárosok iparági szerkezetét vizsgáltam meg, amit a vállalati beszámoló adatok szintjén valósítottam meg, egy 300 ezer soros adatbázis felépítésével. A cégeket a KSH által használt 21 iparágba soroltam. Megállapítottam, hogy az ipar, kereskedelem és építőipar mindenhol domináns, a városok között szerkezetileg csak a kisebb ágazatokban találunk jelentős eltérést.

Elemzésem második részében megvizsgáltam az elmúlt 10 évben, hogyan alakult a városok gazdasági teljesítménye. Ennek mérésére városi szintű GDP számítást végeztem, a megyei adatok és a helyi iparűzési adó megoszlása segítségével top-down módon. Magyarország GDP-je 2010 és 2020 között 75%-kal növekedett, a megyék pedig 60% és 100% közötti ütemet vettek fel. A nagyvárosok egy része ezt felülmúlta akár 120%-os növekedést produkálva, másik fele viszont még az országos ütemet sem érte el.

Fő hipotézisem a koncentráció és a gazdasági teljesítmény kapcsolatát taglalja. Az iparágak koncentrációját a Herfindahl–Hirschman Index (HHI), a gazdasági teljesítményt pedig a városi GDP-ből képzett bázis viszonyszám adta. Ezen két érték kapcsolatát 2010 és 2019 között városonként vizsgáltam, a GDP változás, mint függő, a HHI pedig mint magyarázó változó került a modellbe. Eredményül azt kaptam, hogy erős negatív irányú kapcsolat van a két tényező között, azaz a szerkezeti diverzifikáció elősegíti a gazdasági növekedést.

Végül a kalkulált regressziós egyenletek mentén prognózisokat készítettem különböző HHI csökkenési szcenáriókra, amellyel kimutatható, hogy milyen potenciális növekedési pályát érhetnek el az egyes városok. Ezen információk hasznosak lehetnek a városok számára, hiszen a célzott gazdaságfejlesztés és befektetés ösztönzés irányvonalait tárják fel.

MUTA

VILLEI-PRIBÉK ANDRÁS GÁBOR
pribek.andras@gmail.com
Vidékfejlesztési agrármérnök
MSc, 4. félév
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

Témavezető:
Némediné Dr. Kollár Kitti
egyetemi docens, MATE-VGFI, MATE VFGI

SMART CITY TÉRGAZDASÁGI ÖSSZEFÜGGÉSEK VIZSGÁLATA BUDAPESTEN ÉS AZ AGGLOMERÁCIÓBAN

A dolgozat célja, hogy a lehető legátfogóbb és legteljesebb képet nyújtsa az okos város programról, továbbá Budapestet és az agglomerációt érintő elkészült, vagy folyamatban lévő fejlesztésekről és azok térgazdasági hatásairól. A primer kutatás során az alkalmazott módszerek közé tartozott az online kérdőíves felmérés, valamint négy alrendszerhez köthetően mélyinterjúk készültek. A fejlesztések pozitív és negatív hatásainak elemzése SWOT analízissel történt. A térgazdasági összefüggések jobb megértéséhez külön térképes melléklet készült, valamint összesen négy hipotézis került megfogalmazásra. A dolgozat kérdőíves felmérésében az egyes alrendszerekhez köthetően véletlenszerűen lettek kiválasztva a háztartásokhoz, a közületekhez (állami kezelésű intézmények) és a gazdasági szervekhez köthető fejlesztések. Következtetésképpen a kutatásomból kiderül, hogy a tématerület ismeretében nincs érdemi különbség a főiskolai v. BA/BSc, valamint az egyetemi v. MA/MSc végzettséggel rendelkezők között, ugyanakkor ez az arány hasonlóan magas volt a gimnáziumi érettségivel rendelkezők között is és csak az ennél alacsonyabb végzettségűek ismerték kevésbé azokat. A nyilatkozó cégek jelenleg még nem meghatározó piaci szereplők, ám az általuk alkalmazott technológiák potenciálisan magukban hordozzák a szélesebb körű gazdasági lehetőségeket. A várakozásokkal ellentétben hasonló arányban ismerték az X generációhoz tartozók a felsorolt okos fejlesztéseket. Javaslom, hogy a tématerület kapjon nagyobb médiafigyelmet.

MINTA

KOVÁCS ÁDÁM JÓZSEF
k.adam1999@gmail.com
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Informatika Intézet

Témavezető:
dr. Juhász Sándor
postdoctoral fellow, BCE KTK

EGYÉNI SZINTŰ TÁRSADALMI KAPCSOLATHÁLÓZATOK SZERKEZETE ÉS TÉRBELI KONCENTRÁCIÓJA VÁROSI KÖRNYEZETBEN

A magas népsűrűségű és komplex társadalmi és gazdasági kapcsolathálózatokkal rendelkező nagyvárosi agglomerációk a technológiai és gazdasági fejlődés motorjai. Annak ellenére, hogy a társadalmi kapcsolatok szerepe jelentős a tudásmegosztásban és társadalmi tőke építésében, ezen egyéni szintű hálózatok térbeli és szerkezeti sajátosságai kevésbé ismertek. A tanulmány célja annak vizsgálata, hogy az emberek otthonának, illetve munkahelyének térbeli elhelyezkedése miként befolyásolja a társadalmi kapcsolathálózatuk térbeli koncentrációját és szerkezetét. Az empirikus elemzéshez több ezer ember otthonának és munkahelyének lokációja kerül meghatározásra New York agglomerációjában térbeli információval ellátott Twitter üzeneteik segítségével. A felhasznált adatokat ezen kitüntetett lokációk, az online társadalmi kapcsolathálózatok térbeli vetülete, illetve népszámlálási jövedelemadatok alkotják. Az eredmények azt mutatják, hogy az emberek otthona és a munkahelye is erősen koncentrálják a társadalmi kapcsolataikat térben. A kettő közül a munkahely körül erősebb ez a hatás. Továbbá az is megállapításra kerül, hogy a medián alatti átlagjövedelemmel bíró környéken lakó emberek kapcsolati hálója szignifikánsan sűrűbb, zártabb és összefüggőbb az otthonuk körül, mint a gazdagabb környéken lakók esetében. A tanulmány két fő részéhez járul hozzá a meglévő irodalomnak. Egyrészt az online társadalmi kapcsolatok térbeágyazottságát vizsgáló munkákhoz nagyvárosi környezetben való vizsgálatával. Másrészt a társadalmi tőkével kapcsolatos hálózati mutatók kutatásának irodalmához nagyméretű, online társadalmi kapcsolathálózatok elemzésével.

MUNKA

Regionális gazdaságtan II.

Elnök:	Dr. habil. Lukovics Miklós	SZTE GTK
Társelnök:	Prof. Dr. Gál Zoltán	PTE KTK
Tag:	Prof. Dr. Pető Károly	DE GTK
Tag:	Dr. habil. Tóth Balázs István	SOE LKK

MINTA

KÓSA BÁLINT
kosabalikam@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Kommunikáció és Szociológia Intézet

Témavezető:
Jeney László
egyetemi docens, BCE

A HAZAI JÖVEDELMI EGYENLŐTLENSÉGEK TÉRSZERKEZETI SAJÁTOSSÁGAI

Dolgozatom témája a magyarországi jövedelemeloszlás térbelisége. A kutatásom során azt vizsgálom, hogy milyen területspecifikus elemei vannak a jövedelem eloszlásának hazánkban. Kvantitatív adatokon végzek szekunder kutatást, a TeIR adatbázisát felhasználva elemzem települési szinten, több, mint 3000 hazai településre vonatkozóan 1992-2018 közötti időszakra nézve az egy főre jutó nettó jövedelmi adatokat. A már ismert hazai területi jövedelmi egyenlőtlenségek jellegzetességeit elemzem, úgy, mint a Budapest-vidék ellentétet és a nyugat-kelet fejlettségi lejtőt. Ezen felül egyenlőtlenségi mutatókkal szemléltetem a térbeli differenciálódás alakulását a vizsgált periódusra nézve. Végül pedig a téma társadalmi és gazdasági összefüggéseit szemléltetem, szintén települési szintű aggregációban.

MINTA

TÖRÖK PETRA
petruss0320@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 7. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Dániel Zoltán András
egyetemi docens, PE GTK

A TERÜLETI SAJÁTOSSÁGOK HATÁSA A KKV-K FEJLŐDÉSÉRE ÉS A VÁLLALKOZÁSOK TELEPHELYVÁLASZTÁSI SZOKÁSAINAK KAPCSOLATA

Vajon a különböző fejlettségi szintű régiók és azok területi sajátosságai hatással vannak a térségen belül működő vállalkozásokra? Fontos a különbségeket figyelembe venni a telephelyválasztás során? Kutatásom elsődleges célja megválaszolni ezeket a kérdéseket és meghatározni, hogy az országon belüli regionális különbségek mégis mennyire befolyásolják az adott területek vállalkozásainak fejlődését, és mindez hogyan kapcsolódik a telephelyválasztásukhoz.

Dolgozatom első részében áttekintettem a területiség és a vállalkozások kapcsolatát, tisztáztam a szükséges fogalmakat, korábbi, a témával kapcsolatos eredményeket, illetve megállapításokat osztottam meg, nem megfeledkezve a telephelyválasztással kapcsolatos elméleti háttér részletes ismertetéséről sem.A következőkben meghatározásra került az a terület, amiről a vizsgálat szól. Három magyarországi régióra esett a választásom, Közép-Magyarország, Észak-Magyarország és Észak-Alföld térségét vizsgálom fejlettségi és gazdasági szempontból, melyből választ kapok az ott működő vállalkozások fejlődési befolyásosságára.

A kutatás második részében vizsgálom a vállalkozások telephelyválasztásának okait. Ehhez egy általam készített kérdőívet használtam segítségül, melyben vállalkozók stratégiáit, szokásait mértem fel. Ebből sikerült kiszűrnöm azokat a tényezőket amelyek a legfontosabbak és így mintaszerűen megjelennek majdnem minden telephelyválasztási kérdésnél. A kérdőív kitöltése során vállalkozói körön kívül eső magánemberek véleményét is kikértem, hogy részükről mit tartanak fontosnak a telephelyválasztásnál, majd összehasonlítottam az eredményeket a vállalkozással rendelkezőkével.

Nem meglepően az eredményekből kiderült, hogy a területiség, illetve földrajzi elhelyezkedés jelen van a választási kérdésnél, tehát kijelenthető, hogy a regionális sajátosságok hatással vannak a telephelyválasztásra.

MINTA

BÁTKI BENEDEK
batki.benedek@gmail.com
Pénzügy
MSc, 2. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Informatika Intézet

KISS ESZTER BORBÁLA
eszter.kiss4@stud.uni-corvinus.hu
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Informatika Intézet

Témavezető:
Madari Zoltán
egyetemi tanársegéd, BCE MSMI

A VAGYONOS LAKOSSÁG SPILLOVER HATÁSAI MAGYARORSZÁGON

Kutatásunkban a magyarországi vagyoni szegregáció járási szintű alakulását vizsgáljuk 2018- as és 2012-es adatokat összevetve. Munkánkban arra a kérdésre keressük a választ, hogy a járások közötti vagyoni különbségek – melyet az egy adózóra jutó személyi jövedelemadóalapot képező jövedelem változó jelenít meg – milyen erősen csoportosulnak a térben, mennyiben magyarázhatók releváns magyarázóváltozókkal (munkaerőpiaci, demográfiai ismérvekkel), illetve mennyire lelhető fel ezen változókra való kontrollálás után is területi autokorreláció adatainkban. Ha a releváns változók nem képesek feloldani a területi csoportosulások tényét a járások gazdagsága terén, akkor kutatásunk szerint ebben az esetben vagyoni „spilloverek" léteznek járások között, mivel nincs más fellelhető ok a helyi különbségek adott módon való alakulására a térbeli elhelyezkedésen kívül. Egy ilyen eredmény azt jelentené, hogy a vagyoni szegregáció folyamatosan újratermeli magát bármely más tényezőtől függetlenül. Ezen térbeli elkülönülés megmagyarázhatósága kardinális kérdés, mivel megmutatja, hogy mely tényezők mentén segíthető elő a vagyoni olló zárása Magyarországon. Vizsgálatainkat a területi ökonometria eszköztárával kivitelezzük, globális és lokális Moran statisztikák számolásával, hőtérképek készítésével, valamint területi autoregresszív modellek építésével. Eredményeinkben azt találjuk, hogy nem kielégítően magyarázhatók demográfiai és munkaerőpiaci mutatókkal a járások közötti vagyoni különbségek – és az ezekre való kontrollálás után nem tűnik el az erős területi autokorreláció adatainkból, amelyet első vizsgálataink során találtunk. Ebből arra következtetünk, hogy nem csupán erős területi elkülönülés található az adatokban, de ez részben vagyoni spillover-hatások következménye, nem kizárólag olyan gazdasági és társadalmi folyamatoké, melyek jól definiálhatók és amelyek kellő kormányzati akarattal enyhíthetők.

MINTA

BÁNKI BENCE
bence.banki@stud.uni-corvinus.hu
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtan Intézet

Témavezető:
Kollai István
egyetemi adjunktus, BCE

DÉL-SZLOVÁKIA, AZ ELHANYAGOLT RÉGIÓ? SZLOVÁKIA MAGYARLAKTA TERÜLETEINEK GAZDASÁGI TELJESÍTMÉNYE A POLITIKA ÁRNYÉKÁBAN

A területi egyenlőtlenségek hosszú ideje a szlovák társadalom és gazdaság egyik legkínzóbb problémáját jelentik. Az etnikailag heterogén Szlovákiában komolyan befolyásolhatja egész térségek alakulását, hogy melyik pártok rendelkeznek az erőforrások fölött. A dolgozat következésképpen a diszparitások déli-északi, magyar-szlovák vetületének vizsgálatára összpontosít. Tényleg igaz lenne az a gyakran elhangzó állítás, miszerint Dél-Szlovákia csak egy mostohagyerek a szlovák kormányok szemében? Valóban befolyásolja a dél-szlovákiai területek gazdasági mutatóinak alakulását az, hogy a felvidéki magyarok által támogatott pártok miképp részesülnek a politikai hatalomból? Ezeknek a kérdéseknek a megválaszolása csak a demográfiai jellemzők, a közigazgatási rendszer és a politikai fejlődés sajátosságainak együttes figyelembevételével lehetséges.

Az elemzés rámutat, hogy Szlovákia magyarlakta területei az országos átlagnál szinte minden tekintetben alulfejlettebbek. Kifejezetten kedvezőtlenek a déli járások munkaerőpiaci statisztikái: a bérek alacsonyak, miközben az állástalanok aránya évtizedek óta meghaladja az országos átlagot. Az előnytelen foglalkoztatottsági adatok többek között a közlekedési infrastruktúra fejletlenségéből és a magas hozzáadott értékű gazdasági tevékenységek hiányából eredeztethetők.

A különbségek mérséklésében kitüntetett szerep hárul a déli régió lakosságát képviselő politikai pártokra. Az, hogy 1998 óta összesen tizennégy éven át a központi kormányzat részei voltak ezek a csoportok, pozitív hatással volt a foglalkoztatottsági mutatók alakulására. A kormányzati támogatások és az infrastruktúra-fejlesztés tendenciáiban szintén jelentős ingadozás figyelhető meg attól függően, hogy milyen a magyar pártok érdekérvényesítő-képessége. Ezzel szemben sem a regionális GDP, sem az átlagbérek változása nem magyarázható a politikai hatalom összetételében bekövetkező változásokkal.

A dolgozat új szempontokkal egészíti ki a szlovákiai regionális különbségekről való gondolkodást. A kutatás eredményei többek között a stratégiaalkotás, a politikai kommunikáció és szakpolitikák értékelése terén is hasznosíthatók.

MTA

SZAKMÁRY NÁNDOR
n.szakmary@gmail.com
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Madari Zoltán
egyetemi tanársegéd, BCE MSMI

LAKÁSÁRAK ÉS TERÜLETI JELLEMZŐK MAGYARORSZÁG VIDÉKI JÁRÁSAIBAN

A magyar társadalom széles körét foglalkoztatja és érinti a hazai ingatlanpiaci folyamatok alakulása. A lakásárakat természetesen számos tényező befolyásolja. Ilyen többek között az ingatlan elhelyezkedése, akár települési, akár országos tekintetben, melynek következménye, hogy Magyarországon hatalmas területi heterogenitás figyelhető meg az ingatlanárakban. Ennek okai között szerepelnek a kistérségek nyújtotta eltérő munkapiaci és jövedelmi lehetőségek, amik nagymértékben meghatározzák az adott régió lakáspiaci keresletét. Jelen dolgozat azon kérdésekre keresi a választ, hogy milyen hatással van a regionális jövedelmi helyzet a lakóingatlanok árára, valamint milyen további területi jellemzők befolyásolják azokat Magyarország vidéki járásaiban. A rendelkezésre álló egyedi adatbázis 2016 és 2020 közötti lakóingatlan-tranzakciók alapján tartalmazza a járások átlagos, illetve medián lakásárait, valamint számos további területi változót. Ezek között elsősorban a járás fejlettségét és gazdasági lehetőségeit leíró mutatók szerepelnek. A járási szinten végzett elemzés során kezdetben fixhatású panel modellt építek, majd tekintettel az ingatlanárakban jelentkező térbeli autokorrelációra, térökonometriai módszereket alkalmazok, különös figyelmet fordítva a járásokat jellemző egy főre jutó jövedelemre. Az eredmények alapján kijelenthető, hogy a járások átlagos és medián lakásárait elsősorban a helyi jövedelmi viszonyok és munkapiaci lehetőségek határozzák meg, de fontos szerepe van a térbeli késleltetéseknek is. Ezentúl a hatások eltérő mértékűek az átlag- és medián árak esetén. Nemcsak a jövedelmekben és ingatlanárakban tapasztalható területi heterogenitás, de a két változó relatív pozíciójában is nagymértékű eltérések figyelhetők meg a vidéki járások között.

MINTA

SZAKOLCZAI DÖME KOPPÁNY
szakolczaidome@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 7. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Harangozó Zsolt
mesteroktató, ME GTK

MAGYARORSZÁG VERSENYKÉPESSÉGI HELYZETE A K+F ADATOK TÜKRÉBEN

Dolgozatom témájául a kutatás-fejlesztés helyzetének és működésének bemutatását választottam hazai, valamint regionális szinten. Véleményem szerint a K+F a modernkor egyik legfontosabb ágazata, a versenyképesség egyik értékmérője, ebben a gyorsan változó világban.

Manapság létfontosságú szerep hárul az innováció különböző formáira, a kutatás-fejlesztés területére,nemcsak egy-egy vállalat, hanem az országok gazdaságának életében is. Hiszen az államok, cégek kompetitivitásának egyik alapja a folyamatos megújulás, a piaci változások idejekorán való követése.Az Európai Unió is tisztában van ennek fontosságával, mert a tagországokat igyekeznek arra sarkallni,hogy az éves GDP-jük legalább 3%-át fordítsák kutatás-fejlesztésre, még, ha ez a legtöbb ország esetében nem is teljesül.

A szakdolgozatomban szerettem volna bemutatni a magyarországi K+F beruházásokat, Magyarország kutatás-fejlesztésének és innovációs tevékenységének a sajátosságait néhány gazdaságilag, történelmileg hasonló ország függvényében. Valamint disszertációmban az adatsokaságok, tények között összefüggéseket kerestem statisztikai elemzések, szakirodalomi feldolgozások segítségével. Primer kutatásaimban kapcsolatszorossági mutatók segítségével vizsgáltam meg bizonyos adatsorok közötti összefüggések meglétét. Vegyes, asszociációs és korrelációs kapcsolatok esetében a GDP-arányos K+F ráfordítás, az EU-hoz való csatlakozás, az élethosszig tartó tanulás, a kutatók, korcsoportok és nemek szerinti megoszlását vizsgáltam, míg Magyarország esetében a bruttó hazai termék arányos kutatás-fejlesztési ráfordítás és a megyék elhelyezkedése között kerestem az összeköttetést.Továbbá Spearman-féle rangkorrelációs együtthatót alkalmaztam az oktatás minősége (PISA), a millió lakosra vetített szabadalmi kérelmek és az ezer foglalkoztatottra jutó kutatók korrelációjának megállapításához.

Az állam adóösztönzők révén nemcsak külföldi beruházásokat csábított hazánkba, hanem igyekezett a reál GDP-ben megmutatkozó, magasabb hozzáadott értéket teremtő kísérleti fejlesztések létrehozására ösztökélni a vállalatokat. Ennek fényében az üzleti szektor K+F foglalkoztatottak és ráfordítások terén észrevehető növekedésnek indult az elmúlt néhány évben.

Azonban olyan megoldásra váró feladatokkal nézünk szembe, mint a kis-, és közepes vállalkozások alacsony innovációs aktivitása. Ennek egyik oka lehet, hogy az állam által biztosított kedvezmények inkább a nagyvállalatok számára jelentettek ezidáig elérhető perspektívát.

MINTA

ÉGERHÁZI BÁLINT
balintegerhazi@gmail.com
Regionális és környezeti gazdaságtan
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Társadalomtudományi TDK

Témavezető:
Varga Ágnes
egyetemi adjunktus, BCE TT

REGIONÁLIS VERSENYKÉPESSÉG VÁLTOZÁSÁNAK VIZSGÁLATA A VISEGRÁDI ORSZÁGOK KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSAINAK TERÜLETI EGYENLŐTLENSÉGEIN KERESZTÜL

A kis- és középvállalatok (kkv-k) fejlesztésének kérdésköre egy olyan téma, amely rendszeresen napirenden van nemzeti és európai uniós szinten is. A kkv szektor magasan a legnagyobb foglalkoztatási igénnyel rendelkezik és az innovatív üzleti és technológiai megoldásaik révén fontos hatásuk van az elérhető termékek és szolgáltatások minőségére. A nagyobb vállalatoknak nyújtott termékeiken és szolgáltatásaikon keresztül fontos gazdasági értéket képviselhetnek regionálisan; nem véletlen, hogy az országok is részben ebben keresik regionális versenyképességük javítását.

Kutatásomban így arra a kérdésre keresem a választ, hogy változott-e jelentősen a regionális versenyképességhez nagyban hozzájáruló kkv-k területi koncentrációja, valamint térbeli mintázata az elmúlt években a visegrádi országokban? Kutatásom során a visegrádi országok esetén a vállalkozások térbeli vizsgálatát nem az Eurostat által harmonizált legalacsonyabb NUTS-3-as, hanem a nemzeti statisztikai hivatalok adatbázisai alapján saját adatharmonizációt végrehajtva LAU-1-es (’járási szintű’) területi szinten végzem el, amely az adatharmonizáció kihívásai miatt példa nélküli a témával foglalkozó hazai és nemzetközi szakirodalomban. Dolgozatom a V4-ek LAU1-es szintű gazdasági és jóléti egyenlőtlenségeit tárja fel a kkv-eloszláson, kkv-sűrűségén keresztül. Fontos szempont ezen kelet-közép-európai országok esetén a fővárosok és egyéb nagyvárosi régiók koncentráló hatásának felmérése és a hatás vizsgálata a környező/vidéki kistérségek vállalkozásaira.

Eredményeim azt mutatják, hogy a négy állam teljesítménye közül kiemelkedő a Cseh Köztársaság kkv-sűrűség és területi kiegyenlítettség szempontjából is. Kiegyenlített nagyvárosi hálózata miatt Lengyelország is előkelő helyen szerepel a területi polarizáció szempontjából, azonban a cseh járásokat leszámítva a másik három ország esetén tapasztalható egy erős kelet-nyugat osztatúság. A nagyvárosi régiók közül Budapest bír a legnagyobb regionális koncentráló hatással a kisvállalkozások terén, Pozsony pedig nagyon erősen polarizáló hatású a szlovák városok csoportjában középvállalkozások esetén. Külön kiemelendő, hogy egyedül Magyarország tudott érdemben szektorálisan fejlődni a vizsgált időszak alatt, de a fejlődés területi mintázata arról árulkodik, Magyarországon erős a „húzó-térség” jelensége, azaz a nemzeti-szintű fejlődés egyenlőtlenebbül oszlik el a járások között, mint a másik három vizsgált ország esetén.

MINTA

JAKÓ FANNI
fannijako@gmail.com
Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
Osztatlan, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Madari Zoltán
egyetemi tanársegéd, BCE

TERÜLETI AUTOKORRELÁCIÓS MODELLEK TÁVOLSÁGMÁTRIX MEGVÁLASZTÁSÁRA VONATKOZÓ ÉRZÉKENYSÉGVIZSGÁLATA

A tanulmányban a Moran-féle I-próba területi súlymátrix definiálásától való függését vizsgálom. A térbeli adatok kezelésének egyik problémája, hogy a kölcsönös hatások miatt nem egyértelmű az ok-okozati viszony a térségek között. Regressziós modellekben, valamint a statisztikai tesztekben ezeket a hatásokat egy területi súlymátrix segítségével vizsgálják. A térnek már a 2 dimenzióba való sűrítése is problémákat vet fel, azonban a terület-terület párok közötti kapcsolat egy értékkel való jellemzése még nehezebb feladat, mely a modellezőt terheli. A modellek eredményei ezen mátrix definiálásától nagy mértékben függnek, ezért fontos a kérdéskör.

Kutatási kérdésem arra vonatkozik, hogy milyen jellegzetességeket kell figyelembe venni a területi súlymátrix megválasztása során, illetve hogy az egyes gazdasági problémák és változók karakterisztikái, illetve a területi szint, melyen a problémát vizsgáljuk, milyen területi súlymátrix alkalmazását indukálja. A kutatás Európa területén, az egyes NUTS szinteken vizsgálja, hogy milyen statisztikai vizsgálatokat javasolt elvégezni az egyes térbeli modellek illesztése előtt.

A tanulmányban 9-9-9 területi súlymátrixot definiálok a NUTS rendszer 3 szintjén, melyek által adott tesztstatisztikák eltéréseit négyféleképpen vizsgálom: matematikai tulajdonságaik alapján, független változókon mutatott eredményeik alapján, valós gazdasági és társadalmi adathalmazon, valamint szimulációk által.

Eredményeim alapján nem elégséges az egyes területi súlymátrixokat a matematikai hasonlóság fogalma alapján összevetni. Területi modellek alkalmazása előtt tesztelni kell, hogy az adott területi súlymátrix független adatokon mekkora elsőfajú hibát vét. Térbeli autokorreláció vizsgálatakor nem lehet csupán egy definícióval adott mátrix segítségével elvégezni a teszteket, többféle területi kapcsolatot reprezentáló mátrix alkalmazásával kell megerősíteni az autokorreláció jelenlétét, kiváltképp akkor, ha az alapsokaság pozitív ferdeségű és csúcsossága 1 feletti. Szimulációkkal tesztelni kell, hogy az adott térbeli jellegzetességek mellett az egyes mátrixok határértékben milyen mintázatokat alakítanak ki, majd ennek tudatában kell megválasztani a modellillesztés során használt súlymátrixot.

MUNKA

TARNÓCZI TAMÁS BENCE
tarnobeni@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 4. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Bauerné Dr. Gáthy Andrea
adjunktus, DE GTK

UGYANABBAN A LIGÁBAN VANNAK-E MÉG A V4-EK? A MAGYAR RÉGIÓK GAZDASÁGI TELJESÍTMÉNYÉNEK ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE A V4-EK TÜKRÉBEN

A jelen gyorsan változó gazdasági környezetben, melyet a pandémia katalizált mostanra azonban már az orosz-ukrán konfliktus, a növekvő energia és alapanyag árak, illetve a magas infláció dominál, fontosak a helyzetfeltáró elemzések. Kutatásom során felmértem a V4-es országok gazdasági teljesítményét regionális szinten és a jóllét alakulását, illetve ezek kapcsolatát is ez elmúlt 22 évre vonatkozóan.

Elsőként az országok gazdaságát makro és mikro szinten vizsgáltam, amit a GDP és a vállalati beszámoló adatok segítségével valósítottam meg, egy 430 ezer soros adatbázis felépítésével. A GDP-t tekintve hazánk hátra szorulni látszik abszolút és relatív értelemben, illetve növekedési ütem szerint is. 2000 óta a magyar gazdaság reál értelemben 1,4-szeresére nőtt, a lengyel 2-szeresére, a szlovák és cseh pedig 2,5-szörösére.

Elemzésem második részében megvizsgáltam az elmúlt 22 évben, hogyan alakult a V4 régiók társadalmi jólléte. Ennek mérésére egy 47 mutatóból álló komplex indexet (KTJI) hoztam létre, ami 6 dimenzióból épült fel. Ezen dimenziók a politika és jog, természet, gazdasági környezet, megélhetés és lakhatás, társadalmi fejlődés, élet egyensúly és biztonság voltak. A KTJI alapján Csehország 16%-kal, Szlovákia 21%-kal, hazánk 32%-kal, Lengyelország pedig 46%-kal maradt el 2021-ben az EU átlagos jólléti szintjétől. A társadalmi fejlődés ütemében is ugyan ez volt a sorrend, tehát hazánknál csupán Lengyelországban nőtt lassabban a jóllét.

Fő hipotézisem a gazdasági teljesítmény és a jóllét kapcsolatát taglalja. A gazdasági teljesítményt a GDP-ből képzett bázis viszonyszám, a jóllét szintjét pedig a KTJ index adta. Ezen két érték kapcsolatát 2000 és 2021 között vizsgáltam, a GDP változás, mint független, a KTJI pedig mint függő változó került a modellbe. Eredményül azt kaptam, hogy erős pozitív irányú kapcsolat van a két tényező között, azaz a gazdasági növekedés elősegíti a jóllét emelkedését.

Végül a kalkulált regressziós egyenletek mentén középtávú prognózisokat készítettem az IMF GDP előrejelzéséből kiindulva a V4-ek jóllétére. Várhatóan a következő 1-2 évben a folyamatban lévő válság hatására reál értelemben visszaesés lesz a GDP tekintetében, amely magával vonja a jóllét szintjének csökkenését is.

BARTHA KRISTÓF
kristof.bartha1@stud.uni-corvinus.hu
Pénzügy-számvitel
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

Témavezető:
Eszterhai Viktor
vezető kutató, Külügyi és Külgazdasági Intézet

VAN-E KIÚT A FÉLPERIFÉRIÁBÓL? – A KÍNAI TŐKEBEFEKTETÉSEK HATÁSA ÉS KILÁTÁSAI MAGYARORSZÁGON

A téma relevanciáját Magyarország és Kína évtizedes múltra visszatekintő kapcsolata adta, kezdve egészen a XX. század közepétől mind a mai napig. Az utóbbi évtizedben - a keleti nyitás politikájának meghirdetése óta - még közelebb került egymáshoz a két ország, és ez a kapcsolat vélhetően a jövőben is fenn fog maradni, mivel Kína képében a hatalmi világrend egy új pólusa van születőben. Dolgozatom fő kérdése a kínai tőkeberuházásokra és arra irányul, hogy az ázsiai nagyhatalom befektetései segíthetik-e Magyarország elmozdulását az Immanuel Wallerstein szociológus által meghatározott világrendszer-elmélet keretein belül. Először megvizsgáltam Magyarország elhelyezkedését e globális politikai-gazdasági térben, mely igazolásához egy két országgal - Ausztriával és Ghánával - történő statisztikai elemzést végeztem el. Az elemzés során a főbb gazdasági és társadalmi mutatók - például a GDP és az HDI - alapján helyeztem el hazánkat a világrendszerben. Ezen állítás bizonyítása adta az alapot a dolgozat fő kutatási kérdésének megválaszolásához. Tanulmányom második részében röviden bemutatásra került Magyarország szerepe Kelet-Közép-Európában, a régió gazdasági kapcsolatai Kínával, illetve a japán csoda, amelyre egyfajta példaként is tekinthetnek korunk politikai döntéshozói. A második hipotézis igazolásához Matura Tamás 2018-ban összeállított befektetési listáját alapul véve mutattam be a rendszerváltás óta Magyarországon tervezett (jelenleg is zajló), illetve sikeresen végbement kínai beruházásokat 2021-ig bezárólag. A távol-keleti tőke a járműipartól kezdve a vegyiiparon át egészen az aviatikáig, számos iparágat érintett hazánkban, ezeket sorrendbe véve, az egyes befektetéseket kategorizálva került kidolgozásra a kérdéskör. Zárásként a két elemzésből levont konklúziók kerültek összegzésre, továbbá a jelenleg is zajló befektetések kilátásairól, kiváltképp az Övezet és Út kezdeményezés (BRI) fejlesztéseiről esett szó, kiemelve ezen beruházások hiányosságait és előnyeit.

MTA

Stratégia- és változásvezetés, tanulás-, tudásmenedzsment I.

Elnök:	Prof. Dr. Balaton Károly	ME GTK
Társelnök:	Prof. Dr. Fogarasi József	ÓE KGK
Tag:	Prof. Dr. Dunay Anna	NJE
Tag:	Dr. habil. Popovics Péter András	DE GTK
Tag:	Dr. Pelles Márton	PSAT

MINTA

MOLNÁR BLANKA
mblanka0220@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Dr. Harsányi Dávid
főiskolai docens, BGE KKK

A MAGYAR BORPIACRA LÉPÉS LEHETŐSÉGE NAPJAINKBAN

A dolgozat célja, hogy átfogóbb képet kapjunk a magyar borpiacon rejlő értékesítési lehetőségekről, főként, ha ismeretlen termelőként egy új termék bevezetése a cél. Számos borászat vezet be újabb és újabb bormárkát a magyar piacra, de vannak olyanok is, akik a régi termékeiket próbáljak új csomagolásban forgalmazni, mely nem mindig hoz megfelelő eredményt. Borászokkal való beszélgetéseim során felmerült bennem, hogy a magyar borpiac túltelített. Kutatási kérdésem éppen ezért erre fokuszál; érdemes-e Magyarországon bevezetni egy új borfajtát, tapasztalható-e a piacon túlkínálat, amely a borászok számára hátrányt jelenthet az új termék bevezetésében, a brandépítésben, akár kezdő borászok esetében is? A szekunder részben átfogó képet adok a magyarországi borhelyzetről, melyet szakirodalmi forrásokból, illetve online fellelhető cikkekből állítok össze. Egy új termék bevezetésekor fontos tisztában lenni a jó marketingstratégia, a tervezés és a kivitelezés ismérveivel, így ezekre is nagy hangsúlyt fektetek dolgozatomban, melyek feldolgozásához szintén online fellelhető cikkek, szakirodalmak és folyóiratok szolgáltak. A primer kutatási részben vizsgálom a célközönség véleményét, hiszen egy termék sikerességéhez a vásárlók igényeihez való alkalmazkodás a kulcs. Ennek alapját egy online kérdőív jelenti, valamint a másik oldal, a borászatok vizsgálata interjúk segítségével történik. A kutatásaim megmutatták, hogy a magyar piac valóban telített, kezdő- és kis családi borászatként manapság szinte lehetetlen bejutni éttermekbe, vinotékákba, mert a nagyobb nevek kiszorítják őket. Folyamatos probléma a mennyiségi bortermelésre való átállás is, emellett minden pincészet igyekszik alkalmazkodni a trendekhez, még ha nem is érnek el vele hatalmas sikereket. Ennek megoldása a megfelelő kooperáció lehetne, ami Magyarországon eddig kevésbé eredményes. Érdemes lenne a fiatalokat a minőségi borfogyasztásra ösztönözni, akár borestek, borklubbok szervezésével, hiszen ők alkotják a jövő fogyasztóit.

MTA

CSORDÁS ANDREA
csordasandrea99@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 7. félév
Pannon Egyetem
Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:
Dr. Joó István
egyetemi adjunktus, PE ZEK

A ZALAZONE KUTATÁSI ÉS TECHNOLÓGIAI KÖZPONT EFQM MODELL ALAPÚ ÉRTÉKRENDSZERÉNEK KIALAKÍTÁSA

A vállalatokon belüli változáskezelés és a teljesítménynövelés szerepe jelentősen felértékelődött az elmúlt években, a piaci trendekhez való igazodás minden vállalkozás számára nélkülözhetetlen a fejlődéshez és a piaci pozíciójuk fenntartásához, így úgy gondolom a téma aktualitása vitathatatlan. Vizsgálandó terület az EFQM modell alapú értékrendszer kialakítása, a problémafelvetés a különböző szakirodalmak összehasonlítása, trendek vizsgálata.

Kutatási célom a ZalaZONE Kutatási és Innovációs Központ EFQM modell alapú értékrendszerének kialakítása, valamint ezt a célkitűzést elősegítő kérdéskör megválaszolása. A kutatási kérdéseim az alábbiak lennének.
• Mit nevezünk értékrendnek egy vállalaton belül?
• Hogyan alakítható ki az értékrend?
• Mi a különbség az értékrend és az értékteremtés között?
• Mi az EFQM modell alapja?
• Mi a különbség a régi és új EFQM modell között az érték szempontjából?

A primer kutatás során kvalitatív technikát alkalmaztam. A ZalaZONE ökoszisztémában egy strukturált interjús felmérés keretein belül kérdeztem meg a vállalat adott dolgozóit, hogy szerintük mi a vállalat stratégiai célja, milyen vállalati értékeket tudnak megnevezni, milyen olyan értékeket említenének meg, amelyek a vezetőség személyéből adódnak, illetve milyen követendő példát, fejlesztési javaslatot tudnának mondani az értékrend kialakításával kapcsolatban.

A validált primer kutatásom során készítettem ugyanebben a kérdéskörben egy újabb interjúsorozatot, amelyben azt vizsgáltam, hogy milyen változás történt az értékrend kialakítása során. Adatelemzési módszerként különféle mérőszámokkal vizsgáltam az értékek megvalósulását.

Az eredmények alapján bebizonyosodott a hipotézisem, vagyis a vállalati értékrend jól meghatározható és különféle módszertanok megismerésével hosszú távon kialakítható egy olyan vállalati értékrend, amely tükrözi a vezetőség, a munkavállalók értékítéletét, vagyis ez a kialakított értékrend integrálható a vállalat működésébe, döntési folyamataiba.

MINTA

SOMOSI FANNI
fanni.somosi@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Vállalkozásfejlesztési Intézet

Témavezető:
Felsmann Balázs
adjunktus, BCE GT

CSŐDKÖZELI ÁLLAPOTBÓL A PÁRIZSI DIVATHÉTRE

A dolgozat vállalatelméleti és nemzetközi stratégiai menedzsment keretrendszeren belül határozza meg, hogy a Nanushka 2016-ban átalakított üzleti modellje hogyan képes a vállalat sikerét biztosítani a nemzetköziesedésen keresztül. A Nanushka üzleti modell megvizsgálásához az Osterwalder és Pigneur-féle Business Model Canvas elemzési eszközt, a vállalat fejlesztési lehetőségeinek elemzéséhez az Ansoff-mátrixot, a nemzetköziesedsési szint vizsgálatához pedig a transznacionális indexet használja fel. A vállalatelméletek közül az erőforrás-alapú elmélettel a Nanushka kulcs erőforrásait, míg a vállalkozói elmélettel a cég nemzetközi terjeszkedést elősegítő vállalkozói szerepet állapítja meg. Az elemzésben a Nanushka dinamikus képességeinek értékelése is szerepel. A dolgozat felméri a kortárs divatszegmens regionális helyzetét és lehetőségeit, illetve, hogy a szegmensben milyen erőforrások biztosíthatnak a szereplők számára versenyelőnyt. A dolgozat megállapítása közé tartozik, hogy a Nanushka egy vezető pozíciót tölt be a régióban, valamint az átalakított üzleti modellben dominánsan vannak jelen a nemzetközi piacra lépést támogató folyamatok, eszközök. Emellett a dolgozat meghatározza, hogy a Nanushka kulcs erőforrása a már a cég kezdetek óta is folytatott influenszer marketing, illetve a márkaidentitás, majd megvizsgálja a nemzetköziesedés lehetőségét felismerő vállalkozó szerepét. A dolgozat továbbá felméri a nemzetköziesedést támogató folyamatokat, képességeket és stratégiákat. Végül a szerző felméri a Nanushka jövőbeli lehetőségeit és nemzetközi potenciálját.

MINTA

MAGYAR DONÁT ISTVÁN
magyardt@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Vállalkozásfejlesztési Intézet

Témavezető:
Felsmann Balázs
egyetemi docens, BCE GTK

EGY CSÉSZE INNOVÁCIÓ – AVAGY A KAPSZULÁS KÁVÉK PIACA

A kávé tekintélyes kultusszal rendelkezik, az emberek mindennapjainak szerves részévé vált. Az utóbbi tíz évben, a kapszulás kávéfőzők hatalmas sikert arattak a háztartások körében, szerte a világon. A kapszulás kávék piacán évtizedekig a Nespresso volt az egyedüli szereplő, azonban az egyedülálló technológiáit őrző szabadalmak lejártak, így versenytársak sokaságával találták szembe magukat. Ma már szinte alig van olyan, a kávépiacon jelenlévő vállalat, amely ne fejlesztett volna saját kapszulás kávéfőzőt és/vagy ne árulna Nespresso kompatibilis kávékapszulát. Kutatást végeztem annak érdekében, hogy feltárjam, hogyan reagált a Nespresso a versenytársak tömeges megjelenésére és milyen stratégiát követ annak érdekében, hogy megőrizze előkelő pozícióját a kapszulás kávék piacán. Ezt követően összehasonlítottam a Nespresso és két versenytársa, az Illy és a Bialetti marketingtevékenységét a marketingmix segítségével. Kérdőíves, kvantitatív kutatást is folytattam, hogy megvizsgáljam, van e kapcsolat bizonyos demográfiai adatok (lakóhely, életkor) és a háztartásban megtalálható kávéfőző típusa, valamint az új kávéfőző vásárlását megelőző tájékozódási forrás között. Kérdőívem segítségével azt is felmértem, hogy a kitöltők mely szempontokat tartják a legfontosabbnak egy új kávéfőző vásárlása esetén. Végezetül a Nespresso társadalmi és környezeti fenntarthatóság iránti törekvéseit vettem górcső alá, illetve egy merőben új, a legtöbb nagyvállalat számára ismeretlen piacot mutatok be, amiben hatalmas lehetőség rejlik. A kutatási eredményeim rámutattak arra, hogy a háztartásban megtalálható kávéfőző típusa független a kitöltő életkorától és lakóhelyétől. A vizsgált tájékozódási források közül, egyedül az internetes portálok felkeresése mutatott statisztikailag szignifikáns kapcsolatot a fiatalabb kitöltőket tartalmazó korcsoporttal, azaz a 45 év alattiakkal. A kérdőív kitöltői számára a négy legfontosabb szempont kávéfőző vásárlásakor az elkészíthető kávé minősége, a kávéfőző ára, ismerősök/család/barátok ajánlása és a saját múltbeli tapasztalataik. Kutatásom során arra jutottam, hogy a Nespresso egyedülálló fogyasztói márkaértéket (consumer based brand equity) épített fel, ami tartós versenyelőnyt biztosít a versenytársakkal szemben.

MINTA

BARTALIS BALÁZS
bartalis.balazs@gmail.com
Menedzsment
BA, 6. félév
Babeș-Bolyai Tudományegyetem

Témavezető:
Szász Levente
egyetemi tanár, RO BBTE

ROBOTIZÁLT ÉS OKOS MEGOLDÁSOK ALKALMAZÁSÁNAK HATÁSVIZSGÁLATA A MEZŐGAZDASÁGBAN

A dolgozat témája a smart technológiák, valamint a robotizálás előnyeinek, és hátrányainak vizsgálata a mezőgazdaságban, azon belül főként koncentrálva a tejtermelés területére. A dolgozatban egy tejtermelő vállalat esetén vizsgáltuk meg, hogyan befolyásolja az új technológiák, azon belül is főként a smart technológiák bevezetése a vállalat fejlődését, milyen nehézségekkel néz szembe a vállalat vezetése, és milyen előnyöket élvez ezen technológiák használata során. A kutatás során fontos szempontot jelentett megvizsgálni, hogyan hat az újonnan bevezetett technológia a meglévő humán erőforrás feladataira. A dolgozat esettanulmány módszerével vizsgálja meg az adott témát, amely alpajául a vállalat vezetőével készített mélyinterjú, valamint a vállalat által felhasználásra bocsátott adatok szolgáltak. A dolgozat révén egy reális képet kapunk, hogy milyen hatásai vannak 2020-2021-ben az automatizálásának Románia középső régiójában müködő vállalkozásra.

MINTA

FAZEKAS RÉKA
fazekas.reka7@gmail.com
Vállalkozások fejlesztésének menedzsmentje
MA, 4. félév
Partiumi Keresztény Egyetem

FÜLEKI SÁNDOR BOTOND
fuleki-sandor@partium.ro
Vállalkozások fejlesztésének menedzsmentje
MA, 4. félév
Partiumi Keresztény Egyetem

Témavezető:
Dr. Nábrádi András
egyetemi tanár, RO PKE

SIKERES STRATÉGIA RECEPTJE, AVAGY A MERCEDES-BENZ MANUFACTURING HUNGARY STRATÉGIAI ELEMZÉSE

A Mercedes-Benz Manufacturing Hungary Kft. bizonyára minden ember számára ismert, azonban nem mindenkinek elérhető, hiszen egy luxautómárkáról van szó. Minket egyetemi közgazdász hallgatókat hajt a kíváncsiság megtudni, milyen stratégia alapján épül fel és az adódó gazdasági változásokra, hogyan reagál és miként tartja meg pozícióját a piacon. Még a Covid19 járvány adta akadályokat is sikeresen küzdötte le, valamint a környezetvédelemre is nagy hangsúlyt fektet a hybrid, elektromos autók értékesítésével és a gyártási folyamat egyre inkább környezetszennyezés mentessé tételével. A különböző stratégiai elemzési módszereket követve szeretnénk átfogó képet kapni a vállalat működéséről. A külső és belső faktorok értékelésével olyan információ birtokába kerülhetünk, amely a mélyebb elemzési módszerek alkalmazásában nyújt nagy segítséget. A versenytárs értékelés stratégiai menedzsment eszköztárában fellelhető módszer alkalmazásával az eddigieken túl pedig arra kerestük a választ, hogy a Mercedes hol sikeres, és hol nem a fogyasztói sikertényezők kielégítésének mértékében.

MINTA

KURUCSÓ ZALÁN
zalankuruc@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 7. félév
Eötvös Loránd Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Laáb Ágnes
egyetemi docens, ELTE GTK

STRATÉGIA ÉS ÜZLETI MODELL ELEKTROMOS MOTORKERÉKPÁROK GYÁRTÁSÁRA ÉS TERJESZTÉSÉRE

Vajon mi inspirálja a motorkerékpár gyártókat az elektromos hajtás alkalmazására? Milyen üzleti modell nyújt keretet a legjobb megoldáshoz? Elegendő csak a gyártásban gondolkozni vagy célszerű a terjesztést is saját kézbe vonni? – e kérdésekre kerestem választ a dolgozatomban.

Bemutattam, a motorkerékpárok fejlődéstörténetét az elektromos motorkerékpárokig. Piackutatást folytattam a motorkerékpárok jelenlegi piaci helyzetéről. Kiderült, hogy ma még csekély az elektromos motorkerékpárok eladási aránya. A piacra feltörekvő ázsiai gyártók hatoltak be, a legnagyobb motorkerékpár gyártóknak nincs elektromos motorkerékpárja.

Trendelemzésre alapozva feltártam a legfontosabb szempontokat, amelyekkel számolni kell a stratégia kidolgozásakor. Az irányválasztáshoz SWOT-portfólióval mutattam be a szóba kerülhető stratégiákat, melyek közül a diverzifikált – meghúzódó stratégia tűnik a legkivitelezhetőbbnek. Ezt követően vázoltam három lehetséges forgatókönyvet, melyek közül az optimista megközelítés biztosítja a legmegfelelőbb feltételeket. A vevői igények felmérésére kidolgozott kérdőíves felmérésem eredményeit az üzleti modell kidolgozása során hasznosítottam.

Végül pedig a választott stratégia és az optimista forgatókönyv alapján a gyártásra bemutattam egy 7K modellre épülő üzleti modellt, majd a terjesztés tekintetében is bemutattam egy lehetséges megoldást egy bérlési szolgáltatásra épülő 7K modellel.

MINTA

Stratégia- és változásvezetés, tanulás-, tudásmenedzsment II.

Elnök:	Prof. Dr. Balaton Károly	ME GTK
Társelnök:	Prof. Dr. Fogarasi József	PKE GTK
Tag:	Prof. Dr. Dunay Anna	NJE
Tag:	Dr. habil. Popovics Péter András	DE GTK
Tag:	Dr. Pelles Márton	PSAT

MINTA

VIZI TÍMEA
vizitimi99@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 5. félév
Pannon Egyetem
Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:
Balázsné Dr. Lendvai Marietta
főiskolai docens, PE GKZ

A BANKOK TUDÁSMEGOSZTÓ SZEREPE A VÁLLALKOZÁSOK PÉNZÜGYI KULTÚRÁJÁNAK FEJLESZTÉSÉBEN

A modern, jól működő vállalatok üzleti stratégiájának elengedhetetlen része a tudásmenedzsment, hiszen a vezetés esszenciája, hogy a felhalmozódott tudást gyümölcsöző formába alakítsuk át. Egy folyamatosan fejlődő cég számára minden információ, régi jó gyakorlat vagy tapasztalat kincset ér, viszont ezek helyes összegyűjtése, rendezése és továbbadása nélkül aligha lehet hosszú távon eredményes üzletmenetet folytatni. A belső információs rendszeren kívül ma már a vállalkozások számos külső információforrásra és tudástárra is támaszkodhatnak. Vajon a bankok szolgáltatási palettájuk bővítésén kívül milyen tudásmegosztó szerepet vállalnak, amivel a vállalkozói szektornak segítséget nyújtanak?

A kérdés megválaszolásához vezető úton dolgozatomban kitérek a tudásmenedzsment elméleti oldalára, majd a vállalkozások pénzügyi kultúráját veszem górcső alá.

Pályamunkám gyakorlati részében egyrészt feltérképezem, majd összemérem a hazai nagybankok tudásmegosztó stratégiáját és gyakorlatát a vállalkozások irányába, másrészt online kérdőíves felmérés keretében zala megyei cégek tapasztalatait és benyomásait mérem fel elsődleges bankjuk tudásmegosztó tevékenységéről, s aktivitásáról. Végül javaslatokat teszek az eredmények alapján, hogy a bankok hogyan tudnák javítani tudásteremtő- és megosztó erejüket, s ezáltal versenyképességüket.

Az egyre kiélezettebb versenyben szem előtt kell tartani a banki szolgáltatóknak is De Geus, a Royal Dutch Shell egykori stratégiai tervezési igazgatójának gondolatait, miszerint „A jövő egyedüli fenntartható versenyelőnye az a képesség lesz, ha egy cég gyorsabban tud tanulni, mint versenytársai.”

MINTA

KÁROLYI HENRIETT
kiraly.henriett@kodo.hu
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 3. félév
Kodolányi János Egyetem

Témavezető:
Wirthné Móricz Zsuzsanna
óraadó tanár, KJE

KAMÉLEON ÜZLETI MODELL INNOVÁCIÓ

A kaméleon modell nem az egyes szereplők kimagasló innovációs képességeire kíván építeni, - bár azokat kész integrálni, és számukra széles teret biztosítani - hanem egy kidolgozott módszer alapján segíti a cégek széles körűen értett működését és stratégiáját a gazdasági környezetbe illeszteni és fejleszteni.

A modell nem a nagy tömeget, anyagi erőt, befolyást és lendületet képviselő vállalkozásokra össz-pontosít, hanem a kisebb, innovatív szakaszban működő vállalkozásokat célozza meg.

Ehhez egy döntéselmélettel is támogatott szoftver kidolgozását tervezem a dolgozatban ismertetett alapokon, további kutatások és saját vállalkozásomban tervezett éles próba eredményeire építve és azokat is felhasználva.

Ez az üzleti modell a startup-típusú gondolkodást kiterjeszti az üzleti modellre és nem fordítva, ezáltal képes az innovációs képességeket gazdasági vonalon is kiteljesíteni.

A kaméleon helyi (tapintható) intelligencián / problémamegoldáson nyugvó globálisan terjeszkedni képes (és arra is tervezett modell), amely – a startuphoz hasonlóan - maga a változás, és ennek a vállaltan dinamikus a modellnek a fejlesztését is ezen elv mentén kívánom folytatni.

MINTA

SPEKHARDT FANNI
spekhardtfanni@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 7. félév
Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

VÉGH BERNADETT
v.bernadett.001@gmail.com
Műszaki menedzser
BA, 7. félév
Széchenyi István Egyetem
Audi Hungaria Járműmérnöki Kar

Témavezető:
Dr. Szabó Zsolt Roland
egyetemi docens, SZE KGK

NÖVEKEDJÜNK, DE HOGYAN? 11 LÉPÉSBEN.

A vállalatok életében mind hazai, mind nemzetközi szinten jelentős kihívást jelent a szervezeti növekedés fenntarthatósága. A tanulmány empirikusan a magyarországi kis- és középvállalkozásokra (KKV-k) fókuszál, azonban a témakör világszerte releváns kérdésnek számít. A kutatás korábbi, hazai, illetve nemzetközi növekedési modellek összevetése alapján hoz létre egy aktualizált modellt, amely végig kíséri a teljes vállalat fejlődési folyamatot és annak lépéseit, akadályait. A szakirodalom feldolgozás során összehasonlításra kerülnek a korábbi vállalati életciklus modellek, melyek alapján végig vezethető a fejlődési folyamat. A dolgozat kvalitatív kutatási módszerrel vizsgálja a KKV-k növekedési életciklusának folyamatát. A módszertan alapját és az elmélet gyakorlatiasságát különböző iparágban működő cégekkel készült mélyinterjúk, megfigyelések és dokumentumelemzések adják. Ennek eredményeként meghatározásra kerültek a növekedési folyamat szakaszainak főbb jellemzői, illetve azok kockázatai. Minden egyes vállalat behatárolásra kerül, hogy a szervezeti fejlődés folyamatának melyik lépcsőjén áll. Továbbá a kutatás kitér az ügyvezetők által megfogalmazott tanácsokra, melyeket összehasonlítva megállapítja azokat a tényezőket, amelyek támaszt nyújthatnak más cégek számára. Mindemellett felhívja a figyelmet a külső veszélyforrások meglétére, és azok kezelésének fontosságára.

MINTA

DÉKÁNY JÓZSEF PÉTER
dekanyj77@gmail.com
Számvitel
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

PAPIK RÉKA
r.papik97@gmail.com
Vezetés és szervezés
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

NÉMETH ÁRON LÁSZLÓ
aron.nemeth8@gmail.com
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Fáykiss Péter
igazgató, MNB

„SOSEM LEHETÜNK ELÉG FELKÉSZÜLTEK" – A KORONAVÍRUS JÁRVÁNY HATÁSAI A HAZAI BANKSZEKTOR DIGITALIZÁCIÓJÁRA

A koronavírus járvány berobbanása pillanatok alatt változtatta meg a mindennapokat. A járványhelyzet és az annak megfékezése céljából bevezetett korlátozások a bankoktól is gyors reakciót igényeltek, mely próbára tette digitális képességeiket. A dolgozat kutatási kérdése, hogy hogyan hatott a járványhelyzet a magyarországi bankszektor digitalizációjára. A kérdés megválaszolásához először a szerzők áttekintik a releváns nemzetközi szakirodalmat, ami alapján négy fő irányt különítenek el; 1) termékek és szolgáltatások digitalizációjára gyakorolt hatások; 2) bank alkalmazkodóképességére és reakció idejére vonatkozó hatások; 3) digitalizációval kapcsolatos fogyasztói szokásokban és elvárásokban bekövetkező változások; 4) banki munkavégzésre és munkavállalókra gyakorolt hatások. Ez alapján a szerzők a grounded theory módszertanával elemzik a magyarországi helyzetet, amihez 8 félig strukturált interjút készítenek. A mintában lévő intézmények a hazai hitelintézeti csoportok túlnyomó többségét, mintegy 69 százalékát fedik le mérlegfőösszeg alapján, a hazai összes, részvénytársasági formában működő hitelintézethez viszonyítva pedig mintegy 54 százalékos a lefedettség. Az elemzés során a mintán belül három szegmenst különítenek el digitalizációs érettség szerint; 1) lemaradó inkumbens bankok, 2) haladó inkumbens nagybankok, 3) új generációs bankok. Az eredmények alapján a hazai bankszektorban hasonló változások figyelhetőek meg a digitalizáció kapcsán, mint a nemzetközi szakirodalom alapján leírtak, azonban a szerzők által kialakított három szegmensben egészen más történetek és tanulságok rajzolódnak ki. A kutatás relevanciáját és egyediségét adja, hogy korábban még nem készült átfogó tanulmány a koronavírus hatásairól a hazai bankszektor tekintetében.

MATRIA

ERDÉLYI ÁDÁM
adam.erdelyi@stud.uni-corvinus.hu
Nemzetközi gazdálkodás
BSc, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Stocker Miklós György
egyetemi docens, BCE VTI

A MAKROKÖRNYEZET HATÁSA AZ EXPORTÁLÓ MAGYAR KÖZÉP,- ÉS NAGYVÁLLALATOK VERSENYKÉPESSÉGRE

Ez a kutatás a Budapesti Corvinus Egyetem Versenyképességi Kutatóközpontja által vezetett kutatási program keretében valósult meg. Kutatásomban arra keresem a választ, hogy milyen hatással vannak a makrokörnyezet egyes elemei az exportáló magyar közép-, és nagyvállalatok versenyképességére. Ehhez a Stratégiai Menedzsment irodalmában népszerű intézmény alapú vállalatelméletet (institution-based view) választottam mint elméleti alap a későbbi empirikus elemzéshez, míg a vállalati versenyképesség mérésére a Vállalati Versenyképességi Indexet (VVI) használtam fel. Az adatfelvétel kérdőíves módszerrel történt 2018 és 2019 között és ebben a tanulmányban egy 108 elemű exportáló magyar közép-, és nagyvállalatokat tartalmazó mintán keresztül vizsgáltam meg a kutatási kérdést. A felhasznált faktorelemzés és regressziós elemzés eredményei alapján kimondhatjuk, hogy a közigazgatás, a külgazdasági intézményrendszer, az oktatás, a munkaerőpiac és a bérszínvonal pozitív hatással van a VVI indexre vagy egyes komponenseire, míg a politikai környezet, a hitelfelvételi lehetőségek és az adórendszer változásai negatív hatást tanusítanak. A tanulmány hozzájárul a jelenlegi szakirodalomhoz azzal, hogy egyszerre több makrokörnyezeti elem hatását is vizsgálja és a versenyképesség mérésére egyetlen profitabilitási tényező helyett egy komplex indexet alkalmaz.

MINTA

AJTAY ADRIENN
ajtay.adrienn@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. Hegedűs Szilárd
főiskolai docens, BGE PSZK

VÁLLALATI VÁLSÁGKEZELÉS

2022-ben már nem az első, globális hatású válsággal kell szembenéznie a világnak. Ezen idő alatt közelről figyelemmel követtem, amint a környezetemben működő vállalkozásoknak folyamatosan innovatívan kellett reagálniuk az elmúlt évek kihívásaira.

A válságmenedzselés tapasztalataiból arra következtethetünk, hogy a vállalatoknál megjelenő krízis hátterében általában sokrétű probléma áll, hiszen egyszerre kell javítania a pénzügyi, stratégiai, jövedelmezőségi és piaci helyzetén is. Kutatásom során törekedtem minél többet megtudni a válságmegelőzésről, - és kezelésről elérhető szakirodalomban ajánlott technikákról majd, a KSH és más korábbi kutatómunkák statisztikai adatfelméréseire, illetve személyes interjúimra támaszkodva értékeltem az elméleti modellek, a pénzügyi mutatók és válságkezelési stratégiák gyakorlati használatát. Vállalatok vezetőivel készített interjúk során személyes történeteik is részét képezték a kvalitatív adatgyűjtésnek.

Dolgozatom fő hipotéziseként párhuzamokat kerestem az elméleti válságkezelés szakirodalmában fellelhető és a gyakorlatban jól bevált stratégiák között. A vizsgálatom eredményei azt mutatják, hogy különösen a magyar kis, - és középvállalkozások körében nincsen érvényben egy határozott válságmenedzselési stratégia. A kihívásokra érkező reakciókat inkább a vezetői improvizáció, tapasztalat vezérli. Ugyan eltérő tudatossággal, de érvényben vannak azok az elemek, melyek összefoglalásából a vállalati kríziskezelés szakirodalma táplálkozik.

Ezen kívül arra is kerestem a választ, hogy a kis, - és középvállalkozások helyzetének elemzése során használnak-e különféle pénzügyi mutatókat, illetve ezeknek az eredményei befolyásolják-e a döntéseiket. A feltételezésemmel ellentétben a pénzügyi mutatókat nem minden vállalkozás használja egy válság előrejelzésére, más eszközökkel azonban folyamatos visszatekintő elemzést folytatnak, hogy felkészülhessenek a jövő kihívásaira.

Végül arra a harmadik hipotézisre kerestem a kutatásom során igazolást, hogy a válságok idején az említett vállalkozásokat nagyban segítik az állami támogatások (például a kedvező hitelkonstrukciók, a fizetési moratórium, vagy a munkahelymegőrző támogatás). A környezetemben működő vállalkozások jövőképére ezen eszközök nem gyakoroltak számot tevő hatást. Az érintettekkel ápolt jó kapcsolat, a kommunikáció szerepe és a megfelelő cash-flow menedzsment azonban annál inkább döntő tényezők a vállalatok életében.

MINTA

Számvitel, Kontrolling - Kontrolling, elemzés

Elnök:	Dr. Szóka Károly	SOE LKK
Társelnök:	Dr. Musinszki Zoltán	ME GTK
Tag:	Dr. Lakatos László Péter	BCE GTK
Tag:	Dr. Fülöp Katalin	NKE ÁNTK
Tag:	Dr. Budai Eleonóra	PTE KTK

MINTA

KAPOSVÁRI LÁSZLÓ TAMÁS
kaposvari.lt@gmail.com
Földrajztanár - történelemtanár
Osztatlan, 5. félév
Miskolci Egyetem
Bölcsészettudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Varga Krisztina
adjunktus, ME GTK
Veresné Prof. Dr. Somosi Mariann
egyetemi tanár, ME GTK
Jankó Dániel
tanácsadó, Youth Business Group

ADATVEZÉRELT KÖZLEKEDÉSI VÁLLALAT. A TÖMEGKÖZLEKEDÉSI SZOLGÁLTATÁS TERVEZÉSE ÉS KONTROLLINGJA ÜZLETI INTELLIGENCIA MEGOLDÁSOKKAL

Napjainkban egyre nagyobb jelentősége van az adatvezérelt működésnek, azaz az adatalapú döntéshozatalnak és folyamatszabályozásnak. Az adatalapú döntéshozáshoz természetszerűleg rengeteg adat kell; a forrás adatok szenzorok, chipek, kamerák és egyéb mérőeszközök által szerezhetők be, ezek automatikus feldolgozásához és kiértékeléséhez pedig informatikai megoldásokra van szükség.

Egy közlekedési vállalat adatvezéreltté tételéhez már jelenleg is sok adat áll rendelkezésre, hiszen az informatikai rendszerek a járművek mozgását rögzítik, a járatok tényleges indulási és érkezési időpontját, illetve a menetrendtől való eltéréseket naplózzák, továbbá az eladott jegyek, bérletek és más értékesített termékek darabszámáról is naprakész kimutatások vannak. Azonban az utasszámokról jelenleg nincsenek adatok mindegyik járat vonatkozásában, mert a járművek többsége nem rendelkezik automatikus utasszámláló berendezéssel, amely lehetővé tenné a férőhelykihasználtság nyomon követését. Ez igen nagy hiány, mivel a szolgáltatástervezést, azon belül is leginkább a kapacitások méretezését alapvetően befolyásolják, illetve jelenleg inkább csak befolyásolnák az utasszámadatok. Fiatalabb koromban sokat játszottam a Traffic Giant nevű videojátékkal, melyben a fő cél egy kitalált város tömegközlekedésének megszervezése és üzemeltetése oly módon, hogy közben a közlekedési vállalat bizonyos mutatóknak is megfeleljen (cégérték, szolgáltatás lefedettsége, cég megítélése stb.). Bár ez „csak” egy számítógépes játék, amit ráadásul elég régen, 2000-ben adtak ki, mégis nagyrészt azt modellezték benne, amiről a hazai közlekedési vállalatok még ma is csak álmodhatnak.

Ahhoz, hogy egyszer majd a hazai közlekedési cégek is a játékban szimulálthoz hasonló adatvezérelt közlekedési vállalattá válhassanak, rengeteg adatra, adattárházra, kiegyensúlyozott mutatószámokra és ezekre épülő kontrollingrendszerre, megbízható informatikai háttérre és magasan képzett szakemberekre lesz szükség. Dolgozatomban ismertetem, hogy az adatalapú szolgáltatástervezéshez milyen bemenő adatok kellenek, milyen teljesítmény- és eredménymutatók vannak jelenleg, illetve azt is, hogy milyenekre lenne még szükség a szolgáltatás objektív minősítéséhez. Továbbá bemutatom azokat a Power BI szoftverrel létrehozott adatvizualizációkat is, melyeket külső konzulensem segítségével készítettem annak szemléltetésére, hogy már a terv adatokból is, viszonylag egyszerűen milyen fontos döntéstámogató kimutatások érhetők el.

RÁCZ RENÁTA
raczreni@outlook.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 7. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Szőllősi László
egyetemi docens, DE GTK

A MAGYAR, A LENGYEL ÉS A SZLOVÁK ÉDESSÉGIPARI VÁLLALATOK GAZDASÁGI ÖSSZEHASONLÍTÁSA 2018 ÉS 2020 KÖZÖTT

Az évszázadok során az édességek a mindennapjaink részévé váltak. Ezt mi sem bizonyítja jobban, mint az, hogy 2020-ban globális szinten az élelmiszeripar bevételének legnagyobb hányadát (18%) az édességek tették ki. A világon sok vállalat foglalkozik édességgyártással, amelyek közül számos vállalat világszerte ismert. A legnagyobb árbevétellel a Mars Wrigley Confectionary rendelkezik, évente 18 milliárd dolláros árbevételre tesz szert.

Dolgozatom célja a magyar, a lengyel és a szlovák édességipari vállalatok gazdasági összehasonlítása a 2018 és 2020 közötti időszakban, amely során többek között bemutatásra kerül az átlagos vállalkozásméret az éves nettó árbevétel és a mérlegfőösszeg alapján. Emellett a Lorenz-görbe és a Gini-index használatával a koncentráció is vizsgálatra kerül. Sor kerül az üzemi, üzleti tevékenységek eredményének, s végül pedig különböző mutatók (ROA, ROS, ROE) alapján az országok vállalatainak a jövedelmezőségének elemzésére is.

A gazdasági összehasonlításhoz az EMIS adatbázis adatait használtam. Az elemzés első részében 39 magyar, 78 lengyel és 20 szlovák vállalat adatait elemeztem, viszont a jövedelem és a jövedelmezőség alakulásához nem állt rendelkezésre elegendő adat minden lengyel vállalatra, így 59 vállalat üzemi (üzleti) tevékenység eredménye és jövedelmezőségi mutatói kerültek felhasználásra.

Az elvégzett elemzések alapján megállapításra került, hogy a vizsgált országokban a legnagyobb arányban mikrovállalkozások találhatók, de Szlovákia kivételével a másik két országban egész szépen megoszlanak a vállalkozások a különböző méretkategóriák (mikro-, kis-, közép-, nagyvállalkozás) között. A koncentrációt tekintve pedig mindhárom országban igen magas a koncentráció. Árbevétel alapján a lengyel vállalatok a legkevésbé, a szlovák vállalatok pedig leginkább koncentráltak, míg mérlegfőösszeg alapján a magyar vállalatokra jellemző a legkisebb koncentráció, és a lengyel édességipari vállalatokra pedig a legnagyobb koncentráció.

Az eredmények azt mutatják, hogy a lengyel édességipari vállalatok teljesítettek a legjobban 2018 és 2020 között, ezeket követik szorosan a magyar vállalatok. A szlovák vállalatok nagy része viszont veszteséges volt a vizsgált időszakban.

MINTA

PUPOS CINTIA
cintiapupos10@gmail.com
Állattenyésztő mérnöki
MSc, 1. félév
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Állattenyésztési Tudományok Intézet

Témavezetők:
Dr. Borbély Csaba
egyetemi docens, MATE AÉGI
Dr. Szabari Miklós
egyetemi docens, MATE ATI

A SZÁRAZONÁLLÁSI IDŐSZAK ÜZEMGAZDASÁGI ELEMZÉSE TEJELŐ TEHENÉSZETBEN

Hazánkban a termelt tej meghatározó volumenét olyan koncentrált, szakosított mezőgazdasági évvel ezelőtt alakult ki, ezért a tej minőségének és a termelés hatékonyságának javulása érdekében a tejtermelőknek komoly erőfeszítéseket kell tenniük. A célkitűzést két fő pontban fogalmaztam meg: egyrészt létrehozni a tejtermelésen belül egy szimulációs modellt, másrészt ennek a modellnek a segítségével egy laktációs termelésen belül különböző üzemi helyzeteket elemezni. A dolgozat elkészítésekor szekunder és primer forrásokat használtam. A tejtermelés modellezésére egy termelésszimulációs modellt készítettem. A modell Microsoft Excelben működik, ahol az összesítő oldalon laktációs napokra számítja ki költségnemenként a termelés minden költségét és árbevételét. A baseline laktáció első nyolc hetében a termelés minden napja nyereséges, aztán a következő 8 hétben is az látható, hogy a nyereséges napok túlsúlyban vannak. Majd következik négy hét, ahol visszaesett a termelés, ezzel együtt a nyereséges napok száma, majd ismét hosszabb periódus látható, ahol több nyereséges nap van. Ebben a laktációban a 33. héten kezd tartósan csökkeni a termelés, majd a 36. hét után mindössze Önmagában a szárazonállás hosszának változtatása nem teszi rövidebbé a két ellés közötti időt, „csak” a termelő – nem termelő napok arányát módosítja. Amennyiben ez az időszak rövidebb mint 60 nap, úgy azt a tehenet hosszabb ideig fejik és az improduktív időszak lesz rövidebb. Annak megítéléséről, hogy ez milyen módon befolyásolja a termelés eredményét, csak egyedi elbírálás alapján lehet véleményt nyilvánítani. Az adott elemzésben abból indultam ki, hogy ha tovább fejt nap vesztesége kisebb, mint a szárazonállás egy napjának tartási költsége, akkor érdemes tovább fejni az állatot. A modellben hét napig sikerült -az adott költség adatok – mellett ezt a helyzetet megfigyelni.

Az adott hipotézis megítélésénél figyelembe kell venni, hogy a decemberi adatok miatt a költség oldal már drasztikusan megemelkedett, így az eredmény lényegesen elmarad a várttól, de összességében a H2 hipotézisem elfogadásra került.

MINTA

CSERNÁK MARTIN DÁNIEL
csmd340@gmail.com
Pénzügy és számvitel alapszak
BA, 7. félév
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

Témavezető:
Pásztor Márta Zsuzsanna
mestertanár, MATE VFGI

AZ ELEKTRONIKUS KERESKEDELEM VIZSGÁLATA AZ ANONIM KFT. ONLINE TEVÉKENYSÉGE, VALAMINT GAZDASÁGI, PÉNZÜGYI ELEMZÉSÉN KERESZTÜL, 2017-2021 IDŐINTERVALLUMBAN

A Tudományos Diákköri Konferenciára készített dolgozatomban az Anonim Kft. elektronikus kereskedelmi, valamint gazdasági és pénzügyi elemzését végeztem meghatározott mutatószámok mentén. Kutatómunkám fő irányvonalát és alapkérdését a vizsgált cég eredményességi paramétereinek tendenciái és változásai jelentették 2017-2022 időintervallumban. Az elektronikus kereskedelemmel kapcsolatos elemzéseim és a pénzügyi mutatószámokkal végzett vizsgálatok együtt, egymást kiegészítve alapozzák meg az eredményeket.

Vizsgálataim során primer kutatás keretében az Anonim Kft. beszámolói alapján végeztem számításokat, emellett a Porter-féle 5 tényezős modell segítségével vizsgáltam a céget. Ezeket kiegészítve interjút készítettem a cég ügyvezető-tulajdonosával, melynek célja volt a további információszerzés és az egyes eredmények megerősítése vagy esetleges elvetése. Ezt követően pedig az áruátvétellel és fizetésekkel kapcsolatosan igyekeztem hasznos információkat szerezni a céget illetően.

Az elért eredmények alapján kijelenthető, hogy a cég az elmúlt időszakban folyamatosan fejlődött és a COVID 19 okozta világjárvány idejében rohamos növekedésnek indult. Összességében megállapítható, hogy mind az elektronikus kereskedelemmel kapcsolatos elemzések, mind a gazdasági, pénzügyi elemzés vonatkozásában használt mutatószámok pozitív eredményre vezettek általánosságban a céget illetően. A vállalkozás helyzete jó, folyamatos növekedés jellemezi az elmúlt évek során. A vizsgálatokból kiderül, hogy egy elektronikus kereskedelemmel foglalkozó cég esetében nem csak az egyoldalú vizsgálat – tehát például nem csak a klasszikus pénzügyi mutatószámok vagy csak az elektronikus kereskedelemmel kapcsolatos vizsgálati módszerek (megrendelések, fizetések elemzése) vezetnek pontos eredményre, hanem a kettő kombinációja tud világos képet adni a cég helyzetéről. A vizsgálatok alapján arra az általános következtetésre jutottam, hogy a két elemzési módszer a céget illetően tökéletesen kiegészíti egymást és reális képet képes adni a vállalkozásról. Véleményem szerint az elektronikus kereskedelemből nyerhető adatokat (megrendelések, fizetések, vásárlói aktivitás) folyamatosan elemezni szükséges a jövőben, ezt folyamatosan kiegészítve gazdasági és pénzügyi mutatószámokkal történő vizsgálatokkal az éves beszámolók alapján.

MINTA

JANKA ANASZTÁZIA
janka.anasztazia@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. Bán Erika PhD
főiskolai docens, BGE PSZK

ÉTKEZÉS LEMONDÁS NÉLKÜL! – A „MENTES" ÉLELMISZERIPAR JÖVEDELMEZŐSÉGÉNEK ELEMZÉSE

Napjainkban számos embert foglalkoztat az egészséges táplálkozás. Míg a társadalom egy részét pusztán a felkapott trend miatti érdeklődésük vezérli, addig napról-napra egyre több olyan személy van, akik valamilyen betegség miatt kényszerülnek bizonyos élelmiszerek elhagyására.

A dolgozatom során az élelmiszeripar Covid-19 vírus utáni helyzetét vizsgáltam a különböző összetevőtől mentes élelmiszereken keresztül. Arra kerestem a választ, hogy mennyire volt jövedelmező magyar viszonylatban az élelmiszeripar eme szegmense. Kitértem többek között arra, hogy a vállalatoknak megéri-e a mentes termékek irányába fejleszteni magukat, illetve rentábilis-e drágább, mentes alapanyagokat felhasználniuk a hagyományos ízek érdekében. Utánajártam, hogyan lehet az erősödő versenyhelyzetben működni. Végül pedig megvizsgáltam, miként hatott a vírus okozta általános élelmiszerdrágulás a mentes termékekre.

A kutatásom első felében a fogyasztók igényeit mértem fel egy kutatással, melyben tanulmányoztam a vásárlási szokásaikat, a fizetési hajlandóságukat, majd a dolgozat második felében vállalkozói oldalról kerestem a kutatási kérdéseimre a választ. Egy rendezvény keretein belül mélyinterjúkat készítettem többféle mentes termékeket előállító, vagy forgalmazó vállalkozással, majd egy korábbi tudományos értekezés élelmiszeripari hatékonyságot mérő kérdőívet egészítettem ki, és annak segítségével gyűjtöttem további információkat, melyekből mutatószámokat képeztem.

A kutatásom eredményeit öt kisebb területre bontva prezentáltam.
Dolgozatomban megállapítottam, hogy 2021-ben megérte mentes termékeket gyártaniuk, valamint jövedelmező volt drágább alapanyagokba invesztálniuk a vállalkozásoknak a jó minőség érdekében. Konstatáltam, hogy nem komplikáltabb a mentes élelmiszerek forgalomba hozása és hogy erős a versenyhelyzet jelenléte a mentes piacon. Végül megállapítottam, hogy saját tapasztalataim ellenére a mentes termékek áraira ugyanolyan mértékben hatott a Covid miatti általános élelmiszerdrágulás, mint a hagyományos termékek áraira.

Véleményem szerint az innovatív „mentes" élelmiszeripar még mindig hatalmas fejlesztések előtt áll. Versenyhelyzeti előnyt jelentene, ha olcsóbb mentes termékeket is gyártanának, érdemes lenne több, mentes ételeket kínáló vendéglátóipari helyet kialakítani, valamint fejleszteni kellene a mentes vállalatok marketing stratégiáját. Ám a jelenlegi hatalmas mértékű, 48,7%-os élelmiszer infláció újabb problémákat hozott a vizsgált cégek területére is.

UJTZ ZOLTÁN
ujtzzoltan@gmail.com
Számvitel
MSc, 2. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Dániel Zoltán András
egyetemi docens, PE GTK

FEJLESZTÉS MEGVALÓSÍTÓ VÁLLALKOZÁSOK BESZÁMOLÓINAK FEJLESZTÉSFÓKUSZÚ HORIZONTÁLIS ÉS VERTIKÁLIS ELEMZÉSE- A DIGITÁLIS TRANSZFORMÁCIÓ TÉRNYERÉSE ÉS STRATÉGIAI HATÁSA A KIS-ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOKRA

Az utóbbi években egyre nagyobb mértékben valósul meg a digitalizáció, mind az üzleti, mind pedig a magánéletben, a mindennapi tevékenységeink java részét elektronikus formában, digitális eszközök támogatásával valósítjuk meg. Ennek köszönhetően megváltoztak a feladatok elvégzésének követelményei, előtérbe került az otthoni munkavégzés, melyhez biztosítani kell a megfelelő digitális hátteret.

A vállalatoknak rugalmasan kell alkalmazkodni a változó környezethez, annak érdekében, hogy fenn tudják tartani piaci pozíciójukat. A fenntartáson túl a vállalkozási hajlam kéz a kézben jár az innovációval, hatékonyság növeléssel. Innováció és hatékonyság növelés a stratégiai tervezés alapvető eszköze, melyet a vezetői számvitel támogat, biztosítva a belső folyamatok transzparens kialakítását és fenntartását, vizsgálatát. A vezetői számviteli feladatok elvégzésének hatékonyságát pedig a vállalati információs rendszerek is nagymértékben támogatják. Az innováció és hatékonyság növelést kutatásom során a digitális transzformáció kérdéskörét megközelítve, a vállalati információs rendszerek bevezetésének és fenntartásának, valamint stratégiai tervezést támogató rendszerek létrehozásának feltételeinek vizsgálatával elemzem.

2019-ben mintegy 836 000 működő kis-és középvállalkozás tevékenykedett Magyarországon, így kutatásom alapját ezen vállalatok jelentik. Stratégiai tervezési időtávot figyelembe véve a Gazdaságfejlesztési Operatív Program keretein belül létrejött Vállalati folyamatmenedzsment támogatása című nyertes pályázatok keretében bevezetett rendszerek hatékonyságát vizsgálom. A 2007-2013-as tervezési időszakban megközelítőleg 1870 vállalat részesült ERP-rendszer bevezetési/ fejlesztési támogatásban, összesen közel 12 Mrd Ft értékben. A pénzügyi számviteli adatok alapján a hosszú távú hatékonyságot esetemben rétegzett mintavételi eljárással kiválasztott vállalatok, 4 üzleti éves beszámolói alapján a pályázati kritériumok, hozzáadott értékük, valamint jövedelmezőségi mutatószámaik alapján elemzem. Ezt a hatékonyságot megközelítőleg 6400 beszámolói adatból, valamint 4000 elemzett mutatószámból származtatom. Korábbi kutatásom minta elemszámát növelve, horizontális és vertikális elemzéseket eszközölve, stratégiai időtávú szempontokat vizsgálva.

BÁNÓCZI ANNA
banoczianna@gmail.com
Pénzügy MSc
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Vállalkozásfejlesztési Intézet

VASKÓ BALÁZS
Pénzügy MSc
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Vállalkozásfejlesztési Intézet

TANKÓ RÉKA
Pénzügy MSc
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Vállalkozásfejlesztési Intézet

Témavezető:
Dr. Győrffy Dóra
egyetemi tanár, BCE KTI

FENNTARTHATÓBBAN. SIKERESEBBEN? - A LÉGITÁRSASÁGOK PÉNZÜGYI TELJESÍTMÉNYÉNEK ELEMZÉSE, FENNTARTHATÓ MÛKÖDÉSÜK TÜKRÉBEN

A 21. században a környezeti problémák előtérbe kerülésével nőtt a nyomás a nagyvállalatokon a hatékony és fenntartható működés kialakítására, társadalmi és szabályozói oldalról egyaránt. Az elmúlt időszakban egyre fontosabbá vált a széleskörű fenntarthatósági stratégiák szerepe, a légitársaságok körében ez kiemelten igaz. Kutatásunkban ezeknek, a gyakran költséges fenntarthatósági intézkedéseknek a kapcsolatát vizsgáltuk a légitársaságok pénzügyi teljesítményével, földrajzi elhelyezkedés és üzleti modellek dimenziói szerint. A fenntarthatóságot háromféle megközelítésben, fenntarthatósági beszámolók és indexek, valamint azok kombinációjaként modelleztük. Elemzésünket 43 nyilvános pénzügyi adatokkal rendelkező észak-amerikai és európai légiközlekedési vállalat mutatóin, kétmintás Wilcoxon-próbával végeztük. Empirikus modellezésünk alapján a fenntarthatósági tevékenységeket végző légitársaságok megtérülési rátái szignifikánsan magasabbak, viszont a fenntarthatósági beszámolók publikálása érdemben nem hat a jövedelemezőségükre. Emellett a kapcsolatok minőségében különbségeket figyeltünk meg mind az észak-amerikai és európai, mind a diszkont és hagyományos légitársaságok összehasonlításában. Következtetéseink alapján a földrajzi elhelyezkedés, a kultúra és az üzleti modellek egyaránt befolyásolhatják a fenntarthatósági intézkedések és a pénzügyi teljesítmény kapcsolatát.

MINTA

POSZTÓS KATINKA HANGA
katinka.posztos@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Andor Ágnes Márta
egyetemi adjunktus, BCE PSZGJI

HOGYAN MUZSIKÁL A ZENEIPAR?

Az utóbbi évtizedekben végbemenő technológiai fejlődések a zeneipar működését is gyökerestül felforgatták. Manapság általában már nem egy CD vagy egy kazetta segítségével hallgathatunk meg egy-egy zenei albumot, hanem az interneten keresztül férhetünk hozzá előadók műveinek ezreihez. A fogyasztási szokásokon kívül természetesen a dalszerzők, előadók szerepe és zenei kiadók működése is megváltozott. A zenei felvételek előállítása egyre könnyebben valósítható meg saját, otthoni stúdiókban és az ismertség elérése is könnyebbé vált az előadók számára az internet által. A dalok terjesztésének könnyebbé válása mellett a zenei kiadók szerepe gyengülni látszik.

Kutatásom során azt vizsgálom, hogy ezek a zenei kiadók éves beszámolóikban megbízhatóan mutatják-e be a vagyoni és pénzügyi helyzetüket, valamint a működésükből származó eredményüket. A jobb megértés érdekében a kiadók könyveiben megjelenő szerzői jogok számviteli kezelését tanulmányoztam a nemzetközi IFRS standardok alapján. A megjelenítés kritériumai közül a jövőbeni bevétel generálása okozza a legnagyobb kérdést a zeneművekhez tartozó szerzői jogok esetében, hiszen a dalok döntő többsége ezt a kritériumot nem teljesíti. Négy Angliában működő független zenei kiadó éves beszámolóinak áttekintése során azt az eredményt találtam, hogy a működés eredményeiről szóló információk elegendőnek bizonyulnak. Az évenkénti nettó árbevétel esetében megfigyelhető, hogy a bevételeket a meglévő szerzői jogokért járó jogdíjak és a sikeres albumkiadások utáni értékesítések teszik ki. A könyvekben megjelenített nettó szerzői jogok értéke már nem rendelkezik pontos információtartalommal. A sikeres albumkiadások nem növelik a zenei kiadók által megjelenített immateriális eszközök értékét, amely azt jelenti, hogy a kiadók vagyonának összetétele nincs megbízhatóan feltüntetve a jelentésekben, a szerzői jogok értéke nincs transzparensen és valósan megjelenítve.

MUNKA

BADON DAVID
badon-david@partium.ro
Bank és pénzügyek
BA, 3. félév
Partiumi Keresztény Egyetem

Témavezetők:
Dr. Tarnóczi Tibor
egyetemi docens, RO PKE
Dr. Kulcsár Edina-Éva
egyetemi adjunktus, RO PKE

ROMÁN ÉLELMISZERIPARI VÁLLALATOK TELJESÍTMÉNYÉNEK ELEMZÉSE

Napjaink gyors és kiszámíthatatlan világgazdasági alakulásait tekintve, a gazdasági szereplők közötti verseny egyre erősebbé vált. A vállalatvezetők jövőorientált stratégiájukat csak releváns információkra és racionális összefüggésekre alapozhatják. A vállalatok növekvő teljesítménye és minél hatékonyabb módon való működése elengedhetetlen. Ennek alapvető feltétele a vállalati teljesítmény, folyamatos „nyomon követése". A vállalati teljesítménymérés különböző módszerek segítségével elvégezhető. A hagyományos pénzügyi mutatókkal szemben, amelyek egy egydimenziós teljesítménymérést biztosítanak, a DEA (Data Envelopment Analysis) benchmarking eljárás átfogóbb elemzést tesz lehetővé. Dolgozatomban a romániai élelmiszeriparban tevékenykedő vállalatok teljesítményét szeretném elemezni mind, hagyományos módon, jövedelmezőségi mutatók (ROA, ROE) felhasználásával, mind a DEA eljárást felhasználva. Az elemzést megalapozó számításokat az R statisztikai programrendszerben fogom elvégezni. Az romániai élelmiszeripari vállalatok elemzését a teljes sokasságra majd alágazatokra bontva szeretném elvégezni. Az egyes alágazatok, valamint a különböző régiókban tevékenykedő vállalatok közötti különbségeket teljesítmény tekintetében MANOVA többváltozós varianciaanalízissel szeretném elvégezni.

MINTA

ISTENES KRISZTIÁN ATTILA
istenes.krisztian.attila@gmail.com
Számvitel
MA, 4. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. Németh Krisztina
főiskolai docens, BGE PSZK

ZÖLD CONTROLLING – A FENNTARTHATÓ KONTROLLING A KÖRFORGÁSOS GAZDASÁGRA VALÓ ÁTÁLLÁSBAN

A fenntarthatóság alapgondolata a digitalizáció, mint jelenség és eszközrendszer mellett egyértelműen hatással van a vállalatok mindennapjaira. A vállalat-, és projektirányítás ezeket a hatótényezőket megjeleníti a célkitűzések között és beépíti a stratégiájába, ennek következtében az üzleti modell is módosul. A körforgásos üzleti modell a fenntartható vállalat és projektirányítás stratégiájára támaszkodik, amely maga után vonja a vállalat funkcióinak, köztük a kontrollingnak is a változását. Kutatásom során arra kerestem a választ, hogy a magyar KKV-k esetében mekkora a létjogosultsága és milyen feltételei vannak a körforgásos üzleti modellekre való áttérésnek, és a kontrolling rendszer ehhez milyen eszközökkel járul hozzá a körforgásos modellekkel összefüggésében.

A kontrollingot – adaptálva egy rendszer modellt – komplex rendszerként értelmeztem, és feltáró jellegű kutatás keretében a mikroszintű (vállalati) gyakorlat környezeti szintjén értelmezve vizsgáltam. A szekunder kutatás keretében a témához kapcsolódó nemzetközi, illetve a hazai szakirodalom került feldolgozásra, kitérve a következő témakörökre: fenntarthatóság, körforgásos gazdaság, körkörös üzleti modellek, zöld kontrolling. A primer kutatás két irányból közelítette meg a kutatási kérdések megválaszolását, egyrészt szakértői interjúk elkészítésével (n=4), másrészt cégvezetők kérdőíves megkérdezésével (n=305). A szakértők és a cégvezetők véleményének összehasonlításával arra a fő következtetésre jutottam, hogy a körforgásos gazdaság magyarországi rendszerszintű bevezethetősége a KKV-k esetében egy reális cél, a kontrolling pedig a fenntarthatósági stratégiát követve alkalmazkodhat az új helyzetekhez, kihívásokhoz. A zöld koncepció beépítése a kontrolling módszertanba, folyamatokba olyan eszközökkel támogatja a fenntarthatósági stratégiát, mint pl.: a" nem pénzügyi információk" figyelembevétele, teljes életciklus költségszámítás, KPI-k, illetve Sustainable Balanced Scorecard. E tanulmány kiindulópontja lehet a fenntarthatósági fókuszú kontrolling célú kutatásoknak, továbbá információforrás lehet a vállalatok vezetőinek, a kontrollereknek és a magyar államnak, figyelembe véve Magyarország Kormányának a körforgásos gazdasággal kapcsolatos, jelenleg futó „zöldítési" programját, és a Klíma- és Természetvédelmi Akciótervet.

MINTA

Számvitel, Kontrolling - Számvitel I.

Elnök:	Dr. habil. Böcskei Elvira	BME GTK
Társelnök:	Prof. Dr. habil. Fenyves Veronika	DE GTK
Tag:	Dr. Adorján Csaba (dr. univ.)	BCE SZJI
Tag:	Dr. Ilyés Csaba	METU KÜT
Tag:	Dr. Hanuszics Veronika	IIRFKMF

MINTA

BARTHA DÁNIEL
bartha.daniel9810@gmail.com
Számvitel
MA, 4. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Orbán Ildikó
egyetemi docens, DE GTK

A NEMZETKÖZI PÉNZÜGYI BESZÁMOLÁSI STANDARDOK ELSŐ ALKALMAZÁSÁNAK ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE, A BUDAPEST ALAPKEZELŐ ZRT. ÉS A FUNDAMENTA-LAKÁSKASSZA KFT. PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Napjainkban a Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardok (International Financial Reporting Standards, továbbiakban: IFRS) elterjedésének lehetünk tanúi, ugyanis jelenleg, világszerte több, mint 160 országban alkalmazzák az IFRS-ek rendszerét, akár kötelező jelleggel, akár saját elhatározás útján. Tanulmányomban rávilágítok arra, hogy mennyivel több információ szükséges egy IFRS-ek szerint készített, mint egy magyar számviteli törvény szerint összeállított beszámolóhoz, és ezzel milyen mértékben érvényesül a befektetői szemlélet.

Célkitűzésem, hogy az IFRS-ek, valamint az IFRS 9 Pénzügyi instrumentumok standard első alkalmazásának sajátosságaira rávilágítsak, a Budapest Alapkezelő Zrt. és a Fundamenta-Lakáskassza Kft. példáján keresztül. Kutatásomhoz két pénzügyi tevékenységet végző céget választottam, mivel hasonló tevékenységen keresztül szemléletesebb bemutatás adható a hasonlóságokról, különbözőségekről, valamint speciális kérdéskörökről.

Célkitűzésem megvalósítása érdekében egységesítettem a vállalatok pénzügyi helyzet kimutatását, és átfogó jövedelemkimutatását, ezzel szemléletesebb elemzést tudtam tenni és tételekre tudtam bontani az eltérés számszerű okait. Hasonlóan egységes sémába soroltam a vállalkozások pénzügyi instrumentumait, értékelési módszerek szerinti bontásban. Végül az IFRS 9 Pénzügyi instrumentumokra történő áttérés során bekövetkező vagyon változásokat hasonlítottam össze a két vizsgált cég esetében.

Kutatásom eredményként, azt tapasztaltam, hogy a Budapest Alapkezelő Zrt. nem alkalmazta széles körben az IFRS-ek adta lehetőségeket, értékelési eljárásokat, míg a Fundamenta-Lakáskassza Kft. az IFRS-ekre történő áttérés során jelentős mérleg, és eredménykimutatás módosításokon ment keresztül. Továbbá kiemelendő a kiegészítő megjegyzések információtartalmának különbözősége, mivel a Fundamenta-Lakáskassza Kft. sokkal részletesebb megjegyzéseket szolgáltatott pénzügyi kimutatásaihoz, mint a Budapest Alapkezelő Zrt. Összességében, véleményem szerint az IFRS-ek szerint készített beszámoló, sokkal informatívabb, mint egy magyar számviteli törvénnyel összhangban összeállított. Pénzügyi szektor esetében, az általam vizsgált cégekre vonatkoztatva, azt tapasztaltam, hogy sokkal részletesebben bemutatják tevékenységüket, az áttérés után, mint korábban.

MUTA

BARACSI ÁRON LAJOS
baracsi.aron@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Denich Ervin
tanársegéd, BGE PSZK

A SZÁMVITELI MINŐSÉG ÉS AZ ESG TELJESÍTMÉNY KAPCSOLATÁNAK EMPIRIKUS VIZSGÁLATA AMERIKAI TŐZSDEI VÁLLALATOK ADATAIN KERESZTÜL

A számviteli beszámolókból származó számviteli minőség vizsgálata és gazdasági szerepe vitathatatlanul előtérbe helyeződött az elmúlt évtizedek során. Ennek oka, hogy a számviteli adatok minősége meghatározza a gazdálkodóval szemben kialakítani kívánt kapcsolatot az érintett felek részéről.

A környezeti fenntarthatóság, a társadalmi felelősségvállalás és a vállalati transzparencia is kiemelten fontossá vált az érintett felek kapcsolatot meghatározó szemléletmódjában, ezzel is igényt formálva a gazdálkodó adatközlési csatornájának megnyitására és értékelhetőségére ezen kérdésekben. A gazdálkodó környezeti, társadalmi, irányítási teljesítményét és a megjelenő kockázatait az ESG keretrendszer és pontszám/osztályozás mutatja be.

A dolgozat a számviteli minőség és az ESG pontszám/teljesítmény közötti kapcsolatot vizsgálja a pénzügyi beszámolókból származó minőség jövedelemkezelési oldaláról és a fenntarthatósági, illetve nem pénzügyi jelentésekből származó ESG értékek szerint.

A legitimitáselmélet alapján, illetve korábbi empirikus kutatások eredményéből feltételezhető, hogy számviteli minőség negatív kapcsolatot mutat az ESG teljesítménnyel, ezáltal az alábbi hipotézis állítható fel: az ESG teljesítmény pozitív kapcsolatban áll a jövedelemkezeléssel, azaz az ESG teljesítmény negatív kapcsolatot mutat a számviteli minőséggel a jövedelemkezelésen keresztül. A mintaválasztás során a NASDAQ részvénypiacán megjelenő 200 legnagyobb piaci kapitalizációval rendelkező vállalatából 57 az Egyesült Államokban működő került kiválasztásra az adatok relevanciájából adódóan. A kiválasztott vállalatok 2017-től 2021-ig terjedő számviteli adatai Dechow és társai módosított Jones modelljével kerültek empirikus tanulmányozásra, még az S&P Global ESG pontszámai által a fenntarthatósági teljesítmények. Ezen adatok kapcsolatának meghatározásához az IBM SPSS statisztikai szoftvere nyújtott segítséget. Az elemzés során kontrollváltozók is alkalmazásra kerültek (ROA, GROWTH, LIQ, SIZE, BIG4) ezzel is kiszűrve a számviteli minőséget befolyásoló egyéb tényezők torzító hatását.

A korreláció és a lineáris regresszió vizsgálata során kapott eredmények a hipotézisnek megfelelően alakultak, azaz negatív kapcsolat adható meg az ESG teljesítmény és a számviteli beszámolók minősége között. Mindazonáltal nem figyelhető meg szignifikáns kapcsolat, így teljes bizonyossággal nem állítható, hogy a hipotézis teljesen igazolásra került volna a vizsgált időszak mintái alapján.

MINTA

ÜST BALÁZS
ust.balazs@gmail.com
Számvitel
MA, 4. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Bosnyák-Simon Nikolett
tudományos segédmunkatárs, PE GTK
Dr. Dániel Zoltán András
egyetemi docens, PE GTK

A SZÁMVITEL KÖRNYEZETVÉDELMI RELEVANCIÁJA: KÖRNYEZETI KÖLTSÉGEK ÉS HASZNOK JELENLÉTÉNEK VIZSGÁLATA MAGYARORSZÁGI VEGYIPARI VÁLLALATOK PÉLDÁIN KERESZTÜL

Kutatásom során a gazdaság és a természet, mint a vállalati környezetet alkotó résztényezőinek metszéspontjában létrejött környezeti számvitel legfőbb építőköveit, vagyis a környezeti költségeket és hasznokat vizsgáltam kilenc különálló, azonban egyaránt a hazai vegyiparhoz köthető termelő vállalat példáin keresztül. Elemzésem epicentrumaként ezen gazdasági társaságok 2020-as üzleti évről készített számviteli beszámolóit vettem górcső alá.

A legfőbb hangsúlyt az egyes alanyok környezetvédelmi tevékenységeinek számviteli kereteken belül történő manifesztációjára, valamint az egyes tényezők beszámolókban történő beazonosíthatóságára helyeztem. A vizsgálat az adott gazdálkodó szervezet számviteli rendszerét definiáló jogszabályok, számviteli keretrendszerek figyelembevételével ment végbe. A beszámoló-alapú elemzés elsődlegesen a környezeti számvitel pénzügyi irányvonalát képviselte.

Továbbá az elemzésre kiválasztott vegyipari vállalatoktól lehetőséget kértem interjúra, mely felkérésemre az alanyok közül a legkiemelkedőbb gazdasági teljesítményt produkáló szervezettől pozitív visszajelzést kaptam. Az interjú során egy szerteágazó környezetvédelmi és fenntarthatósági profilról szerezhettem összképet, melynek köszönhetően dolgozatom szakmai minőségét magasabb szintre emelhettem. Ezen primer forrás alkalmazásával a legfőbb célom volt, hogy az említett gazdasági társaságot egyfajta „követendő példaként” demonstrálhassam a vizsgált vállalatok környezetvédelmi tevékenységét illetően. Mindemellett az interjú eszközével szerzett információk kiegészítik dolgozatomat a környezeti számvitel vezetői irányvonalához sorolható, gyakorlati aspektusokkal, ezáltal teljessé téve kutatásomat.

Legfőbb eredményemnek tekintem, hogy az előzetes feltételezésem, mely szerint a környezeti költségek, valamint hasznok csekély mértékben, továbbá látens formában jelennek meg a beszámolókban, beigazolódott. További tanulságnak bizonyult, hogy a magyar számviteli törvény szerint készült beszámolók környezeti számvitelhez köthető információtartalma ugyan kevéssel, de meghaladták az IFRS-eknek megfelelően készített társaikét. Továbbá sikeresen abszolváltam a környezeti számvitel hazai berkekben történő „továbbhonosítására” irányuló célkitűzésemet, melyhez a fenntarthatósági jelentések szorgalmazását javasoltam, valamint egy saját tenyésztésű mutatószámot, a környezeti eredményt definiáltam.

MINTA

BARTA IVETT
bartaivett05@gmail.com
Számvitel
MA, 2. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Szekeres Alexandra
tanársegéd, DE GTK
Dr. Tömöri Gergő
adjunktus, DE GTK

AZ IFRS-EKRE VALÓ ÁTTÉRÉS ÉS AZ EREDMÉNYMANIPULÁCIÓ KAPCSOLATÁNAK VIZSGÁLATA AZ ENERGETIKAI ÉS A GYÓGYSZERIPARI SZEKTORBAN

A tanulmány az eredménymanipuláció kérdéskörét vizsgálja, az alkalmazott – nemzetközi vagy hazai – számviteli rendszer tükrében. Olyan kérdésekre keresi a választ, hogy az IFRS-ek és a magyar számviteli szabályok szerint összeállított beszámoló eltérő lehetőségeket nyújt-e az eredmény manipulációjára. A dolgozat vizsgálja továbbá, hogy a nagyobb forgalmú és/vagy eszközállományú vállalatok hajlamosabbak-e a kimutatott eredmények könnyebb befolyásolására.

A kutatás fő célkitűzése, hogy az eredménymanipuláció lehetőségének felderítésére alkalmazható Beneish M-score modell eredményeire építve összehasonlítsa az energetikai és a gyógyszeripari szektorból kiválasztott, eltérő számviteli környezetben működő vállalati minta adatpontjait egymással. A kutatás során az előbbi statisztikai modell eredményeire építve vizsgáltam meg a számviteli rendszerek és az eredménybefolyásolás valószínűsége szerint kialakított minőségi ismérvek egymástól való függetlenségét khi-négyzet próbával.

A tanulmány legfontosabb megállapításai közé tartozik, hogy míg az energetikai szektorban a függetlenségvizsgálat nem mutatott ki összefüggést az alkalmazott számviteli rendszer és az eredménymanipuláció valószínűsége között, addig a gyógyszeripari vállalatok esetében már szignifikáns kapcsolat mutatkozik a két kategorikus változó között. A vizsgálatok nem támasztották alá többek között azt a feltételezésemet sem, hogy a nagyobb piaci forgalmat lebonyolító és/vagy nagyobb méretű vállalatok a kiterjedtebb tevékenységük, illetve szakképzettebb humánerőforrás állományuknak köszönhetően nagyobb lehetőségük adódik az eredményük manipulatívabb kimutatására.

A tanulmány felhasználásának gyakorlati haszna fellelhető olyan menedzsment döntések támogatásában, mint a partnerek vizsgálata és más vállalatokba történő befektetések mérlegelése. A kormányzati ellenőrző szervek számára segítheti a hatósági ellenőrzések célpontjainak lokalizálását, illetve az adózók számviteli és adózási szempontból történő minősítését. Az elemzés további jelentősége, hogy az eredménymanipuláció témájának hazai feldolgozása kevéssé kiforrott. Érdemes lehet nagyobb hangsúlyt fektetni a kutatásban vizsgált kérdéskörre, tekintve, hogy a számviteli harmonizációban a magyar számviteli szabályozás egyre inkább közelít az IFRS-ek előírásaihoz.

MUTA

KOVÁCS LILLA
lilla.kovacs10@stud.uni-corvinus.hu
Számvitel
MSc, 3. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

ZANÓCZ ANETT
anett.zanocz@stud.uni-corvinus.hu
Számvitel
MSc, 3. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

Témavezető:
László Norbert
egyetemi adjunktus, BCE GTK

IFRS ÁTÁLLÁS AZ ENERGIASZEKTORBAN A MOL NYRT. BESZÁMOLÓJA ALAPJÁN. PÉNZÜGYI ÉS VEZETŐI SZÁMVITELI VÁLTOZÁSOK AZ ÁTTÉRÉS KAPCSÁN

Dolgozatunkban a Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardokra történő áttérés hatását vizsgáltuk Magyarországon az energiaszektoron belül, a MOL Nyrt.-re fókuszálva. Három energiaszektorban működő tőzsdei vállalat beszámolóját elemeztük az IFRS áttérés előtt, valamint után. Összehasonlítást végeztünk annak érdekében, hogy megállapítsuk, milyen hatást gyakorolt a vállalkozások beszámolójára az IFRS áttérés. Dolgozatunkban az IFRS átállás pénzügyi, valamint vezetői számviteli, illetve kontrolling vonatkozásait is vizsgáltuk. Az IFRS áttérés Magyarországon jelenleg egy nagyon aktuális és sok érdekességet, izgalmat, kihívást rejtő témakör. A nagyvállalati világ számviteli beszámolási rendszerére óriási hatást gyakorolt ez a folyamat, mindemellett nem szabad megfeledkezni arról sem, hogy az áttérés a különböző funkcionális területek kontrolling rendszerének felülvizsgálatát és átstrukturálását igényelte. Az IFRS áttérés nem csak sok feladatot, de számos lehetőséget is hordoz magában, amely a kontrolling rendszerek átalakításának köszönhetően hatékonyabb döntéstámogató struktúra kialakítását is vonhatja maga után. A kutatásunkat módszertanilag két alapra építettük: a publikusan elérhető információkat, az pénzügyi kimutatásokat és egyéb dokumentumokat használtunk fel, valamint strukturált mélyinterjú segítségével tártuk fel az IFRS áttérés kontrollingrendszerre gyakorolt hatását. Elemzésünk végén összehasonlítottuk a három kiválasztott energiaszektorban működő vállalat beszámolási és kontrollingrendszerét, így komplexebb képet kaptunk ezen cégek esetén is az IFRS áttérés hatásáról, és ezek alapján fogalmaztuk meg a konklúziókat.

MITEA

SZEIFERT ORSOLYA
szorsi@windowslive.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 7. félév
Eötvös Loránd Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Fortvingler Judit
egyetemi adjunktus, ELTE GTK

AZ IFRS ÁTÁLLÁS JAPÁNBAN, A JAPÁN GAAP-RŐL AZ IFRS-RE VALÓ ÁTTÉRÉS FŐ KOCKÁZATAI, ÉS AZ EZZEL JÁRÓ KÖLTSÉGEK, ELŐNYÖK

Az IFRS áttérés egy aktuális probléma a Japán vállalatok számára. A tanulmány célja egy olyan kritikai értékelés készítése, amely segíti az átállást fontolgató vállalatokat, és összefoglalja a japán GAAP-ről IFRS-re való áttérés akadályait, költségeit és előnyeit.

A tanulmány a japán számviteli környezet bemutatásával kezdődik. Majd az IFRS történetét ismertetem és az átállás jelenlegi helyzetét prezentálom, ezzel magyarázva a probléma jelentőségét. A következő lépés a különböző cégek IFRS áttéréssel kapcsolatos várható haszna és a felmerülő költségeinek összefoglalása. Ebben a részben korábbi tanulmányok és kérdőívek eredményeit használom fel, hogy ismertessem a különböző cégek általános félelmeit és várakozásait az átállással kapcsolatban. Az átálló cégek számára a legjelentősebb előnyök közé tartozott, hogy a pénzügyi kimutatások így könnyebben összehasonlíthatóak és átláthatóbbak lettek, valamint a nemzetközi befektetők is elérhetőbbé váltak.

A dolgozat második fele egy összehasonlítás a japán GAAP és az IFRS között, amely rávilágít az egyik számviteli keretrendszerről a másikra való áttérés fő problémáira. Ebben a fejezetben kiemeltem pár témakört és ezeket fejtettem ki bővebben. Az itt kiemelt témák az átállás főbb kérdéseivel kapcsolatosak, mint például az első alkalmazás, a pénzügyi eszközök értékelése és a bevételek.

Ez a tanulmány egy kritikai értékelés, amely segíti a japán vállalatokat az IFRS átvételével kapcsolatos döntéshozatalban. Kiemeli a legfőbb lehetséges problémákat, összegyűjti az előnyöket és a vállalati megítéléseket a nemzetközi piacra lépni tervező vagy már azok részét képző vállalatok számára.

MINTA

Számvitel, Kontrolling - Számvitel II.

Elnök:	Dr. habil Bőcskei Elvira	BME GTK
Társelnök:	Prof. Dr. habil Fenyves Veronika	DE GTK
Tag:	Dr. Adorján Csaba (dr. univ.)	BCE SZJI,
Tag:	Dr. Ilyés Csaba	METU KÜT
Tag:	Dr. Hanuszics Veronika	IIRFKMF

MTA

TÖRÖK LÁSZLÓ
ltorok2@gmail.com
Számvitel
MA, 2. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:
Dr. Sisa Krisztina
főiskolai docens, BGF PSZK
Dr. Szijártó Boglárka
adjunktus, BGE PSZK

A KUTYATENYÉSZTÉS SZÁMVITELI ELSZÁMOLÁSA, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL AZ ÓRIÁS SCHNAUZER KÖLYKÖK BEKERÜLÉSI ÉRTÉKÉNEK MODELL ALAPÚ KALKULÁCIÓJÁRA

Megannyi tudományos kutatás bizonyította már, hogy a kutyatartás milyen pozitív hatással bír az emberekre. Hiszen ha csak a legfontosabb „szerepeiket" nézzük – túl azon, hogy legjobb barátaink –, akkor pszichológusok akik segítenek leküzdeni a stressz által okozott károkat, feloldják gátlásainkat, jobbá teszik emberi kapcsolatainkat. Személyi edzőink kik gondoskodnak testi fittségünk megőrzéséről, orvosaink akik előrejelzik betegségeinket, rohamainkat. Védelmezőink kik önmaguk feláldozása árán is próbálják megvédeni testi épségünket, és végül, de nem utolsó sorban őrangyalaink akik keresnek, kutatnak ha elvesztünk, vagy pótolják hiányzó érzékszerveinket. Azonban ahhoz, hogy hosszú éveken keresztül társaink legyenek, és ezen feladatokat képesek legyenek ellátni, megfelelő egyedekkel kell rendelkeznünk. A kutyatenyésztés világában minden tenyésztő egyöntetű célja, hogy a fenti igények kielégítésére alkalmas egyedeket biztosítsanak. S bár a cél nemes, a kivitelezés komoly anyagi vonzattal jár.

Dolgozatomban a magyarországi aktív óriás schnauzer tenyésztők jelentős csoportjával készítettem mélyinterjúkat, mely során azon kérdésemre kerestem a választ, hogy mennyibe is kerül egy kölyök, azaz mekkora annak közvetlen önköltsége. Célom elérése érdekében bemutattam az állatok számviteli elszámolásának múltját, s jelenét, kitekintve a nemzetközi szabályozásra. Ezt követően a mezőgazdasági termékek önköltség meghatározásának elméleti módszertanát mutattam be, szakirodalmi feldolgozás segítségével. Az utolsó fejezetben pedig, konkrét számításokat, kalkulációkat végeztem a tenyésztők által biztosított adatok felhasználásával, melynek eredményeként meghatározásra került egy fekete óriás schnauzer kölyök közvetlen önköltsége.

Kutatásomhoz két kutatási kérdés és három hipotézis kapcsolódott, mely során egyrészről vizsgáltam, hogy a tenyészkanok számviteli besorolására milyen hatással van az, ha nem csak és kizárólag a saját tenyészetben fedeznek, másrészt számviteli szempontból milyen jelentősége van az ivar- illetve tenyészérettségnek. A szukákhoz kapcsolódóan azon hipotézisemet vizsgáltam, mely szerint a vemhesség alatt – közvetetten – a szukán keresztül elfogyasztott táplálék értéke jelentős értéket képvisel a kölykök bekerülési értékében.

MTA

SZTÁK EMŐKE MÁRIA
sztakemoke@gmail.com
Számvitel
MA, 4. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Orbán Ildikó
egyetemi docens, DE GTK

A LEGFIATALABB SZIT MAGYAROROSZÁGON

A 2011-ben nyugati példára megalkotott hazai SZIT törvény (2011. évi CII. törvény a szabályozott ingatlanbefektetési társaságokról) hatálybalépését követően több évig még egy magyar vállalkozás sem tudott megfelelni a szigorú jogszabályi kritériumoknak. Több, mint 7 év, és többszöri törvénymódosítás kellett ahhoz, hogy létrejöjjön az első szabályozott ingatlanbefektetési társaság Magyarországon. 2018-ban helyezték hatályba először a Graphisoft Park SE Ingatlanfejlesztő Európai Részvénytársaságot, majd a Finext Vagyonkezelő Nyrt.-t, végül pedig még év végén a Budapesti Ingatlan Hasznosítási és Fejlesztési Nyrt.-t, mint SZIT státusszal rendelkező Budapesti Értéktőzsdén jegyzett vállalatokat.

A magyar SZIT-ek történetében 2020-ban következett be az újabb változás, mellyel a negyedik SZIT státusszal rendelkező társaság is létrejött, a SunDell Estate Nyrt., azaz a dolgozatom „főszereplője". Kiemelendő a SunDell esetében az is, hogy ekkor az első olyan hazai SZIT nyerte el a státuszt, amelynél a szigorú követelményeknek való megfelelés utolsó mozzanata a tőzsdére lépés volt, hiszen az első három ilyen társaság már több éves tőzsdei működés és megerősödés után döntött a cím megpályázásáról.

Valamennyi vizsgált vállalat a konszolidált éves pénzügyi kimutatásait a szabályozott ingatlanbefektetési projekttársaságait, mint leányvállalatait bevonva, IFRS-ek szerint készíti el. Iparági összehasonlító elemzésemet ezekre, a konszolidált éves jelentésekre alapozva végeztem el. Kutatásom folyamán arra kerestem a választ, hogy a „legfiatalabb" magyar SZIT konszolidált éves beszámolóját tekintve mely területeken tér el, és hol alkalmaz hasonló eljárást, mint „idősebb" társai. Az iparági jellemzőket figyelembe véve választottam ki több olyan Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardot, amelyekre alapozva összehasonlító elemzéssel elsősorban azt vizsgáltam, hogy a választható módszerek közül a SZIT-ek melyekre tették voksukat. A vizsgálat eredményeképpen vontam le a következtetéseket többek között arról, hogy a SunDell tanulva a GS Parktól, a Finextől, illetve a BIF-től kiegészíthetné átfogó eredménykimutatását egy eredménylevezetéssel a jövedelemtermelő ingatlanokról, valamint a befektetési célú ingatlanokra vonatkozóan több becslési módszert is alkalmazhatna.

MINTA

BUJTOR EVELIN
bujtor.evelin@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 8. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Budai Eleonóra
adjunktus, PTE KTK

A SZÁMVITELI SZAKMA JELENE ÉS JÖVŐJE, A JÖVŐ SZÁMVITELI SZAKEMBERE – A HALLGATÓK, MINT A JÖVŐ SZÁMVITELI SZAKEMBEREI ÉS A KÉPZÉSÜKBEN RÉSZTVEVŐ OKTATÓK ASPEKTUSÁBÓL

Folyamatosan változó világban élünk, s e változások hatásai a számviteli szakmát és a szakmai oktatást is érintették. Ennek kapcsán 2020-ban indult kutatásom első szakaszában a számviteli szakma jelenét és jövőjét érintő legfontosabb kérdésekre kerestem a választ magyar számviteli szakemberek megkérdezésével. Jelen dolgozatomban e kutatást folytatva, a témát 20 hazai felsőoktatási intézmény pénzügy és számvitel szakos hallgatói és az ott tanító oktatók, illetve kontroll csoportként gazdálkodás és menedzsment szakos hallgatók aspektusából jártam körül, melynek során az alábbi kérdésekre kerestem a választ:

- Milyen helyzetben van jelenleg a hazai számviteloktatás, s milyen sajátosságokkal bír?
- Milyen pályaválasztási motivációkkal, jelen- és jövőképpel rendelkeznek a hallgatók és az oktatók?
- Hogyan vélekednek a hallgatók és az oktatók a mérlegképes könyvelői végzettségről?
- Hogyan látják a gazdasági felsőoktatásban oktatók a számviteloktatás jövőjét?
- Az oktatók és a hallgatók szerint mi fogja jellemezni a jövő számviteli szakemberét?

Az első kérdés megválaszolásához szekunder kutatás során feltárásra kerültek a hazai számvitel oktatásra vonatkozó jogszabályi előírások, intézményi és a statisztikai besorolás kerete, a nyilvántartások adatai és a szakirodalmi háttér. A további kérdések megválaszolásához primer kutatást végeztem 2021 őszén és 2022 áprilisában, három önállóan összeállított kérdőív elektronikus felületen történő lekérdezésével, amire összesen 466 kitöltés érkezett.

Az eredmények értékelése során kirajzolódott a pénzügy-számvitel szak népszerűsége és a mérlegképes könyvelői végzettség szükséges és piacképes volta. A hazai számvitel oktatást érintő problémák is körvonalazódtak, például az oktatók megbecsültségének kérdése, és az, hogy kevesen ajánlanák ezt a pályát a jövő nemzedékének, tehát kérdéses az utánpótlás. Kiderült, hogy van igény a szakmai és módszertani megújulásra a számvitel oktatásban, azaz a változásokhoz való alkalmazkodásra is. A jövő számviteli szakemberének jellemzőit tekintve egyetértés volt a hallgatók és az oktatók között, de felvetődött néhány ellentmondás is, melyek feloldása, magyarázata további kutatásokat tesz szükségessé. Mindezek tükrében elmondható, hogy a kutatás eredménye és megállapításai hasznosak lehetnek mind a számviteli szakma, mind a jogszabályalkotók, a szakmával és a szakmai oktatással kapcsolatos döntéshozók számára.

MINTA

VALASEK VIVIEN
vivien.valasek9@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Dr. Lakatos László Péter
intézetvezető, Számviteli és Jogi Intézet, BCE PSZGJI

A TÚL SOKOLDALÚ ESZKÖZ – AVAGY A KRIPTOVALUTÁK SZÁMVITELI SZABÁLYOZÁSÁNAK KÉRDÉSEI

A Bitcoin megjelenése óta hatalmas érdeklődés övezte a kriptovalutákat és mára már több millió kriptovaluta tulajdonos, kereskedő és elfogadóhely van, magánszemélyek és gazdasági társaságok egyaránt. A kriptovaluták sajátos tulajdonságai végett a szabályozás nehéz, nincs egybehangzó megállapodás, ami a számviteli besorolását, értékelését és elfogadottságát illeti. Dolgozatom központi témája a kriptovaluták számviteli nyilvántartásával és az adóztatásával kapcsolatos szabályozások. A kutatásomban áttekintettem a jelenlegi hazai és nemzetközi ajánlásokat, összehasonlítottam őket és elemeztem ezek helytállóságát. A fő kutatási kérdésem, hogy hogyan vélekednek nemzetközi szinten a főbb szabályozó szervek a kriptovaluták pénzügyi kimutatásokban való megjelenítéséről, illetve mi a különbség a hazai és a nemzetközi számviteli elszámolási javaslatok között, valamint, hogy ezek helytállóak-e. A kutatásból kiderült, hogy a kriptoeszközöket birtokló vállalatok esetében a befektetési célú bányászott és a vásárolt kriptovalutákat nemzetközi szinten egyhangúan immateriális eszközként és forgatási célra tartás esetén készletként kell besorolni az aktuális standard szövegeinek értelmezése alapján, azonban ezzel kapcsolatosan több kritika és probléma felmerült bennem. Magyarországi viszonylatban a törvény tételes, definíciókon alapuló megfogalmazása miatt csak a követelések mérlegsorban tartható nyilván. A dolgozatban megtalálható a bővebb levezetés az eszközcsoportok korlátjainak bemutatására és a felmerült problémák, valamint azok megoldásának javaslatára.

MUTA

SZABÓ MÁRIA LAURA
szabomlaura1999@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Dr. Lakatos László Péter
egyetemi docens, intézetvezető, BCE PSZGJI

ÉRTÉKVESZTÉSI MODELLEK EGYSÉGESSÉGE A MAGYAROK NÉPSZERŰ HITELINTÉZETEINÉL

A bankok által elszámolt értékvesztés és megképzett céltartalék jelentős része a hitelek átértékeléséhez kötődik, amelyet a hitelportfólió minőség tükröz. A hitelportfólióminősége egy bank megítélésének egyik legjelentősebb mérőszáma.

A 2020-as évtől egészen 2022. első negyedévéig, amikor jelen absztrakt készül számos olyan makrogazdasági esemény következett be, amely indokolja a hitelportfólió szigorúbb monitorozását. Dolgozatom során a kutatási kérdésem a következő:
A Magyarországon jelenlévő nagy bankok mennyire értékelik azonos módon a kintlévőségeiket, mennyire tér el a kitettségek (elsősorban a hitelek) egyes Stage-k közötti besorolási rendszere bankonként?

Kutatásom során azt vizsgálom, hogy az egyes Stage-k közötti besorolásokban/átsorolásokban a vizsgált bankok mennyire követik az IFRS 9 előírásait, és mennyire egységesen alkalmazzák az egyes stage-k közötti átsorolási indikátorokat.

Kutatási módszerem szerves részét képezi a vonatkozó szakirodalom feldolgozása, összehasonlítom a Magyar Nemzeti Bank és az IFRS 9 elvárásait, elemzem az OTP Bank, az UniCredit Bank, a CIB Bank, az Erste Bank, a K&H Bank, és a Raiffeisen Bank beszámolóit. valamint interjút készítek a bankszektor szakembereivel, hogy minél több hitelportfólió értékelés közötti különbséget azonosítsak az egyes bankok gyakorlatában.

Az említett vizsgálatok elvégzése alapján megállapítható, hogy a vizsgált bankok gyakorlatában van számottevő eltérés, többek között abban, hogy mely indikátorok esetében történik átsorolás Stage 1-ből Stage 2-be, míg a Stage 2-ből a Stage 3-ba történő átsorolás javarészt egységesen történik, kitűnik továbbá, hogy eltéréseket mutat a POCI instrumentumok kezelése is. Az eltérések indokai között vannak az eltérő fogalomértelmezések, valamint a bankok csoport szintű értékelési politika eltérései is. Különösen fontos eredmény, hogy az általánosan bevett késedelmes napok száma indikátort is eltérően értelmezik az egyes vizsgált bankok, holott az IFRS 9 értelmében ennek kellene a legegységesebbnek lennie.

MINTA

HORVÁTH FANNI
fanniuszas@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment alapszak
BSc, 1. félév
Pannon Egyetem
Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:
Dr. Antal Anita
egyetemi docens, PE GKZ

KÖNYVELNI VAGY KÖNYVELTETNI? SZÁMVITEL A DIGITALIZÁCIÓ BIRODALMÁBAN

A digitalizáció az utóbbi években nagymértékben megváltoztatta számos szakma hétköznapjait. Ez alól nem volt kivétel a számvitel és azon belül a könyvelés sem. Ennek következtében a szakma átalakult, a szakemberek által a mindennapi munka során használt számítógépes programok száma megnőtt, illetve kihatással volt az elvégzendő feladatok mennyiségére és milyenségére is ez a jelenség. Kutatásom célja a számviteli szakma jelenlegi helyzetének és jövőjének feltárása, kimondottan a könyvelők helyzetének elemzése, a digitalizáció térhódításának felmérése, illetve a jelenleg a piacon elérhető könyvelő programok által nyújtott szolgáltatások bemutatása, értékelése, a szakmában tevékenységet folytató szakemberek véleménye által.
Az alábbi kutatási kérdésekre kívánok választ találni:

1. A számviteli tevékenységek milyen mértékben válthatók ki digitalizációs megoldásokkal?
2. A számviteli szakemberek munkaköre milyen mértékben alakult át az elmúlt időszakban és mik a további előrejelzések?
3. Melyek azok a funkciók, amelyek az egyes könyvelő programokban feleslegesek vagy átalakításra szorulnak?
4. A számviteli szakemberek mennyiben támogatják az egységesség megvalósulását a munkájuk során?

Kutatásom módszertanilag egy értékelő kutatás, kvalitatív kutatás, illetve magában foglal kvantitatív elemzéseket is. A kvantitatív adatok egyaránt szekunder és primer adatforrásokból származnak. A primer adatgyűjtés során online kérdőív segítségével a számviteli, könyviteli tevékenységet folytató szakemberekre véleményére koncentráltam, hiszen ők tudnak objektív képet reprezentálni a szakma helyzetéről. Dolgozatomban a szekunder kutatási részben, szakirodalom feldolgozása során rendszeres irodalomkutatást folytattam, kiegészítve online keresésekkel az elméleti háttér részletes, pontos reprezentációjához. A piaci kitekintéshez adatbázis kutatást alkalmaztam, majd statisztikai módszerekkel elemeztem a kapott adathalmazt.

Jelen kutatásom eredménye a könyvelő szakma jövőjének meghatározása, a jelenlegi könyvelő és kiegészítő programok értékelése, a digitalizáció térhódításának felmérése, mellyel gazdagítani kívánom a témában fellelhető tudományos felmérések körét, illetve későbbi hasznosítása lehetséges különböző a számviteli- és könyvelő szakmával, könyvelőprogramokkal kapcsolatos további publikációk, felmérések során.

MINTA

NYISZTOR FANNI
nyisztorfanni@gmail.com
Számvitel
MA, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:
Dr. Bán Erika PhD
főiskolai docens, BGE PSZK
Killik László
óraadó, BGE PSZK

KÖNYVVIZSGÁLAT A MESTERSÉGES INTELLIGENCIA ÁRNYÉKÁBAN

A digitalizáció, az automatizáció és a mesterséges intelligencia áthatja a mindennapjainkat. Online bankolunk, okos otthonokban élünk, digitális asszisztensek segítségével oldjuk meg a problémáinkat és lassan az autóink is önvezetők lesznek.

Felmerül a kérdés, hogy a szakmai világban milyen változásokat okoz a digitalizáció és a mesterséges intelligencia? TDK dolgozatomban a könyvvizsgálat területét érintő digitális változások kérdéskörét járom körül. Négy fő kutatási kérdést fogalmaztam meg, melyek a következők:

1. A digitalizáció hogyan befolyásolja a könyvvizsgálói területet?
2. A könyvelés területén zajló automatizációs folyamatok és folyamatosan jelentkező újabb kihívások befolyásolják a könyvvizsgálói munkát?
3. Milyen digitális fejlesztéseket használnak a mindennapi munkájuk során a könyvvizsgálók?
4. A könyvvizsgálat során hogyan használható a mesterséges intelligencia?

A legpontosabb kép bemutatása miatt primer és szekunder adatokat és információkat is felhasználok. Kifejtésre kerül a negyedik ipari forradalom, az automatizáció hatása és várható hatásai Magyarországon és természetesen a mesterséges intelligencia története, fejlődése és hasznosíthatósága is. Készítettem interjúkat gyakorló szakemberekkel, akik megosztották véleményüket a digitalizációról, a mesterséges intelligencia adta lehetőségekről és arról, hogy milyennek látják a szakma jövőjét.

Az elmélet mellett természetesen a gyakorlat is fontos, így egy kanadai cég által fejlesztett MindBridge Ai Auditor nevű programot is részletesen bemutatok, amely mesterséges intelligenciával segíti a könyvvizsgálói munkát, és újdonsága révén kiemelt figyelemre érdemes.

A kutatásom során megállapításra került, hogy a hazai könyvvizsgálókat a digitalizáció kérdése foglalkoztatja. Munkavégzésük során a digitális fejlesztéseket felhasználják és folyamatosan keresik az új lehetőségeket. Megállapítható, hogy a szakemberek jelentős része lépést tart az aktualitásokkal és folyamatos képzéseken vesz részt, hogy a versenyképességét megőrizze.

MINTA

Termelés-Szolgáltatás-Ellátási lánc menedzsment
Ellátási lánc menedzsment

Elnök:	Dr. habil. Felföldi János	DE GTK
Társelnök:	Dr. habil. Koloszár László	SOE LKK
Tag:	Dr. Kozma Tímea	BGE PSZK
Tag:	Dr. Csonka Arnold	MATE KC AÉGI

MINTA

GÁL EDINA PANNA
edinapanna@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BSc, 7. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Lipták Katalin
egyetemi docens, ME GTK

A BESZERZÉS NEMZETKÖZI FOLYAMATAINAK ELEMZÉSE A JABIL CIRCUIT MAGYARORSZÁG KFT. PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Dolgozatomban a beszerzés, mint vállalati tevékenység nemzetközi folyamatait elemzem.

A szakirodalom áttekintése mellett vállalati példákon keresztül is értelmezem a jelentősebb témaköröket. A szakirodalmi összefoglalás legfontosabb témaköreit a beszerzési fogalmak, szintek, feladatok és célok alkotják. A folyamatok elméleti és gyakorlati lépései mellett a dolgozat a beszerzés jövőjére, fejlődési lehetőségeire és az ezen a területen megjelenő innovációkra fókuszál. Ezen a témán belül több tanulmányt és saját tapasztalataimat felhasználva kitérek az ipar 4.0 és a beszerzés kapcsolatára, a technológia fejlődését jellemző trendekre és problémákra, a digitalizáció előnyeire és hátrányaira, a már használatban lévő és a jövőben bevezetendő fejlesztésekre, az innováció elméleti és gyakorlati megjelenéseire és a koronavírus hatásaira is.

A dolgozat írása közben arra a kérdésemre kerestem választ, hogy mi a beszerzési funkció jelentősége, hogyan járul hozzá a vállalatok versenyképességének növeléséhez a jelenben, és milyen lehetőségei lesznek a jövőben. A fejlesztési lehetőségek terén kiemelten foglalkozom partnervállalatom, a Jabil Circuit Magyarország Kft. új, tesztelési fázisban lévő Fiori elnevezésű bővítményével, mely implementálásának célja a beszerzés hatékonyságának növelése. Az esettanulmányban részletesen ismertetem a modulok működését, előnyeit és hátrányait. Ezután saját tapasztalataimat, következtetéseimet foglalom össze. A fejezet kiemelt része a modulonként, majd a teljes bővítményre vonatkozó, mind rövid, mind hosszabb távon megvalósítható saját fejlesztési javaslataim megfogalmazása.

MINTA

AL MAMUN MD ABDULLAH
mamun.austex@gmail.com
Ellátási lánc menedzsment
MSc, 4. félév
Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Buics László
egyetemi adjunktus, SZE KGK

A BIG DATA APPROACH TO EVALUATE WORKER'S PERFORMANCE AND IMPROVE PRODUCTIVITY IN CLOTHING MANUFACTURING INDUSTRY: CASE STUDY FROM BANGLADESH

Ennek a cikknek a célja, hogy megvizsgálja a lehetőségeket, és bemutassa a big data analitika alkalmazásának megközelítését a dolgozók teljesítményének és termelékenységének értékelésére és növelésére a ruhagyártó gyárak esetében. Banglades feldolgozóiparát már régóta főként a ruházati és textilágazat uralja. Noha ez az ágazat az elmúlt évek során erőteljes növekedést mutatott, még mindig messze van attól, hogy a rendelkezésre álló legújabb technológiákat használja a termelékenység és a dolgozók teljesítményének további javítására. Mivel a ruhagyártás munkaigényes iparág, valójában nincs sok lehetőség a munka automatizálására. De azt tehetjük, hogy megkönnyítjük az egyes folyamatokban részt vevő kezelők munkáját, ami növeli teljesítményüket és általános termelékenységüket. Általában a gyártási műveletek napi rendszerességgel nagy mennyiségű strukturált vagy strukturálatlan, hasznos vagy nem hasznos adat generálásával járnak. Ezt a hatalmas mennyiségű információt big datának nevezik, amelyet nehéz kezelni hagyományos adatkezelési és -elemző eszközökkel. A megfelelő módszerrel alkalmazott big data analitika segítségével azonban a különböző típusú érzékelők, naplók vagy rekordok, valamint számítógépes gépek által gyűjtött információk felhasználhatók a gyártási műveletek különböző területein tapasztalható hiányosságok nyomon követésére. A kutatás egy bangladesi ruhagyártó üzemben gyűjtött elsődleges gyártási adatokból és kiterjedt szakirodalmi áttekintésből származó problémákon alapul, és a nagy adatok segítségével a cikk javaslatot tesz arra, hogy az erőforrások felhasználásával gyorsan azonosítsák és értékeljék a dolgozók teljesítményének hiányosságait a gyárakban elérhető a szokásos időigényes módszerhez képest, ami ebből kifolyólag nagy hatással lesz az általános termelékenységre.

MUTA

TURI DOROTTYA
dorkaturi@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 7. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Longauer Dóra
egyetemi adjunktus, PTE KTK

A GLOBÁLIS CHIPHIÁNY HATÁSA A HAZAI AUTÓIPARRA

Dolgozatomban a magyar autóipar helyzetét vizsgáltam a pandémia és a globális chiphiány tükrében, melyek az utóbbi évek legnagyobb kihívásait jelentették e szektorban. Elsőként a témához leginkább kapcsolódó ellátási lánc menedzsmenthez és a termelési rendszerekhez fűződő elméletek ismertettem, majd bemutattam a félvezető iparág főbb jellemzőit és feltártam a chiphiány kialakulásához vezető okokat és annak a következményeit. Ezt követően empirikus kutatásomban statisztikákon keresztül vizsgáltam a gépjárműipar változásait. Elemeztem a gépjármű- és járműalkatrész forgalom volumenindexének változását, majd az új és használt gépjárművek, motorkerékpárok eladási forgalmának változását 2018 és 2021 között. Emellett a négy multinacionális OEM gyártó vállalatot vizsgáltam a 2018-2021 közötti időszakban: az Audi Hungaria Zrt.-t, a Mercedes-Benz Manufacturing Hungary Kft.-t, a Magyar Suzuki Zrt.-t és az Opel Szentgotthárd Autóipari Kft.-t. A rendelkezésre álló, a pénzügyi beszámolókban (mérleg és eredménykimutatás) feltüntetett adatok alapján ezen vállalkozások vagyoni, pénzügyi, jövedelmi helyzetének és hatékonyságának változását mutattam be különböző mutatószámok kiszámításával és elemzésével. Ezen elemzés segítségével arra kerestem a választ, hogy a pandémia és a chiphiány negatív következményei felfedezhetők-e ezen adatokban és az általam kiszámított mutatószámokban. Alapvetően a vizsgálatot megelőzően negatív irányú változásokat feltételeztem, de ez végül nem igazolódott be teljes mértékben, sőt több esetben pozitív irányú változásokat véltem felfedezni.

MUTA

SZÜSZ KIRA
szusz.kira6@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 7. félév
Pannon Egyetem
Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:
Fehér Norbert
oktató, PE GKZ

AMIKOR NEM CSAK AZ INTERNET SEBESSÉGE SZÁMÍT, AVAGY BEKÖTÉSI VÁRAKOZÁSI IDŐ ANALÍZIS A DIGI TÁVKÖZLÉSI ÉS SZOLGÁLTATÓ KFT-NÉL

Projektemben a Digi Távközlési és Szolgáltatói Korlátolt Felelősségű Társaság konkrét példáján keresztül szeretném bemutatni a tanulmányaim során megszerzett tudással a választott 7 fő veszteség forrás alapján az internet bekötők munkáját és annak folyamatait. Választásom azért erre esett, mert beleszerettem volna látni, hogy az internet bekötők munkája hogyan zajlik, továbbá milyen veszteségek jelennek meg munkafolyamataikban és ezeken a problémákon hol lehet javítani. Továbbá a cégnél mik azok a külső-, és belső tényezős problémák, ami miatt a folyamatok hosszabb átfutási időre toldódnak ki. Napjainkban a Digi Távközlési és Szolgáltatói Kft. számos fellendülést tanúsított az ügyfelei felé. Úgy gondolom olyan vállalatot választottam, akik a jövőben is szeretnének az Oligopólium élére törni munkásságukkal, eszközeikkel, áraikkal és fejlesztéseikkel. A cégben fontosnak tartják a javaslattéttelt, hiszen a hibák és a problémák ezzel minimalizálhatók vagy teljes mértékben megszüntethetők egy adott munkafolyamaton. Az előrelépés fontos a cég számára, hiszen ez egyaránt a megrendelőnek is előnyt jelent, hiszen a várakozási idője minimálisra redukálódik a szolgáltatás megrendelése és bekötése során.

A Szakdolgozatom megírása során a vizsgálatokat a Lean Six Sigma folyamatfejlesztés elvén végzem. A következő kérdésekre szeretném megtalálni a válaszokat javaslattétellel alátámasztva:
- Miért kell ennyit várni a bekötés folyamatára?
- Milyen veszteségek érik a Digi és Távközlési Szolgáltatói Kft. bekötő kollégáit?
- Miként alakultak a bekötési darabszámok a 2019-es és a 2020-as évben?

Fontosnak tartom, hogy egy folyamatban a hibák minimálisak legyenek vagy teljes mértékben megszűnjenek. Célom, hogy egy pontosabb munkavégzés eredménye kerüljön ki az ügyfeleknek. Szeretném elérni a kimutatásokkal, hogy a ciklusidő láthatóan csökkenő tendenciát mutasson.

MUTA

SIMÓ MÁRTON
martonsimo@gmail.com
Pénzügy
MA, 2. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Társadalomtudományi TDK

Témavezető:
Tóth László
egyetemi docens, BCE

IDENTITÁS KÖZGAZDASÁGTANI KERETRENDSZER ALKALMAZÁSA KÖZÖSSÉGI MÉDIA PIACON

A cikk egy elméleti elemzésben mutatja be, hogy a döntéshozás elmélete a közgazdaságban hogyan fejlődött. A szerző arra a következtetésre jut, hogy a környezetünk és társadalmi beágyazottságunk jelentősen hat erre. A racionális döntés a konkrét társadalmi kontextustól függ. Továbbá, az elméleti eredmények alapján a cikk egy esettanulmányt végez, ahol az identitás elméleti bevonásával kísérletezik egy piaci környezetbe. Egy elméleti modellt alkot a szerző a médiapiacokról. Ezután az identitás keretrendszert ehhez illeszti hozzá. A szerző azzal a hipotézissel él, hogy a közösségi média oldalakon egyesúlytalanság van, amit az identitás keretrendszerrel lehet megmagyarázni. Az elemzés végül talál egy potenciális mechanizmust, ami leírja az egyenlőtlenséget és elfogadja a hipotézist. A szerző felhívja a figyelmet a további kutatások szükségességére.

MINTA

TÓTH ÁDÁM
adamtoth301@gmail.com
Kereskedelem-marketing
BA, 5. félév
Eötvös Loránd Tudományegyetem
Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Pató Gáborné Dr. Szűcs Beáta
egyetemi docens, ELTE TÁTK

BELSŐ ELLÁTÁSI LÁNC VIZSGÁLATA A SZOMBATHELYI SZŐLŐSKERT ÉTTEREMBEN

A szombathelyi Szőlőskert vendéglő 2016 őszén kezdte meg működését. Forgalma kezdetben elmaradt a várttól, az utóbbi időszakban viszont jelentősen megnövekedett. A hely fokozatosan vált egyre ismertebbé az emberek körében, a jó hír elterjedéséhez a személyzetváltás is hozzásegítette az éttermet. Szintén nagy forgalomnövelő hatást eredményezett végül a járványhelyzet is: a 2020 tavaszi záráskor a Szőlőskert elvitelre továbbra is nyitva maradt, ezzel sok új, visszatérő fogyasztójuk lett. A koronavírust követő nyitás után a helyben fogyasztás és az elvitel párhuzamos jelenléte korábban nem tapasztalt mértékű elvárást támaszt az étteremmel szemben, különösen hétvégenként, amelyet nehéz kezelni. A konyha kapacitása a kis méretéből adódóan véges, az egyre növekvő mennyiségű rendelést nem minden esetben tudja fogadni, pedig igény lenne rá. A dolgozat célja megvizsgálni, hogy milyen lehetőségek vannak a probléma megoldására, illetve a kapacitás még jobb kihasználására, hogy a lehető leggördülékenyebben a lehető legtöbb rendelést el tudják készíteni vasárnap délben (csúcsidőben) is.

MINTA

MADARAS ÁLMOS
madarasalmos@yahoo.com
Menedzsment
BA, 4. félév
Babeș-Bolyai Tudományegyetem

Témavezető:
Dr. Szász Levente
egyetemi tanár, dékánhelyettes, RO BBTE

FESZTIVÁLSZERVEZÉS KOCKÁZATMENEDZSMENTJE

A dolgozat célja, hogy kielemezzük milyen kockázatok járnak egy fesztivál szervezésével, mind a szervezési időszak, mind pedig a rendezvény leforgása alatt. Mindezen lehetséges kockázatok meghatározása után, egy olyan útmutatót alakítunk ki, amely segítséget nyújthat a fesztiválok szervezőinek a lehetséges vészhelyzetek kezelésére.

Annak érdekében, hogy beazonosítsuk a rizikó tényezőket, először meg kell értenünk a logisztikai hátterét egy ilyen rendezvénynek, hiszen a legtöbb kockázat a nem megfelelő logisztika következménye.

Kutatásunk során nem csak elméleti síkon gondolkodtunk, hanem erdélyi fesztiválokkal is egyeztettünk, azonosítottuk a kockázatokat, majd megoldást kerestünk rájuk, oly módon, hogy ezek általánosan alkalmazható gyakorlati minták legyenek.

Eredményeinkből kiderül, hogy a bekövetkező veszélyek két nagy csoportba sorolhatóak: külső és belső. A külső veszélyek esetében, olyanokra gondolunk, amelyek felett nincs kontrollunk (pl. időjárás, érdektelenség). A belső veszélyek szervezetlenség, humánerőforrás hiány, vagy nem megfelelő logisztika szüleményei. Elvárásaink alapján a külső veszélyekre úgynevezett vészterv a megoldás, míg a belsőkre az általunk kialakított ajánlások. Ezeknek a módszereknek az alkalmazásával egy eredményesebben megszervezett rendezvény érhető el.

MINTA

LÁSZLÓFI ÁDÁM
edem1550@gmail.com
Ellátásilánc-menedzsment
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezetők:
Városiné Demeter Krisztina
egyetemi tanár, BCE VGI
Losonci Dávid István
egyetemi docens, BCE VGI

KÉSZÜLTSÉG VAGY ÉRETTSÉG? – DIGITALIZÁCIÓ AZ EURÓPAI JÁRMŰIPARBAN

A negyedik ipari forradalom korunk ipari forradalma. Legfőbb jellemzője a digitalizáció, és annak mindent felforgató hatása. Technológiai újításai gyors és lényeges változást hoznak nemcsak technológiai-, hanem humán- és gazdasági oldalon is. Az új technológiák várhatóan alapjaiban változtatják meg mobilitási szokásaink, mindazt, amit ma a közlekedésről gondolunk.

Az európai járműipar jelenlegi gazdasági struktúrája két nagy részre bontható: „vállalati központokra" és „gyártókra". Előbbi a cégek anyavállalati központjait tömöríti, magas hozzáadott értékű gyártással és K+F-el (pl. Németország). A néhány évtized alatt kialakuló „gyártó" országok csoportja az említett cégek gyártási tevékenységeinek nagyobb részéért felelősek. A kiszervezés fő mozgatórugója a közelben elérhető olcsó munkaerő, súlypontja Kelet-Közép Európa (pl. Magyarország).

A kérdés, hogy a kialakult gazdasági struktúra mit jelent az országok járműipari digitális fejlődésére? Mutatkozik-e eltérés a gazdasági- és digitális pozíciók között?

Hogy a piaci szereplők ismerjék digitális érettségüket, adott szintű (makro-, mezo, mikro) méréseket végeznek. A mérési modellek segítségével lehetőség van a benchmarkolásra (összehasonlításra) is. Jelen dolgozat célja a járműipar mezoszintű, digitális fókuszú vizsgálata, az országok viszonyrendszerének feltárása.

A dolgozat első részében az irodalomkutatás eredményeit ismertetem, bemutatva az ipar 4.0 koncepcióját, a járműipar digitális trendjeit. Mivel kész ágazati mérési modell nem áll rendelkezésre, ezért új modellt készítek, melyhez alapot biztosítanak a makro- és mikro koncepciók.

A változók adatait az Eurostat ICT adatbázisa biztosítja. Először főkomponens elemzést futtatok, mely a technológiák összefüggéseire világít rá. A faktorértékek alapján az országos listára klaszterelemzést végzek. Végül a további összefüggésekhez multidimenziós skálázást készítek. Az utolsó feje-zetben az eredményeket összehasonlítom és saját következtetéseket vonok le a járműiparra vonatkozóan, rövid leírásokkal a vizsgált országokra.

Saját kutatásom alapján a járműiparban kialakult struktúra a digitális fejlettség alapja. A járműipari központoknak helyet adó országok összességében ugyan fejlettebbek a digitalizáció terén, részletesen lebontva ugyanakkor szerepkörnek megfelelő fejlődés látható. Saját kutatásom és a szakirodalmi elemzés rávilágít arra is, hogy digitalizáltságukat szerepkörük mellett befolyásolhatja feldolgozóipari digitális fejlettségük is.

BARABÁS BIANKA
bius18b2000@gmail.com
Gazdálkodás és menedzsment
BA, 7. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Kosztyán Zsolt Tibor
tanszékvezető egyetemi tanár, PE GTK
Dr. Hegedüs Csaba
egyetemi docens, PE GTK

KÖTÖTT STRUKTÚRÁJÚ ÜZLETI FOLYAMATOK KONTROLÁLÁSA SZABÁLYOZÓ KÁRTYÁKKAL

A termelési és gyártási folyamatok esetében a folyamatszabályozás évszázados múltra tekint vissza, a projektek esetében pedig a ezredforduló környékén jelentek meg a megoldások. Az üzleti folyamatok esetében még nincs olyan sok megoldás. Éppen ezért érdemes foglalkozni az üzleti folyamatok szabályozásával.

A TDK dolgozat újszerűségét az adja, hogy eddig a projekteknél használt szabályozó kártyákat, megpróbáljuk üzleti folyamatokra alkalmazni. Ehhez először is szükségünk volt egy kiinduló modellre melyhez költség és idő adatokat rendeltünk. Majd ezek felhasználásával 25 darab 5 elemből álló mintára illesztettünk rá átlag-terjedelem kártyákat. Később ezt valós adatokkal is megtettünk. Abból a szempontból fontos ez a kutatás, hogy üzleti folyamatoknál is meg lehessen előre jósolni, hogy vannak-e olyan események, melyek azt fogják eredményezni, hogy a folyamat elveszti stabilitását és így még időben be tudunk avatkozni. Ehhez szükséges meghatározni alsó és felső beavatkozási korlátokat, (esetünkben csak a felső korláttal foglalkozunk) hogy tudjuk hol és mikor szükséges ez a beavatkozás. Az eredmények következtében lehet javaslatokat megfogalmazni, hogy hogyan lehet a folyamat struktúráján változtatni, hogy az idő adatok módosuljanak és ezzel együtt a költségek is, mivel idő alapú költségekről van szó.

A legnagyobb eredményt az jelenti, hogy láthatjuk, ez a módszer ugyanúgy működhet üzleti folyamatok szabályozására, mint projektek esetében. A módszer későbbi tovább gondolása, továbbfejlesztése, pedig esélyt ad arra, hogy még pontosabban lehessen az üzleti folyamatok esetében előre jelezni a hibákat.

MINTA

PFEIFFER ÁDÁM
pfeifferadam16@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Juhász Tímea
egyetemi docens, címzetes egyetemi tanár, BGE KKK

MASTER DATA – TÖRZSADATOK A DIGITALIZÁLT ELLÁTÁSI LÁNCOK VILÁGÁBAN

A modern kor nemzeteken átívelő, kiterjedt ellátási láncainak egyre inkább kibontakozó trendje a digitális ügyviteli eszközök folyamatokba történő implementálása, illetve a különféle rendszerek egységesítése. Ezen elektronikus platformok üzemeltetésének fundamentális eleme az az adathalmaz, ami a rendszerekben, illetve azok között kerül megosztásra, informálva ezzel annak felhasználóit az ellátási lánc működtetésének folyamatában. Az ilyen módon kialakult adathálózatokban egyre jobban a figyelem középpontjába került a Master Data, magyarul a törzsadatok, és jóval több multinacionális vállalat helyez komoly hangsúlyt ezen adatok kiemelt menedzselésére, mint korábban. Vajon mi rejlik a tendencia hátterében? Mik azok a faktorok, amik a digitalizált vállalati műveletek biztosításakor piedesztálra emelik a Master Data és annak menedzselésének szerepét? Kutatásom során ezekre a kérdésekre kerestem a választ, megvizsgálva a törzsadatok rendeltetését és jelentőségét a digitalizálódó ellátási láncok kontextusában. Az irodalmi kutatás során a témában megjelent elemző publicisztikák, szakmai cikkek, illetve szemináriumok és előadások írásos lenyomatai voltak segítségemre. Az így feltárt információk és eredmények gyakorlati szempontból történő szakmai vizsgálatát primer adatgyűjtés segítségével, kvalitatív kutatással végeztem. Mélyinterjúk keretei között kérdeztem egy nagy nemzetközi vállalat logisztikai tervezőit, elemzőit, illetve közvetlenül törzsadatokat karbantartó munkatársait, milyen szerepet tölt be a logisztikai részleg, ezáltal az ellátási lánc biztosításában a Master Data. Válaszaik alapján próbáltam utána járni az irodalmi kutatás során tett megállapítások gyakorlati helytállóságának. Kutatásom eredményeképp fény derült a törzsadatok esszenciális szerepére a digitalizált ellátási láncokban. A Master Data igyekszik az ellátási lánc minél több területét lefedni, az integrált vállalatirányítási rendszerek hatására pedig egyre inkább beágyazódik a vállalati osztályokba, gyökeresen meghatározva azok működési és döntéshozatali képességét. A hibás törzsadatok cégen belüli, és azok externális hatásait elemezve igazoltam ezen adatok menedzselésének kritikus fontosságát. Emellett megállapítást nyert a Master Data vállalati reziliencia növelését elősegítő szerepe is, ami által a cégek megfelelő választ tudnak adni a modern kor gazdasági kihívásaira.

MUNKA

KAPOSVÁRI LÁSZLÓ TAMÁS
kaposvari.lt@gmail.com
Földrajztanár - történelemtanár
Osztatlan, 7. félév
Miskolci Egyetem
Bölcsészettudományi Kar

Témavezetők:
Siskáné Dr. Szilasi Beáta
egyetemi docens, ME MFK
Dr. Varga Krisztina
adjunktus, ME GTK

SZERVEZ ÉS SZOLGÁLTAT VAGY Ő SZERVEZ, Ő PEDIG SZOLGÁLTAT? A MEGRENDELŐI ÉS A SZOLGÁLTATÓI FELADATOK KÜLÖNVÁLASZTÁSÁNAK SZÜKSÉGESSÉGE A HELYI TÖMEGKÖZLEKEDÉSBEN MISKOLC PÉLDÁJÁN

Magyarország 19 megyeszékhelye közül eddig 10 város döntött úgy, hogy saját maga gondoskodik a helyi tömegközlekedési szolgáltatásról. Budapesten, Debrecenben, Szegeden, Miskolcon, Pécsett, Kecskeméten, Tatabányán, Kaposvárott és Veszprémben az önkormányzat hozott létre egy gazdasági társaságot az ezzel kapcsolatos feladatok elvégzésére, míg Szombathelyen egy magáncéget bíztak meg ezzel.

A hagyományos szervezési modell szerint a tömegközlekedési szolgáltatásnak két szereplője van: az ellátásért felelős (aki egyben a megrendelő is) és a szolgáltató, azaz a közlekedési vállalat. Minden városban az önkormányzat a megrendelő, így ebből következően a paramétereket és a kritériumokat is ő állapítja meg – elviekben. Azonban a gyakorlat azt mutatja, hogy a hagyományos modellt alkalmazó városokban az önkormányzat érdemi megrendelői tevékenységet nem végez, megrendelői kontrollt az esetek többségében nem lát el. A szolgáltató a közszolgáltatási szerződés keretein belül saját maga végzi a szállítási kapacitások tervezését, saját maga készíti a menetrendet, amibe ugyan elviekben van beleszólása a megrendelőnek, ezzel a lehetőségével azonban az önkormányzat jellemzően nem él.

Magyarország 4 nagyvárosában, Budapesten, Szegeden, Pécsett és Kecskeméten már felismerték, hogy miért szükséges egy, a közlekedési szolgáltatótól független szervezetbe helyezni a szolgáltatás tervezésével és a teljesítés ellenőrzésével összefüggő feladatokat. A felsorolt városok ezért közlekedésszervezőt hoztak létre, mely vagy önálló gazdasági társaságként, vagy pedig a városüzemeltetést végző cég egyik szervezeti egységeként működik. Ezen városok tapasztalata egyértelműen pozitív a modellváltással kapcsolatban, és fel sem merült bennük, hogy jobb lenne visszatérniük a hagyományos modellre.

Miskolcon is jelentkeznek azok a problémák, melyek a „megrendelőként viselkedő megrendelő” hiányából fakadnak. Ezért határoztam el, hogy egy teljes dolgozatban foglalkozom a magyarországi városok helyi tömegközlekedésének szervezéséhez és üzemeltetéséhez jelenleg (2022) alkalmazott modellekkel, tanulmányozom a hazai közlekedésszervezők történetét és tevékenységét, valamint részletesen megvizsgálom, hogy milyen működési modellre lehetne áttérni a hagyományosról. A dolgozat 5 olyan, elviekben működőképes szcenáriót tár az olvasók elé, melyek célja, hogy az eddigieknél jobban érvényesülhessenek a hatékonyabb és minőségibb szolgáltatást lehetővé tevő megrendelői igények és elvárások.

MINTA

Termelés-Szolgáltatás-Ellátási lánc menedzsment Logisztika

Elnök:	Prof. Dr. Demeter Krisztina	BCE
Társelnök:	Prof. Dr. em. Szegedi Zoltán	SZE KGK
Tag:	Dr. Gyenge Balázs	MATE SZIC AGI
Tag:	Dr. Kiss János	BCE

MINTA

VÁRTELEKI RICHÁRD
vricsi5550@gmail.com
Közlekedésmérnöki
BSc, 5. félév
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Közlekedésmérnöki és Járműmérnöki Kar

Témavezető:
Szabó Zsombor
tanársegéd, BME KJK

A COVID-19 HATÁSA MAGYARORSZÁG NEMZETKÖZI KÖZÚTI ÁRUFUVAROZÁSÁRA

A COVID-19 rengeteg szörnyűséget okozott az emberiségnek. Sokan vesztették el szeretteiket, ismerőseiket. A korlátozások és a vírustól való félelem olykor már az emberek állását is veszélyeztette itthon és világszerte, sok vállalatnak okozott jelentős gazdasági és logisztikai problémát.

Kutatásomban a járványnak Magyarország nemzetközi közúti árufuvarozására gyakorolt hatásait vizsgáltam más független változókkal együtt. Két külön vizsgálatot végeztem, melyekben a járványt eltérő módon vettem figyelembe, de a többi változó azonos maradt. A kapott eredmények önmagukban is érdekesek, azonban az elemzések összevetésével még több információra lehet szert tenni, hiszen a két modell különbségei visszavezethetők a járvány hatásainak reprezentációjára.

A vizsgálatok során a többváltozós lineáris regresszió eljárásmódját alkalmaztam, melynek módszertanáról részletesen írtam a dolgozat keretében.

Ezen kutatás célkitűzése a közúti árufuvarozás bemutatása egy rendkívüli esemény idején, mely a legtöbb országban komoly hatással volt a gazdaságra és az ott élő emberek mindennapjaira is.

Az eredményekről elöljáróban annyit, hogy sikerült számszerűsíteni a COVID-19 kitörésének és hosszabb távú hatásainak Magyarország nemzetközi közúti árufuvarozására gyakorolt hatásait, előbbi negatív, utóbbi pozitív befolyással bírt.

MINTA

JÓZSA RÓBERT
jozsarobi6@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Dr. Antalóczy Katalin CSc
főiskolai tanár, BGE KKK

ÁRUSZÁLLÍTÁS VASÚTON: VAKVÁGÁNY HELYETT RENESZÁNSZ?

„Vasúton - zöld úton" hangzik a Rail Cargo Hungaria egyik hangzatos szlogenje, ami, ha az egyes közlekedési módok fajlagos szén-dioxid kibocsájtását nézzük sokkolóan igaz. A fenntartható fejlődéshez vagy az üvegházhatású gázok kibocsájtásának csökkentéséhez erősen hozzátartozik a vasúti közlekedés.

A globalizáció hatásai miatt az áruszállítási piac az elmúlt évtizedekben folyamatos növekedést mutatott. Ez a növekedés azonban kontinensen belül, szinte teljes mértékben a közúton jutott el a rendeltetési helyére. A megnövekedett közúti árufuvarozásnak már napjainkban is érezhetők negatív mellékhatásai, mint például az útburkolatok gyorsabb amortizációja, gyakrabban kialakuló torlódások a frekventált útszakaszokon, valamint a közúti fuvarozásból származó károsanyagkibocsátás növekedése. Emiatt felértékelődött az alternatív árufuvarozási ágakra való áttérés fontossága.

A vasút szerepének növelése érdekében az Európai Unió is számos ambiciózus tervet tűzött ki a közös közlekedéspolitikán belül, amelyek a vasúti árufuvarozás ösztönzését szolgálják. Ugyanakkor, az európai uniós közlekedési fehér könyv és politikai hangsúly ellenére, hazánkban és az Európai Unióban a vasúti árufuvarozás részaránya csökken vagy legjobb esetben is csak stagnál.

Dolgozatom célja a vasúti áruszállítás jelenlegi helyzetének ismertetése, valamint az Európai Unió által is sürgetett vasútra váltás lehetőségeinek vizsgálata. Kutatásom során feltérképezem a vasút számára potenciális növekedést generáló szektorokat és a különböző típusú és mennyiségű áruk egyedi fuvarozási igényeit.

Dolgozatom módszertanát, szorosan a témához illesztettem. Szekunder kutatásom során összefoglalom a magyar és a nemzetközi szakirodalmat. Primer kutatásomat pedig a vasúti szakmában érintett szakértőkkel készített interjúkkal és vasútvállalati adatok és statisztikák elemzésével végzem.

MINTA

BARTA KRISZTINA
kriszta@bartafamily.hu
Kereskedelem és marketing
BA, 7. félév
Budapesti Metropolitan Egyetem
Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:
Dr. Antoni Alfonz Dénes PhD
főiskolai docens, METU ÜKTF

AZ ENSZ ALKALMAZOTTAINAK NEMZETKÖZI KÖLTÖZTETÉSE: A KÖLTÖZTETÉSI IPARÁG NORMÁITÓL VALÓ ELTÉRÉSEK KEZELÉSE

Több, mint húsz éve dolgozom a nemzetközi költöztetési iparágban. Pályafutásom a szolgáltatói oldalon kezdődött, később szerettem volna megismerni a költöztetési szakma másik oldalát, ezért négy évvel ezelőtt úgy döntöttem, hogy „áttérek" az ügyfél oldalra, hogy kiszélesítsem tudásomat. Döntésem meghozatala óta a Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO of the UN), azaz az Egyesült Nemzetek Élelmezésügyi és Mezőgazdasági Szervezetének munkatársa vagyok. A FAO-nál felügyelem és segítem kollégáim költözéseit és utazásait, valamint napi kapcsolatban állok a Szervezet jelenlegi szolgáltatójával, aki egy globális szerződés keretein belül intézi a nemzetközi költözéseket. Jelenlegi munkámat megelőzően a FAO korábbi szerződéses szolgáltatójánál dolgoztam, ahol a FAO of the UN alkalmazottak nemzetközi költöztetéseinek lebonyolításáért voltam felelős. A korábbi szolgáltatónál töltött idő alatt nap, mint nap szembesültem a költöztetési iparág normáitól való eltérésekkel, és hónapokon át tartó egyeztetések után sikerült az akkori szolgáltatónak megállapodnia a FAO-val és az illetékes menedzsereivel, hogy a paramétereket a költöztetési iparág normáihoz igazítsák, de legalábbis közelítsenek azokhoz. Kiterjedt tudással rendelkezem a nemzetközi relokáció terén, és egyedi perspektívámat a folyamat két kulcsfontosságú szereplőjétől szereztem meg. Szakdolgozatom fő célja ezen globális szerződés feltételeinek a költöztetési iparág normáitól eltérő értelmezésének bemutatása. Rámutatnék, hogy hol kellene változtatni a tender kiíráson, hogy a FAO of the UN jelentős összeget takaríthasson meg az Európán belüli közúti szállításokon.

MINTA

KELEMEN KARINA
kelemenk97@gmail.com
Regionális és környezeti gazdaságtan
MSc, 4. félév
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Kósi Kálmán
c. egyetemi tanár, BME GTK

EGY LOGISZTIKAI KÖZPONT TELEPHELYVÁLASZTÁSÁNAK SZEMPONTRENDSZERE A GAZDASÁGI TÉRELMÉLETEK ALAPJÁN

A klasszikus közgazdaságtan korábban olyan egyszerűsített elméleteket és modelleket alkalmazott, amelyekben nem vették figyelembe a tér szerepét, és egy tér nélküli gazdaságot feltételeztek. Megfigyelhető volt azonban, hogy ezek az egyszerűsített klasszikus közgazda-ságtani modellek sokszor torzított eredményhez vezettek. A globalizáció teljesen átrendezte a világot, melynek következtében a tér szerepe is átalakult és felértékelődött, ekkor már egyértelművé vált, hogy a tér szerepét nem lehet elhanyagolni a közgazdaságtani vizsgálatokban és a gazdasági döntésekben.

A tényt, miszerint a gazdaság térben létezik, sokáig maga a közgazdaságtan tudománya sem vette tudomásul, hiszen a térrel és távolsággal gazdasági szempontból foglalkozó regionális gazdaságtan körülbelül a XX.század közepén alakult csak ki. Ezen regionális gazdaságtan egyik kiemelkedően fontos területe a telephelyhelyválasztás és az ezekhez kapcsolódó telephelyválasztási elméletek vizsgálata. Egy telephelyválasztási döntés minden vállalkozás és multinacionális vállalat életében kiemelkedő jelentőséggel bír, hiszen hosszútávra és meg-fontolt döntések alapján történik, mivel nagyban befolyásolják a gazdálkodó szervezet versenyképességét és a sikeres működést.

A történelem során számos telephelyválasztási elméletet alkottak meg, amelyek a technikai és technológiai forradalmak alapján fejlődtek és alakultak ki. Ezen fejlődési folyamat, a Kondratyev cikluselmélet alapján 5 egymást követő szakaszra bontható, amelyben megfigyelhetőek az innovációk megjelenése és az ezek okozta fejlesztések és gazdasági súlypont áthelyeződések. Ezen neoklasszikus elméleteket idővel azonban számos kritika érte, melyek elsősorban a gazdasági szerkezet át-alakulásából fakadtak, azonban idővel, a gazdaság átala-kulásával megjelentek olyan jelenleg is alkalmazható komplex és egymástól függő modellek, amelyek már több tényezőt is figyelembe vesznek egy telephelyválasztási döntés során, valamint ezekkel már képesek vagyunk matematikailag megalapozott módon megtalálni az optimális helyszínt, egy optimális telephely létrehozására.

A szakirodalmi kutatások eredményeit átültettem a gyakorlatba, amivel egy amerikai központtal rendelkező multinacionális vállalat magyarországi logisztikai központjának a telephelybővítését segítettem a modern gazdasági térelméletekkel, amelyekkel már matematikailag megalapozott módon képesek vagyunk kiválasztani a legoptimálisabb külső helyszínt a vállalat profiljához és tevékenységéhez illesztve.

MINTA

KURUCZ BIANKA
qbius99@gmail.com
Logisztikai mérnöki
BSc, 7. félév
Neumann János Egyetem
GAMF Műszaki és Informatikai Kar

Témavezetők:
Dr. Török Erika
főiskolai tanár, NJE GAMFK
Bereczki Csaba
szenior tanácsadó, ICG Integrated Consulting Group Kft

EGY NAGYVÁLLALAT RAKTÁRI FOLYAMATAINAK ELEMZÉSE A TELJES ORSZÁGOS DISZTRIBÚCIÓ KIELÉGÍTÉSÉNEK LEHETŐSÉGE ÉRDEKÉBEN.

A dolgozatomban egy nagyvállalat raktári folyamatait elemeztem, annak érdekében, hogy a jövőben a raktár képes legyen a teljes országos disztribúció kielégítésére. A folyamatok új szemszögből történő megközelítése mellett a Lean szemlélet alapjait alkalmaztam. Vizsgáltam a humán erőforrás hatékonyságát, illetve a raktár és az állványrendszer kihasználtságát. A folyamatok vizsgálata során idő alapú méréseket végeztem, hiszen a teljes országos disztribúció hatására az áruforgalom növekedésére lehet számítani, azonban ezt a megnövekedett mozgást ugyan annyi idő alatt (munkaidő) kell tudni teljesíteni.

MINTA

SIMON RITA
rita.simon@outlook.hu
Ellátásilánc menedzsment
MSc, 4. félév
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

Témavezetők:
Dr. Zalainé Mészáros Kornélia
adjunktus, MATE AÉGI
Dr. Bakó Tamás
tudományos munkatárs, MTA, KRTK,
KTI intézetében tudományos munkatárs.

KÖRNYEZETI FENNTARTHATÓSÁG A LOGISZTIKÁBAN. ENERGIAHATÉKONYSÁGOT JAVÍTÓ ÉS KÖRNYEZETTERHELÉST MÉRSÉKLŐ KÖZÚTI FUVAROZÁS MAGYARORSZÁGON.

A dolgozat fókuszpontja a környezeti fenntarthatóság, azon belül az ellátási láncok fenntarthatósága és működésük gazdaságossága a közúti fuvarozás szemszögéből. Bevezetésként a gyenge és az erős fenntarthatósági elméletek közötti szemléletbeli különbség bemutatása után a ZELM (zöld ellátásilánc menedzsment) és a FELM (fenntartható ellátásilánc menedzsment) koncepcióit tekintem át. Majd az alternatív üzemanyagok bemutatása során kiemelésre kerül, hogy az elektromos akkumulátoros meghajtás a legenergiahatékonyabb és előállítását tekintve a legkevésbé környezetszennyező. Magyarországon a környezetkímélő közúti teherszállítás felfutásában sokat jelentene, ha a transz-európai közlekedési hálózat (TEN-T) 2030-ra tervezett belföldi szakaszain az elektromos kamionnal történő fuvarozás megvalósulhatna.

A tudományos módszertani rész három kutatási célkitűzést vizsgál. Először is az elektromos teherautók és vontatók elterjedési rátájának becslése volt a cél 2025-re és 2030-ra, mely a gazdaságfejlődés három forgatókönyve (pesszimista, alap és optimista) szerint került kidolgozásra. Ehhez többek között a Holt-féle exponenciális simítás módszere lett felhasználva. A második célkitűzés két részből tevődik össze. Egyrészt előrejelzés készült a dízeles nehéz tehergépjárművek okozta CO_2 kibocsátásról, majd a felírt képlet alapján az elektromos nehéz tehergépjárművek alkalmazásával megtakarított CO_2 mennyiség előrejelzése történt meg. A harmadik kutatási célkitűzés annak vizsgálata, hogy egy országos nagy teljesítményű haszongépjármű töltőhálózat (HPCCV) optimális töltőszámának mekkora lehet a költségvonzata 2030-ra. Ennek keretében, többek között egy tiszta egészértékű programozási feladattal kiszámításra került az átlagos töltési idő forgatókönyvenként.

A dolgozat zárásaként a megállapított eredmények kerülnek összefoglalásra. Elmondható, hogy 2030-ra az elektromos teherautók és vontatók elterjedési rátája előreláthatóan még mindig szerény lesz. A CO2 kibocsátás csökkenésének tekintetében is hasonló várható. A töltőtípusok elterjedésétől függően a telepítési költségek változatosan alakulhatnak. A drágább de gyorsabb 3 MW-s HPCCV töltőhálózat kiépítése esetén a telepítési költség 130-180 millió ft/db körül mozoghat.

A téma időszerűségét kiemeli, hogy a 2022 tavaszától fennálló háborús helyzet is rávilágít az Európai Unió és Magyarország erős fosszilis üzemanyag függésére, ami tovább sürgeti a közúti árufuvarozásban az energetikai váltás kikerülhetetlen szükségességét.

MINTA

STEIGER SZELINA
liveszisze99@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 7. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Kántor Szilvia
adjunktus, PE GTK

KÖRNYEZETVÉDELEM A SZÁLLÍTMÁNYOZÁSBAN- MIÉRT NEM JÓ, HA FÜSTÖL A KAMION?

Dolgozatom a manapság egyre jobban felkapott és sokakat foglalkoztató szállítmányozás környezetvédelmi kérdéseit vizsgálja. Maga a szállítmányozás témaköre hatalmas, ezért főként a közúti áruszállítás okozta környezetterhelési problémákra, illetve a lehetséges megoldásokra fektettem a hangsúlyt.

Az Európai Unió által meghatározott kibocsátási limit 690 mg/kW, viszont a szállítmányozásban használt EURO6 besorolású gépjármű is meghaladja ezt a limitet, mivel 768mg/kw a jelenlegi mért kibocsátása. A légszennyezéshez a közúti szállítmányozás 28%-ban járul hozzá, ez a százalék a kipufogógázból, fékkopásból, gumiabroncs kopásból, valamint az aszfalt kopásából tevődik össze. A közúti árufuvarozás nagy mértékben súlyosbítja a zajszennyezés problémáját is. A közúti áruszállítás 11, 9%-ban járul hozzá az üvegházhatású gázok kibocsátásához, ami jelentősen befolyásolja az éghajlatváltozást. Az üvegházhatású gázok kibocsátása évről-évre emelkedik, hiszen a csökkentése nehezen megoldható, mivel a hibrid, elektromos, hidrogénnel működő teher gépjárművek teherbírása és megtett kilométere még nem képes arra, mint a belsőégésű motorral jelenleg el lehet érni kilométer.

Kutatómunkám során primer és szekunder módszereket egyaránt használok. A szakirodalmi elemzés során a témához kapcsolódó irodalmakkal, a szekunder kutatás folyamán pedig különböző statisztikai adatokkal szemléltetem a jelenlegi környezeti problémákat és azok jelentőségét, valamint ismertetem a jövőbeli elképzeléseket és fejlesztéseket is. Emellett, bemutatok több környezettudatos áruszállítási megoldást, valamint alternatív lehetőségeket a belső égésű motorok lecserélésére és kitérek a szállítmányozás jövőjére is.

Primer kutatásként kérdőíves megkérdezést végzek Fejér, Győr-Moson-Sopron és Veszprém megyében tevékenykedő közúti szállítmányozással foglalkozó vállalkozások körében arról, hogyan viszonyul cégük a környezetvédelmi kérdésekhez, valamint, hogy milyen konkrét környezetvédelmi intézkedéseket vezettek be működésükbe és hogy hogyan látjuk a szállítmányozás jövőjét.

MINTA

KATONA REGINA
regina1@student.elte.hu
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 6. félév
Eötvös Loránd Tudományegyetem
Savaria Egyetemi Központ

Témavezető:
Pató Gáborné Dr. habil. Szűcs Beáta
egyetemi docens, ELTE SEK

SZÁLLÍTÁSI KÖLTSÉGEK RACIONALIZÁLÁSA EGY SZOLGÁLTATÓ VÁLLALATNÁL

A közelmúltban tapasztalható világgazdasági események hatására jelentősen emelkedtek a szállítási költségek, ezért dolgozatomban azt vizsgáltam, hogy milyen lehetőségek állnak rendelkezésre a racionális szállítási költségek eléréséhez egy szolgáltató vállalat szemszögéből. Hipotézisem szerint a fuvarozási módnak nagy szerepe van a költségek alakulásában, ezért egy adott szállítmány fuvardíját három különböző szállítási mód alapján vizsgáltam: tengeri, vasúti és légi árajánlatokat hasonlítottam össze, három különböző szállítmányozótól. Ezzel párhuzamosan egy másik összehasonlító elemzést is végeztem, azt vizsgáltam, hogy a fuvardíjak tekintetében mekkora különbség van, ha az áru halmozható illetve, ha nem halmozható. A kutatásom során az egyik fő probléma, amire megoldást ke-restem, hogy a csomagolásuk miatt nem halmozható szállítmányok szállítási költsége még magasabb, mintha halmozható szállítmány lenne, mivel a nem halmozhatóságukból adódóan nem lehet a fuvareszközt gazdaságosan kihasználni, azonban egy új csomagolási formával elért rakatolhatóság során lehetőség van a költségek csökkentésére. Feltáró kutatás során különböző logisztikai szolgáltatást nyújtó cégek oldalán és a szakirodalom áttekintésével kerestem módszert a szállítmányok rakatolhatóságának elérésére, ennek folyamán találtam rá a gitterboxokra, valamint a raklap tároló állványokra. Annak érdekében, hogy a vizsgált vállalat számára a megfelelő csomagolási forma kerüljön kiválasztásra, struktúrált interjúra is szükség volt, mely során a gitterboxra érkezett pozitív visszajelzés. Kutatási eredményeim alapján a szállítási költségek racionalizálhatók, amennyiben több fuvarozótól (legalább három), több fuvarozási módra kerül az árajánlat bekérésre, abban az esetben, ha kizárólagos döntési tényezőként az ár a meghatározó, továbbá az olyan szállítmányok esetében, amelyek a csomagolásuk miatt eddig nem halmozhatóak voltak, egy új csomagolási formával elért rakatolhatóság során a fuvareszközt gazdaságosabban ki lehetne használni, ami által szintén költségcsökkenés érhető el.

MUNKA

ZAKA LÁSZLÓ NORBERT
norbertzaka8@gmail.com
Műszaki menedzser
BSc, 8. félév
Szegedi Tudományegyetem
Mérnöki Kar

Témavezető:
Dr. Zsótér Brigitta
egyetemi docens, SZTE MK

VONALKÓDOS RAKTÁRI RENDSZER BEVEZETÉSÉNEK GAZDASÁGI SZÁMÍTÁSAI A TORNÁDÓ INTERNATIONAL KFT-NÉL

Egy vállalkozás mindennapi működésének fontos egysége a vállalatirányítási információs rendszer. Magyarországon is egyre több vállalkozás használ valamilyen típusú vállalatirányítási információs rendszert valamekkora mértékben. De az tapasztalható Magyarországon, hogy a kisvállalkozások túlnyomó többsége még mindig nem alkalmaz ERP rendszereket, és inkább papíralapon vezetik az információkat. A szakdolgozat célja, hogy bemutassa a KKV-nak milyen költség vonzatokkal, illetve milyen lépcsőfokokat kell meglépnie, hogy be tudjon vezetni egy vonalkódos raktárirányítási rendszert, a vállalatirányítási információs rendszerének bővítése során. Továbbá a szakdolgozat azt is megmutatja, hogy milyen előnyökkel járhat egy WMS (Raktárirányítási rendszer).

MINTA

Területfejlesztés

Elnök:	Dr. Molnár Tamás	PE GTK
Társelnök:	Prof. Dr. Nagy Henrietta	MILTON
Tag:	Dr. György Ottilia	EMTE CSK
Tag:	Dr. Kovács Tibor	EKKE GTK

MINTA

SÁRKÖZI ZSUZSA
zsuzsi520@gmail.com
Emberi erőforrások
BSc, 7. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Lipták Katalin
egyetemi docens, ME GTK

A SZOCIÁLIS SZÖVETKEZETEK SZEREPE A HÁTRÁNYOS HELYZETŰ TELEPÜLÉSEK FEJLESZTÉSÉBEN

Az általam választott kutatási terület a szociális gazdaság és a szociális szövetkezetek szerepe hazánk aprófalvaiban. Aprófalunak tekintjük a szakirodalom alapján az 500 főtől kevesebb lakosságszámmal rendelkező településeket. Az Észak-magyarországi régió térszerkezeti sajátosságai alapján az országos átlagtól jóval magasabb az aprófalvak száma, amely magával hozza az alacsony foglalkoztatottság, alacsony iskolai végzettség és a megélhetési problémák kérdéskörét. Úgy vélem, hogy az aprófalvak felzárkóztatása és az ott élők életszínvonalának javítása fontos társadalmi kérdés, amely igényli a társadalom tagjainak, a civileknek az aktívabb szerepvállalását. A szociális gazdaság erre épít. A választásom egy olyan aprófalu bemutatására esett (Hernádszentandrás), ahol a munkahelyek korlátozott száma és a foglalkoztathatósági nehézségek okán a fentebb nevezett hátrányokkal rendelkezik, de mégis megoldást talált az aktív foglalkoztatáspolitika eszközrendszerével a magas munkanélküliség kezelésére. A hosszú évek munkájaként mára már kiépült a szociális gazdasági szektor és jól működő társadalmi vállalkozás keretében szociális szövetkezeti formában működtetik a kezdetben egyszerű közfoglalkoztatási programból alakult „BioSzentandrás” programot. Mindig is foglalkoztatott, mivel lehetne az aprófalvakat kiemelni a vidéki „szürkeségből”, mindezen túl napjainkban egyre nagyobb teret nyer a környezettudatosság a mezőgazdasági termelésben is, ezzel összefüggésben több biotermék jelenik meg a boltok polcain is. Érdekelni kezdett engem is a biogazdálkodás és az előállított termékkínálat, a termékek értékesítési lehetőségei és az azzal kapcsolatos mindennapi munka, nem utolsó sorban a marketing tevékenység is. A dolgozat fő célja a hernádszentandrási „BioSzentandrás” program fejlődésének ismertetése a kezdeti nehézségektől a ma jól működő szociális szövetkezeti formáig.

MINTA

SZEKERES EVELIN
szekeres.evelin16@gmail.com
Regionális és környezeti gazdaságtan
MA, 4. félév
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

Témavezető:
Dr. Farkas Tibor
tanszékvezető, egyetemi docens, MATE VFGI

A VÁRASZÓI NŐK TÁRSADALMI ÉS GAZDASÁGI SZEREPÉNEK VIZSGÁLATA

Pályamunkám elkészítése során a váraszói nők szerepét kutattam gazdasági és társadalmi szempontból egyaránt. Váraszó Heves megye északi részén fekvő település, ahol felnőttem, ezáltal tartom fontosnak megismerni népességére, elsősorban a helyi nőkre jellemző társadalmi- és gazdasági tulajdonságokat. Célkitűzésem a dolgozat megírása során az volt, – azon túl, hogy a váraszói nők társadalmi és gazdasági szerepét meghatározzam – hogy feltárjam a nők és férfiak közötti egyenlőtlenségeket.

Vizsgálatom előzményeként olyan nemzetközi és hazai szakirodalmakat dolgoztam fel, melyek a nők szerepét vizsgálják a társadalomban, egyes közösségekben, mint családban és háztartásban, valamint a gazdaságban, a munka világában. Munkám során a település népességére jellemző vándorlási-, házasodási- és gyermekvállalási szokásokat, valamint az iskolai végzettség, foglalkoztatottság alakulását kutattam. Mindehhez primer, valamint szekunder kutatást is végeztem. Primer kutatásként általam összeállított kérdéseket tartalmazó kérdőíves felmérést végeztem Váraszó lakosságának körében, férfiak és nők bevonásával egyaránt, továbbá különböző típusú interjúkat alkalmaztam. Szekunder kutatásom során olyan adatbázisokat használtam fel, mint az Országos Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer, mely többek között a Központi Statisztikai Hivatal által összegyűjtött adatokat is integrálja, azonban a hivatal összefoglaló táblái – önállóan – is számtalan adatot szolgáltattam részemre. Az összegyűjtött adatokat Microsoft Excel programban, elsősorban a kimutatás (Pivot-tábla) funkció használatával elemeztem, majd a letisztított adatok egy részét SPSS programban, többek között Khí-négyzet próbával vagy korrelációanalízissel elemeztem, a kialakított mutatók minőségi vagy mennyiségi tulajdonságának megfelelően.

A vizsgálatom során kapott eredmények a legtöbb esetben egyezőséget mutattak a szakirodalmakban is meghatározott tendenciákkal, paraméterekkel, azonban míg a gazdasági aktivitás fokozódása, vagy az iskolázottság javulása – kivétel: a felsőoktatásban résztvevő nők arányának intenzív növekedése – a váraszói nőkre is épp úgy jellemző, mint azt az irodalmi adatok mutatják, addig az általánosan jellemző párválasztási szokások, valamint családi állapot népesség szerinti megoszlása, továbbá a gyermekvállalási szokások alakulása a váraszói nők esetében némiképp eltér a szakirodalmakban megismert adatokhoz képest.

MINTA

GARAMSZEGI LÍDIA
garamlidia2@gmail.com
Vidékfejlesztés - agrármérnök
BSc, 7. félév
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

Témavezető:
Urbánné Malomsoki Mónika
tanszéki munkatárs, MATE-VFGI, MATE VFGI

AZ ASZÓDI JÁRÁS FUNKCIONÁLIS SZEREPÉNEK ÉS FEJLŐDÉSI LEHETŐSÉGEINEK VIZSGÁLATA - A JÁRÁS NÉPESSÉGÉRE JELLEMZŐ DEMOGRÁFIAI TULAJDONSÁGOK ÉS TENDENCIÁK ALAPJÁN

Az Aszódi járás Budapest közelében található 11 település együttese alkotja. A járás számomra lakhely és szakmai kíváncsiságomnak köszönhetően -ma már- kutatási terület is. Vizsgálatom kezdetén 3 hipotézist fogalmaztam meg, amelyek a lakosság ingázásával, az elöregedés mértékével és az Aszódi járás által nyújtott szolgáltatásokkal kapcsolatosak.

Vizsgálatomban célul tűztem ki, hogy primer és szekunder kutatások segítségével bizonyítom, hogy az Aszódi járás népességére -az országos átlagnak megfelelően- az elöregedés a jellemző. Másik célom volt bizonyítani, hogy a járás népességére az ingázás a jellemző. Ezt az Aszódi járás területi elhelyezkedéséből (Budapest közelsége) fakadóan feltételeztem. Harmadik kutatási kérdésem arra terjedt ki, hogy a szolgáltatások nyújtása terén Aszód, mint járásszékhely város nem tölt be elsődleges szerepet az itt élők életében.

Kutatásom során a feltételezéseim megválaszolására többféle módszertant is alkalmaztam, primer és szekunder kutatásokat is végeztem. A járás összes települését magába foglaló online kérdőíves felmérés, zárt és nyitott kérdéseket is tartalmazott. A 801 fős mintából 796 lekérdezés volt értékelhető. Valamennyi település lakosságát elértem kérdőívem segítségével, így a teljes képet kaphattam a járás lakosságának véleményéről. Interjúztatás módszerével Aszód járásszékhely város polgármesterének véleményével ismerkedhettem meg. Szekunder kutatásom -a KSH adatok- segítségével a népesedési, vándorlási kérdéseket, öregedési indexet tudtam meghatározni, mely adatok az első hipotézisemhez nyújtottak pontos és számszerűsíthető információkat.

A végzett primer és szekunder kutatásaim alapján megállapítható, hogy az Aszódi járás népessége az elöregedés tekintetében az országos átlag alatti, az idősek aránya magasabb az fiatal népességhez viszonyítva. A fiatalok aránya évről évre csökken, erre befolyást gyakorol a járáson belüli szórakozási lehetőségek hiánya is. Budapest szerepe az ingázás tekintetében meghatározó, a válaszadók nagyobb aránya a járás határain kívül dolgozik, de a járáson belüli települések közötti ingázás is jelentős.

MUTA

ZSIGÓ ZSANETT
zs.zsanett97@gmail.com
Regionális és környezeti gazdaságtan
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Társadalomtudományi TDK

Témavezető:
Varga Ágnes
egyetemi adjunktus, BCE FFI

ÉLHETŐ–E, AMI VERSENYKÉPES? – AZ ÉLHETŐSÉG ÉS VERSENYKÉPESSÉG TÉRBELI EGYÜTTMOZGÁSÁNAK VIZSGÁLATA A BUDAPESTI AGGLOMERÁCIÓBAN

A privatizáció időszakával megkezdődött a fővárosi vállalkozások agglomerációba települése. A vállalkozások megjelenésével a gazdasági folyamatok az agglomeráció területi egyenlőtlenségeinek növekedéséhez vezettek. Az utóbbi években az agglomeráció társadalmi, gazdasági helyzetét erősen befolyásolja a beköltözők számának drasztikus növekedése, amelyben Budapest közelsége és a települések kisvárosias jellege is szerepet játszik. A feltárt szakirodalom alapján a versenyképesség növekedése az élhetőség javulását okozza, és ha az ember jó környezetben él, jobb munkavállaló is; így az élhető városok imponáló lokációt jelentenek a tudásalapú vállalkozások számára.

Kutatásomban arra kerestem a választ, hogy vajon megfigyelhető-e területi együttmozgás a budapesti agglomeráció egyes településeinek élhetősége és versenyképessége között, és arra is kitérek, hogy milyen a gazdasági versenyképesség területi egyenlőtlensége a budapesti agglomerációban és Pest megyében. Megvizsgáltam, hogy melyek azok az elsősorban szubjektív élhetőségi tényezők, amelyek meghatározóak a budapesti agglomeráció tekintetében és hogyan korrelálnak a gazdasági versenyképesség mutatói az élhetőségi értékekkel.

A budapesti agglomeráció versenyképességét és egyenlőtlenségeit szekunder adatforrások alapján regionális elemzési módszerek segítségével vizsgáltam, amelyeket térinformatikai módszerekkel szemléltettem, az élhetőség méréséhez pedig primer kutatást végeztem online kérdőív használatával. Az eredmények alapján az agglomeráción belül jelentős területi differenciákat találunk, jellemző, hogy minél nagyobb egy járás gazdasági teljesítménye, annál nagyobb a differenciáltság települései között. Az élhetőség és vizsgált gazdasági jellemzők között azokban az esetekben fedezünk fel korrelációt, amikor az élhetőségi szempontnak közvetlen kapcsolata van a gazdasági erővel; ez különösen a munkalehetőségekre és egészségügyi helyzetre igaz. míg az olyan tényezők esetén, amelyek nem kapcsolódnak közvetlenül a gazdasági helyzethez, a hatás elenyésző (például a zöldterületek mennyiségénél).

Az itt élők számára a legfontosabb élhetőségi tényezők a természet közelsége, a nyugalom és a Budapesthez való közelség, különösen fontos, hogy a fővárosba zökkenőmentes legyen a bejutás. Sok helyi lakost a társadalmi tőke jelenléte is erősen az agglomerációhoz köt, még akkor is, ha már kevésbé élhetőnek tartja a települést.

MTA

HIPSÁGH ZSOLT
hipsaghzsolt@gmail.com
Közlekedésmérnöki
MSc, 4. félév
Széchenyi István Egyetem
Építész-, Építő- és Közlekedésmérnöki Kar

Témavezető:
Dr. Henézi Diána Sarolta
egyetemi adjunktus, SZE ÉÉKK

MOSONMAGYARÓVÁR BALESETI GÓCPONTJAINAK FELTÁRÁSA, JAVASLATTÉTEL AZ ÁTALAKÍTÁSRA

Dolgozatomban Mosonmagyaróvár baleseti gócpontjait mutatom be, és ezekre megoldási javaslatokat ismertetek.

Munkámban elsőként Mosonmagyaróvár városát mutatom be. A városra jellemző közlekedési állapot bemutatásán túl külön szó esik a város demográfiai helyzetéről is. Ez azért szükséges, hogy megértsük, Mosonmagyaróvár esetében mi az a speciális körülmény, ami miatt a közúti forgalom még intenzívebben nő, a baleseti gócpontokban pedig egyre nagyobb számban történnek közúti balesetek.

A baleseti gócpontok meghatározása a baleseti statisztikák, illetve saját megfigyelések, tapasztalatok alapján történik. Ahhoz azonban, hogy a baleseti statisztikával érdemben foglalkozni tudjunk, előtte ehhez meg kell ismernünk az ehhez kapcsolódó alapfogalmakat. Dolgozatomban bemutatom azt az eljárást, ami alapján Mosonmagyaróvár baleseti gócpontjait azonosítottam.

A meghatározott baleseti gócpontokra megoldási javaslatok kerülnek megfogalmazásra, melynek célja, hogy az adott pontban a balesetek száma visszaszoruljon, csökkenjen a baleset bekövetkezésének kockázata.

Ezt követően dolgozatomban nemzetközi példák segítségével a legjobb megoldások kerülnek a középpontba. Megtudhatjuk, hogy egy-egy esetben milyen beavatkozások, fejlesztések történtek, és ezek milyen pozitív hatásokat eredményeztek.

MINTA

BORI BORÓKA PANKA
bori.boroka@gmail.com
Regionális és környezeti gazdaságtan
MA, 4. félév
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

Témavezető:
Dr. Farkas Tibor
tanszékvezető, egyetemi docens, MATE VFGI

ŐRBOTTYÁN BUDAPESTI AGGLOMERÁCIÓBAN BETÖLTÖTT TÉRSÉGI SZEREPE HÉT SZOMSZÉDOS TELEPÜLÉS VISZONYLATÁBAN

A kutatásomat két nagyobb téma mentén végeztem, melynek első felében a Budapesti agglomerációval foglalkoztam. Az adataim többségét a KSH adatszolgáltatásán keresztül nyertem, melyeket a budapesti agglomerációra vonatkozóan értelmeztem, majd feldolgoztam a rendelkezésemre álló szakirodalmak segítségével. Munkám során leginkább az agglomeráció népességének jellemzőit vizsgáltam az elmúlt 30 év során. A főváros és a hozzátartozó agglomeráció kapcsolatát elemeztem és azt a következtetés vontam le, hogy Budapest külső kerületei és a velük szomszédos agglomerációs települések rendkívül szoros kapcsolatban vannak egymással, a migráció és a belterületeik összeépülésének vonatkozásában. Ezt térképes formában is alátámasztottam, valamint egy vizsgálattal, mely során két egymástól eltérő módszerrel elemeztem, mely agglomeráció térségek lakónépessége mutatta a legnagyobb növekedést 1990 és 2020 között.

Ezt követően a tanulmányom második felében Őrbottyán város területi jelentőségét kutattam, további hét olyan település összehasonlításával, melyek Őrbottyánhoz hasonlóan nagy lakónépességnövekedést mutattak az északi, valamint a keleti szektorban, elsődlegesen a fővárosból történő migrációnak köszönhetően, vagy egyéb jogállás miatt a térségnek kiemelt szereplői. A vizsgálat alapjául a települések népességének alakulása, a korcsoporttok változása, a vándorlási egyenlegeik, a lakásállományaik és vállalkozásaik számainak bővülése, valamint az oktatási és egészségügyi ellátottságuk szolgált. A tanulmány során arra a következtetésre jutottam, hogy a legtöbb elemzett szempont mentén beigazolódott a kezdeti hipotézisem, miszerint Őrbottyán továbbra is rendelkezik térségi szereppel, és noha lassan is, de folyamatosan fejlődik. Lassuságának legfőbb oka a pénz hiánya, mely miatt a beruházások kizárólag pályázati forrásokból valósulhatnak meg. Akárcsak a tanulmány első felében itt is az információk jó részét a TeIR-en és a KSH-n keresztül szereztem be, melyet Microsoft Excel program segítségével dolgoztam fel. Valamint a kutatás során több programot is használtam térképkészítésre. Ezek az ArcGIS és az Adobe Photoshop. A kutatás végén olvasható a négy városi jogállású település vezetőivel készített interjú, mely során arról nyilatkoztak, hogy miként látják településeik térségi szerepét, és milyen további fejlesztéseket terveznek annak érdekében, hogy ezt a szolgáltatásikört továbbra is biztosítsák lakosaik számára.

MINTA

SZAKMÁR TAMÁS
tamas.szakmar@gmail.com
Regionális és környezeti gazdaságtan MSc
MSc, 3. félév
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Szabó Mariann
egyetemi adjunktus, BME GTK - Környezetgazdaságtan és Fenntartható Fejlődés Tanszék.

PERCEPCIÓVÁLTÁS? A BUDAPESTI KÖNYVES KÁLMÁN KÖRÚT – KŐBÁNYAI ÚT TÉRSÉGÉBEN ELHELYEZKEDŐ BARNAMEZŐS TERÜLETEK REVITALIZÁCIÓJA

A dolgozatban az Európai Unió vonatkozó stratégiai dokumentumából kiindulva vizsgálom a hazai szabályozást, továbbá a vizsgálati térség két kerületének releváns dokumentumait.

A kutatás további részében kitérek olyan megvalósult barnamezős fejlesztésekre, melyek külön-külön jól jellemzik a hazai barnamezőről, annak fejlesztéséről való gondolkodást beruházói oldalról. Bemutatom ezen túl a vizsgálati terület környezetét, az ott lévő barnamezők kialakulását, főbb paramétereit, jellegzetességeit, lehetséges beruházási irányait.

A dolgozat során fő cél Budapest Főváros VIII. és X. kerület barnamezős fejlesztéseinek bemutatása. A Könyves Kálmán körút – Kőbányai út tengelyében megvalósuló két nagy projekt együttesen ugyanis több, mint 35 hektáros zóna megújulását irányozza elő (MÁV Északi Járműjavító kulturális, illetve a Józsefvárosi pályaudvar területén városrész-fejlesztés). Ezzel nem csak Magyarország, de Közép-Európa egyik legnagyobb barnamezős beruházása valósulhat meg. A projektek sikeressége esetén döntően változhat a térségről kialakult percepció, valamint a városlakók mentális térképére is új területek kerülhetnek.

A munka végeredményeként elemezem a barnamező hazai definícióját, jelenlegi helyzetét, mivel úgy érzem, sokszor egymástól különböző beruházásokra ugyanazt a kifejezést használják.

MTA

BELUSCSÁK ANITA
beluscsakanita@gmail.com
Vezetés és szervezés
MSc, 4. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Süveges Gábor
egyetemi docens, ME GTK
Dr. Musinszki Zoltán
egyetemi docens, ME GTK

QUO VADIS: LOCAL CURRENCY – AVAGY HOVÁ TART A HELYI PÉNZ?

Kutatómunkám során célom a kevésbé ismert, de a világ minden részén megtalálható helyi pénz gazdaságfejlesztő szerepének és alkalmazhatóságának vizsgálata volt.

Szekunder kutatásként nemzetközi és hazai szakirodalmakat vizsgáltam meg, különös tekintettel a pénz és helyi pénz fogalmára, a magyar törvényekben és jogszabályokban megtalálható rendelkezésekre, a megszűnt és működő helyi pénzekre.

Ezután megfogalmaztam két hipotézist. Első hipotézisem a helyi pénz bevezetését kezdeményező szerepét és személyét vizsgálta:
- Hipotézis1: Társadalmi összefogás szükséges a lakosság, a vállalkozások és az önkormányzat részéről a helyi pénz bevezetéséhez és működtetéséhez.
Második hipotézisem a bevezetés és működés mögött levő célt kutatta.
- Hipotézis2: A helyi pénzek bevezetése válsághelyzethez köthető, bevezetésüknek gazdasági hasznokat meghaladó hatásaik vannak.
Primer kutatásként kérdőívet készítettem és személyes, valamint online interjúkat folytattam az egyes helyi pénzeket megálmodó személyekkel, itthon és külföldön egyaránt, mint pl. Perkovátz Tamással, Leitold Lászlóval és id. Szőcs Lajossal (Erdély); a helyi pénzt kibocsátóval, a Hajdúnánás Holding Zrt márkamenedzserével; illetve helyi pénzt használó Önkormányzatokkal: Veszprémmel, Balatonalmádival, Alsómocsoládával; valamint írásbeli választ kaptam az 1934 óta működő WIR banktól (Svájc).

Az interjúkat elemezve, figyelembe véve az érintettek éves beszámolóját, az MNB és a PSZÁF témában megjelent véleményét, értékelést és javaslatokat fogalmaztam meg. Mindkét hipotézist elfogadtam egy-egy pontosítással.
- Tézis1: A helyi pénzek sikere szinte kizárólag az adott közösségen múlik, a lakosság formálása elengedhetetlen, már gyermekkorban el kell kezdeni.
- Tézis2: Egyes helyi pénzek bevezetésénél szerepet játszott egy válsághelyzet, de a bevezetés elsődleges célja a helyi közösség összetartozásának és identitástudatának megerősítése, valamint a kulturális értékek megőrzése.
Mindent megvizsgálva javaslom, hogy az Önkormányzatok egy jól átgondolt programmal és a lakosság bevonásával - életkortól függetlenül - már most kezdjék meg a magánszemélyek és vállalkozók felkészítését, tudatossá tételét, szemléletformálását, a közösség erejének értékelését. Így valószínűleg néhány év múlva sikeresen be tudják vezetni, majd működtetni a saját helyi pénzüket.

MINTA

KELEMEN RÉKA
k.reka0430@gmail.com
Vidékfejlesztési agrármérnöki
BSc, 7. félév
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

Témavezetők:
Urbánné Malomsoki Mónika
tanszéki mérnök, MATE VFGI
Lőrinc Balázs
PhD hallgató, MATE VFGI

ROMÁNIA KÖZÉPVÁROSAINAK GAZDASÁGI ÉS TÁRSADALMI ÖSSZEHASONLÍTÁSA KÁRPÁTOKON INNEN ÉS TÚL

A kutatásom középpontjában egyes romániai kis-középvárosok átfogó vizsgálata áll. Szakirodalmi áttekintésemet a terület- és településfejlesztés általános értelmezésével ás szegmenseivel kezdem, majd kitérek Románia urbanizációs folyamatainak történelmi vonatkozásaira, Románia ország területi kialakulására, a városállomány alakulására, és a városok jogi szabályozására és városfejlesztési politikáira is, végül pedig a települések és azok fejlettségi vizsgálatainak korábbi módszereit részletezem.

Kutatásom célja, hogy megismerjem az országon belüli kis-középvárosok helyzetét, hogy mekkora mértékű a ténylegesen mérhető különbség a kutatásba bevont városok között, továbbá az ország mely pontjai számítanak élhetőbbnek, fejlettebbnek, avagy elmaradottabbnak.

Kutatási kérdéseim és hipotéziseim a vizsgált városok élhetőségével, demográfiai-társadalmi, ökonómiai és infrastrukturális fejlettségével és a mező- és erdőgazdálkodással kapcsolatosak, továbbá a lakossági véleménye is érdekelt a statisztikai adatok függvényében.

A saját kutatásom során a szekunder kutatásomat legfőképp a Romániai Nemzeti Statisztikai Hivatal adatai használatával végeztem két vizsgálati évben (2015 és 2019), melyeket Komplex Fejlettségi Index indikátorrendszerével dolgoztam fel. Így három vizsgálati csoport (demográfiai-társadalmi, ökonómiai, infrastrukturális) részletes és összegző elemzését végeztem, mely során 24 alapmutatóból 15 normalizált mutatót képeztem. Továbbá primer kutatásként kérdőíves felmérést végeztem a vizsgált városok lakói és érintettjei között. A kérdőíves felmérésben 403 személy vett részt.

Eredményeimet összegezve elmondhatom, hogy lényegében a romániai középvárosoknak mindössze felénél volt tényleges, önmagukhoz mért fejlődés. A demográfiai helyzet egyre romló állapotban van szinte minden vizsgált városban, míg az ökonómiai és infrastrukturális színvonal több esetben javuló tendenciát mutat.

MUTA

IMRE NIKOLETT
iminiki@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 4. félév
Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil Lukovics Miklós
Egyetemi docens, SZTE GTK

TAKTIKAI VÁROSFEJLESZTÉS: INNOVATÍV ESZKÖZRENDSZER AZ AKTÍV VÁROSI MOBILITÁS ÖSZTÖNZÉSÉRE

Manapság a városok a globális gazdasági-társadalmi vérkeringés központjaiként tekinthetőek. A városok lakosságának száma évtizedeken át drasztikusan nőtt és a prognózisok alapján ez a tendencia nem fog megváltozni. Az urbanizáció előnyei mellett hátránya is akad, mint pl. a lég- és hangszennyezés vagy a forgalmi dugók. Ahhoz, hogy javítani tudjunk a jövőnkön, csökkenteni kell az urbanizációs hátrányokon, melynek jelentős része a közlekedésből származik. Ennek megreformálására már vannak különböző megoldások, mint az elektromos járművek, azonban ezek a technológiák nem oldják meg például a forgalmi dugók kiküszöbölését, a közlekedésben jelen lévő autók számának növekedését, illetve az egyedi igények kielégítését sem. Ha a közlekedési mixben sikerülne az aktív városi mobilitás arányát növelni, akkor ezek az urbanizációs hátrányok jelentősen mérséklődhetnének. Azonban ennek kivitelezése sokszor drasztikus és drága változtatásokkal jár, melyek az ott élőket érzékenyen érinthetik. A taktikai városfejlesztés ebben nyújtana segítséget, mivel ez a kísérleti jellegű, gyors és költséghatékony megoldásokat nyújt a városoknak.

A dolgozat célja az, hogy megvizsgáljam, hogy a taktikai városfejlesztés, mint innovatív eszközrendszer az aktív városi mobilitás ösztönzésére mennyire lenne vonzó egy olyan országban, ahol az ilyen fajta felfogás még nem elterjedt. A témához szorosan kapcsolódó szakirodalom bemutatása után feltárom nemzetközi példákon át, hogy máshol hogyan is működik a taktikai városfejlesztés különböző típusai. A kvantitatív kutatásom során 329 főtől sikerült adatot gyűjteni, melyet 42 fős kvalitatív adatgyűjtéssel is kiegészítettem. A kvalitatív adatgyűjtésem egy szemmozgás-követéses technika, ahol leginkább a szoftver által készített hőtérképeket hasznosítottam. A kutatás alátámasztotta az épített környezet öt dimenziójának fontosságát, miszerint a városi környezet kialakításában nagy szerepet játszik az utcaszélek kialakítása, a homlokzatok elhelyezkedése és a minták. A minták esetében fontos a szimmetrikus elhelyezkedés, illetve a színek használata: különösen a piros, kék, sárga és a zöld színé. A zöld esetében legnagyobb hatást a növényzet növelése érte el, általában a városfejlesztők ezt a színt így tudják a leghatékonyabban használni.

Összességében megállapítható, hogy az emberek szívesen alkalmaznák a taktikai városfejlesztést hazánkban, azonban kialakításukban már nehezebben vennének részt.

MTMTA

Tőke- és pénzpiac - Részvénypiacok I.

Elnök:	Dr. Bethlendi András	BME GTK
Társelnök:	Dr. Radnai Márton	Ramasoft Adatszolgáltató és Informatikai Zrt.
Tag:	Dr. Solt Eszter Éva	BME GTK
Tag:	Dr. Králik Lóránd	PKE GTK
Tag:	Dr. Sági Judit	BGE PSZK

MINTA

TILL GÁBOR
gabort.255@gmail.com
Pénzügy
MSc, 2. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezetők:
Badics Milán Csaba
egyetemi tanársegéd, BCE GTK
Neszveda Gábor
szenior kutató, MNB

A BEFEKTETŐI PSZICHOLÓGIA ÉS A FUNDAMENTÁLIS VÁLTOZÓK SZEREPE A RÉSZVÉNYHOZAMOK ALAKULÁSÁBAN - MOMENTUM STRATÉGIA NÉMET EMPIRIKUS VIZSGÁLATA

Az algoritmizált kereskedés, valamint a gyors információáramlás okán a technikai és fundamentális tényezők által kiváltott tőkepiaci árfolyam ingadozások közötti határvonal nehezen azonosítható. Ennek következtében befektetői szempontból hozzáadott értékkel bírhat a fundamentális és pszichológiai indikátorok ötvözése. Ez a tanulmány a faktormodellek irodalmába illeszkedik, fókuszában az eltérő időszakokra kalkulált momentum elméletének tesztelése áll. A kutatás arra a kérdésre keresi a választ, hogy a frankfurti tőzsdén rövid, közepes és hosszú távon nyereségesnek bizonyul-e a momentum kereskedési stratégia, azaz a részvények múltbeli teljesítménye képes-e szignifikánsan predesztinálni a jövőbeli hozamok alakulását. A szerző a hipotézisek teszteléséhez portfóliószintű egyváltozós sorbarendezést hajt végre, továbbá Fama-MacBeth részvényszintű regressziókkal teszteli az egyes momentum stratégiák robusztusságát. Az empirikus vizsgálatok végeredménye szerint az egyéves momentum bizonyul a legjövedelmezőbbnek. A momentum stratégia profitabilitása a január hatás kezelésével és a kereskedési stratégia fundamentális faktorokkal (béta, könyv szerinti és piaci érték hányados, likviditás) való ötvözésével tovább növelhető. A momentum faktoron alapuló kereskedési stratégia a teljes mintát (1990-2021) és eltérő strukturális töréseket figyelembe véve is erősen szignifikáns abnormális hozamot generál.

MUTA

BÁTKI BENEDEK
batki.benedek@gmail.com
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Informatika Intézet

Témavezető:
Madari Zoltán
egyetemi tanársegéd, BCE MSMI

A MAGYAR RÉSZVÉNYPIAC ÉS A MAKROGAZDASÁGI MUTATÓK DINAMIKÁJÁNAK VIZSGÁLATA

Dolgozatomban a magyar részvénypiac és a fontosabb makrogazdasági mutatók közötti kauzális kapcsolatokat elemzem ki, ügyelve a közöttük lévő dinamikák irányára és erősségére. Elemzésem az elmúlt 13 év adataira koncentrálódik, valamint az összeegyeztethetőség érdekében havi bontásban használom fel a bemenő értékeket. Vizsgálatom során a korábbi, hasonló témában íródott tanulmányokra támaszkodom, melyekből kiindulva meghatározom a szükséges változók körét. Makrogazdasági oldalról kontrollváltozóként használom fel az EUR/HUF árfolyamot, a fogyasztói árindexet, a maginflációt, az ipari termelést, a központi kormányzat egyenlegét, a pénzkínálatot, valamint a rövid, közép és hosszú lejáratú állampapírok referenciahozamait. A tőkepiac helyzetét leíró változók közül a magyar részvénypiac proxy változójaként, a BUX indexet alkalmazom VAR modellemben. A VAR modell segítségével meghatározható a fentebb leírt változók közötti dinamika, valamint az optimális késleltetési struktúra megválasztásával számszerűsíthető a különböző változókat érő sokkok időbeli lefolyásának mértéke és a többi ismérv előrejelzési hatásainak szignifikanciája. Ezek vizsgálatára alkalmasak az impulzusválasz függvények .VAR modellek legfontosabb tulajdonsága, hogy az egyidejű hatások helyett a késleltetett hatásokra koncentrálnak, amelyeknek az indikátora a Granger-féle kauzális kapcsolat. Kointegráltság fennállása esetén pedig VECM modellt alkalmazok, melynek egyik előnye az előbb említett módszertanhoz képest, hogy a szimultán hatásokat is képes megragadni.

Mindezeket felhasználva megállapítom a dinamikák irányát és erősségét, valamint a makrogazdaság oldaláról megközelítve megmagyarázom az okságok mögött meghúzódó folyamatokat. Eredményeim alátámasztják, hogy a tőkepiac késleltetve tud hatást gyakorolni a reálgazdasági tevékenységre, valamint, hogy a jegybank közvetetten befolyásolni tudja a részvénypiacot. Ezen kívül szignifikáns kapcsolatot azonosítottam az állampapírpiaci hozamok és az EUR/HUF árfolyam alakulása között. A részvények és az állampapírok közötti helyettesíthetőséget nem tudtam eredményeimmel igazolni.

MUNKA

LUKÁCS ESZTER
lukacseszter03@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 2. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Süveges Gábor Béla
egyetemi docens, ME GTK

A PSZICHOLÓGIA ÉS A BEFEKTETŐK TŐZSDEI ATTITŰDJÉNEK KAPCSOLATA

A tőzsdén befektető személyek viselkedésmódját jelentősen befolyásolják a különböző pszichológiai tényezők, ezt bizonyítja egy megállapítás is, amely szerint a tőzsdei siker nagyrészt a helyes pszichológián múlik. Ezen okból a TDK dolgozatom keretében a tőzsdepszichológiával vagyis a tőzsdén befektetők viselkedését meghatározó pszichológiai tényezőkkel foglalkozom. Kutatásom fő célja pedig az volt, hogy összefüggést találjak a tőzsdei befektetést befolyásoló pszichológiai tényezők között.

A tőzsdei befektetés során számos lélektani jelenség torzító hatást gyakorol az emberek érzékelésére és gondolkodásmódjára, ezáltal pedig meghatározza, azt, hogy egy adott szituációban milyen döntést hoznak. Ilyen lélektani jelenségeknek számítanak többek között az érzelmeink, a motivációink, az elvárásaink, a meggyőződéseink és a személyiségünk is. Viszont nem elég csak ezeket ismernünk ahhoz, hogy nyereségeket érjünk el, hanem tisztában kell lennünk az alapvető tőzsdei ismeretekkel és a sikerhez szükséges tényezőkkel is.

A szakirodalom feldolgozása során számos kérdés merült fel a témámmal kapcsolatban, amelyek a hipotéziseim alapját képezték. Ezen hipotéziseket a primer kutatásom segítségével vizsgáltam meg. A kutatás egy online kérdőív segítségével valósult meg, amelyet olyan egyének töltöttek ki, akik tőzsdén fektetik be a pénzüket. A kapott eredmények megvizsgálásával arra a következtetésre jutottam, hogy összefüggések figyelhetők meg a tőzsdei befektetést befolyásoló főbb pszichológiai faktorok között. Továbbá elmondható, hogy a dolgozatomban vizsgált lelki jelenségek közül az emberek személyisége és a meggyőződéseik vannak a legnagyobb hatással a befektetéseikre.

Az elemzéseim során megfogalmazódott bennem egy javaslat, amely közelebb hozhatja a tőzsdén befektetőket a sikerhez és jelentős értékkel rendelkező információhoz juttathatja majd őket.

MTA

KANYÁRI BENCE PÉTER
bkanyari@gmail.com
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezetők:
Mágó Mánuel László
egyetemi adjunktus, BCE KTI
Neszveda Gábor
egyetemi docens, NJE GTK

AZ OSZTALÉKFIZETÉSI NAP HATÁSA A MAGYAR TŐZSDÉN

A tanulmányom során az osztalékfizetési nap (ex-dividend date) hatását vizsgálom a magyarországi részvénypiacon. Az osztalékfizetési napon elméletileg a részvény árfolyamának az egy részvényre jutó osztalék nagyságával megegyező mértékben kellene csökkenni. Ebből következik, hogy csupán az osztalékfizetési nap ténye miatt, az adott részvénynek elméletileg nem szabadna abnormális hozamot produkálnia az adott napon. Ezen megfontolás alapján az eseményelemzés módszertanával vizsgálom azt a kérdést, hogy a Budapesti Értéktőzsdén kereskedett részvények esetében megfigyelhető-e abnormális hozam az osztalékfizetési napon. Továbbá az osztalékfizetési nap előtti, illetve utáni kereskedési napok abnormális hozamait is tanulmányozom. Az elemzést a Budapesti Értéktőzsdén kereskedett részvényekre végzem el az 1991.03.01. és 2021.03.01. közötti 30 éves időszakban. A kapott eredmények alapján megállapítható, hogy az osztalékfizetési napon pozitív abnormális hozam figyelhető meg. Ezt azonban a piac az eseményt követő kereskedési napokon korrigálja, vagyis ezeken a napokon negatív abnormális hozamok figyelhetők meg. Ezek alapján azt állapíthatjuk meg, hogy a részvényárfolyamok az osztalékfizetési napon az egy részvényre jutó osztalék nagyságánál kisebb mértékben csökkennek. A csökkenés azonban az osztalékfizetési napot követően tovább folytatódik és egy 3-6 kereskedési napos időintervallumot vizsgálva az árfolyamcsökkenés mértéke már teljesnek mondható, azaz megegyezik az egy részvényre jutó osztalék nagyságával.

MINTA

BINDICS NORBERT
bindicsnorbert97@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 5. félév
Milton Friedman Egyetem

Témavezető:
Szegediné Dr. Lengyel Piroska
főiskolai tanár, MILTON

ÉRTÉKALAPÚ ÉS NÖVEKEDÉSI RÉSZVÉNYEK, ILLETVE A VÁSÁRLÁSUKRA FÓKUSZÁLÓ STRATÉGIÁK

A jelenlegi inflációs helyzet miatt az eddigieknél még fontosabb a hatékony tőkeallokáció a részvénypiacon. A tanulmány során kihangsúlyozom a fundamentális elemzés fontosságát, ismertetem Benjamin Graham és Warren Buffet legfontosabb alapelveit is, mely alapelvek az értékalapú szemléletet alkalmazó befektetéshez kapcsolódnak. A legfontosabb témám a növekedési és értékalapú részvények teljesítményének vizsgálata. Megvizsgálom, hogy milyen faktorok vezettek ahhoz, hogy az elmúlt években a növekedési részvények rendre felülteljesítették az értékalapú részvényeket. Ezen faktorok vizsgálata után egy személyes véleményt alkotok arról, hogy a jövőben ezek a változók miként alakulhatnak, illetve ezek alakulása miként hathat a növekedési és az értékalapú részvények teljesítményére. Makrogazdasági elemzést végzek, és a legfontosabb makrogazdasági változók alapján, mint az infláció, GDP alakulása, foglalkoztatottsági mutató, kamatok, jellemzem a befektetési környezetet. A tanulmány végén értékalapon elemzem és belső értéket számítok a HP Inc. és az Nvidia esetében, mindkét vállalat technológiai szektorban van, ám az előbbi értékalapú, míg utóbbi növekedési vállalat.

MINTA

KISS DORINA
kiss.dorina011@gmail.com
Pénzügy
MSc, 4. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Rappai Gábor
egyetemi tanár, intézetigazgató , PTE KTK

MIT MONDANAK A NAGYOK? A KÖZISMERT EMBEREK BEFOLYÁSA AZ ÁRFOLYAMOKRA A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁN KERESZTÜL

A közgazdasági kutatások gyakran vizsgálják egyes gazdasági események bizonyos vállalatra mért hatásait. A feladat elsőre igen bonyolultnak tűnik, ám az eseménytanulmány-elemzés segítségével könnyedén felépíthető. A pénzügyi piacok adatait felhasználva ugyanis a módszer segítségével egy adott esemény meghatározott időbeli hatását mérhetjük a vállalat részvény-hozamának értékére vonatkozóan.

Ebben a dolgozatban a befolyásos emberek által generált hírek hatását vizsgáltam az esemény-tanulmány-elemzés módszertanának alkalmazásával. Egy ilyen tanulmány hasznossága abból adódik, hogy a piaci racionalitás mellett egy esemény hatása azonnal megjelenik az értékpapírok árában, így gazdasági hatásának mértéke megállapítható a viszonylag rövid idő alatt megfigyelt részvény árfolyamok felhasználásával. Ezzel szemben a közvetlen termelékenységgel kapcsolatos vizsgálatok sok időt vagy akár több éves megfigyelést igényelhetnek.

Kutatásom hipotézise értelmében a befolyásos és nagy hírnévnek örvendő személyek egy-egy vállalattal összefüggésbe hozható közösségimédia-interakciója hatással van az érintett cég részvényárfolyamának alakulására. Vagyis, ezek az emberek képesek oly módon hatni az őket megfigyelő személyekre, hogy döntésüket ennek függvényében hozzák meg, azaz hallgatnak rájuk. Feltételezem továbbá azt is, hogy az üzletemberek már valamiféle trendben reagálnak, tehát korábban jutnak bizonyos (rész)információkhoz, így a megnyilvánulásuk nem véletlen; épp ellenkezőleg, tudatosan okoznak változást, szemben a más szakterületeken elhelyezkedő híres emberekkel.

Az empirikus elemzés eredményei azt mutatták, hogy kiinduló hipotézisem beigazolódott: az általam vizsgált események kivétel nélkül szignifikáns abnormális hozamot generáltak. Az a feltételezés, miszerint az üzletemberek trendekben reagálnak és előbb birtokukba kerülhetnek bizonyos információk, szintén beigazolódott. A legmagasabb kumulált abnormális hozamok az eseményt megelőző időszakban (az ún. pre-ablakban) Elon Musk és Kylie Jenner esetében keletkeztek, így feltételezhető, hogy a megnyilvánulásaik nem véletlenszerű időben történnek, hanem előre megfontoltan cselekednek.

MTA

VIZI TÍMEA
vizitimi99@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 7. félév
Pannon Egyetem
Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:
Dr. Joó István
egyetemi adjunktus, PE GKZ

NYÁJHATÁS A MAGYAR RÉSZVÉNYPIACON

Örök aktualitása van a tőzsdei kereskedés gazdaságra gyakorolt hatására irányuló kutatásoknak. A részvénypiaci árak percről-percre változnak, ami az egész világgazdaságra jelentős hatást gyakorol, így számtalan szakember próbálta már feltérképezni a tőzsde működését. A kereskedés alakulásában megannyi faktor játszik szerepet, így az árak alakulásának megállapításához több tényezőt is figyelembe kell venniük a kereskedőknek. A tőzsdei anomáliák kiemelkedő szerepet játszanak az ügyletek során, a szezonális anomáliákon keresztül a viselkedési anomáliákig mind alakítják az árak alakulását és a tranzakciók nyereségességét.

Pályamunkám során a tőzsdei anomáliákat, azonbelül a viselkedési anomáliákat mutatom be valós kereskedési adatok elemzésével. Dolgozatom felépítése több elemből tevődik össze, így elsőként egy szakirodalmi kitekintéssel kezdek, melyben bemutatom a hatékony piacok elméletét, valamint csoportosítom a tőzsdén fellelhető anomáliákat és bemutatom alfajaikat. A viselkedési pénzügyek térhódítására is kitérek, valamint az ebből következő tőzsdén megtalálható viselkedési anomáliákat is ismertetem, külön figyelmet fordítva a nyájhatás jelenségére.

Dolgozatom gyakorlati részében a nyájhatás meglétét vizsgálom a Masterplast Hungária Kft. részvényeire vonatkozóan. Ebből adódóan elsőként a Masterplast cégcsoportot mutatom be, majd tőzsdei megjelenésüket is vizsgálom, valamint a pénzügyi jelentéseiket összefoglalva egy képet adok a vállalat gazdasági helyzetéről. Ezt követően valós brókercégtől származó adatok feldolgozásával vizsgálom, hogy a nyájhatás milyen mértékben volt megfigyelhető 2020. és 2022. szeptembere között, vizsgálva a kor és nemek közötti megoszlást is.

Munkám során igyekszem számszerűsíteni, hogy milyen faktorok idézhetik elő a csordaszellem jelenség megjelenését a tőzsdén, és mely befektetők hajlamosak követni társaik döntéseit egyes helyzetekben.

MINTA

Tőke- és pénzpiac - Részvénypiacok II.

Elnök:	Dr. Bethlendi András	BME GTK
Társelnök:	Dr. Radnai Márton	Ramasoft Adatszolgáltató és Informatikai Zrt.
Tag:	Dr. Solt Eszter Éva	BME GTK
Tag:	Dr. Králik Lóránd	PKE GTK
Tag:	Dr. Sági Judit	BGE PSZK

MINTA

FEKETE DALMA ESZTER
dalmus111@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Lakatos Zsolt
egyetemi tanársegéd, BCE

AMI TRUMP UTÁN MARAD… – AVAGY A 2016-OS ÉS 2020-AS AMERIKAI ELNÖKVÁLASZTÁS HATÁSÁNAK ÖSSZEHASONLÍTÁSA A RÉSZVÉNYEK ABNORMÁLIS HOZAMÁRA

A dolgozat témája a politikai választások tőzsdei abnormális hozamokra gyakorolt hatása. A tanulmány kutatási kérdése, hogy a 2016-ban és 2020-ban lezajlott amerikai elnökválasztás kapcsán keletkezett-e többlethozam az elnökjelöltek kampányában hangsúlyos szerepet kapó nyolc iparág részvényeinél. A dolgozat módszertana eseményelemzés, valamint lineáris regressziós becslés, melyhez az adatokat a Thomson Reuters Eikon adatbázisa szolgáltatta. A dolgozat a szakirodalomból kiindulva két hipotézist fogalmaz meg: (H1) a politikai kampányban érintett iparágak részvényeinek abnormális hozamára szignifikáns hatással volt a 2016-os és a 2020-as elnökválasztás, illetve, hogy (H2) a politikai bizonytalanság megléte miatt a választási eredmények híre szignifikáns hatással volt a 2016-os és a 2020-as amerikai elnökválasztáson a részvényhozamokra. Az esemény hatásának mélyebb megértéséhez további 2-2 alhipotézist fogalmaz meg a 2016-os és 2020-as választások kimenetelére vonatkozóan. A dolgozat eredményeként megállapítható, hogy mindkét választás szignifikánsan befolyásolta a vizsgált szektorok abnormális hozamának értékét, míg a 2016-os választások esetében a jelentős pozitív többlethozam volt megfigyelhető az iparágak többségében az esemény napján és az azt követő időszakban, addig a 2020-as választási eredményeknek szignifikáns negatív hatása volt az összes iparágra. Ennek következtében, az első hipotézis, ami a pártok és a szektorok kapcsolatának befolyását vizsgálta elfogadásra került, míg a politikai bizonytalanságból adódó negatív hatást tesztelő második feltevés nem került elfogadásra.

MTA

SCHÜTZ ANNAMÁRIA KINGA
annamari.schutz@gmail.com
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezetők:
Mágó Mánuel László
egyetemi adjunktus, BCE KTI
Neszveda Gábor
szenior kutató, MNB

A PFIZER–BIONTECH COVID-19 ELLENI OLTÓANYAG SIKERESSÉGÉNEK HATÁSA A VAKCINAFEJLESZTŐK RÉSZVÉNYEIRE

Tanulmányom célja a Pfizer-BioNTech koronavírus elleni oltóanyagának sikerességét meghatározó események gazdasági számszerűsítése, amelyet a fejlesztő cégek részvényhozamainak vizsgálatával valósítok meg. Elemzésemet a Pfizer Inc. sajtóközleményével kezdem, miszerint az új vakcina hatékonysági rátája 90% feletti volt, ezzel az első olyan vakcina lett, amely a 2020-as évet meghatározó Covid-19 járvány vélhető megoldását képezte. A sajtóközleményen túl két másik eseményt is vizsgálok, azokat a napokat, amikor az amerikai Élelmiszer- és Gyógyszerszövetség (FDA) engedélyezte a vakcina sürgősségi forgalomba helyezését az Amerikai Egyesült Államokban, valamint azt a napot, amikor az Egészségügyi Világszervezet (WHO) is engedélyt adott a vakcina globális használatára. A vizsgálatot klasszikus eseményelemzés módszertanával végzem és abnormális, illetve kumulált átlagos abnormális hozamok vizsgálatával igyekszem előzetes várakozásaimat igazolni. Feltételezésem szerint a Pfizer Inc. és a BioNTech SE esetében mindegyik esemény, különösképp a 3. klinikai fázis eredményeit közlő sajtóközlemény szignifikánsan hatott a részvényhozamokra. Eredményeim azt mutatják, hogy a két cég együttesen 5,43%-os abnormális hozamot realizált és a Pfizer Inc. esetében 15,59 millió dollárral nőtt a piaci érték, míg a BioNTech SE 3,09 millió dollárral a 3. klinikai fázis eredményeinek közlését követően.

A 2020. november és december alatt lezajló események hatását nem csak a fejlesztő vállalatok esetében, hanem további 11 vakcinafejlesztőnél, egyúttal Pfizer-BioNTech versenytársnál is megvizsgáltam. A versenytársak részvényei minden esetben negatív hozamot mutattak, azonban mivel ezek elenyésző értékek voltak, nem volt megállapítható abnormális hozam. A gyógyszercégeknél gyakran elemzett FDA engedély hatása, eredményeim alapján nem várt módon -3,23%-os abnormális hozamot indukált az összes vakcinagyártó esetében. A kumulált abnormális hozamok hasonló kimenetelűek lettek. A váratlan eredmények hátterében többek között a járványban növekvő fertőzés szám és a vele járó volatilitás, bizonytalanság, illetve egyéb tényezők állnak.

MINTA

PETŐCZ RICHÁRD
richard.petocz@stud.uni-corvinus.hu
Pénzügy és számvitel
BSc, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Badics Milán Csaba
egyetemi tanársegéd, BCE GT

TUD-E JAVÍTANI A FELÜGYELET NÉLKÜLI TANULÁS A PAIRS TRADING STRATÉGIÁN?

A pairs trading egy piac-semleges kereskedési stratégia, amely eltávolítja az részvények fundamentális elemzésének szükségességét azzal, hogy statisztikai módszerekkel az átlaghoz visszatérő részvénypárokat hoz létre, amelyek mozgásait előre lehet jelezni, feltéve, hogy tulajdonságaik változatlanok maradnak a tesztelési időszakon kívül is. A dolgozatom első részében megvizsgálom, hogy melyik statisztikai teszt működik a legjobban a japán részvénypiacokon 2010. január és 2020. december között, valamint hogy melyik formáció és kereskedési időszak kombinációja és határérték éri el a legjobb hozamot és Sharpe rátát. A eredmények szerint a Johansen teszt VAR model használatával a lag kiválasztásra bizonyult a legjobb statisztikai tesztnek, Engle-Granger tesztnél jobb eredménnyel, és a legelterjedtebb 12 hónapos formáció és 6 hónapos kereskedési időszak a 2 szórás határérték alapú kereskedési model volt a legjobb teljesítményű. A második részben összehasonlítom a sztenderd iparági osztályozást a részvények felügyelet nélküli tanulással való kiválasztására, ahol a statisztikai faktorokat PCA határozza meg és ezeket csoportokba az OPTICS sűrűség alapú algoritmus segítségével rendezem. Alacsony számú főkomponens és alacsony minimum elemszám az OPTICS-nál bizonyult a legjobb paraméter választásnak, 5,09%-os többlethozamot elérve az iparági csoportosítás 3,32% hotmához képest, viszont a párok alacsony száma miatt a volatilitás megnőtt, évi 10,41%-ra az iparági 6,12%-oshoz képest, ami miatt a Sharpe ráta is kisebb, 0,49 a 0,54-hez képest. A PCA osztályozás magasabb hozamát nem lehetett megismételni az amerikai részvénypiacon, ami arra utal, hogy az itt talált eremények nem konzisztensek, és a magasabb hozam a Japán piacon lehet csak overfitting eredménye, amire továbbá még utal a talált párok alacsony száma is, 8,3 átlagos a kereskedási időszakokra. Tranzakciós költségek levonása után a hozamok lecsökkentek 0,43% az iparági lebontásnál és 2,14%-ra a PCA csoportosításnál, a Sharpe ráták pedik 0,07-re és 0,20-ra csökkentek.

MINTA

VAJDICS ATTILA
attila.vajdics4@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 7. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Tóth-Pajor Ákos
egyetemi adjunktus, PTE KTK

EGY GLOBÁLIS RÉSZVÉNYPORTFÓLIÓ ÖSSZEÁLLÍTÁSA ÉS MENEDZSELÉSE

A dolgozatomban létrehozok egy robosztus, long-only, globális részvény portfóliót, amelyben a kiszállási pontok rezsimváltásokhoz vannak kötve. Ennek célja, hogy következetesen megverje az S&P 500-as tőzsdeindexet. A kutatási kérdések, hogy hogyan lehetne ezt elérni és hogy hogyan őrizhetnénk meg az így elért hozamot. A második fejezetben a globális piacok normalitását vizsgálom. Ezt követően különböző korrelációs mértékeket vizsgálok. Továbbá, a más piackoról érkező volatilitás sokkokra adott reakciójukat. Végül bemutatok egy CAPM-alapú szelekciós módszert a várhatóan legjobban teljesítő részvények azonosítására és egy robosztus alsóoldali kockázati mérték-alapú súlyozási módszert használok iranyadóként. A harmadik fejezetben elsőként bemutatom a legszignifikánsabb buborékok történelmét a 20. század elejétől kezdve. Ezt követően egy módszert keresek, amely képes a buborékok kipukkanásának azonosítására. Ehhez használok kiugró érték vizsgálatot vizsgálok, váltópont elemzést, nem-stacioner tulajdonságot vizsgáló tesztet és egy dinamikus rendszer modellt. Végül pedig a globális indexek és az S&P 500-as index együtt mozgási struktúráját vizsgálom Wavelet koherencián keresztül. Ez egyfajta igazolása annak, hogy miért nem teszek a tartási időszak alatt modosításokat a kiinduló súlyokban. Az eredmények megmutatták, hogy a világ egyre kevésbé Gaussi és a globális piaci indexek közötti korreláció jelentősen ingadozik. A szelekciós módszer hatékonynak bizonyult, azonban nem talált érdemes befektetéseket minden piacon, ezért tettem néhány változtatást az MCC portfólió súlyaiban. Ezek a változtatások egyrészt az egyes piacok kockázati hozzájárulásai alapján, másrészt a volatilitás sokkokra adott reakcióik alapján, harmadrészt pedig a talált “érdemes” befektetések száma alpján történtek. A buborékok kipukkanásának előrejelzésében az LPPLS modell bizonyult a leghatékonyabbnak. Ez elegendő időt biztosít, ahhoz, hogy érdemben cselekedjünk a pozícióinkkal kapcsolatban. A Wavelet koherencia megmutatta, hogy nincs jelentős különbség az S&P 500 és más globális indexek együtt mozgásában, ezért a rövid távú változtatgatások a tőkepiaci portfóliókban értelmetlenek. Feltéve, hogy kezdetben egy robosztus, jól diverzifikált allokációt hoztunk létre.

MINTA

CSAHÓCZI MÁTÉ BENEDEK
csahomate@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 5. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. habil Becsky-Nagy Patrícia
egyetemi docens, DE GTK
Dr. Faragó Ádám
egyetemi adjunktus, Göteborgi Egyetem

FAMA ÉS FRENCH ÖTFAKTOROS MODELLÉNEK TESZTELÉSE A V4 ORSZÁGOK RÉSZVÉNYPIACAIN

A rendszerváltozást követően a visegrádi négyek országai piacgazdaság szerint kezdték saját gazdaságukat működtetni, amely működésnek elengedhetetlen része a hatékony tőkepiacok megléte. A fejlett gazdaságokban a tőkepiacokon Fama és French egy három-, majd ötfaktoros modellt alkotott meg, amely kiválóan magyarázza a hozamokat befolyásoló tényezőket. Ezen faktorokat a CAPM modell bétáján túl a méret, értékeltség, jövedelmezőség és beruházás faktorok adják.

Mindezek miatt érdekes lehet megvizsgálni, hogy a V4-ek országai, amelyek hozzávetőlegesen 30 éve működtetnek újra tőkepiacokat, ezen ötfaktoros modell alapján felfedezhetők-e a faktorok alapját képző piaci anomáliák.

Kutatásomhoz a részvények keresztmetszeti elemzését alkalmaztam. Ezen elemzésen belül dolgozatomban az egytényezős portfólió analízist végeztem el. Ezen módszer segítségével megállapítottam, hogy a fent említett faktorok statisztikailag is kimutatható többlethozamot képesek-e biztosítani. A vizsgálatom során üzleti ciklusokon átívelően 18 éves időtávon vizsgáltam a részvénypiaci hozamokat.

Az elemzésem alapját képző adatokat a Refinitiv adatbázisából töltöttem le. Vizsgálatom során Excel segítségével tudtam az időszak alatt tőzsdén lévő 3386 vállalatot a faktorok alapján kvartilis portfóliókba osztani. Ezen részvényszám mellett a közel két évtizednyi havi árfolyam és faktorokhoz kapcsolódó adatok egy elsőre kezelhetetlen méretű adatbázist eredményeztek. A nehézségek ellenére azonban sikerült megfelelő módon feldolgozni ezt a hatalmas adatmennyiséget.

Eredményeim azt mutatják, hogy a méret faktor portfólió súlyozástól függetlenül szignifikáns többlethozamot és alfát termelt, amely alapján a vállalati méret erősen befolyásolja az elérhető részvényesi hozamokat. Értékeltség faktora súlyozástól és a béták figyelembevételétől függően szignifikáns többlethozamot eredményezett, ami a kedvezőbb értékeltségű vállalatok piaci portfólióhoz viszonyított felülteljesítését jelenti. A jövedelmezőség faktor esetében a fejlett piacokkal ellentétes módon nem volt kimutatható többlethozam a vizsgált időszakban. Végül a beruházás faktor esetében értékeltséghez hasonlóan bizonyos körülmények között jutottam csak szignifikáns eredményre.

MINTA

BAJZA JUDIT VIRÁG
jvbajza@gmail.com
Pénzügy
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Berlinger Edina
egyetemi tanár, BCE PSZGJI

FELVÁSÁRLÁSOK BEJELENTÉSÉNEK HATÁSA A RÉSZVÉNYHOZAMOKRA – ESEMÉNYELEMZÉS AZ EURÓPAI PIACOKON

Kutatásomban M&A tranzakciók eseményelemzését végzem el 2016 és 2020 között 730 európai tranzakció esetén. Fő kérdésem, hogy milyen irányú és nagyságú abnormális hozamot lehet megfigyelni a bejelentést megelőző és követő napokban. Dolgozatomban kitérek a tapasztalt eredmények elemzésére a teljes sokaság szintjén, illetve iparági szinten is. Ezen felül külön vizsgálom a cross-border tranzakciókat, illetve a pandémia alatti akvizíciókat.

A kumulált abnormális hozamot a piaci modell alapján határozom meg a felvásárló vállalatokra nézve. Regressziót illesztek a részvénypiaci hozamokra, majd a kapott alfa, illetve béta együtthatók segítségével várható hozamot becslek az eseményablakra. Végül elemzem a becsült és a valós hozamok eltérést.

Az eseményablak különböző időperiódusokat is jelenthet attól függően, hogy mit hivatott a kutatás vizsgálni. Korábbi kezdésnél arra fókuszálunk, hogy kiszivárgott-e az információ. A tranzakció utáni napokban azt figyelhetjük meg, hogy milyen gyorsan épül be az új információ az árakba, van-e túlreakció, illetve későbbi visszaigazodás.

Kutatásom során tehát azt vizsgálom, hogy mennyire volt jellemző a mintában szereplő tranzakciók esetén a piaci hatékonyság gyenge, közepes vagy erős formája.

A megfigyelt események között több esetben is tapasztaltam az esemény napját megelőző rendhagyó mozgást, illetve az abnormális hozamok elnyúló megjelenését. Rövid eseményablak esetén [-3;3] akár 6 százalékos, míg hosszabbak esetén [-15;15] 1,9 százalékos átlagos kumulált abnormális hozamot figyeltem meg.

Az iparágak közül a technológiai (4,02%) illetve az ipari (2,62%) szektor CAAR értékei voltak a legmagasabbak. Az iparágak többségénél még napokkal az esemény után is jelentkezett az abnormális hozam.

A dolgozat az eseményelemzést követően az abnormális hozamokat okozó piaci mutatókkal foglalkozik. Logisztikus regresszió segítségével választ kaphatunk arra a kérdésre, hogy mely tényezők voltak legnagyobb hatással a szignifikáns abnormális hozamok megjelenésére.

MINTA

FRISCH MARCELL
frischm2000@gmail.com
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Madari Zoltán
egyetemi tanársegéd, BCE MSMI

GYÓGYSZERIPARI VÁLLALATOK RÉSZVÉNYÁRFOLYAMAINAK EMPIRIKUS ELEMZÉSE

A gyógyszeripar jelentősége egyre inkább nő a gazdaságban, és a koronavírus hatása erre még inkább ráerősített. Dolgozatomban az iparág, valamint annak tőzsdén jegyzett szereplőinek vizsgálatát tűztem ki célként. Kutatásom során eseményelemzés módszertannal megvizsgáltam, hogy az iparági részvényárfolyamokra, mely események voltak meghatározóak. Továbbá megnéztem, hogy a vállalatok árfolyamai között milyen mértékű továbbgyűrűző hatás fedezhető fel. Kutatásomat statisztikai és ökonometriai módszerekkel és tesztekkel támasztottam alá. Feltételezéseim alapján azt várom, hogy az vállalatok részvényárfolyamai között erős kapcsolat van és jelentős hatással bírnak egymás mozgására és hogy a gyógyszergyártó vállalatok között számos vállalatnak részvényárfolyamai hosszú távon korrelálnak egymással és ennek beépítése a modellbe jelentősen javítja az eredményeket, továbbá, hogy a vakcina bejelentésének időpontja jelentős hatással bír a referenciacsoportra a többi vállalathoz képest, illetve hogy milyen más események vannak szignifikáns hatással a vakcinagyártó vállalatokra a többi céggel szemben.

MINTA

Tőke- és pénzpiac - Tőkepiac működése I.

Elnök:	Prof. Dr. Ábel István	BGE PSZK
Társelnök:	Prof. Dr. Bacsó Róbert	IIRFKMF Számvitel és Auditálás
Tag:	Dr. habil. Csiszárik-Kocsir Ágnes	OE KGK
Tag:	Dr. Tóth-Pajor Ákos	PTE KTK
Tag:	Dr. Bareith Tibor	MATE KC GTK

MINTA

KISS RÉKA
kissrekax@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 7. félév
Neumann János Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Vonnák Balázs
egyetemi docens, NJE GTK

A FEDERAL RESERVE ÉS AZ EURÓPAI KÖZPONTI BANK MONETÁRIS POLITIKAI SOKKJAINAK HATÁSA A KÖZÉP-KELET-EURÓPAI RÉGIÓ PÉNZÜGYI ESZKÖZÁRAIRA

A globális infláció leküzdése végett a világ legjelentősebb jegybankjai is megkezdték szigorítási ciklusaikat - csökken a likviditás, emelkedik a kamatkörnyezet és nőnek a hozamok a kevésbé kockázatos eszközökön. Mit jelent ez a feltörekvő országok önálló, hatásos monetáris politikájára nézve? Dolgozatomban magas-frekvenciás azonosítással vizsgálom, hogyan gyűrűzik be a Federal Reserve, valamint az Európai Központi Bank monetáris politikája a kelet-közép-európai régió pénzügyi eszközáraira. Az eredmények alapján mindkét jegybank döntéseinek jelentős a hatása: szigorítás következtében a KKE régió részvényindexei esnek, állampapír hozamai emelkednek, fizetőeszközeik pedig gyengülnek. A részvény- és devizapiacokon a Fed fontosabb szereplő. A tovagyűrűző hatás a nemkonvencionális eszközök esetében is érvényesül. Az Európai Központi Bank döntéseinél kulcsfontosságú, hogy különbséget tegyünk a tisztán monetáris, valamint információs hatást is tartalmazó sokk között.

MINTA

SZALAI REGINA
regina.szalai@stud.uni-corvinus.hu
Pénzügy és számvitel
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Víg Attila András
egyetemi tanársegéd, BCE PSZGJI

ARBITRÁZS LEHETŐSÉGEK A MAGYAR ÁLLAMPAPÍRPIACON AZ ELMÚLT 20 ÉVBEN

A kutatásom során az arbitrázslehetőségeket vizsgálom a magyar állampapírpiacon. Az arbitrázs lehetőségek figyelése mindig is népszerű volt a befektetők körében, azonban a szakirodalom kizárólag tőzsdei, árupiaci és devizapiaci lehetőségekkel foglalkozik. A magyar állampapírpiac vizsgálatával 2004-ben Makara Tamás már foglalkozott, azonban a kutatásom célja, hogy az ott alkalmazott kiterjesztett arbitrázs fogalommal egy hosszabb időtávat, az elmúlt 20 évet vizsgáljam. Az alkalmazott modellem egy lineáris programozási gyakorlat, mely segítségével pontosan megtudom mondani, hogy mely napon volt lehetőség úgy kereskedni a magyar államkötvényekkel, hogy a bevételt pozitív nominális kamatláb mellett betétben elhelyezve az ügylet kötelezettségét meghaladó jövedelem keletkezzen. A lineáris programozási feladat megoldásával valós képet kapok arról, hogy mikor volt lehetőség arbitrázspozícióra az elmúlt 20 évben.

MINTA

GRANÁT MARCELL
granatcellmar98@gmail.com
Közgazdasági elemző
MSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdaság- és Közpolitika Intézet

SZABÓ DOROTTYA
sz.dorottya3@gmail.com
Közgazdasági elemző
MSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdaság- és Közpolitika Intézet

Témavezető:
Neszveda Gábor
adjunktus, NJE GTK

AZ EURÓPAI HOZAMGÖRBÉK RECESSZIÓ ELŐREJELZŐ KÉPESSÉGÉNEK EMPIRIKUS VIZSGÁLATA

Számos okból kifolyólag az államkötvények hozamgörbéje a recessziók pontos előrejelzőjének bizonyul az USA-ban. Tanulmányunkban empirikusan vizsgáljuk meg, hogy az európai országok esetében is megfigyelhető-e ez az összefüggés. Az elemzési eszközök körébe tartozik a Hodrick-Prescott-filter, illetve a probit modell. A szakirodalomban megtalálható modellezési eljárást kívánjuk kiterjeszteni az optimális államkötvény lejárat párosítású szpred meghatározásával, és annak vizsgálatával, hogy eredményünk robosztusságot mutat-e az európai hozamgörbékre kiterjesztve is. Kutatásunk fő eredményei közé tartozik, hogy az Egyesült Államok esetében legjobb előrejelzőnek a 7 és 1 éves lejáratú államkötvények hozamából számított szpred bizonyult a legjobb előrejelzőnek, amely hasonlóan jól prediktálja a gazdasági válságok megjelenését az európai országok esetében is.

MINTA

KUJBUS SÁNDOR GERGELY
kujbus142@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BA, 7. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Fazekas Balázs
adjunktus, DE GTK

KATASZTRÓFAKÖTVÉNYEK HOZAMÁNAK, DIVERZIFIKÁCIÓS HATÁSÁNAK VIZSGÁLATA ÉS BEFEKTETÉSI ESZKÖZKÉNT VALÓ ÉRTÉKELÉSE

Az elmúlt évtizedekben megsokszorozódott az évenként bekövetkezett természeti katasztrófák száma. Ezek az események a biztosító társaságokra, pénzügyi piacokra rendkívül nagy nyomást helyeznek. A katasztrófakötvények olyan pénzügyi termékek, amelyeket vállalatok, országok annak érdekében bocsátanak ki, hogy az olyan kockázatokat, amelyeknek természetes katasztrófák miatt vannak kitéve, fedezzék a tőkepiacokon keresztül.

A dolgozatom célja, hogy ismertessem ezen kockázatokat, valamint befektetői szempontból felmérjem a kataszrófakötvényekbe való befektetések jellemzőit, sajátos tulajdonságait. A kötvények befektetési szempontból való elemzéséhez először a ismertetem a hagyományos viszontbiztosítási modellnek az előnyeit és korlátait, ezután bemutatom az értékpapírosítás folyamatát, katasztrófakötvények sajátos felépítését. Végezetül az eszközosztályt befektetési termékként vizsgálom. Az eszközcsoport hozamával meglehetősen kevés kutatás foglalkozik, ezért választottam ezt vizsgálati szempontként.

Befektetői szempontból vonzóak lehetnek ezek az eszközök, mivel a magas hozamuk mellett erős diverzifikációs hatást lehet tőlük várni. Ez annak köszönhető, hogy azok a tényezők, melyek befolyásolják a pénzügyi piacok alakulását, nincsenek hatással természeti katasztrófákra, tehát a katasztrófakötvények hozamára és árfolyamára sem. Így esetleges pénzügyi válságok, piaci zuhanások felé alacsony a kitettsége ezeknek az eszközöknek. A választott időszak bemutatásával meglehetősen változó piaci körülmények mellett vizsgálom meg, hogy ezek az elméleti síkon megfogalmazott feltételezések mennyire teljesültek a piacon.

A katasztrófakötvények hitelminősítői szempontból általában olyan kategóriába kerülnek, mint az alacsony hitelminősítésű vállalati kötvények. Ennek megfelelően egy katasztrófakötvény-alap hozamát hasonlítom össze egy alacsony hitelminősítésű vállalati kötvényalap hozamával, ezt abszolút hozamok és Sharpe indexek számításával teszem. Megvizsgálom azt a kérdést is – béta és Treynor értékek számításával –, hogy mennyivel vannak a katasztrófakötvények kevesebb piaci kockázatnak kitéve.

Az eredmények alapján megállapítható, hogy a katasztrófakötvények, az egységnyi kockázatra vetített többlethozam alapján, egyértelműen kedvezőbb befektetésnek bizonyultak a vizsgált időszak alatt. Emellett a béta és Treynor értékek alapján kijelenthető, hogy sokkal erősebb diverzifikáló hatással rendelkeznek, mint az alacsony minősítésű vállalati kötvények.

MUTA

SÁFI LILLA TÜNDE
safi.lilla2000@gmail.com
Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
BSc, 8. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

Témavezető:
Neszveda Gábor
vezető kutatási szakértő, MNB

HOGYAN HAT A FINTECH CÉGEK TÉRNYERÉSE A NEW YORK-I TŐZSDÉN JEGYZETT INKUMBENS BANKOK RÉSZVÉNYÁRFOLYAMÁRA?

A FinTech vállalatok korunk egyik legizgalmasabb jelenségei, robbanásszerű elterjedésük kevesebb, mint egy évtizede kezdődött. A pénzpiac új belépői élen járnak az újításokban, a bankokat is fejlődésre ösztönzik – kérdés azonban, hogy a FinTech cégek egyre növekvő térnyerése milyen hatással van a bankok árfolyamára. Vajon a bankok sikeresen felveszik a versenyt vagy alulmaradnak az innovációs- és árháborúban? A kutatás során azt vizsgáljuk, hogy vajon a New York-i tőzsdén 2004 és 2019 között jegyzett bankok árfolyamát befolyá-solja-e a FinTech cégek egyre erősödő térnyerése és ha igen, hogyan. Azt teszteljük, hogy a Fama-French háromfaktoros modellbe beilleszthető-e egy FinTech cégek térnyerésével való együttmozgás mértékét mérő változó – ezen változó értékét pedig, a többi három Fama-French faktorhoz hasonlóan, egyváltozós sorbarendezéssel becsüljük. A hipotézisünk, mi-szerint a FinTech cégek térnyerése pozitívan befolyásolja a banki árfolyamokat csak részben igazolódik be: pozitív, de statisztikailag nem szignifikáns hatást kapunk.

MINTA

MOLNÁR TAMÁS
molnar.tamas314@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezetők:
Dömötör Barbara Mária
egyetemi docens, BCE GTK
Neszveda Gábor
egyetemi docens, NJE GTK

MENNYISÉGI LAZÍTÁS HATÁSA AZ AMERIKAI SZEKTORHOZAMOKRA

A mennyiségi lazítás a legutóbbi válságok egyik leghatékonyabb nemkonvencionális monetáris politikai eszköze, amelynek során a jegybank hosszútávú kötvényhozamok csökkenésével próbálja stimulálni a gazdaságot, miközben likviditást teremt a pénzügyi intézmények számára. Ebben a tanulmányban eseményelemzés segítségével azt vizsgáltam meg, hogy a mennyiségi lazítás bejelentésekor megfigyelhető-e abnormális hozam az amerikai szektorhozamok esetében. Azért tartottam fontosnak megvizsgálni ezt a témát, mivel azt feltételeztem, hogy a mennyiségi lazítás hatással van a piac egészére, azonban szektoronként eltérő ezen hatás nagysága. A vizsgálat célja egy megbízható kereskedési stratégia felépítése volt, ami a bejelentés-hatás által generált abnormális hozam fennállására épít. Továbbá nem szabad elfelejteni, hogy a mennyiségi lazítást alapvetően a gazdaság stabilizálása érdekében veti be a jegybank, így a szektorokra gyakorolt hatásának a vizsgálata iránymutatást adhat abban, hogy mely szegmens igényel esetleges további jegybanki, vagy állami beavatkozást. Tanulmányom során többféle bontásban vizsgáltam ezt a jelenséget: (1) a piac egészét lefedő, 49 iparági portfólió esetében, (2) az S&P 500 főbb szektorindexei és (3) egy részletesebb elemzésben egy kiemelten fontos szektor, a pénzügyi szektor részvényeinél. Az iparági vizsgálat esetében semmilyen konzisztenciát nem találtam az abnormális hozamok alakulásában, azonban statisztikailag mérhető volt a beavatkozás hatása. A szektorindexeknél a pénzügyi szektornál, az első 3 mennyiségi lazítás eseményablakán belül, meglepő módon nem találtam szignifikáns abnormális hozamot, míg az egészségügyi szektor, a diszkrecionális és általános fogyasztási cikkeknél mind a 4 bejelentésnél ugyanúgy reagáltak a szektorindexben szereplő részvények, így egy jól kialakítható stratégiát fedeztem fel. Ezen felül tovább erősítette a bejelentés-hatás fennállását, hogy a program kivezetésekor az eseménynap után mért szignifikáns abnormális hozamok ellentétesek irányúak voltak a bejelentés körül megállapított AR értékekhez képest. Végül a bankszektor részvényei esetében megmutattam, hogy az első és harmadik mennyiségi lazítás okozta a legjelentősebb változásokat a piacon, míg a többi esemény alulmúlva a várakozásokat nem okozott szignifikáns abnormális hozamot.

MINTA

LÁNG ANDRÁS
andras.lang6500@gmail.com
Pénzügy
MSc, 3. félév
Eötvös Loránd Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Ormos Mihály
egyetemi tanár, ELTE GTK

PORTFÓLIÓ OPTIMALIZÁCIÓS TECHNIKÁK EMPIRIKUS TESZTJEI

Az intézményi alapkezelők által alkalmazott kvantitatív kereskedési stratégiák legnagyobb része a kisbefektetők számára nem kivitelezhető a tőke nagysága a magas tranzakciós költségek és a pénzügyi közvetítők korlátjai miatt. A dolgozat célja annak a kérdésnek a megválaszolása, hogy a hosszú időhorizonttal rendelkező kisbefektetőknek érdemes-e optimalizációs technikákat alkalmazni a „buy and hold" kereskedési stratégiával szemben. A modern portfólióelméleten belül a portfólió optimalizációs technikákat tesztelem a gyakorlatban egy általam paraméterezett szimulációs környezet segítségével. A szimulációs környezetet úgy alakítottam ki, hogy az optimalizációs folyamat kisbefektetők számára is alkalmazható legyen. Munkámban bemutatom a Markowitz -portfólió optimalizáció módszertanát és más kutatások alapján prezentálom a modell hiányosságait. Ezután bemutatok és tesztelek két másik – a Markowitz modellnél szofisztikáltabb – optimalizációs technikát. A tesztek alapján mindhárom optimalizációs modell a saját céljának megfelelően jobb eredményeket ért el, mint a klasszikus passzív stratégia a 2012-2021- ig terjedő időszak alatt. Az általam tesztelt optimalizációs modellek közül a Markowitz- portfólió 1.36, a Black - Litterman portfólió 2.26-os alfát generált, a CVaR modell pedig 12.54%-os évesített szórással múlta felül a benchmark 14.03%-os évesített szórását. A három modell a kisbefektetők hosszú távú céljait és limitált tőkéjét figyelembe véve a tesztek alapján az optimalizációs modellek jobbnak bizonyultak a „buy and hold" stratégiával szemben.

MINTA

ÓTOTT-KOVÁCS GÁBOR
gabor.otott-kovacs@stud.uni-corvinus.hu
Pénzügy és számvitel
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Madari Zoltán
egyetemi tanársegéd, BCE KTK

VOLATILITÁS-TERJEDÉS HATÁSA KELET-KÖZÉP-EURÓPA PIACAIRA

A globalizációnak köszönhetően az egyes országok mélyen integrálódtak a világgazdaságba, és nagy mértékben összefonódtak. Így az egyes országokban megjelenő sokkhatásoknak komoly következményei lehetnek más gazdaságokra nézve is. Ez utóbbi jelenség legjobban a tőzsdeindexeken keresztül vizsgálható, melyek jó képet adnak az országokat ért sokkokról, melyek jellemzően az adott index volatilitásában csapódnak le. Jelen kutatásban azt vizsgálom, hogy az ilyen volatilitás-terjedés milyen hatással van Közép-Kelet Európa országaira, illetve, hogy megnövekedett-e a keleti gazdaságok befolyása a térségben. Volatilitás-átvevő országokként Lengyelországot, Magyarországot, Csehországot, Szlovákiát, Szlovéniát, Ukrajnát, Romániát és Ausztriát vizsgáltam legnagyobb tőzsdeindexeik alapján, volatilitás-átadó országoknak pedig az Amerikai Egyesült Államokat, Németországot, Oroszországot és Kínát jelöltem meg. A kutatás módszertana a DCC GARCH, illetve a BEKK GARCH modellek voltak, melyek kiválóan alkalmasak sokkhatások átadásának modellezésére idősorokon. Eredményül azt kaptam, hogy Közép-Kelet Európa gazdaságai igen nagy mértékben vesznek át volatilitást a megjelölt országoktól, tehát mélyen integrálva vannak a világgazdaságba, és nagy mértékben függenek attól. A keleti gazdaságoktól való függés nem erősödött a vizsgált időszakban. A vizsgált volatilitás átvevő országok közül a sokkhatásoktól legvédettebb, bár még így is nagyon nyitott, Szlovákia, míg a legkitettebb Horvátország.

MINTA

Tőke- és pénzpiac - Tőkepiac működése II.

Elnök:	Prof. Dr. Ábel István	BGE PSZK
Társelnök:	Prof. Dr. Bacsó Róbert	IIRFKMF Számvitel és Auditálás
Tag:	Dr. habil. Csiszárik-Kocsir Ágnes	OE KGK
Tag:	Dr. Tóth-Pajor Ákos	PTE KTK
Tag:	Dr. Bareith Tibor	MATE KC GTK

MINTA

NÉMETH MARGARÉTA
nemeth.margareta1@gmail.com
Pénzügy
MSc, 3. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Badics Milán Csaba
egyetemi tanársegéd, BCE PSZGJI

LIKVIDITÁS-EGYÜTTMOZGÁS VIZSGÁLATA AZ ÁRUPIACON - ROBOSZTUSSÁGVIZSGÁLAT ÉS AZ OPEC BEJELENTÉSEK HATÁSA

Kutatásunk az árupiaci likviditást célozza elemezni, azon belül is a likviditás-együttmozgásra fókuszálva. Négy árupiaci család (energia, gabonák, haszonállatok, fémek) napi adatait felhasználva vizsgáljuk, hogy jelen van-e egy szisztematikus likviditási faktor az árupiacon. Módszertanunkban a piaci modellt alkalmazzuk regresszióként, összehasonlítva négy likviditási mutató eredményeit (Amihud illiquidity ratio, Volatility over Volume, Closing Percent Quoted Spread and High-Low Spread Estimator). Az együttmozgás különböző likviditási mutatókra vonatkozó robosztusságát is vizsgáljuk. Eredményeink azt mutatják, hogy a likviditási együttmozgás jelen van az árupiacon. Már azelőtt is jelen volt, hogy 2004-ben nagy mértékű befektetések kezdtek megvalósulni a piacon, de a pénzügyiesedés még nagyobb hatást gyakorolt az együttmozgásra, mivel az a 2004-2021 alperiódusban erősebben/szignifikánsabban jelen volt, mint a 2000-2003 alperiódusban. Eredményeink alapján az Amihud mutató bizonyul a legrobosztusabbnak, mivel a pénzügyiesedés előtti együttmozgás jelenségét is kimutatja, illetve a kínálat oldali modellben is érzékeli a piaci esések hatásait. Az OPEC bejelentések vizsgálatához napi mutatókat képzünk a piaci modellből származó likviditás-együttmozgási együtthatókból, 21-napos gördülő ablakos regresszióval. Megállapítjuk, egy 3-napos eseményablak (-1, +1) alkalmazásával, hogy az OPEC bejelentések szignifikáns hatással bírnak az árupiaci likviditás-együttmozgásra nézve. A Closing Percent Quoted Spread különösen érzékeli az eltérő bejelentések hatását (kvótaemelés, kvótacsökkentés, változatlan kvóta, nincs megegyezés). Tanulmányunkban megállapítjuk, hogy a piac különbséget tesz azon két bejelentés között, amelyek következtében nem történik változás (változatlan kvóta, nincs megegyezés).

MTA

JÁSZAI TAMÁS
jtamas18@gmail.com
Biztosítási és pénzügyi matematika
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Badics Milán Csaba
egyetemi tanársegéd, BCE

AZ INVERZ-REGULÁCIÓ, EGY ÚJ GÉPI TANULÁSI MEGKÖZELÍTÉS SZIMULÁCIÓS ÉS EMPIRIKUS VIZSGÁLATA

Pénzügyi idősorok előrejelzésekor gyakran ütközünk abba a problémában, hogy az adatsorunk 'zajos', és sok, erősen korrelált és kétséges valódi előrejelzési képességgel rendelkező magyarázó változó áll rendelkezésre. Az irodalomban egy bevett, empirikus pénzügyi tanulmányokban jellemzően angolul 'forecast combination' elnevezéssel illetett, az említett nehézségeket jól kezelő módszer, hogy minden rendelkezésre álló magyarázó változóval OLS-sel egyváltozós regressziókat becsülünk, majd ezen egyváltozós regressziókból származó predikciók átlagát tekintjük a tényleges előrejelzésünknek. Ez a módszer gyakorlatilag egy nagyon erős regularizációnak felel meg. A dolgozatomban amellett érvelek, hogy a gyakorlati alkalmazásokban ez a regularizáció jellemzően túl erősnek bizonyul, és a módszert általánosítani kellene úgy, hogy a regularizáció foka egy hiperparaméter értékének optimalizálásával változtatható legyen. Az ilyen általánosításokat 'inverz regularizációs' (IR) módszereknek nevezem, és a dolgozatomban összegyűjtök több, az irodalomban már létező, IR módszert, és kategorizálom őket. A kategorizáció alapja, hogy az 'egyedi' modellek becslésének módját (első lépéses), vagy az egyedi modellek predikciói aggregálásának módját (második lépéses) változtatják-e meg. Egy szimulációval, valamint az Egyesült Államok részvénypiaci kockázati prémiumának előrejelzésével demonstrálom, hogy a) az első lépéses IR módszerek szigorúan jobban teljesítenek a második lépéseseknél, valamint b) az első lépéses IR módszerek jobban teljesítenek, mint az irodalomban az elmúlt években kiemelkedő népszerűségnek örvendő hagyományos regularizációs módszerek (LASSO és ridge regressziók). A dolgozatban rámutatok, hogy az első lépéses IR módszerek kitűnő teljesítményének oka, hogy hatékonyan tudják optimalizálni a torzítás-variancia átváltást. Emellett a dolgozatban bemutatok egy az irodalomban korábban nem szereplő, általam 'uNCL' névvel illetett, egy gépi tanulási módszeren alapuló előrejelzési módszert. A módszer egy első lépéses IR módszernek tekinthető, és a szimulált adatokon a két legjobban szereplő módszer egyike, míg az empirikus adatokon a legjobban szereplő módszer.

MINTA

SZILÁRD PÁLMA BERNADETT
palma.szilard@stud.uni-corvinus.hu
Gazdaság - és pénzügy-matematikai elemzés
Osztatlan, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Badics Milán Csaba
egyetemi tanársegéd, BCE PSZGJI

MONETARY MOMENTUM - EGY GLOBÁLIS JELENSÉG

Kutatásomban az eszközárak alakulását vizsgáltam Federal Open Market Committee monetáris politikai döntéseinek bejelentése idején. A vizsgált időszakban, 1994 és 2019 között a négy eszközosztályba sorolható 55 eszköz szignifikáns hozamváltozást mutatott. A változás iránya a bejelentés okozta monetáris politikai sokk irányától függ. A szakirodalomban ez a kereskedési anomália „monetary momentum" néven ismert. A jelenség megértéséhez panel regresszióval vizsgáltam azokat a faktorokat, amelyek a monetáris politikai bejelentés idején kialakult hozamváltozásokat befolyásolják. A monetáris politikai döntés okozta sokkhatás alacsonyabb a gazdasági recessziós időszakokban és magas monetáris politikai bizonytalanság idején. Mindazonáltal az általános piaci bizonytalanság a hozamváltozás mértékét növeli.

Dolgozatom a megfigyelt kereskedési anomáliára egy lehetséges magyarázatot kínál. A monetáris politikai sokkoknak az előrejelezhetőségét regresszióval vizsgálva megállapítottam, hogy a makroökonómiai változók piaci előrejelzései segítségével a sokkok előjele prediktálható.

A kutatásban bemutatott eredmények robosztusak számos különböző módszertannal mért monetáris politikai sokkra, görgőablakkal vizsgált időszakokra és a négy eszközosztályra.

MINTA

SZENTISTVÁNYI ISTVÁN JÁNOS
jszentistvanyi@gmail.com
Alkalmazott közgazdaságtan
BA, 6. félév
Eötvös Loránd Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
dr. Badics Milán Csaba
egyetemi tanársegéd, BCE

A FÁTÓL AZ ERDŐT - AZ IRÁNYÍTOTT FESZÍTŐFÁK ALKALMAZÁSA A RENDSZERSZINTŰ KOCKÁZATOK PÉNZÜGYI HÁLÓZATOKRA ÉPÍTŐ ELEMZÉSÉBEN

A dolgozat az irányított feszítőfák módszerének alkalmazási lehetőségeit vizsgálja a pénzügyi hálózatok elemzése terén azzal a céllal, hogy a pénzügyi intézmények közötti rendszerszintű kockázatok jobban megbecsülhetők legyenek. Az elemzésben számos ország bankjainak irányított és súlyozott hálózatát páronkénti Granger-oksági kapcsolatok hozzák létre, az adott pénzügyi intézmények hozamainak és volatilitásának idősoraiból. Az általában használt hálózati mutatók, mint centralitás-értékek és a kimenő/bemenő kapcsolatok a teljes hálózat mellett az irányított feszítőfákra is ki lettek számítva. Azzal, hogy csak kevesebb, a leginkább fontos kapcsolatok élei maradnak meg a hálózatban, az erre vonatkozó mutatók növelik az elemzés információtartalmát azzal, hogy csökkentik a jelentéktelen kapcsolatokból származó zajt. Egy regressziós elemzés megmutatja a hálózatok tulajdonságai és a vállalatok piaci teljesítménye közötti általános kapcsolatot, valamint mintán kívüli predikciót is lehetővé tesz. A regressziós modellek összehasonlítása azt mutatja, hogy azok a specifikációk, ahol a teljes hálózat mutatói helyett vagy mellett az egyszerűsített feszítőfa mutatói szerepelnek, jobban képesek jelezni a bankok veszteségeit válság idején.

MINTA

BALÁZS MARCELL
marcell.balazs29@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Badics Milán Csaba
egyetemi tanársegéd, BCE PSZGJI

A BIZONYTALANSÁG SZEREPE A HOZAMGÖRBÉK ÉS AZ OLAJ SOKKOK KAPCSOLATÁBAN - OLAJ EXPORT ÉS IMPORT ORSZÁGOK VIZSGÁLATA

Ez a cikk az olajár-sokkok dinamikus hatását vizsgálja a hozamgörbékre, majd elemzi a gazdaságpolitikai bizonytalanság alakulásának és a geopolitikai kockázati bizonytalanságnak a kapcsolat erősségére gyakorolt hatását. Az elemzést országok egy csoportján végzem, amelyek az olajpiacon elfoglalt pozícióik alapján vannak felosztva. A mintában szereplő olajexportáló országok közé tartozik Norvégia, Mexikó, Kanada, az Egyesült Királyság és Venezuela; míg az olajimportőröket Kína, Japán, Dél-Korea, az Egyesült Államok és Németország alkotja.

A fő kutatási kérdés, hogy az olajpiac és a hozamgörbe kapcsolata dinamikus pályát követ-e, és ha igen, van-e különbség az ország piaci pozíciójától függően. Ezen felül, a gazdaságpoltikai és geopolitikai bizonytalanságnak különösen fontos a szerepe a 2020-as években, amelyek mind a központi bankok, mind az állami költségvetések jelentős beavatkozását és a geopolitikai konfliktusok visszatérését eredményezték. A második kérdés így, hogy a gazdaságpolitikai bizonytalanság és a geopolitikai kockázat befolyásolja-e az olaj és a hozamgörbe kapcsolatát.

A tanulmány eredményei azt mutatják, hogy az olajár-sokkok és a hozamgörbék közötti kapcsolat időben változó, némi különbséggel az olajexportáló és -importáló országok között. Ezen felül, azok az időszakok, amikor a kapcsolat jelentős, a gazdasági vagy geopolitikai bizonytalanság időszakaihoz kapcsolódnak.Kutatásom megmutatja, hogy a gazdaságpolitikai, geopolitikai és piaci volatilitási bizonytalanság az olaj és a hozamgörbe kapcsolatánakszignifikáns befolyásolója, és esetenként a kapcsolat jelentős részét magyarázva.

MINTA

SZAKÁLY ÁRON GERGŐ
szakaly.aron@gmail.com
Közgazdasági elemző
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Badics Milán Csaba
egyetemi tanársegéd, BCE

BIZONYTALANSÁGI SOKKOK ÉS A HOZAMGÖRBE: ORSZÁGOK KÖZÖTTI ÖSZEHASONLÍTÁS DINAMIKUS LÁTENS FAKTOR MODELLEK SEGÍTSÉGÉVEL

Miképpen reagál a hozamgörbe a pénzügyi és makrogazdasági bizonytalanságban bekövetkező sokkokra? Tanulmányomban ezt a kérdést vizsgálom vektor-autoregresszív (VAR) modellek segítségével az USA, Németország, Japán, valamint az Egyesült Királyság zéró-kupon hozamgörbe adatain. A simított görbék előállítása Diebold és Li [2006] látens faktor modelljével történik, ahol a faktorok szint, meredekség, valamint görbületként értelmezhetők. A Jurado et al. [2015] és Jurado et al. [2019] indexeivel mért makrogazdasági és pénzügyi bizonytalanság ugrásai egyaránt negatív és szignifikáns impulzusválaszokat eredményeztek a teljes hozam spektrumon, azonban a rövidebb lejáratok reakciója erősebbnek mondható. A mozgó ablakos elemzések feltárták, hogy a hozamgörbék meredekség változásai nagyfokú dinamikus variabilitást mutatnak, amelyek részben a jegybanki kamatok zéró alsó szintjének (Zero Lower Bound, ZLB) következményei. Az infláció és az ipari termelés modellekbe építése alapján kijelenthető, hogy a makrogazdasági fundamentumok nagyban befolyásolják a bizonytalanság hozamgörbékre kifejtett hatását. Az eredmények konzisztensek több, a bizonytalanság gazdasági következményeivel foglalkozó elméletekkel, például a befektetői várakozásokat, a jegybanki intézkedéseket vagy a csökkent munkakeresletet hangsúlyozó modellekkel. Az eredmények robusztusak az adatok eltérő kezeléseire, azonban a bizonytalanság exogenitási feltevésének lazítása nagy empirikus jelentőséggel bír.

MINTA

Turizmus - Jelenségek, folyamatok

Elnök:	Dr. Bujdosó Zoltán	MATE KRC VFGI
Társelnök:	Prof. Dr. Michalkó Gábor	PE GTK
Tag:	Dr. Gyurácz-Németh Petra	PE GTK
Tag:	Dr. Muhi B. Béla	EE KK

MTA

NYÍRŐ ALEXANDRA
nyiro.alexandra@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 4. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Marton Gergely
egyetemi adjunktus, PTE TTK

A 2008-AS PÉNZÜGYI VÁLSÁG ÉS A COVID19 ÁLTAL OKOZOTT GAZDASÁGI VÁLSÁG A BALATON KIEMELT TURISZTIKAI TÉRSÉG VÁLLALKOZÁSAIRA GYAKOROLT HATÁSAINAK ÖSSZEVETÉSE

A COVID-19 világjárvány kitörése és elterjedése jelentős kihívások elé állította a gazdasági élet körforgását. A pandémia rendkívüli egészségügyi veszélyeit tekintve olyan intézkedéseket kívánt meg világszerte az államok vezetőitől, amely a mobilitás jelentős csökkenéséhez, esetenként teljes megszűnéséhez vezetett. A részleges vagy teljes karanténhelyzet változásokat idézett elő a vállalkozások mindennapi működésében, ami különösen érzékenyen érintette a turisztikai szolgáltatást nyújtó vállalkozásokat, melyek komoly bevételkieséssel néztek szembe. A járvány előtt legutóbb a 2008/09-es világválság okozott szintén jelentős problémát a gazdaságban. Felmerül a kérdés, hogy találhatunk-e hasonlóságot a két krízishelyzet között, hiszen mindkét időszakban láthattunk példát arra, ahogy vállalkozások sodródtak csődközeli állapotba vagy kényszerültek megszűntetni a tevékenységüket. Ugyanakkor, a két időszak közötti különbséget is látunk, hiszen a gazdasági világválság idején a kereslet visszaesése, míg a covid alatt a mobilitás korlátozása okozta a vállalkozások számának csökkenését.

A kutatás célja azonosítani a pandémia okozta változásokat a Balaton mint kiemelt turisztikai térséghez tartozó vállalkozások számának esetében, különös tekintettel a turisztikai szolgáltatást nyújtó vállalkozásokra. Ehhez megvizsgáljuk a regisztrált vállalkozások számának változását településekre lebontva, majd összevetjük a 2008/09-es gazdasági válság okozta változásokkal a KSH által szolgáltatott adatokat felhasználva, fajlagos mutatók és indexek alkalmazása segítségével. A téma újszerűségét adja, hogy a hazai szakirodalomban ilyen megközelítésben korábban még nem vizsgálták a pandémia következményeit. Továbbá, a téma fontosságát és gazdasági jelentőségét az eredmények hasznosíthatóságának sikerességében látjuk.

Feltételezzük, hogy a Balaton turisztikai térségben tevékenykedő vállalatok vizsgálata során olyan változásokat tudunk azonosítani, amelyek trendként azonosíthatóak a gazdasági világválság és a covid járvány idején is. Ezek feltárása elősegíti a gazdaságot befolyásoló válság során előforduló események megértését. Ezáltal a jövőben előforduló ilyen események során hatékonyabb lehet a válságra adott reakció, könnyebben előre jelezhető a várható kimenetel. Amennyiben sikerül azonosítani ezeket a jellemzőket, akkor ezeket a piaci szereplők felé kommunikálva elősegíthetjük azok rugalmas alkalmazkodását.

MUNKA

ENDRÉSZ BLANKA
blanka.endresz@stud.uni-corvinus.hu
Turizmus-vendéglátás
BA, 2. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Marketing Intézet

Témavezető:
Hegedüs Sára
doktorandusz, BCE MI

A FENNTARTHATÓSÁG ÉRTELMEZÉSE ÉS GYAKORLATBA TÖRTÉNŐ ÁTÜLTETÉSE AZ UTAZÁSSZERVEZŐI SZEKTORBAN

A turizmus a koronavírust megelőzően a gazdaság egyik legdinamikusabban növekvő iparága volt, ám a COVID-19 járvány a szektor drasztikus és váratlan visszaeséséhez vezetett. A turisztikai szektor negatív hatásai elvezettek ahhoz, hogy a fenntartható turizmus koncepciója egyre fontosabbá vált az utóbbi években. A járványt követően feltehetően nagyobb hangsúlyt kapnak majd az alternatív turisztikai formák, a belföldi turizmus, megnövekszik a turisztikai szereplők közötti együttműködés, valamint a turizmusbiztonság szerepe is. Ez talán kivételes alkalmat biztosít, hogy a turizmus szektort fenntarthatóbb alapokra helyezzük a jövőben.

A problémát a következő ellentmondások jelentik, dolgozatomban ezeket igyekszem mélyebben feltárni és választ találni rájuk: A turizmus alapvetően nem fenntartható iparág- lehet-e mégis fenntarthatóan működtetni? A koronavírus után a turisztikai szereplők elsősorban a gazdasági fenntarthatóságra és anyagi stabilitásra fognak törekedni – hogyan illeszthető bele ebbe az általában magasabb költségekkel járó fenntarthatósági koncepció? További megfontolást jelent, hogy a turisták azért utaznak külföldre, mert változatos környezetre vágynak – tartós lehet-e ennek fényében a belföldi turizmus fellendülése? Fő kutatási kérdésem a következő: Hogyan jelenik meg a fenntarthatóság eszméje a hazai utazásszervező vállalatok kínálatában és működésében, és milyen hatással van ezekre a COVID-19 járvány? Témám elméleti hátterének feltárásakor a tudományos folyóiratokban megjelent tanulmányok mellett figyelemmel követem a médiában zajló diskurzust. A motivációk, jelentéstartalmak és viselkedési formák feltárásához a kvalitatív módszert tartom alkalmasnak, így primer kutatásomat ilyen módon végzem. Kutatási kérdésemet - amely valójában két fő kérdést tartalmaz – alkérdésekre bontottam, amelyek alapján félig-strukturált szerkezetű interjúkat készítek hazai utazásszervezőkkel.

Dolgozatom relevanciáját az adja, hogy a turizmus, a klímaváltozás és az ökológiai problémák kölcsönösen hatással vannak egymásra, ráadásul a világjárvány után bizonyára új alapokra kerül a szektor működése. Mind a kínálati, mind a keresleti oldal hozzájárul ahhoz, hogy ez az újraindulás milyen jövőképet biztosít az ágazat számára. A turisztikai szolgáltatók felelőssége és lehetőségei igen fontos kérdést jelentenek, ezért dolgozatom célja az utazásszervezők fenntarthatósággal kapcsolatos értelmezéseinek, gyakorlatainak és terveinek megismerése.

MINTA

KREKÓ DANIELLA
krekodaniella@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

témavezetők:
Dr. Fenyvesi Éva PhD
főiskolai tanár, BGE KVIK
Dr. Kovácsné Dr. habil. Székely Ilona
főiskolai tanár, BGE KVIK

A GÖRÖGORSZÁGI TURISZTIKAI CÉLÚ HAJÓZÁS ELEMZÉSE A MAGYAR KERESLET VISZONYLATÁBAN

Napjainkban a hajózás egyre nagyobb szerepet tölt be a tengerparttal rendelkező országok turizmusában. Nincs ez máshogy Görögországban, a magyar turisták által az egyik leglátogatottabb országban sem, ahol három fő hajós termék dominál: a partmenti hajókirándulás, a hajós körutazás, valamint a sportcélú jachtozás és vitorlázás.

Kutatásom célja a Görögországban elérhető hajós turisztikai termékek keresletének elemzése, különös tekintettel a hazai fogyasztók jellemzőire és a vizsgált termékekkel kapcsolatos preferenciáikra, motivációkra. Emellett arra a kérdésre keresem a választ, hogy a hazai utazási irodák mekkora szerepet játszanak a vizsgált termékek disztribúciójában.

A szakirodalmi áttekintés során bemutatom a görögországi hajós termékekkel kapcsolatos általános jellemzőket és nemzetközi tendenciákat. Ennek alapján elmondható, hogy a jövedelem, a végzettség és a kor nagy mértékben befolyásolja a hajós körutazásokon és a jachtozáson, vitorlázáson való részvételt, azonban a hajókirándulásokra nincs különösebb hatásuk. Utóbbiak esetében jelentős szerep jut az árnak, mivel a kirándulások csak kiegészítő termékként jelennek meg a piacon.

Primer kutatás során kérdőívelemzéssel a hazai keresletet, míg a tartalomelemzéssel az elemzésbe bevont termékek kínálati oldalát vizsgálom meg. A szakemberekkel készített interjúk megerősítik a kérdőív eredményeit, ezáltal lehetővé teszik a pontosabb következtetések levonását. A kérdőívre 702 kitöltés érkezett, a célcsoportot azok a magyar fogyasztók képezték, akik már legalább egyszer megvásárolták a vizsgált termékek valamelyikét. A tartalomelemzéshez tizenhét olyan utazásszervező kínálatát elemeztem, amelyek árulnak görögországi hajókirándulást vagy hajós körutazást. Az interjút két utazási irodával és egy Görögországban élő magyar idegenvezetővel készítettem.

A kutatás alapján komplex képet kaptam a görögországi hajós turisztikai termékek piaci helyzetéről a magyar turisták vonatkozásában. A kutatásom eredményei hasonlóságot mutatnak a nemzetközi kutatásokkal, vagyis megállapítható, hogy a magyar turisták fogyasztói szokásai nem térnek el lényegesen az általános tendenciáktól a vizsgált termékekkel kapcsolatosan. Az utazási irodák jelentősége a hajós körutazások disztribúciójában a legnagyobb, de a hajókirándulások tekintetében sem elhanyagolható a szerepük.

A kutatás eredményei elsősorban ahhoz járulnak hozzá, hogy a hazai utazási szolgáltatók kínálatukat még inkább a hazai kereslet igényeihez tudják igazítani.

MINTA

ERDŐSI ESZTELLA
erdosieszti@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezetők:
Drabancz Áron István
doktorandusz, BCE KTK
El-Meouch Nedim Márton
doktorandusz, PTE TTK

A MAGYARORSZÁGI KERESKEDELMI SZÁLLÁSHELYEK ÁRKÉPZÉSÉNEK HATÁSAI

Az e-business térnyerése és ICT szektor erősödése napjainkban érzékelhető folyamatok, melyek a hazai turizmus ágazati stratégiájában is kiemelkedő fókuszt kapnak. A versenyképesség javítását és régiók fejlesztését célzó modernizáció, valamint két iparág keresztezésének egyik legrelevánsabb példája az IT fejlesztése a turizmusban. Az először légitársaságoknál alkalmazott dinamikus árképzés megfelelő stratégia lehet a szállodaipar szereplőinek, melynek az adatvezérelt működés és IT rohamos fejlődése is kedvez.

Kutatásom középpontjában a foglalási hajlandóságot befolyásoló árérzékenység és az árváltozás észlelt méltányosságra gyakorolt hatásai állnak. Feltárom milyen arányban vannak a stratégiai fogyasztók a miopikus fogyasztókkal szemben és hogyan reagálnak a hotelszektor árazási stratégiáira. Továbbá összefüggéseket keresek a kereskedelmi szálláshelyek besorolása és egyes referenciaárak között.

Dolgozatomban a turizmus és IT szektor kapcsolatának feltérképezése után a különböző árképzési és értékesítési stratégiák fogalmait tisztázom, különös hangsúllyal a hozammenedzsmentre. Végül kérdőívem eredményeit kiértékelve megválaszolom a fentebb említett kérdéseket, amelyek javaslattá való alakítása segítheti a hazai, turisztikai szereplőket a stratégiaalkotásban.

MTA

ZAPRESKÓ-FARKAS EVELIN
evelin.zapresko-farkas@uni-miskolc.hu
Marketing
MSc, 4. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr Marien Anita
egyetemi docens, ME GTK

A MEGYEI JOGÚ VÁROSOK KOMMUNIKÁCIÓJÁNAK VERSENYKÉPESSÉGE, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL AZ ONLINE KOMMUNIKÁCIÓ HATÁSÁRA A TURIZMUSBAN

A turizmus dinamikus fejlődésének hatására a világ legjelentősebb és leggyorsabban fejlődő iparágává vált, amely az országok gazdaságához nagymértékben hozzájárul. A turizmus, mint fogalmi meghatározás a történelem során jelentős változáson ment keresztül, amely az elemzések tekintetében magába foglalja az időt, a távolságot, a határokon belüli vagy kívüli úticélokat és az utazás során a látogató által igénybe vett szolgáltatásokat.

A turizmus rendszerének és környezetének vizsgálata során a kutatók által létrehozott modellek szemléltetik, hogy milyen külső és belső tényezők befolyásolják a kereslet és a kínálat egységét.

Az elemzés további hatékonysága érdekében a turisztikai desztináció, mint fogalmi meghatározás a turizmus fontos alappillérének tekinthető, hisz olyan több dimenziós egység, ahol a kereslet és a kínálat megvalósul. A kínálati tényezők kommunikáció segítségével jut el a látogatóhoz, amely az utazási szándékot segítheti elő. Napjainkban a kommunikáció és az azzal együtt járó információ a legnagyobb értéket képviseli, így már nem csak vállalatok, szervezetek, hanem települések is alkalmazzák, amellyel több potenciális fogyasztót tudnak elérni. Napjainkban a marketingkommunikáció hagyományos és online formában is történhet, de jelen esetben az online kommunikáció kerül középpontba.

Jelen esetben az elemzési egység a magyarországi megyei jogú városok, amelyeknek az online marketingkommunikációs tevékenységük kerül a vizsgálat fókuszába. Az online marketingkommunikációs eszközök közül a hivatalos weboldalak és a közösségi platformok (Facebook, Instagram) kerülnek a vizsgálat középpontjában.

MTA

RAFFAI ELIZA
raffai.eliza@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BSc, 6. félév
Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Happ Éva
egyetemi docens, SZE KGK

A TELEPÍTETT IDEGENVEZETŐK MARKETINGTEVÉKENYSÉGE
MARKETING ACTIVITIY OF TOUR REPRESENTATIVES

A turizmus szektor idegenforgalmi láncolatában mindig is egyedülálló pozíciót töltöttek be a telepített idegenvezetők, kik mind a megbízó-, mind a partner utazási iroda alkalmazásában állnak, s végső végrehajtóként a legnagyobb befolyással hathatnak jelenlegi- és potenciális utaskörükre.

TDK dolgozatom témaválasztása személyes indíttatásokon alapul, gyerekkorom óta az idegenvezetői hivatás mellett köteleztem el magam. Kutatásomban a telepített idegenvezetői tevékenység turistákra gyakorolt befolyását, az idegenvezetői marketinget, s annak hatásrendszerét, mint a turizmusmarketing egy felderítetlen területét vizsgáltam. Ennek alapján választottam kutatásom témájaként: a telepített idegenvezetők marketingtevékenységét.

Kutatásomat két különböző módszerrel végeztem, két célcsoport körében. Így 6 telepített idegenvezetői tapasztalattal rendelkező vagy jelenleg is tevékenykedő szakemberrel, és 1 tematikus sétavezető idegenvezetővel készítettem mélyinterjút. Két kérdőív válaszait elemeztem ki, az első a jelenleg is vagy a múltban telepített idegenvezetőként tevékenykedők, míg a második a telepített idegenvezetői tevékenységről tapasztalattal rendelkező utasok körében került kitöltésre. A két kérdőívet külön-külön elemeztem, és egymással össze is vetettem, hogy minél komplexebb képet kapjak az idegenvezetői szolgáltatás piacáról.

Kutatásaimból arra a megállapításra jutottam, hogy az idegenvezetői marketingre nincsen konkrét sablon, s nincsen konkrét módszertan. A telepített idegenvezetők többsége ugyanakkor tudatosan végzi marketingtevékenységét, s tudatosan alkalmaz hivatásában marketingkommunikációs eszközöket. Módszereik és eszközeik egyénenként változnak, éppen ezért gondolom, hogy kutatásom munka-tevékenységükben további gondolatmeneteket indíthat el, s felhívhatja a turisztikai szektor figyelmét a szakma megbecsülésének fontosságára.

MINTA

SZENYÉRI GABRIELLA
szenyerigabi@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BSc, 7. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Csapó János
egyetemi tanár, PTE KTK

CSEHORSZÁG SÖRTURIZMUSÁNAK KOMPLEX ELEMZÉSE

Az italkultúra és -turizmus az utóbbi néhány évben óriási fejlődésen ment keresztül. Ezt támasztja alá a sör hagyományának és imázsának folyamatos fellendülése. Ez a tanulmány a csehországi sörturizmus sikerét vizsgálja. Ezen kívül az ország földrajzi és gazdasági jellemzőit, valamint a sörturizmus keresleti és kínálati oldalának fontos összetevőit feltárva mutatja be, hogyan lett a sör a közép-európai ország egyik legmeghatározóbb imázsépítő eleme. Csehország Európa egyik legfontosabb és legrégebbi sörtermelő országaként, továbbá a sörfogyasztás szempontjából vezető szereplőjeként számtalan lehetőséget nyújt a sörturizmus hódolóinak. Ezen tényezők ismeretében Csehország bátran nevezhető a sörturizmus egyik legfontosabb fellegvárának. A dolgozat kérdőíves kutatás segítségével vizsgálta meg a csehországi sörturizmus fontosságát 252 magyar sörfogyasztó és Csehországot korábban felkereső turista segítségével. A vizsgálat áttekintést ad a sörrel kapcsolatos szabadidős tevékenységekről, valamint a magyar kitöltők cseh sör iránti megítéléséről. Emellett a tanulmány a válaszadók utazási kiadásainak és tapasztalatainak elemzésével is releváns és újszerű eredményeket közöl. A kutatás eredményei alátámasztják, hogy Csehország népszerűségéhez óriási mértékben hozzájárul az ország sokszínű sörkutúrája, mely egy jól felépített imázstermékként van jelen az ország egész területén. Emiatt a magyar fogyasztók jelentős többsége Csehországot a sörrel azonosítja. Az eredmények továbbá megerősítik más kutatások következtetéseit, melyek alapján a magyar sörturizmus hatékonyan fejleszthető a csehországi sörturizmus mintáját követve.

MINTA

VARJASKÉRI ADRIENN
adrienn.varjaskeri@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 7. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Strack Flórián
adjunktus, PE GTK

MAGYAR FOGYASZTÓK HOZZÁÁLLÁSA A KOMPLEMENTER ÉS ALTERNATÍV GYÓGYÁSZATHOZ AZ EGÉSZSÉGTURIZMUS TERÜLETÉN

Az egészségturizmus gyorsan bővülő gazdasági ágazat. Az egészségturizmus kisebb része; az alternatív gyógyászat a folyamatos fejlődés és a szakterületen tapasztalható ismétlődő trendek eredményeként egyre népszerűbb. Az alternatív megközelítések egyre népszerűbbek, ahogy egyre többen veszik igénybe a jó egészség megőrzésének kevésbé hagyományos eszközeit. Az emberek felfedezik, hogy a kiegészítő és alternatív gyógyászati kezeléseknek sokkal kevesebb mellékhatása van, mint a hagyományos gyógyszereknek, és hogy a megelőző gyógyászat alkalmazása, amely számos kiegészítő és alternatív gyógyászati lehetőség is kínálkozik, sokkal inkább pozitív hatással lehet az ember életére, mint pusztán a nyugati gyógyászatra hagyatkozni.

A holisztikus turizmus új és alternatív turizmusként, valamint népszerű irányzatként jelent meg a lélek, test és lélek harmóniáját segítő programokat, élményeket kereső utazók körében.

Kutatásom célja, hogy bemutassam a komplementer és alternatív gyógyászatot, és betekintést nyerjek a társadalom perspektívájába a témában. A jelenség eredetét, előnyeit és hátrányait, valamint vonzerejének elsődleges okait keresem. Elemzem a magyar emberek témával kapcsolatos nézőpontjait, attitűdjeit, elvárásait. A 351 fő által kitöltött online kérdőív nem tekinthető reprezentatívnak, de következtetések levonására alkalmas.

A kérdőívek közül a strukturált interjú módszerét alkalmaztam. Három alternatív gyógyászati szakembert kérdeztem meg, és válaszaikat összehasonlítottam egymással, hogy megválaszolhassam kutatási kérdéseimet.

Manapság az emberek hozzáállása az alternatív gyógyászathoz igen változatos. Akik hisznek benne, hangsúlyozzák fontosságát, míg azok, akik nem, teljesen ellenzik. A kutatás során arra a következtetésre jutottam, hogy a komplementer és alternatív gyógyászat népszerűsége valóban növekszik.

MINTA

KOVÁCS INEZ
inez.kovacs.40@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:
Sipos Erika
mestertanár, BGE KVIK

KIS VÁLLALKOZÁS- NAGY POTENCIÁL, ALCÍM: ADATVEZÉRELT DÖNTÉSHOZATAL VIZSGÁLATA A TURIZMUSBAN AZ EMAIL MARKETING FELTÁRÓ ELEMZÉSÉVEL

A turizmus sok nehézséggel találta szemben magát a 2020-as évtől kezdődően a COVID világjárvány, majd a háborúk és a gazdasági helyzet hatásaival küzdve. Ugyanakkor az emberek utazási kedve egyre csak nő, amelyet kínálatban és innovációs elemekben is szükséges követnie a turisztikai szektor szolgáltatóinak. Jelen kutatás egy beutaztató iroda B2B email marketingjének elemzésén keresztül mutatja be az adatvezérelt döntéshozatal gyakorlatát. A cél, hogy feltárja az iroda különböző piaci szegmenseinek ajánlattípus-preferenciáit a B2B email marketing teljesítményén keresztül. A következő kutatási kérdések vizsgálata jelenik meg a dolgozatban: Milyen döntések meghozatalában segít a business intelligence (üzleti intelligencia) adatelemzés a beutaztató irodának? Milyen ajánlattípusokat részesít előnyben a német és az osztrák utazásszervezői piac, amelyek a vizsgált iroda kiemelt piacai? Milyen piaci előnyre tud szert tenni a business intelligence elemzéssel egy kisebb, magánkézben lévő turisztikai vállalat? A kutatás előzményének tekinthetők a szerző Hollandiában végzett tanulmányai az adatvezérelt döntéshozatalról, és a „Please ask m" mesterséges intelligenciával dolgozó vállalkozással való együttműködése. A kutatás primer adatait mélyinterjúk (Magyar Turisztikai Ügynökség igazgatói, TUI utazási iroda, beutaztató iroda vezetősége) alkotják. A cég szekunder adatainak (adatbázis, mely több mint 370.000 darab emailt tartalmaz) elemzése pedig a Microsoft Power BI eszközével történt, amely az adattisztítás, -modellezés és vizualizáció magas minőségű megvalósítását tette lehetővé. Az adatvezérelt döntéshozatal témájával foglalkozó konferenciák, mint például a CheckINN UP workshop tartalomelemzése a kutatás szakmai hátterét erősítette a szakkönyvek, szakcikkek és korábbi kutatások elemzése mellett. Kiemelkedő eredménynek tekinthető, hogy a kutatás során egyértelműen kiderült, hogy a német és az osztrák piac a körutazásokat részesíti előnyben egy-egy ajánlatnál. A kutatás ezen felül még több olyan eredményt tár a vizsgált iroda és a szakma elé, amelyek a szegmentációt tovább pontosítják, így hatékonyabbá teszik a B2B kommunikációt. Ezzel egyértelművé válik, hogy mekkora érték rejlik a kisebb turisztikai vállalkozások tulajdonában lévő adatokban is. A kutatás eredményei bizonyítják az adatvezérelt döntéshozatal relevanciáját és jövőbeli kutatási potenciálját.

MUNKA

BARTALOS KLÁRA KATALIN
klarkat@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 7. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Szűcs Róbert Sándor
egyetemi docens, DE GTK

TENDENCIÁK A MAGYAR TURIZMUSBAN ÉS A MARKETING SZEREPE A MÁRKAHŰSÉG KIALAKÍTÁSÁBAN - EGY NYÁRI ÜDÜLŐTÁBOR ELEMZÉSE

MINTA

A dolgozatban a turizmus fogalmát, alapfeltételeit és a turizmus rendszerét kutattam a szakirodalomban. Érdekes összefüggéseket fedeztem fel az utazás és a boldogság között, majd a márkahűség, a visszatérő vendégek kérdéskörét tanulmányoztam.

A hazai turisztikai tendenciákat is vizsgáltam a kezdetektől, nagyobb fókusszal a rendszerváltás, az ezredforduló utáni időszakra nézve. Napjaink aktuális változásait is áttekintettem különböző statisztikákból, beleértve a COVID-19 járvány okozta változásokat.

Az általános kérdéseken túl egy nyári tábort elemeztem a magyar trendek tükrében, mennyiben követi azokat vagy tér el tőlük. A piac feltérképezése, a SWOT analízis, a szolgáltatás egyediségének (USP) megfogalmazása, a megfelelő pozícionálás és célzás segíti a marketing stratégiák, a márkahűség kiépítését, így ezekre is szántam figyelmet. A statisztikai elemzésben segítségemre voltak a tábor vendégkönyvei, a honlap kimutatásai és a Facebook oldal adatai, valamint egyéni tapasztalataim.

Emellett a vendégek utazási szokásait, a marketingkommunikációs eszközök hatékonyságát és az elégedettséget saját készítésű kérdőív segítségével mértem fel. A tábor fenntartója által szervezett budapesti konferencián személyesen töltettem ki a felmérést, majd online űrlap formában is elkészítettem, melyet a tábor címlistáján és közösségi oldalán megosztottam. Összesen 234 kitöltő adatait elemeztem ki ezt követően. Minden vállalkozás, így a tábor célja is az, hogy „igazi barátokká” váljanak a fogyasztói, akik újra és újra visszatérnek, és elkötelezettek. A motivációk és a fejlesztési javaslatok kérdésköre különösen fontos e folyamatban.

Összességében megállapítottam, hogy a tábor csak részben követi a hazai turisztikai tendenciákat. A sajátos átalakulások (fenntartóváltás, személyi változás) befolyása sokkal nagyobb mértékű. Ugyanakkor az is kijelenthető, hogy a vendéglétszám és vendégéjszakák számának változása nem magyarázható önmagában a marketinggel, bár hatással van ezekre.

A tábor erőssége a társaság és közösség, a lelki programok és a természeti környezet a túrákkal és kirándulásokkal. A szervezett programok és a szakemberek jelenléte is hozzájárul az üdülőtábor sikeréhez, a vendégszeretet az egyik legnagyobb vonzerő. A megfelelő marketing ezeket mutatja be és erősíti a vendégekben, valamint a pozitív emlékeiket idézi fel bennük.

Turizmus - Kelet-közép-európai országok turizmusa I.

Elnök:	Dr. habil. Raffay Zoltán	PTE KTK
Társelnök:	Dr. Fehérvölgyi Beáta	PE GTK
Tag:	Dr. Printz-Markó Erzsébet	SZE GTK
Tag:	Dr. Vida György	SZTE GTK
Tag:	Dr. Happ Éva	SZE KGK

MINTA

BODÓ ANITA
bodo.anita07@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:
Sipos Erika
mestertanár, BGE KVIK

A JÖVŐ TURISTÁI BUDAPESTEN, A FENNTARTHATÓ OKOS VÁROSBAN.

Kutatásomban a fenntarthatóságot és az okos városok közti összefüggést elemezem hazai és nemzetközi példák alapján. Ehhez kapcsolódóan az új, alternatív turizmus lehetőségeit vizsgálom, hogy napjaink és a jövő turistái milyen elvárásokkal érkeznek/érkezhetnek fővárosunkba.

A fent írottak alapján, kutatási kérdéseim a következők: Budapest okos várossá válhat-e? Fővárosunk okos városként fenntarthatóvá válhat-e? Továbbá ez a változás milyen kapcsolatban áll a fogyasztó szokásaival, elvárásaival a turizmusban?

Dolgozatom elkészítése során szekunder és primer módszereket alkalmazok. A szekunder kutatás keretein belül tanulmányozom a Magyarországon történő aktuális városfejlesztési stratégiákat (pl,: its2027, Smart Budapest, 2030-as stratégia) valamint a külföldi stratégiákat, példákat, tanulmányokat, szakkönyveket majd ezek összevetésével, elemzésével dolgozom ki, hogy milyen újítások, szemléletváltások szükségesek ahhoz, hogy Budapest egy fenntartható, okos várossá tudjon átalakulni. Emellett vizsgálom a turisták fogyasztói szokásait is a turizmusban.

A primer kutatás egyik fő alappillérét a szakértői mélyinterjú képezi. Célom olyan szakember megszólítása, aki aktívan részt vesz Budapest okos várossá alakításában, modernizációjában. valamint a turizmus meghatározó szereplői.

Az interjúk mellett egy strukturált kérdéssort tartalmazó, online kérdőív formájában tárom fel 250 fogyasztó véleményét, meglátásait a fenntarthatóság, modernizáció témaköreiben és az utazással kapcsolatos elvárásaikkal kapcsolatban.

A kérdőív segítségével szeretném megismerni a fogyasztók véleményeit arról, hogy milyen fejlesztéseket javasolnak Budapest jövőjét illetően az okos város válás terén, illetve milyen problémák megoldását szeretnék elérni, javasolni. A válaszokból egy globális képet kaphatunk arról, hogy milyen viszonya van az fogyasztóknak a fenntarthatósággal, a környezettudatos életmóddal, mennyire nyitottak egy megújuló szemléletre akár utazásaik kapcsán is.

A vizsgálatok során megismerhetjük Budapest turizmusának jelenlegi helyzetét a fenntarthatóság, a modernizáció, valamint az okos városok kritériumai szerint. A szekunder kutatásnak köszönhetően, ötleteket meríthetünk külföldi és belföldi példákból, különböző innovációs és városfejlesztési stratégiákból, így segíthetjük újabb ötletekkel fővárosunk fenntartható fejlődését.

MUTA

MOLNÁR BÁLINT
balintmolnar@outlook.com
Turizmus-vendéglátás
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezetők:
Jászberényi Melinda
egyetemi docens, BCE GTK
Munkácsy András
tudományos főmunkatárs, Magyar Közlekedéstudományi és Logisztikai Intézet

BUDAPEST MINT BELFÖLDI KERÉKPÁROS TURISZTIKAI DESZTINÁCIÓ VIZSGÁLATA

A Covid-19 világjárvány hatására eltűnő, majd többé-kevésbé újrapozícionált turisztikai szektorban meghatározóvá vált az aktív turisztikai tevékenységek fajsúlya. Magam körül is észrevettem, hogy a járvány korlátozásainak hatására mennyire megnőtt főként a rekreációs- és a városi közlekedő biciklisták száma Budapesten és az egész országban egyaránt. A közösségi közlekedés tömegeitől való félelem által és a növekvő számú biciklisták hatására világszerte egyre több nagyvárosban alakítottak ki ideiglenes kerékpársávokat és ahhoz kapcsolódó biciklis szolgáltatásokat a járványhelyzet idejére. A kutatások pedig elkezdtek foglalkozni a reflektorfénybe kerülő kerékpáros közlekedés fokozott térnyerésével együtt járó pozitív társadalmi hatások hosszútávú megőrizhetőségéről. A városi közlekedés fejlesztésében ugyanis a környezeti terheléstől mentes kerékpározás és gyaloglás népszerűsítése kritikus aspektus lehet a fenntartható városi mobilitás, a modern infrastruktúrafejlesztés és az élhető városi közlekedés kialakítása szempontjából. Emellett a fenntartható közlekedési módok (például: kerékpározás, gyaloglás) széleskörű elterjedéséből a teljes turisztikai iparág is sokat kamatoztathat. Hiszen meghatározó módon csökkenthetné ezek által az utazásokhoz kapcsolódó jelentős ökológiai lábnyomot.

Először kíváncsiságból merült fel bennem Budapest desztinációnak és a folyamatosan erősödő belföldi kerékpáros turizmusnak az egybekapcsolása. Érdekelt, hogy a magyar fővárost a belföldi fogyasztók szegmense azonosítaná-e potenciális kerékpáros turisztikai desztinációként vagy sem. Továbbá, hogy a belföldi turizmus megerősítésével bizonyos mértékben pótolható lehetne-e Budapesten a pandémia által időszakosan felszívódó nemzetközi turizmus.

Dolgozatomban először elméleti szinten összegezem a kerékpáros turizmus fogalmi rendszerét, megkülönböztetve és elhelyezve annak számos megjelenési formáját. Ezt követően bemutatom a közelmúlt hazai és nemzetközi kerékpáros turisztikai trendjeit, illetve elemzem a budapesti biciklis infrastruktúrát. Az egyéni módszertani kutatás folyamán pedig olyan kérdésekre keresem a választ, hogy a magyar főváros belföldi turizmusát felpezsdítheti-e a kerékpáros turizmusa, hogyan jellemezhető és szegmentálható a hazai kerékpáros fogyasztók köre, illetve lenne-e körükben Budapest desztinációjára irányuló releváns kereslet.

MINTA

KISS ALÍZ ORSOLYA
kissaliz20@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezetők:
Dr. Szabóné Dr. Erdélyi Éva PhD
egyetemi docens, BGE KVIK
Dr. Szalók Zsófia Csilla PhD
főiskolai tanár, BGE KVIK

BUDAPEST NÉPSZERŰSÍTÉSE A BELFÖLDI TURISTÁK KÖRÉBEN.

A 2020 márciusa óta eltelt időben Budapest turizmusa az odalátogató külföldi turisták hiánya miatt kilátástalan helyzetbe került. Kutatásommal arra keresem a választ, hogy mi az a vonzerő, amiért a beföldi turisták Budapestre utaznának; hogyan lehet felhívni a figyelmüket a látnivalókra és programokra; milyen típusú helyszínek azok, melyek miatt elindulnak a fővárosba; melyek azok a tényezők, melyek eddig nem tették népszerűvé a fővárost számukra; milyen tényezők és milyen feltételek biztosítása szükséges a vidéki turisták fővárosba látogatásához; a fennálló helyzet Budapest esetében speciális, vagy más európai fővárosoknál is megfigyelhető?

Megvizsgálom, hogy a vidéki turisták különböző célcsoportjainak milyen elvárásai vannak a fővárossal szemben és milyen termékek, eszközök hiányoznak számukra a fővárosba látogatáshoz. Ezek alapján azonosítom, hogy hogyan tehetnénk vonzóvá a fővárost a belföldi turisták számára, miként lenne állandósítható ez a kereslet a főváros felé. Először szekunder kutatással tárom fel a jelenség okát Magyarországon, nemzetközi összehasonlításban más európai országokkal. Ez a belföldi desztinációválasztással, döntési szempontokkal, utazási és fogyasztási szokásokkal kapcsolatos szakirodalomra támaszkodik, Budapestre specializálva. Ezután, primer kutatás keretében, komplex, több szakaszos kérdőív alapján történik a jelenlegi és jövőbeli kereslet megismerése, fogyasztói magatartás feltárása.

Rámutatok arra, hogy a belföldi turisták milyen szempontrendszer alapján tájékozódnak, és döntenek szálláshelyük kiválasztásáról, melyek az utazással kapcsolatos elvárásaik, preferenciáik. Az utazási motivációjuk és költési hajlandóságuk ismeretében választ adok arra, hogy hogyan lehetne több belföldi turistát vonzani Budapestre. Mivel a belföldi turisták egy kedvezőbb feltételrendszert preferálnának, melynek nagy része a költéssel kapcsolatos, ezért egy speciális, SZÉP-kártya típusú kártya bevezetését javaslom kizárólag a vidéki lakosság számára, mellyel több turisztikai szolgáltatás is összekapcsolható lehet. Az eredményekből való következtetések alapján javaslatokat teszek arra is, hogy milyen marketing kampányok lennének szükségesek ahhoz, hogy a belföldi kereslet számára is vonzó több napos desztinációt jelentsen a magyar főváros.

MINTA

NAGY FRUZSINA
nagy.fruzsi04@gmail.com
Marketing
MSc, 4. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Fehér András
adjunktus, DE GTK

DEBRECEN TURIZMUSÁNAK ÉS AZ ABBAN MEGJELENŐ ONLINE MARKETING ELEMEKNEK A VIZSGÁLATA

Debrecen Magyarország második legnépesebb városa, megyei jogú város, melyben felsőfokú tanulmányaim megkezdése óta élek. Történelme igen gazdag és nagy múltra tekint vissza, „kálvinista Róma" és „cívisváros" néven is emlegetik. De ezen felül központi szerepet is betölt gazdasági, közlekedési, szellemi és kulturális értelemben. Mindezeknek köszönhető, hogy jelentős az idegenfogalom a városban. A látogatók nagy számát okozza, hogy a város a konferenciaturizmus, az üzleti turizmus, a rendezvényturizmus és a szabadidős turizmus számára is kiváló adottságokkal rendelkezik.

A dolgozat megírása során célom volt a különböző turisztikai termékek szerepének felmérése a város turizmusában, valamint meg szerettem volna vizsgálni a Debrecen turizmusában érintett szereplők online marketing folyamatait is. Saját tapasztalataim azt mutatják, hogy a vállalkozások az elmúlt években egyre nagyobb hangsúlyt fektettek az online marketingkommunikációra.

Szerettem volna feltérképezni, hogy milyen platformokon és milyen módon sikerült ezt véghezvinniük. Mindezen változásokról a fogyasztókat is szándékomban állt megkérdezni egy online kérdőív formájában. A kutatás során kiemelt figyelmet szenteltem az online marketing eszközökön belül a különböző közösségi platformokon való jelenlétre és kommunikációra.

A dolgozat első részében egy általános áttekintést készítettem a turizmus alakulásáról az elmúlt években, valamint Debrecen turizmusát is bemutattam. Ezután a következő témakör, amellyel kapcsolatban kutatást végeztem, az a marketing kialakulása, a szolgáltatásmarketing, a turizmusmarketing és az online marketing területek voltak. A dolgozat másik nagy fejezete a szakértői interjú és a kérdőív elemzéséből kinyert adatok értékelésén alapszik. A kérdőívből kinyert adatok feldolgozása az IBM SPSS Statistics nevű programcsomagjának segítségével történt.

A kapott eredmények alapján megállapítható, hogy Debrecen sokszínű turisztikai kínálatát nem ismerik az emberek, valamint a város egy mérsékelt árú úti célként definiálható. Ami a marketinget illeti, Debrecen turizmusmarketingje online marketing központú, melyen belül a közösségi média felületek a legkiemelkedőbbek. A célcsoportot illetőleg megállapítható, hogy a 18-25 éves korosztály van leginkább megcélozva az online marketing elemekkel.

MUTA

MÉSZÁROS BOGLÁRKA-ÁGNES
meszab99@gmail.com
Turizmus-területfejlesztés
MA, 2. félév
Babeș-Bolyai Tudományegyetem

Témavezető:
Máthé András-Árpád
egyetemi adjunktus, RO BBTE

EGY ERDÉLYI SIKERTÖRTÉNET, AVAGY A BONCHIDAI BÁNFFY-KASTÉLY FESZTIVÁLTURISZTIKAI ÉRTÉKVÁLTÁSA

Az Erdélyi Versailles-ként emlegetett bonchidai Bánffy-kastély építéstörténete évszázadokat átívelő. A Bánffy család kiválóságai számos, a kor építészeti stílusainak megfelelő átalakításokat végeztek birtokukon, így a műemléképület művészettörténeti sokféleségének köszönhetően máig Erdély egyik legimpozánsabb főúri rezidenciájaként tartható számon.

Az utóbbi közel négy évszázad során a kastély számos alkalommal került a pusztulás szélére, és bár a kilencvenes évek végén megkezdték a felújítási munkálatokat, az épület rehabilitációja azóta is folyamatban van. 2013 óta a kastély parkja és udvara az Electric Castle zenei fesztiválnak ad otthont, melynek köszönhetően világszintű ismertségre tett szert.

Dolgozatom keretében ezen páratlan erdélyi sikertörténet körülményeit vizsgálom, szándékomban áll feltárni, hogy mi állhat ezen óriási korszak- és szerepváltás hátterében, illetve hogyan válhatott egyszersmind egy továbbra is csak részben rehabilitált, de vitathatatlanul nagymúltú kastély nemzetközi szinten is jelentős turisztikai célponttá. A kutatási kérdések megválaszolására a kutatásmódszertan keretében a szakirodalom-elemzés mellett strukturált, félig strukturált, illetve mélyinterjúk eredményeinek összegzésére került sor. A kutatásból kiderül, hogy az Electric Castle fesztivál a romániai fesztiválpiac egyik legnagyobb szereplőjévé nőtte ki magát, gazdasági-turisztikai előnyei helyi, megyei, regionális és nemzeti szinten egyaránt érzékelhetők.

MINTA

LIPCSEI PETRA
lipcseipetra991125@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 7. félév
Eszterházy Károly Katolikus Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Kovács Tibor
egyetemi docens, EKKE GTK

FELTÖREKVŐ FALUSI TURIZMUS BÉKÉS MEGYÉBEN

Kutatásom témájának Békés megye feltörekvő falusi turizmusát választottam. Olyan területet szerettem volna vizsgálni, amely nemcsak érdekes, hanem aktuális is. Egyrészt ezért esett a választásom a falusi turizmusra, hiszen a még most is aktuális Covid helyzet sokat formált az eddigi turisztikai trendeken. A kutatásom központi kérdése az, hogy van-e a falusi turizmusnak relevanciája? Ezt a kérdéskört kívántam több aspektusból is megközelíteni. A vizsgálódásom célterületeként pedig Békés megyét választottam, hiszen nagyon sok, pozitív gyermekkori emlék fűz hozzá. Továbbá a hazai szakirodalmak véleményem szerint nem igazán térképezték fel eddig ezt a területet, amit kiválasztottam.

Saját kutatásomban primer és szekunder eszköztárat alkalmaztam. A primer adatgyűjtésem során két módszert használtam: egy interjút, illetve egy kérdőívet állítottam össze. Az interjún olyan kérdéseimre szerettem volna választ kapni a tanya szakmai vezetőjétől, hogy hogyan változott meg a tanya funkciója, milyen fejlesztések mentek végbe, illetve hogyan tudtak szembenézni a globális világ adta kihívásokkal.

A keresleti oldalnak egy kérdőívet készítettem, melyben főleg arra kerestem a választ, hogy a Covid hatására szívesebben vesznek-e részt falusi turizmusban, mely korosztály számára lehet a legvonzóbb ez a szegmens, illetve mely programokon vennének részt leginkább.

A primer kutatásom során négy hipotézis bizonyítását szerettem volna elérni:
1. H1: A falusi turizmus feltörekvőben van.
2. H2: A falusi turizmusnak van relevanciája Békés megyében.
3. H3: A fiatal korosztály számára is vonzó lehet a falusi turizmus.
4. H4: A falusi turizmus fő vonzereje a természetközeliségben és a közösen eltölthető, aktív programokban rejlik.

Továbbá a szekunder kutatásom során KSH, illetve Eurostat adatokkal dolgoztam. Ezáltal is bizonyítani szerettem volna, hogy a már meglévő adatok is alátámasztják, hogy a falusi turizmus relevanciája megkérdőjelezhetetlen hazánkban.

A négy darab felállított hipotézisem is bizonyságot nyert a kutatásom végére. Az eredményeim azt mutatták, hogy igen magas a részvételi hajlandóság a falusi turizmus iránt nemcsak „egyetemes" értelemben, hanem Békés megyét tekintve is. Külön öröm volt a számomra, hogy a fiatal korosztály is komoly érdeklődést mutat ezen szegmens iránt. Mi több, olyan programokra figyeltek fel a megkérdezettek, amelyeknek igen erős kohéziós ereje van. Tehát ebből az következik, hogy a falusi turizmus valóban tele van lehetőségekkel és valóban van is rá igény.

MUTA

Turizmus - Kelet-közép-európai országok turizmusa II.

Elnök:	Dr. habil. Raffay Zoltán	PTE KTK
Társelnök:	Dr. Fehérvölgyi Beáta	PE GTK
Tag:	Dr. Printz-Markó Erzsébet	SZE GTK
Tag:	Dr. Vida György	SZTE GTK
Tag:	Dr. Happ Éva	SZE KGK

MINTA

JOCA MARTON
jocamarton@gmail.com
Menedzsment
BA, 3. félév
Partiumi Keresztény Egyetem

KINCSES IBOLYA-IZABELLA
izabellakincses11@gmail.com
Kereskedelem, turizmus és szolgáltatás gazdaságtan
BA, 3. félév
Partiumi Keresztény Egyetem

Témavezetők:
Czuczor Krisztina
egyetemi tanársegéd, RO PKE
Dr. Lakatos Artur Lóránd
egyetemi adjunktus, RO PKE

A COVID HATÁSA A VENDÉGLÁTÓIPARRA. ESETTANULMÁNY A HEGYKÖZPÁLYI KÖZSÉGBEN MŰKÖDŐ VENDÉGLÁTÓI EGYSÉGEK ALAPJÁN

A dolgozatban a vendéglátás működését vizsgáljuk a COVID-időszakban, amit két Hegyközpályi vendéglátóipari egység tanulmányozása alapján szemléltetünk. A koronavírus kihatott úgy a szociális életre, mint a gazdaságra, főként a kis- és középvállalkozásokra. Jelenleg is labilis még a helyzet, amely a szolgáltatók gazdasági tevékenységeit korlátozza - főleg a turizmusban működőkét. A járvány kitörése óta a világgazdasági mutatókat csökkenő tendencia jellemzi, bizonyos területeken gazdasági válságot előidézve. Egyes tevékenységek területén a cégek könnyebben tudnak alkalmazkodni, míg mások nehezebben. A dolgozatban felmerülnek olyan kérdések, mint: A román kormányzat milyen szinten támogatta a rászoruló jogi személyeket? Milyen lehetőségeik voltak a vállalatoknak a szigorítások alatt? Hogyan tudtak továbbra is működni ebben az időszakban? A munkánk főként két étterem gazdaságára terjed ki, megvizsgálva a pandémia előtti és ennek időszakában dokumentált teljesítményüket, valamint a fennmaradást elősegítő intézkedéseiket. Továbbá vizsgáljuk, hogyan befolyásolták a vállalkozásokat a különböző szabályozások, illetve miként kezelték a válsághelyzetet.

MINTA

BOROS ARANKA
128759@student.ujs.sk
Közgazdaságtan és vállalati menedzsment
MA, 1. félév
Selye János Egyetem

Témavezető:
Mgr. Baša Kamilla
doktorandusz hallgató, SK SJE

A DESZTINÁCIÓK VONZEREJÉNEK NÖVELÉSE

A dolgozat célja, hogy feltárja azon tényezőket, amelyek vonzóvá teszik a turisztikai desztinációkat a turisták körében. A munka öt fejezetből áll, 20 ábrát, 8 táblázatot, illetőleg 1 mellékletet tartalmaz. Az első fejezet a hazai és külföldi szakirodalmak segítségével betekintést nyújt a vizsgált témába, ami főként a turizmus piacával, a desztinációk marketingjével és a turizmusmarketinggel foglalkozik. A következő részben a dolgozat céljai, két feltételezés, valamint két hipotézis kerül megfogalmazásra. Ezt követi a kutatás módszertanának és módszerének ismertetése. A negyedik fejezetben a kvantitatív kutatási módszerként elkészített online kérdőívünk eredményeinek bemutatására, kiértékelésére kerül sor. A befejező rész a következtetések és a javaslatok kidolgozásait taglalja. A témakör vizsgálatának eredményei összefoglaló áttekintéssel szolgálnak a gyakorlatban is alkalmazható módszerekről.

MINTA

RÁCZ ZSÓFIA
raczzsofia7@gmail.com
Turizmus-menedzsment
MA, 1. félév
Tokaj-Hegyalja Egyetem

Témavezető:
Dr. habil. Remenyik Bulcsú
egyetemi docens, THE

A LOVASTURIZMUS LEHETŐSÉGEI A KINCSEM NEMZETI LOVAS PROGRAM MEGVALÓSULÁSA TÜKRÉBEN

Dolgozatom során a Kincsem Nemzeti Lovas Program keretében megvalósult infrastrukturális fejlesztések keretében felújított versenyhelyszíneket és azok tevékenységét vizsgáltam a lovassport terültén. A lovasturizmus területén megkülönböztetünk aktív és passzív lovasturizmust valamint a hivatásturitmust, mivel a magasabb kategóriájú versenyekre egyre több hivatásos lovas érkezik. A dolgozatomhoz szekunder kutatásként a lovasturizmus rövid történelmi áttekintése után a Kincsem Nemzeti Lovas Program legfőbb célkitűzéseit, fejlesztési területeit vizsgáltam. A program célja, hogy hazánkban az évszázados lovas hagyományokat újrateremtse, az ország adottságaira támaszkodva ismét lovas nemzetté váljon Magyarország. A programban szerepel mind a lovasturizmus, a tenyésztés, a lovassport, a hagyományőrzés és az oktatás fejlesztése is. Emellett kiemelt szerepet kapott hazánkban két infrastrukturális fejlesztés 2018-ban a Szilvásváradi Lipicai Lovasközpontban és a Nemzeti Lovardában. A megújult komplexumok lehetőséget biztosítanak a program célkitűzéseinek megvalósításában: nemzetközi versenyek szervezésével jelenős turisztikai vonzerőként szolgálhat.

Dolgozatomhoz primer kutatást végeztem: interjút készítettem Horváth László országgyűlési képviselővel, aki a Kincsem Nemzeti Lovas Program felelőse volt. Részletes információt kaptam a program hátteréről, a lovasturizmus és lovassport mai helyzetéről. A primer kutatás második jelentős eleme a tereplátogatás volt: a Szilvásváradi Lipicai Lovasközpontban megrendezett Szilvásvárad Masters nemzetközi díjugrató versenyről, valamint a Nemzeti Lovardában megrendezett Gróf Széchenyi István Emlékversenyről készítettem összehasonlító elemzést. A két verseny azonosságai és a különbségek vizsgálatát SWOT analízisben összesítettem. Primer kutatásom részeként összegeztem a munkám és kutatásom során összegyűjtött ismereteket, tapasztalatokat, és megalkottam a nemzetközi versenyek szervezésének módszertani ismertetését. Az országra specifikus, magyar nyelvű anyag eddig nem állt rendelkezésre, valamint fejlesztési lehetőségeket fogalmaztam meg.

A dolgozatom megírása során következtetésként levonható, hogy a Kincsem Nemzeti Lovas Programban megfogalmazott célkitűzések, miszerint a magyar lovassportot újra fel kell virágoztatni, megvalósult, és még számos lehetőség rejlik benne. Szükség van a humán infrastruktúra, a marketing, a kommunikáció fejlesztésére, hogy a központ valóban turisztikai attrakcióként szolgáljon.

MUNKA

GRIEZER FANNI
griezer.fanni@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezetők:
Dr. Szabóné Dr. Erdélyi Éva PhD
egyetemi docens, BGE KVIK
Schultz Éva
tanársegéd, BGE KVIK

AZ IPARI TURIZMUS VIZSGÁLATA MAGYARORSZÁGON NÉHÁNY MŰKÖDŐ IPARI LÉTESÍTMÉNY PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Az ipari turizmus egyfajta múltbeli vagy jelenlegi termelő tevékenységre alapozott turizmus, amelyben egy termeléshez kapcsolódó létesítmény lesz látványosság, amely nem turisztikai céllal épült és ma sem elsődleges funkciója az idegenforgalom. A dolgozat a magyarországi működő ipari létesítmények turisztikai hasznosításának témáját járja körül a budapesti Zwack Unicum Ház, a Paksi Atomerőmű és a Pécsi Zsolnay Negyed és Porcelánmanufaktúra példáján keresztül.

A kutatás célja a látogatható ipari létesítmények turisztikai szerepvállalásának, valamint a látogatók motivációjának és tapasztalatainak feltárása. A magyarországi kínálatot vizsgálva az ipari turizmus elenyésző, mivel nincs hangsúlyosan megjelenítve sem a szolgáltatók, sem a közvetítők, sem a desztinációk részéről. Ahol mégis megjelenik, ott sem szervezetten. Ennek hátterében többek között az áll, hogy számos ipari objektum háttérbe szorult a rendszerváltás után, így a leamortizálódott ipari épületek megmentésének egyik lehetősége a kulturális és turisztikai célú hasznosítás lehet. A cél eléréséhez egyrészt kényelmi mintavételű online kérdőívet alkalmaztam a magyar lakosság körében, amelyre 257 válasz érkezett. Ezt egészítette ki a félig strukturált interjú a vizsgált helyszínek szakembereivel, amelyek a gyárak és ipari létesítmények motiváció felmérés feltérképezésére összpontosultak, valamint az alkalmazott marketing tükrében az adott gyárak és ipari létesítmények turisztikai potenciál, a gyárlátogatás, mint imázsfejlesztő és jövedelemkiegészítő elem szerepének témakörét érintve az adott vállalati struktúrában.

A kérdőívre adott válaszokat adattisztítás és kódolás után statisztikai módszerekkel elemeztem az SPSS programcsomag segítségével. A leíró módszerek és összefüggés vizsgálatok eredményei alapján elmondható, hogy a vizsgált ipari létesítményekre egyöntetűen kiegészítő turisztikai termékként vagy szolgáltatásként tekintenek, a válaszadók nem tekintik az ipari létesítményeket turisztikai vonzerőnek. Átlagosan 35% látogatta a vizsgált ipari létesítményeket földrajzi távolság és érdeklődés hiánya miatt. Ebből az következtethető, hogy szükség van szemléletmód-változtatásra, amiben a turisztikai szakembereknek és az együttműködéseknek nagy szerepe lehet. A kutatás eredményei segíthetik az ipari vonzerők/vonzerő-elemek eredményes turisztikai termékfejlesztését a jövőben, ami egy, a kulturális turizmuson belüli niche-termék esetében a hazai turizmus stratégiai célrendszerébe is jól illeszkedik.

MINTA

BAKUCZ DANIELLA TÜNDE
bakucz.d14@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 7. félév
Soproni Egyetem
Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Tóth Tímea Zsófia
tanársegéd, SOE LKK

FOGYASZTÓI MAGATARTÁS VIZSGÁLATA A BÜKI DANUBIUS HOTELBEN, AVAGY MENNYIRE CSALOGATÓ AZ ALL INCLUSIVE ELLÁTÁS(?)

A tanulmány első fele a bükfürdői Danubius Hotelt mutatja be, mely all inclusive vendéglátási formát alkalmaz a működéshez. Az all inclusive ellátás egyre népszerűbbé válik Magyarországon, hiszen egyre jobban kezdik felismerni az ebben rejlő lehetőségeket és előnyöket. Éppen ezért alkotja ez a téma a dolgozat alapját, ezen kívül a kutatás foglalkozik a fogyasztói magatartás, a vendégek elégedettségének és a lojalitás elméletének vizsgálatával is.

A dolgozat célja feltérképezni az utazási szokásokon túl az all inclusive ellátás előnyeit, illetve hátrányait a vendégek szempontjából, illetve a hotelben alkalmazott törzsvendég program bemutatására is sor kerül. A kutatás további célja a fogyasztói döntés folyamatának bemutatása és az elégedettség tényezőinek feltárása, aminek eredményeként létrejöhet a vállalathoz való elköteleződés.

A dolgozat empirikus kutatásánál a vizsgált hotel vendégei körében megvalósított kérdőíves kutatás eredményei kerülnek bemutatásra, melynek segítségével megismerhetjük az emberek véleményét az all inclusive vendéglátási forma előnyeiről, illetve hátrányairól. A felmérés során a vendégek utazási szokásaikon túl a szálloda egyes részterületeivel való elégedettségükről és a lojalitásra való hajlandóságukról adhattak számot a megkérdezettek. Továbbá nyílt kérdés formájában anonim módon leírhatták véleményüket, javaslatot tehettek a jövőre nézve. Az adatfelvétel papír alapú kérdőívekkel, személyes megkeresés útján történt, melynek során az adott időszakban 153 választ sikerült összegyűjteni.

Primer kutatás során a kérdőívezés módszertana mélyinterjúkkal is kiegészült, amelynek alkalmazása nélkülözhetetlen volt a tisztább és szélesebb spektrumú témára való rálátás érdekében. A mélyinterjúk során a hotel igazgatónője és éttermi igazgatója segítette a kutatás kiszélesítését.

A felmérésből kiderült, hogy minden korosztály szívesen látogatja a szállodát, és a válaszadók több mint fele korábban is járt már a hotelben. Az elégedettségmérésre összességében pozitív értékelések érkeztek nagy egyetértésben. A vizsgálat során az is kiderült, hogy a megkérdezettek 99%-a ismeri az ellátási formát és több előnyét látják, mint hátrányát.

Az összefoglalást követően saját vélemény, fejlesztési javaslatok kerülnek bemutatásra, amiket, ha megfogad a vezetőség még nagyobb vendégelégedettségre, illetve előnyre tehet szert a versenytársakhoz képest.

MINTA

BALOG VIKTÓRIA
viktoria.balog1@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BSc, 7. félév
Budapesti Metropolitan Egyetem
Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:
Behringer Zsuzsanna Dr
főiskolai docens, METU ÜKTF

FORTUNA ECO BOUTIQUE HOTEL ÉS TUSNÁDFÜRDŐ MINT TURISZTIKAI DESZTINÁCIÓ MARKETING ÉS MENEDZSMENT ELEMEINEK VIZSGÁLATA

Dolgozatom fő irányzata a turizmusmarketing elemeinek feltárása egy adott desztináción belül, esetemben Tusnádfürdő városának és a Fortuna Eco Boutique Hotel vállalkozáson belül. Egy olyan város és szálloda elemzését választottam, amelynek hozzájárulhatok a fejlődéséhez. Így a dolgozatomban megtalálhatók marketing elemzések, mint a marketing mix, SWOT analízis és turisztikai vonzerőjének elemzése. Továbbá empirikus kutatást is végeztem, amely egy kvantitatív kutatás, kérdőíves megkérdezés alapján két nyelven történt (magyar, román), és kvalitatív kutatásom pedig Tusnádfürdő polgármesterének és a Fortuna szálloda tulajdonos/üzemeltetőjével készült interjújából áll. Azért választottam települést és vállalkozást is, mert egy jó marketing stratégia felépítésére szükség van a település feltárása esetében is, így úgy gondoltam célszerű lesz mind a két irányt megközelíteni. Tusnádfürdő egy Erdélyben található kicsi város, amely Románia legkisebb városa, aktuálisnak és izgalmasnak találtam egy határon túli magyar település elemzését. Ehhez hozzátettem még egy boutique szálloda elemzését, amellyel még tovább szűkítettem, illetve konkretizáltam dolgozatom tartalmát. A dolgozatban az alapoktól kezdtem Erdély történeti bemutatását majd szűkítettem a kört egészen Tusnádfürdőig, majd a Fortuna szállodára helyeztem a fókuszt. Így egy egységes képet kapunk az egész turisztikai desztináció felépítéséről és lehetőségeiről. Illetve egy határon túli településen egy boutique szálloda működéséről.

MINTA

SADH SATHAWATTEY
sathavattey.sadh@gmail.com
Turizmus menedzsment
MA, 4. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Gyurácz-Németh Petra
egyetemi docens, PE GTK

MEASURING SERVICE QUALITY: PERCEPTIONS OF THE EMPLOYEES IN HOTEL INDUSTRY DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN HUNGARY.

A kutatás célja az volt, hogy a SERVQUAL módszertan segítségével megvizsgálja a magyarországi szállodák szolgáltatási minőségét, ahogyan azt az alkalmazottak a COVID-19 világjárvány idején érzékelték. A dolgozat az alkalmazottakra, mint belső ügyfelekre és a minőségi szolgáltatás nyújtásában betöltött döntő szerepükre összpontosít. A SERVQUAL 5 dimenzióját használtam a szállodai alkalmazottak megítélésének, a dolgozói elégedettségnek és a lojalitásnak az előrejelzésére. Az adatokat online felmérés útján gyűjtöttem Magyarország egész területén, egy módosított SERVQUAL kérdőív segítségével. Az online kérdőívek összesen 60 kérdésből álltak, amelyek 4 fő részre oszlottak (Demográfia, SERVQUAL elvárás és észlelés, dolgozói elégedettség és lojalitás), amelyek válaszait mindegyiket 5 pontos Likert-skálával rögzítették.

A tanulmány a magyar szállodai alkalmazottak elvárási és észlelési szintjét vizsgálta a COVID-19 járvány idején. A Microsoft Excelben végzett átlagelemzés segítségével kapott eredmények azt mutatták, hogy a munkavállalók elvárásai és észlelése között szakadék van. A Pearson-féle korrelációt használtam a munkavállalói percepció és az általános elégedettség, valamint a munkavállalói percepció és a lojalitás kapcsolatának vizsgálatára. Az eredmények azt mutatták, hogy szoros kapcsolat van a munkavállalók szolgáltatásminőség-érzékelése és az általános elégedettség között. Az utolsó eredmény azt is jelezte, hogy a munkavállalók szolgáltatásminőség-érzése és a lojalitás között is szoros kapcsolat van.

Ez a kutatás átfogó képet nyújt a szolgáltatásminőségről, az elégedettségről és a dolgozói lojalitásról egy kiszervezett cég üzleti folyamatán belül a COVID-19 világjárvány idején, elsősorban a magyar szállodaiparra összpontosítva.

MINTA

Turizmus - Trendek I.

Elnök:	Prof. Dr. habil. Dávid Lóránt Dénes	NJE GTK
Társelnök:	Dr. Szalai Katalin	KJE
Tag:	Dr. habil. Jászberényi Melinda	BCE GTK
Tag:	Dr. Mondok Anita	DE GTK
Tag:	Dr. Lőrincz Katalin	PE GTK
Külső bíráló:	Prof. Dr. Papp Klára	DE

MINTA

WEPPERT MÍRA
miraveppert@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezetők:
Sipos Erika
mestertanár, BGE KVIK
Dr. Magyar Norbert
egyetemi docens, BGE KVIK

A BIZTOS BELFÖLD VAGY A NÉPSZERŰ KÜLFÖLD, AVAGY HOGYAN DÖNTENEK A MAGYAR FIATALOK, HA UTAZÁSRÓL VAN SZÓ

Az utóbbi években, valamint jelenleg is, különböző megpróbáltatásokkal kell szembenéznie a turisztikai szektornak. Covid járvány, háború, energiaválság, infláció- mind súlyosan megnehezítették a turizmus működését. Ennek ellenére a magyar fiatalok körében az utazási kedv nem csökkent, hanem inkább nőtt az elmúlt időszakban. Az utazás trendivé vált, a luxuscikkek helyett napjaink fiatalja az élményeket keresi, melyeket megoszthat. A low-cost légitársaságok által kínált kedvező árú repülőjegyek és a megosztott szálláshelyek elérhetővé teszik az európai városok látogatását, alacsony költségvetésből. Ezt kihasználva a fiatal nemzedék gyakran kel útra és választ külföldi desztinációt. Ebből kifolyólag fontos lenne, hogy szemléletet váltva, Magyarország értékeit és rejtett kincseit is felfedezzék. A járványhelyzet megerősítette a belföldi turizmust, felértékelődött a biztonság tényezője, s ezáltal a belföldi utazások. A hazai turizmus fejlesztésére hosszú távra kidolgozott stratégiát alkottak, mely kampányaival, programjaival, vonzóbbá tette az országról alkotott képet, turisztikai imázst. A kutatás célja, felmérni a magyar fiatalok utazási szokásait, hogy mi alapján választanak úti célt, mi motiválja őket, valamint, hogy miért döntenek sokan külföldi utak mellet, a belföldivel szemben. További cél, feltárni olyan lehetőségeket, amelyekkel a hazai desztinációk népszerűbbé válhatnak körükben. Felmértem a magyar turisztikai kampányok a ismeretségét, hatékonyságát. A célcsoport, az Y és Z generáció szokásai kérdőív formájában, nyitott és zárt kérdésekkel egyaránt kerültek felmérésre. A 450 kitöltő adatainak kiértékelése statisztikai módszerekkel történt. Emellett 4 turisztikai szakemberrel készült szakértői mélyinterjú, többek között az MTÜ kampányaiért felelős marketingigazgatóval, egy utazási iroda vezetőjével, egy Tourinform iroda dolgozójával és a Pannonhalmi Főapátság turisztikai elöljárójával, strukturált, nyitott kérdések alkalmazásával. A beszélgetések során feltárult, hogy a Covid-járvány hogyan befolyásolta a belföldi idegenforgalmat, ezáltal a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia átalakítását. Ezenfelül fény derült arra is, hogy mi alapján készülnek a turisztikai kampányok tartalmai az online felületekre. Továbbá, hogy mely területen lehet még jövőbeni fejlődés a hazai turizmust illetően, amely a fiatalok számára érdekes lehet. Az eredmények átfogó képet nyújtanak a fiatalok utazási szokásairól, mely visszajelzés és iránymutatás lehet a szakmának.

MUTA

VARGA PATRIK ZSOLT
patrik.varga96@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BSc, 6. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Kaposi Zoltán
egyetemi tanár, PTE KTK

A HAGYOMÁNYOS VENDÉGFOGADÓKTÓL A MODERN SZÁLLODÁKIG. AZ IDEGENFORGALOM ÉS VENDÉGLÁTÁS VÁLTOZÁSAI PÉCSETT A 19. SZÁZADBAN

Kutatásom célja a 19. századi pécsi vendéglátás és szállodaipar fejlődésének vizsgálata, gazdaságtörténeti áttekintés formájában. Előzetes és a kutatás során szerzett ismereteimre hagyatkozva három fő kérdésre kerestem a választ. Először is: hogyan és miért ment végbe az idegenforgalom látványos fejlődése a vizsgált időszakban? Másodszor: kik voltak a hotelépítés vállalkozói és milyen motivációkat láthatunk tevékenységük mögött? Végül: milyen változásokat lehet látni a 19–20. század fordulója körüli évtizedekben és hogyan tükröződik az átalakulás a hagyományos és a modern vendéglátás között?

Kutatásom során széles forrásbázist és ezeknek megfelelő feldolgozási módszereket használtam. Az irodalomelemzés során a pécsi gazdaság alakulását vázoltam fel a 19. században. Majd ezt leszűkítve a város vendéglátására fókuszáltam, amelyben az egyes tevékenységeket és szálláshelyeket mutattam be. Az MNL Baranya Megyei Levéltárában végzett alapkutatásom révén a vállalkozók beadványaiból megismerhettem azok elképzeléseit, újító szándékait, a városi szakvéleményekből pedig a valóság tükröződését. Különféle statisztikai források révén bemutattam a vendéglátás helyét és szerepét a pécsi foglalkoztatási rendszerben. A sajtóforrások a vendéglátás mindennapjait segítették bemutatni, ugyanakkor összehasonlítást is végeztem, főleg Nagykanizsa gazdaságtörténete kapcsán.

A dolgozat során sikerült bemutatnom a pécsi vendéglátás fejlődését. A kutatás alatt feltárt hagyományos vendégfogadók és a modern szállodaipar jól érzékelhetően változott a 19. század alatt, ami a korabeli gazdasági környezet és az ebből eredő lehetőségek nélkül nem valósulhatott volna meg. A régi „szállodásnak lenni” felfogás a századfordulóra új vállalkozói formává vált, amely társadalmi megbecsültséggel is párosulhatott. A tőkés pécsi vállalkozók – rendszerint az iparból kikerülve – bérleti szerződésekkel passzív jövedelemre tettek szert szállodaépítéseik révén. A hotelépítések hátterében személyes céljaik is visszaköszöntek, mint pl. olyan látens igények kiszolgálása, amelyek jóval megelőzték korukat. A fejlődést az is mutatja, hogy a kutatásban bemutatott fogadók és szállodák a mai pécsi látkép meghatározó remekei, és bár az 1920-as évek lakhatási problémái miatt néhány szálláshelyet bérlakássá alakítottak, akadnak olyanok, amelyekben mind a mai napig a vendéglátás a fő gazdasági tevékenység.

MINTA

FRANZONY SZINTIA ÁGNES
szinti.szabo@gmail.com
Turizmus- vendéglátás
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Irimiás Anna Rita
egyetemi docens, BCE GTK

„BOLDOG ÓRÁK SZÉP EMLÉKE" – VENDÉGVÉLMÉNYEK A MÚLTBAN ÉS MA

A kutatás célja a szállodai vendégélmény vizsgálata innovatív és gyakorlatorientált módszerekkel. A magas vendégelégedettség elérése mindig is kulcsfontosságú stratégiai cél volt a szállodák történetében. Napjainkban számos olyan platform létezik, ahol a vendégek leírhatják és megoszthatják véleményüket, valamint a szállodával kapcsolatos negatív és pozitív tapasztalataikat. Régebben erre szolgáltak az úgynevezett vendégkönyvek. Ezek fizikai könyvek voltak, amelyekbe a vendégek feljegyezhették észrevételeiket, panaszaikat vagy a szállodai szolgáltatásokkal kapcsolatos elégedettségüket. Vajon miben és hogyan térnek el a régi, vendégkönyvekbe írt és a jelenlegi, online platformokon jegyzett vélemények? A vendégek bejegyzéseit őrző Continental vendégkönyv egy meghatározó időszakba enged betekintést, az 1940-es, '50-es és '60-as évekbe, amikor a budapesti szállodákban akár több hétig is tartózkodtak a vendégek. A kutatás eredményei rámutattak arra, hogy a történelmiségnek, a vendégszeretet hagyományba ágyazottságának igen nagy szerepe van. Lényegesen mélyebb kommunikációs és interpretációs eszköztárral rendelkezik egy történelmi múlttal rendelkező szálloda és lemásolhatatlan egyediséget és élményt képes adni a vendégek számára.

MINTA

HORVÁTH FRUZSINA
fruzsinahorvath97@gmail.com
Turizmus menedzsment
MA, 3. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Gyurácz-Németh Petra
egyetemi docens, PE GTK

HOGYAN VÁLTOZTATTA MEG A COVID- 19 AZ UTAZÁSI MOTIVÁCIÓT A TURISZTIKAI SZEMSZÖGÉBŐL

Ez a tanulmány a turisztikai utazók változó motivációit vizsgálja az utazási hajlandóság aspektusától a Covid utáni stresszig és félelemig, amely a mai napig is jellemzi. A teljes tanulmány a Covid előtti évek és a jelenlegi, úgynevezett poszt-Covid évek összehasonlításán alapul. Kutatásomban a motiváció változására fókuszáltam, annak elemzésével a Maslow-féle szükségletek hierarchiáján keresztül. A fentiekkel kapcsolatos elméletem bizonyítására 3 különböző kutatási kérdést határoztam meg, melyeket pozitívan vagy negatívan fogok bizonyítani. Az online felmérés és kutatás eredményét kétféleképpen vizsgáljuk; az elmélet kvalitatív részét az „Atlas.it" program fogja tanulmányozni, amely egy szövegvizsgálati elemző program, a kvantitatív rész pedig statisztikailag jelenik meg. A tanulmány végére meg fogjuk érteni, hogy a motiváció változott-e vagy sem, és mi volt az egész vizsgálat eredménye.

MINTA

HARANGOZÓ FLÓRA
h.florii15@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:
Dr. Törcsvári Zsolt István CSc
főiskolai tanár, BGE KVIK

TITKOS LÉGYOTTOK HATÁSA A SZÁLLODÁKRA

Számos szolgáltatással várják világszerte vendégeiket a különböző szállodák, melyek közül az étel- és italszolgáltatás, valamint a szálláshely-nyújtás mindenki számára ismertek. Teret adnak azonban egy elsőre nem is gondolt, netán szándékosan elhallgatott, ám számottevő mértékű jelenségnek, a szerelmi légyottoknak. Gyakran megesik ugyanis, hogy kikapcsolódni vágyó családokon, és (házas)párokon kívül, szeretőket, vagy egyéjszakás kalandorokat is vendégeik között köszönthetnek a szállásadók, akiknek az átlagostól eltérő tartózkodása érdekes lehet.

Kutatásom során az előforduló titkos randevúk jelenlétét mérem fel, és tanulmányozom azok jellemzőit, eltérő kategóriájú fővárosi és vidéki szállodák szemszögéből egyaránt. Emellett két népszerű társkereső felület, a Tinder és a Puncs.hu felhasználói által létesített egyéjszakás kalandokat, valamint az ilyen jellegű vendégek elszállásolásából fakadó többletforgalomnak a szálláshelyek bevételére és dolgozóik munkakedélyére, illetve munkahelyükhöz való lojalitására gyakorolt hatását is megvizsgálom.

Az adatgyűjtésnél két, többnyire zárt kérdésekből álló kérdőív és három nyitott, félig strukturált kérdéseket tartalmazó interjú volt segítségemre. Az alapvető módszereken kívül, végeztem hipotézisvizsgálatot osztályközös gyakorisági sorokból, valamint alkalmaztam asszociációs, korrelációs, illetve vegyes kapcsolatvizsgálatot is, a mennyiségi és minőségi ismérvek közötti kapcsolat felmérésére.

Számításaimból a megfogalmazott hipotéziseimmel kapcsolatban a következő eredményeket kaptam:

1. helyesnek bizonyult az a feltevésem, hogy a recepciósok többségében találkoztak már munkavégzésük során az említett vendégtípussal, függetlenül a szálláshely elhelyezkedésétől és kategóriájától,
2. valamint az is bebizonyosodott, hogy a párok férfi tagjait általában magasabb, míg a hölgyeket alacsonyabb életkor jellemzi.
3. Ellenben az az állításom megdőlni látszik, hogy szállodai tartózkodásuk csak néhány órát jelent,
4. azzal együtt, hogy a rövid ideig használt szállodai szobákat gyakran újból kiadják az adott napon.
5. Recepciósokkal végzett interjúimból az is kiderült, hogy gyakran jutalmazzák a személyzet titoktartását, azonban ez az összeg jellemzően alacsonyabb mértéket ölt. A kapott feketebevétel megkérdezetteim munkakedvét és munkahelyükhöz való lojalitását eltérően befolyásolta. Ugyan pozitívan hatott arra, de ahhoz nem volt eléggé jelentős mértékű, hogy a munkahelyen esetlegesen adódó problémákat feledtesse a dolgozókkal.

MUTA

BAKÓ REBEKA
btu5yg@student.metropolitan.hu
Kereskedelem és marketing
BA, 5. félév
Budapesti Metropolitan Egyetem
Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

BALOG VIKTÓRIA
kmvzvx@student.metropolitan.hu
Turizmus-vendéglátás
BA, 5. félév
Budapesti Metropolitan Egyetem
Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

TAKÁCS LAURA
lauratakacs1002@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
MA, 3. félév
Budapesti Metropolitan Egyetem
Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

TEVELY TITANILLA VIRÁG
titanilla.tevely@gmail.com
Turizmus menedzsment
MA, 3. félév
Budapesti Metropolitan Egyetem
Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:
Dr. Behringer Zsuzsanna
főiskolai docens, METU ÜKTF

MINTA

UTAZÁS A PANDÉMIA ÁRNYÉKÁBAN - AVAGY HOGYAN VÁLTOZTAK A MAGYAR LAKOSSÁG UTAZÁSI SZOKÁSAI, ILLETVE FOGYASZTÓI DÖNTÉSEI A VILÁGJÁRVÁNY IDEJÉN

Tanulmányunk célja, hogy átfogó képet nyújtsunk arról, hogy a Covid-19 járvány hogyan alakította át a magyar lakosság utazási szokásait 2020 során, és miként befolyásolja az idei utazási terveket a pandémia hazai és nemzetközi alakulása. A fogyasztók véleményének megismerését, utazási döntései változásának feltérképezését primer kutatás keretében végeztük el, amelynek során kvantitatív módszertannal kérdőíves felmérést bonyolítottunk le, a magyar utazók körében. Eredményeink azt mutatják, hogy a világjárvány jelentősen megváltoztatta, illetve átalakította a hazai lakosság utazási szokásait. Az utazások gyakorisága, időpontja, hossza, célja, főbb motivációi, szervezésük, az együtt utazók köre, és a választott szálláshelyek tekintetében jelentős különbség mutatkozott a korábbi évekhez képest minden korcsoportban, és más demográfiai jellemzők alapján. A karantén-ból való kiszabadulás, mint új utazási motiváció erőteljesen jelent meg 2020-ban, amely együtt járt a pihenési vágy és a természetjárás iránti érdeklődés növekedésével. Az önálló vendégházak iránti kereslet összességében és arányaiban is növekedett, ami a 35 év felettieknél együtt járt a higiénia fontosságának felértékelődésével. A 2021-re tervezett utazások terén viszont minden demográfiai jellemző alapján jóval bátrabb fogyasztói döntéseket tapasztaltunk. Ennek során a hazai lakosság igyekszik az eddig visszafogott, illetve elmaradt utazásait lehetőségeihez mérten pótolni. Mindezen utazásokat elsősorban a nyári időszakban szeretnék lebonyolítani, de az óvatosság is fontos szempont maradt, ami abból is látszik, hogy már jóval többen, de még mindig inkább belföldön terveznek utazásokat idénre. Továbbra is főként saját szervezésben, családdal vagy partnerrel utaznának 2021-ben, önálló házban szállnának meg, bár szállodákat is újból egyre többen választanának. A higiéné ugyanolyan jelentős szerephez jut, mint 2020-ban.

Turizmus - Trendek II.

Elnök:	Prof. Dr. habil. Dávid Lóránt Dénes	NJE GTK
Társelnök:	Dr. Szalai Katalin	KJE
Tag:	Dr. habil. Jászberényi Melinda	BCE GTK
Tag:	Dr. Mondok Anita	DE GTK
Tag:	Dr. Lőrincz Katalin	PE GTK

MINTA

FÓNAI KENDE ANDRÁS
fonaik@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:
Sipos Erika
mestertanár, BGE KVIK

A KÖZÖSSÉGI KÖZLEKEDÉS HATÁSA A TURISZTIKAI ÉLMÉNYRE

Ha utazásról van szó, a turisták egyik legnagyobb motivációja közé tartozik az élményszerzés. Minden turisztikai desztinációnak alapvető érdeke, hogy az oda látogatók pozitív élményekkel távozzanak, hiszen így nagyobb az esély arra, hogy később visszatérnek, vagy látogatásra ösztönzik barátaikat, ismerőseiket. A turisztikai élmény viszont nemcsak abból áll, hogy milyen szálláshelyen szálltak meg, vagy milyen vendéglátóhelyen étkeztek a turisták, hanem abból is, hogy milyen volt ezen helyszínek között a mobilitásuk. Ennek ellenére a köztudatban a közösségi közlekedés leginkább a helyi igényeket hivatott kielégíteni, és ritkán tekintünk rá turisztikai szempontból. Pedig a turisták többségét érinti, ráadásul a szolgáltató nem is választható vagy módosítható, mint egy szálláshely vagy vendéglátóhely esetén.

A kutatás célkitűzése annak feltárása, hogy a Budapestre látogató külföldi turisták turisztikai élményét hogyan befolyásolta a budapesti közösségi közlekedés használata. A megszokott közlekedési módok mellett a kutatás külön figyelmet fordít a különleges közlekedési elemekre, valamint a közelmúltban bevezetett fejlesztéseket is vizsgálja. A kutatás felméri, mennyire voltak elégedettek a turisták a szolgáltatással, érte-e őket bármilyen negatív élmény, hogyan befolyásolták a városról alkotott képüket a közösségi közlekedés során szerzett tapasztalatok. Az elméleti háttér elemzésekor vizsgálja a turisztikai élmény szerepét a turizmusban, valamint a közösségi közlekedés szerepét hazai és nemzetközi vetületben egyaránt.

Az átfogó szakirodalmi áttekintés mellett a kutatás alapjául 250 fő Budapestre látogató külföldi turista válaszai szolgáltak, akik szinte mindannyian személyesen, szóban kerültek megkérdezésre. Az így előállt adatok megértését a statisztikai elemzés mellett turisztikai és közlekedési szakemberekkel készült interjúk is segítik. A kutatás eredményeként megállapítható, hogy a Budapestre látogató külföldiek nagy mértékben elégedettek a közösségi közlekedéssel. Statisztikai módszerek és szubjektív értékelések alapján is bebizonyosodott, hogy a közösségi közlekedés és a különleges közlekedési elemek pozitívan befolyásolják a turisztikai desztináció megítélését és a látogatók turisztikai élményét. A fővárosi közösségi közlekedés jövőbeli fejlesztései között fontos lenne egy valódi elektronikus jegyrendszer kiépítése, valamint a különleges közlekedési elemek népszerűsítse és fejlesztése.

MINTA

SHI JUNFENG
junfeng.shi97@gmail.com
Turizmus menedzsment
MSc, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:
Dr. Szabóné Dr. Erdélyi Éva PhD
egyetemi docens, BGE

FILM TURIZMUS: A KÍNAI TURISTÁK PREFERENCIÁJÁNAK SZEREPE A DESZTINÁCIÓ FEJLESZTÉSBEN

A kínai turisták utazási szokásai megváltoztak, nemzetközi utazásaik gyakoribbá váltak. A tanulmány összefoglalja a kínai filmturizmussal kapcsolatos preferenciákat, a kínai turisták és a filmes desztináció helyi érdekeltjei közötti lehetséges konfliktusok csökkentése érdekében, ami hozzájárulhat a desztináció fejlesztésének tervezéséhez. A szakirodalmi összefoglaló áttekintést nyújt továbbá a filmek által indukált turizmusról általában, annak hatásairól, a turisták döntéshozatali folyamatáról és az utazás tervezéséről.

Többmódszeres megközelítést alkalmaztam, a vizsgálat célpontja Budapest volt. Fókuszcsoportos interjút alkalmaztam, az utazás előtti, alatti és utáni időszakra külön-külön összpontosítva. Emellett 391 válaszadó részvételével kérdőíves felméréssel erősítettem meg a fókuszcsoportos interjú következtetéseit. Az eredményeket kapcsolatvizsgálattal, összehasonlító elemzéssel értelmeztem. Az eredmények rámutattak arra, hogy a kínai turisták filmturizmussal kapcsolatos preferenciái kedveznek a desztináció fejlesztésének. A primer kutatás eredményei alapján elmondható, hogy a kínai turisták filmes utazási szándékai pozitívan korrelálnak a fotózással, a film vonzerőjével, a filmtörténettel való érzelmi rezonanciával, a desztináció erőforrásaival, a filmmel kapcsolatos tevékenységekkel, a kényelemmel, a színészek is hatással vannak rájuk.

A magával ragadó élmény megteremtése döntő szerepet játszik az elégedettség javításában, azt, amit az utazás során megtapasztalnak, megtanulnak, hatással van a desztináció népszerűsítésére. Ezáltal a helyi érdekeltek és a növekvő számú kínai turisták közötti lehetséges probléma mérsékelhető. A fiatal látogatók preferenciáinak és a lakosok megítélésének jobb megértése segíti a desztináció érintettjeit és marketingeseit.

A legfontosabb eredmények hozzájárulnak a desztináció fenntarthatósági stratégiájához, valamint az infrastruktúra és erőforrások turisztikai tervezéséhez. Budapest egy olyan desztináció, amely manapság egyre több filmgyártást vonz a világ minden tájáról. A kulcsfontosságú megállapítások megfogalmazása egy tartalomelemzésen alapuló VRIO keretrendszerrel és Budapest helyi erőforrásainak TOW-elemzésével kombinálva történt, ez alapján egy történet-alapú projekt megvalósítása javasolt. Az előrelátó stratégiai turisztikai tervezés nagymértékben befolyásolja a desztináció fejlődését és a jövőbeni lehetőségeket.

MINTA

BOROS NIKOLETT
borosnikolett98@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 6. félév
Eszterházy Károly Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Domjánné Dr. Nyizsalovszki Rita
egyetemi docens, EKKE GTK

HARMÓNIÁBAN A TERMÉSZETTEL ÉS ÖNMAGUNKKAL – AVAGY A POZITÍV TURIZMUS TOVÁBBGONDOLÁSA

Napjaink felgyorsult életmódot folytató fogyasztói társadalmában egyre inkább érezzük, mennyire fontos, hogy olykor megálljunk, és kicsit megpihenjünk. Sok problémával szembesülünk, és gyakran a gondok tengerében elmerülve próbálunk helytállni az élet különböző helyszínein. Ebben lehet segítségünkre a turizmus és az egészségpszichológia egyvelege, a pozitív turizmus, amely fogalmat szeretnék kibővíteni saját ötleteimmel a fentebb említett igényünk turisztikai térben való kiszolgálását célozva.

Elképzelésem szerint a pozitív turizmus legfőbb célja, hogy olyan gondolkodásmódot és praktikákat közvetítsen szakemberek segítségével fogyasztói számára, amelyek elsajátításával életminőségük javulhat, boldogabbá és kiegyensúlyozottabbá válhatnak a természet közelében és különféle élmények átélésével egyidőben. Azáltal pedig, hogy sokan megtapasztalják, hogy a természet segítségükre lehet, hogy ráleljenek a lelki nyugalomra, talán többen megértik, mekkora szükségünk van Földünk egészségének megóvására, és szívesebben cselekednek ezen cél érdekében.

Egy kérdőíves felméréssel kutattam, mekkora igény lenne különféle stresszkezelési technikák elsajátítására, és emellett milyen egyéb lelki területeken lenne szükség a leginkább segítségre, amit a turizmus keretein belül kaphatnának meg a fogyasztók. Választ akartam kapni arra is, mennyire fontos a kitöltők számára a természet, és tudnának-e azonosulni egyfajta zöld gondolkodásmóddal a pozitív turizmus keretein belül.

Négy hipotézisem közül mindegyik bebizonyosodott. Az első szerint az embereknek szüksége lenne olyan stresszkezelési módszerek elsajátítására, amelyekkel megkönnyíthetik mindennapi életüket. A másodikban azt feltételeztem, hogy a potenciális fogyasztók tudnak azonosulni a pozitív turizmus alapelvével, miszerint a kikapcsolódás mellett a személyiségfejlesztés is fontos szempont lehet a nyaralás során. A harmadikban állítottam, hogy fontos szempont a pozitív turizmusban a potenciális fogyasztók számára a természetközeliség. A negyedikben pedig azt vizsgáltam, hogy a pozitív turizmus potenciális fogyasztói szimpatizálnak-e az irányzat környezetvédelem iránti törekvéseivel. Az eredményekből kiderült, hogy az általam elképzelt pozitív turizmusnak lehet létjogosultsága, mivel fogadtatása pozitívnak bizonyult. A későbbiekben érdemes lehet megvizsgálni, hogy Magyarországon belül hol tudnánk a leghatékonyabban megvalósítani, illetve a hozzá kapcsolódó termékfejlesztést konkretizálni, széleskörűbb felméréseket követően.

MUTA

MO FAN
helenmo98g@gmail.com
Turizmus-menedzsment
MA, 4. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Raffay-Danyi Ágnes Nóra
egyetemi docens, PE GTK

AZ UTAZÁS ÚJ MÓDJA: UTAZÁS ÉLŐ KÖZVETÍTÉSSEL

Tomboló vírusok, ingatag világhelyzet, az emberi tevékenység által fenyegetett környezet, nehezen felszámolható szegénység... Mindez folyamatosan emlékeztet a fenntartható fejlődés fontosságára minden ágazatban. Az elmúlt években számos kutatás bizonyította a turizmus viszonylagos sérülékenységét, amely rendkívül érzékeny a külső tényezőkre. Mégis, az Utazás közbeni élő közvetítés (Travel live streaming - TLS) megjelenése nemcsak az emberek mindennapi életében kínál új időtöltési lehetőséget, hanem úgy tűnik, hogy a problémák megoldására vagy enyhítésére is új utakat kínál számunkra.

Nyilvánvaló, hogy a tudományos figyelem egyre inkább ennek az új iparágnak a tanulmányozására irányul. A témával kapcsolatos szakirodalom azonban jelenleg korlátozott, és a legtöbbjük a kezdeti eredetre, definíciókra stb. összpontosít. Nagyon kevés az olyan szakirodalom, amely érdemi tanácsokat ad az iparágban résztvevőknek, pedig éppen erre van szüksége az új iparágnak.

E tanulmány célja, hogy felmérje a kínai nézők véleményét és attitűdjét az élő turizmussal kapcsolatban egy felmérési minta segítségével Kínából, ahol az élő közvetítési ágazat széles körben elterjedt. Emellett hasznos útmutatást nyújt más nemzetek szponzorai és élő közvetítők számára, akik már használják és tervezik a TLS használatát.

A tanulmányban nyílt végű kérdéseket, 5 pontos Likert-skálákat és félig strukturált interjúkat alkalmaztam. E kutatási módszerek kombinálásával átfogóbb választ tudtam kapni a nézői igényekre és perspektívákra vonatkozóan. A kérdőívek eredményeit SPSS korrelációelemzéssel, illetve szófelhőábrákkal elemeztem, míg az interjúk eredményeit közvetlenül elemeztem. Ezek rengeteg információt szolgáltattak a tanulmányhoz.

A tanulmány bizonyította a valós idejű interakciós élmény és a nézők TLS-ben a termékről/szolgáltatásról alkotott benyomásai közötti kapcsolatot, valamint a TLS minősége és a nézők döntései közötti kapcsolatot. A nézők viszont az interjúk során megosztották a termék/szolgáltatás TLS-ben történő túlzott promóciójával kapcsolatos saját attitűdjeiket. Ezek az eredmények referenciaként szolgálhatnak a TLS jövőbeli fejlesztéséhez és más országokban történő alkalmazásához.

MUTA

CSIZMADIA VIRÁG
csizmadia.virag16@freemail.hu
Turizmus-vendéglátás
BSc, 3. félév
Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Kupi Marcell
egyetemi adjunktus, SZE KGK
Dr. Ivancsóné Dr. Horváth Zsuzsanna
egyetemi docens, SZE KGK

OKOS HOTELEK KERESLETI ÉS KÍNÁLATI OLDALA

Napjainkban a digitalizáció elterjedése minden ágazatban megfigyelhető, így a turizmus területén is. Mivel a fogyasztók egyre nagyobb érdeklődést mutatnak a digitális technológiák iránt és igényük van a digitalizációval kapcsolatos innovációkra, ez a turisztikai iparág szereplőit is fejlődésre készteti vendégeik igényeinek kielégítése érdekében. A korábbi években megjelent COVID-19 világjárvány szintén rámutatott a digitalizációban rejlő potenciálra. Mindezek összessége azt eredményezi, hogy a szállodaiparnak is lépést kell tartani a digitális újításokkal. Ezen tények összessége inspirálta témaválasztásom.

Dolgozatom szekunder kutatási részében feltártam a keresleti és kínálati oldal szakirodalmát, továbbá primer adatgyűjtésem során kérdőíves megkérdezésben felmértem a fogyasztók digitális technológiák iránti igényét a szállodában. Ezen tényező hatására kérdőívemben az általános, utazással kapcsolatos és demográfiai kérdések mellett megjelennek az okos hotelekben található digitális eszközök használatára irányuló kérdések is. A kérdőíves felmérés terjesztésére a téma újszerűségéből fakadóan a közösségi médiát és különböző utazási platformokat választottam, amely kitöltésére 2022. szeptember 2. – 2022. október 10. között volt lehetőség, majd ennek eredményeit matematikai és statisztikai módszerek alkalmazásával elemeztem ki.

MINTA

TEVELY TITANILLA VIRÁG
titanilla.tevely@gmail.com
Turizmus menedzsment
MA, 3. félév
Budapesti Metropolitan Egyetem
Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:
Prof. Dr. Melanie Kay Smith
egyetemi docens, METU ÜKTF

A FOGYASZTÓK MEGÍTÉLÉSE A SÖTÉT TURIZMUSRÓL ÉS A SOROZATGYILKOSOKHOZ KAPCSOLÓDÓ ATTRAKCIÓKRÓL

A tanulmány célja, hogy felmérje a sötét turizmus keresleti és kínálati oldalát, és egy átfogó képet adjon a sorozatgyilkosokhoz kapcsolódó attrakciókkal szembeni fogyasztói magatartásról primer és szekunder kutatások segítségével. A kutatás során a sötét turizmust mint fogalom került elemzésre annak morális kérdéseivel és okaival, majd a sorozatgyilkosokról készült egy alapos összefoglaló. Tíz város sorozatgyilkosokhoz kapcsolódó attrakcióiról készült tartalomelemzés, hogy bemutassa a különböző típusokat és az oda érkező látogatók tapasztalatait. Végül a fogyasztók véleményének megismerése érdekében kérdőívet készült három kontinens lakossága körében. Az eredmények azt mutatják, hogy a sorozatgyilkos attrakcióknak, bár a legtöbben megkérdőjelezik etikusságát, megvan a saját célközönsége. Vannak, akik szeretnének tanulni a sorozatgyilkosok pszichéjéről, míg mások félni és szórakoztatni akarnak egyszerre. A minta szűkössége miatt a demográfiai jellemzők alapján nem volt szignifikáns különbség, de jól látható, hogy akik sok valódi bűnügyi tartalmat fogyasztanak, azok fogékonyabbak a gyilkosságokhoz köthető látnivalókra.

MINTA

Turizmus - Vendéglátás, kultúra I.

Elnök:	Dr. habil. Csapó János	PTE KTK
Társelnök:	Dr. Raffay-Danyi Ágnes Nóra	PE GTK
Tag:	Dr. Nagy Benedek	EMTE CSK
Tag:	Ivancsóné Dr. Horváth Zsuzsanna	SZE KGK
Tag:	Dr. Darabos Ferenc	SZE KGK

MINTA

SINKOVICS LILI
lili.sinkovics@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:
Hidvégi Hedvig
mestertanár, BGE KVIK

A HAZAI ÉLELMISZER-PAZARLÁS, AVAGY MENNYI A MARADÉK?

A TDK dolgozatban az élelmiszer-hulladékok mértékét vizsgálom a vendéglátás szektoron belül, amelyről országos szinten még nincsenek átfogó adatok. A témakörrel kapcsolatban megfigyelhető, hogy az élet számos más területét is befolyásolhat. Amennyiben megfelelően odafigyelünk pénzt spórolhatunk, kíméletesebbek lehetünk a természettel, akár még az éhínség mértékét is csökkenteni tudnánk az élelmiszer-pazarlás mértékének redukálásával.

A primer kutatáshoz két különböző módszert használtam, elsőként egy kvantitatív kutatást készítettem három esettanulmány segítségével, amely során személyesen gyűjtöttem adatokat két étteremből és három vendéglátó rendezvényről, összesen kilenc alkalommal. Emellett kvalitatív módszerrel is dolgoztam, három interjút készítettem olyan személyekkel, akik különböző megvilágításból látják az ételkészítés folyamatait, valamint az azokból származó felesleget.

A legfőbb kutatási kérdésemnek azt határoztam meg, hogy milyen mennyiségű élelmiszer-hulladék keletkezik a hazai vendéglátó szektorban a vizsgált mintákban. Ezen kívül megvizsgálom a saját felméréseim során, hogy mely értékesítési rendszer által keletkezik több felesleg. Azt feltételezem, hogy a büfészerviz alkalmazása során nagyobb mértékben mennek kárba az ételek. A dolgozatom végén azt vizsgálom, hogy milyen hazai lehetőségek vannak, amelyek elősegítik az élelmiszer-hulladékok mennyiségének csökkenését.

A kutatás eredménye azt mutatta, hogy a vizsgált vendéglátóhelyeken jelentős mennyiségben keletkeznek az élelmiszer-hulladékok. Annak ellenére, hogy a büfészervizes étkeztetések során számítottam több feleslegre, a kutatás azt bizonyította, hogy vannak olyan éttermek, amelyek pontosabban tudják felmérni a vendéglétszámot és a lehetőségekhez mérten a leggazdaságosabban tudják az alapanyagokat felhasználni, ezáltal kevesebb a feleslegesen megmaradt étel. Fontos eredménynek tartom, hogy az interjúkban többen is kifejtették az edukáció hiányát a témakörben. A jövőbe tekintve úgy vélem, hogy az egyre drágúló élelmiszerárak által több háztartás és vendéglátóhely kényszerül arra, hogy jobban átgondolja, hogy az alapanyagokat hogyan lehet a leggazdaságosabb módon felhasználni és ezáltal minimalizálni a keletkező élelmiszer-hulladékok mennyiségét.

MINTA

ENDRÉSZ BLANKA
blanka.endresz@stud.uni-corvinus.hu
Turizmus-vendéglátás
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Hegedüs Sára
doktorandusz, BCE MI

A PERSONAL BRANDING SZEREPE A HAZAI FELELŐS VENDÉGLÁTÓHELYEK MARKETINGSTRATÉGIÁJÁBAN

Az utóbbi években egyre több vállalat – így a vendéglátó szektorban tevékenykedő kis-és középvállalkozások is – nagy hangsúlyt fektetnek a felelősségvállalás kérdésére, legyen szó akár a környezetről, akár szociális kérdésekről. Számos hazai vendéglátóhely a kezdetektől a felelős szemléletmód keretében működik, céljuk a profitszerzés mellett egy bizonyos ügy mellett való állandó elköteleződés.

A fogyasztói oldalon ugyanakkor sokan vannak, akik számára ezek az irányelvek túl megfoghatatlannak bizonyulnak ahhoz, hogy figyelembe vegyék őket egyéni fogyasztói döntéseik során. A felelősség érzete belső tényező, így nem minden esetben lehet rá hatni a hagyományos marketing eszközeivel. A personal branding lehetővé teszi, hogy az egyes érintettek személyes történeteik, tapasztalataik, a felelős szemléletmódhoz vezető útjuk megosztásán keresztül motiválják a látogatókat, hogy merjenek tudatosan egy felelősebb alternatívát választani.

Kutatásom központi kérdése a következő: Milyen szerepe van a personal brandingnek, mint a marketingstratégia egyik elemének a hazai vendéglátóhelyek felelős működésében? A témát az alábbi alkérdések segítségével kívánom megvizsgálni: Hogyan jelenik meg a felelős szemlélet a vendéglátóhelyek marketingjében? Milyen módon alkalmazzák a personal brandinget a fenntarthatósági marketingben? Az egyes vállalatok mennyire használják tudatosan ezt az eszközt? Milyen hatása van a personal branding keretében közvetített üzeneteknek a fogyasztók vélekedésére a felelős viselkedésről?

A kutatási probléma elméleti hátterének feltárásakor a releváns szakirodalmat, illetve néhány specifikus információ megismerése végett egy-két internetes oldal segítségét is igénybe veszem. Célom a kutatásban résztvevő vállalatok gyakorlatainak mélyebb megismerése, a „Miért?” -ek és „Hogyan?” -ok feltárása, így primer kutatásom lebonyolítása során a kvalitatív módszert alkalmazom. A fő kutatási kérdést alkérdésekre bontva, hazai felelősen működő vendéglátóhelyek képviselőivel készített félig-strukturált interjúkon keresztül térképezem fel a jelenséget.

Dolgozatom relevanciáját egyrészt a hazai vendéglátóhelyek körében is egyre nagyobb népszerűségnek örvendő felelős szemléletmód elterjedése adja. Másrészről, a personal branding napjainkban talán a legismertebb marketingeszköz, amely a közösségi média elterjedésének köszönhető, és amelyben számos lehetőség rejlik nem csak az egyének, de a vállalatok szempontjából is.

NEMES PETRA
nemespetra99@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:
Karakasné Dr. Morvay Klára PhD
főiskolai docens, BGE KVIK

A VENDÉGÖSSZETÉTEL ÉS A 'PLATE WASTE' ÖSSZEFÜGGÉSÉNEK VIZSGÁLATA EGY BUDAPESTI SZÁLLODA BÜFÉREGGELIJÉNEK PÉLDÁJÁN

Mint ahogy a mindennapi életben, úgy a szállodaiparban is a reggelinek kiemelt szerepe van, hiszen ezt tartják a nap legfontosabb étkezésének. Egy gazdag büféasztalos reggelit megpillantva, a vendég háttérbe szorítja a tudatosságot és a bőségtől vezérelve több ételt szed ki, mint amennyit el tud fogyasztani, így az a tányéron marad. Ez a tányéron maradó kidobásra szánt étel - más néven „plate waste" - jelentősen hozzájárul a környezet károsulásához. A szállodák a vendégeket okolják a „plate waste" keletkezéséért. A kutatásom célja, hogy feltárjam, hogy valójában ki a felelős ezért a hulladékért, valamint, hogy fedezhető-e fel összefüggés a „plate waste" és a vendégösszetétel között. A „plate waste" méréséről, összetételéről, okozójáról és értékéről hazánkban kevés információ áll rendelkezésre. Ezt a hiányt kívánja pótolni ez a dolgozat, ami hasznos eredményeket hozhat a szállodai F&B részleg és a vendéglátó szakma számára.

A dolgozat egy esettanulmány keretein belül vizsgálja meg a Courtyard by Marriott Budapest City Center gyakorlatát a büféasztalos reggeliztetés közben. A kutatás során több kutatási módszer került alkalmazásra annak érdekében, hogy minél alaposabban körbejárjam a témát. A szállodai reggeliztetés során megmértem a vendégek által generált „plate waste" mennyiségét úgy, hogy közben saját készítésű figyelmeztető táblát és tányéralátétet helyeztem ki, ami az ételpazarlás elkerülésére hívja fel a vendégek figyelmét. Ezek után összehasonlítottam a jelzések kihelyezése előtti és utáni „plate waste" mértékét, amiből kiderült, hogy a vendégekre hatással lehetnek az ilyen jellegű figyelmeztetések. A szálloda séfjével készült interjú arra világított rá, hogy a szállodában milyen nagyságrendet képvisel az élelmiszerhulladék, és hogy a konyhai részleg milyen intézkedéseket tesz ennek csökkentésére. A vendégösszetétel és a „plate waste" kapcsolatának vizsgálata mérések, megfigyelés és a szállodától kapott statisztikai adatok alapján történt. A primer kutatás része volt egy kérdőíves kutatás is. A kérdőívet, amely a vendégek demográfiai adataira, tudatosságára és a szállodai büfékínálatra fókuszált, a szállodában reggelit fogyasztó vendégek töltötték ki a mérési periódus alatt. Ennek eredményét is felhasználtam a „plate waste" és vendég közötti összefüggés vizsgálatánál. A primer kutatásból kiderült, hogy van kapcsolat a „plate waste" és a vendégösszetétel között, viszont nem kizárólag a vendégoldal a felelős annak keletkezéséért.

MUNKA

KOLOZSVÁRI KRISZTINA
kolozsvari.krisztina06@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezetők:
Dr. Magyar Norbert PhD
főiskolai docens, BGE KVIK
Sipos Erika
mestertanár, BGE KVIK

AZ ÉLMÉNYEK JELENTŐSÉGÉNEK BEMUTATÁSA A FESZTIVÁLOK KIEGÉSZÍTŐ PROGRAMJAIN KERESZTÜL, HÁROM NÉPSZERŰ HAZAI KÖNNYŰZENEI FESZTIVÁL PROGRAMKÍNÁLATA ALAPJÁN.

Manapság a legtöbb ember életében jelentős szerepet töltenek be az élmények. A COVID-19 járvány lezárásai alatt érezhető volt az élményekkel teli szolgáltatások, nagy létszámú rendezvények (pl. fesztiválok) hiánya a mindennapokból. A fesztiválok ebben az élményközpontú társadalomban aranykorukat élik és ma már nem elég egy kizárólag zenei programokból álló fesztivált szervezni. A kiegészítő programok megléte elengedhetetlen, hiszen a zenei programok pár órán át tartanak, a fesztiválozók egy része azonban a nap többi részében is a rendezvény területén tartózkodik, ezért a fesztivál ideje alatt rengeteg plusz élménnyel gazdagodhat. Kutatásomban a hazai könnyűzenei fesztiválok kiegészítő programkínálatát és azok fesztiválélményre gyakorolt hatását vizsgáltam. Három fesztivál (Sziget Fesztivál, Telekom VOLT Fesztivál, EFOTT Fesztivál) programkínálatát kiemelten elemeztem. Kutatásom célja a fesztiválozók véleményének megismerése volt a kiegészítő programok kínálatáról, minőségéről, hatásukról, valamint arról mennyire járulnak hozzá ezen programok a teljes fesztiválélményükhöz. Ennek vizsgálatára nyitott és zárt kérdéseket egyaránt tartalmazó kérdőíves felmérést végeztem. További célom volt, hogy szakértői mélyinterjúk keretein belül megismerjem a fesztiválok szervezésében jártas szakemberek véleményét is ezen programokról, valamint feltárjam, hogy milyen szempontok alapján választanak kiegészítő programokat, illetve mennyire újítják kínálatukat. A kérdőíves megkérdezés után az adatok kiértékelése statisztikai módszerekkel történt. Megvizsgáltam, hogy a több napon részt vevő fesztiválozók nagyobb számban vesznek-e részt kiegészítő programokon, mint azok, akik egy napra mennek ki a fesztiválra. Ezt a hipotézisemet az alkalmazott statisztikai próba alátámasztotta. Arra a kérdésre is kerestem a választ, hogy a programok milyen hatással lehetnek az egyének mindennapjaira. Az általam vizsgált három fesztivál szervezői és a kérdőívemet kitöltők is úgy vélik, hogy a fesztiválok teljes fesztiválélményéhez nagyban hozzájárul a kiegészítő programokon való részvétel. Eredményeim alapján javaslatokat fogalmazhatok meg a fesztiválok szervezőinek a programkínálattal kapcsolatban, mely segítheti őket, hogy a fesztiválok kiegészítő programjai még vonzóbbak legyenek, ezáltal a résztvevők fesztiválélménye is tovább gazdagodjon.

MINTA

FADEL ÁIJÁ
fadelaija@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Dr. Kiss Kornélia PhD
egyetemi docens, BGE KVIK

„AZ IPARÁG EGYIK ÉRTÉKAJÁNLATA EZ A KONTAKTUS" - A TÁRSADALMI INTERAKCIÓ SZEREPE AZ EMLÉKEZETES TURISZTIKAI ÉLMÉNYBEN

Az elmúlt évtizedekben az élmény térnyerését figyelhettük meg. Az „élményéhség", az élménykeresés mára soha nem látott szintet ért el és a turizmus egészére nagy hatást gyakorol. A turisztikai élmény számos tényező miatt válhat emlékezetessé, ezek lehetnek például a szolgáltató-turista, a turista-turista és a helyi lakos-turista közötti kapcsolatok.

Dolgozatomban a társadalmi interakciók emlékezetes turisztikai élmények kialakulásában játszott szerepét vizsgálom. A kutatási kérdésem részletes kifejtéséhez alkérdéseket fogalmaztam meg. A fogyasztói oldalon az emlékezetes turisztikai élmény kialakulásakor megjelenő emberi kapcsolatokat vizsgálom. A kínálati oldal elemzésének segítségével a következő kérdésre fókuszálok: mit tesznek a szolgáltatók annak érdekében, hogy a hozzájuk érkező turistákkal történő interakcióik pozitívan befolyásolják a vendégélményt.

A szakirodalom-feldolgozásom során ismertetem a turisztikai élmény fogalmi rendszerét, majd az emlékezetes élményt, végül pedig a társadalmi interakciók különböző típusaira is kitérek.

Kutatásom során két primer vizsgálatot végeztem, mindkettőt kvalitatív módszerrel. A fogyasztói oldalra vonatkozó kutatási kérdés megválaszolására narratíva-elemzést alkalmaztam, míg a szolgáltatói oldal szakembereivel mélyinterjúkat készítettem. Az interjúk keretében egy saját, egyedi és személyes kapcsolatok kiépítését szolgáló ötletet is teszteltem.

Kutatási eredményeimet összegezve megállapítottam, hogy a társadalmi interakciók erőteljesen befolyásolják az emlékezetes utazási élményeket. A fogyasztói oldal kutatásának eredményei szerint egy-egy utazás során nagyon sok emberrel lépünk kapcsolatba és ezek az interakciók jelentősen hozzájárulnak az emlékezetes élmény kialakulásához. A szálláshely-szolgáltatást nyújtó vállalkozások köréből megkérdezett interjúalanyok a turista-szolgáltató interakcióra stratégiai fontosságú szolgáltatási elemként tekintenek, amely véleményük szerint alapvetően befolyásolja a vendégélményt.

MINTA

MISKOLCI PETRA
petramiskolci79@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Lugasi Andrea PhD
főiskolai tanár, BGE KVIK

EGÉSZSÉGES VS. BIZTONSÁGOS VENDÉGLÁTÁS – AVAGY MIT KÍNÁLNAK A GÖDÖLLŐI VENDÉGLÁTÓSOK ÉTLAPJAI?

A dolgozat egy olyan, minden időben aktuális és népszerű témakört dolgoz fel, amely a társadalom széles körét érinti, nevezetesen az egészséges táplálkozás, ételallergia, ételintolerancia kérdésköröket. A kapcsolódó hazai és nemzetközi szakirodalmi háttér feldolgozása alapján került sor a konkrét kutatási kérdések megfogalmazására, valamint a kutatási módszertanok meghatározására.

A kutatás fókuszában a Gödöllő városban működő vendéglátóegységek körében végzett reprezentatív, primer adatokon alapuló kvalitatív és kvantitatív vizsgálatok állnak. Ennek során saját szerkesztésű kérdőívvel végzett felmérésre került sor a vizsgálatban résztvevő vendéglátóegységek vendégeinek körében, valamint ezen egységek vezetőivel strukturált interjúk is készültek.

A vizsgálatok során többek között azon kérdésekre kerestem válaszokat, hogy a gödöllői vendéglátóegységekben mi alapján döntenek arról, hogy milyen ételek kerüljenek az étlapra, és vajon figyelembe veszik-e az egészségtudatosság, fenntarthatóság szempontjait. Kitérek arra is, hogy a vendégek speciális igényeiket a választott étterem ki tudja-e elégíteni, vagy csak bíznak abban, hogy az étlapon szerepelnek az ételintoleranciában, ételallergiában szenvedőknek, vagy az egészségtudatos táplálkozóknak kínálható ételek is?

Az eredményeket tekintve a reprezentatív kutatás megvalósult, ugyanis a Gödöllő városban működő 19 étterem közül 15 étterem állt rendelkezésre a vizsgálataimhoz. A kérdőív papíralapon, és online formában is kitöltésre került, 331 db értékelhető kitöltött kérdőív szolgált a kutatásom alapjául. A felmérés során kapott adatok és információk alapvető matematikai-statisztikai módszerek alkalmazásával kerültek feldolgozásra (Excel, SPSS).

A kapott eredmények alapján a vizsgálati kérdéseim megválaszolásra kerültek, és levontam a lehetséges következtetéseket, valamint megfogalmaztam javaslataimat is.

Fontos eredménynek tekintem, hogy a szakirodalomban foglaltakkal összhangban a vizsgált mintában is igazolódott, hogy az ételallergiával, ételintoleranciával érintettek 30% arányt tesznek ki. Továbbá az a feltevésem is igazolódott, hogy a vendéglátó egységek még nem eléggé felkészültek ezen vendégkör speciális ételigényeinek kielégítésére. A vizsgált éttermek étlapjai alapján, bár kötelező a vendégek korrekt tájékoztatása az ételekben előforduló allergénekről, ennek sajnos még nem minden étterem tesz eleget. Az interjúválaszok alapján SWOT elemzést is készítettem a vizsgálati kérdések további alátámasztása céljából.

Turizmus - Vendéglátás, kultúra II.

Elnök:	Dr. habil Csapó János	PTE KTK
Társelnök:	Dr. Raffay-Danyi Ágnes Nóra	PE GTK
Tag:	Dr. Nagy Benedek	EMTE CSK
Tag:	Ivancsóné Dr. Horváth Zsuzsanna	SZE KGK
Tag:	Dr. Darabos Ferenc	SZE KGK

MTA

POPP PÉTER
gptube22@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezetők:
Csulak Gergely
mesteroktató, BGE KVIK
Dr. Magyar Norbert PhD
egyetemi docens, BGE KVIK

A GASZTROMŰSOROK HATÁSA A FINE DININGRA

Napjainkban a főzőműsorok egyre nagyobb szerephez jutnak a médiában, A Konyhafőnök vagy a Séfek Séfe adásait hétről hétre számos tévénéző követi. Véleményem szerint a műsorokban bemutatott tartalom befolyásolja a fine dining keresleti és kínálati oldalát egyaránt. Ezen gasztronómiai irányzat sikerei is növelik jelenkorunk gasztroműsorainak relevanciáját.

A fine dining célközönségének három olyan esszenciális tényezőt kell magáénak tudnia, amelyekből kettőre hatással lehetünk. Ez a motiváció és az egyén edukációja, melyek mellett csak reménykedhetünk a megfelelő mértékű diszkrecionális jövedelem meglétében.

Kutatásom célja egyrészt a gasztroműsorok hatásának feltárása volt a fine dining keresleti és kínálati oldalára, emellett a dinamikusan fejlődő fine dining bizonytalan fogalmának pontosabb meghatározására is törekedtem.

Primer kutatásom eszközei között szerepelt a mélyinterjú, melyben négy fiatal, elismert szakembert kérdeztem a főzőműsorok rájuk gyakorolt hatásáról, illetve a fine dining fogalmáról. Véleményeik alapján a hazai fine dining: egy vendégközpontú, fiziológiai és esztétikai igényt egyaránt kielégíteni képes gasztronómiai szemléletmód, amelyet a végtelen részletekig kimerülő jól átgondolt koncepcionalitás, a kiváló minőségű alapanyagok tudatos felhasználása és a tökéletességre való folyamatos törekvés jellemez. A keresleti oldalt egy strukturált kérdőívvel mértem fel, melyre 604 kitöltés érkezett. A leíró statisztikák számítása mellett hipotézisvizsgálatokat végeztem. A sokasági arányok összehasonlítására kétmintás z-próbát, míg a Likert-skálás kérdések esetében, a csoportok összevetésére Mann-Whitney próbát alkalmaztam (α=0,05).

A gasztroműsorokat fogyasztók nem ismerik nagyobb arányban a fine dining lényegét, ugyanakkor A Konyhafőnök műsort jellemzően követő személyek szívesebben kísérleteznek új alapanyagokkal, próbálják ki más nemzetek konyháinak ételeit, nyitottabbak új ételek kóstolására, illetve sokszínűbben is étkeznek. A főzőműsorok nagyobb közönséghez juttatják el a főzést, illetve annak esztétikai élményét, melynek következtében a hazai kereslet is megnőtt a fine dining éttermek esetében. A főzőműsorok a megkérdezett szakemberek mellett a szakma tanulóira is hatással vannak, mivel téves képet alkotnak a konyha légköréről, annak működéséről, ami főként a diákok szakma iránti alázatának hiányában mutatkozik meg. Kutatási eredményeim megfelelő alapját képezhetik a fine dining iránti kereslet bővítési lehetőségeinek céltudatos feltárásához.

MUTA

KOVÁCS NIKOLETT
kovacsn.buza@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Dr. Kiss Kornélia PhD
egyetemi docens, BGE KVIK

A RENDEZVÉNYESÍTÉSSEL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK AZ EL CAMINO-T TELJESÍTŐK KÖRÉBEN

Az elmúlt évtizedekre jellemző rendezvényesítés (eventification) következtében ma már szinte az élet minden területéhez köthető valamilyen rendezvény vagy fesztivál. A rendezvények számának növekedése és témáinak bővülése megjelenik a turisztikai desztinációk fejlesztésében és menedzsmentjében, miközben jelentősen hat a fogadóterületek gazdaságára, társadalmi és fizikai környezetére is.

Az egyre nagyobb jelentőséggel rendelkező jelenség a világ egyik leglátogatottabb keresztény zarándokútvonalára, az évente több százezer látogató által felkeresett El Camino-ra is hatással van. Az útvonalat érintő települések rendezvényei pozitív vagy negatív irányban alakíthatják az oda érkezők élményeit, taszító vagy vonzó hatásuk is lehet.

A dolgozat célja a rendezvényesítéssel kapcsolatos fogyasztói attitűdök azonosítása az El Caminora érkezők körében. A dolgozatban három kutatási kérdés került megfogalmazásra, amelyek közül az első az El Camino fogyasztói szegmenseinek megismerését szolgálja, a második az El Caminora érkezők utazási motivációit járja körül, a harmadik az egyes fogyasztói szegmensek körében a rendezvényesítéssel kapcsolatos attitűdök feltárására szolgál.

A dolgozat szakirodalmi összegzésében a zarándokútvonalak szegmenseinek, az egyes szegmensekre jellemző utazási motivációknak, majd a rendezvényesítésnek az elméleti háttere kerül bemutatásra. Ezt a primer kutatás módszertani jellemzőinek és eredményeinek ismertetése követi. A primer kutatás kvalitatív módszerrel, egyéni és páros mélyinterjúk alkalmazásával történt.

A szekunder és primer kutatás alapján megállapítható, hogy a zarándokútvonalak esetében két fő szegmens azonosítható, a zarándokok és a turisták, akik részben azonos utazási motivációik és fogyasztói magatartásuk miatt sokszor nehezen különíthetőek el egymástól. A rendezvényesítést tekintve az El Camino útvonalán közömbös és lelkes attitűdök azonosíthatók, amelyek kellemetlen szituációkban elutasító, ellenző attitűdé válhatnak. A közömbös szegmens nem érdeklődik a rendezvények iránt, a lelkes attitűdöt képviselők számára a Camino útvonalának rendezvényei többletélményt jelentenek. Olyan szituációkban, amikor egy adott rendezvény hátráltatja vagy kellemetlenséget okoz az Úton sétálóknak, az alany elutasítóvá válhat.

MTA

BREITNER SAROLT HEDVIG
sarolt.breitner@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Marketing Intézet

Témavezető:
Dr. Kiss Kornélia PhD
egyetemi docens, BGE KVIK

A SPONTANEITÁS SZEREPE AZ (EMLÉKEZETES) TURISZTIKAI ÉLMÉNYBEN

Napjaink egyre szélesedő piaci kínálatában fontos, hogy a szolgáltatók valahogyan megkülönböztessék magukat a versenytársaiktól, fogyasztóiknak másokhoz képest valami mást, valami többletértéket adjanak. A probléma megoldásához több elismert kutató az élmények nyújtását javasolja, amelynek minőségét legjobban az emlékezetesség jelzi. Az emlékezetességgel kapcsolatosan a szakirodalomban több helyen megjelenik az újszerűség, a meglepetésszerű élmények, a spontaneitás, a pozitív meglepetések fogalma, továbbá az is, hogy a váratlan események nagyobb eséllyel válnak emlékezetessé. Vagyis a nem várt, spontán elemek emlékezetessé tehetik a szolgáltatók által nyújtott élményt, amelynek révén a szolgáltatók kitűnhetnek versenytársaik közül.

Primer vizsgálatom során arra kerestem a választ, hogy milyen szerepet játszik a spontaneitás az emlékezetes turisztikai élményben, illetve, hogy a turisztikai szolgáltatók használnak-e tudatosan tervezett, de fogyasztói oldalról nézve meglepetésszerű, spontán elemeket, hogy emlékezetessé tegyék vendégeik élményét.

Kutatási kérdéseim megválaszolásához narratívaelemzést és szakértői interjúkat készítettem. Az előbbi során elemzett harminckét esszé jól mutatja, hogy a spontaneitás milyen sokféleképpen megjelenhet az emlékezetes turisztikai élményben. A narratívaelemzés során azonosított, a válaszadók utazásának valamely szakaszát emlékezetessé tevő nyolc tényező (elsőként átélt élmények, tapasztalatok és tudás, érzelmek és hangulatok, útitársak, természettel kapcsolatos jelenségek, esztétika, technikai problémák, szolgáltatók és helyiek viselkedése) mindegyike magában hordozza a váratlan események és a spontaneitás lehetőségét.

A szakértői interjúk során, nyolc, különböző területen (szálláshelyszolgáltatás, turisztikai attrakciók, idegenvezetés) dolgozó turisztikai szakembert kérdeztem tapasztalatairól. Az interjúalanyok elmondása alapján az általuk kínált szolgáltatásokban, élményekben megjelennek a szolgáltató által tudatosan tervezett spontánnak, váratlannak, meglepetésszerűnek tűnő élményelemek. Továbbá az is bebizonyosodott, hogy a szolgáltatók számára a váratlan események kezelése szintén kulcstényező a vendégek élményét illetően. A váratlan incidensek megoldásához a szakértők elengedhetetlennek találták a rugalmasságot, a tapasztalatot, a kedvességet, a türelmet és a nyugalmat. Ezek segítségével fel lehet készülni a nem várt eseményekre és jó eséllyel lehet a negatívnak induló élményeket pozitívvá formálni.

KOVÁCS DOMINIKA SÁRA
dominika.kovacs3@stud.uni-corvinus.hu
Turizmus-vendéglátás
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Boros Kitti
egyetemi tanársegéd, BCE MI

A Z GENERÁCIÓ HAZAI ZENEI FESZTIVÁLOKKAL KAPCSOLATOS FOGYASZTÓI SZOKÁSAINAK VIZSGÁLATA

A fesztiválok népszerűsége a válsághelyzetek ellenére töretlen, különös tekintettel a zenei fesztiválok esetében figyelhetünk meg nagymértékű változást az utóbbi két évtizedben. Ezeknek az eseményeknek a száma folyamatosan növekedett, ezáltal pedig a választék is szélesedett. A résztvevői kört vizsgálva megállapítható, hogy főként a fiatal korosztály tekinthető látogatónak. A dolgozat vizsgálatának fókuszában a Z generáció fogyasztói szokásainak kutatása áll a zenei fesztiválokkal kapcsolatban, érintve a COVID-19 járvány okozta hatásokat . Bár a vírusfertőzés napjainkban kisebb mértékben van jelen, mint a kutatás időszakában, ennek ellenére a megállapítások gyakorlati hasznossággal bírnak egy jövőbeni egészségügyi válsághelyzet esetén is. A tudományos munkában a következő kutatási kérdésekre kerestem a választ: Melyek azok a motivációs tényezők, amelyek a fesztiválok látogatására ösztönzik őket, illetve milyen részvételt korlátozó okok merülnek fel bennük? A kutatás újdonságértékét a fókuszcsoportos módszertan és a járványhelyzet aktualitása adja.

A primer kutatás segítségével a Z generáció fesztiválválasztási szokásainak vizsgálata került górcső alá. A választott célcsoport gondolkodásmódjának mélyebb megértése érdekében kvalitatív kutatást végeztem. A választ fókuszcsoportos interjúkkal kutattam a fiatalok körében, csoportonként 6-8 résztvevővel. A kutatásban résztvevők különböző csoportokba történő beosztása a látogatás gyakorisága szerint történt.

A kutatási eredmények tükrében megállapítható, hogy a legfontosabb részvételt motiváló tényezők a fellépők, a társaság és az élmény, amelyet a rendezvény nyújt számukra. Elsősorban a magas árak, a tömeg és a társaság hiánya azok a szempontok, amelyek miatt nem vesz részt a célcsoport a zenei fesztiválokon. A fesztiválok kiválasztásához hat fő szempontot vesznek figyelembe, a fellépőket, a belépőjegy árát, a társaságot, a helyszínt, az időpontot és a korábbi tapasztalataikat. A járványhelyzet nyomán növekedhet a tömeg iránti ellenszenv, ugyanakkor a korlátozások következtében kialakult hiányérzet keresletet is indukálhat, valamint át is alakíthatja a szabadidő eltöltésével kapcsolatos szokásokat. Ez a folyamat a zenei fesztiváloktól való elidegenedéshez vezethet, amelyre kiemelt figyelmet kell fordítaniuk a szervezőknek. A kutatás hozzájárul ahhoz, hogy a fesztiválszervezők jobban megértsék a Z generáció fesztiválláto gatási szokásait, ezáltal a célcsoport igényeire szabott kínálatot alakítsanak ki.

MINTA

RÉDEI ENIKŐ
redeieniko9@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BSc, 7. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Hiezl Kitti
Doktorjelölt, PE GTK

A KULTURÁLIS SOKSZÍNŰSÉG KEZELÉSÉNEK LEHETŐSÉGEI A SZÁLLODAIPARBAN - A SZÁLLODÁK VENDÉGEI ÉS ALKALMAZOTTAI KÖZÖTTI INTERKULTURÁLIS ÉRINTKEZÉS LEBONYOLÍTÁSA ÉS FEJLESZTÉSE

A vendég elégedettség alapvető tényező a szállodaiparban. A kulturális különbségek jelenléte potenciális kihívást jelent e tényező számára, mely akadály leküzdése sajátos megoldásokat igényel. Ez a kutatás a magyar szállodák e jelenség kezelését célzó módszereit és azok hatékonysági fokát vizsgálja.

A turisták és a szállodai személyzet közötti kapcsolattal nem sok előtanulmány foglalkozik, azonban számos publikációban olvashatunk a munkahelyeken belüli diverzitásmenedzsment fontosságáról. A tanulmány a világ különböző kultúráinak jellemzőit, a kulturális különbségek mivoltát és az ezekből fakadó esetlegesen előforduló kellemetlen helyzeteket vizsgálja a szállodaiparban. A fentieken túl feltérképezésre kerültek a magyar szállodák arra vonatkozó módszerei, hogyan oktatják alkalmazottjaikat a külföldi származású vendégekkel való sikeres interakciók lebonyolítására.

A legrelevánsabb eredmények elérése érdekében a kutatás a Budapest-Közép-Duna-vidék területén elhelyezkedő 4 és 5 csillagos szállodákra fókuszált, hiszen a Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint ez Magyarország külföldi turisták által kiemelkedően leglátogatottabb régiója. A kulturális különbségek mérésére a 6 dimenziós Hofstede-modell (2018), az egyes országok kulturális hovatartozásának meghatározására pedig az Inglehart-Welzel kulturális térkép (2010) kultúra klaszterei kerültek felhasználásra.

A tanulmány megállapította, hogy Magyarország a kulturális térkép minden klaszteréből fogad vendégeket, továbbá, hogy a legtöbb vendég a katolikus európai és az angolszász országokból érkezik hozzánk.

A kutatás eredményes lebonyolításához SPSS elemzési módszerek kerültek felhasználásra. Az eredmények rámutattak arra, hogy a kulturális sajátosságok mellett az egyéni tulajdonságok mind turisztikai, mind vendéglátói oldalról sokat számítanak. Meglehetősen pozitív kép alakult ki a magyarországi szállodák kulturális sokszínűségi oktatásának helyzetéről. A magyar szállodai dolgozók megfelelő mértékben felkészültek a szóban forgó feladat ellátására, bár képzettségük tovább fejleszthető, és a felkészültség érvényessége nem mondható el általánosan: egyes szállodák módszerei teljes változtatásra szorulnak.

MUTA

FISCHER FANNI
fanni.fischer07@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Prof. Dr. Michalkó Gábor István
egyetemi tanár, BCE GTK

„MÁSKÉPP ÉTKEZNI" BÉCSBEN – SPECIÁLIS ÉTREND AZ OSZTRÁK FŐVÁROS LUXUSÉTTERMEINEK KÍNÁLATÁBAN

Egy-egy utazás alkalmával az adott desztináció jó helyeinek felfedezése magába foglalja a gasztroturisztikai kínálat fogyasztását is, amelynek során egyre inkább előtérbe kerül a speciális étrendi igények kielégítése is. Az érintett utazók egyik csoportja alapvetően egészségügyi, a másik etikai okokból dönt úgy, hogy bizonyos élelmiszereket, mint például a húst, a tejtermékeket, a glutént vagy a tojást megpróbálja kizárni a táplálkozásából. Az utazás hatványozottan megnehezíti az ételérzékenyek, ételallergiások, vegetáriánusok és vegánok étkezését, mivel rendkívül nehéz a megváltozott környezet vendéglátóipari kínálathoz alkalmazkodni. Egyes turisztikai desztinációk előrébb járnak, mások komoly lemaradásban vannak a speciális étrendre szorulók igényeinek kielégítésében.

Magyarország jó úton halad a „másképp étkezők" számára nyújtott gasztronómiai kínálat kialakításában, amely folyamatban a számos területen mintául szolgáló Ausztria az európai élmezőnyhöz tartozik. Bécs számos felmérésben igazolta, hogy a világ egyik legélhetőbb városa, ahol az akadálymentesítés a mindennapok természetes velejárója. Az osztrák főváros Michelin-csillagos éttermei kiváló lehetőséget kínálnak a speciális étrendű vendégek számára nyújtott szolgáltatások értékelésére.

A TDK-dolgozatom témája a turizmusbiztonság, azon belül az egészségbiztonság. A bécsi Michelin Guide honlapján szereplő éttermek kínálatát vizsgálom a speciális étrendet követők szemszögéből. Elsősorban arra a kérdésre keresem a választ, hogy mit tanulhatnak a felzárkózók a csúcsgasztronómiai élményt nyújtó bécsi éttermektől.

Kvalitatív kutatásom tartalomelemzéssel készül, a vizsgálatba vont éttermek Tripadvisor oldalára felkerült értékeléseit elemzem, a speciális étrendet követők véleményét, annak sajátosságait alapul véve. Az eredményeimet strukturált mélyinterjú készítésével és a budapesti helyzetkép áttekintésével árnyalom. Összességében elmondható, hogy a luxuséttermekben is szükséges a speciális étrendi igényekkel rendelkező vendégek igényeinek kielégítése.

MINTA

Vállalatgazdaságtan - Vállalati siker I.

Elnök:	Szűcsné Dr. Markovics Klára	ME GTK
Társelnök:	Prof. Dr. Illés Bálint Csaba	NJE
Tag:	Dr. habil. Szőllősi László	DE GTK
Tag:	Dr. Kucséber László Zoltán	BGE PSZK
Tag:	Dr. Kárpáti-Daróczi Judit	OE KGK

MINTA

NOUAR DALILA
nouardalila0@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 4. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Popovics Péter András
egyetemi docens, DE GTK

A KIS-ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOK TÖBBDIMENZIÓS HATÉKONYSÁGÁNAK ELEMZÉSE, SZABOLCS-SZATMÁR-BEREG MEGYE KKV PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

A magyar gazdaság motorját képezik a kis-és középvállalkozások, mind számuk, mind foglalkoztatási arányuk tekintetében. Ezért számos gazdasági szereplő érdeke e szektor hatékony működése. A tapasztalatok azonban azt mutatják, hogy a mai KKV-szektornak még sok szempontból fejlődnie kell, hogy hatékonnyá válhasson. Dolgozatom célja a jelenlegi helyzet okainak feltárása továbbá a gyakorlatban hasznosítható megoldások keresése.

A szekunder kutatást követően primer kutatásom alapját képezte egy online kérdőív, valamint egy szakemberrel folytatott mélyinterjú. A kérdőív a "globális hatékonyság" szemlélet szerint készült, ahol a hatékonyság többdimenziós összetevői kerültek előtérbe, és amelyet Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei KKV vezetők töltöttek ki. Továbbá a válaszok és összefüggések megértését nagyban segítette a megyében működő könyvvizsgálóval folytatott mélyinterjú.

A kapott eredmények alapján arra a következtetésre jutottam, hogy a KKV vezetői jobban bele látnak a mindennapi feladatokba és azok végrehajtásába, mint a nagyvállalatok vezetői. Sőt az esetek többségében személyesen is részt vesznek a mindennapi munkában. Ennek az az előnye, hogy a KKV vezetőnek meg van a lehetősége a vállalkozás teljes átlátására, így annak hatékonyabb irányítására és fejlesztésére, mert rugalmasabban, gyorsabban és pontosabban tud beavatkozni szükség esetén és megragadni a megjelenő lehetőségeket. Azonban, a szervezet kisméretéből adódóan a vezetőnek számos funkció (marketing, menedzsment, pénzügy, stb.) feladatát is el kell lássa, melyhez egy multidiszciplináris ismeret és készség szükséges. A multidiszciplináris képesség elsősorban gazdasági szaktudást igényel, mely alapvetően hiányként jelenik meg a megkérdezettek esetén. Ezért, arra a megállapításra jutottam, hogy az egyik legfontosabb hatékonyság veszteség a vezetők gazdasági szaktudásának, következésképpen a hatékony és megfelelő döntések alapját képező gondolkodásmód hiányára vezethető vissza. A KKV-knál sajátosságaik miatt nehezen alkalmazható a nagyvállalatoknál bevált módszerek mind az irányítás, mind a különféle funkciók terén. Ezért a KKV hatékonyabb működésének eléréséhez megoldást jelenthet egy rájuk szabott irányítási módszer kidolgozása.

MINTA

OROVA KATINKA
orokatinka@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

Témavezető:
Horváth János
data product manager, SkyShowtime

MAGYARORSZÁG A NETFLIX ÚJ HOLLYWOODJA?

2020-ban a különböző TV-műsorokra irányuló Google keresések élén tízből kilenc sorozatot a Netflix tudhatott magáénak globális szinten. Számos streaming szolgáltatás indult az elmúlt időszakban, köztük például a Netflix, HBO Go/Now/Max, Amazon Prime. Egy globális médiaszolgáltató lokális stratégiájának kulcskérdése, hogy szolgáltatását mennyire tudja az adott ország ízlésére szabni, hiszen egy médiatartalom értékének jelentős befolyásoló tényezője a kulturális közeghez való kötődés. A helyi szinten releváns tartalmakat vásárolhatja vagy gyárthatja a vállalat, a dolgozat ez alapján azt vizsgálja, hogy megéri-e egy ilyen globális streamingszolgáltatónak Magyarországon gyárttatni ezen termékeit. A kérdés megválaszolását a tranzakciós költségek elmélete támogatja, mely azt mondja ki, hogy egy vállalat határai addig terjednek, amíg tranzakcióinak belső koordinációja hatékonyabb a piacénál. A dolgozat módszertana egy költség-haszon elemzés erre a make-or-buy dilemmára, mely végül a Netflix példáján keresztül kerül szemléltetésre. A dolgozat konklúziója, hogy a közvetlen gyártási költségek rövid távú megtérülését tekintve nem éri meg magyar saját gyártást végeznie egy globális streaming szolgáltatónak, melyet a tranzakciós költségek elmélete támaszt alá. Azonban a Netflix esetét tekintve egy ilyen saját gyártás illeszkedhet a termékportfólióba, és a minőségi tartalom által megteremtett bizalom növelheti a márkahűséget a fogyasztók körében.

MINTA

VÁRKONYI LÍDIA
varkonyilidia@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MA, 2. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Vállalkozásfejlesztési Intézet

Témavezető:
Stocker Miklós
egyetemi docens, BCE VTI

A PIACI ORIENTÁCIÓ HATÁSA A VÁLLALATI TELJESÍTMÉNYRE ÉS A VERSENYKÉPESSÉGRE A EXPORTÁLÓ MAGYAR KÖZÉP- ÉS NAGYVÁLLALATOK ESETÉBEN

Jelen tanulmány a Budapesti Corvinus Egyetem Versenyképességi Kutatóközpont Export és Innováció kutatócsoportjának keretében készült. Mivel az exportáló vállalatok esetében sok szempontból kimagaslóbb teljesítmény figyelhető meg, mint a hazai piacon működő társaiknál, fontos megvizsgálni, milyen tényezők állhatnak versenyképességük és magasabb szintű sikereik hátterében. A jelenlegi kutatás fókuszában annak vizsgálata áll, hogy a piacorientáció milyen hatást gyakorol a cégek teljesítményére és versenyképességére az exportáló magyar közép- és nagyvállalkozások esetében. A kutatási kérdések a következők: Mennyire van jelen a piacorientáció az exportáló magyar közép- és nagyvállalatok gyakorlatában? Milyen tényezők befolyásolják a piaci orientációjuk szintjét? Hogyan befolyásolja a piaci orientáció teljesítményüket és versenyképességüket? A kutatás a "Versenyben a világgal – a magyar gazdaság nemzetközi versenyképességének mikrogazdasági tényezői" kutatási program keretében készült. Kutatási módszerek tekintetében pedig a szakirodalmi áttekintést követően különféle statisztikai elemzéseket alkalmaztam, melyek a kutatás keretében készült kérdőív válaszaira és hivatalos pénzügyi adatokra támaszkodnak. Az eredmények szerint a vállalati alapjellemzők és az exportintenzitás nem állnak szignifikáns összefüggésben a piacorientáltsággal, azonban a reagálóképesség és a határozott teljesítmény szoros és pozitív kapcsolatban áll vele. Ezenkívül a piaci orientáció szignifikáns pozitív hatást gyakorol a cég versenyképességére, míg az export versenytárs orientáció szignifikáns pozitív hatással van az alkalmazkodóképességre, amely a versenyképesség egyik alapeleme. A tanulmány azzal járul hozzá a szakirodalomhoz, hogy egy validált vállalati versenyképességi mérőszám alkalmazásával vizsgálja a piacorientáció hatásait, mi több, bővíti az európai kontextusban, közép- és nagyvállalkozások terén végzett elemzések körét.

MUTA

SZTYEHLÍK ENDRE
endre2002@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Dr. Antalóczy Katalin CSc
főiskolai tanár, BGE KKK

OLAJVÁLLALAT A VÁLTOZÁSOK KORÁBAN

Napjainkban egymás után következnek be az egész világot befolyásoló radikális változások. A 2008-as válság óta a világgazdaság folyamatos átalakuláson megy keresztül. A koronavírus megjelenése és az orosz-ukrán háború kitörése olyan új kihívásokat és válsághelyzetet okoztak, melyek hatással vannak a világgazdasági folyamatok alakulására. Az országok kormányai különböző megoldásokkal próbálják élénkíteni a nemzetgazdasági eredményeiket, egymással kooperálva pedig a nemzetközi gazdasági tevékenységeiket. Ebben az átalakulásban lévő piaci környezetben kell ma helyt állniuk a vállalatoknak is.

Kutatásom célja választ keresni arra a kérdésre, hogy egy magyar vállalat hogyan tud fennmaradni a mai kihívásokkal teli időszakban, kulcskérdésnek tekintve az optimalizációt és a fenntartható fejlődést. A világgazdaság egyik meghatározó részét az energiaipar képezi, ezért a folyamtok bemutatására a MOL Magyar Olaj- és Gázipari Nyilvánosan Működő Részvénytársaságot választottam.

Tanulmányomban a következő kérdésekre próbálok meg választ adni:
- Mi szabhat határt egy nemzeti bajnok fejlődési lehetőségeinek?
- Milyen változtatások történtek a vállalat termékportfóliójában a koronavírus okozta krízis évei alatt és milyen beruházásokat helyeztek előtérbe?
- Hogyan hatott a háború az energiaszektorra, és ezen keresztül a MOL-csoport egyes ágazataira?
- Milyen kilátásokkal rendelkezik a vállalat az energiapiac és Magyarország jelenlegi helyzetét tekintve?
- Milyen változásokat hozhat az EU-s szankciós politikára adott orosz válasz az olaj-, és gáziparban?
- Milyen kihívásai és lehetőségei lehetnek a MOL-nak a közeljövőben?

Tanulmányomban röviden ismertetem a MOL-cégcsoportot és a legfontosabb ágazatainak tevékenységeit. Megvizsgálom a válságkezelési stratégiáit és grafikonok, kimutatások segítségével bemutatom termékportfóliójának, diverzifikációs törekvéseinek alakulását. Kutatásom módszertana illeszkedik a dolgozat témájához. Szekunder és primer kutatási módszert is alkalmazok. Dolgozatom a vállalat éves jelentéseinek, legfontosabb statisztikai adatainak elemzésére épül, amelyet kiegészítek egy a MOL-csoportnál dolgozó szakértővel készített interjú-sorozattal.

Várható eredményként választ kapunk arra, hogy az olaj- és gázpiac jelenlegi helyzetét vizsgálva milyen változásokra számíthatunk a közeljövőben és ezek mennyire fogják átstrukturálni a jelenleg fennálló magyar piaci helyzetet.

MUTA

KELEMEN HUNOR
hunor.kelemen98@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Szántay Antal Péter
egyetemi docens, BCE KSZI

TAKARÉKPÉNZTÁRBÓL TRANSZNACIONÁLIS BANKÓRIÁS – AZ OTP BANK EXPANZIÓS HELYZETELŐNYÉNEK KÖRÜLMÉNYEI A POSZTSZOCIALISTA ORSZÁGOK BANKRENDSZEREINEK ÁTÁLLÁSÁT KÖVETŐEN

A dolgozat az OTP Bank nemzetközi expanziós sikereinek okait tárja fel, megválaszolja azt a kérdést, hogy hogyan vált szocialista takarékpénzárból transznacionális vállalattá a rendszerváltást követő közel másfél évtizedben. A vállalatok nemzetköziesedése széles körben vizsgált közgazdasági szakterület, amelynek megközelítési skálája rendkívül gazdag. E tanulmányban kronológiai sorrendben haladva helyezem kontextusba a folyamat egészében főszerepet játszó különböző tényezőket. Az így bemutatott hazai és regionális bankprivatizációs folyamatok, valamint az OTP Bank strukturális változásai és expanziós politikája körülményeit kvantitatív módszertan segítségével vizsgálom az alábbi kérdésre választ adva: hogyan vált egy lakossági takarékpénztárból regionálisan meghatározó, nemzetstratégiailag fontos, transznacionális bank. A bank nemzetközi és hazai reputációját megalapozó tényezők feltárására teszek kísérletet a kutatásomban, amelynek deklarált célja, hogy nemzetközi és történelmi összefüggésekben is rávilágítson az OTP Bank expanziós tevékenysége sikerének okaira.

MINTA

PATAKI ÁKOS PATRIK
akos.pataki@stud.uni-corvinus.hu
Gazdálkodás és menedzsment
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Pistrui Bence László
egyetemi tanársegéd, BCE VGI

TANÁCSADÓK SZEREPE EGY VÁLLALKOZÁS FEJLŐDÉSÉBEN

A vállalkozás megalapítása nagymunka, de később a döntések a vállalkozó számára egyre nehezebbek, illetve olyan problémákkal néz szemben, aminek kezelésére sem megfelelő képesség, erőforrás és kapacitás nem áll a rendelkezésére. A növekedés alkalmával egyre bonyolultabb üzleti folyamatok, szervezeti felépítés és egyre fokozódó környezeti nyomás jellemző. A vállalkozói és szervezeti hiányosságok nagyban gátolják a vállalkozást s fejlődésben, mindemellett a tanácsadók olyan képességek, erőforrások és kapacitások birtokában vannak, melyek segíthetik a vállalkozást az eredményes és hatékony problémakezelésben. Felmerül a kérdés; A vállalkozás fejlődése során hol van szükség tanácsadóra, miért szükséges a szakemberek bevonása és miben tud segíteni a vállalkozás számára? A vállalkozói hiányosságok és a vállalkozás fejlődése során felmerülő problémák vizsgálatával megállapíthatók a fejlődési kritikus pontok egy vállalkozás életében, melyek hatékony átvészelése érdekében többleterőforrásra van igénye a vállalkozásoknak. A kereslet felmérését követően választ kaphattunk arra, hogy az üzleti tanácsadók milyen erőforrásokat kínálnak ebben a kritikus időszakban és miért hasznos az ő alkalmazásuk. A KKV szektorból hozott tanácsadói és vállalkozói interjúk segítettek, abban, hogy valós képet kaphassunk, hogy an zajlik az értékteremtés. A KKV szektorról alkotott valós képpel összefüggésben megvizsgáltam, hogy a tanácsadóknak, milyen akadályokat kell leküzdeniük a folyamat során, és melyek azok a tényezők, amelyek gátolják jelenleg az üzleti tanácsadás alkalmazását a hazai KKV szektorban. A felhasznált szakirodalom és az interjúalanyok véleménye, egybehangzóan azt az állítást erősíti, hogy a tanácsadás többleterőforrásokkal és többletkapacitásokkal olyan megoldásokat tud biztosítani a problémakezelésben, mely tehermentesíti a szervezetet hosszútávon. A kutatás eredményeként 3 olyan kritikus fejlődési időszak merült fel, mely során indokolt tanácsadói szolgáltatás alkalmazása. Ezeken a pontokon nyilvánvaló, hogy sem a vállalkozó, sem a vállalkozás nincs birtokában olyan erőforrásoknak, mely a hatékony problémakezelést, vagy átgondolt megújulást biztosítaná. A tanácsadók itt tudnak olyan értéket teremteni, mely az ügyfél számára kialakíthatja azt a bizalmi viszonyt a tanácsadókkal szemben, mely további megbízásokat eredményezhet. Fontos leszögezni, hogy tanácsadásra akkor van szükség, amikor valami nem jól működik, bármilyen minőségű probléma áll fent.

MINTA

ÁCS MÁRTON
marton.acs@stud.uni-corvinus.hu
Nemzetközi gazdálkodás
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Fazakas Gergely
egyetemi docens, BCE GTK

ZOMBI CÉGEK JELENLÉTE KÖZÉP-KELET-EURÓPÁBAN

Jelen dolgozat a világ vezető országainak figyelmét is kiérdemlő, teljes nemzetgazdaságok növekedési lassulásáért is részben felelősnek vélt zombi cégekre fókuszál, ám ezúttal kifejezetten a közép-kelet-európai (a továbbiakban: KKE) régió vetületében. A tézisben első körben a zombi jelenség régióban való elterjedtsége kerül számszerűsítésre 2014 és 2020 között annak érdekében, hogy a probléma mértéke meghatározható legyen. Másodsorban, a csomópontok szemléltetéséhez a régión belül, országszinten kerül részletezésre a zombik gyakorisága. Végül, a tanulmány olyan cégjellemzőket vizsgál, amelyek magyarázzák a különbségeket az országszintű értékek között.

A zombi cégek azonosítása Banerjee és Hofmann (2020) szerzőtársak modellje alapján történik, amely 2 egymást követő évben eredménytelen működés és alacsony tőzsdei értékelés kritériumokat határoz meg. A kutatási kérdések 1746 tőzsdén jegyzett bolgár, horvát, cseh, észt, magyar, lett, litván, lengyel, román, szlovén és szlovák vállalat pénzügyi beszámolóinak elemzésével kerülnek megválaszolásra.

A kapott eredmények azt mutatják, hogy 2014 és 2020 között a zombi cégek aránya nagyon hasonló trendeket ír le KKE-ban, mint amit a fejlett nyugati országokra vonatkozó korábbi kutatások is találtak. Annyi különbség látható, hogy az arányszám évről-évre konstansan kb. 2 százalékponttal alacsonyabban marad KKE-ban. Országszinten, a mintában szignifikáns mennyiségű elemszámmal rendelkező államok közül egyedül Bulgáriában figyelhető meg emelkedő trend (12% □ 23%), míg Romániában és Horvátországban hasonló mértékű csökkenő trend tapasztalható (23-24% □ 15-16%) a vizsgált évek során. A legkonzisztensebb görbét egyértelműen Lengyelország produkálta kisebb kilengésekkel a 6,5% és 9,5% közé eső sávban. Végül, az elemzés bebizonyította, hogy a vállalatok életkora a legfontosabb differenciáló tényező az országok értékei között. A Lengyelországban megfigyelhető alacsonyabb zombi arány következésképp főként azzal magyarázható, hogy a lengyel tőzsdén jegyzett cégek alapításukat tekintve relatíve fiatalok.

MINTA

Vállalatgazdaságtan - Vállalati siker II.

Elnök:	Szűcsné dr. Markovics Klára	ME GTK
Társelnök:	Prof. Dr. Illés Bálint Csaba	NJE
Tag:	Dr. habil. Szőllősi László	DE GTK
Tag:	Dr. Kucséber László Zoltán	BGE PSZK
Tag:	Dr. Kárpáti-Daróczi Judit	OE KGK

MINTA

RÁCZ KRISTÓF
raczkristof6@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 7. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Erdey László
egyetemi docens, DE GTK

A KŐOLAJ VILÁGPIACI ÁRÁNAK VÁLTOZÁSAI ÉS ANNAK OKAI, FÓKUSZBAN A NEOPAC HUNGARY KFT. BESZERZÉSI ÁRAI

A globális kőolajipar körülbelül 150 éve meghatározó szerepet tölt be a világgazdaságban. Részletekben és fordulatokban gazdag történelme kiváló alapot és témát biztosított tudományos munkámhoz, melynek első felében a kőolajjal kapcsolatos alapvető és elkerülhetetlen tudnivalóktól kezdve (kialakulása, összetétele), annak részletes történelmi áttekintésén keresztül jutottam el a közelmúlt, a jelen és a jövő olajpiacának jellemzéséig. Tanulmányom során történelmi eseményeken és példákon keresztül szemléltettem az olaj piacát alakító tényezőket, bemutattam a piac legfontosabb szereplőit és végigkísértem a kőolaj világpiaci árának alakulását a kezdetektől napjainkig.

Ezt követően korábbi munkahelyem, illetve az egyetemi tanulmányaim során szakmai gyakorlatomnak otthont adó Neopac Hungary Kft. alapanyagbeszerzési árait vizsgáltam, amely szoros összefüggésben van a szakirodalmi áttekintésem témájával. A vizsgálat során idősoros elemzések segítségével, a Neopac által gyártott tubusok alapanyagaként szolgáló polietilének beszerzési árai, illetve a kőolaj világpiaci árának változásai és bizonyos műanyagipari árindexek között összefüggéseket találtam. A kapcsolatok bizonyos modellek esetében magas megbízhatóság mellett bizonyították előzetes várakozásainkat, más esetekben pedig gazdaságilag egyelőre megmagyarázhatatlan eredmények születtek, amelyek további vizsgálatok során tisztázódhatnak. A modelljeim a cég számára akár kezdetleges előrejelző eszközökként is alkalmazhatóak, amelyek a költségszámítás során kifejezetten hasznosak lehetnek.

MINTA

VELKEY ARTÚR
velkeyartur@gmail.com
Közgazdasági elemző
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Kiss-Dobronyi Bence
doktorandusz, BCE GTK

MENEDZSMENT INNOVÁCIÓ ÉS A VÁLLALATI VERSENYKÉPESSÉG KAPCSOLATA

A dolgozatomban a menedzsment innováció hatását vizsgálom a vállalati versenyképességre. Kutatási kérdésem, hogy milyen hatást gyakorol a menedzsment innovációhoz szükséges képességek megléte a vállalatok versenyképességére. A dolgozatban a menedzsment innovációhoz szükséges képességek definiálása után többváltozós regresszióval elemzem azok hatását a vállalati versenyképességre. Hipotézisem szerint a menedzsment innováció erősen pozitív hatással rendelkezik a versenyképességi indexre., Az elemzés során kiderül, hogy a menedzsment innováció hatása valóban szignifikáns a versenyképességre, ám ha iparági kontrollokat vezetünk be, a hatás mértéke csökken. Így arra az eredményre juthatunk, hogy vannak olyan piaci szituációk, iparágak, ahol fontosabb a menedzsment innovációs képességek megléte, mint más estekben. Az elemzés során a felhasznált Versenyképességi Kutatóközpont kérdőíves felmérésének vizsgálatához főkomponens elemzést, faktoranalízist és többváltozós regressziót használok.

MINTA

VÁRALJAI ZSOMBOR
vzsombi27@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:
Dr. Törcsvári Zsolt István CSc
főiskolai tanár, BGE KVIK

JAVASLATOK A CSALÁDI HAJÓSBOLT MŰKÖDTETÉSÉHEZ

TDK dolgozatom vizsgálatának témája a szegedi székhelyű családi hajósbolt működésének átvilágítása, optimalizálása. A dolgozatban kitérek a raktárkészletre, a termékskálára, a bolt lokációjára, a webshop működésére és a hajózáshoz kapcsolódó termékeket vásárlók offline, online vásárlási szokásaira.

A bolt dinamikusan fejlődik, forgalmát a Covid járvány sem vetette vissza, bár nem tudható, hogy akkor mennyire fejlődött volna, ha nincs vírushelyzet. A háború miatt kialakult válság azonban új megoldandó problémákat vet fel.

Mélyinterjút készítettem a bolt tulajdonosaival, a bolt működését elemeztem, adatbázisait és szoftvereit megvizsgáltam. Kérdőívet készítettem, melyet több fórumon juttattam el magyarországi hajótulajdonosokhoz. A tanulmányaim során megismert mikro- és makrokörnyezeti elemzési módszerekkel kaptam a vállalkozásról teljesebb képet. SWOT, STEEP és Porteri öt erő elemzést készítettem. Foglalkoztam a bolthelyiség átalakításával és a webshop felhasználói élményének javítására is tettem javaslatokat. A bolt forgalmának tervezett növekedése miatt új telephely opciókat is néztem az adott környéken.

A kutatás során kapott eredmények később a bolt fejlődését, legrosszabb körülmények esetén a fennmaradását szolgálhatják. Javaslatot tettem arra, hogyan lehetne a jelenlegi „raktáráruház” szerű árutárolás ellenére az impulzus vásárlás lehetőségét megteremteni. Fejlesztettem a közösen átalakított bolthelyiség árukészlet tárolási rendszerén, felmértem a konkurencia webshopjainak használhatóságát felhasználói szemmel, és segítettem a bolt jövőbeli céljait meghatározni.

A kutatásnak köszönhetően a magyar hajós élet remélhetőleg tovább fejlődhet, gyarapodhat úgy, hogy egyik fontos online és offline szereplője továbbra is ki tudja szolgálni az igényeket. Könnyebben tud szembenézni a válsággal, aminek következtében több család megélhetése lesz biztosított.

MINTA

FEJES ANDRÁS PÉTER
andras.fejes@stud.uni-corvinus.hu
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Kocsis Tamás
egyetemi docens, BCE NPRTI

TERVGAZDASÁGBELI TÁRSADALMI GONDOSKODÁS VAGY VÁLLALATI TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁS?

Kutatásom során azt a kérdést elemeztem, hogy a tervgazdaságbeli társadalmi gondoskodás, vagy a piacgazdaságban használt CSR (Corporate Social Responsibility) hasznosabb-e a vállalat és a stakeholderek (érintettek) részére. Az elemzésemet egy nagyvállalaton keresztül mutatom be. Primer kutatásként mélyinterjút alkalmaztam, míg szekunder módszerként szakirodalmat és nyílt forrásokat elemeztem. Az értekezés első részében bemutatom az elméleti hátteret, ebben kitérek a tervgazdálkodásbeli társadalmi gondoskodásra, majd a piacgazdaságbeli CSR-re. A második részben ugyanilyen struktúra mentén bemutatom a Székesfehérvári Könnyűfémmű és utódai vállalati társadalmi gondoskodását, majd CSR tevékenységét. A dolgozat végén összehasonlítom a két korszak jellegzetességeit és megválaszolom a feltett kérdést.

MINTA

SCHIMMER DZSESSZIKA
dzsesszi99@gmail.com
Gazdálkodás és menedzsment
BA, 7. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Dániel Zoltán András
egyetemi docens, PE GTK

ÜZLETI INKUBÁCIÓS FOLYAMATOK

Magyarországon manapság még mindig kiaknázatlan területnek számít az üzleti inkubáció folyamata. Azonban az újonnan induló vállalkozások sikerének kulcsát jelentheti ez a kölcsönös előnyökön alapuló együttműködés. A vállalkozói szférában a támogató környezet gazdaságfejlesztő hatása közismert, a startupok növekedésének, fejlődésének és a versenyképesség javításának a záloga. Az inkubációs folyamatok témaköre, illetve finanszírozási lehetőségei rendkívül összetettek és szerteágazóak, többek között aktív és passzív állami szerepvállalás alapján is megkülönböztethetőek. Az állami tulajdonú kockázati tőkealap-kezelők közvetlenül állami és európai uniós tőkealapokat működtetnek, de az akcelerátorok és inkubátorok is részesülhetnek közvetett hozzájárulásban. A dolgozatom fókuszában az üzleti inkubációs tőkebefektetési folyamatok ismertetése, a startup ökoszisztéma áll. A startup világ verifikáción túl, céljom az üzleti támogatói környezet, a beavatkozási lépések vizsgálata, és az ágazati struktúrájuk bemutatása. Törekedtem az elméleti és gyakorlati tudás vegyítésének fontosságára hangsúlyt helyezni, kiemelkedő tekintettel a befektetéseket, mint kínáló, és a startup, mint igénybe vevő szempontjából. A kutatásom az innovatív startup világ feltárására, a sikerfaktorainak ismertetésére, valamint az üzleti inkubációs folyamatok általi támogatások hozzáférhetőségének a felmérésére irányul. A téma szakirodalmi feldolgozása mellett szerettem volna gyakorlatiasabb elemzéshez, elsődleges információkhoz jutni, ezért a kutatási adatbázisomban különböző magyarországi kockázati-tőke-alapkezelők magas szintű hozzáadott értéket képviselő startup cégei szerepelnek. A hazai innovatív ötlettel rendelkező vállalkozások területi eloszlása és az infrastrukturális tényezők közötti kohézió erőssége is azonosítható.

Rávilágítok arra, hogy mennyire találják fontosnak a startup vállalkozások a pénzügyi stabilitást biztosító magántőke bevonását, a támogatások szükségességét, inkubációs szolgáltatások igénybevételét. Az eredmények rámutatnak a finanszírozási formák átláthatóságára, illetve bizonyítást nyer a kapcsolati háló globális fejlődéshez lendületet adó képessége.

MINTA

Vállalatgazdaságtan - Vállalkozás

Elnök:	Dr. habil. Katonáné dr. habil. Kovács Judit	DE GTK
Társelnök:	Dr. Bartók István	SOE LKK
Tag:	Dr. Lencsés Enikő	MATE SZIC AÉGI
Tag:	Dr. Szabó Árpád	PKE GTK

MINTA

PORKOLÁB PATRÍCIA FANNI
patricia.fanni98@gmail.com
Vezetés és szervezés
MA, 1. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Dániel Zoltán András
egyetemi docens, PE GTK

A VÁLLALKOZÓ GENERÁCIÓK EREDMÉNYEI

A kis- és közepesvállalkozások szerepe az elmúlt években egyre inkább felértékelődött, egyre többen döntenek úgy, hogy saját vállalkozást indítanak más és más okok miatt. Ahhoz, hogy egy vállalkozás sikeresen tudjon működni számos tényező befolyásolhatja, a külső tényezőkön túl maga a vállalkozó személye, jellemzői is. Egy beszélgetés során felmerült, hogy vajon az egyes generációk eltérő tapasztalata együtt jár-e eltérő sikerességi mutatókkal is vállalkozóként, ez motivált abban, hogy komolyabban is elkezdjek foglalkozni a témával. A generációkkal kapcsolatos kutatások meglehetősen alaposan körbejárják a generációs különbségeket, Williams and Page (2011) a fogyasztói magatartás, vagy Balogh és társai (2021) és Meretei (2017) a munkaerőpiacon történő szerepvállalás során vizsgálták. Találhatunk már azzal kapcsolatban is vizsgálatot, hogy milyenek az egyes generációk motivációi a vállalkozások indításával kapcsolatban (Lukovszki, 2015) és milyen kompetenciákkal rendelkeznek a saját vállalkozás elindításához (Kárpáti-Daróczi és Karlovitz, 2019). Kutatásom olyan szempontból közelíti meg a generációkat, hogy megvizsgálja az általuk tulajdonolt és irányított vállalkozások eredményességét, ebben a formában a hazai és nemzetközi szakirodalomban is újszerűen dolgozza fel a vizsgált területet.

A kutatásom célja az volt, hogy kiegészítse a vállalkozásokkal és a generációkkal kapcsolatos kutatásokat az eredményességgel kapcsolatos vizsgálattal. Kutatási kérdésemet úgy fogalmaztam meg, hogy „Van-e kapcsolat a vállalkozás eredményessége és a tulajdonos/vezetők adott generációba való tartozása között, és a generációba való tartozáson kívül befolyásolja e bármilyen más tényező?” Kutatásomhoz a 2012-2015 között alapított hazai társas vállalkozások 2012 és 2020 közötti vagyoni és jövedelmi adataiból építettem fel az adatbázist. Ezek segítségével, a tulajdonosok adatainak figyelembevételével igazoltam az egyes generációk közötti eltéréseket, és megállapítottam, hogy igazolt eltérés mutatható ki, valamint cáfoltam azt a feltételezésemet, hogy a tapasztaltabb generációk eredményesebbek.

MINTA

KOVÁCS ALEXANDRA
alexandra20001010@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. Hegedűs Szilárd
főiskolai docens PhD, BGE PSZK

CSALÁD A VÁLLALKOZÁSOKBAN VÁLLALKOZÁS A CSALÁDOKBAN

A családi vállalkozások a gazdaság meghatározó szereplői. Úgy vélem viselkedésük elemzése egy nagyon fontos feladat, hiszen így érthetjük meg döntéseik okait és következtethetünk üzleti magatartásukra.

Kutatásomban szeretném bemutatni a családi vállalkozások általános jellemzőit, valamint a családi és nem családi vállalkozások közötti különbségeket. A családi vállalkozásokkal kapcsolatos kutatások nemzetközi szinten is igen kiterjedtek, azonban általánosan érvényes definíció ezekre a szervezetekre még nem született így külön vizsgálnám a Magyarországon, valamint a nemeztközi szinten működő vállalkozásokat. A családi tulajdonú váltakozások hatása a gazdaságra, mint pénzügyi és mint munkaerő foglalkoztatás szempontjából is elemzésre kerülnének. A fókuszba az utódlás és a generációváltás lenne, mely az előd az átadási lehetőségek és az utódlás pénzügyi szempontjai szerint kerülnének bemutatásra, mivel a sikeres utódlás társadalmi érdek is így fontosnak gondolom a téma teljeskörű vizsgálatát.

A használt kutatásmódszertan esetemben kvantitatív és kvalitatív kutatást is magában foglal.

Kvantitatív kutatásom során a már elkészített munkavállalói kérdőív kiértékelése segítséget nyújtott abban, hogy megjobban megértsem a munkavállalói elköteleződést a családi vállalkozások iránt, valamint a munkaerőpiacra gyakorolt hatásról is átfogóbb képet kaptam.

Kvalitatív kutatásom pedig olyan családi vállalkozásokat működtető ügyvezetőkkel kerültek lebonyolításra, akik különböző iparágak meghatározó családi vállalkozásait vezetik. Az interjú középpontjában a megfelelő utódlásról kérdeztem a vezetőket, akik készségesen válaszoltak így még nagyobb rálátást kaptam a Magyarországon működő családi vállalkozások utódlási metodikájára. Kutatásom célja tehát az volt, hogy a lehető legjobban körül járjam a családi vállalkozásokat, valamint a vállalkozások utódlásainak lehetőségeit ezzel elősegítve a téma könnyebb megértését.

MINTA

KOLLÁR KÍRA
kira.kollar@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 5. félév
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

Témavezető:
Dr. Habil Rudnák Ildikó PhD
egyetemi docens, MATE AÉGI

A MAGYAR HALLGATÓK VÁLLALKOZÓI SZÁNDÉKÁT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK KUTATÁSA

A vállalkozási szándék nagyon fontos szerepet tölt be az országok gazdaságában, ugyanakkor egy magyar kutatásnak (FIVOSZ) köszönhetően kiderült, hogy a családi vállalkozási háttérrel rendelkező fiatalok mindössze 7,5%-a véli úgy, hogy egy napon ő veszi át a családi vállalkozást. A vállalkozói létben való elköteleződés összességében túl bonyolult ahhoz, hogy teljes mértékben meg tudjuk magyarázni, viszont magát a szándékot megmozgató tényezők igenis felismerhetők (Gubik 2013). A tanulmányom három fő kérdésre keresi a választ: az első, hogy a magyar felsőoktatás megkezdése milyen hatással van a magyar hallgatók vállalkozói szándékaira; a második, hogy a demográfiai jellemzők mennyire kapcsolódnak a hallgatók vállalkozói szándékaihoz; valamint, hogy vajon a vállalkozói önhatékonyság négy részének külön-külön a magyar hallgatók vállalkozói szándékaira van-e hatása, és ha van, akkor milyen mértékben.

A dolgozatomban, a bevezetésben ismertetem a témához való kapcsolatomat, illetve a hétköznapi értelmezést. A szakirodalmi háttér a vállalkozói szándék különböző elméleteit, és esetleges befolyásoló tényezőit öleli fel, amelyeknek alapjául a legjelentősebb mind hazai, mind pedig nemzetközi tudományos cikkek, és egyéb szakirodalmak szolgáltak. Az egyéni kutatáshoz az adatokat egy Google Formban általam elkészített online kérdőív segítségével gyűjtöttem. 309 érvényes választ kaptam. Az adatok ellenőrzését Excel táblázatban végeztem, majd az Excelből konvertáltam az IBM SPSS Statistics 27 programba az adatokat, hogy a hipotéziseimet értékelni tudjam a megfelelő elemzésekkel. A következtetések és javaslatok megfogalmazása után pedig megtalálhatók a mellékletek.

A tanulmány eredményei viszonylag tiszta képet adnak az előzetesen megfogalmazott kutatási kérdésekre. Kiderült, milyen erős és pozitívan befolyásoló szerepe van a magyar felsőoktatásnak, a legtöbb demográfiai jellemzőnek, továbbá a négyből két önhatékonysági képességnek. A felsőfokú oktatás és az énhatékonyság is olyan két tényező, amelyeken a későbbiekben lehet jó irányba változtatni, ahhoz, hogy a hallgatók vállalkozási szándékai nőjenek, hisz ezek mind rendkívül fontos elemek munkaerőpiac számára.

MINTA

NEMES KINGA ZSANETT
kapusikinga1989@gmail.com
Vezetés és szervezés
MSc, 4. félév
Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Konczosné Prof. Dr. habil. Szombathelyi Márta
egyetemi tanár, SZE KGK

GENERÁCIÓVÁLTÁS A CSALÁDI VÁLLALKOZÁSOKBAN – FÓKUSZBAN A LONGITUDINÁLIS VEZETŐI UTÓDLÁS

Dolgozatom a családi vállalkozások generációváltásának problémáját járja körbe. Ezen belül is egy konkrét cégben zajló generációváltás folyamatát vizsgáltam.

Dolgozatom célja, hogy megtaláljam a választ a sikeres generációváltás lépéseire, a család, mint szocio-emocionális erő előnyeire és hátrányaira, a folyamatban részt vevő többi – nem családtag – szerepére, az új generáció, tehát az utód, illetve utódok technológiai innovációkkal kapcsolatos tevékenységére és a külsős tanácsadók részvételének eredményességére.

Kutatásomhoz az interjúkészítés módszerét választottam, továbbá SWOT analízist készítettem, és teszteltem a szakirodalomból megismert generációváltási modelleket.

A vizsgált családi vállalkozásról tanulmányt készítettem. Ennek fókuszában az elődök és az utódok álltak.

Az interjúkat a cég dolgozóival, az elődökkel, az utódokkal, a család többi tagjával, a folyamatban részt vevő vezetőkkel és a generációváltást támogató tanácsadóval készítettem.

Dolgozatomban bemutatom, a generációváltás lehetséges kimenetelei mellett, a siker kulcstényezőit is.

A legfontosabb eredmények, vagyis a sikeres generációváltást befolyásoló tényezők az alábbiak: (a) a sikeres generációváltást szükséges megtervezni, időt szánni rá, (b) kiemelkedően fontos a család és a cégben dolgozó vezetők összhangja, (c) az új generáció által alkalmazott technológiai innovációk, és a (d) tanácsadók bevonása, amely külső objektív rálátást biztosít.

MUTA

HÉRA BOGLÁRKA
boglarka.hera@stud.uni-corvinus.hu
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 5. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Matolay Réka
egyetemi docens, BCE VGI

HIBRIDITÁS – A SZÜKSÉGES FESZÜLTSÉGFORRÁS? – A TÁRSADALMI VÁLLALKOZÁSOK HIBRID FELÉPÍTÉSÉBŐL FAKADÓ KONFLIKTUSOK VIZSGÁLATA

A társadalmi vállalkozások jelenléte az utóbbi években nem csak a világon, hanem Magyarországon is erősödött. Mindez nem meglepő, hiszen a XXI. század számos problémájára jelenthetnek megoldást, mint a megváltozott munkaképességű emberek foglalkoztatása, a környezetvédelem, vagy akár a menekültkrízis. Küldetésüket tekintve rendkívül sokszínűek, azonban egy dologban megegyeznek: a különleges, hibrid felépítésben, amelynek köszönhetően társadalmi céljukat gazdasági tevékenység végzésével érik el. Bár a hibrid működés a társadalmi vállalkozások alapkövét jelenti, egyidejűleg kihívásokat is állít eléjük, hiszen a két különböző cél egyensúlyban tartása nem egyszerű feladat. Dolgozatomban azokat a helyzeteket vizsgáltam, mikor nem jön létre ez az egyensúly, tehát előtérbe kerül az egyik tevékenység a másik rovására. Célom, hogy megtudjam, hogy a szakirodalom alapján azonosítható tényezők, az emberi erőforrás menedzsment, illetve a teljesítménymérés és a társadalmi hatásmérés nehézségei mekkora szerepet játszanak a hazai társadalmi vállalkozások életében. A konfliktusok mélyebb feltárásához először áttekintettem a releváns szakirodalmat, majd kvalitatív kutatási módszertan segítségével elvégeztem primer kutatásom. A jelenség megértésének érdekében szakértői interjút készítettem a témakör egyik tapasztalt szakértőjével, majd két magyarországi társadalmi vállalkozás, az Alko-soft, valamint az AdniJóga esettanulmányát dolgoztam ki. Dolgozatom céljai között nem szerepelt azeredmények számszerűsítése, hanem a vizsgált jelenség részletes megismerésére törekedtem a valós kontextus figyelembevételével, így az általam választott módszertan alkalmas volt a kutatás elvégzésére.

Eredményeim alapján elmondható, hogy a vizsgált társadalmi vállalkozások feszültségeiben szignifikáns szerepet játszottak a korábban bemutatott tényezők (emberi erőforrás menedzsment, illetve a teljesítménymérés összetettségéből fakadó problémák), valamint a szervezetek kora, továbbá az olyan speciális helyzetek, mint az elmúlt évek pandémiás időszaka. A dolgozat konklúziója, hogy a fiatalabb társadalmi vállalkozások esetén jellemzőbb az egyensúly üzleti cél felé történő eltolódása, míg az idősebb szervezetek esetén a társadalmi cél elsőbbsége megkérdőjelezhetetlen.

MUTA

PINTÉR PATRIK
pinterpatrik2@gmail.com
Emberi erőforrások
MA, 2. félév
Széchenyi István Egyetem
Apáczai Csere János Kar

Témavezető:
Dr. Nárai Márta
egyetemi docens, szakvezető, SZE AK

INNOVÁCIÓVAL ÉS VÁLLALKOZÓVÁ VÁLÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK A SZE HALLGATÓINAK KÖRÉBEN

Napjainkban egyre gyakrabban halljuk azt a szót, hogy innováció. Ez is azt mutatja, hogy ez jelenség fontos szerepet játszik az életünk több területén is. De valóban tisztában vagyunk azzal, hogy mit jelent ez a kifejezés? Manapság már nem csak a műszaki vagy gazdasági területeken elterjedt a fogalom használata, hanem a digitális, sőt a társadalmi innováció is egyre nagyobb teret nyer magának. Mindez pedig szoros kapcsolatban van a vállalkozások működésével és azok sikerességével.

Ez a tudományos kutatás az innováció témáját járja körbe a Széchenyi István Egyetem hallgatói körében, különös tekintettel és összefüggésben a vállalkozóvá válással. A dolgozatban kiemelt hangsúlyt fektettem arra, hogy megismerjem, a fiatalok napjainkban mit értenek innováció alatt. Ennek kapcsán a dolgozat vizsgálja azt is, hogy az egyetem hallgatói mennyire mutatnak vállalkozói hajlandóságot.

A kutatás több részből tevődik össze. Egyrészt egy online kérdőív segítségével egy nem reprezentatív felmérés készült a Széchenyi István Egyetem hallgatói körében. Másrészt a saját vizsgálódás kiegészül a Magyar Ifjúság Kutatás 2020 egyes, témával kapcsolatos adatainak másodelemzésével. A dolgozat bár nem tér ki részletesen az innováció minden területére és nem vizsgálja részletesen a hallgatók viszonyát a vállalkozói léthez, ennek ellenére azonban egy átfogó képet kapunk a fiatalság gondolkodásmódjáról az említett témákban. Fény derül arra is, hogy az egyetem hallgatói tisztában vannak-e az innováció jelentésével és sokszínűségével, illetve milyen elképzeléseik vannak a vállalkozóvá válásról.

MINTA

SPEKHARDT FANNI
spekhardtfanni@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 7. félév
Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

VÉGH BERNADETT
v.bernadett.001@gmail.com
Műszaki menedzser
BSc, 7. félév
Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Szabó Zsolt Roland
egyetemi docens, SZE KGK

MI TÖRTÉNIK A "ONE-MAN SHOW" UTÁN? 11 LÉPÉS A SIKERES UTÓDLÁSÉRT

A generációváltás Magyarországon többezer kis- és középvállalkozást érint. A rendszerváltás utáni cégalapítási hullámban megalakult szervezetek többségénél már előkerült a generáció-váltás témaköre, egy részük esetén a következő generáció már átvette a vezetői feladatokat, illetve számos esetben már aktívan részt vesz a mindennapi folyamatokban. Mindemellett a sikeres generációváltás gyakorlatáról még keveset tudunk. A kutatás korábbi, hazai, illetve nemzetközi utódlási modellek kritikája és szintézise segítségével hoz létre egy egységes ge-nerációváltási modellt, amely végig kíséri a teljes generációváltási folyamatot, annak lépése-it és akadályait. Az elméleti modell hazai környezetben való alkalmazhatóságát kvalitatív kutatási módszerrel vizsgálja a dolgozat; különböző iparágban működő felsővezetőkkel ké-szült mélyinterjúk, dokumentumelemzés és megfigyelés segítségével. Ennek eredményeként meghatározásra kerültek az utódlási folyamat szakaszainak főbb jellemzői, illetve azok koc-kázatai. Minden egyes vállalat behatárolásra kerül, hogy a generációváltás folyamatának me-lyik lépcsőjén áll. Továbbá a kutatás kitér az ügyvezetők által megfogalmazott tanácsokra, melyeket összehasonlítva megállapítja azokat a tényezőket, amelyek támaszt nyújthatnak más cégek számára. Mindemellett felhívja a figyelmet a külső veszélyforrások meglétére, és azok kezelésének fontosságára.

MINTA

OSZLÁNSZKI KLAUDIA
klaudia.oszlanszki@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Vállalkozásfejlesztési Intézet

Témavezető:
Petheő Attila István
egyetemi docens, BCE VFI

TARTSUK HÁZON BELÜL VAGY SZERVEZZÜK KI? - HAZAI PRÉMIUM ÁSVÁNYVÍZ-PALACKOZÓ KISVÁLLALKOZÁSOK OUTSOURCING TEVÉKENYSÉGÉNEK ELŐNYEI, HÁTRÁNYAI ÉS LEHETŐSÉGEI

Magyarország ásványvíz-nagyhatalom, ezáltal számos hazai vállalat foglalkozik ásványvíz palackozásával, amelynek jelentős része kisvállalkozás. Felmerülhet a kérdés, hogy ezek a KKV-k milyen marketingtevékenységet folytatnak, milyen tényezők mellett döntenek a belső, marketing funkcionális egység kialakítása vagy a kiszervezés mellett. Dolgozatomban két hazai prémium ásványvízgyártó kisvállalkozás marketingtevékenységét vizsgáltam kvalitatív módszertannal, esettanulmányokon keresztül, félig strukturált mélyinterjúkat készítve a vállalatok marketingvezetőivel. Kutatásomhoz olyan cégeket választottam, amelyek közül az egyik belső marketing felelőst alkalmaz, a másik ezzel szemben egy marketingügynökségnek szervezi ki ezt a tevékenységet. A mélyinterjúk elkészítését követően egy komparatív elemzést végeztem, amely eredményei rámutattak arra, hogy a szektor általam vizsgált szereplői mely szempontok alapján döntenek a belső marketing kialakítása vagy az outsourcing mellett, illetve milyen előnyöket és hátrányokat látnak a marketing ezen típusai között.

MINTA

PELYHE BALÁZS
balazs.pelyhe@stud.uni-corvinus.hu
Business and management ISP
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Dr. Kállay László Tibor
egyetemi docens, BCE VFI

AZ EGYETEMI ÜZLETI KÉPZÉS HOZZÁJÁRULÁSA A FIATALOK VÁLLALKOZÓI TEVÉKENYSÉGÉHEZ – A BUDAPESTI CORVINUS EGYETEM PÉLDÁJÁN

A dolgozat fő kutatási kérdése a következő: Hogyan járul hozzá az egyetemi üzleti oktatás a fiatalok vállalkozóvá válásához? - A Budapesti Corvinus Egyetem példáján. Ezt egészíti ki a következő alkérdés: Milyen javítandó pontokat látnak a BCE vállalkozóvá vált hallgatói és öregdiák tagjai a BCE vállalkozói oktatásában?

A kutatási kérdés és alkérdés megválaszolásához mélyinterjúkat készítettem tizenkét különböző vállalkozóval. Az interjúk során megfogalmazott gondolatokat és az azokból származó szakirodalmi visszajelzéseket, megállapításokat és következtetéseket a kutatás fő- és mellékérvei szempontjából releváns pontok szerint csoportosítottam és mutattam be a dolgozat kutatási részében. Ezekből a pontonkénti szakirodalmi visszajelzésekből, megállapításokból és következtetésekből általános következtetéseket vontam le, amelyek a vállalkozók által tett javaslatokkal együtt. Ami a megállapításokat illeti, az alábbi információk magas szintű áttekintést nyújtanak a fő kutatási kérdéshez:

1. Tárgyi tudás: Megfigyelhető, hogy a pozitív tapasztalatokról beszámoló vállalkozók aránya jóval magasabb az alapfokú végzettségűeknél a semleges vagy negatív tapasztalatokkal rendelkezőkhöz képest, mint a mesterfokozatúaknál, és valamivel magasabb, mint a tanórán kívüli tevékenységeknél.
2. Készségek: A pozitív alap- és mesterképzési tapasztalatokról beszámoló vállalkozók aránya megegyezett a semleges vagy negatív tapasztalatokkal rendelkezőkével. A tanórán kívüli tevékenységek esetében a pozitív tapasztalatok aránya az alapképzés esetében magasabb.
3. Motiváció: A megkérdezett vállalkozók többsége nem a BCE üzleti alapképzésein, mesterképzésein vagy tanórán kívüli tevékenységein keresztül szerezte meg a vállalkozói motivációt.
4. Kapcsolatok: Az egyetemi tanulmányokkal és a tanórán kívüli tevékenységekkel kapcsolatos pozitív és negatív tapasztalatok egyenlő arányban oszlanak meg. Ezzel szemben a mesterképzéssel kapcsolatos tapasztalatok megoszlása 1-4 arányt mutat.

Az alábbiakban az alkérdéshez tartozó magas szintű áttekintés azokat a területeket mutatja be, amelyeken az inerjúalanyok fejlesztési javaslatokat tettek:

1. Tantervfejlesztés;
2. Egyetemek közötti együttműködés;
3. Tudás- és tapasztalatcsere;
4. Pályaorientáció;
5. Szervezeti kérdések.

MINTA

HORVÁTH VERONIKA LILLA
horvathvera01@gmail.com
Gazdálkodás és menedzsment
BA, 2. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet

Témavezető:
Pistrui Bence László
egyetemi tanársegéd, BCE GTK

UTOLÉRHETI-E A SZABÁLYOZÁS AZ EGYESÜLT ÁLLAMOKBAN ÉS AZ EURÓPAI UNIÓBAN A GOOGLE ÉS A FACEBOOK MŰKÖDÉSÉT?

Dolgozatomban a Google és a Facebook szabályozási környezetének változásait vizsgálom az Egyesült Államokban és az Európai Unióban. Az Egyesült Államok azért fontos, mert a Facebook és a Google hazája, amely a növekedésüket elsősorban lehetővé tette, az Európai Unió pedig az Egyesült Államok után a legnagyobb piacuk, továbbá ennek része Magyarország is.

A kérdést kontextusba helyezem, megállapítom a két online platform aktuális gazdasági és piaci helyzetét, és vázolom azokat a problémákat, amelyek a változást sürgetik. Ezután az elmúlt egy-két évben mindinkább fókuszba kerülő szabályozási törekvésekre koncentrálok, mert úgy látom, a legújabb jogszabályok átgondolásával és az ezekből levonható újszerű következtetésekkel tudok új szempontokat felvetni a korábban készült sok tanulmányhoz képest. Azt a kérdést járom körül, hogy legyőzhető-e még az a hatalmas előny, amelyet a két cég a szabályozások hosszú késlekedése miatt versenytársaival, például a sokkal inkább szabályozott keretek között működő hagyományos médiával és a potenciális piacra lépőkkel szemben felhalmozott.

Mivel kutatási kérdésem főként a jogi környezetre vonatkozik, a témában meglévő könyvek és szakirodalom mellett a legfrissebb elsődleges forrásokat használtam, például a megfelelő jogalkotó szervek honlapját és jogszabálygyűjteményeket. Sokat segítettek a különféle szakhatóságok által készített legújabb elemzések, valamint az adott ország sajtóját is figyeltem, az adatokat több forrásból ellenőrizve. Hangsúlyt helyeztem a kritikus hozzáállásra, az álláspontok ütköztetésére és a dilemmák feltárására, rövid kitekintést is nyújtva a jogi és földrajzi keretek közül.

A kutatásom során szerzett tapasztalatok alapján megállapítom, hogy a szabályozási folyamat vége még nem látható. Az Egyesült Államokban az internetszolgáltatók továbbra is immunitást élveznek, míg az EU által hozott szabályozások végül a tervezettnél mindig enyhébbek lesznek. Ha a szabályozás egyelőre nem is éri utol a Google és a Facebook működését, a fokozódó közfigyelem és a növekvő nemzetközi együttműködés hatására megnövekedett jogalkotási tevékenység lassan-ként mégis megváltoztatja a két cég mozgásterét. A még nyitott kérdés éppen a legfontosabb: hogy a technológiai paradigmaváltás közepette lehet-e a részeredményeken kívül lényegi változást elérni az erőviszonyokban, mert a végső cél a versenyző piac visszahozása, a kommunikáció feletti társadalmi kontroll és az információ sokszínűségének megtartása volna.

MUTA

Vezetés - Általános témák

Elnök:	Prof. Dr. Veresné dr. Somosi Mariann	ME GTK
Társelnök:	Prof. Dr. Bakacsi Gyula	BGE PSZK
Tag:	Dr. Kurucz Attila	SZE KGK
Tag:	Dr. Bognár Ferenc	BME

MINTA

NÉMETH KATALIN
katlinnemeth@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Dr. Ferkelt Balázs
egyetemi docens, BGE KKK

A NŐI KVÓTA BEVEZETÉSE ÉS HATÁSAI A NÉMETORSZÁGI VÁLLALATOKNÁL

Németországban 2016. január 1-jétől van hatályban a női kvóta az olyan nagyvállalatoknál, amelyeket a tőzsdén jegyeznek és felügyelőbizottságukban a munkavállalóknak és a munkáltatónak ugyanannyi képviselője ül. A kvóta lehetővé teszi, hogy a képzett nők nagyobb létszámban tölthessenek be felsővezetői pozíciót. Ez az eszköz ideiglenes szabályozóként működik, addig, amíg a nők és a férfiak között meg nem szűnik az egyenlőtlenség és egyforma bánásmódban nem részesülnek. Dolgozatom célja a női kvóta bevezetésének és hatásainak vizsgálata a németországi vállalatoknál.

Kutatásomat a következő kérdések mentén végeztem el:
Milyen múltbeli társadalmi változások vannak még ma is hatással a német nők karrierútjaira? Miért volt szükséges bevezetni a női kvótát Németországban?
Mik voltak a kvóta bevezetésének lépései és hatásai?

Hogyan változtak a kvóta bevezetésére kötelezett vállalatoknál a karrierlehetőségek a nők számára? Mennyire tekinthető hatékonynak a német kvóta összehasonlítva más országok kvótaszabályozásával? A dolgozat elkészítéséhez szekunder és primer kutatási módszereket is alkalmaztam. Feldolgoztam könyveket, szakcikkeket, tanulmányokat, már korábban mások által rögzített interjú-beszélgetéseket, statisztikákat, újságcikkeket, jelentéseket és egyéb online forrásokat. Elsősorban német, angol és magyar nyelvű forrásokra alapoztam dolgozatomat. A dolgozat készítése során primer kutatást is végeztem mélyinterjú formájában.

Kutatásaim eredményeképpen megfogalmazható, hogy – bár Németország ezen a területen a korábbiakban is a jól teljesítő országok közé tartozott – a vállalati női kvóta bevezetése tovább javította a nők karrierlehetőségeit az üzleti életben.

MINTA

KUREMSZKI ANDREA MÁRIA
andi.kuremszki@gmail.com
Vezetés és szervezés
MA, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. Krajcsák Zoltán
tudományos főmunkatárs, BGE PSZK

A TANÁROK MUNKÁJÁT SEGÍTŐ LEHETSÉGES VEZETŐI (LEADER) ESZKÖZÖK VIZSGÁLATA

Hogy készüljünk fel arra, mikor már nemcsak nyugdíjas állás, de nyugdíjas szakma sem lesz? Milyen eszközök vannak most a tanteremben, és mivel lehet ezeket kiegészíteni, hogy a tanárok hatékonyan készítsék fel a diákokat a jelen és jövő operációs rendszerére?

Dolgozatomban az üzleti szférában alkalmazott vezetési módszerek, a leadership, motiváció, elköteleződés, hatékonyság, eredményesség szakirodalmi hátterének vizsgálatával kerestem az oktatásban adaptálható elemeket. A téma hatalmas, a tanári szerep összetettsége számos lehetőséget kínál, a teacher leadership viszonylag új, de máris hatalmas irodalommal rendelkező terület.

Kutatási kérdéseim:
(1) Azonosíthatók-e a tanulással kapcsolatos motiváló tényezők a tanárok gondolkodásmódjában, ha igen, a befolyásolja-e tanárokat abban, hogy milyen leadership eszközt alkalmaznak?
(2) Mennyire torzítja a tanárok által a Z-generációról alkotott képet, hogy döntően ezzel a korosztállyal foglalkoznak? Az eredmények megerősítik-e a szakirodalomban leírtakat, vagy valamilyen irányban torzítják-e azokat?
(3) Feltételezve, hogy a középfokú köznevelésben és szakképzésben oktató tanárok a csoportjuk leaderjei, a saját eredményességük javítása és a tanulók motiválása céljából megfelelő vezetési stílust alkalmaznak-e oktató-nevelői tevékenységük során?
(4) Vezetői (leaderi) megközelítésben melyek a tanárok által definiált legfontosabb kihívások napjainkban?
A kutatásban szakirodalmi áttekintés, 50 tanár kérdőíves megkérdezése Hersey-Blanchard modell vezetési stílusai alapján, valamint 60 tanár bevonásával végzett részvételi kutatás alapján vontam le következtetéseket. A vizsgált minta tekintetében megállapítottam, hogy (1) a tanulással kapcsolatos motiváló tényezőket a tanárok alig veszik figyelembe munkájuk során; (2) 75%-ban kapcsolatorientált vezetési stílusokat alkalmaznak; (3) az alkalmazott vezetési stílusok rugalmassága és az általános elégedettség között kapcsolat mutatható ki, több vezetési stílust alkalmazók elégedettebbnek vallják magukat; (4) a vezetési mód rugalmas alkalmazása támogatja a hatékony motivációt; (5) az általános elégedettség összefügg a szakmai kompetencia, fejlődés és autonómia érzéssel; (6) a diákokkal kapcsolatban számos negatív előfeltevéssel élnek, ami negatívabb, mint a vállalati felmérésben feltárt adat; (7) magas a fejlesztési potenciál: az együttműködést támogató helyzetekben a tanárok többsége rendkívül önreflektív, nyitott az attitűdváltásra és az új eszközök alkalmazására.

MINTA

BIRÓ BORBÁLA
bori630@gmail.com
Vezetés és szervezés
MSc, 4. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Jarjabka Ákos
egyeteni docens, PTE KTK

A VEZETÉS SZEREPE AZ EGÉSZSÉGÜGYBEN

Munkám fókuszában a vezetéstudomány egészségügyre gyakorolt hatását vizsgálom. Fontosnak tartom, hogy választ kapjak azokra a kutatási kérdésekre, miszerint a) más-e az attitűd és a kommunikáció a magán egészségügyi szervezetekben, mint a közegészségügyben, b) létezik-e készségfejlesztési gap az oktatás és a fogyasztói elvárások közt, c) milyen ezzel kapcsolatos vezetés- és viselkedéstudományi, valamint kommunikációs ismereteket sajátítsanak el tanulmányaik során az egészségügyi képzésekben résztvevők? Előfeltevésem szerint, ezek a témák kapcsolatban állnak az egészségügyi ellátási rendszer észlelt minőségével. Kutatásom célja, hogy választ kapjak arra, hogy miként lehet láthatóvá tenni a kapcsolatot az egészségügyi ellátás, az egészségügy menedzsment és az egészségügyi oktatás között.

Kutatásom során szekunder és primer felmérést is végeztem. Szekunder területnek tekintettem a releváns szakirodalom szisztematikus feltárását és elemzését hazai és nemzetközi területen. Ezen alapulva készítettem egy 52 kérdésből álló online kérdőívet, melyet 330 fő töltött ki. 2020. november 19 és 2021. március 19 között zajlott az adatgyűjtés. A kutatási témához kapcsolódó kérdőív kérdései, nem állnak közvetlen kapcsolatban a COVID-19 által okozott világjárvánnyal, így nem befolyásolta a válaszadást. A kérdőív online közösségi platformon, ezen belül egészségügy specifikus csoportokban, illetve e-mailben került megosztásra.

A válaszokból kinyert adatpanel SPSS 26.0 verziószámú statisztikai elemző szoftver segítségével került elemzésre. Négy hipotézisem és azok alhipotézisei korreláció vizsgálattal, illetve kereszttábla elemzéssel, khí-négyzet próbával kerültek analízisre. Kvalitatív primer kutatási eszközként mélyinterjúkat készítettem 3 rezidensi és 2 szakértői partnerrel, mind a köz- mind pedig a magánegészségügyi szférából.

A szekunder és a primer kutatás eredményeiből kiderült, a vezetés és a vezetéstudomány nélkülözhetetlen sikertényező szerepet tölt be az egészségügyi rendszerben. Az egészségügyi vezetőknek, úgy kell kialakítani vezetői stílusukat, hogy azt elfogadják a beosztottak, ezáltal támogassák a vezetőjüket, valamint a jövőben bekövetkező változásokat. További eredmény, hogy a betegek szeretnének bevonódni a gyógyítási folyamatba. Ehhez azonban az egészségügyi dolgozóknak megfelelő kommunikációs készséggel kell rendelkezniük, valamint empatikus, támogató viselkedést kell tanúsítaniuk, mely megfelelő attitűd elsajátításában az oktatásnak kiemelt szerepe van.

MINTA

ROBALINO JULIANNA AURÓRA
r.juliannaaurora@freemail.hu
Kereskedelem és marketing
BA, 5. félév
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:
Dr. Kelemen-Erdős Anikó
egyetemi docens, OE KGK

DIGITALIZÁCIÓ HATÁSA A SZERVEZETI KULTÚRÁRA A MUNKAVÁLLALÓK SZEMPONTJÁBÓL

A tanulmány célja a szervezeti magatartáson belül az egyének attitűdjének, motivációinak, internalizációs képességeinek, rugalmasságának, valamint interperszonális bizalmi szintjeinek és szükségleteinek, frusztráció és megküzdési stílusának, tekintélyhez és hatalomhoz való hozzáállásának vizsgálata a szervezeti digitalizációs innovációk hatására. Ilyen innovációs hatások közé tartoznak a tanulmányomban a munkahelyen használt digitalizációs megoldások, mint például a megújult vállalati kommunikációs csatornák (Teams, Skype…), projektmenedzsment támogató applikációk (To Do, Trello, Teams Task…), különböző vállalati automatizáló rendszerek, szervezet fejlesztési és döntést támogató technológiák (üzleti intelligencia – BI, üzleti intelligencia rendszerek – BIS), cloud (felhő-alapú) alkalmazások, és sok, egyéb szervezetben nap, mint nap használatos feladat és kommunikáció hatékonyságáért és méréséért felelős rendszerek. Kutatásom alapvető hipotézise, hogy a digitalizáció alapvetően rossz hatással van a szervezeti kultúra egyéneire. Premisszám szerint napjaink munkavállalóinak szervezeti kultúrájára kedvezőtlenül hat a digitalizáció gyorsasága, folytonos változása. Célom, hogy a szervezeti digitalizáció egyénre gyakorolt hatásainak feltérképezése által hozzájáruljak a vállalati innovációt segítő belső rendszerek környezetének, internalizációnak javításához és az azt segítő változásvezetési stratégiák és taktikák kidolgozásához. Tanulmányom segítségére lesz a szervezeteknek a bevezetés módját, rizikófaktorait és a digitalizáció bevezetésének sikerességi tényezőinek mélyebb megismerésére az egyének és ezzel együtt a szervezet fő alapköveinek vizsgálata által. Alkalmazott módszertanom egyrészt a szakirodalom és szekunder kutatások részletes áttekintése, másrészt primer kutatás keretében alkalmazott online megkérdezés lefolytatása a kutatandó hipotézisek vizsgálatához. Eredményeim szerint a digitalizáció alapvetően rossz hatással van a szervezeti kultúrára a munkavállalók szempontjából. A digitalizáció hatását többen tanulmányozták a menedzsment, a döntéshozók vagy a szervezet szempontjából, ugyanakkor a kutatás újszerű abban a tekintetben, hogy se magyar, se nemzetközi tanulmány nem foglalkozik azzal, hogy a munkavállalók, hogyan vélekednek ezen szervezeti innovációkról, mint egyén a szervezeti kultúrában.

MUNKA

VARGA FANNI
fanni.varga1996@gmail.com
Vezetés és szervezés
MA, 5. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Vállalkozásfejlesztési Intézet

Témavezető:
Tóth Rita
Egyetemi tanársegéd, BCE VTI

GYAKORLATI KÖZÖSSÉGEK FEJLŐDÉSE SZERVEZETI ÉLETCIKLUS MODELLEKEN KERESZTÜL – DIÁKSZERVEZETI ESETTANULMÁNY

A hallgatói szervezetekben való aktív, önkéntes tevékenység több szempontból is hozzájárul az egyetemisták fejlődéséhez, későbbi szakmai kiteljesedésük megalapozásához. Informális támogató rendszerként baráti közösséget és szakmai útmutatást nyújtanak a hallgatók számára, akik egyetemi tanulmányaikat az itt megszerzett gyakorlati tapasztalatokkal egészítik ki. Mindez meghatározó versenyképességi előnyt jelent számukra a munkaerőpiacra való belépéskor. Ezek a szervezetek gyakorlati közösségeknek (communities of practice) tekinthetők. Önkéntes alapon szerveződnek, hosszú távú sikerüket pedig az biztosítja, hogy képesek tagjaikban olyan mértékű érdeklődést kelteni számukra releváns és értéket képviselő témakörben, ami csatlakozásra ösztönzi őket, majd ezt követően is folyamatos megtartó erővel bír számukra. Ezen extrém gyorsan változó szervezetekben kiemelt szerepet játszik a szervezeti tudásmenedzsment, valamint a szervezet méretének, a tevékenységi kör komplexitásának megfelelő koordinációs eszközök alkalmazása. A szervezet menedzsmentjében résztvevő tagok szakmai ismereteiket már fiatalon vezetési tapasztalattal egészítik ki, ami hozzájárul későbbi karriercéljaik és motivációik alakulásához. Jelen dolgozat középpontjában a Budapesti Corvinus Egyetemen Budapest Business Club Corvinus néven működő, professzionálisan menedzselt hallgatói szervezet áll. Esettanulmány módszerrel vizsgálja az alábbi kutatási kérdést: Hogyan adaptálhatók az akadémiai élet által elismert életciklus modellek egy extrém gyorsan változó hallgatói szervezetre? A hallgatói szervezetek, valamint a gyakorlati közösségek jellemzőinek bemutatását követően a nemzetközi és hazai tudományos élet által elfogadott szervezeti életciklus modellek elemzésével foglalkozik. Ezeket értelmezi a vizsgálat középpontjában álló hallgatói szervezetre vonatkozóan az annak alapításától napjainkig eltelt hét év távlatában, valamint a jövőre vonatkozó lehetséges forgatókönyvek meghatározásával. A dolgozat kutatási eredményként olyan összefoglaló elemzést hoz létre, mely elősegíti a szervezet jelenlegi és jövőbeli vezetőinek tudatos stratégiaalkotását, valamint a hasonló szervezetek vezetésében érintett érdeklődő olvasó számára is tanulságos példaként szolgálhat.

MUNKA

CSATLÓS RÉKA
cs.kuci@gmail.com
Business Administration (MBA)
MSc, 2. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Ujhelyi Mária
egyetemi docens, DE GTK

KÜLÖNBÖZŐ GENERÁCIÓK VEZETÉSSEL SZEMBENI ELVÁRÁSAI, ELÉGEDETTSÉGE

A szervezetben az ember a legfontosabb és legspeciálisabb erőforrás, a munkavállalók elégedettségének és elvárásaiknak elemzése minden időben aktuális, fontos és vizsgálandó tárgykör. Előbbiben a vezetés kiemelt jelentőséggel bír, a vezetői pozíció betöltéséhez a szakma ismeretén túl számos kompetencia, készség és személyes tulajdonság is szükséges. Azt viszont, hogy milyen a „jó vezető", különféle objektív és szubjektív tényezők befolyásolják, melyek a különböző generációknál eltérő jelentőséggel bírnak.

Dolgozatom célja a generációk jellemzőinek megismerése, munkahelyi vezetőikkel szembeni elvárásaik, elégedettségük vizsgálata. Azt kívánom tanulmányozni, mennyire elégedettek a vizsgált szervezet munkavállalói a jelenlegi közép- és felsővezetéssel, mely vezetői tulajdonságokat tartják fontosnak és van-e a korosztályok között e téren különbség.

A fentiek felmérése érdekében tanulmányoztam a vezetők értékelésével, vezetői attitűdökkel foglalkozó hazai és nemzetközi szakirodalmat és ezekre építve kérdőíves felmérést és félig strukturált interjút készítettem. A válaszokat táblázatkezelő és statisztikai programokkal elemeztem, majd összevetettem azokat a korábban vizsgált kutatási eredményekkel.

Megállapítottam, hogy a szervezet dolgozóinak generációtól függetlenül beosztottközpontú, kapcsolatorientált vezetésre van szüksége, azt preferálják, ha a vezető összetartó csapat kialakítására törekszik és fontosnak tartja, hogy beosztottjai elégedettek legyenek, jól érezzék magukat.

Az elemzés rámutatott arra is, hogy a dolgozók a vezetői tulajdonságok közül a vezetői kompetenciákat tartják a legfontosabbnak és bár alapvetően inkább elégedettek az általános vezetési gyakorlattal és a közvetlen felettesek vezetési stílusával, akadnak fejlesztendő területek. A vizsgált szervezet dolgozói főként azt szeretnék, ha a felmerülő problémákat időben, a vezetőkkel közösen vitatnák meg, ezáltal a munkavállalók is részt vehetnének a döntési folyamatokban és értesülnének a változások indokairól. Mindegyik generációnál megjelent azonban 1-1 olyan tényező, amely a többinél nem, vagy csak kevésbé volt jelentős. A kapott eredmények alapján arra a következtetésre jutottam, hogy ahhoz, hogy a munkáltató elégedett és lojális alkalmazottakat tudjon a magáénak, hangsúlyoznia kell az eltérő korcsoportok nézetei közötti hasonlóságokat, de figyelembe kell vennie a generációk közötti különbségeket is és ezeknek megfelelően kell megválasztania a vezetői stílust.

MUTA

MÁTHÉ IVETT ANDREA
mivett2332@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 7. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Boros József
doktorandusz, DE GTK

NEM NAGY ÜGY?! - NŐI VEZETŐKKEL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK VIZSGÁLATA

Egyre több kutatás hangsúlyozza a nők kiváló vezetői képességeit és sajátos vezetési stílusát, melyek hozzájárulhatnak a hatékonyabb vállalati teljesítményhez. Ennek ellenére a közvélemény még mindig a férfi vezetőket részesíti előnyben, és a legtöbb szervezetben továbbra is a férfiak kerülnek magasabb beosztásba.

Dolgozatomban bemutatom a nők munkaerőpiaci helyzetét, különös tekintettel a vezetői pozíciókra, azonosítom a nők karrierjében megjelenő akadályokat, és ismertetem a női vezetőkkel kapcsolatos attitűdöket. Célul tűztem ki, hogy áttekintést adjak a legfontosabb vezetői tulajdonságokkal kapcsolatban és, hogy rávilágítsak a női és férfi vezetési stílus különbségeire. Kutatásom során szekunder és primer adatgyűjtési technikákat alkalmaztam a négy hipotézisem vizsgálatához. A primer kutatás során kvantitatív módszert használtam és kérdőíves kutatást végeztem, melyet összesen 494 fő töltött ki.

Primer kutatásomból kiderült, hogy a válaszadók a munka-magánélet konfliktusát tartják a női felsővezetői hiány legfőbb okának, de a mintában megjelentek az előítéletek és sztereotípiák, a vertikális szegregáció, valamint az öndiszkrimináció is, mint a nők karrierépítését befolyásoló akadály. Vizsgálatomban szignifikáns különbséget találtam a nőkhöz és a férfiakhoz társított vezetői tulajdonságokat illetően. Az adott tulajdonságok közül a nőknél az emberközpontú és kommunikatív, míg a férfiaknál a döntésképes, határozott és racionális jelzők szerepeltek a legfontosabb vezetői tulajdonságok között. Szignifikáns különbséget tapasztaltam továbbá a női és a férfi vezetési stílusok megítélésében. A női vezetőkhöz a demokratikus, a kapcsolatorientált és a transzformációs, míg a férfiakhoz az autokratikus, a feladatorientált és a tranzakciós vezetési stílust társították a válaszadók. Kutatásom eredményéből kiderült, hogy a nők szignifikánsan pozitívabb attitűdöket mutatnak a női vezetőkkel kapcsolatban, és magasabb mértékben preferálják a női vezetőket, mint a férfiak.

Úgy gondolom, hogy kutatásommal sikerült rávilágítanom arra, hogy a női vezetés egyre pozitívabb megítélésnek örvend, és hogy a nőkhöz társított tulajdonságok és vezetési stílusok napjainkban már nem hátrányként, hanem sokkal inkább olyan sajátos erőforrásként értelmezhetők, melyek a főként férfiak által dominált vezetői szférában is hatalmas potenciált jelentenek.

MOLNÁR MÁTÉ
mate.molnar@stud.uni-corvinus.hu
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Blaskovics Bálint
egyetemi docens, BCE VFI

PROJEKTMENEDZSMENT SZEMLÉLET SPORTSZERVEZETEK VEZETÉSÉBEN

Dolgozatomban azt vizsgálom, hogy a projektmenedzsment szemléletmódja és vezetési eszköztára hogyan alkalmazható professzionális sportszervezetek esetében a csapat teljesítményének menedzselésére.

A témakört a kutatás előkészítése során a mutatószámokra épülő projektvezetés témakörére szűkült. A mutatószámokhoz és teljesítménymutatókhoz a sport és a kosárlabda világán belül a statisztikák jó alapot szolgáltathatnak, a terjedelemmenedzsment pedig a sportvezetői koncepcióalkotáshoz hasonlítható.
A kérdéskör megvizsgálásához három kérdést fogalmaztam meg:

- Alkalmazható-e a projektmenedzsment szemléletmódja és módszertana a projektek és a sporttevékenység közötti összefüggések alapján?
- Milyen mutatószámok alkalmasak a sportcsapatok szervezésére, irányítására a siker elérése érdekében?
- Az alkalmas mutatószámok esetében, milyen kiinduló értékek mentén érdemes elkezdeni a sportcsapat összeállítását és vezetését.

Kutatásom során szakirodalom áttekintése és összefoglalása után, a szakértői interjú mellett statisztikai számításokat végeztem. Benchmarkokat képeztem a átlag-számítás és súlyozott átlagszámítás segítségével, valamint adatsorok kapcsolatát vizsgáltam korrelációszámítás és regresszió analízis módszerével.

A projektmenedzsent elméletét tárgyaló szakirodalom áttekintése, a kutatási kérdések és a módszertan ismertetése után, röviden bemutatom az NBA és klubjai vállalatszerű működését, mely alapján összehasonlításra kerül az NBA csapatok menedzselése és a projektek vezetése. Ezután a mutatószámok meghatározása következik, ahol behatárolom az adatok mintavételéhez alkalmas időszakot a sportágban uralkodó trendek alapján, majd statisztikák és a sportpályán elért győzelmek közötti kapcsolatot keresem. A releváns statisztikai mutatókat a terjedelemmenedzsmenthez alkalmazkodva, igyekszem minél kisebb és értelmezhetőbb mutatókra bontani, végül az így kapott elemekhez a korszak sikeres, bajnok csapatainak teljesítménye alapján konkrét értékeket rendelek, hogy a mutatószámrendszer teljes legyen.

Dolgozatom eredményeként sikerült olyan mutatószámokat meghatározni, melyek a sportszervezetek számára a szezonok projektszerű tervezésében és a kivitelezésében támogatást biztosíthatnak. A regressziós modellezés segítségével megállapított kapcsolati rendszer segítségével egy mutatószám-rendszert sikerült meghatározni.

MUTA

SZABÓ MÁRTON
szabo.marton2000@gmail.com
Gazdálkodás és menedzsment
BA, 6. félév
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:
Dr. Mizser Csilla
adjunktus, OE KGK

VÁLLALATI KONFLIKTUSKEZELÉS SIKERESSÉGÉNEK VIZSGÁLATA FELSŐOKTATÁSI HALLGATÓK KÖRÉBEN

Szervezeti, vállalati konfliktusokkal gyakran találkozunk. Ezek a konfliktusok lehetnek belső konfliktusok vagy külső ütközések. Jelen dolgozat célja, hogy megvizsgálja a konfliktusok kezelésének lehetőségeit. A konfliktus kezelésének többféle lehetősége van, a konfliktusmenedzsmentnek több típusa ismert. Jelen dolgozatban vizsgálni szeretném, hogy milyen módszerekkel ismerhető meg, hogy a szervezetrendszerben jelen van -e a bizalom, bíznak -e egymásban a kollégák, az együttműködő partnerek, az üzlettársak. A konfliktusmenedzsment szakirodalmi áttekintésen túl célkitűzésem annak a vizsgálata, hogy hogyan kezelik a szervezetrendszerek a konfliktusokat. Végül, de nem utolsó sorban a tanulmány azt a korrelációt szeretné kimutatni, hogy a felsőoktatási hallgatók munkaerőpiaci elhelyezkedése függ a szervezet, a munkahely konfliktuskezelési módszerétől, a szervezeti bizalom külső és belső mértékétől.

MINTA

Vezetés - Vezetői stílus

Elnök:	Prof. Dr. habil. Dinya László	MATE KRC KRC
Társelnök:	Dr. Györfy Lehel Zoltán	BBTE KGTK
Tag:	Dr. habil. Csedő Zoltán	BCE
Tag:	Dr. habil. Juhász Timea	BGE KKK

MTA

SZAMOSI ÉVA
szamosieva@hotmail.com
Vezetés és szervezés
MA, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. habil. Csillag Sára
egyetemi docens, BGE PSZK

A LÉNYEG A RÉSZLETEKBEN REJLIK? VEZETŐK ETIKAI DILEMMÁI MAGYARORSZÁGON

A 20. század második felében a menedzsmentirodalomban a vezetéshez köthető etikai kérdések háttérbe szorultak, mivel a mainstream szakirodalom alapján az etikusság nem, vagy kevéssé befolyásolta a vezetői vagy a vállalati sikereket. A 21. századi vezetéselméletekben bekövetkező paradigmaváltás erre rácáfolt, és több kutatás bizonyította be ennek ellenkezőjét. Napjainkban az igény folyamatosan nő az olyan vezetési modellek iránt, amelyeknek van etikai aspektusuk.

TDK-dolgozatom témájaként az etikus vezetést választottam. Témaválasztásom során két kritérium vezérelt. Egyrészt szerettem volna egy olyan témában elmélyedni, ami a sikeres vállalati működés egyik kulcsa lehet. Másrészt, arra is figyeltem, hogy egy itthon kevésbé kutatott területet válasszak, így az empirikus kutatásom növeli a Magyarországon végzett etikai tárgyú kutatások számát.

TDK-dolgozatom célja, hogy egy átfogó képet kapjak az etikusságról, az etikai dilemmákról, és a vezetői etikáról és hogy kiderítsem, a vezető neme hatással lehet-e ezekre a kérdésekre. Munkám során arra keresem a választ, hogy mit jelent a vezetők számára az etikusság, és milyen etikai dilemmákkal találkoznak a női és a férfi vezetők? Ezen kérdések megválaszolásához kvalitatív kutatási módszerekként az interjút választottam. Tíz vezetőt kérdeztem meg tapasztalataikról és véleményükről, akik 18 kérdésre válaszoltak. Strukturált interjút alkalmaztam és a kérdéseim nyitott kérdéseket tartalmaztak.

Összegezve az eredményeket, az etika meghatározását több aspektus szerint közelítették meg a vezetők: belső és/vagy külső korlát, cselekvés, tulajdonságok és irányelv. Az interjúk során azt tapasztaltam, hogy az etikus vezetőt legfőképpen elvárt belső jellemzőkkel és viselkedési mintákkal írták körül. Kutatási eredményeim arra engednek következtetni, hogy a nem és a vezetők etikussága között nincs kapcsolat. Interjúalanyaim a törésvonalat nem a gender különbségekben látják, így azt gondolom, hogy az etikában csak észlelt nemi különbségek léteznek. A vezetők által meghatározott dilemmák leginkább a munkavállalókkal való bánásmód kapcsán merült fel. Több esetben a méltányosság és az etikusság ütközése adja. Ezenkívül leggyakoribb olyan elvek sérülése is dilemmák vet fel, mint a tisztesség, a méltányosság, a céges érdekek, az igazságosság és a szabályok ütköznek egymással. Hogy erre milyen döntési választ ad egy-egy vezető, arra az etikai keretrendszerek adhatnak választ.

GULYÁS CLAUDIA
claudia.gulyas@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Deutsch Nikolett
Intézetvezető, BCE VFI

A TRANSZFORMATÍV LEADERSHIP SZEREPE A TANÁCSADÓI SZEKTORBAN

Dolgozatomban a transzformatív („átalakító") leadership jelentőségét vizsgálom a tanácsadói szektorban. Választ keresek arra, hogy a gyakorlatban milyen a transzformatív vezetői profil.

Elméleti háttérként áttekintem a XX. századi leadership-elméletek meghatározó irányzatait, majd kitérek a transzformatív vezető fogalmára és a vezetés alkotóelemeire. Említést teszek ezen vezetéselmélet sikerhez fűződő kapcsolatáról, továbbá foglalkozom a tanácsadó szektor sajátos jegyeivel és néhány nagyvállalat transzformatív leadership modelljével. E szakirodalomfeldolgozás alapján fogalmazok meg előfeltevéseket az átalakító vezetők viselkedésére vonatkozóan.

Empirikus kutatásom a transzformatív vezetőkkel készített szakértői interjúkra épít. Az átalakító vezetés mérésére a Többfaktorú vezetői kérdőívet (MLQ) használom, amelyet kutatók és szakemberek széles körben alkalmaznak. Kiegészítő eljárásként a Q-módszert alkalmazom. Ezzel a vizsgálati módszerrel részletes képet kaptam a vezetők attitűdjéről, véleményéről.

Összefoglalva, a tanácsadásban dolgozó vezetőket a transzformatív és a feltételes jutalmazás vezetési stílus jellemzi. A helyzetek kezelésekor elsősorban kapcsolat-orientált megközelítésük van, a döntéshozatalt tekintve pedig a demokratikus és a részvételi csoportba tartoznak. A mindennapi munkájuk során az alkalmazkodóképességet és a nyugodtságot tartják nélkülözhetetlennek. Ami pedig megkülönbözteti a transzformatív vezetőket más vezetőktől, az a szervezeti értékek példaképe, inspirálás, motiválás, közös küldetés kialakítása elemek.

MINTA

ARANY LÁSZLÓ
arany.laszlo12@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 4. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Popovics Péter András
egyetemi docens, DE GTK

A VEZETÉSI STÍLUS ÖSSZEHASONLÍTÁSA ÉS VIZSGÁLATA A NAGYVÁLLALATI ÉS A KKV SZEKTORBAN A SZELLEMI TEVÉKENYSÉGET VÉGZŐ MUNKAVÁLLALÓK ESETÉBEN

TDK dolgozatomban a vezetési stílusokat hasonlítottam össze és vizsgáltam a nagyvállalati és a kkv szektorban a szellemi tevékenységet végző munkavállalók esetében. A munkám fő célkitűzése a jó vezető képességeinek, tulajdonságainak meghatározása, mind munkavállalói, mind vezetői oldalról, valamint a multinacionális- és nagyvállalatoknál és a kis- és középvállalkozásoknál szükséges vezetői képességek és vezetői viselkedésmód értelmezése, a szükséges vezetési stílus meghatározása a munkavállalók maximális teljesítményének az eléréséhez és ezáltal a vállalkozás sikeres működése és a meghatározott célok teljesítésének érdekében.

5 db hipotézis segítségével vizsgáltam a vezetés különböző területeit. A hipotézisek vizsgálatához online kérdőíves adatgyűjtést alkalmaztam, mellyel a munkavállalói oldalt szólítottam meg, tőlük nyertem információkat. A vezetői oldalról az információk begyűjtése érdekében mélyinterjúkat készítettem.

Hipotéziseim vizsgálatánál statisztikai khi- négyzet próbát és kereszttábla elemzést végeztem. Az eredményeket a vizuálisan áttekinthetőség érdekében diagramokon ábrázoltam.

Összességében elmondható, hogy a kkv és a nagyvállalati vezetőknek vannak alaptulajdonságai, melyek általánosnak mondhatóak és vannak olyan speciális képességeik is melyek csak az egyénre jellemzőek. A szellemi munkát végző munkavállalók a kutatásom alapján a demokratikus stílust kedvelik a leginkább. A jó vezető szakmailag képzett, empatikus, alkalmas a pozíciójára, a kollégák felnéznek rá, tanulni tudnak tőle és fejlődni mellette. A jó vezetőnek feladata az alkalmazottak közötti emberi kapcsolatok ápolása és elérni a munkavállalók maximális teljesítményét és elégedettségét, illetve, hogy a szervezetben mindenki tisztában legyen a szervezeti célokkal.

Hipotéziseim bizonyítását három tényező figyelembevételével: a szakirodalom, a kérdőív válaszai és a mélyinterjúk alapján végeztem el.

MINTA

HAJDU FRANCISKA
franciska.hajdu@hotmail.hu
Vezetés és szervezés
MA, 4. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Barizsné Dr. habil. Hadházi Edit
egyetemi docens, DE GTK

AZ ÉRZELMI INTELLIGENCIA SZINT ÉS A TRANSZFORMÁCIÓS VEZETÉSI STÍLUS ÖSSZEFÜGGÉSÉNEK VIZSGÁLATA

Dolgozatomban egy mai modern téma vizsgálataként arra keresem a választ, hogy az érzelmi intelligencia szint és a transzformációs vezetési stílus kapcsolatban állnak-e egymással. A kutatás elméleti hátterének áttekintéséhez sorba veszem a vezetés definícióit, a különböző vezetési stílusokat, az érzelmi intelligenciát, és annak fejlesztési lehetőségeit. Külön kiemelem, mit jelent egy érzelmileg intelligens vezető a mai munkaerőpiacon, és miért fontos az ő jelenlétük a szervezetben.

Az elemzésemhez két független kérdőívet kapcsolok össze: az érzelmi intelligenciát jellemző kérdőívet, az AES-HU-t Kun és munkatársai (2011) magyar változatában, illetve a vezetési stílust jellemző kérdőívet, az LPI-t Kollár (2019) olvasatában. Az elemzés során három kérdésemre keresem a választ: az életkor befolyásolja-e az egyén érzelmi intelligencia szintjét; a vezetők magasabb érzelmi intelligencia szinttel rendelkeznek-e, mint a beosztottak; illetve a transzformatív vezetési stílus magasabb érzelmi intelligenciát vonz-e a vezetők körében.

Eredményeimmel összefüggéseket véltem felfedezni az életkor és az érzelmi intelligencia; illetve a szakmában eltöltött évek száma és az érzelmi intelligencia között, mely eredményeket hosszabban is kifejtettem. Az életkor növekedése és a szakmában eltöltött évek száma is pozitív összefüggésben állt eredményeim alapján az érzelmi intelligenciával, ám ennek okát a fenti elemzésekkel bizonyítani nem tudtam. Azonban elképzelhetőnek tartom, hogy az életkor növekedésével és szakmai-, valamint élettapasztalat szerzése által fejlődik az érzelmi intelligencia is. A vezetők és beosztottak érzelmi intelligencia szintjének összevetésekor nem találtam különbséget a két vizsgált csoport között, így ezen felvetésem elutasításra került.

A vezetési stílus elemzésénél klaszterekre bontással kezdtem az elemzést, mely jól láthatóan kirajzolta az adott stílusba tartozó vezetőket. A számomra releváns klasztert a transzformatív vezetést képviselők alkották, így az ő érzelmi intelligencia szintjüket hasonlítottam össze a további csoportokba tartozókéval. Elemzésem rámutatott arra, hogy a transzformatív vezetési stílust képviselők valóban magasabb érzelmi intelligencia szinttel jellemezhetők, mint a többiek, így az erre vonatkozó feltételezésem is elfogadásra került.

MINTA

KISS KRISZTINA
kk4487734@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 7. félév
Eszterházy Károly Katolikus Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Juhász István
adjunktus, EKKE GTK

AZ X ÉS Z GENERÁCIÓ VEZETÉSHEZ VALÓ VISZONYA ÉS JÓ VEZETŐRŐL ALKOTOTT ELKÉPZELÉSE MAGYARORSZÁGON 2021-BEN

Az egymást követő generációk más-más körülményekkel, hatásokkal érintkeznek, s így eltérnek bizonyos területeken, s ezt ma már kutatások is igazolják. Emellett, vezetőink nap mint nap részt vesznek életünk lefolyásában, pl. egy vállalat, egyetem, ország szintjén, de a munkahelyi élet kapcsán mindennapjainkat is. A két témát összevetve, a Z generációt és az X generációt hasonlítottam össze a vezetés témakörében való vélekedésük mentén, s saját kutatásom kérdőíves felmérés eszközével hajtottam végre. Mintavételezésem technikája nem véletlenen alapuló volt.

Kérdőívem a Microsoft Forms felületét igénybe véve készítettem el, s a Facebook felületén tettem közzé, s terjesztettem. Számos szűrőt alkalmaztam az eredmények megkívánt kritériumai végett, s így született meg a 257-es számosságú, a kutatásom szempontjából releváns mintám. A begyűjtött adatokat Excel táblázatban jelenítettem meg, a további számítások helyéül is ezen felület szolgált.
Kutatásom eredményeként elfogadott hipotéziseim:

- A Z generációhoz tartozó vizsgálati személyek összetettebb elvárásokat támasztanak vezetőikkel szemben, mint az X generáció szülöttei.
- A kutatásban résztvevő Z generációs egyének között nagyobb arányban találkozhatunk vezetői ambíciókkal.

Alábbiak pedig megdőltek:

- A Z generációhoz tartozó vizsgálati személyek kevésbé tartják nehéznek a vezetés feladatkörét.
- A Z generációs vizsgálati személyek számára sokkal elfogadhatóbb „jelenség” a női vezetés, mint az X generáció tagjai számára.
- A kutatásban résztvevő mindkét generáció képviselői rugalmatlanok a vezetők életkorát tekintve: meg kell haladnia a beosztottakét, de legalább elérnie azt.
- A kutatásban résztvevő két generáció képviselőinél eltérőek a fő motivációk vezetői munkakör betöltés kapcsán.

Összefoglaló értekezéseim: Vizsgálatom elején úgy véltem, képes leszek rávilágítani, hogy a vezetőkről való vélekedés pozitív-e vagy negatív. Nem így történt, nem a vezetők ítéletolvasata ez a dolgozat, sokkal inkább egy dombornyomat, hogy milyen és mekkora az általuk kifejtett hatás. A vezetőkkel szembeni elvárások lényegi részét az empatikus bánásmód és emberségesség alkotja. Ha nem is reprezentatív a kutatásom, mégis következtetni lehet általa bizonyos összefüggésekre, és érzékenyítő hatása lehet, s én azt könyveltem el magamban, hogy egy vezető legyen bölcs, használja a tudását, a bele helyezett ajándékot, vezessen, de eközben mindenekelőtt maradjon meg embernek.

MINTA

VARGA VIRÁG JUDIT
virag.varga4@stud.uni-corvinus.hu
Gazdálkodás és menedzsment
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Harmat Vanda Daniella
egyetemi tanársegéd, BCE VTI

ELTÉRŐ TERÜLETEN VÉGZETT VEZETŐK VEZETÉSI KOMPETENCIÁINAK VIZSGÁLATA KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A SOFT SKILLEKRE

Dolgozatomban a különböző felsőoktatási képzési területen végzett vezetők készségeit vizsgálom, külön hangsúlyt fektetve a soft skillekre, melyben azt célzom feltárni, hogy mi minden alakítja a vezetői szerep betöltéséhez szükséges készségek fejlődését, továbbá, hogy az eltérő szakterületeken végzett vezetők készségei közötti esetleges különbségek miből eredhetnek. A kutatás során kevert módszertant alkalmaztam. Az adatfelvétel strukturált interjúval és kérdőívvel történt, az adatok elemzését tartalomkódolással, illetve hipotézis-, azon belül is kapcsolatvizsgálattal végeztem. Az eredmények alapján láthatóvá vált, hogy a vezetők kompetenciáinak különbözősége az eltérő szakmai hátterük mellett a személyiségtípusokra, valamint a szocializációjuk során szerzett tapasztalatokra vezethető vissza.

MINTA

KISS VIRÁG ANNA
kiss.viraganna@gmail.com
Turizmus menedzsment
MSc, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:
Karakasné Dr. Morvay Klára PhD
főiskolai docens, BGE KVIK

EMBERI SIKERTÉNYEZŐK ÉS VEZETŐI JELLEMZŐK VIZSGÁLATA ÉS KATEGORIZÁLÁSA A SZÁLLODAIPARBAN

A sikert nehéz meghatározni, és számos kutató különböző definíciókat adott rá. A disszertáció hangsúlyozza az emberi szempontok, különösen a vezető személyiségének fontosságát a szállodaiparban törekvő és sikeres vezetővé válás szempontjából. A kutatás alapját továbbá a legjelentősebb vezetési elméletek vizsgálata képezte. Célom egy olyan keretrendszer kidolgozása, amely segíti a szakembereket a siker nem pénzügyi aspektusainak megértésében. A tanulmány azt is megvizsgálja, hogy a megkérdezett, a szállodaiparban vezetői pozíciót betöltő szakemberek milyen tulajdonságokban osztoznak.

A tanulmány a szállodai működést befolyásoló nem gazdasági elemekre összpontosít. E jellemzők feltárása kulcsfontosságú, mivel sok szálloda nem a rossz létesítmények, hanem a nem megfelelő vezetői képességek miatt bukik meg. A kutatás eredményeként megállapítható, hogy bizonyos tehetségek veleszületettek vagy tanulhatóak-e, valamint, hogy mennyire befolyásolja őket az egyén környezete.

A témámmal kapcsolatos tanulmányt főként kvalitatív megközelítéssel végeztem, amelyet aztán elemeztem és rendszereztem. Ezek az adatok segítettek megérteni, hogy az egyének sikertényezői többnyire hasonlóak, és hogy a folyamatos önfejlesztés a siker döntő alapja. Kutatásom során jobban megérthettem a szállodai vezetői készségek összetett világát.

A tanulmány a vezetési elméleteket, a kritikus sikerkritériumokat, a teljesítménymérési módszereket, a szállodaipar kritikus KPI-t, valamint a hatékony és sikeres vezetéshez szükséges kompetenciákat vizsgálta. Felismertem, hogy a szállodaiparban való sikerességhez nem csak az üzlet materiális részeit kell megvizsgálni. Az emberi aspektusok olyan megfoghatatlan tulajdonságok, amelyeket nehéz számszerűsíteni, de fontos szerepet játszanak a vállalat küldetésének teljesítésében.

MUTA

VASS RÓZSA JOHANNA
rozsajv@gmail.com
Vezetés és szervezés
MSc, 4. félév
Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Szabó Zsolt Roland,
egyetemi docens, SZE KGK

NŐI SÉFEK SIKERRECEPTJE

A vezető szerepet magában a vendéglátásban, alapvetően a férfiak dominálják, azonban feltörekvő női szereplőket azonosíthatunk; van köztük olyan, aki Michelin csillagot szerzett éttermének, illetve akik a nemzetközi gasztro térképre segítették Magyarország feljutását. Célom volt, hogy megismerjem „sikerreceptjüket" és abból tudományos következtetéseket és gyakorlati javaslatokat is megfogalmazzak.

A témát több módszer segítségével jártam körül interpretativista megközelítésből. A kvalitatív kutatásokat szakirodalmi feldolgozás előzte meg. Az empírikus vizsgálatok során, egyrészről a nemzetközi sikeres példák megismerése érdekében a Netflixen megjelenő Chef's Table c. sorozat 8 női életutat bemutató részeit elemeztem.

Ebben a sorozatban ismerhettem meg olyan hölgyet, akinek egy konkrét falat kell konyhája elé húzni, így a vendégek nem láthatják, hogy nő, de akad olyan példa is, aki büszkén vállalja nemét. Különböző karaktereket találtam interjúkészítéseim során is. 7 női séffel, cukrászséffel és fősommelier-vel készítettem interjút. Itt megjelenik már a nemtelen konyhai abúzus és a szexuális zaklatás.

Eredményeim között bemutatom mi lehet a női sikeresség receptje, van-e testi-lelki akadálya annak, hogy valaki megállja a helyét a vendéglátásban vagy hogy megjelenik-e a szexuális zaklatás a munkahelyen.

Dolgozatom elkészítése segítséget nyújt azoknak a fiatal hölgyeknek, akik nem kizárólag a vendéglátás iránt elhivatottak, de saját szakmájukban is a kiteljesedésre vágynak.

MTA

VARGA KATALIN
katalin.varga.suri@gmail.com
Master of business administration
MSc, 4. félév
Budapesti Metropolitan Egyetem
Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:
Erdeiné Dr. Késmárki Gally Szilvia
főiskolai tanár, METU ÜKTF

SZUN-CE: A HÁBORÚ MŰVÉSZETE ÉS A MODERN KORI VEZETÉS ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE

A tudományos kutatás témája Szun-ce ókori kínai hadvezér A háború művészete című hadtudományi, stratégiai művének a modern kori menedzsmenttel történő összehasonlító elemzése.

A modern kori menedzsment két irányból is az összehasonlítás alapja: egyfelől a klasszikus vezetéstudomány nagy alakjainak fundamentális jelentőségű művei mentén, másfelől a mai kor vezetőjének gyakorlata alapján.

A szakirodalmi feldolgozásban a vezetéstudomány első műveinek – Frederick Winslow Taylor: A tudományos vezetés alapelvei, valamint Henri Fayol: Az általános és ipari menedzsment – leglényegesebbnek ítélt részei adják az összehasonlítás alapját. E mellett Szun-ce művének XIII fejezete a mai kornak megfelelő értelmezést nyert.

A szakirodalmi feldolgozást követően interjúk formájában történt meg a primer kutatás, elsősorban Szun-ce művének meghatározó alapvetéseiből kiindulva. A vizsgálat egyéni alkalmakon történt, 5 releváns vezetői tapasztalattal rendelkező személy részvételével.

A tudományos kutatás célkitűzése az összehasonlítás mellett meghatározni a konkrét egyezőségeket a kutatási kérdésekre adott válaszok, a klasszikus vezetéstudomány és az ókori mű tartalma között, illetve ezek mentén azonosítani a sikeres vezetés irányelveit.

A kutatás célja teljesült, az összehasonlítás elemeinek nagyobb része igazolást nyert, néhány esetben eltérés mutatkozott. Számos konkrét egyezőséget sikerült azonosítani Szun-ce műve és a modern kori vezetés szakirodalma, valamint gyakorlata között mind a people menedzsment, mind a stratégiaalkotás tekintetében.

Az eltérések mindegyike betudható a történelmi korok közti különbségeknek, hiszen amíg a ~2500 évvel ezelőtt íródott mű a hadtudomány témájában készült, addig a mai vezetői gyakorlat, a vállalatvezetés annak természetéből adódóan egy békésebb, könnyebb körülményként írható le egy háborús szituációhoz képest.

MINTA

OLVASZTÓ ZSÓFIA
zsofi.olvaszto@gmail.com
Emberi erőforrások
MA, 4. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Filep Roland
tanársegéd, DE GTK

VEZETÉSI STÍLUS TÖBB PERSPEKTÍVÁS VIZSGÁLATA

A munkahelyi légkör minősége sok ember számára ok lehet a munkahelyváltásra. Ennek elkerülése érdekében fontos, hogy egy szervezetnél a megfelelő vezetési stílus legyen jelen, hiszen az kihat a légkörre, a munkavállalók teljesítményére, ezáltal pedig a szervezet teljesítményére is. Úgy gondolom, hogy témám vizsgálata egy szálloda esetében kifejezetten hasznos, mivel a turizmus-vendéglátás iparágában jellemző, hogy a személyzet alapján értékelik a vendégek a szállodák sikerességét. Ezen szempontból pedig igen fontos, hogy a munkavállalók teljesítménye megfelelő legyen, amelyet nagyban befolyásol a vezetési stílus minősége. Témám fontosságát erősíti továbbá a COVID-19 vírus okozta gazdasági helyzet, melyet a turizmus-vendéglátás iparága szenvedett meg leginkább.

Dolgozatomban ezért egy hajdúszoboszlói négy csillagos szállodánál vizsgáltam több perspektíván keresztül a vezetési stílushoz való hozzáállást, valamint a szervezetnél jelenlevő stílust. További célkitűzésem volt még, hogy megvizsgáljam a munkavállalók vezetőkkel és a szervezeti kommunikációval kapcsolatos elégedettsége milyen kapcsolatban áll a különböző munkahelyi szituációkkal.

A vezetési stílus témájának feltárását egy szakirodalmi áttekintés lefolytatásával kezdtem, amely során tisztáztam a vezetési stílussal kapcsolatos fogalmakat, valamint bemutattam a különböző vezetési stílus elméleteket. Ezt követően megkezdhettem a primer kutatásomat. Elsőként egy félig strukturált interjút folytattam le a vezetői oldal megismerése céljából. Az interjú feldolgozása és eredményeinek kiértékelése után, azokat alapul véve, készítettem el a kérdőíves vizsgálatomat, amellyel a dolgozói nézőpontot igyekeztem feltárni. A két vizsgálat együttes alkalmazása értékes eredményekhez juttatott.

A vizsgálatom eredményei alapján egy sokrétű képet kaptam a mintában részt vevő szállodai dolgozók vezetési stílussal kapcsolatos gondolatairól. A legfontosabb levont következtetésekből kiderült, hogy a szálloda dolgozói pozitívan viszonyulnak a vezetési stílushoz, feladatközpontúnak látják a szálloda stílusát, valamint kiderült, hogy a megbecsülés érzése és a döntéshozatalba való beleszólás lehetősége hozhatók összefüggésbe az elégedettségükkel. Ezek alapján javaslatokat tudtam megfogalmazni a szálloda számára, melyek a vezetői képzések bevezetése, a megtartásmenedzsment kidolgozása, valamint egy HR szakember alkalmazása. Úgy gondolom, hogy ezek figyelembe vételével növelhetik a szálloda sikerességét.

MINTA

Világgazdaság - A világgazdaság aktuális kérdései és kihívásai

Elnök:	Dr. habil. Bozsik Norbert	MATE-KRC AÉGI
Társelnök:	Dr. Antalóczy Katalin	BGE KKK
Tag:	Dr. Csugány Julianna	EKKE GTK
Tag:	Dr. Endrődi-Kovács Viktória	BCE Globális Tanulmányok Intézet

MINTA

GERA TAMÁS
gera990325@gmail.com
Műszaki menedzser
BSc, 7. félév
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:
Dr. habil. Csiszárik-Kocsir Ágnes
egyetemi docens, OE KGK

A COVID-19 GAZDASÁGI HATÁSAI A LÉGIKÖZLEKEDÉSI IPARÁGRA

Ebből a dolgozatból átfogó ismeretet kaphatunk a légiközlekedési iparág helyzetéről a COVID-19 járvány időszaka alatt. Összehasonlításra került, a pandémiás és az az előtti időszak, illetve elemzi a végbement változásokat. Bemutatja a dolgozat a megírásának idején fennálló állapotot, hogy eddig a különböző iparági szereplők hogyan reagálták le és alkalmazkodtak a példa nélküli krízishez. Elemez továbbá egy 125 fő által kitöltött kutatást is, amely szintén azt vizsgálta, hogy a megkérdezettek életében milyen változásokat gyakorolt a koronavírus járvány a légiutazások szempontjából. Végezetül pedig levonja a következtetéseket és mérlegeli a jövőre vonatkozó kilátásokat és változásokat.

MINTA

BARTA BENCE
bartabenc@gmail.com
Kereskedelem és marketing
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:
Dr. Pintér Tibor PhD
egyetemi docens, BGE KVIK

A FORMÁLÓDÓ ÚJ VILÁGREND

Dolgozatomban a különböző nagyhatalmakat, valamint a gazdasági tendenciájukat vizsgálom a különféle összgazdasági teljesítményi mutatókkal, és ezáltal számot adok a formálódó új világrendről. Kutatásomban figyelembe vettem az aktuális makrogazdasági híreket, eseményeket, és ezeket összegyűjtve kísérlem meg az új világrendet irányító nagyhatalom, illetve nagyhatalmak bemutatását. Három hipotézist fogalmaztam meg az új világrend átalakulására, melyek a következőek voltak.
H1: Oroszország és Kína együttes gazdasági tendenciái a globális erősödésükre utalnak az Egyesült Államok rovására.
H2: Kína jelentős térnyerése Ázsia és a Csendes-óceáni térségben az „Egy Övezet, Egy Út" program segítségével valósult meg.
H3: A vizsgált térségek tekintetében a külkereskedelmi egyenleg tendenciái arra utalnak, hogy az Egyesült Államok dominanciája kifejezetten gyengül.

A hipotézisek vizsgálata során különböző nemzetközi szervezetek publikált adatsorait vetettem össze, illetve arányosítottam egymással, ezekhez pedig saját szerkesztésű diagrammokat és táblázatokat készítettem az adatgyűjtés során keletkezett adatbázisra támaszkodva. Két fő szerkezeti egységben interpretáltam a vizsgálati eredményeket. A dolgozat első fejezetében szakirodalomi elemzést végeztem, majd a szekunder adatokra alapozva egy elemző fejezetben a megfogalmazott hipotézisek elfogadhatóságát vizsgáltam. A dolgozat ilyen módon új tudományos eredményeket mutat be az olvasó számára. A megfogalmazott hipotéziseket az eredmények ismeretében elfogadhatónak tartom. Arra az eredményre jutottam, hogy Oroszország és Kína együttes gazdasági tendenciái a globális erősödésükre utalnak, mely az Egyesült Államok rovására történik. Erre engednek következtetni a múltbéli adatok, események, továbbá a 2022-es események. Második hipotézisem is igazolódott, hiszen Kína térnyerése megvalósult Ázsiában és a Csendes-óceáni térségben az „Egy Övezet, Egy Út" program által. Kína lett a gerince az új eurázsiai központnak, hiszen különböző politikai, pénzügyi továbbá kereskedelemi partnerséget alakított ki az itt jelenlévő országokkal, és ezáltal egyeduralkodóvá vált a térségben. Harmadik hipotézisemet is elfogadottnak tartom, hiszen a vizsgált térségek külkereskedelmi egyenleg tendenciái arra engednek következtetni, hogy az Egyesült Államok dominanciája gyengül, ugyanis negatív külkereskedelmi egyenleget produkál a kezdetek óta, továbbá hatalmas államadóssága van. Összességében tehát az adatok alapján arra lehet következtetni, hogy egy új világrend formálódik.

KISS ZOLTÁN
zolimaj.11@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 5. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Tőkés Tibor
egyetemi docens, DE GTK

A HIDEGHÁBORÚ ÉS A XXI. SZÁZADI GEOPOLITIKA KAPCSOLATA

Az elmúlt évszázadban világunk olyan változásokon ment át, amelyek azelőtt elképzelhetetlenek voltak. A politikai, gazdasági és társadalmi rendszerben végbement változások, a technológiai fejlődés egy teljesen új korszakba kalauzolt minket, melyben az államok és más politika entitások helyzete korántsem olyan egyszerű, mint például a középkor uralkodói és földesurai számára.

A globalizáció hálói által átszőtt világ, a nagyhatalmi vetélkedés új dimenziói, pusztítóbbnál pusztítóbb fegyverek és az emberiségben fellelhető ideológiai, gazdasági, vallási és etnikai ellentétek a nemzetközi rendet olyan közegbe helyezték, melynek megismeréséhez és megértéséhez még sok idő szükséges, de ez nem jelenti azt, hogy egy teljesen új világba csöppentünk. A hegemón hatalom kiépítése már ősidők óta minden hatalom legfelsőbb célja és ez a mai napig nem változott. Munkám során legfőbb célom feltárni a hidegháborús korszak eseményeit és párhuzamba hozni azokat a modern geopolitikai és nemzetközi helyzettel, rámutatva arra, hogy bár világunk rengeteg változáson ment keresztül, rengeteg folyamat, a világhatalomhoz vezető út és ezen út végének elérésének feltételei jelentős hasonlóságot mutat a négy és fél évtizeden át tartó szembenállással.

Ezen cél eléréshez szekunder kutatások segítségével próbát teszek ismertetni a hidegháború legfőbb eseményeit és mozgatórugóit, illetve elsajátítani a geopolitikai gondolkodásmód alapjait, ennek segítségével megvizsgálni az elmúlt harminc év legfőbb eseményeit, szereplőit, azok előnyeit, hátrányait, lehetőségeit és a rájuk leselkedő veszélyeket. A dolgozat során szcenáriók felépítésével próbálunk választ adni arra, hogy a jelenlegi világhatalomért folyó harc milyen formákat ölthet a főbb hatalmak kapcsolatai révén.

A hegemóniára törő hatalmak között lejátszódó folyamatok jelentős hasonlóságot mutatnak a hidegháborús folyamatokkal. Annak ellenére, hogy az idők megváltoztak a lényeg megmaradt. A világhatalom kiépítése és megszilárdítása a nagyhatalom fő célja. Ehhez minden gazdasági, politikai és társadalmi erejüket felhasználják. A hatalmak elé sok lehetőség tárul, a közöttük lévő kooperáció jelentős előnyökkel származhat, de ennek formája jelen állás szerint nem pontosan előrejelezhető.

MUNKA

MEZŐ DÓRA
mezodorka9@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 7. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Erdey László
egyetemi docens, DE GTK

A JÖVEDELMI EGYENLŐTLENSÉG HATÁSA A GAZDASÁGI NÖVEKEDÉSRE LATIN-AMERIKÁBAN

Dolgozatom a jövedelmi egyenlőtlenség gazdasági növekedésre gyakorolt hatásának bemutatásával foglalkozik, kiemelten vizsgálva a latin-amerikai régiót, mely az egyenlőtlenségek tekintetében kirívóan magas értékekkel rendelkezik. Elsődleges szándékom a kérdéskör általános megismerése volt a megfelelő szakirodalmak összegyűjtésével és az eredményeik értékelésével. Az egyenlőtlenség és a gazdaság relációjával kapcsolatos szempontok bemutatását követően az említett tényezők gyakorlati megvalósulását vizsgálom részletbe menően kilenc latin-amerikai ország esetében. Az országokat gazdasági súlyuk, illetve az adatelérhetőség figyelembevételével választottam, így Argentína, Bolívia, Brazília, Chile, Kolumbia, Mexikó, Paraguay és Uruguay az elsődlegesen vizsgált államok.

Módszertan tekintetében egyaránt hagyatkozok szekunder és primer vizsgálatokra is. Szekunder adatgyűjtést végezve egy rövid történelmi áttekintés mellett négy fő dimenziót vizsgálok a régió tekintetében, melyeken keresztül az egyenlőtlenség hatást gyakorolhat a növekedésre. A négy fő szempont az egyenlőtlenség okozta politikai instabilitás, a humánerőforrás-befektetésekhez történő egyenlőtlen hozzáférés, a redisztribúciós politika és kormányzati intézkedések és az egyenlőtlen társadalmi helyzetben történő válságkezelés. Az így leírt és megismert gazdasági környezet szolgáltat háttért a primer kutatásom eredményéhez. Regresszió-analízist végzek a jövedelmi egyenlőtlenség gazdasági növekedésre gyakorolt hatásáról, így saját számítási adatokkal is alátámasztva az elméleti megközelítésben szerzett eredményeket.

A végzett megfigyelések tekintetében elmondható, hogy a rendkívül magas jövedelmi egyenlőtlenség Latin-Amerikában mérhetően káros hatással van a gazdasági növekedésre, és potenciális oka lehet a térség lemaradásának. A probléma feloldása érdekében a végzett kutatásom alapján lehetséges megoldásnak tartom az állami intézményrendszerek jogi és politikai értelemben vett megerősítését, a humánerőforrásba történő befektetések ösztönzését – különösen az oktatáshoz történő jövedelmi helyzettől független hozzáférhetőség tekintetében – illetve a redisztribúciós intézkedések újra gondolását, különös figyelmet fektetve a releváns célcsoport kiválasztására és a hatékony kivitelezésre.

MINTA

BIRÓ PÉTER
biropeter.bir9@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Dr. Csekő Katalin
egyetemi docens, BGE KKK

VAGYON BEFAGYASZTÁS ÉS BLOKKOLT SZÁMLÁK

A vizsgált témám a vagyon befagyasztás és blokkolt számlák. A téma jelenleg sajnos igen aktuális, ugyanis az orosz-ukrán konfliktus alatt sokszor hallhattunk erről a szankciótípusról. Azonban nem közvetlenül ezt a konfliktust fogom vizsgálni, hanem általánosságban foglalkozom a vagyon befagyasztással.

Szeretném feltárni, hogy a vagyon befagyasztás, hol helyezkedik el az országok szankciói között és milyen szerepet tölt be. Elsősorban a vagyon befagyasztás szankciós alapjait szeretném megismerni, a konkrét hatásait és mibenlétét talán egy újabb kutatás keretében. Jelenleg sokkal inkább a kontextusba helyezést részesíteném előnyben. Ez nem jelenti azt, hogy ne térnék ki a vagyon befagyasztás részleteire, mint sajátossága, gyakorlati alkalmazása és konkrét esetei. A szankció ismertetése során fény derül az emberekre való közvetlen hatására, jogi alkalmazási környezetén keresztül.

A kutatásom során sok jogi szöveget mutatok be, korábbi leíró esetek mellett. Az USA, EU hivatalos oldalairól fog kikerülni a forrásaim döntő többsége. Ezen szekunder információ szerzést szeretném színesíteni egy kérdőívvel. A kérdőívben a reprezentatívitásra törekszem, szeretném a gazdasági tanulmányokat folytató vagy nem rég végzett hallgatókat kikérdezni, van-e előismeretük ebben a témában. A kérdőív főcélja a színesítés és az átlag vélekedés bemutatása a vagyon befagyasztásról.

Végezetül egy pár plusz információ, ami még fontos lehet. A dolgozatot angol nyelven készítem, ugyanis a források döntő hányada amúgy is angol nyelvű lenne. Ezenkívül a TDK dolgozatomat szeretném továbbfejleszteni szakdolgozattá, mert a téma jelentős része még kidolgozatlan, amire további erőforrásokra van szükség és nem hagynám ezen témát feltáratlanul!

MINTA

KOVÁCS KINGA VIRÁG
kovacskingavirag@gmail.com
Közigazgatás-szervező
BA, 4. félév
Nemzeti Közszolgálati Egyetem
Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar

Témavezető:
Marton Ádám
tanársegéd, NKE ÁNTK

A VÉDELEMGAZDASÁGTAN ÉS A HADITENGERÉSZET ÖSSZEFÜGGÉSEI A TENGERI KERESKEDELEM PERSPEKTÍVÁJÁBÓL

A védelmi gazdaságtan a közgazdaságtannak egy olyan interdiszciplináris ágát képezi, mely az újfajta kihívásokra az adott ország védelmével összefüggő kérdések elemzésével hivatott megoldást találni, kezelve a keletkezett nemzetközi konfliktusokat és katonai bizonytalanságokat. A gyorsuló globalizációnak és a folyamatosan változó és eszkalálódó kihívásoknak köszönhetően egyre nehezebb a biztonság fenntartása. Mindazonáltal a biztonságnak ára van. Nem csak háború, de béke idején is kulcsfontosságú, hogy egy ország védelmi kiadásai lehetővé tegyék hadseregük olyan szintű fejlesztését, mely az ellenséget egy támadástól elriasztja. Éppen ezért, az elmúlt években a védelmi kiadások az folyamatosan emelkedtek, ezzel hatást gyakorolva egy állam gazdaságára a jövedelemeltolódás, vagy akár a befektetési hatás révén. A ráfordított kiadások mértékét GDP arányában mérik, más megfogalmazásban, egy ország katonai terheként definiálják. Egy ország gazdasága esetén elengedhetetlen a nemzetközi kereskedelem, melynek napjainkban jelentős része a nemzetközi vizeken zajlik, ami tökéletes helyszínt képez egy ország gazdaságának meggyengítésére, akár hajózásuk akadályozásával, akár a katonai ellátási lánc meggyengítésével. Ebből kifolyólag a tengeri kereskedelem során a haditengerészet jelenléte nélkülözhetetlen, biztosítva azon útvonalakat, melyek képesek befolyásolni a világ gazdaságát. Az olaj jelentős része, mint legkeresettebb árucikkek egyike, a vízi kereskedelem révén jut a különböző országokba, ám a napjainkban zajló konfliktusok képesek mind a szállítását, mind pedig az árát jelentősen befolyásolni. Példának okán említve az Egyesült Államok és Irán közötti feszült helyzet, mely képes olyan incidensekhez vezetni, amik veszélyeztetik a világ gazdaságában jelentős szerepet elfoglaló kőolaj árát. A haditengerészetre fordított védelmi kiadások képesek lehetnek pozitívan érinteni a gazdaságot, hiszen ha képes a haderőnem bizonyos incidensek elkerülését biztosítani, akkor képes bizonyos gazdasági válságok megakadályozásra is. Dolgozatomban az event study módszert alkalmazva szeretném az egyes hipotéziseket vizsgálni. Az USA és Irán konfliktus által kialakult, tankerhajók ellen elkövetett támadás pozitív vagy negatív abnormális hozamhoz vezetett? Tud-e egyetlen incidens hatást gyakorolni a kőolaj árára és milyen szereppel bír ebben az esetben a haditengerészet?

MINTA

TORY ESZTER
toryeszter@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Dr. Ferkelt Balázs PhD
egyetemi docens, BGE KKK

VISEGRÁD: VENERUNT, VIDERUNT, VINCERE. VISEGRÁD: JÖTTEK, LÁTTAK, GYŐZNEK

1991-ben Magyarországot, Lengyelországot és Csehszlovákiát az európai integrációhoz való csatlakozás és egy regionális együttműködés létrehozatala vezérelte a Visegrádi Együttműködés megalakításában. A közös történelmi múlt, a hasonló gazdasági helyzet és a földrajzi közelség szilárd alapot adtak az országok közötti szövetségnek. Az eredetileg kitűzött célok mára teljesültek: mind a négy ország tagja az Európai Uniónak és létrejött a Visegrádi Együttműködés. Kérdés azonban, hogy milyen hatással van napjainkban az együttműködés a tagországok, illetve Európa gazdaságára?

Dolgozatomban azt vizsgálom, hogy hogyan változott a visegrádi országok egymás közötti és más országokkal való gazdasági és kereskedelmi együttműködése az elmúlt évtizedben. A kérdés megválaszolásához az Eurostat által közzétett adatokat elemzem.

Külön figyelmet fordítok a térség Európai Unióban, illetve a világgazdaságban betöltött jelentőségének változására.

Feltételezésem szerint a Visegrádi Együttműködés fontossága mind regionális, mind globális szinten nőtt az elmúlt évtizedben. Az eredetileg kitűzött célokon túl, a visegrádi országok egymás kiemelkedő gazdasági partnerei lettek az Európai Unióhoz való csatlakozást követően.

MTA

Világgazdaság - Európai Unió és Kelet-Közép-Európa

Elnök:	Dr. habil. Tőkés Tibor	DE GTK
Társelnök:	Prof. Dr. Losoncz Miklós	BGE PSZK
Tag:	Dr. Remsei Sándor	SZE KGK
Tag:	Dr. Vigvári Gábor	BCE GTI

MTA

SZŰCS SÁNDOR
szucssandor731@gmail.com
Gazdálkodás és menedzsment
BA, 7. félév
Nyíregyházi Egyetem

Témavezető:
Dr. Nagy Zsuzsanna
főiskolai docens, NYE GTI

A BREXIT ÉS ANNAK GAZDASÁGI, TÁRSADALMI HATÁSAI

Az Európai Unió létezése és működése alapvetőnek tekintendő a 21. században, habár a létezését különböző tényezők és válságok fenyegetik időről időre. A 2016-os Brexit referendum után szembe kell néznie az európai közösségnek azzal, hogy az Unióba nem csak bevezet az út, hanem sajnos ki is lehet lépni a közösségből.

Sok kérdés merülhet fel ezzel kapcsolatban. Mik lehetnek a potenciális okok, amiért kiléphetnek egyes tagállamok az Unióból? Milyen hasznot remélhetnek a potenciális kilépők a közösségen kívül? Megérte-e a Brexitet az a több mint 6 éve tartó feszültségek és csaták politikai, szociológiai, társadalmi, de legfőbbképpen gazdasági szempontokból?

Jelen TDK dolgozat a gazdasági és a társadalmi hatásokra kíván válaszolni. Fő célom az, hogy gazdasági és társadalmi szempontból körbejárjam a Brexitet, amely egy összetett politikai, társadalmi, és gazdasági eseménysorozat.

Azért, hogy a fent említett kérdésekre válaszolni tudjunk, külföldi, idegennyelvű forrásokat használtam fel, hogy felvezesse a Brexit megállapodások két nagy egyezményét, és az általuk kiváltott hatásokat az Egyesült Királyságon belül. A felhasznált adatok, és ismeretek is javarészt külföldi adatbázisokból kerültek felhasználásara, értékelésükre pedig leíró statisztikai módszereket szeretnék alkalmazni, amelyeket makroökonómiai szempontból szeretnék megközelíteni.

Jelen TDK dolgozatot arra szeretném felhasználni, hogy megállapíthassam azt, hogy az Egyesült Királyságnak (UK-nak) ténylegesen megérte-e a kilépés az Unióból gazdasági, és társadalmi szempontból?

Előzetesen azt feltételezzük, hogy közgazdasági szempontból nem érte meg a kilépés, és azt is meg szeretném állapítani, hogy hol található az az áldozat, amelyet egy adott ország, adott társadalmi csoportjai hajlandóak meghozni a teljes függetlenségért, amely az EU-tól való, valamilyen szintű elszakadást feltételez.

MINTA

PÁZMÁNY KATALIN
pazmany.katalin2915@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 5. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Kaposi Zoltán
egyetemi tanár, PTE KTK

A BREXIT GAZDASÁGI ÉS TÁRSADALMI HATÁSAI

Az Egyesült Királyság 2016. június 23-án népszavazást tartott az ország Európai Uniós tagságáról. Az eredmény mindenkit ledöbbentett: megszületett döntés szerint a szigetország elsőként elhagyja az Európai Uniót. Ez a példátlan esemény globálisan hatással lévő események sorozatát indította meg, aktualitása mindmáig megkérdőjelezhetetlen. Mivel az EU-ból korábban még nem lépett ki egyetlen ország sem, ezért úgy gondoltam, érdemes megvizsgálni, hogy az Unió egyik legnagyobb és leggazdagabb országa, az Egyesült Királyság esetében mi vezetett oda, hogy az ország otthagyta a közösséget.

Kutatásom során a következő kérdésekre kerestem a válaszokat: Hogyan és milyen körülmények között jött létre a Brexit, milyen út vezetett a kilépéshez, s annak milyen hatása volt az Egyesült Királyság gazdaságára? Eltér-e a Brexitről a Magyarországon élő magyarok álláspontja az Angliában élő magyarokétól, valamint, hogy milyen területeken van leginkább hatással a Brexit az Angliában élő magyarokra?

Dolgozatomat egy gazdaságtörténeti áttekintéssel kezdem, amit az integráció és azt követő folyamatok bemutatásával folytattam. Ezt követően bemutattam a referendumot, annak körülményeit, eredményeit. Ezt követően gazdasági mutatók segítségével a Brexit rövid és hosszú távú gazdasági hatásait analizálom. Kutatásomat kérdőíves és mélyinterjús elemzéssel fejeztem be, amelynek során a Magyarországon és Angliában élő magyarok álláspontját vizsgáltam meg és vetettem össze.

Kutatásom eredményei közül kiemelem, hogy átfogó és rendszerezett képet sikerült adnom a Brexitről, annak előzményeiről, következményeiről és közéleti hatásairól, s ezzel együtt kritikai áttekintést adhattam az Egyesült Királyság gazdaságának változásáról. Szakirodalmi, statisztikai és megkérdezéses módszerek együttesével próbáltam reálisan bemutatni a Brexit hátrányait és lehetséges előnyeit.

MUTA

BALOGH SZABOLCS SÁNDOR
balogh.szabolcs.gahczk@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Dr. Ferkelt Balázs PhD
egyetemi docens, BGE KKK

A BREXIT HATÁSA NÉMETORSZÁG ÉS AZ EGYESÜLT KIRÁLYSÁG GAZDASÁGI KERESKEDELMI KAPCSOLATRENDSZERÉRE KÜLÖNÖS TEKINTETTEL AZ AUTÓIPARRA ÉS FRANKFURT PÉNZÜGYI KÖZPONT SZEREPÉRE

2016. június 23-án az Egyesült Királyság népszavazást követően úgy döntött, hogy ki fog lépni az Európai Unióból. A népszavazás után 3 és fél évvel később történt meg jogilag a kilépés, majd rengeteg olykor zátonyra futott tárgyalás után sikerült 2020 december végén egy olyan megállapodást kötni, mely már a két fél közötti gazdasági-kereskedelmi kapcsolatot is meghatározta, még ha még mindig nem teljesen, hiszen dolgozatom írásakor a pénzügyi szektor máig nincs kielégítően rendezve.

Annak ellenére, hogy az átmeneti időszakban az Egyesült Királyság a belső piacban maradt, a Brexit utáni években 2019-ig a kereskedelem volumene több mint 10 milliárd euróval csökkent. Az árukereskedelmi statisztikákat vizsgálva hamar kiderül, hogy az autóipari export és import esett vissza a legnagyobb mértékben. Emellett a londoni pénzügyi szektorban, mely eddig a közös piacon egyértelműen legnagyobb volt, nagyméretű átrendeződések indultak meg hiszen a közös piacból kieső London versenyképessége is sérült. A népszavazás közvetlen következményeként számos pénzügyi szereplő csoportosított át erőforrásokat az unióba, valamint az Európai Bankhatóság is átköltözött Párizsba. London után számos kontinentális európai város felmerült, mint lehetséges pénzügyi központ (például Párizs, Dublin, Frankfurt am Main). A kutatás során ezek esélyét fogom vizsgálni Frankfurt am Main-ra koncentrálva.

Dolgozatomban az Egyesült Királyság és Németország közötti áru- és szolgáltatáskereskedelmi kapcsolatot vizsgálom részletesebben. Németország az európai blokk meghatározó gazdasági szereplője, s a kilépő országgal folytatott kereskedelme az Európai Unió más országainak számára is jelentőséggel bír. Emellett annak esélyét elemzem, hogy Frankfurt am Main lehet-e a közös piacból kieső London után az unió vezető pénzügyi központja.

Kutatásomhoz angol magyar és német nyelvű forrásokat használtam fel. Nemzetközi szervezetek, EU és Németország szövetségi és Hessen tartományi statisztikáit dolgoztam fel, valamint európai uniós jogforrásokat is segítségül vettem. Munkám során ezeket a témákat fogom körbejárni nemzetközi adatok segítségével és arra a kérdésre fogok választ keresni, hogy a tényleges kilépést megelőző években mennyire történt-e számottevő változás az unió két legnagyobb gazdasága között és ha igen, miért és milyen síkokon történt meg ez a változás, és ez mit jelenthet a partnerek számára jövőre nézve, illetve tényleg Frankfurt am Main lehet-e az Európai Unió új pénzügyi központja.

MUNKA

STRACK FRANK
strackfrank1@gmail.com
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás
MSc, 3. félév
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Neumanné Dr. Virág Ildikó
egyetemi docens, PE GTK

A BREXIT LEHETSÉGES HATÁSAINAK VIZSGÁLATA A KERESKEDELEM ÉS A KÖLTSÉGVETÉS TERÜLETÉN

A kutatás elsődleges célja, hogy fényt derítsen az Egyesült Királyság kilépésével bekövetkező gazdasági, pénzügyi, illetve kereskedelmi változásokra az Európai Unióban. Két főbb terület bemutatására kerül sor. Az egyik terület a Brexitet követő gazdasági, pénzügyi helyzet elemzése, az Európai Unió közös költségvetésében várhatóan bekövetkező változások bemutatása. Fontos tényező az Unió közös költségvetésébe való befizetés mértékének meghatározása, az Európai Uniótól származó támogatások vizsgálata, illetve ezen két adat alapján a nettó egyenleg meghatározása országonként. Az Európai Bizottság minden évben közzéteszi, hogy egyes országok mekkora összeggel járultak hozzá a közös költségvetéshez az adott időszakban. A 2014 és 2019 közötti időszak adatainak elemzését követően pontos képet kaphatunk arról, hogy az Egyesült Királyság, mint az egyik legnagyobb befizető állam kiesése, mekkora pénzügyi hiányt eredményezhet az Európai Unió, illetve a tagországok számára. A második terület a kereskedelem vizsgálata a két fél között. Az Eurostat, illetve a brit Nemzetközi Statisztikai Iroda adatai alapján elemzésre kerül, hogy a teljes Európai Uniós exportból, importból, az Unión belül, illetve kívül mekkora részt vállalt az Egyesült Királyság. A brit Nemzetközi Statisztikai Iroda adatai alapján további vizsgálatra kerül a font árfolyamának változása a Brexitet követően, a brit export mértékének alakulása az Európai Uniós tagállamok felé, és ezen két tényező kapcsolata. A nettó közvetlen külföldi befektetések segítségével elemzésre kerül, hogy az Európai Uniós tagság megléte a befektetések szempontjából kedvezően, vagy negatívan hatott a 2004-ben csatlakozott országok egy részére, ezáltal következtetést vonhatunk le afelől, hogy az Egyesült Királyságot a jövőben hogyan érintheti a kilépés.

MTA

BALOGH SZABOLCS SÁNDOR
balogh.szabolcs.gahczk@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Dr. Antalóczy Katalin CSc
főiskolai tanár, BGE KKK

A BREXIT OKAINAK VIZSGÁLATA RODRIK TRILEMMÁJÁN KERESZTÜL, AVAGY SIKERÜLT-E AZ EGYESÜLT KIRÁLYSÁGNAK MEGOLDANI A GLOBALIZÁCIÓ KÉRDÉSÉT?

2016. június 23-án az Egyesült Királyság népszavazás útján az Európai Unióból való kilépést választotta. A döntés mára biztos és visszafordíthatatlan. A szavazati statisztikákat elemezve hamar nyilvánvalóvá vált, hogy a brit társadalom megosztottsága túlmutatott a pártpreferenciákon, és az integrációellenesség több komponensű és annak oka nem feltétlenül csak az Európai Unióban keresendő. Számos kutatás vont párhuzamot a világszintű globalizáció mélyülése és bizonyos társadalmi csoportok anyagi helyzetének és biztonságának romlása és áttételesen integráció ellenes-populista mozgalmak sikere között. Azok a tényezők, melyek lehetővé tették a Brexitet több rétegűek és mélyre nyúlnak vissza. Dolgozatom témája a Brexit és Dani Rodrik harvardi professzor trilemmaelmélete közötti kapcsolat vizsgálata. Az elmélet szerint a demokrácia, a nemzeti függetlenség és a mély globalizáció hármasa közül csak kettő teljesülhet. Kutatásom célja Rodrik trilemmáján keresztül a Brexitet megelőző külső és belső gazdasági és társadalmi folyamatok, hatások feltárása, és a trilemma megoldatlanságának ismertetése. Arra a kérdésre keresem a választ, hogy a kilépéssel választ adhat-e az Egyesült Királyság a változó gazdasági körülmények által indukált társadalmi feszültségekre? Sikerült-e megoldani a kilépéssel a trilemmát?

Kutatási módszerem illeszkedik a választott témához. Dolgozatom elkészítéséhez szekunder módszereket használtam. Feldolgoztam a témához kapcsolódó fontosabb nemzetközi szakirodalmakat, statisztikai adatokat gyűjtöttem és elemeztem az OECD, a National Statistics, a WTO forrásaiból.

Dolgozatom várható eredménye az, hogy a Brexit kérdéskör a felszín alatt már évtizedek óta érlelődött. Az idáig vezető folyamat közvetlenül illeszkedik Rodrik trilemmájába, és habár ez egy jelentős lépés, az alaphelyzeten nem ez segít, hiszen az európai integráció ugyan része a mai mélyülő globalizációnak, nem annak oka és forrása, és egy az EU-n kívüli Egyesült Királyság még jobban kiszolgáltatott lehet a világgazdaság hatásainak. A trilemma így továbbra is megoldatlan marad.

MUFA

KEMÉNYFI GERGELY
gekemenyfi@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Vállalkozásfejlesztési Intézet

Témavezető:
Drabancz Áron István
doktorandusz, BCE KTI

ÁTSTRUKTURÁLÓDÓ EURÓPAI AUTÓIPAR? - AZ EU-27 TAGÁLLAMOK BALASSA-INDEXSZEL MÉRT ELŐNYEI AZ ÁTALAKULÓ AUTÓIPAR NEMZETKÖZI KERESKEDELMÉBEN

Az iparági tendenciák szerint az autóipar jövőjét az elektromos autók gyártása jelenti, és az átállást sikeresen megvalósító országok hamarosan komoly versenyképességbeli előnyre tehetnek szert a nemzetközi kereskedelemben. Kutatásomban arra keresem a választ, hogy az Európai Unió azon tagállamai, melyek kiemelkedő tevékenységet folytatnak személygépjármű-export terén, vajon meg tudták-e teremteni a sikeres átállás alapjait. A kérdésem megválaszolásához különböző külkereskedelmi mutatókat vizsgálok. Először bizonyítom a kérdés relevanciáját az iparági trendek felvázolásával, és az európai zöld megállapodás tükrében tervezett uniós autóipari átalakulási stratégiával. Ezt követően a Harmonizált Áruleíró és Kódrendszer (Harmonized Commodity Description and Coding System – HS) hat számjegyű szintjét használva két osztályra bontom az általam vizsgált kész személygépjárműveket: hagyományos (belső égésű benzin-, és dízelmotoros) személyautók csoportjára és elektromos (teljesen vagy hibrid) autókra. A kategóriák kialakítása után a Balassa-index négy különböző változatának segítségével megvizsgálom, hogy az elmúlt másfél évtizedben mely uniós országok exportjában mutatható ki a világ többi részével szemben komparatív előny a hagyományos személygépjármű-kivitel kapcsán. Majd ugyanezen számításokat az elérhető időtávlatban elvégzem az elektromos autók kategóriájára is. Kutatásom a következő eredményeket hozta: a hagyományos autóiparban kimutatható komparatív előnnyel exportáló országok csupán töredéke tudta 2019-ig megteremteni az átállás alapjait, így Németország és Szlovákia. Néhány tagállam – például Magyarország vagy Spanyolország – erős lemaradással küzd az autóipari átalakulások ezen szakaszában. A kutatás bizonyíthatja az uniós tagállamok európai autóipari konglomerátumoknak való erős kitettségét: a német és francia anyavállalatok egyelőre nem szívesen szervezik ki a legkorszerűbb technológiát alkalmazó elektromos személyautó-gyártást a perifériatérségekre.

MUNKA

MIHÁLOVICS ZOLTÁN ANDRÁS
mihalovics.zozy@gmail.com
Kormányzás és vezetés
MA, 3. félév
Nemzeti Közszolgálati Egyetem
Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar

Témavezető:
Czeczeli Vivien
adjunktus, NKE ÁNTK

AZ EURÓ BEVEZETÉSÉNEK DILEMMÁI A VISEGRÁDI ORSZÁGOKBAN KRÍZISHELYZETEK IDEJÉN

A Maastrichti Kritériumrendszer az évek során elavulttá vált. Az eurózónában viszont probléma volt a csatlakozást követően a kritériumok betartatása. Ebből következően egy heterogén euróövezet jött létre, amelyben nem tudott optimálisan működni a közös monetáris politika. Az euróövezet elvesztette „elitklub" jellegét az Európai Unión belül. A hipotézisem, hogy az exogén sokkhatások, illetve krízishelyzetek, alapjaiban véve értékelték át Magyarország, Lengyelország és Csehország euróadaptációhoz való hozzáállását. A dolgozat hipotézise megerősítést nyert a hazai és nemzetközi szakirodalomra, illetve adatbázisokra támaszkodva. Mint a 2008-as globális pénzügyi válság időszakában, ugyanúgy a 2020-ban begyűrűző koronavírus-járvány keltette gazdasági válságban is a februárban kirobbanó háborúval együtt a saját nemzeti valutával operáló gazdaságok tudtak inkább sikereket elkönyvelni kilábalás, válságkezelés és bővülés tekintetében. A dolgozat négy esettanulmány keretében vizsgálja a visegrádi országokat, amelyek közül csupán Szlovákia használ eurót. Magyarország, Lengyelország és Csehország megtartotta saját nemzeti valutáját. Szlovákia egy érdekes időpontban, 2009. január 1-jétől vált az euróövezet teljes jogú tagjává. Az időpont a globális pénzügyi válság időszakára esett, azonban ekkor még nem lehetett sejteni a későbbi sokkhatásokat. Az idő a kimaradás mellett döntő magyar, lengyel és cseh példát igazolta vissza. Mind a 2008-as globális pénzügyi válság jelentette recesszióból, mind a koronavírus-járvány okozta gazdasági válságból való kilábalásban a közös valuta inkább hátrányt jelentett. Ráadásul Szlovákia felzárkózása az euróadaptációt követően megtorpant, szemben a Magyarország, Lengyelország és Csehország felzárkózásával. A pandémiát követően is kirajzolódott a saját nemzeti valuta előnye. Az önálló monetáris politika megtartása, a gazdaság gyors újraindítása megteremtette a lehetőséget a koronavírus-járvány okozta recesszióból való gyors kilábalásra és az újbóli gazdasági bővülésre. A dolgozat részét képezte egy ökonometriai elemzés is, amely arra a következtetésre jutott, hogy visegrádi országok ipari termelését szignifikánsan befolyásolta az elemzésbe bevont változók közül a munkanélküliségi ráta, a pénzpiaci kamat és a sokkhatás dummy.

MINTA

NEMÉNY DORKA VIRÁG
nemenyd@gmail.com
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás
MA, 2. félév
Soproni Egyetem
Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Tóth Balázs István
egyetemi docens, SOE LKK

DIGITÁLIS ÁTALAKULÁS ÉS DIGITÁLIS SZAKADÉK COVID-19 IDEJÉN: A VÁLTOZÁS REGIONÁLIS MINTÁZATAI AZ EURÓPAI ÁTMENETI GAZDASÁGOKBAN

A digitális átalakulás, illetve az információs és kommunikációs technológiák (IKT) fejlődése erőteljes hatással bír a gazdasági növekedésre, a versenyképességre és a fenntartható fejlődésre. A digitalizáció lehetőségeket kínál, ám kockázatokat is rejt magában, mivel a digitális szakadék elmélyülhet a gazdasági, a demográfiai, a társadalmi és akár a területi megosztottságban. Ennél fogva a digitális átalakulás támogatása az Európai Unió egyik kiemelt prioritásává vált.

Tanulmányom fő célja a digitális átalakulás és a digitális szakadék mintázatainak feltárása 11 közép- és délkelet-európai átmeneti gazdaság (CSE-11) NUTS-2 régiói között, a 2016–2021 közötti időszakban, különös tekintettel a COVID-19 válság következményeire.

A digitális szakadék koncepciójának bemutatása után, érintve a fogalmi hátteret, a témával kapcsolatos korábbi kutatásokat és a digitalizáció megragadására szolgáló módszereket, áttekintem az EU kulcsfontosságú témáit és akcióterületeit, ide értve a stratégiai dokumentumokat, a Digitális Gazdasági és Társadalmi Indexet, a digitális fejlődés és a többéves pénzügyi keretek kapcsolatát, valamint az európai léptékben publikált elemzések fő megállapításait.

Az Eurostatból leggyűjtött, 7 IKT-val kapcsolatos mutató alapján adatbázist hozok létre a 49 CSE-11 régióra. Az egyváltozós elemzések lehetővé teszik a kiugrások (felső és alsó) vizsgálatát a régiók relatív növekedésében, a konvergencia és a divergencia mintázatainak feltárását EU-27 és CSE-11 összehasonlításban, valamint az egyensúly és az egyensúlytalanság mintázatainak elemzését a növekedési dinamika tekintetében. A többdimenziós skálázás, mint többváltozós elemzési eszköz két dimenzióra redukálja az eredeti mutatókat, és lehetővé teszi a regionális hasonlóságok és különbségek magyarázatát. A különbségek térképeken és pontdiagrammokon való ábrázolása jó betekintést ad a digitális szakadék jellemzőibe.

A legfőbb következtetés az, hogy az európai átmeneti gazdaságok számos régiójában konvergencia mutatkozik az IKT-val kapcsolatos mutatók terén, bár továbbra is éles szakadék húzódik a régiók között. Emellett az egyazon országhoz tartozó régiók inkább hasonlítanak, mint különböznek, és a digitalizáció terén viszonylag alacsonyabb kapacitással rendelkező régiók minden mutató tekintetében többnyire ugyanazok. Úgy vélem, hogy eredményeim hozzájárulhatnak a digitális átalakulással és a digitális szakadékkal kapcsolatos európai szintű diskurzushoz és kutatásokhoz.

MUTA

GÁSPÁR GYÖRGY ANDRÁS
gyorgy.gaspar@stud.uni-corvinus.hu
Nemzetközi gazdálkodás
BSc, 6. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Endrődi-Kovács Viktória
egyetemi adjunktus, BCE GTI

KÖZVETLEN KÜLFÖLDI TŐKEBEFEKTETÉSEK HATÁSA A KELET-KÖZÉP-EURÓPAI RÉGIÓ ORSZÁGAINAK TÖBBTÉNYEZŐS TERMELÉKENYSÉGÉNEK NÖVEKEDÉSÉRE

A kelet-közép-európai országok számára a rendszerváltás megteremtette az újbóli nyugati gazdasági-politikai orientáció lehetőségét, amely táptalajt jelentett a külföldi, elsősorban nyugat-európai közvetlen tőkebefektetések számára. Az új piaci-kapitalista gazdasági berendezkedés, valamint a hatalmas nemzetgazdasági jelentőséggel bíró közvetlen külföldi beruházások jelentették az elmúlt évtizedekben a régió országai számára a nyugathoz való felzárkózás szimbólumát. Fontos kérdés azonban, hogy a kelet-közép-európai országokba irányuló közvetlen külföldi tőkebefektetések rendszerváltás utáni élénkülése valóban javította/javítja-e a gazdasági növekedést és a termelékenységet.

A kutatásban empirikus bizonyítékot szolgáltatok a közvetlen külföldi tőkebefektetések (Foreign Direct Investment, FDI) és a többtényezős termelékenység (Multifactor productivity, MFP) növekedése közötti kapcsolatról, 10 kelet-közép-európai országot vizsgáló, az 2001-2018 közötti időszakra vonatkozó országközi adatok felhasználásával egy kétlépcsős SYS-GMM modell segítségével. Az empirikus eredményeim azt mutatják, hogy az FDI-nek közvetlen hatása van a MFP növekedésére, azonban ez a hatás késleltetve jelentkezik. Megfigyelhető továbbá, hogy az országok humántőkéje, illetve pénzügyi stabilitása pozitív hatást, a magas infláció, illetve a korrupció magas értékei pedig negatív hatást gyakorolnak a MFP növekedésére.

MUNKA

VÉCSI HÉDI
hedi1019@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BSc, 6. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Nagy Zoltán
egyetemi docens, ME GTK

LONDON ÉS PÁRIZS FEJLŐDÉSÉNEK ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE

A világvárosok olyan városok, melyek meghatározó befolyással bírnak technológiai, társadalmi, gazdasági vagy kulturális téren a világban. Ezek a városok nélkülözhetetlen szerepet játszanak a világgazdaságban, ilyen globális városok London és Párizs is. Egyes városok a többi városnál gyorsabb ütemben fejlődtek, így korábban is kiemelkedhettek közülük.

Dolgozatomban a világváros elméletek mellett különböző indexek idősoros vizsgálatát is elvégeztem. Mind London, mind pedig Párizs megfelelnek a Brookings Global Cities kritériumainak. Emellett a Brookings Institution által készített globális városi besorolásban mindkét város a „globális óriások" kategóriájába került besorolásra, mely a legnagyobb globális befolyással bíró városok köre. Már ebből jól látható, hogy mely városok London és Párizs vetélytársai a globális térben. Ide sorolható New York, Los Angeles, Oszaka és Tokió is. A Fortune Global 500 vállalati rangsor esetében kevésbé szignifikáns eltérésekkel találkozunk, azonban a GCI és GCO indexek vizsgálata már egyértelműen lehatárolja a városok erősségeinek és gyengeségeinek számító dimenziókat. Ezen vizsgálatok alapján elmondható, hogy habár London mindkét index rangsorának legjobbjai között van, a Brexitet követően az egyes dimenziókban elért pontszámai csökkentek. Végül az IESE Cities in Motion Index 2020-as eredményeit vizsgálva még több különbséget fedeztem fel a két város között. A társadalmi kohézió dimenziójában érte el mindkét város a legalacsonyabb helyezést a kilenc dimenzió közül. A két város stratégiáját leíró dokumentumok vizsgálva elmondható, hogy mindkét város reálisan érzékeli gyengeségeit és az ezekre irányuló fejlesztések és beruházások segítségével csökkenteni kívánja azokat. Erősségeiket, előnyüket igyekeznek továbbra is fenntartani. Ilyenek London esetében az információs infrastruktúra fejlesztése, mely Párizs esetében kifejezetten erősségnek mondható. Párizs stratégiájában kiemelt szerephez jutnak a környezet-, és klímavédelmi beruházások, a fenntarthatóság növelése, valamint a humán erőforrás-fejlesztés.

Összességében mindkét város igyekszik megtartani előnyeit és leküzdeni gyengeségeit. Az egymással való rivalizálás az elkövetkező években várhatóan erősöni fog, mivel a Brexit hatásait kihasználva Párizs valószínűsíthetőleg igyekszik majd átvenni az Európai Unióban London helyét, mely a vállalati szférára ugyanúgy hatást gyakorolhat, mint a politikai, nemzetközi intézményekben betöltött szerepekre.

MUNKA

LIPTAI LAURA
liptailaura24@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BSc, 7. félév
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Nagy Zoltán
egyetemi docens, ME GTK

MAGYARORSZÁG ÉS KATALÓNIA ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE

Katalónia és Magyarország két „ország”, amelyek teljesen eltérő kulturális, társadalmi és gazdasági jellemvonásokkal rendelkeznek, két ország Európa két teljesen ellentétes szegletében, amelyek mégis ugyanazon Európai Unió tagjai. Habár Katalónia nem tekinthető jelen pillanatban egy önálló országnak, csak Spanyolország egyik legjelentősebb autonóm tartományának, én mégis úgy gondolom, hogy egy tartomány, aki évtizedek óta küzd a függetlenedésért, aki ilyen komoly és jelentőségteljes gazdasági háttérrel rendelkezik, bátran tekinthető egy országnak jelen összehasonlításban.

Az utóbbi években Katalónia folyamatos fejlődésével még nagyobb szerepű tartományává vált Spanyolországnak, valamint a média is folyamatosan cikkezett függetlenedési törekvéseiről, hiszen a lakosság jelentős része döntött az elszakadás mellett, mivel véleményük szerint Katalónia megállná a helyét az Európai Unióban a saját lábán.

Dolgozatom megírása során a számomra megválaszolandó legfőbb kérdés a következő volt: vajon Katalónia harmad akkora területen, egy autonóm tartományként mennyivel jelentősebb gazdasággal bír, mint Magyarország?

Kutatásaim során igyekeztem minél mélyebbre ható és szélesebb körű elemzést és információ gyűjtést kivitelezni, hogy a lehető legátfogóbb képet tudjam kialakítani a két ország hasonlóságairól és különbségeiről. Számos esetben NUTS 2 és NUTS 3 szintű elemzés elkészítését is elengedhetetlennek találtam.

A szigma és béta konvergencia számítás készítése során törekedtem a két terület regionális összehasonlítására, valamint a Balassa-index alkalmazásával a külkereskedelem tekintetében elemezni a termékszakosodást.

Összességében dolgozatom kidolgozása során számos hasznos és érdekes információra, valamint tudásra tettem szert Magyarországról és Katalóniáról. Nemcsak a társadalom és a gazdaság tekintetében bővült ismeretem, hanem a történelem, a kultúra és az európai uniós gazdasági kapcsolatok tekintetében is, melyeket az élet több területén is tudok a jövőben hasznosítani.

MINTA

Világgazdaság - Keleti és déli világrészek: konfliktus és együttműködés

Elnök:	Dr. Szép Tekla	ME GTK
Társelnök:	Prof. Dr. Neszmélyi György Iván	MILTON
Tag:	Dr. habil. Erdey László	DE GTK
Tag:	Koponicsné Dr. Györke Diána	MATE KC VFGI

MTA

PÉTER MILÁN
milan.peter@stud.uni-corvinus.hu
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Szunomár Ágnes
egyetemi docens, BCE NPRTI

AZ ADÓSSÁGCSAPDA-POLITIKA KÍNA EGY ÖVEZET EGY ÚT KEZDEMÉNYEZÉSÉBEN

Dolgozatom Kína 2013-ban útjára indított Egy Övezet Egy Út (Belt and Road Initiative) kezdeményezésében esetlegesen megbúvó adósságcsapda-politika témáját járja körül. Téma-választásom egyéni érdeklődésemen túl a téma aktualitásában rejlik. Hipotézisem szerint az e kezdeményezés keretein belül megvalósuló infrastrukturális projektek hatására a fejlődő országok – Kína szándékainak ellenére is – sorra eladósodnak. A célom bebizonyítani, hogy a projektek kapcsán valójában nem Kína 21. századi gyarmatosításáról van szó, hanem ezek az országok sokkal inkább önhibájukból estek adósságcsapdába. Ennek érdekében igyekszem meghatározni az eladósodást kiváltó gazdasági okokat, melynek vizsgálatára elsősorban kvalitatív kutatási módszert alkalmazok, kiegészítve az adatelemzés eszközével, valamint interjúk készítésével is. Két különböző régióból választok egy-egy, az adott térség szempontjából reprezentatív esetet – Montenegró és Sri Lanka esetét. Kutatásom során körülírom az ezen országokban megvalósított beruházásokhoz kapcsolódó kihívásokat, valamint hivatalos forrásokból kiindulva megvizsgálom az érintett országok gazdasági és politikai mutatóit, köztük a GDP-hez viszonyított államadósság és a hitelkitettség mértékét, valamint a korrupcióérzékelési indexet. Várakozásaim szerint az esetek sokkal komplexebbek annál, minthogy egyszerűen Kínára háríthatnánk az összes felelősséget. Az adósságcsapdába esés mögött sokkal inkább a hitelfelvevő ország felelőtlen gazdaságpolitikája állt, mintsem Kína – feltételezett – adósságcsapda-politikája.

MINTA

KAVALECZ LÁSZLÓ MÁTÉ
kavlaszlo@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 6. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. habil. Tőkés Tibor
egyetemi docens, DE GTK

AZ EURÓPAI UNIÓ ÉS KÍNA KAPCSOLATAINAK GEOPOLITIKAI VIZSGÁLATA – FÓKUSZBAN A KERESKEDELEM

Kína gazdasági felemelkedését már évek óta saját bőrén tapasztalhatja az átlagos fogyasztó is, látva az elektronikai termékek, ruhák és háztartási eszközök nagy részének származási helyét. Ennek alapján már mindenkinek lehet elképzelése Európa és Kína kereskedelmének volumenéről.

De mit jelenthet ez a hatalmas volumen az Európai Unió és Kína hatalmi viszonyaira nézve? Dolgozatom céljának ezen fő kérdés megválaszolását tekintem. Természetesen a jövőre vonatkozó tejesen bizonyos tudományosan igényes állítást nem tehetek, emiatt több hipotézist állítottam föl, melyek vizsgálata segített abban, hogy ezt az összetett kérdést jobban megérthessük. Céljaim elérésére több, primer és szekunder módszert alkalmaztam. Először szekunder forrásokból áttekintettem a két hatalom múltbéli és jelenlegi kapcsolatait. Ezután nemzetközi szervezetek kereskedelmi adatbázisait vizsgálva primer kutatásként következtetést vontam le a két hatalom kereskedelmének alakulásáról, és ennek jelentőségéről. Végül pedig a szakirodalmat és a primer kutatást felhasználva szcenárióelemzést végeztem, amelyben Kína stratégiájának lehetséges hatásait vizsgáltam az Európai Unióra.

Kutatásomban bizonyítékot találtam arra, hogy a két hatalom politikai kapcsolatainak mozgatórugója a gazdasági érdek, azon belül is a kereskedelem. Primer kutatásomból az is kiderült, hogy a Kínával való kereskedelemben egyértelmű különbségek fedezhetőek fel az Európai Unió „magállamai" és a „periféria" között. Nem jelenthető ki azonban egyértelműen, hogy mely csoport számára bír nagyobb jelentőséggel Kína. A szekunder és primer források alapján arra a következtetésre jutottam, hogy bár Kína nem képes teljesen szétbomlasztani az Európai Uniót, de az ellentétek kiélezésével sikeresen elősegítheti a kétsebességes Európa kialakulását. Végül pedig dolgozatom legfontosabb következtetéseként arra jutottam, hogy Kína felemelkedése nem feltétlenül negatív hatású az Európai Unióra, az Unió akár profitálhat is Kína növekedéséből, amennyiben megfelelően reagál a jelentkező kihívásokra.

MINTA

CSUNYÓ NOÉMI
csunyo.noemi97@gmail.com
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás
MA, 4. félév
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Kőmíves Péter Miklós
adjunktus, DE GTK

AZ OROSZORSZÁGGAL ÉS KÍNÁVAL SZEMBEN FENNÁLLÓ GLOBÁLIS POLITIKAI KONFLIKTUSOK GAZDASÁGI VONATKOZÁSAI

Kutatásomban az Oroszországgal és Kínával szemben fennálló globális politikai konfliktusok gazdasági hatásait vizsgáltam. Az elemzések során kiemelésre kerültek a napjainkban is tapasztalható és aktuális trendként megjelenő konfliktusok a két említett nagyhatalom, valamint a nemzetközi (pl. NATO) és regionális (pl. EU) szervezetek között, amiben meghatározó szerepet tölt be az Amerikai Egyesült Államok geopolitikai és világgazdasági súlya. A kutatás során megállapításra került, hogy az ázsiai kapcsolatokat egyre növekvő számú stratégiai partnerségek jellemzik, melyek gyakran a nyugati hatalmak politikai erejének ellensúlyozására irányulnak, befolyásolva a fennálló gazdasági relációkat és függőségi viszonyokat. Mindazonáltal a világgazdaságban már kiépített gazdasági, kereskedelmi kapcsolatok és globális célpiacok – rövidtávon – nem teszik lehetővé a magas piaci részesedéssel rendelkező és potenciált jelentő gazdaságoktól történő elfordulást, ennek tükrében – habár fennállnak törekvések – a gazdasági függőség jelenleg még erőteljesebbnek tekinthető, mint a politikai direktívák. Ezen felül hangsúlyozásra kerültek a technológiai fejlettségből eredő fokozódó kibertéri kockázatok, mely vonatkozásban szintén növekvő offenzív aktivitás volt megfigyelhető az elmúlt időszakban a vizsgált szereplők részéről. Az ellenséges kibertevékenységek számottevő és egyre jelentősebb károkat eredményeznek a gazdaságokra nézve, további politikai ellentétet indukálva az érintett nemzetek között.

MINTA

YANG LIQIAO
liq.y@outlook.com
Nemzetközi gazdaság és üzlet
MSc, 4. félév
Budapesti Corvinus Egyetem
Társadalomtudományi TDK

Témavezető:
Vigvári Gábor
egyetemi docens, BCE NPRTI

A KÍNA ÉS A KELET-KÖZÉP-EURÓPAI ORSZÁGOK KÖZÖTTI KÉTOLDALÚ KERESKEDELEM TÉNYEZŐI ÉS LEHETŐSÉGEI

A nemzetközi kereskedelem az a folyamat, amelynek során az országok termékeket és szolgáltatásokat cserélnek. A külkereskedelem fejlődése nemcsak a termelők kínálati sugarát bővítette, hanem a fogyasztói keresleti kategóriákat is gazdagította. A világ legnagyobb fejlődő országaként Kína gazdasági és kereskedelmi kapcsolatai a kelet-közép-európai országokkal nagy előrelépést értek el az elmúlt években. Az „Öv és út" kezdeményezéstől a 17+1 együttműködési keretek elmélyítéséig a két ország közötti együttműködés mélysége és szélessége tovább nőtt. De a jelenlegi szemszögből nézve a Kína és a kelet-közép-európai országok közötti kereskedelem még mindig kicsi. Ez a tanulmány a Kína és a kelet-közép-európai országok közötti kétoldalú kereskedelem növekedési lehetőségeit próbálja feltárni a Kína és a kelet-közép-európai országok közötti jelenlegi kereskedelmi jellemzők elemzésével, egy kiterjesztett gravitációs modell felépítésével, valamint a kétoldalú kapcsolatok fejlődését befolyásoló tényezők elemzésével. kereskedelmi.

A kutatási eredmények azt mutatják, hogy jelenleg Kína és a kelet-közép-európai országok közötti kétoldalú kereskedelmi kapcsolatokban Kína hosszú ideje kereskedelmi többlethelyzetben van, és a kétoldalú kereskedelem termékkategóriái főként versenyképesek. A sztochasztikus határmenti gravitációs modell azt mutatja, hogy a két ország GDP-je, a Konfuciusz Intézetek összesített éves száma, a kereskedelmi szabadság és a befektetési szabadság indexe jelentősen elősegíti a kereskedelem fejlődését. A két ország közötti kereskedelem, így a demográfiai tényezők, a súlyozott földrajzi távolság és az EU-tagság gátló hatású. Még mindig nagy lehetőség rejlik Kína és a kelet-közép-európai országok közötti kereskedelem. Ez a diploma úgy véli, hogy a kereskedelmi cserekapcsolatok elmélyítése érdekében három szempontból kell elősegítenünk a kétoldalú kereskedelem jobb fejlődését: az ipari szerkezet kiigazítása, a kulturális cserekapcsolatok fokozása és az infrastruktúra fejlesztése.

MUTA

NAGY MÁRTON
nagymarton000@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BSc, 3. félév
Eötvös Loránd Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Dombi Ákos
egyetemi. docens, ELTE GTK

KÍNA TÉRNYERÉSE AFRIKÁBAN A 21. SZÁZAD FOLYAMÁN

Kutatásom során a Kínai Népköztársaság elmúlt évtizedekben egyre nyilvánvalóbb afrikai térnyerését jártam körbe azzal a céllal, hogy feltárjam a kapcsolatrendszer sajátos mozgatórugóit, valamint hogy meghatározzam, várható-e valamilyen irányú elmozdulás a sino-afrikai kapcsolatokban a következő években. Munkám során a vonatkozó szakirodalmat, adatbázisokat és híradásokat tekintettem át kvalitatív módon. Dolgozatomban hét szempont mentén ismertetem a kapcsolatrendszer jellemzőit. Bemutatom a kapcsolatok történelmi előzményeit, és kitérek a gazdasági sajátosságaira. Ezt követően tárgyalom a Kína lehetséges motivációit, valamint a kínai puha erő kiépítésének eszközeit, illetve az afrikaiak reakcióit a növekvő kínai jelenlétre. Végezetül kitérek a koronavírus-járvány hatásaira a kapcsolatrendszerre és bemutatom a kilátásokat és nyitott kérdéseket a téma kapcsán. Dolgozatom konklúziója egyfelől az, hogy a Kína–Afrika kapcsolatrendszernek számos, kifejezetten erre a relációra jellemző aspektusa van, melyek hosszútávon határozzák meg a kapcsolatok alakulását. Munkám további konklúziója, hogy a jövőt illetően az valószínűsíthető, hogy a sino-afrikai kapcsolatok megmaradnak abban a mederben, melyben eddig is haladtak, azaz számottevő változásra a kapcsolatrendszer ívében nem kell számítani.

MINTA

MATUSZKA ESZTER ANNA
matuszkaeszter@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Dr. Antalóczy Katalin CSc
főiskolai tanár, BGE KKK

LASSÚ TÁVOLODÁS - FRANCIA POLINÉZIA NEMZETKÖZI GAZDASÁGI KAPCSOLATAINAK ÁTALAKULÁSA

Franciaország tengeren túli területei közül Francia Polinézia az, amely az egyik legnagyobb autonómiával rendelkezik. Gazdaságát mai napig befolyásolja a Franciaországhoz kötődő függelmi viszonya, valamint az ebből fakadó gazdasági kapcsolata. Megfigyelhető azonban, hogy a globalizáció a Csendes-óceáni szigetvilágot sem kerülte el, a napjainkban folyamatosan átalakuló világrendben pedig Francia Polinézia geopolitikai szerepe felértékelődni látszik, melyet Franciaország mellett Kína is igyekszik kihasználni.

A dolgozat célja feltérképzeni a kereskedelmi kapcsolatokat, valamint megvizsgálni különböző régiók és országok gazdasági befolyását Francia Polinézia területén. A kutatási cél elérése az alábbi kutatási kérdések megválaszolása mentén történt: Milyen mély külkereskedelmi kapcsolatokat ápol Francia Polinézia Franciaországgal? Hogyan változtak ezek a kapcsolatok az elmúlt évtizedek során? Melyek azok az országok, melyek gazdasági jelentősége az utóbbi időkben megnőtt Francia Polinéziában? Mi lehet a következménye ezeknek a változásoknak Franciaország és Francia Polinézia jövőbeli kapcsolataira nézve?

Szekunder kutatást végeztem, elsősorban a Világbank statisztikai adatainak felhasználásával. További forrásként Francia Polinézia és Franciaország Statisztikai Hivatalainak jelentései is számos, a témában releváns információval szolgáltak. A kutatás során a témához kapcsolódó francia, angol és magyar nyelvű szakirodalmak biztosítottak megfelelő háttérismereteket.

A kutatás eredményeként megállapítható, hogy Franciaországgal való kapcsolatának mértéke a történelem során folyamatosan csökkent, mely csökkenés a terület stratégiai szerepének változásával magyarázható, azonban napjainkban a térség szerepe ismét felértékelődni látszik. Kína egyre erőteljesebben növeli befolyását Francia Polinéziában, ezáltal Francia Polinézia a két nagyhatalom, Kína és Franciaország egymás ellen vívott, csendes-óceáni befolyásért folytatott stratégiai küzdelmének középpontjába került.

MUTA

FETTER BÁLINT
fetterbali999@gmail.com
Nemzetközi igazgatási
BA, 5. félév
Nemzeti Közszolgálati Egyetem
Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar

Témavezető:
Dr. habil. Pásztor Szabolcs
egyetemi docens, NKE ÁNTK

MAGYARORSZÁG ÉS LENGYELORSZÁG SZUB-SZAHARAI AFRIKA-STRATÉGIÁI AZ EURÓPAI UNIÓS CSATLAKOZÁST KÖVETŐEN

A tanulmány során a szerző arra keresi a választ, hogy Magyarországnak vagy Lengyelországnak sikerült-e eredményesebb külpolitikai lépéseket tennie a Szub-szaharai Afrikával (SSA) való gazdaságdiplomáciai együttműködések elmélyítésének érdekében. A vizsgált időintervallum a 2004-es európai uniós integrációtól egészen napjainkig terjed. A mérvadó összehasonlítási szempontok között éppúgy megtalálhatóak az oktatásügyi, tudományos, akár csak a gazdasági, kereskedelmi jellegű aspektusok. Az értekezés zárásaként a szerző megállapítja, hogy a Visegrádi Együttműködés két állama számára fennáll-e a lehetőség, hogy a dél-afrikai piacokra való betörés tekintetében versenyre keljen a XXI. század globális nagyhatalmaival.

A dolgozat a következő kutatási terv alapján készült: elsőként bemutatásra kerül a külpolitika alkotás folyamatának relevanciája a nemzetközi kapcsolatok hatékony művelésének tekintetében, majd a tematikának megágyazó történeti háttér. Ezt követően a szerző külön-külön elemzi Magyarország és Lengyelország SSA-stratégiáit a fentebb már hivatkozott szempontrendszert alapul véve, majd egy összehasonlító elemzés formájában összeveti azokat. Végül kitekintést tesz az európai Afrika-politikák lehetséges jövőbeli alakulásának Európa szempontjából leginkább optimális irányvonalai felé.

A lényegbeli gazdaságdiplomáciai szempontok összevetését követően egyértelműen kirajzolódik, hogy Lengyelország valamennyi tekintetében konzekvensebben lépett fel a 2010-es évek során, mint Magyarország. A differencia betudható többek között a már említett, magyar részről megkésve létesített déli-nyitási politikáknak, valamint a vonatkozó szakpolitikák viszonylagos koordinálatlanságának. Ezzel együtt túlzás lenne azt állítani, hogy Magyarország reménytelen helyzetben van SSA-politikáinak felzárkóztatását illetően. Noha lemaradása egyértelmű a visegrádi partnerországhoz képest, következetesebb stratégiaalkotás (például a hivatalos látogatások, formális események számának megnövelésével; a fejlesztési támogatások megfontoltabb allokációjával) esetén képes lehet együttműködéseinek és ezáltal kereskedelemi eredményeinek feljavítására.

MTA

MOLNÁR ANDRÁS DÁNIEL
moland99@gmail.com
Nemzetközi tanulmányok
BA, 6. félév
Károli Gáspár Református Egyetem
Állam- és Jogtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Becsey Zsolt
egyetemi docens, KRE ÁJK

MAGYAR-THAI KAPCSOLATOK

Thaiföld összes szomszédja gyarmati uralom alatt állt, de az országnak sikerült úgy pozícionálnia magát a történelem folyamán, hogy végig független maradt. Valamint Thaiföld az úgynevezett „tigriskölykök" egyik képviselője, ami reflektál a fejlettebb „kistigrisekre" és érezteti a két ázsiai csoport között lévő különbségeket.

A tanulmány bemutatja a Thaiföldi Királyság fontosabb ismérveit és függetlenségének okait, majd egy összehasonlító elemzéssel szemlélteti az ország elhelyezkedését a nemzetközi közösségben. Végül Magyarország és Thaiföld közötti relációkkal foglalkozik.Itthon szinte kutatás nélküli a téma. Mivel a hazai szakirodalom szinte teljesen figyelmen kívül hagyta a tárgykört, főként angol, de német és magyar nyelvű forrásokat használtam a tanulmányban. Továbbá, primer kutatás keretében a Budapesten lévő Thaiföldi Királyság Nagykövetségén dolgozó thai Tanácsos Asszony interjúkérdésekre adott válaszai felhasználásra kerültek a pályamunkában.

Thaiföld a nagy és nem hatékony mezőgazdasági arány miatt is felzárkózónak számít. Magas még a gazdasági fejlettségi különbség és a magyar egy főre jutó GNI és GDP is kb. a thaiföldi értékeknek a kétszerese, de az ország halad a magyar arány felé. Viszont kiemelendő, hogy a thai külkereskedelmi aktívum mellett a folyó fizetési mérlege 2014 és 2020 között pozitív volt és csak 2021-ben, a pandémia kitörése miatt lett negatív. Fontos hozzátenni, hogy 2019-ben egész évben erősödött a baht. Ennek ellenére Thaiföld megőrizte a nemzetközi versenyképességét.

Thaiföld és Magyarország számára is az jelenti a legnagyobb veszélyt, hogy eléri a „middle income trap" jelenséget. Amint ez bekövetkezik a növekedés lelassul és új modell felvételére lesz szükség. Ez lehet a jövőben a kutatási irány.

Magyarország már a szocialista időszakban megnyitotta nagykövetségét Bangkokban. Jelenleg az AirAsia X közvetlen légi összeköttetés kialakítását tervezi Bangkok és Budapest között, ami nagyban hozzájárulna a kapcsolatok fejlesztéséhez. Mindezen kívül egyre több thai hallgató tanul Magyarországon.

Magyarország számára Thaiföld az összes ázsiai ország közül rangsorban a tizedik és az ASEAN tagállamok közül a harmadik legjelentősebb partnernek számít. A működőtőke kapcsolatok most kezdenek kialakulni és a turizmus is még fejlődés előtt áll. Továbbá Thaiföld számtalan preferenciális övezet tagja, amit egy az Európai Unió és Thaiföld közötti szabadkereskedelmi egyezmény megkötése után Magyarország ki tudna aknázni.

MUNKA

BALOGH KRISZTIÁN ZOLTÁN
baloghk5@gmail.com
Gazdáslkodási és menedzsment
BA, 7. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:
Dr. Hauber György PhD
főiskolai docens, BGE PSZK

SZAHARA ÉS SZÁHEL-ÖVEZETBEN FELMERÜLŐ ÉDESVÍZHIÁNY OKOZTA LOKÁLIS ÉS GLOBÁLIS PROBLÉMÁK ÉS LEHETSÉGES MEGOLDÁSAIK.

Napjainkban több, mint 1 milliárd embernek nem jut rendszeresen tiszta ivóvíz, és ez a szám várhatóan a jövőben gyorsuló ütemben nő. Egyes vészforgatókönyvek szerint 5-10 éven belül az emberiség kétharmadának nem lesz elegendő ivóvize. Korunk legsúlyosabb, megoldatlan problémája a vizek folyamatos szennyezése, valamint a kritikus mértékű vízhiány. A statisztikák szerint a világon évente 6-7 millió ember veszíti életét és több, mint 250 millióan betegszenek meg szennyezett, vagy fertőzött víz fogyasztása miatt. A vízhiány miatt rohamosan csökkennek az élelmiszerhozamok, az ott lakók alapvető élelmiszerigényeit sem tudják kielégíteni, ami rendkívül komoly geopolitikai feszültségekhez és a fejlettebb országokban kritikus szintű migrációs nyomáshoz vezethet. (Glied, 2009)

A Föld édesvízkészlete rendkívül egyenlőtlenül oszlik meg az országok között, de még országokon belül is vannak szignifikáns eltérések. A Rák- és Baktérítők mentén elhelyezkedő országok általában küzdenek a szárazsággal. Az ivó- és öntözővíz hiány ezeken a területeken a legjelentősebb. Sokszor az életben maradáshoz szükséges vízmennyiség sem áll rendelkezésre egyes területeken. Ennek következtében megindul a területek elnéptelenedése.

Az édesvíz gazdasági szerepe nagyon fontos és megkérdőjelezhetetlen a fejlődő országokban. Általában ezek a főként afrikai, illetve középázsiai országok, a technológiai fejlettség visszamaradottabb szintje mellett, főként a mezőgazdaságból állítják elő GDP-jük jelentős részét. Kiemelten fontos a jó vízgazdálkodási stratégia és a fenntarthatóság ezeken a területeken. Azonban a gyors fejlődés gyakran ütközik a fenntarthatósági alapelvekkel. Ezért gyakran túlhasználják a területeket, és így a fejlődés üteme is visszaesik.

MINTA

MERZLIAKOV ALEKSANDR
aleksandr.merzliakov98@mail.ru
International Economy and Business
MA, 3. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Dr. Gáspár Tamás CSc
egyetemi docens, BGE KKK

A "HOLLAND KÓR" TÜNETEI OROSZORSZÁGBAN

A kutatás célja annak felderítése, hogy Oroszország valóban „holland kórban szenved-e". Ehhez az ún. Holland kór történeti megjelenését és jelentőségét vizsgálja a szerző. Az esettanulmányok különböző országok gazdaságában és gazdaságpolitikájában vizsgálja a jelenséget, kimutatva, hogy hol volt sikeres a „kór" kezelése, és hol végződött kudarccal. A szerző az esettanulmányok alapján összegyűjti a Holland-kór különböző okait és megjelenési formáit. Mindezek alapján kívánja megválaszolni azt a kutatási kérdést, hogy vannak-e jelei a Holland-kórnak az orosz gazdaságban. A jelenség elméleti áttekintésével és eseteinek elemzésével feltárjuk a Holland-kór jeleit. Ezt követően az orosz gazdaság statisztikai elemzésével a szerző egyenként megvizsgálja az egyes szimptómák jelenlétét Oroszországban, és azokat szintetizálja. Ezek alapján arra az eredményre jutott, hogy mivel a szimptómák megjelennek Oroszországban, nagy valószínűséggel a Holland-kór jelensége is jelen van ezek mögött. Az elemzés végén a szerző a saját értékelő összegzését adja, és megbecsüli az orosz gazdaságnak az energiahordozó vagyontól való függőségét.

MINTA

PHAN THANH ANH QUOC
quocphan2512@gmail.com
Nemzetközi üzletfejlesztés
BA, 5. félév
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

Témavezető:
Dr. Tölgyessy Péterné Dr. Sass Magdolna Ildikó
egyetemi docens, BGE KKK

VIETNAMI RÉSZVÉTEL A GLOBÁLIS ÉRTÉKLÁNCBAN, SZÖVEG- ÉS RUHAIPARRA SPECIALÁCIÓVAL

Vietnam gyors integrálódása a globális termelési hálózatokba, más néven globális értékláncokba, Vietnam kereskedelmi és befektetési nyitottsági politikájának következményeként, számos társadalmi-gazdasági sikert eredményezett, amelyek nyilvánvalóak. Vietnam részvétele a globális értékláncokban jelentősen megnőtt az elmúlt két évtizedben az FDI-export növekedése miatt. A textilipar azon iparágak közé tartozik, amelyek jelentősen hozzájárulnak a gazdasági növekedéshez, az exportösztönzéshez és a munkanélküliségi probléma hatékony megoldásához. Valamivel több mint egy évtized alatt Vietnam a világ negyedik legnagyobb ruházati exportőre lett, főbb piacaival, köztük az Egyesült Államokkal, Kínával, az EU-val és Dél-Koreával. Ez a tanulmány a globális textil-értéklánc természetére reflektál, és arra, hogyan vált Vietnam az elemző adatokkal a lánc fontos láncszemévé. Ezenkívül azonosítja azokat a kihívásokat, amelyekkel a vietnami textilipari vállalatok szembesülnek, és azokat a megoldásokat, amelyek célja Vietnam pozíciójának erősítése a globális textillláncban.

MINTA

NÉVMUTATÓ

A, Á
ÁCS MÁRTON 575
AJTAY ADRIENN 422
ALBERT ZSÓFI 248
AL MAMUN MD ABDULLAH 136, 451
ALMÁSI LIZA 74
ALZIADAT MOAYAD MFARREH 337
ANDRÁSOFSZKY MÁTÉ GERGŐ 16
APETROAE LUCAS-MATTEO 224
ARANY LÁSZLÓ 606
ÁRVA RÉKA 44

B
BABOTÁN MÁRK LÁSZLÓ 339
BADARI BOGLÁRKA 126
BADON DAVID 432
BAGI SÁNDOR 197
BAJZA JUDIT VIRÁG 496
BAKÓ REBEKA 546
BAKUCZ DANIELLA TÜNDE 537
BALÁZS ÁKOS 69, 208, 347
BALÁZS KITTI 113, 152, 338
BALÁZS MARCELL 512
BALLA ALEXANDER 16
BALLA GRÉTA BARBARA 211
BALLY DANIELLA 350
BALOGH KRISZTIÁN ZOLTÁN 643
BALOGH SZABOLCS SÁNDOR 194, 625, 627
BALOG VIKTÓRIA 538, 546
BANAI SZILÁRD BÁLINT 377
BÁNKI BENCE 401
BÁNÓCZI ANNA 198, 430
BÁN SZABINA 133
BARABÁS BIANKA 458
BARABÁS DÁNIEL ÁRON 236
BARACSI ÁRON LAJOS 436
BÁRSONY ANDRÁS ÁRPÁD 392
BARTA BENCE 616
BARTA IVETT 299, 438
BARTA KRISZTINA 464
BARTALIS BALÁZS 413
BARTALOS KLÁRA KATALIN 524
BARTHA ANNA 180
BARTHA DÁNIEL 435
BARTHA KRISTÓF 407
BÁTKI BENEDEK 400, 484
BELKOVICS LILI 62
BELLÉR BEÁTA NOÉMI 50
BELUSCSÁK ANITA 479
BENKÓ ÁGNES 215
BENNÁRIK CSILLA 358
BERCZI ESZTER 389
BERDEFI ZITA 347
BERENCSI ALEXA 243
BÉRES ANTÓNIA 332
BERKI BIANKA 309
BERKNER BETTINA RÉKA 341
BERNÁTH ODETT 317
BERTA LUCA 201
BESENYEI VIKTÓRIA ENIKŐ 265
BINDICS NORBERT 487
BIRÓ BORBÁLA 291, 596
BIRÓ PÉTER 619
BODNÁR GERGELY 60
BOKÁNYI MÓNIKA 46
BOLLÓK MÁTÉ BENCE 223
BORBÁS ANNA 175
BORBÉLY JUDIT 120
BOROS ARANKA 534
BOROS NIKOLETT 549
BOROSS MÓNIKA 283
BRAUN EMESE 67
BRAUN GERGELY 31
BRECZKU ANNA MÁRIA 170
BREITNER SAROLT HEDVIG 564
BUJTOR EVELIN 444
BUKUR TAMÁS 112, 347

C, CS
COOK REBEKA ÉVA 43
CSAHÓCZI MÁTÉ BENEDEK 495
CSALOGÁNY CINTIA 156
CSATLÓS RÉKA 599
CSEH VIKTÓRIA 289
CSER FANNI 374
CSERNÁK MARTIN DÁNIEL 427
CSERNIK BALÁZS 189
CSIKÓS FANNI 168
CSILLAG BALÁZS JÓZSEF 383
CSIZMADIA VIRÁG 552
CSORDÁS ANDREA 410
CSUNYÓ NOÉMI 637
CZEILY TIBOR 122
CZUPPER ZSÓFIA 247

D
DAJKA MÁTÉ FERENC 177
DANCZ ÁKOS GYULA 160
DEÁK VIKTÓRIA 381
DEBRENSZKI ESZTER 260
DÉKÁNY JÓZSEF PÉTER 420
DÉKÁNY VIKTÓRIA 365
DÖMÖTÖR DORINA 63, 73
DR. SZALAI LUCA 390
DUCSAI NIKOLETT 349
DURKÓ RUBEN ISTVÁN 195

E, É
EDŐCSÉNY KLÁRA ILONA 278
ÉGERHÁZI BÁLINT 404
ÉGERHÁZI VIRÁG 137
ELLA DOROTTYA 23
ENDRÉSZ BLANKA 516
ERDÉLYI ÁDÁM 421
ERDŐSI ESZTELLA 518

MINTA

ERŐSS VIKTÓRIA 140
EZDINI IDRAK 271

F
FÁBIÁNNÉ JÁTÉKOS JUDIT ILONA 371
FADEL ÁIJÁ 559
FARKAS FLÓRA 344
FARKAS KIRA ZOÉ 264, 302
FAZEKAS RÉKA 414
FEJES ANDRÁS PÉTER 580
FEKETE DALMA ESZTER 491
FEKETE KINCSŐ 297
FERENCZ CSONGOR 363
FÉSÜ FANNI 245
FETTER BÁLINT 641
FICZERE MÁTÉ 192
FISCHER FANNI 567
FLINK FLÓRA REBEKA 355
FÓDI KAMILLA 274
FÓNAI KENDE ANDRÁS 548
FORGÁCS BENJÁMIN 218
FORGÓ ALEXANDRA 351
FORRÓ KINGA 298
FRANZONY SZINTIA ÁGNES 543
FRISCH MARCELL 497
FÜLEKI SÁNDOR BOTOND 414

G, GY
GALAJDA ESZTER 97
GALAMBOS ÁDÁM 176
GALAMBOS ÁGNES 180
GÁL EDINA PANNA 450
GÁLICZKI ÁDÁM 182
GARAMSZEGI LÍDIA 474
GARAMVÖLGYI DÁVID 41
GÁSPÁR GYÖRGY ANDRÁS 631
GELENCSÉR SENON 174
GENDUR NÓRA 39
GERA TAMÁS 615
GERGÁCZ MÍRA 255
GERGELY NORBERT 28
GHYCZY ANDRÁS 237
GÖTZ BETTINA 131
GRANÁT MARCELL 178, 217, 239, 345, 383, 393, 501
GREUTTER ZOLTÁN GERGELY 108
GRIEZER FANNI 536
GULYÁS CLAUDIA 605
GULYÁS DÁVID JÁNOS 327
GYENES JÁNOS MÁRK 236
GYŐRI BARNABÁS 273

H
HÁBEL NOÉMI 66
HAJDU FRANCISKA 607
HAJDU REBEKA 111
HANKÓ NÓRA 22
HARANGOZÓ FLÓRA 545
HÁRI MARTIN 303
HATVANI KRISZTINA 228
HEILMANN ISTVÁN JÓZSEF 184
HÉRA BOGLÁRKA 587
HERCZEG PÉTER 252
HERNÁDY KINGA 138
HIPSÁGH ZSOLT 476
HITI MAJA BOGLÁRKA 123
HOLLANDA TEKLA-ANDREA 333
HORVÁTH ADÉL ROXÁNA 143
HORVÁTH FANNI 447
HORVÁTH FRUZSINA 544
HORVÁTH KATA 296
HORVÁTH VERONIKA LILLA 592

I, Í
IMRE NIKOLETT 481
IMRICSIK NOÉMI 336
INÁNCSI TAMARA 284
IPACS VERONIKA VIKTÓRIA 275
ISTENES KRISZTIÁN ATTILA 433

J
JAKÓ FANNI 232, 405
JANKA ANASZTÁZIA 428
JANKOVITS ANDRÁS 51
JARJABKA ÉVA ERZSÉBET 369
JÁSZAI TAMÁS 509
JOCA MARTON 533
JÓNA ROZINA 125
JÓZSA CSONGOR 169
JÓZSA GERGŐ 150
JÓZSA RÓBERT 463
JUHÁSZ MÁRK 119
JURAI BOGLÁRKA 229

K
KANYÁRI BENCE PÉTER 486
KAPOSVÁRI LÁSZLÓ TAMÁS 424, 460
KARA ZSUZSANNA 201
KARDOS ÁKOS 300
KÁROLYI HENRIETT 418
KATONA PATRIK 251
KATONA REGINA 469
KAVALECZ LÁSZLÓ MÁTÉ 636
KAVAS KATALIN 107
KELEMEN ADÉL 144
KELEMEN HUNOR 573
KELEMEN KARINA 465
KELEMEN RÉKA 480
KEMÉNYFI GERGELY 628
KEREKES BOGLÁRKA 94
KESZTHELYI ZSÓFIA 332
KIGLICS KRISZTINA 129
KINCSES IBOLYA-IZABELLA 533
KIS ANIKÓ GABRIELLA 205
KISS ALÍZ ORSOLYA 528
KISS BOGLÁRKA 324
KISS BRIGITTA 257
KISS DÉNES 42
KISS DORINA 488
KISS DOROTTYA 96
KISS ESZTER BORBÁLA 400
KISS KRISZTINA 608
KISS LÁSZLÓ MARCELL 188
KISS RÉKA 499
KISS VIRÁG ANNA 610

MUTASS

KISS ZOLTÁN 617
KLINSZKY KITTI 167
KOLESZÁR DÁVID KRISZTIÁN 281
KOLLÁR KÍRA 585
KOLOZSVÁRI KRISZTINA 558
KOMISZÁR VANDA 295
KOPPÁNY MÁTÉ 376
KORBÁCSNÉ RUBÓCZKI ANITA 88
KÓSA BÁLINT 398
KOVÁCS ÁDÁM JÓZSEF 56, 396
KOVÁCS ADRIENN 210
KOVÁCS ALEXANDRA 584
KOVÁCS DOMINIKA SÁRA 565
KOVÁCS HUNOR BENDEGUZ 55
KOVÁCS INEZ 523
KOVÁCS KINGA VIRÁG 620
KOVÁCS LILLA 439
KOVÁCS LÍVIA 105
KOVÁCS NIKOLETT 77, 563
KOVÁCS-SZERJÁN KRISTÓF 202
KREKÓ DANIELLA 517
KRINSZKI ALIZ 85
KUJBUS SÁNDOR GERGELY 502
KULCSÁR KINGA 95
KULHAVI NIKOLETTA MÁRTA 276
KUREMSZKI ANDREA MÁRIA 595
KÜRTHY KRISZTIÁN 164
KURUCSÓ ZALÁN 415
KURUCZ BIANKA 466
KUSZMANN REGINA 148

L
LÁNG ANDRÁS 505
LAZARIUC IVÁN 356
LEKSZIKOV KITTI 121
LENGYEL LILLA 166
LENGYEL RÉKA ZSÓFIA 355
LIPCSEI PETRA 531
LIPTAI LAURA 633
LŐRINCZ ANNAMÁRIA 193
LUKÁCS BENCE 68, 270
LUKÁCS ESZTER 485

M
MACSEK TAMÁS JÓZSEF 233
MADARAS ÁLMOS 456
MAGYAR DONÁT ISTVÁN 412
MAJCZÁN LILI 288
MAJER DÁVID 287
MAKLÁRI ESZTER 102
MÁLITS PÉTER 145
MAROSSY ALIZ 51
MÁRTON ANNA 306
MÁTHÉ IVETT ANDREA 600
MATUSZKA ESZTER ANNA 640
MAZZAG BÁLINT 239
MENYHÉRT JÓZSEF 359
MERZLIAKOV ALEKSANDR 644
MÉSZÁROS BOGLÁRKA-ÁGNES 530
MÉSZÁROS KITTI ANNA 117
MÉSZÁROS VIVIEN 269
MEZŐ DÓRA 618
MIHÁLOVICS ZOLTÁN ANDRÁS 629
MIKLÓS PETRA 288
MO FAN 551
MOHR MÍRA 250
MOLNÁR ALBERT 186, 335
MOLNÁR ANDRÁS DÁNIEL 642
MOLNÁR BÁLINT 527
MOLNÁR BLANKA 409
MOLNÁR ESZTER 334
MOLNÁR MARCELL ISTVÁN 32, 254
MOLNÁR TAMÁS 504
MOSNITZKA ANNA 352

N, NY
NAGYBALI TAMÁS 31
NAGY BARBARA 203
NAGY BOGLÁRKA 268
NAGY FRUZSINA 529
NAGY LOLA 316
NAGY MÁRTON 639
NAGYMÁTHÉ NIKOLETT CSILLA 252
NAGY VERONIKA 89
NAGY ZSELYKE 106
NÁHLIK ANDRÁS 146
NEMÉNY DORKA VIRÁG 630
NEMES KINGA ZSANETT 586
NEMES PETRA 557
NÉMETH ÁRON LÁSZLÓ 420
NÉMETH BOGLÁRKA 115
NÉMETH KATALIN 594
NÉMETH MARCELL 221
NÉMETH MARGARÉTA 508
NÉMETH SÁRA 314
NGUYEN MY LINH 329
NGUYEN NGOC ANH 330
NGUYEN THUY VALENTINA 311
NOUAR DALILA 569
NYÁRI ZSÓFIA BORÓKA 366
NYÍRŐ ALEXANDRA 98, 515
NYISZTOR FANNI 448

O, Ó, Ö, Ő
ÓDOR LILIÁNA 151
OLÁH GEORGINA 171
OLÁH ZSÓFIA 280
OLVASZTÓ ZSÓFIA 613
ÓNODI HENRIETTA 336
ORBÁN BENCE 362
OROSZ BENCE TAMÁS 346
OROVA KATINKA 570
ŐRSI MARCELL 393
OSSIK MÓNIKA 282, 379
OSWALD KYRA 57
ÓTOTT-KOVÁCS GÁBOR 506

MINTA

ŐZE NOÉMI ABIGÉL 240

P
PALUCH ADRIÁN 167
PAPIK RÉKA 420
PAPP DÓRA 285, 305
PAPP-RICHTER MÓNIKA 72
PÁSZTÓ VIVIEN 93
PATAKI ÁKOS PATRIK 574
PATAKI VALENTINA 326
PATRIK-PIRK DOMONKOS 202
PÁZMÁNY KATALIN 624
PELYÁK LEJLA 82
PELYHE BALÁZS 591
PENCZI ANDREA FELICIA 325
PERGEL DÁVID 200
PÉTER MILÁN 635
PETŐCZ RICHÁRD 493
PETRÓCZKI DALMA 204
PFEIFFER ÁDÁM 459
PHAN THANH ANH QUOC 645
PINTÉR PATRIK 588
PIPIS PANNA 71
PÓKÁSZ ZOLTÁN ISTVÁN 65
PORKOLÁB PATRÍCIA FANNI 134, 583
POSZTÓS KATINKA HANGA 431
PÓTA CSERNE PANKA 364
PRÉGLER KRISZTINA 360, 361
PUPOS CINTIA 426
PUSZTAI ADRIENN 253

R
RÁCZ DÓRA LAURA 196
RÁCZI RÉKA RENÁTA 384
RÁCZ KRISTÓF 577
RÁCZ RENÁTA 425
RÁCZ ZSÓFIA 535
RAFFAI ELIZA 520
RAJKA LÁSZLÓ 370
RÉDEI ENIKŐ 566
REICHENBERGER NÓRA ANETT 53
RESZKETŐ VIVIEN 85
RÉVÉSZ VIKTOR BARNABÁS 181
RIEDL LÁSZLÓ 372
ROBALINO JULIANNA AURÓRA 597
ROHTLA MADLI 135
ROZS BÁLINT 149

S, SZ
SADH SATHAWATTEY 539
SÁFI LILLA TÜNDE 503
SÁRKÖZI ZSUZSA 472
SCHILLING HELGA DIÁNA 244
SCHIMMER DZSESSZIKA 581
SCHÜTZ ANNAMÁRIA KINGA 492
SEJKÓCZKI VIVIEN 262
SERFŐZŐ MÁRK 171
SHI JUNFENG 549
SIMÓ MÁRTON 454
SIMON DÁNIEL 367
SIMON DÓRA 83
SIMON RITA 467
SINKA KRISZTINA 128
SINKOVICS LILI 555
SIVÁK ÁGNES 300
SLAVATI ZSANETT 142
SOMOSI FANNI 411
SOMOSI FANNI LUCA 74, 275
SOMOS PÉTER 213
SÖRÖS KÁRMEN PATRÍCIA 79
SPEKHARDT FANNI 419, 589
STEFÁN RÓBERT 127
STEIGER SZELINA 468
SÜLE ÁKOS 101
SÜLE ANNA ADRIENN 157
SUMITZ GABRIELLA ANNA 336
SZABADKAI LIZA 322
SZABÓ ÁDÁM 81
SZABÓ ÁKOS 319
SZABÓ DOROTTYA 501
SZABÓ DOROTTYA ANNA 40, 114
SZABÓ HENRIETTA 15
SZABÓ ISTVÁN 375
SZABÓ MÁRIA LAURA 446
SZABÓ MÁRTON 155, 602
SZABÓ ZÓJA MIRABELLA 217
SZAKÁLY ÁRON GERGŐ 513
SZAKMÁR TAMÁS 478
SZAKMÁRY NÁNDOR 345, 402
SZAKOLCZAI DÖME KOPPÁNY 403
SZAKOS RÉKA 100
SZALAI BÁLINT 76
SZALAI REGINA 500
SZALCZGRUBER FANNI 313
SZAMOSI ÉVA 604
SZÁNTÓ MÍRA ANNA 272
SZÁNTÓDI BENEDEK MÁTÉ 277
SZARKA DÁNIEL 70
SZATMÁRY ROZÁLIA HANNA 290
SZÉCSI DOMINIKA 37, 65
SZEIFERT ORSOLYA 440
SZÉKELY HANNA BORBÁLA 110
SZEKERES EVELIN 473
SZEKERES JÁNOS 22
SZELECZKI MIHÁLY DÁNIEL 141
SZÉLL NIKOLETT 86
SZIGETI TÍMEA 47
SZIKSZAI DZSENIFER ZÓRA 118
SZILÁRD PÁLMA BERNADETT 510
SZMULAI ÉVA ADRIENN 154
SZŐKE REBEKA 251
SZTÁK EMŐKE MÁRIA 443
SZTYEHLÍK ENDRE 572
SZŰCS SÁNDOR 623
SZÜSZ KIRA 453

MINTA

T, TY
TAKÁCS LAURA 546
TAMÁS ANETT 78, 80
TANKÓ RÉKA 430
TARNÓCZI TAMARA DÓRA 391
TARNÓCZI TAMÁS BENCE 394, 406
TERNYILAOVÁ LAURA 90
TEVELY TITANILLA VIRÁG 546, 553
TILL GÁBOR 49, 385, 483
TIMÁR BARNABÁS 380
TÓKA KATA 328
TÖLGYES VERONIKA 259
TÓMÁCS RENÁTA 235
TORMA VIVIEN 266
TÖRÖK ÁDÁM IMRE 292
TÖRÖK BARBARA 163
TÖRÖK LÁSZLÓ 442
TÖRÖK LŐRINC 48
TÖRÖK PETRA 399
TÓTH ÁDÁM 455
TÓTH ATTILA MAXIMILIÁN 353
TÓTH BERNADETT 61
TÓTH BOGLÁRKA EMESE 215
TÓTH DORINA ANIKÓ 104
TÓTH LAURA EVELIN 318
TÓTH MÁTÉ 387
TÓTH PÉTER 343
TÓTH ZOLTÁN 263
TULKÁN ADÉL 226
TURI DOROTTYA 452

U, Ú, Ü, Ű
UHRIN DÁVID 312
UJTZ ZOLTÁN 429
UJVÁRY FLÓRA 37
ÜST BALÁZS 437

V
VAJDICS ATTILA 494
VALASEK VIVIEN 91
VÁRADI DÁNIEL 219
VARGA DÓRA 173
VARGA FANNI 598
VARGA KATALIN 612
VARGA KRISZTIÁN 304
VARGA LEVENTE 373
VARGA MÁRK 187
VARGA PATRIK ZSOLT 542
VARGA VIKTOR 17
VARGA VIRÁG JUDIT 609
VARJASKÉRI ADRIENN 522
VÁRKONYI LÍDIA 571
VARSÁNYI DORKA 293
VÁRTELEKI RICHÁRD 462
VAS BIANKA 323
VASKÓ BALÁZS 430
VASS RÓZSA JOHANNA 611
VÉCSI HÉDI 632
VEDRES MÁTÉ NORBERT 58
VÉGH BERNADETT 419, 589
VELKEY ARTÚR 236, 342, 578
VELTI LÁSZLÓ 246
VEREB ZSÓFIA DORKA 160, 207
VIDA TAMÁS 232
VIG ÁDÁM 342
VILLEI-PRIBÉK ANDRÁS GÁBOR 395
VILONYA MARTIN 54
VIZI TÍMEA 417, 489
VÖRÖS ANDRÁS 31

W
WÁGNER ILDIKÓ RÉKA 59
WEPPERT MÍRA 541

X
XIA DEHUA 382
XIE QIONGZHEN 190

Y
YANG LIQIAO 638

Z, ZS
ZAGYI-TARNÓCZI BRIGITTA 87
ZAKA LÁSZLÓ NORBERT 470
ZANÓCZ ANETT 439
ZAPRESKÓ-FARKAS EVELIN 519
ZENTAI BRIGITTA 258
ZSIGÓ ZSANETT 475
ZSÓFI DOROTTYA 153
ZSOLNAIOVÁ VIKTÓRIA 90
ZSOMBOK TAMÁS LÁSZLÓ 238

MINTA

FŐVÉDNÖKÖK

ORSZÁGOS TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI TANÁCS

MAGYAR TUDOMÁNYOS AKADÉMIA 1825

KULTURÁLIS ÉS INNOVÁCIÓS MINISZTÉRIUM

NEMZETI KUTATÁSI, FEJLESZTÉSI ÉS INNOVÁCIÓS HIVATAL

FŐTÁMOGATÓK

KOMÁROM VÁROS ÖNKORMÁNYZATA

MINTA

A 36. Országos Tudományos Diákköri Konferencia Közgazdaságtudományi Szekciójának megszervezését a Pallas Athéné Domus Meriti Alapítvány támogatta a “Közgazdaságtudományi kutatómunka és a 36. OTDK Közgazdaságtudományi Szekciója a Selye János Egyetem Gazdaságtudományi és Informatikai Kara szervezésében” c. pályázat keretében.

arriva

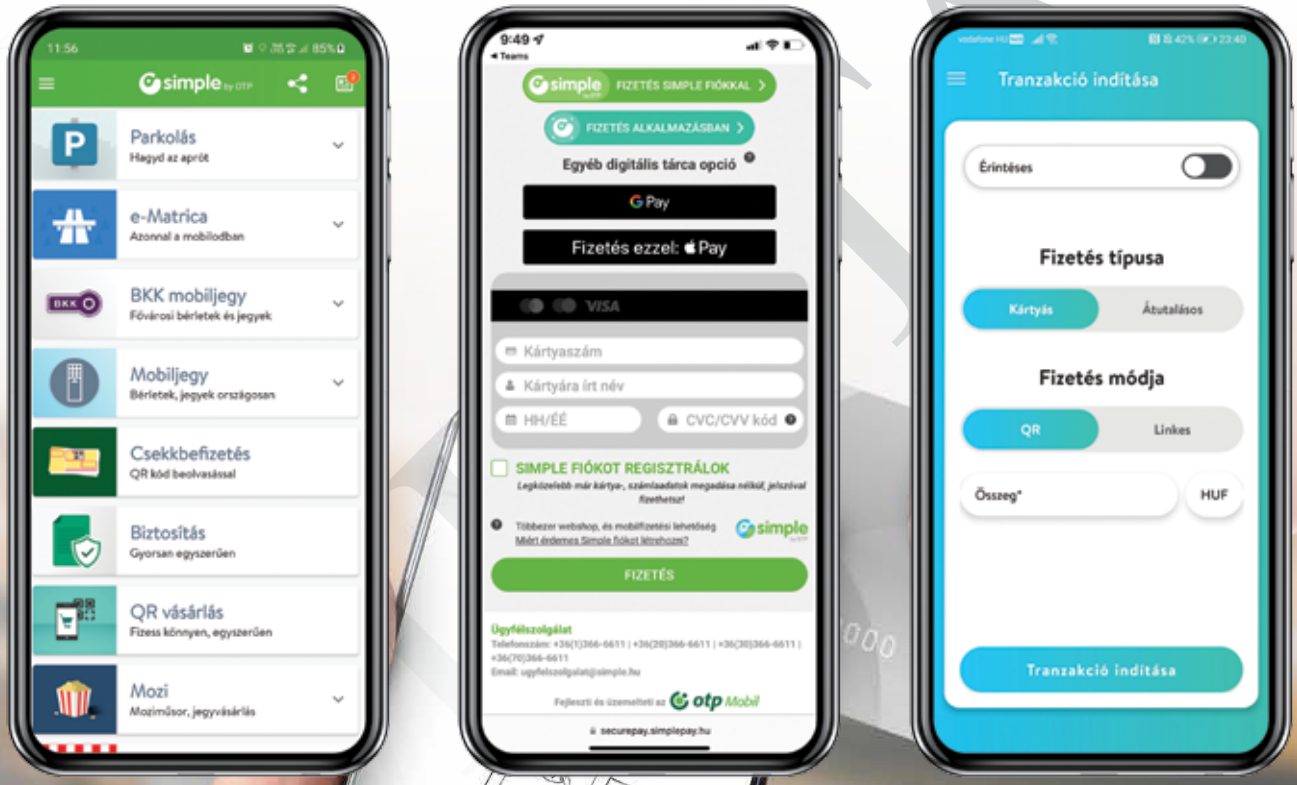
A **WING** a közép-európai ingatlanpiac meghatá-rozó ingatlanfejlesztő és -befektető vállalatcso-portja, amely Magyarországon és Lengyelországban van jelen. A vállalat 1999-es alapítása óta mintegy 1,1 millió négyzetméternyi ingatlant fejlesztett Magyarországon. Több, mint húsz éves fennállása során a WING arra törekedett, hogy a tevékenysége, illetve a fejlesztésében elkészült épületek – amellett, hogy építészeti és funkcionális hasznot jelentenek –, nemzetgazdasági és társadalmi értéket is képviseljenek. Ez a hosszú távú megközelítés jellemzi a vállalat társadalmi ügyeket felkaroló tevékenységét is: a WING CSR-stratégiájának keretében elsősorban a gyermekek, fiatalok felzárkóztatását és tehetséggondozását segíti. A tehetséges fiatalok sikeres jövőjének biztosítása érdekében támogatja 2017 óta, immáron negyedik alkalommal, főtámogatóként az Országos Tudományos Diákköri Konferenciát.

A WING a hazai ingatlanpiac minden szegmensében aktív: azirodafejlesztéseken kívül portfóliójának részét képezik ipari, kiskereskedelmi, szállodai, valamint a lakóingatlan projektek. Vezető nagyvállalatok partnereként azok nemzetközi szintű ingatlanigényére nyújt hosszú távon megoldást. Magyarország egyik legnagyobb magántulajdonban lévő ingatlanvállalkozásaként világszínvonalú épületeket valósít meg, Budapest arculatát meghatározó projekteket fejleszt. Kiemelt célja, hogy az épületek környezettudatosan, a dolgozók jóllétét, egészségének megőrzését támogatva valósuljanak meg. A fejlesztések során az energiahatékony működés, a környezettudatos anyaghasználat, a tudatos vízfelhasználás, az optimalizált világítás, a környezettudatos gépészeti technológiák és hulladékkezelés meghatározó szempontok.

A WING alá tartozik Magyarország egyik vezető lakóingatlan fejlesztője a LIVING. Az okos és fenntartható megoldásokra, az energia- és költséghatékonyságra, valamint a közösségi szolgáltatásokra fókuszáló fejlesztő 2017-es alapítása óta kilenc lakóprojektben közel 2000 lakás fejlesztését indította el, ebből több, mint 1200 darabot értékesített, négy átadott lakófejlesztésében pedig több, mint 800 lakást már átadott vevőinek és további fejlesztések állnak előkészítés alatt. A WING 2022-ben létrehozta önálló almárkáját, a WING Industrialt, amely az elmúlt 20 év alatt egyedülálló szakértelmet szerzett egyedi igényekre szabott raktárlogisztikai és gyártó-összeszerelő csarnokmegoldások terén és mára az egyik vezető szereplővé vált az ipari és logisztikai ingatlanfejlesztések piacán. A vállalat fejlesztései között található többek között az ország legmodernebb és legnagyobb, egy épülettömbben megvalósult irodaháza, a Magyar Telekom és a T-Systems új székháza, az Ericsson és a Siemens-evosoft Duna-parti székháza, a Wizz Air Oktató Központ, az ibis Styles Budapest Airport Hotel, a B&B Hotel Budapest City, az East Gate Business Park, a GOBUDA Mall bevásárlóközpont, Magyarország első környezettudatos, zöld minősített bevásárlóközpontja, a budai Hegyvidék Bevásárlóközpont, valamint a WING lakóingatlanfejlesztő üzletágának, a LIVING lakóparkjai; a Kassák Residence és Passage, a Metropolitan Garden és a Park West 1 lakóparkok. Jelenleg fejlesztés alatt áll a Liberty hotel-iroda vegyesfunkciós projekt, valamint a Liget Center irodakomplexum, a LIVING Kassák Terrace, a Le Jardin, a Park West 2 és 3 lakóprojektjei, és az East Gate PRO Business Park. Bővebb információért látogasson el a vállalat weboldalára: www.wing.hu.

MINTA

Az OTP Bank által 2013-ban alapított **OTP Mobil** azzal a céllal jött létre, hogy a csoport leányvállalataként az innovatív, online cashless payment és okoseszköz-alapú vásárlási megoldásokat népszerűsítse. Az OTP Mobil három szolgáltatása a Simple by OTP applikáció, a SimplePay online fizetési megoldás és a kkv-szektor számára létrehozott SimpleBusiness alkalmazás, amelyeket a több mint 2,6 millió regisztrált felhasználóval rendelkező Simple-fiók köt össze egy egységes, online pénzügyi rendszerré.



Simple
A Simple app egy integrált alkalmazás, amely egyetlen platformon keresztül kínál számos praktikus megoldást az élet különböző területeire.

SimplePay
A SimplePay több ezer webshopban nyújt innovatív, biztonságos és gyors fizetési megoldást ke-reskedőknek és vásárlóknak.

SimpleBusiness
A SimpleBusiness egy hazai fejlesztésű alkalmazás kereskedőknek, vállalkozóknak, akik POS-terminál telepítése nélkül szeretnék biztosítani a kártyaelfogadást.

MÁV-START Zrt. és GYSEV Zrt.

A 36. OTDK sikeres lebonyolításához főtámogatóként járul hozzá a MÁV-START Zrt. és a GYSEV Zrt. is azzal, hogy az Építési és Közlekedési Minisztérium közreműködésével a névre szóló igazolás alapján – külön menetjegy megváltása nélkül - 2. kocsiosztályon díjmentes vasúti utazás biztosításával támogatják a 36. OTDK-n részt vevő fiatalokat. A 36. OTDK Közgazdaságtudományi Szekciójának valamennyi résztvevője így kedvezményesen közelítheti meg Magyarország határain belül a rendezvényt!

A támogatás részletei:

A díjmentes utazást legkorábban az igazoláson feltüntetett konferencia első napját megelőző nap 00:00 órától lehet megkezdeni, a visszautazást az adott rendezvény utolsó napját követő nap 23:59 percig kell befejezni. A feláras vonatokra az InterCity pót- és helyjegyet, a helyjegyet, vagy az InterCity pótjegyet meg kell vásárolni, valamint ha valaki 1. kocsiosztályon kíván utazni, a kocsiosztály-különbözet díját ki kell fizetni.

furbify

Felújított prémium laptopok, garanciával!

Fedezd fel kiváló minőségű felújított laptopjainkat és asztali gépeinket, amelyek nem csak a pénztárcádat, hanem a környezetet is kímélik! Gondosan felújított eszközök, megbízható forrásból, **fenntartható körforgásban**.

Follow:

Tekintsd meg kínálatunkat a **www.furbify.hu** vagy a **www.furbify.sk** címen!

ARANY FOKOZATÚ TÁMOGATÓINK

A budapesti székhelyű **MOL csoport** Közép-Kelet Európa piacvezető olaj-, gáz és petrolkémiai vállalata, amely 25 000 fős nemzetközi, dinamikus munkavállalói gárdájával több mint 30 országban van jelen, és több mint 80 éves iparági múlttal rendelkezik. A kitermelés (upstream) és a feldolgo-zás (downstream) mellett a fogyasztói szolgáltatások a har-madik fontos üzletágunk.

Elkötelezettek vagyunk amellett, hogy hagyományos, fosszilis üzemanyag alapú tevékenységünket alacsony szén-dioxid-kibocsátású, **fenntartható üzleti modellben működő vállalattá alakítsuk át. 2050-es víziónk értelmében a MOL-csoport kulcsszereplője lesz Közép és Kelet-Európa alacsony szén-dioxid-kibocsátású körforgásos gazdaságának.** Magas fokú hatékonysággal, ellátva fenntartható alapanyagokkal a gazdaságot, alacsony karbonlábnyomú üzemanyagokkal a mobilitási szektort, valamint kényelmi termékekkel és szolgáltatásokkal az úton lévőket.

Megújult stratégiánk, a 2030+ Shape Tomorrow értelmében a MOL jelentős összegeket fog beruházni alacsony széndioxid-kibocsátású, fenntartható üzleti lehetőségekbe és ennek érdekében számos tevékenységünket újra gondoljuk. Rendelkezünk a kapacitással, az akarattal és a szakértelemmel ahhoz, hogy a fenntartható jövőt alakítsuk, és ahhoz is, hogy a fejlődés motorjává váljunk a kelet-közép-európai régióban. A MOL-csoport ellenálló, integrált üzleti modellje stabil, hosszú távú jövedelmezőséget biztosít, és lehetővé teszi a vállalat számára, hogy új területek irányába nyisson, és jelentős összegeket fektessen be új, alacsony szén-dioxid-kibocsátású projektekbe.

Ezen transzformáció során számítunk a tehetséges, innovatív fiatalokra, akik friss szemléletükkel hozzá tudnak járulni a céljaink eléréséhez. Bővebb információ: https://molgroup.info/

Az energiakonszern annyi energiával rendelkezik, hogy akár osztogathatná is

Mi a közös a fűtésben, szigetelőanyagokban, hűtésben és a légkondicionálásban, a gépjárművekben és az építőipari bevonati anyagokban? Első ránézésre semmi, viszont épp felsoroltuk a komáromi székhelyű HELORO társaság vállalkozási tevékenységét.

A **HELORO s.r.o.** 1992 óta működik a Szlovák Köztársaság területén. Tevékenységét elsősorban az energia és fűtés területére összpontosítja. A nagy hatékonyságú kombinált villamosenergia- és hőtermelés területén töltött tizenhét év során, nem csak számos tapasztalatot szerzett, hanem fokozatosan bekapcsolódott a megújuló és alternatív energiaforrások felhasználásának kutatás-fejlesztésébe is Tökéletesen képzett vezetőséggel ill. tapasztalt, megbízható szervizesekből álló csapattal rendelkezik, akik rendelkeznek a szakmai tevékenység professzionális ellátásához szükséges bizonyítványokkal. A társaság egyik részlege a népszerű **ŠKODA** személygépkocsik értékesítésével foglalkozik, amelynek már több mint húsz éve elkötelezett. Ez idő alatt, több mint nyolcezer jármű megvásárlásához segítette hozzá ügyfeleit. Felelős helyi cégként a HELORO rendszeresen szponzorál különféle kulturális és sportrendezvényeket a környéken. A HELORO autószalon Komáromban, a Prowazeková utcában található.

McLLOYDS s.r.o.

Our company, McLloyd's s. r. o., is solely focusing on manufacturing and distributing organic products. The whole production is certified gluten free and the products are suitable for vegetarians and even for vegans. Most of our products are also allergen free and lactose free.

We are focusing on the production of extruded snacks, popped snacks and baked potato chips without added preservatives. One of our main purposes is to develop a healthy products for our clients which are high in nutrients, but low in calories and does not contain gluten.

We are trying to please every age category, from small babies, through their parents, up to their grand parents.

More info at https://mclloyds.eu/

ibt

Innovatív megoldások

Ügyfeleink valós igényeire szabott komplex, end-to-end fejlesztéseket szállítunk le csapatunkkal, akik már az ország meghatározó digitalizációs és fintech projektjeiben bizonyították szakértelmüket.

carnotie telenor GIRO PRIVÁTDOKTOR dpd TAKARÉKBANK THEFENCE

Szolgáltatásaink

Full stack fejlesztés
Partnereink igényeit szem előtt tartva valósítjuk meg a komplex digitális transzformációs projekteket szakértői csapatainkkal.

Digitális fizetési megoldások
Az online és mobilfizetési rendszerek, digitális tárcák, banki fizetési lehetőségek szakértői vagyunk. Több éves tapasztalattal rendelkezünk a fejlesztés és integráció területén a nemzetközi színtéren is.

Tanácsadás
A szoftverfejlesztés mellett az üzleti folyamatokat is ránk bízhatják partnereink. Az üzleti tanácsadástól kezdve, a projektvezetésen át a rendszerszervezésig minden feladatot megoldunk.

Adattárház és vizualizáció
A legmodernebb adattárház technológiák és adatvizualizációs megoldások specialistái vagyunk. Több iparágban, nagyvállalati és országos megoldások fejlesztésében sok éves tapasztalattal rendelkezünk.

ibtconsulting.hu
ibtconsulting.hu/blog
info@ibtconsulting.hu

MICROCOMP – Computersystém Kft.

Cégünk, a MICROCOMP- Computersystém Kft., egy 1992-ben alapított családi vállalkozás, mely az elmúlt több mint három évtized alatt a szlovák IT piac jelentős szereplőjévé nőtte ki magát. A portfóliónkban kiemelkedő helyen szerepel a komplex informatikai rendszerek fejlesztése, üzemeltetése és támogatása, de számos esetben terveztünk és szállítottunk le egyedi igényű kutatási infrastruktúrát, laboratóriumokat valamint nagy számítási kapacitású szuperszámítógépet és kiterjedt adattároló központokat. A szolgáltatásaink sorát a hardvéreszközök garanciális és garáncián túli szervizelése teszi teljessé. Több világmárkának márkaszervize vagyunk.

Dr. Komzsík Attila, belső ügyekért felelős igazgató

TÁMOGATÓK

EZÜST FOKOZATÚ TÁMOGATÓINK

OBĽÚBENÉ KÁVY SVETA

FaxCOPY

wadb
Create Digital Story

JOBTEX

CHOCO MAZE

MINTA

BRONZ FOKOZATÚ TÁMOGATÓINK

AKADÉMIAI KIADÓ

PSAT Pro Scientia Aranyérmesek Társasága

MeRSZ.hu

TONEX Baucentrum

Alinea Kiadó

Wolters Kluwer

DOSZ doktoranduszok országos szövetsége

PATONYI CHILI - POTÔNSKE CHILI Since 2018 Csallóköz - Žitný ostrov - Rye island Kézműves termék - Ručne vyrobený výrobok - Handmade product

MAGYAR MEZŐGAZDASÁG

VTMSZ VEZETÉSI TANÁCSADÓK MAGYARORSZÁGI SZÖVETSÉGE CMC CERTIFIED MANAGEMENT CONSULTANT

MINTA

MÉDIAPARTNER

MINTA

Kiadó:
Selye János Egyetem – Gazdaságtudományi és Informatikai Kar, Ul. Hradná 21,
SK-945 01 Komárno
gik.ujs.sk

Cím:
36. Országos Tudományos Diákköri Konferencia
Közgazdaságtudományi Szekció

REZÜMÉKÖTET

MINTA

Szerkesztők:
Csiba Péter
Antalík Imre
Puzsér Cyntia
Szabó Dávid

Terjedelem:
40 szerzői ív

Kiadás éve:
2023

ISBN 978-80-8122-453-9

A 36. OTDK Közgazdaságtudományi Szekciója a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal közreműködésével a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alap terhére a Kulturális és Innovációs Minisztérium.