

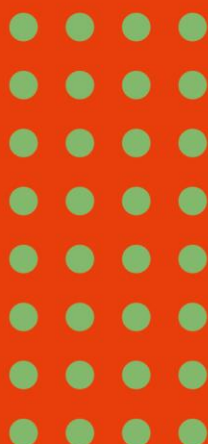


OTDK

35. Országos Tudományos Diákköri Konferencia

Közgazdaságtudományi Szekció
2021. április 22-24.

REZÜMÉKÖTET



35. ORSZÁGOS
TUDOMÁNYOS
DIÁKKÖRI
KONFERENCIA
2021



Közgazdaság-
tudományi
Szekció

SOPRONI
EGYETEM

35. Országos Tudományos Diákköri Konferencia
Közgazdaságtudományi Szekció

2021. április 22–24.

REZÜMÉKÖTET

Szerkesztők:

Czeglédy Tamás

Hoschek Mónika

Kolozsár László



SOPRONI EGYETEM KIADÓ
SOPRON, 2021

Felelős kiadó:
Prof. Dr. Fábíán Attila
a Soproni Egyetem rektora

Szerkesztők:
Czeplédy Tamás
Hoschek Mónika
Kolozsár László

Technikai szerkesztő:
Takács Eszter

Grafikai tervezés:
Bogáti Gergő

e-ISBN 978-963-334-395-1 (elektronikus)

Szerkesztőség:
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar
9400 Sopron, Erzsébet u. 9.
Telefon: +36 99 518-257
E-mail: kozgotdk2021@uni-sopron.hu
Web: kozgotdk2021.lkk.uni-sopron.hu

Sopron, 2021. április 22–24.

A 35. OTDK Közgazdaságtudományi Szekciója az Innovációs és Technológiai Minisztérium támogatásával a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal közreműködésével a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból valósult meg.

© Soproni Egyetem Kiadó

Tartalomjegyzék

Megnyitó gondolatok	6
Köszöntő	8
Roska Tamás: „Énekeljtek az elmétekkel”	10
A Roska Tamás díj nyertese: Pelles Márton	12
Ágazati gazdaságtan – egészségügy	13
Ágazati gazdaságtan – hatások és változások	23
Ágazati gazdaságtan – sport és gazdaság.....	36
Döntéselmélet, gazdaságpszichológia.....	48
Döntéselmélet, játékelmélet	58
Emberi erőforrás – munkaerőpiaci gyakorlatok.....	65
Emberi erőforrás – munkaerőpiaci trendek.....	78
Emberierőforrás-fejlesztés	94
Emberierőforrás-gazdálkodás	106
Fenntartható fejlődés – fenntartható fogyasztás.....	117
Fenntartható fejlődés – marketing aspektusok.....	131
Fenntartható fejlődés – társadalom, fenntarthatóság makro perspektívában	142
Fenntartható fejlődés – település-környezet	155
Fenntartható fejlődés – zöld vállalati gyakorlatok.....	167
Gazdasági informatika és e-business	182
Gazdaságpolitika – a gazdaságpolitika elméleti és gyakorlati kérdései	195
Gazdaságpolitika – környezeti és társadalmi fenntarthatóság	205
Gazdaságtörténet.....	217
Kommunikáció, média	227
Marketing – élelmiszer-marketing	240
Marketing – fogyasztói magatartás	252
Marketing – marketingkommunikáció.....	266
Marketing – marketingstratégia	280
Marketing – online marketingkommunikáció, közösségi média	292
Marketing – ügyfél-elégedettség.....	305
Marketing – vásárlási döntési mechanizmusok	317
Mikro- és makrogazdaságtan	331
Pénzügy – pénzügyi intézményrendszer	342
Pénzügy – pénzügyi kultúra és tájékozottság	353
Pénzügy – vállalati pénzügyek.....	368
Regionális gazdaságtan	380
Stratégia és változásvezetés	395
Stratégia, tanulás- és tudásmenedzsment	406
Számvitel, kontrolling.....	416
Termelés- és szolgáltatásmenedzsment, logisztika, ellátásilánc-menedzsment.....	431
Területfejlesztés	444
Tőke- és pénzpiacok – hazai piacok és módszertani elemzések.....	456
Tőke- és pénzpiacok – nemzetközi piacok	471
Turizmus – a turizmus tendenciái	487
Turizmus – nemzetközi turizmus.....	500
Turizmus – területfejlesztés és turizmus.....	514

Turizmus – vendéglátás, kultúra, sport	529
Vállalatgazdaságtan – innováció és vállalkozás	540
Vállalatgazdaságtan – vállalkozás és piaci siker.....	553
Vállalatgazdaságtan – vállalkozások	567
Vezetés és kultúra	578
Vezetés és magatartás	587
Világgazdaság – EU és magyar KKV-k a globális értékláncban.....	598
Világgazdaság – Európai Unió	606
Világgazdaság – integráció és külkereskedelem.....	615
Névmutató.....	628
Intézménykódok.....	635
Támogatók	639

Megnyitó gondolatok

Tisztelt Tudományos Diákköri Konferencia! Kedves résztvevő hallgatók, bíráló kollégák, szervezésben közreműködők, érdeklődők!



A rendező intézmény tradícióit követve fogadják köszöntésemet: Jó szerencsét! Ez a köszöntés hangzott el 2005-ben, Sopronban a Liszt Ferenc Kulturális Központban, akkor személyes jelenléttel. Most, amikor a 70 éves TDK mozgalom történetében először, a 35. OTDK-n az on-line térben találkozhatunk csak, újfajta kihívásokkal is szembesülve, de, a mozgalom újdonságokra fogékony szellemisége okán, kíváncsian várjuk az új tudós nemzedék jelentkezését, eredményeit, véleményét az érdeklődésre számot tartó témákról. A hungarikumként is elismert, országos mozgalom ma már olyan történet, amelynek a jelene, és egyben már a jövője is találkozik a virtuális térben, amelynek részeként a Közgazdaságtudományi Szekciónak a Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kara ad virtuális otthont az elkövetkező három napra, s így kicsit mindannyian Sopronban is érezhetik, érezhetjük magukat.

Önök és konzulenseik, hallgatók és oktatók, akik között kialakult a mentorált-mentor kapcsolat 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. 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 mozgalmat is megalapozó szellemiség?

Szókratész, a bölcselők egyik legnagyobbika az emlékezők tanúsága szerint gyakran mondta, „tudom, hogy semmit sem tudok”. Kérdései segítségével beszélgetőpartnereiben rejtőző véleményt képes volt napvilágra hozni, és annak életképességét is tüzetesen megvizsgálja beszélgetőpartnerével együtt. Fontosnak tartotta, hogy jó kérdéseket tegyen fel, fontosabbnak, mint a jó válaszok megtalálását (utóbbi amúgy sokkal könnyebb, ha a jó kérdést már feltette valaki). Az Önök életkorából, élethelyzetéből adódóan már nem emlékeznek kisgyermekkorukra és a sok-sok miért kérdésre, mellyel a felnőtteket, szüleiket, pedagógusaikat időnként kikergették a világból, és még nem oly régóta tartoznak a „felnőttek” csoportjába, de ne felejtsek el: a háromévesek bizalommal tekintenek a világra és a megismerés szándéka vezeti őket. Ennek tere a játék, ami egyben maga a tapasztalás, a kreativitás megalapozása, kérdéseket vetve fel – akár többször is ugyanazt a kérdést – a bizonyosság szerzés, a megismerés folyamatában.

Ahhoz, hogy a diák-mentor kapcsolatban az együttműködés sikeres legyen, talán az egyik legfontosabb, hogy kialakuljon olyan bizalmi légkör (egyben partneri kapcsolat), ahol az érdeklődő, kíváncsi diák felmeri tenni a kérdéseit, és nem kizárólagosan (sőt leginkább nem) a választ kapja meg, hanem útmutatást a válasz megszerzésének módjára, lehetőséget az együtt gondolkodásra, lehetővé téve a

tehetségek megtalálását. Mi a tehetség? Átlag feletti talentum, a problémamegoldáshoz való lojalitás és a kreativitás (Renzulli alapján, 1977). A tehetség fontos jellemzője még – Csermely (2014) professzor szerint – a képesség a minőség és az újdonság kombinálására, ami egyet jelent a kíváncsiság, a kérdésesség képességének és szándékának fenntartásával.

És igen, ez megvalósítható a XXI. században is, ami elősegítette a mai napon megrendezésre kerülő konferenciát is! Azzal, hogy idáig eljutottak olyan tapasztalatokkal lettek gazdagabbak, amelyek az élet különböző területein segítik az eligazodást, támpontot adnak döntéseikhez, magabiztosabbakká válnak.

Kérem Önöket, hogy az elkövetkezendő két napot – a TDK mozgalom hagyományaihoz hűen – inkább konferenciának, a közgazdász diáktudományosság legmagasabb fórumának éljék meg, ahol a hallgatók, az intézményeik diák kutatóműhelyeinek képviselőiként, kiművelt, kreatív elmék által megszült gondolatokkal méretődnek meg a szakmai vitában. A 35. Országos Diákköri Konferencia országos megnyitóján Freund Tamás, a Magyar Tudományos Akadémia elnöke is kiemelte, hogy a kreatív gondolkodás, a kreatív munka adja meg számunkra az intellektuális szabadságot.

Az ember kreatív lény (homo creator). A kreativitás olyan képesség, amelynek eredménye a felmerülő problémákra önállóan hozott egyedi, új ötlet vagy ötletek. Önök most bebizonyítják, hogy igen, a jövő nemzedéke nem veszett el. Kívánom, hogy az on-line térben is éljék meg, hogy a konferenciát fontosnak és hasznosnak, élvezetesnek érzik, ami jó közösségi és szakmai élmény, kapcsolatépítési lehetőség, a részvétel az OTDK-n tanulságos, motiváló, inspiráló, mint ahogy a 2019-ben, Pécsen rendezett 34. OTDK Közgazdaságtudományi Szekció résztvevő hallgató foglalták össze tapasztalataikat.

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

Sikeres előadásokat és termékeny vitákat kívánok Önöknek, diáktudósainknak és ítéseiüknek is! Jó szerencsét!

Sopron, 2021. április 22.

*Takácsné György Katalin,
az OTDT Közgazdaságtudományi Szakmai Bizottságának elnöke*

Köszöntő

A 2021-es Országos Tudományos Diákköri Konferencia (OTDK) Közgazdaságtudományi Szekciója 2005 után ismét Sopronba költözik.

Nagy örömünkre szolgál, hogy 2005 után 2021-ben másodjára is a Közgazdaságtudományok Fővárosa lehetünk. Törekszünk rá, hogy a hagyományt és az újdonságot ötvözve teremtsünk alkotó légkört, melybe határon innen és túl bárki becsatlakozhat. Különösen igaz ez itt, a határszélen és a 2005-ös konferencia szellemiségéhez igazodva, amelyen kiemelt ügyként tekintettünk a határon túli magyarok hallgatók bevonására. Nagyon örülünk, hogy 16 évvel később már külön törekvés nélkül is köszönhetjük a teljes magyar nyelvű felsőoktatás tudományos diákköreiből kikerülő legszínvonalasabb kutatások szerzőit.

Nagy megtiszteltetés, egyben nagy felelősség is OTDK-t rendezni, főként egy ilyen nagy létszámú szekcióban, mely számos mértékadó korábbi konferenciát mutathat fel. Ezért is nagy megbecsülés számunkra, hogy a konferencia rendezés elnyerésével elismerték tehetséggondozó műhelyünket is, mely 2013-ban és 2015-ben is Pro Scientia Aranyérmes hallgatóval büszkélkedhetett.

Három nap, mely a feltörekvő nemzedékről, a fiatal tudóspalántákról szól. Hisszük, hogy az OTDK elsősorban nem verseny, hanem egy konferencia, ahol mindenki inspirálódhat, töltekezhet, iránymutatást, további lendületet kaphat, elmélyülhet. Ehhez szeretnénk megteremteni azt az atmoszférát, mely ötvözi a tradíciót és a dinamizmust, egyszerre fiatalos, fesztelen, elmélyült és szakmaisággal, tudománnyal telített.

Mikor elnyertük a szervezést, még nem sejtettük, milyen új kihívásokat tartogat számunkra a jövő. Színes soproni kavalkád, három nap tudományos és közösségi élmény, ez lebegett a szemünk előtt. A pandémia egy éve alatt sok mindent újratanultunk. A hagyományos terek bezárultak, az online terekben korábban nem létező új lehetőségek nyíltak. Mikor szeptemberben értesültünk, hogy a konferenciaszervezést át kell állítanunk az online térbe, szomorúak voltunk, hiszen az addig épített tervek és álmok szertefoszlottak.

De nem adtuk fel egy pillanatra sem, az OTDK szellemiségét nem törheti meg egy új kihívás. Igaz, nem volt hová nyúlni, nincs korábbi online tapasztalat, de arra törekedtünk, hogy amennyire lehet, online is megélhető legyen az OTDK élménye, hogy megszervezzük a legjobb online konferenciát, amit csak lehet. Miközben kiaknázzuk azokat az lehetőségeket, melyeket az online tér nyújt. Például hogy Kínából is lesz prezentáló, hogy a konferencia létszáma jelentősen bővíthet az online térben, így tulajdonképpen bárhol is becsatlakozhatnak középiskolások, barátok, család, konzulensek, szakemberek, érdeklődők. Reménykedünk, hogy e rendhagyó OTDK szervezési tapasztalataiból át-emelhetőek lesznek olyan elemek a – már mindenki reményei szerint – hagyományos jövőbeni konferenciák megvalósításába, melyek segíthetik az OTDK szellemiségének még jobb kiteljesedését.

Most viszont szeretettel várunk mindenkit az első online OTDK Közgazdaságtudományi Szekciójának programjaira! Egyetemünk oktatásban és kutatásban is hangsúlyosan megjelenő küldetésének megfelelően a fenntarthatóságot állítottuk e rendezvényen is középpontba. Felvezető programjaink,

mikrokörnyezetünk fenntarthatósági szempontú megközelítését bemutató színes videóink, karbonlábnyom-számításunk mind-mind ezt szolgálja. Büszkeséggel tölt el minket, hogy a szinte rekord-számú, 597 dolgozat nevezése mellett a fenntarthatóság témája a dolgozatok témaválasztásában komoly hangsúlyt kapott. Az egyes szakmai területeken összesen 6 tagozatot tudunk e tématerületre fókuszáltan kialakítani és ezeken kívül is számos dolgozat érint fenntarthatósági szempontokat. Fenntarthatósági sarok programjainkban a jövő nemzedékek szószólója mellett számos vállalati szakember is bemutatja, megosztja a gondolatait. Fiatal tudósokat, véleményformálókat is sikerült megszólítanunk, így az OTDK pályamunkákon túl további értékes prezentációkat is meg tudunk osztani a konferencián. Büszkék vagyunk arra is, hogy nálunk lesz az első teljesen angol nyelvű tagozat, mely a nemzetköziesedés felé kacsintó lépést is jelent. Mindemellett készülünk interaktív, szórakoztató programokkal is, hogy a monitorok előtt is teljes lehessen az OTDK élménye.

Bagolyszárnyra fel! Találkozzunk 2021-ben a Soproni Virtuális Térben! Ehhez kívánunk minden aspiránsnak, egyetemünk hagyományos köszöntésével: Jó szerencsét!



Czeplédy Tamás

a Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor
Közgazdaságtudományi Karának dékánja,
a 35. OTDK Közgazdaságtudományi Szekció
ügyvezető elnöke



Hoschek Mónika

a Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor
Közgazdaságtudományi Karának
oktatási dékánhelyettese,
a 35. OTDK Közgazdaságtudományi Szekció
ügyvezető társelnöke



Koloszar László

a Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor
Közgazdaságtudományi Karának
tudományos és kutatási dékánhelyettese,
a 35. OTDK Közgazdaságtudományi Szekció
ügyvezető társelnöke

Roska Tamás: „Énekeljete az elmétekkel”



A „Roska Tamás Tudományos Előadás” bevezetéseként próbáljuk meg felidézni, ki volt ő, mire tanít életpéldája?

Nem véletlen, hogy ezt a rangos díjat Roska Tamásról nevezték el.

Roska Tamás Széchenyi- és Bolyai-díjas akadémikus, professzor, a celluláris hullámszámítógép architektúrájának megalkotója, a Pázmány Péter Katolikus Egyetem Információs Technológiai és Bionikai Karának alapító dékánja, a hazai bionikai képzés megteremtője. Tudományos tevékenységét számtalan hazai és nemzetközi díjjal ismerték el.

A száraz adatok ugyanakkor nem adják vissza az embert, a tudóst, aki fiatalok generációit indította el a világszínvonalú kutatómunka felé.

Tudós és kutató volt a szó teljes értelmében, s erre a „szellemi kalandra” hívta tanítványait, munkatársait. „Valami egészen új kell!” – vallotta mindig. Fontosnak tartotta ugyanakkor, hogy a teljes emberhez forduljon – a minőségi, a „legkiválóbb amerikaival, indiaival és kínaival is versenyző”, kitartó munka mellett az igazi erkölcsi hozzáállást is próbálta élővé tenni. Meggyőződése volt, hogy az ember megértéséhez az „igaz” három különböző dimenzióját együtt szemlélve kerülhetünk közelebb. „Hajlamosak vagyunk a mai korban azt hinni, hogy csak az az igaz, amit a természettudományok megmutatnak. Úgy gondolom, hogy nem. Ha meghallgatjuk Mozart Requiemjét, akkor tudjuk, hogy ez igaz. Vagy, ha elolvassuk egy Arany- verset, vagy ránézünk egy Munkácsy-képre, akkor tudjuk, hogy ez igaz. Vagy, ha látunk valakit, aki a családját nemes értékekre neveli, akkor tudjuk, hogy igaz.”

Hite, lelkesedése, a segítőtársakra is, akiket hívott, villámgyorsan átragadt. Megérintette őket alázatos, önzetlen munkája, elkötelezettsége, s a teljes bizalom, amivel feléjük fordult. Mély emberséggel megélt szolgálatával az egyetemes tudományt és mindenkit, aki találkozott vele, személyesen is gazdagított élete során.

Mindig meglátta a lehetőséget a fiatal tehetségekben és teret adott nekik, hogy kibontakoztat-hassák a bennük rejlő képességeket.

Fontosnak tartotta, hogy „olyan kutató legyen, akinek kaland egy új minőség létrehozása”. „Közben bent van az ember a világ élvonalának a történeteiben.”

Sosem a saját, önös érdekei mozgatták – a tudomány, és egy erkölcsi alapokon nyugvó, az embert szolgáló új társadalom építésén dolgozott.

Saját szakmai területén messze túlmutató tevékenysége legyen inspiráció és példakép az Önök számára, akik a jövő tudósai! Ebben a szellemben hallgassuk üzenetét:

„Ti vagytok családoknak és a nagy közösségnek, ennek a nemzetnek a reménységei. Itt ülnek köztetek a jövő sikeres kutatói, feltalálói, tanárai, felelős vezetői. A család, a tudás, az igazi művészet és a nemes erkölcsi értékek megbecsülése és támogatása a ti boldogulásotok és az ország felemelkedésének sarkköve. Sokan küzdünk ezért az értékrendért, és bár nem tudjuk mindig elég hitelesen felmutatni, de az értékek tisztelete kötelez bennünket. ... A fenti értékekre épül a XXI. század új gazdasága, a koncepció vezérelte 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 egy szép Szent Pál-i hasonlattal kifejezve: énekeljete az elmétekkel! ... Kívánom, hogy sikerüljön nektek. A marsallbot a zsebetekben van.”

A Roska Tamás díj nyertese: Pelles Márton



Pelles Márton a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola doktorandusza. Közgazdász hallgatóként 2015-ben kapcsolódott be a TDK mozgalomba, ahol Fiume és a magyar kereskedelmi tengerészet témájában két díjazott dolgozata született (2015, I. helyezett; 2017, 3. helyezett). Doktori kutatását is a már megkezdett téma mentén folytatta. Számos publikációja jelent meg itthon és külföldön rangos folyóiratokban és egy monográfia társszerzője is. Elért tudományos eredményeiért 2017-ben Pro Scientia Aranyéremmel díjazták. Kutatói tevékenysége mellett több Fiuméba irányult turisztikai programnak volt már szakmai kísérelője, és az egykori magyar kikötővárosban a helyi magyarokkal együttműködve több tudományos és kulturális esemény lebonyolításában vett részt.

Roska Tamás Tudományos előadása összegzi a dualizmus idején lezajlott fiumei gazdasági fejlődés és a magyar kereskedelmi tengerészet működésének tapasztalatait. Előadásában bemutatja a nemzetközi hajózás 19. századi meghatározó folyamatait és azt, hogy Magyarország hogyan kapcsolódott be a nemzetközi áruforgalom vérkeringésébe saját kikötője révén. Bemutatja a magyar hajózási vállalatok állami és szabadhajózási működési kereteit és azok kikötők közötti hálózatait. Elemzi Magyarország külkereskedelmi forgalmát, elhelyezi ebben a rendszerben a fiumei kikötőt, és végül felvázolja, hogy a magyar hajók milyen arányban vettek részt a Fiume és így a magyar gazdaság számára legfontosabb áruk szállításában. Előadása végén pedig megjeleníti azokat a multiplikátor hatásokat, amelyek kibontakozásához a magyar hajózás hozzájárult, úgy, mint a tengeri turizmus és kivándorlás vagy a hazai kávéházi kultúra révén a 20. század eleji irodalmi élet kibontakozása. Prezentációjának kiemelt célja, hogy a múlt tapasztalatait, az azokból levonható általános következtetéseket a jelenre is értelmezze, különösen napjaink európai nemzetközi áruforgalma és a lehetséges magyar tengeri kijárat, Trieszt, párhuzamában.

Ágazati gazdaságtan – egészségügy

Elnök: Dr. habil. Juhász Lajos egyetemi docens (ELTE)
Társelnök: Prof. Dr. Lazányi Kornélia egyetemi tanár (ÓE NIK)
Tag: Galambosné dr. Tiszberger Mónika adjunktus (PTE KTK)
Tag: Dr. Ilyésné dr. Molnár Emese adjunktus (BME GTK)

BATÓ ALEX

alextrato96@gmail.com

Közgazdálkodás és közpolitika

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Rencz Fanni
egyetemi docens, BCE KTK*

Az EQ-5D-3L és 5L kérdőívek mérési tulajdonságainak összehasonlítása hidradenitis suppurativa betegeken

A vizsgált tudományos kérdés: A hidradenitis suppurativa (HS) egy krónikus bőrgyógyászati betegség, amely Európában a lakosság 1 százalékát is érintheti. A HS tünetei jelentősen befolyásolhatják a betegek életminőségét, amelynek gazdasági terhei egyaránt érintik a beteget és a finanszírozót. Az új terápiák költség-hatékonysági modellezéséhez és a társadalombiztosítási befogadási, finanszírozási döntések megalapozásához ismerni szükséges a betegek egészségi állapotát, amelynek megismeréséhez legtöbbször az EQ-5D egészségi állapot kérdőíveket használják. A dolgozat célkitűzése az EQ-5D kettő, felnőttek számára készített kérdőív változatának, az ötszintű EQ-5D-5L és a háromszintű EQ-5D-3L mérési tulajdonságainak összehasonlító elemzése HS betegek esetében. Hipotézisünk, hogy az EQ-5D-5L kérdőívvel alacsonyabb plafonhatás, jobb alkalmazhatóság és jobb informativitás, valamint magasabb konvergencia validitás érhető el.

A használt kutatómódszertan bemutatása: 2017. szeptember és 2018. december között három magyarországi egyetemi klinika HS betegek körében készült keresztmetszeti kérdőíves felmérés. A kérdőív első részében a betegek az általános és bőrtünetekre vonatkozó kérdésekre válaszoltak, a második részét a betegek bőrgyógyászai töltötték ki. A válaszadók átlagéletkora 38,4 év (SD: 12,6) volt, a bőrgyógyászok által megállapított betegsúlyosságuk (Physician Global Assessment, PGA) átlagosan mérsékelt stádiumot mutattak.

Eredmények, következtetések: az átlagos EQ-5D-5L és EQ-5D-3L index pontszám 0,74 (SD: 0,26) és 0,61 (SD: 0,34) volt, míg az EQ-VAS, Dermatology Life Quality Index (DLQI), Skindex-16 átlagos pontszámok 62,32 (SD: 23,90), 11,70 (SD: 8,15), 54,17 (SD: 28,76) voltak. Az EQ-5D-5L kérdőív minden dimenziójában a szorongás/depresszió dimenzió kivételével plafonhatás csökkenést találtunk az EQ-5D-3L kérdőívhez viszonyítva. Az informativitás tekintetében az EQ-5D-5L kérdőív az összes dimenzióban jobban teljesített, mint az EQ-5D-3L kérdőív, kivételt képez itt is a szorongás/depresszió dimenzió. A konvergencia validitás 11 esetben (15, 28 százalék) volt jobb az EQ-5D-3L kérdőív esetében az EQ-5D-5L kérdőívhez viszonyítva.

A vizsgált esetek alapján megállapítható, hogy az EQ-5D-5L kérdőív alkalmasabb az általános egészségi állapot mérésére. Eredményeink alapadatokkal szolgálhatnak a HS terápiáinak költség-hatékonysági elemzéseikhez, ezzel finanszírozói döntéseket készíthetnek elő.

DROPSA SZIMONETTA

dropsaszi@gmail.com

Közgazdálkodás és közpolitika

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Rencz Fanni

egyetemi docens, BCE KTK

Hidradenitis suppuratívában szenvedő betegek betegségkölségeinek meghatározása Magyarországon

Egy betegségkölség-tanulmány (cost-of-illness, COI) elkészítése tökéletes eszköz lehet a gazdasági hatások összegyűjtésére, valamint beavatkozások keresésére, melyek csökkenthetik a betegség által okozott gazdasági terheket. Dolgozatom témájául egy eddig kevés figyelmet kapott krónikus betegséget, a hidradenitis suppurativa (HS) bőrbetegséget választottam.

129 HS beteg részvételével keresztmetszeti kérdőíves felmérést végeztünk (kutatást vezető intézet: Budapesti Corvinus Egyetem) 2017 és 2019 között három bőrgyógyászati klinika segítségével. A munkatermelékenység-csökkenését a WPAI kérdőív segítségével mértük fel, míg a költségek meghatározásához az egészségügyi erőforrások igénybevételéről az elmúlt egy évre vonatkozóan gyűjtöttünk adatokat. Az összes költséghez szükséges egységkölségek meghatározását 2019-es vagy az elérhető legfrissebb árakon határoztuk meg.

Összegezve kutatási eredményeim elmondható, hogy a HS átlagkölsége Magyarországon 2 107 108 Ft/beteg/év, ebből a direkt egészségügyi költségek 40%-ot (854 294 Ft), a direkt nem egészségügyi költségek 11%-ot (221 613 Ft), és az indirekt költségek 49%-ot (1 031 201 Ft) tesznek ki. A legnagyobb költségeket a biológiai terápiák költségei (összesen 523 716 Ft), valamint az indirekt költségeken belül a betegség miatt csökkent hatékonysággal végzett munka (presenteeism 531 523 Ft) költsége jelentette.

A dolgozatom elején feltett hipotézisek beigazolódtak, a kutatásunk alapján számolt indirekt és direkt költségek arányai nem térnek el jelentősen más országok HS költségarányaitól, valamint a HS betegséggel összefüggő társadalmi terhek éves szinten megközelítik a pikkelysömör, valamint a pemphigus költségeit Magyarországon. A költségek felméréssel bebizonyosodott, hogy a HS betegség társadalmi terhe jelentős, így az életminőség javítása drágább terápiák segítségével is indokolt, hogy hosszútávon a betegségből adódó indirekt költségeket csökkenthessük.

Jelen kutatásunkkal elsőként mértük fel országos szinten, társadalmi szemszögből vizsgálva a HS betegséggel járó direkt és indirekt költségeket. Az eredményekből elmondható, hogy a HS betegséggel kapcsolatos társadalmi költségek jelentősek. A vizsgálat során kapott eredmények költség alapadatokat nyújtanak a későbbiekben egészség-gazdaságtani elemzésekhez és segítik, hogy a HS betegségterhét megismerje a társadalom, a finanszírozó és az egészségpolitikai döntéshozók.

FEHÉR DÁVID

feherdavid04@gmail.com

Közgazdasági elemző

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Rencz Fanni

egyetemi docens, BCE KTK

Időalku módszerrel mért egészségügyi hasznosságok értékelését befolyásoló tényezők elemzése

Az egészségügyi technológiák költséghatékonysági vizsgálata törvényileg kötelező, melyhez két fő adatra van szükség – költségekre és hasznosságokra. Az egyes egészségi állapotok hasznosságértékének meghatározását többféleképp tehetjük meg, dolgozatomban fókuszban azonban a time trade-off (TTO), azaz az időalku módszer, mely keretében az értékelést az egészségügyi hozzájárulást fizető lakosság tagjai végzik. Ennek során a válaszadónak két lehetőség közül kell választania: vagy valamilyen betegséggel él egy adott ideig, vagy teljes egészségben él, de ennél kevesebb ideig, tehát ehhez fel kell áldoznia éveket az életéből. A cél az, hogy az alany eljusson arra az egyensúlyi állapotra, ahol már nem tud dönteni a két alternatíva között, tehát már nem adna fel több évet az életéből a teljes egészségért cserébe. A nemzetközi szakirodalomban ismert, hogy a résztvevők számos demográfiai karakterisztikája és hozzáállásbeli (pl. vallás) eltérése befolyásolhatja a TTO kísérleteket – ezáltal pedig az egészségügyi technológiák költséghatékonyságát. Magyarországon keveset tudunk a hasznosságokat meghatározó egyéni tényezőkről.

Kutatásom során többek között arra kerestem válaszokat, hogy milyen egyéni tényezők lehetnek háttérrel három magyarországi felmérés TTO eredményeire. Mintám 2083 hasznosságot tartalmazott három magyarországi keresztmetszeti kutatás 639 válaszadójától az általános populációból véve. A hasznosságokat többváltozós véletlenhatás (RE) modellel elemeztem. Eszerint minél idősebb valaki, ceteris paribus annál magasabbra értékeli az egyes állapotokat. A nők magasabbra értékelik az egyes állapotokat a férfiaknál. A foglalkoztatottak jobbra értékelik az egyes állapotokat az egyéb foglalkoztatottsági helyzetűeknél. A felsőfokú végzettség az életkorral interaktálva szignifikáns pozitív hatást gyakorolt. A foglalkoztatottság és a nem interakciója alapján a dolgozó nők alacsonyabbra értékelik az egészségi állapotokat a nem dolgozóknál, vagy a férfiaknál.

A hasznosságértékeket eredményeim alapján érdemes a releváns populáción felvett nagy, véletlenszerű mintákból számolni, hogy a vizsgált, és egyéb befolyásoló tényezők okozta variancia biztosított legyen. Eredményeim előkészíthetnek jövőbeli hazai hasznosságmérési kutatásokat és alapot adhatnak rétegzési stratégiák meghatározásához, illetve mintakiválasztáshoz. Ez elősegítheti a hazai hasznosság alapadatok számának növekedését és ezáltal az egészségügyi technologiaelemzések (HTA) fejlettebb szintre jutását Magyarországon.

LIPCSEI BENCE

lipcsei.bence1@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

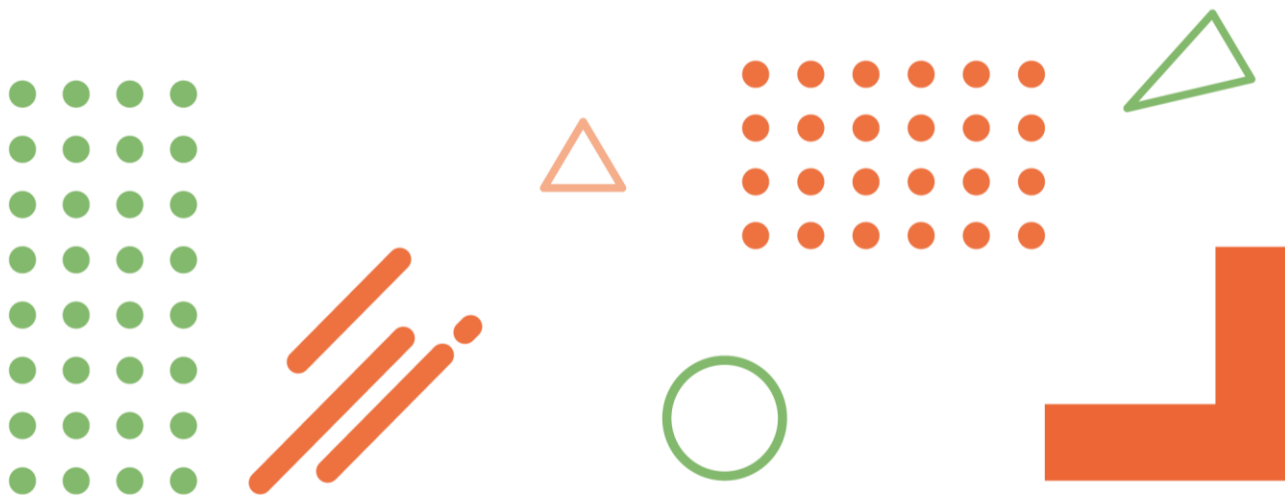
*Témavezető:
Madari Zoltán
tanársegéd, BCE KTK*

A döntéshozók feladatai az egészségügyi szűrések területén

Az egészségügyi szűrésekre a prevenciós eljárásokon belül nagy hangsúlyt fektetünk, azonban elsősorban a hatásaikról készült statisztikák és a megjelenési ráták kerülnek az érdeklődés középpontjába. Jelen dolgozatomban az érintettek egy szűk körét, a döntéshozókat, illetve az ő feladatukat és jelentőségüket vizsgálom. Tanulmányom elején vázoló a téma kifejtésének szerkezetét, illetve bemutatom a témához kapcsolódó releváns szakirodalmat. A következőkben áttekintem az egészségügyi szűrések, mint közgazdaságtani értelemben vett javak piacát. Az 1. fejezet során kitérek továbbá a szűrések optimális szintjét befolyásoló tényezőkre, részletesen ismertetem azok hatását, valamint a megoldási lehetőségeket. A 2. fejezetben költséghatékonysági szempontból vizsgálom a területet, illetve négy adatelemzési modellel bemutatom a kockázati tényezők detektálásának eszközeit. A 3. fejezetben az eddig tárgyalt döntéshozói feladatok mellett kitérek a kommunikáció jelentőségére, illetve a témához kapcsolódó szakirodalom alapján összegzem az eddig lefolytatott kutatások eredményeit.

A dolgozat megírása során törekedtem arra, hogy választ kapjak kutatási kérdéseimre, melyeket a Bevezetés tartalmaz. A kutatást motiváló kérdésemet sikerült megválaszolnom a három fejezet eredményeinek aggregálásával. Így az optimális szint elérésére való törekvés, a kockázati tényezők alapján a megfelelő célcsoport meghatározása, végezetül pedig a transzparens, storytelling alapú kommunikáció nevezhető meg a döntéshozók kiemelkedő fontosságú feladataként. Második kutatási kérdésem esetében megállapítottam, hogy a használt modellek hasonló kockázati tényezőket mutattak ki, amely hasonlóság a teszt adatbázison végzett teljesítménymérésnél is számszerűsíthető. Így nem találtam a többi módszernél kiemelkedően jobb modellt.

Kulcsszavak: egészségügyi szűrések, egészségügyi döntéshozók, klasszifikációs eljárások
JEL-kódok: C38, C55, I18, I19



MARADA PETRA

petramarada@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

*Témavezető:
Zarándné dr. Vámosi Kornélia
adjunktus, BGE KKK*

Szerializáció folyamata a gyógyszeriparban és az ebből fakadó riasztáskezelés

OTDK dolgozatomban a 2019. év elején bevezetésre kerülő gyógyszerhamisítás megszürése kialakított rendszer működését kutatom, miszerint köteles minden gyártó az Európai Bizottság 2016/160 számú felhatalmazáson alapuló rendelete alapján biztonsági elemekkel ellátni a receptre kapható, vényköteles gyógyszereket. A rendszert az idei évtől minden tagállamnak működtetni kell, melynek elmulasztása, vagy késlekedése az érintett termékek forgalmazásának, illetve a gyártók működésének felfüggesztéséhez vezet.

A biztonsági elem egy kétdimenziós adatmátrixban elhelyezett egyedi azonosítóból és dézsmabiztos csomagolásból áll, mely manipulálás elleni eszközként is szolgál. E két újítás bevezetésével próbálják megállítani, hogy a hamisítás gyanújával járó termékek forgalomba kerüljenek.

Európai Unió tagságunk révén a rendelet minden pontja kötelező érvényűen hat a magyar gyógyszeriparra, annak ellenére is, hogy hazánkban zárt gyógyszer ellátási lánc működik. Ezért a szerializáció folyamatának bevezetése komoly feladatot jelentett minden, a gyártáshoz közvetve vagy közvetlenül kapcsolódó szervezeti egység számára, mert egy eddig teljesen ismeretlen folyamat elé került a gyógyszeripar. A gyógyszerárakban a kétdimenziós kód beolvasására alkalmas szkennerek, jelentős mennyiségű riasztást generálnak az expediálás során, különböző okból kifolyólag. Kutatásom során legfőképp arra keresem a választ, hogy a bevezetésre került rendszer alkalmas-e a gyógyszerhamisítás kiszűrésére. Készítettem kérdőívet, mely a patikusok tevékenységére irányult, hogy miképp járnak el, ha riasztásra figyelmeztet a rendszer, mi a leggyakrabban előforduló kód, amivel nap, mint nap találkozunk, illetve segíti-e meggátolni véleményük szerint a hamis eredetű gyógyszerek forgalomba kerülését. Továbbá egy hazai gyógyszergyár dolgozóival készítettem interjút, különböző területekről, hogy hogyan készültek fel a rendszer bevezetésére és milyen teendőik vannak mint forgalomba hozatali engedély jogosultjai.

Végül, statisztikai adatok kinyerésével egyértelműen szemléltettem, hogy bár a keletkezett riasztások száma több, mint tízezer – egy hazai gyártónál –, de a piacra került szerializált termékek ettől jóval számottevőbbek, milliós nagyságrendűek, így arányaiban a fejlesztés alatt lévő rendszer nem működik rosszul. Ennek ellenére hazai vonatkozásban hasznosnak még sem mondható, annál inkább költség-, beruházás- és emberierőforrás-igényes lépésnek tekinthető a gyógyszeripar életében a szerializáció.

SÜLE KATA

kata.sule@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

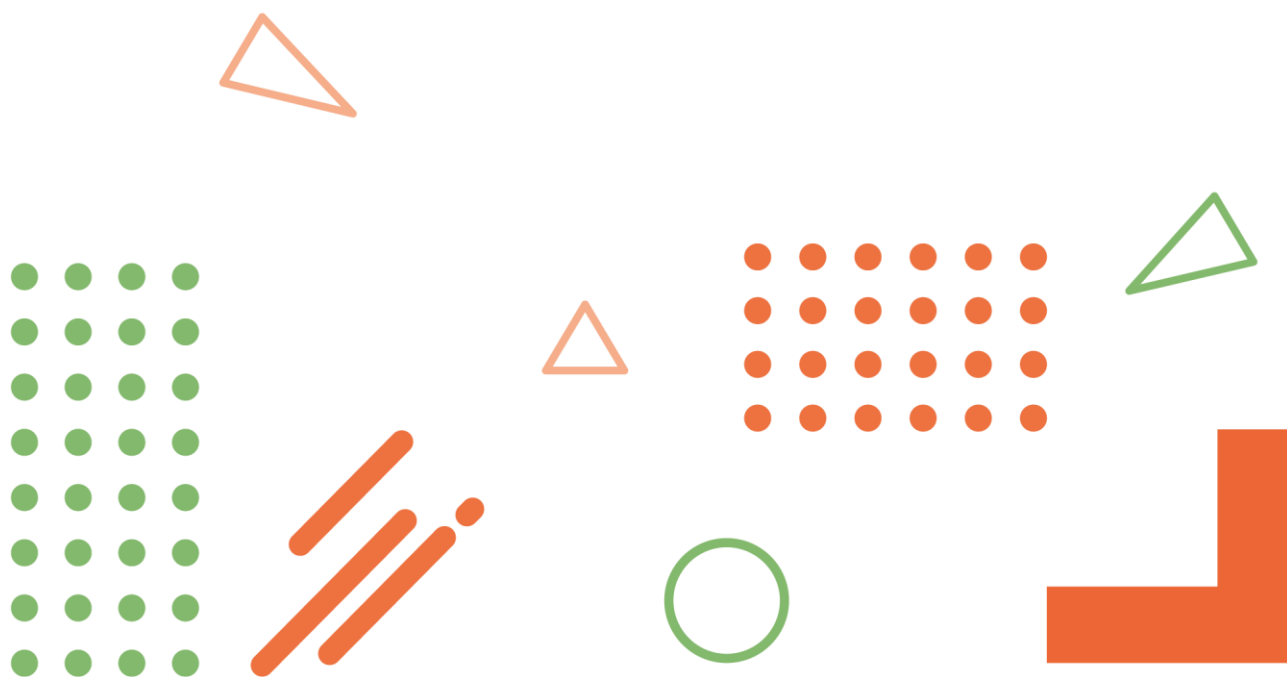
*Témavezető:
Tőkés László
tanársegéd, BCE KTK*

Visszaszorítható-e az elhízás? A Menu Labeling Law hatásának vizsgálata az amerikai társadalom táplálkozási szokásaira

Dolgozatomban egy, az Amerikai Egyesült Államok három államában, 2009 és 2011 között bevezetett, az elhízás megfékezésére irányuló törvény, a Menu Labeling Law hatását vizsgálok ökonometriai módszerekkel, mikroszintű adatokat használva. A törvény értelmében az étteremláncok kötelesek feltüntetni az étlapjukon az általuk kínált ételek kalóriatartalmát, ezzel ösztönözve a fogyasztókat a tudatosabb táplálkozásra.

A dolgozatban az irodalmi áttekintés, majd egy rövid viselkedés-közgazdaságtani kitekintés után arra a kérdésre keresem a választ, hogy volt-e a beavatkozásnak hatása, azaz, hogy csökkent-e az átlagos testtömegindex a három kezelt államban. A kérdést ismételt keresztmetszeti felvétel révén előálló háztartási adatokon vizsgálok Difference-in-Differences módszert használva. A kapott eredmények robusztusságát, egy rövid kitekintés erejéig, az egészségügyi állapot és a makrogazdasági ingadozások kapcsolatával foglalkozó irodalom eredményeinek felhasználásával tesztelem.

Végül, az eredményeket összefoglalva megállapítom, hogy a modellem robusztusnak tekinthető és mivel a törvény hatásosságát jelző változó koefficiense nem bizonyult szignifikánsnak, ezért a Menu Labeling Law nem volt szignifikáns hatással az átlagos testtömegindex alakulására.



SZABÓ ÁKOS

akos.szabo@uni-corvinus.hu

Közgazdálkodás és közpolitika

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Dr. Rencz Fanni

egyetemi docens, BCE KTK

Módosított kérdőívváltozatok alkalmazása az egészségügyi finanszírozói döntéshozatalban

Vizsgált tudományos kérdés: a Bőrgyógyászati Életminőség Index (DLQI) a leggyakrabban használt életminőség kérdőív a bőrgyógyászatban. Tudományos diákköri dolgozatom célja szisztematikus folyóiratkeresés segítségével azonosítani, katalogizálni és értékelni a DLQI módosított kérdőívváltozatait és pontozási módszereit, mivel a DLQI-t klinikai és finanszírozói protokollban is használják, így a megfelelő költség-hatékonyság elérésének érdekében kiemelten fontos azonosítani a nemzetközi irodalomban fellelhető kérdőívmódosításokat.

Felhasznált kutatómódszertan: szisztematikus folyóiratkeresést végeztünk a Medline, Web of Science, CINAHL, PsychINFO és Google Scholar elektronikus adatbázisokban.

A hallgató által elért eredmények: 1663 DLQI-t alkalmazó közlemény került azonosításra, ezek közül összesen 77 önálló kutatásból született 81 közlemény került beválogatásra, amelyek 59-féle DLQI módosított kérdőívváltozatról vagy pontozási rendszerről számoltak be. A beválogatott kutatások betegszáma összesen 25 509 fő volt. A kutatások 28 különböző országból származtak (ebből Magyarország n=2) és 47 különböző diagnózist vagy tünetet vizsgáltak. A leggyakrabban vizsgált betegségek a psoriasis (n=16), hirsutizmus (n=6), acne (n=6), alopecia (n=5) és a bromhidrosis (n=5) voltak. A módosításokat a következő egymást nem kizáró csoportokba soroltuk: kérdések számának változtatása (51%), betegség/tünet/testrészekkel kapcsolatos specifikációk (47%), pontozási módosítások (25%), a visszaemlékezési időszak módosításai (19%), a meglévő kérdésekben történő, elsősorban szóhasználatbeli változások (19%), a válaszlehetőségek módosításai (8%) és képi illusztrációk (3%).

A dolgozat konklúziója: 59-féle DLQI kérdőívváltozatot vagy alternatív pontozási rendszert azonosítottunk, melyek jelentős részének mérési tulajdonságai nem ismertek. A rosszul megtervezett vagy nem validált kérdőívmódosítások torzíthatják klinikai és finanszírozási döntések eredményeit. Ugyanakkor, egy-egy jól átgondolt és validált módosítás javíthatja a kérdőív mérési tulajdonságait és többletinformációval szolgálhat a betegek állapotáról. A legígéretesebb módosítások a magyar fejlesztésű DLQI-R pontozás és az „egy hét” helyett „egy év” visszaemlékezési időtávot alkalmazó „last year DLQI” kérdőívváltozat.

SZIGETI SZILÁRD

szigeti90@gmail.com

Közgazdaságtan és vállalati menedzsment

MSc, 4. félév

Selye János Egyetem

Témavezetők:

Dr. Gaál Péter

egyetemi docens, Semmelweis Egyetem

Dr. Ing. Gyurián Norbert,

adjunktus (SK SJE)

Az érték alapú egészségügy lehetőségeinek vizsgálata Magyarországon menedzseri szemmel

A szakirodalomban régóta vizsgált kérdés az egészségügyi ellátás minőségének eredményalapú mérése, mérhetősége, amely az „érték alapú egészségügy” mozgalom megjelenésével újra közép-pontba került. A tudományos diákköri munka célja, hogy empirikus adatok alapján megvizsgáljuk a betegek saját egészségi állapotukra vonatkozó szubjektív értékelésének (PRO) változását és ezen betegeket műtő szakorvosok szakmai tapasztalatának jelentőségét ezen változásban a 2015–2017-es évek között, egy budapesti ellátó intézményben elvégzett háti gerinc gerincstabilizáló műtétek esetében, az 1 szint (fúzió és/vagy nonfúzió) műtéti típusban.

Az állapotfelmérés műtét előtt (preoperatív), majd a kontrollvizsgálatok során 12 és 24 hónappal a háti gerincműtéteket követően (postoperatív) került megvalósításra. A munka első részében a bevezetés, valamint a célkitűzések kerülnek megfogalmazásra. Ezt követi az elméleti háttér, mely az egészségpolitika célkitűzéseit, majd az érték alapú egészségügyet és a gerincgyógyászatot mutatja be. A következő rész a dolgozat kutatómódszertanát és módszerét mutatja be, amit a kutatás eredményei és a megbeszélés követnek. A befejező rész a megfogalmazott következtetéseket és javaslatokat taglalja.

A témakör vizsgálatának eredményei alapján a mintában (N=151) a vizsgált betegcsoport a preoperatív és 24 hónap utáni postoperatív válaszai alapján egészségérzet változás történt. Továbbá az Országos Gerincgyógyászati Központban 2006 óta szerzett szakorvosi műtéti tapasztalat alapján kiválasztott kilenc fő szakorvos által a 2015–2017-es évek között elvégzett gerincstabilizálás (1 szintes fúzió és/vagy nonfúzió) műtéti típushoz illesztett műtéti tapasztalat és a beavatkozásokon átesett páciensek műtét után 24 hónappal állapotfelmérő kérdőívben az egészségérzetet mérő Vizuális Analóg Skálán (VAS) adott válaszai között lineáris kapcsolat áll fenn ($r=0,166$, $p=0,041$). Ez az eredmény összhangban van elvárásainkkal, de az összefüggés nem olyan erős, mint azt feltételeztük, így további vizsgálatokra van szükség a PROM eredményesség mutatóként való alkalmazhatóságára vonatkozóan. Ezt bizonyítja a minta tisztítása az elemszám csökkentésével (N=110), így a lineáris korreláció erősödése fedezhető fel ($r=0,190$, $p=0,047$) a 24 hónapos VAS adatok estén. A Spearman korrelációs vizsgálat eredménye szerint a VAS változások és a műtéti tapasztalat közötti korreláció is szignifikáns ($p=0,020$ és $r=-0,302$) (N=59).

XIANG JIN

xiang.jin@stud.uni-corvinus.hu

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Társadalomtudományi TDK

Témavezető:

Dr. Rencz Fanni

egyetemi docens, BCE KTK

**The Relationship between Health-Related Quality of Life and Productivity Loss:
A Cross-Sectional Study in Chronic Skin Diseases from Hungary**

Background: There is a growing interest in exploring the relationship between health-related quality of life (HRQoL) and productivity loss of chronic skin diseases and identifying economic models to estimate the economic loss.

Objectives: The aim of this study was to explore the relationship between health-related HRQoL and productivity loss of affected patients with two immune-mediated chronic skin diseases, psoriasis and hidradenitis suppurativa (HS) in Hungary, to identify models to estimate the health economic loss, and to compare the relationship between HRQoL and productivity loss between the two conditions. **Methods:** Two cross-sectional datasets of patients were employed. Dermatology Life Quality Index (DLQI), DLQI-Relevant (DLQI-R) and EQ-5D-3L were used to measure HRQoL. We used the Work Productivity and Activity Impairment (WPAI) questionnaire to measure absenteeism, presenteeism, overall impairment, and daily activity impairment. Multivariate linear regression analysis was used to set up equation models allowing the calculation of percent work productivity loss per HRQoL unit increase.

Results: A total of 116 patients with psoriasis were analysed in this study. Overall, 17 (14.66%) patients reported missing from work in the past week, with average 1.92 hours, due to their health problem (absenteeism), and 60 (51.72%) of patients' work was impaired due to their health problem (presenteeism). Presenteeism and daily activity impairment strongly correlated with different HRQoL measures. As for the HS, data of 171 patients were analyzed. Among these patients, 36 (21.05%) reported missing from work because of absenteeism, and 85 (49.71%) reported presenteeism. In contrast with psoriasis, the absenteeism was strongly correlated with diverse HRQoL measurements. Furthermore, there were statistically ($p < 0.05$) differences between psoriasis and HS with regard to absenteeism, presenteeism, and overall impairment, while the daily activity impairment did not differ significantly between these two patient groups.

Conclusion: This study found that absenteeism correlated less with HRQoL than presenteeism and daily activities impairment in psoriasis patients, while the absenteeism correlated more with health status than presenteeism and daily activities impairment in HS. In the absence of data on indirect costs, work productivity loss due to psoriasis and HS can be estimated from DLQI scores and EQ-5D-3L scores.

Ágazati gazdaságtan – hatások és változások

Elnök: Dr. Péter Emőke Katalin egyetemi docens (RO EMTE CSK)
Társelnök: Oroszné dr. Csesznák Anita egyetemi docens (BCE)
Tag: Dr. Nagy Mónika Zita egyetemi docens (MATE Kaposvári Campus)
Tag: Dr. Gyarmati Gábor Géza adjunktus (ÓE KGK)

BÁNÓCZI ANNA

banoczianna@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan BA

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

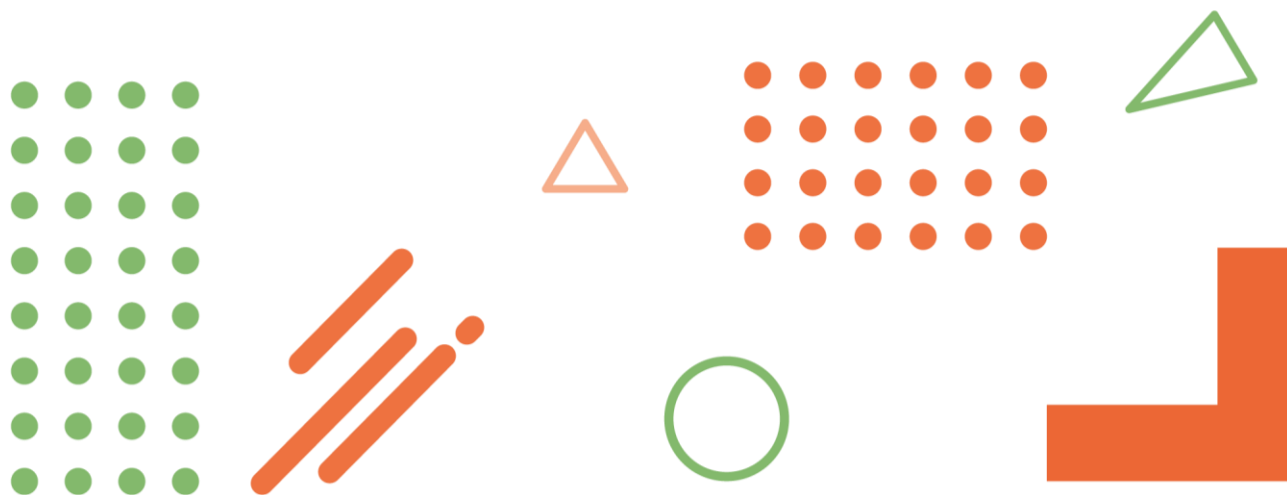
*Témavezető:
Dr. Sugár András
egyetemi docens, BCE KTK*

Lakni vagy nem lakni? – Ingatlanpiaci folyamatok elemzése a fővárosban, fókuszban az Airbnb

Dolgozatomban a 2019 eleji budapesti ingatlanpiacot elemzem elméleti és empirikus megközelítésben, fókuszálva a rövid- és hosszútávú lakáskiadás piacainak kölcsönös hatásaira az Airbnb példáján keresztül. A kutatásom igen releváns és jelentős témával foglalkozik, mivel a hétköznapi emberek számára is egyre jobban érzékelhető a fokozódó fővárosi lakhatási kérdés és a fűvődő ingatlanpiaci lufi. A következtetéseimet közgazdasági modellek alkalmazására, iparági szakértők tapasztalataira és érvelésére, valamint az általam épített empirikus panel ökonometriai modell eredményeire alapozom. Részleteiben, adatokkal illusztrálva mutatom be a fővárosi ingatlan- és albérletpiaci folyamatokat, amely során kombinálom a makro- és mikro szintű környezet hatásait, a piacok közötti kölcsönhatásokat, valamint a bérleti díjak és a lokáció kapcsolatát.

Az eredményeim rámutattak arra, hogy a rövidtávú szálláskiadás egyre jobban befolyásolja az ingatlanpiaci folyamatokat, ezért modelleztem az Airbnb hatását 2017 és 2018 közt. Ebben az időszakban 10%-kal több a listázott szállás a platformon 1%-kal növelte a bérleti díjakat, és 2,1-2,2%-kal a lakásárakat, ceteris paribus. Ez az Airbnb szálláshelybővülés nagyjából az előszezon és a főszezon közötti változás nagysága, vagyis kijelenthető, hogy a platform jelenléte szezonálisan is képes mozgatni az árakat, emiatt pedig az esetleges külső sokkok az Airbnb-n keresztül felerősödött hatással érik el a budapesti ingatlanpiacot.

A jövőben a főváros részéről fontos lenne megvizsgálni a rövidtávú lakáskiadás szabályozásának további lehetőségeit, hogy a jelenlegi ingatlanpiaci felívelés vége ne eredményezzen hirtelen bekövetkezett törést és válságot a piacon, majd a gazdaságban.



BIZDERI DÓRA

bizderi.dora@gmail.com

Mezőgazdasági mérnök

BSc, 7. félév

Kaposvári Egyetem

Agrár és Környezettudományi Kar

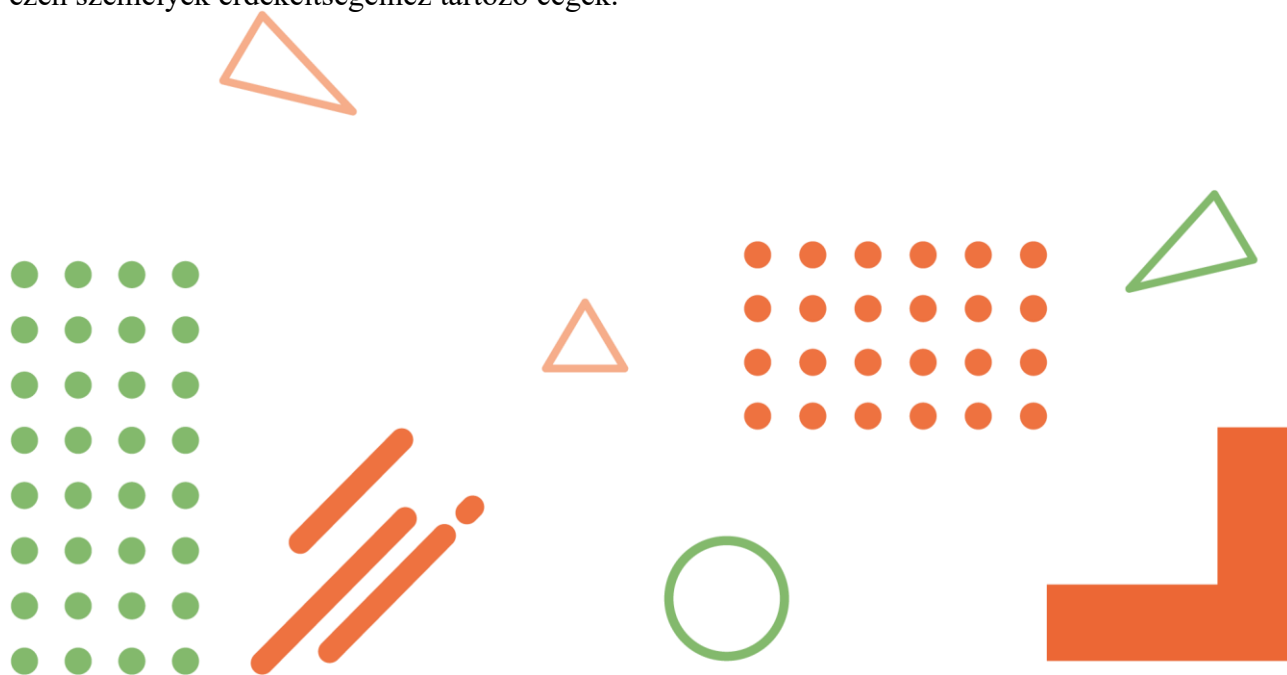
*Témavezető:
Dr. Csima Ferenc
egyetemi docens, KE GTK*

Üzemméret anomáliák az agrártermelésben – Somogy megyei példák alapján

Dolgozatom célkitűzéseként a MÁK mezőgazdasági ügyfélnyilvántartási rendszerében nyilvántartott Somogy megyei ügyfelek számát, megoszlását, a művelt földterület nagyságát és az üzemméretüket hasonlítottam össze a KSH adataival.

Kutatásom eredményeit összefoglalva megállapítható, hogy a megyében az agrárágazatban működő gazdaságok száma a két szakrendszer által nyilvántartott adatok alapján nem mutat jelentős különbséget. A minimális eltérést a MÁK rendszerében a vidékfejlesztési támogatások miatt nyilvántartott, de tényleges mezőgazdasági tevékenységet nem végző szervezetek adják: egyházak, önkormányzatok, egyesületek.

További kutatásom alapját egy ismert tény képezte: az agrárvállalkozások esetében gyakran az a modell működik, hogy a cégek mellett a tulajdonosoknak és azok családtagjainak is van külön bejegyzett gazdaságuk. A gyakorlatban azonban ezek a külön bejegyzett gazdaságok egy üzemegységként működnek. A dolgozatomban azzal a feltételezéssel éltem, hogy az azonos székhellyel rendelkező gazdálkodók a gyakorlatban egy gazdasági üzemegységként működnek. Az ügyfélnyilvántartási adatokat elemezve megállapítottam, hogy címegezéssel a regisztrált gazdák 30%-a érintett: a nyilvántartott gazdálkodók száma és a tényleges gazdálkodói üzemegységek száma között jelentős eltérés van. A címegezéseket részletesen megvizsgálva elmondható, hogy az egy címen nyilvántartottak közeli hozzátartozók, családi gazdaságot működtetnek, közös őstermelői tevékenységet folytatnak, illetve ezen személyek érdekeltségeihez tartozó cégek.



CSATÓ ALEXA

alexacsato23@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 4. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Csiszár Csilla Margit
egyetemi docens, ME GTK*

Vajon mi lehet a fejekben? Górcső alatt a fogyasztói tájékozottság Borsod-Abaúj-Zemplén megyében

Mindennapi fogyasztóként számtalanszor kerültem olyan szituációba, ami fogyasztóvédelmi szempontból megkérdőjelezhető volt. Ezen negatív élmények hatására kezdtem el érdeklődni a fogyasztóvédelem területe iránt. Dolgozatom legfőbb célja az volt, hogy egy saját kutatással bizonyítsam az elméletemet, miszerint a fogyasztóknak nincs elegendő ismerete a fogyasztóvédelem terén.

Saját primer kutatásom során, egy online kérdőív segítségével mértem fel a Borsod-Abaúj-Zemplén megyében élő, 15-65 év közötti korosztályba tartozó fogyasztók fogyasztóvédelmi tájékozottsági szintjét. A vizsgált célcsoportot a KSH interaktív korfájának segítségével életkoruk alapján öt, nemük szerint két csoportra osztom, és ezek alapján határozom meg a kutatásba bevont alanyok összetételét. A kutatásomban 169 fő vett részt. A kitöltők a kérdőív során számot adhattak fogyasztóvédelmi tájékozottságuk szintjéről. A kérdések a tisztességtelen kereskedelmi módszerekhez, a fogyasztói jogokhoz, és a fogyasztóvédelmi intézményekhez kapcsolódtak. Az utóbbi témához kapcsolódó kérdések okozták a legnagyobb kihívást a válaszadók számára, míg a tisztességtelen kereskedelmi módszerek témakörénél szerepeltek a legjobban. Feltételezéseimet a szakirodalmi áttekintés, a témával kapcsolatos korábbi kutatások, illetve saját tapasztalataim alapján állítottam fel, majd statisztikai próbák segítségével teszteltem azok helytállóságát. Bebizonyosodott, hogy a válaszadók tájékozottsági szintjét azok végzettsége, foglalkozása és lakóhelye befolyásolja a leginkább. Az eredményekből kiderült, hogy az alanyok többsége jobbnak ítélte a fogyasztóvédelemhez kapcsolódó tájékozottsági szintjét, mint amilyen az valójában. Az is beigazolódott, hogy a többség még nem fordult semmilyen fogyasztóvédelmi intézményhez, sőt azt sem tudja, hogy milyen intézmények működnek. A kutatásban résztvevők megerősítették azt a feltételezésemet, hogy szükséges lenne a középiskolák tantervébe beépíteni a fogyasztóvédelmi ismereteket oktatását.

Kutatásom során azt a fő következtetést vontam le, hogy hazánkban a jelenleginél sokkal nagyobb hangsúlyt kellene fektetni a fogyasztók oktatására. Remélem, hogy a közeljövőben, hazánkban is kialakul egy olyan tudatos fogyasztói réteg, amely tisztában van fogyasztói jogaival, ismeri a tisztességtelen kereskedelmi módszereket és tudja, hová fordulhat fogyasztói panaszával.

DOBOS EMESE

dobosemese1@gmail.com

Nemzetközi tanulmányok

MSc, 1. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. Ferkelt Balázs

egyetemi docens, BGE KKK

Globalizáció és luxusipar: európai elitizmustól a divat világtérképéig

Dolgozatomban azt vizsgálom, hogyan hatott a luxusiparra a XX. század utolsó évtizedeiben elinduló, a divatipar ezen szegmensét is elérő gyártáskiszervezés (outsourcing) és a korábbi, szűk, helyi kliensekhez képest a külpiacon (főleg Ázsia) felé nyitás. Arra a kérdésre is keresem a választ, hogy milyen radikális, a luxusipart érintő változások jelentek meg akkor, és milyen aktuális, valamint jövőbeni tendenciákkal került szembe a szegmens napjainkban.

Kutatásom során primer és szekunder kutatást egyaránt végeztem. Az általános és legfontosabb szakirodalmi források mellett folyóiratcikkekre, továbbá a szakértőkkel és iparági szereplőkkel készített mélyinterjúkra is alapozok. A szekunder források alapján ugyanis nem kapnánk pontos képet a témáról a luxusiparban különösen fontos, és a márkáértékben jelentős szerepet játszó országimázs és eredethatás (és ezáltal a „nem hivatalos”, a származási ország megjelölésével kapcsolatos visszasságok) miatt.

A főleg európai gyökerekkel, és akár több, mint 100 éves múlttal is rendelkező luxusházak „kulisszatitka” az ázsiai és közép- és kelet-európai országokba kiszervezett gyártás. Ennek – a nagy tapasztalattal rendelkező szakemberek által, a cégek helyi, saját műhelyeiben történő gyártással szemben történő – a jelentős elmozdulásnak az egyik fő oka, hogy az 1980-as évek társadalmi mobilizációja révén egy új vásárlóréteg számára státuszszimbólummá váltak a luxustermékek. A cégek jelentős marketing-erőfeszítésekkel létrehozták az „It bag” jelenséget, a kézitáska kultuszát. Ugyanebben az évtizedben elindult egy konglomerációs folyamat is: a korábban családi vállalkozások élére az üzleti szférából érkező menedzserek jöttek. A márkák között egyre növekvő verseny, az újonnan nyíló piacokért vívott harc azonban egyre kiszolgáltatottabbá tette a korábban „válságálló” luxuscégeket a változó piaci, gazdasági környezetnek. Az időközben az európai könnyűipar leépítését célzó intézkedések – a fejlődő országok könnyűiparának támogatásával párhuzamosan – közepette a kiszervezés több luxusmárkánál a fennmaradás zálogát jelentette. Az elmúlt évtizedek fejleményei azonban sérülékennyé, „felhígulttá” és rendkívül diverzzé tették a szegmenst. Az aktuálpolitikai fejlemények, az átalakuló ázsiai piacok, a kereskedelmi háborúk korában és a divatipar környezetkárosító, kizsákmányoló gyakorlatának tudtában a márkákra egyre nagyobb nyomás nehezedik a transzparens, fenntartható, etikus működés tekintetében.

HARTVIG ÁRON DÉNES

hartvig.aron@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

KACSÁK ÁDÁM

kacsak.adam@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

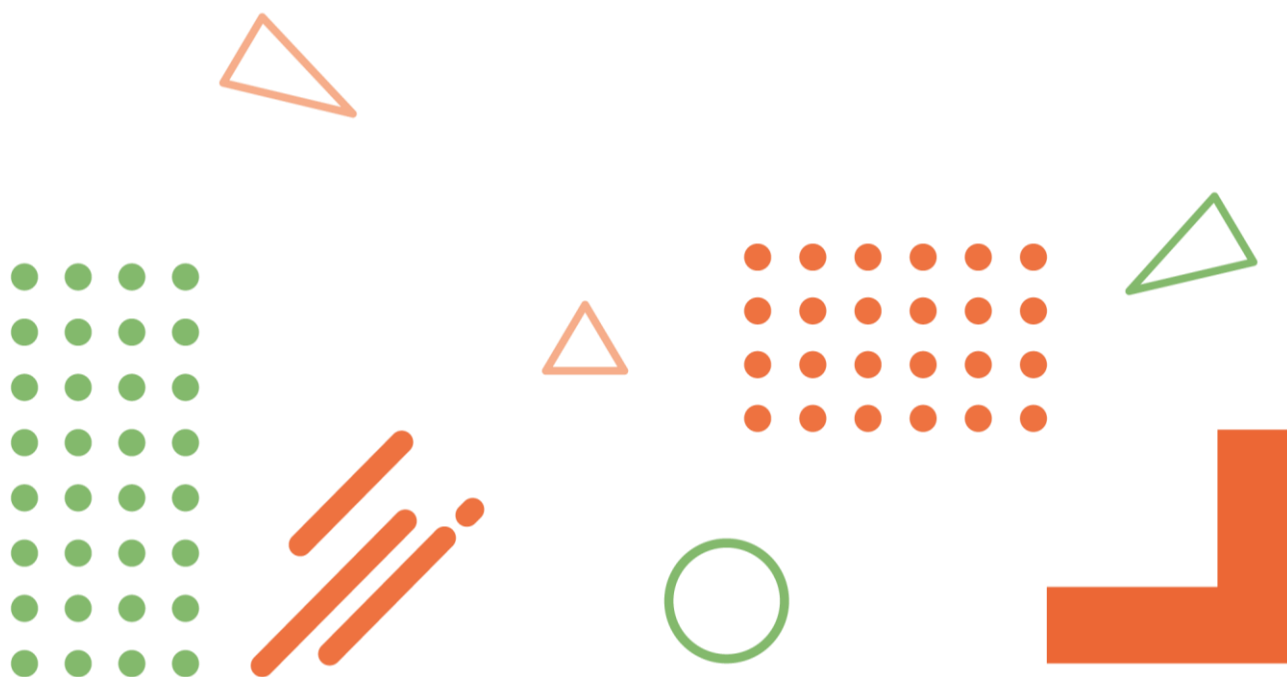
*Témavezető:
Madari Zoltán
tanársegéd, BCE KTK*

A makrogazdaság lakáspiacra gyakorolt hatása Magyarországon

Dolgozatunkban megvizsgáljuk, hogy milyen makrogazdasági tényezők hatnak a magyar lakásárindekre. Ehhez egy OLS regressziót építünk, amiben 2003 és 2017 közötti éves adatok szerepelnek. Eredményeink alapján a folyósított lakáshitelek átlagos összege volt az egyetlen változó, ami szignifikáns magyarázóerővel bírt. Ez azt mutatja, hogy az elmúlt időszakban főként a kereslet megnövekedett hitelfelvevő hajlandósága és ezáltal megnövekedett fizetőképessége hajtotta a lakásárak növekedését. Majd megvizsgáljuk a lakáshiteleket érintő intézkedéseket is az elmúlt években.

A 2008-as válság után létrejövő hitelválság hatására a Magyar Nemzeti Bank 2015-ben bevezette az adósságfékeket, amelyek korlátok közé szorították a felvehető hitelösszeget. A fékek közül a hitelfedezeti mutató plafonja tekinthető effektívebbnek, azonban ahogyan azt az elemzésünk mutatja, a bevezetés nem okozott strukturális törést a hitelezésben, nem csökkentette az átlagos lakáshitel összeget. Azonban, további érdekes kutatási lehetőség nyílik külön a fiatalok helyzetének vizsgálata. A HFM maximalizálásával a pályakezdőknek is legalább az ingatlan értékének 20%-ával kell rendelkeznie.

A vizsgálódásunkból arra tudunk következtetni, hogy bár gazdaságpolitikai intézkedésekkel egyértelműen befolyásolni lehet az ingatlanpiaci folyamatokat, mint az új lakás ÁFA csökkentése, az adósságfék csak a hitelszerkezetre gyakorolt hatást.



HARTVIG ÁRON DÉNES

hartvig.aron@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

PAP ÁRON

aron.pap8@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Madari Zoltán
tanársegéd, BCE KTK*

A digitalizáció hatása a vállalati produktivitásra Európában

Az elmúlt időszak technológiai fejlődése az országok gazdasági helyzetére is nagy hatással volt. Az információ gyorsabb terjedése, valamint az automatizáció megnövelte a vállalatok termelékenységét. Jelen dolgozatban az európai országok hatékonyságára tett hatását elemezzük a digitalizációnak. Megvizsgáljuk, hogy a korábbi makroökonómiai modellek és az empiria hogyan viszonyul egymáshoz. Ehhez panel ökonometriai elemzést végzünk, amelyben megvizsgáljuk, hogy az egy munkaóra eső értékteremtésre milyen hatással vannak a digitalizáció mutatói, mint az országos internetlefedettség, ICT munkások száma, az e-kereskedelem mértéke stb. Az adatbázisunk 29 európai ország adatait tartalmazza 8 éves időtávon (2010–2017). Ez alapján az infokommunikációs szektorban alkalmazottak aránya növeli a vállalati produktivitást. Ebből arra tudunk következtetni, hogy a digitalizációval nem csupán a vállalatoknak, hanem a gazdaságpolitikai döntéshozóknak is foglalkoznia kell.



MAYER BALÁZS

01maybal@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 6. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Váradi Balázs

tudományos munkatárs, ELTE TÁTK

Optimista torzítás költség-haszon elemzésben

A közgazdaságtan legígéretesebb, új eredményeket halmozó ága a viselkedési gazdaságtan; ennek alkalmazása a köztervezői viselkedés jobb megértésére, egy konkrét példán, egy budapesti városfejlesztési projekten keresztül talán a legizgalmasabb téma, amit egy közösségi gazdasági kérdések iránt érdeklődő szakdolgozatot író közgazdászhallgató magának találhat. Ezért választottam szakdolgozatom témájaként a köztervezői optimizmus vizsgálatát a MOL Bubi költség-haszon elemzésében.

Dolgozatom hipotézise tehát az, hogy a MOL Bubi előzetes (továbbiakban: *ex ante*) költség-haszon elemzés tervezői optimistábbak voltak annál, mint ami a projekt lefolyásánál bekövetkezett utólagosan (továbbiakban: *ex post*). Tehát egy optimizmus-torzítás (optimism bias) lépett fel: a bevételek és a hasznok paraméterei felfelé, a költségek paraméterei lefelé torzítottak. A kutatásomat a MOL Bubi *ex post* költség-haszon elemzésének elkészítésével végeztem el. Újrászámoltam, a korábbi elemzést az *ex post* bekövetkezett változások figyelembevételével.

Az elemzést a költség-haszon elemzés alkalmazott módszertanának bemutatásával kezdem (2. fejezet), majd ismertetem az optimizmus-torzítás szakirodalmát (3. fejezet). Ezt követően a MOL Bubi *ex post* költség-haszon elemzését végzem el, annak főbb eredményeit állapítom meg, hogy aztán azok összehasonlíthatóak legyenek az *ex ante* elemzéssel (4. fejezet). Következtetéseket vonok le belőle, és ajánlásokat teszek a továbbiakra nézve az adatok és a szakirodalom tükrében. Végül a torzítások beépítésére bemutatok egy módszert, melynek használatával reálisabb *ex ante* elemzések készíthetők (5. fejezet).

Vállalkozásom során annyit remélhetek, hogy talán hozzájárulok ahhoz, hogy a magyar közpolitikai gondolkodásban kevésbé ismert optimizmus-torzítás szakirodalma és a torzítások beépítésének módszertana ezáltal is nagyobb ismertséget nyerjen. A dolgozat során nem célom kitérni a kérdés urbanisztikai vonatkozásaira, az *ex post* elemzés 2018. december 31-i állapotokat tükröz.

MÓDOS ZOLTÁN

modos.zoli13@gmail.com

Műszaki menedzser

BSc, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Konka Boglárka
adjunktus, PE GTK*

Az elektromos autógyártás jelene és jövője

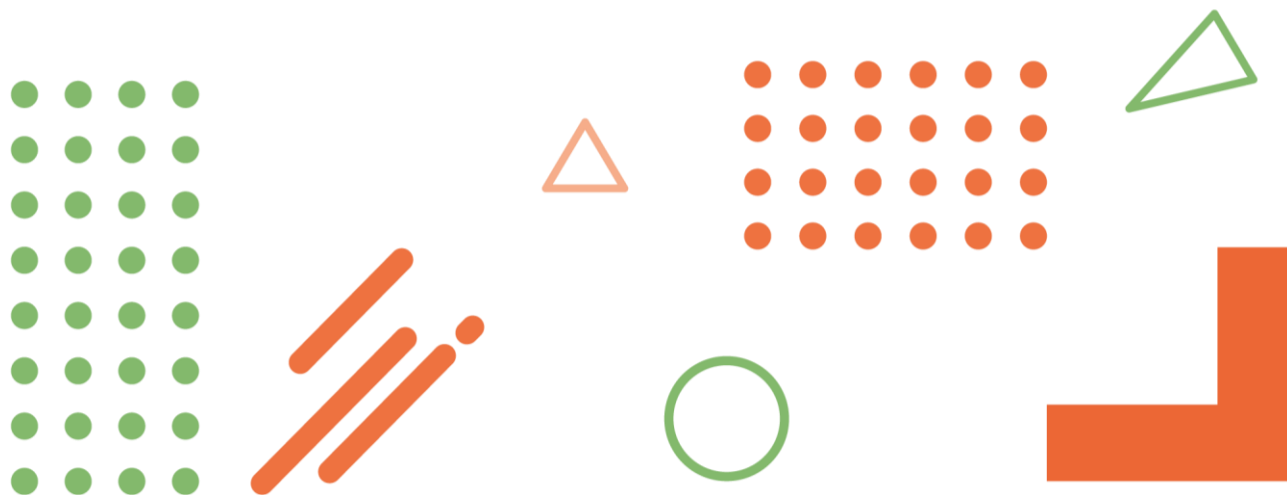
Dolgozatomban az alternatív meghajtású járművek iparágát elemeztem. Elektromos autókból a legtöbb gyártó számos modellt kínál 2020-ban. Emiatt már önmagában fontos a témával foglalkozni. Emellett az autógyárak sok embernek biztosítanak munkát közvetlenül, vagy közvetve, valamint az iparágkutatás és -fejlesztés vívmányai az élet más területén is implementálásra kerülhetnek.

Tanulmányom bemutatja, hogy a jövőt tekintve, várható-e az elektromos autók szélesebb körben való elterjedése. Másfelől, hogy ebben mely régiók játszhatnak majd vezető szerepet. A témakörhöz szorosan kapcsolódik a környezetvédelem is, mivel az elektromos autók elterjedésétől a világ széndioxid-kibocsátásának mérséklődését várhatjuk.

A kutatás szekunder adatok elemzésén alapul, amely során a leíró statisztika elemeit és scenárió-elemzést használtam. Megvizsgáltam az eddigi trendeket és régiók szerinti bontásban is végeztem elemzést. Három adatbázisból dolgoztam. Az adatok Európára, az Amerikai Egyesült Államokra és globális szintre vonatkoznak.

Három hipotézist állítottam fel, amelyek közül kettő igazolásra egy pedig cáfolásra került. Ezek alapján a kutatás eredményei a következők: (1) az alternatív meghajtású járművek további globális elterjedése várható, (2) amelyben Kína vezető szerepe a jövőben is megmaradhat. (3) A közlekedési ágazatban rejlik az egyik legnagyobb potenciál környezetvédelmi szempontból.

Kulcsszavak: alternatív meghajtás, elektromos autó, elektromos töltőhálózat, környezetvédelem



PETE VANDA

petevandaflora@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 3. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:

Balázné dr. Lendvai Marietta

főiskolai docens, PE ZEK

Fenntarthatósági stratégia kopogtat egy családi vállalkozás ajtaján

A fenntartható fejlődés gazdaságot irányító normája mostanra egyértelműen az emberiség egyetlen választási lehetősége! Az új környezetbarát technológiák mára megvalósíthatóvá váltak, s egyre sürgetőbb beavatkozásra van szükség minden szinten.

A 2020-as COVID világjárvány sok esetben további motiváló erővel bírt, hiszen az emberéletek védelmében a döntéshozóknak mind politikai, mind gazdasági oldalon azonnali, kíméletlen változtatásokra volt szükségük.

Kérdés, hogy a következő generáció és egyúttal a Föld érdekében végre összefognak-e a politikai erők, és drasztikus szabályozói beavatkozások történnek a Föld ökoszisztémájának megmentésére, ezen belül is a fosszilis energiatermelési módok visszaszorítására, a vízháztartás egyensúlyba hozására, a túlnépesedés, illetve Európában a népességfogyás gondjának megoldására. Összességében a lineárisról a cirkuláris gazdaságra való átállásra.

Úgy gondolom a mi generációnknak, a fiataloknak is felelőssége, hogy kiharcoljuk a döntéshozók szemléletváltását, és majd munkába állva egy egészen új felelős és fenntartható gondolkodással ezen ügyek részesei, s alakítói lehessünk.

Sajnos még sok a bizonytalanság egyes módszerekkel kapcsolatban, léteznek akadályok a környezetbarát és fenntartható fejlesztésekben, de még több a biztató jel arra nézve, hogy a világ és azon belül az EU különösképpen elkötelezett a változtatásban.

Dolgozatomban kitérek a meghatározó nemzetközi és hazai fenntarthatósági trendekre, kihívásokra, s az eddigi főbb mérföldkövekre, majd ezekre alapozva vizsgálom meg, hogy miképpen alakíthatja át az új világ elvárásai szerint üzleti modelljét egy zalaegerszegi forgalomtechnikai cég, amely egyben a duális partnerhelyem is. A pályamunkám keretében felépítem a családi vállalkozás fenntarthatósági stratégiáját, amely jó alapot biztosíthat egy új jövő építéséhez, s mintaként szolgálhat az üzleti szféra egyéb szereplőinek is.

Az új üzleti modell felépítéséhez kétirányú kutatást végeztem, amelybe egyrészt mélyinterjúk felméréssel bevontam a cég tulajdonosait és vezetőit, másrészt kérdőíves felmérést végeztem a munkatársak körében. Így a kapott eredmények és gondolatok is beépítésre kerültek a megalkotott stratégiába.

RIKOVICS FANNI

rikovicsfanni97@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

*Témavezető:
Dr. Hegedűs Szilárd
adjunktus, BGE PSZK*

Covid-19 pandémia korai hatásainak felmérése a vállalatok pénzügyi mutatói kapcsán – ágazati kitekintéssel

Kutatásom témájaként a Covid-19 járvány okozta gazdasági recesszió kezdeti hatásának felmérését és számszerűsítését választottam, egyes ágazatok vizsgálatában. A dolgozatban görcső alá veszem, hogy a vizsgált ágazatok mennyire voltak felkészülve a pandémia által generált gazdasági válságra, milyen volt a likviditásuk, a tőke- és a költségszerkezetük azt megelőzően.

Célom megvalósításához első lépésben be kell azonosítanom a vizsgálandó ágazatokat, melyhez segítségül az Opten egyik kutatását vettem (C1). A kiválasztás után több mutatóval fogom elemezni az ágazatokat, tudományos módszertannal fogom megvizsgálni, hogy hol vannak különbségek és azonosságok az érintett ágazatokban (C2). Végül tudományos módszerekkel be fogom bizonyítani, hogy az egyik ágazat válságállóbb, mint a másik (C3). Az ágazatok kiválasztásánál a likviditást, az eladósodottságot, valamint a hozzáadott értéket vettem alapul.

Így esett a választásom a turizmus és vendéglátás ágazatára (TEÁOR55-56), mely rossz likviditással és magas eladósodottsággal rendelkezik és az információ-technológiai szolgáltatás ágazatára (TEÁOR-62), mely jó likviditással és alacsony eladósodottsággal bír. Célkitűzésem, hogy egy hiánypótló tanulmányt készítsék, mely leírja a választott szektorok helyzetét és felkészültségét a válsághelyzetet megelőzően és a vírus alatt ágazatonként és egymáshoz viszonyítva is. Feladattervemben az általam felállított hipotéziseket szeretném igazolni vagy cáfolni.

A három bizonyítandó hipotézisem a következő: az ágazatok válságérzékenységét befolyásolja a szektorban elhelyezkedő vállalatok eszközértéke (H1), másodsorban, az ágazatok válságérzékenységét befolyásolja az egyes vállalatok EBITDA-jának a nagysága (H2), végül az egyik ágazat válságállóbb, mint a másik (H3).

A végrehajtási arány egy gyakorlatban ritkábban számított mutató, a kutatásom során a döntéseim megalapozásához alapmutatónak tartom. A végrehajtási aránnyal szeretném érzékeltetni, hogy az ágazatok mennyire érintettek a válságban. Kiszámításra kerültek a szokásos pénzügyi, likviditási és adósságfedezeti indikátorok is. Ezen túlmenően leképezésre kerültek új pénzügyi mutatók is, melyeket az ágazatok stresszmutatóiként is értelmezhetünk. A kutatás módszertana nagyon sokrétű. A dolgozat alaposságát biztosítja: 2 különböző adatbázis-elemzés, mélyinterjúk készítése, valamint ezek összehasonlítása nagyvolumenű felmérésekkel is. Ezek segítségével teljesítem kitűzött céljaimat és bizonyítom a felállított hipotéziseimet.

SZÁNTÓ LÁSZLÓ

szantoo.laszlo@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 5. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Szűcs István
egyetemi docens, DE GTK*

Adott sertéstartó gazdaság beruházásának gazdasági elemzése

A rendszerváltás előtti meghatározó piaci részarányt képző magyar sertéságazat napjainkban csupán árnyéka önmagának. Az 1990-es 8 millió egyedestartó sertésállományi létszám 2004-re 4 (50%-ára), 2018-ra pedig már csak 2,8 millióra (35%-ára) csökkent le Magyarországon, ezzel együtt több gazdasági szervezet és egyéni gazdálkodó felhagyott a sertéstartással. Az ágazatra jellemző problémák közül kiemelendő az integrációk hiánya a termékpálya szereplői között, a nem megfelelő üzemméret és a technológiai színvonal, a makrogazdasági szintű intézkedések hiánya, és az elmúlt években megjelenő több állategészségügyi probléma (PRRS, Afrikai Sertéspestis). Napjainkban a hazai sertésfarmelők közül csak a jól szervezett, intenzív tartásmódot folytató gazdaságok tudják jövedelmezően folytatni a termelésüket, aminek a háttérében a jó takarmányozási technológiai, kiváló munkaszervezés és a beruházások állnak, amelyek javítják a vállalkozás jövedelmezőségét a bevételek növelésével és a költségek csökkentésével.

A dolgozatom célja, hogy értékeljem egy adott sertéstartó vállalkozás zöldmezős beruházását rövid és hosszú távon. A kutatásom során szekunder adatforrásokra hivatkozva átfogó képet adtam mind hazai, mind nemzetközi szinten napjaink sertéságazatáról. A beruházásra vonatkozóan modelleztem annak a költség-jövedelem viszonyait, statikus és dinamikus beruházáselemzést, továbbá érzékenységvizsgálatokat végeztem el, és különböző finanszírozási lehetőségek szerint értékeltem annak a megtérülését.

A kalkulációm eredményeképpen arra a következtetésre jutottam, hogy a sertésfarm jövedelemtermelő képessége mellett a zöldmezős beruházás záros időn belül megtérül. Az elvégzett érzékenységvizsgálat tekintetében a tervezett megtérülési idő a pesszimista esetben több, mint kétszerese a realista változatnak. Mivel ez egy szakosított sertésfarm, aminek az alapvető funkciója a vállalkozás többi telepének a hízóalapanyaggal való ellátása, így nem fogadnak állatokat a betelepítés óta a telepre – bent termelik meg az utánpótlást –, így a napjainkban terjedő vírusos megbetegedés (ASP) elterjedésének a kockázata is jelentősen csökken, a hozamok biztosabbnak tekinthetők, mint más hazai sertéságazati termelőnél.

VARTIK MELINDA

lamenda@lamenda.hu

Vezetés és szervezés

MSc, 1. félév

Szent István Egyetem

Károly Róbert Campus

Témavezető:

Szabóné dr. Benedek Andrea

egyetemi docens, SZIE KRC

Társadalmi vállalkozások, mint innovációs lehetőség civil szervezetek részére

Az elmúlt évek alatt igen sok civil szervezet szűnt meg, de újfajta nonprofit szervezetek is létrejöttek, melyek a társadalmi vállalkozások. A csökkenő pályázati lehetőségek arra készítetik a civil szervezeteket, hogy a közhasznú tevékenységeiket bevételgenerálásra fordítsák. Az 1950-es évektől érvényesítik a vállalatok szabályozásában a fenntarthatóság elvét, hogy nyereségorientált működés mellett a tevékenységük társadalmi és környezeti hatásaival is foglalkozzanak. A zöld gazdaság nem életképes, mert nincs a megvalósításra elegendő forrás. Köztes megoldásként létrejött társadalmi vállalkozások, mely tudatosan tervezett vállalkozói tevékenység a társadalmi problémák innovatív megoldására. A dolgozatom céljai: mi szükséges egy civil szervezetnek ahhoz, hogy társadalmi vállalkozássá fejlődjön, s ennek érdekében hogyan tudja a vezető személyes kompetenciáit fejleszteni és jól működő társadalmi vállalkozásokat állítsak példaként.

A társadalmi vállalkozás átmenet a nonprofit és a profit szektor között? Hogyan ötvözhető a gazdasági tevékenység és a szociális problémák megoldására való törekvés? Mi szükséges a sikeres átmenethez?

A társadalmi vállalkozássá való fejlődés során gátat jelent a szervezeteknek az anyagi háttér, korlátozott pályázati források elérése, valamint a szakmai ismeretek hiánya. A megkérdozett működő társadalmi vállalkozások bemutatták, honnan is indultak, milyen úton jutottak el a sikeres működéshez. A primer kutatásom során mélyinterjút készítettem a Canvas-modell alapján már jól működő társadalmi vállalkozás ötletgazdáival. Az individuális értékek vizsgálatára kérdőívet küldtem ki Észak-Magyarországon működő civil szervezeti vezetők részére. Esettanulmányban bemutattam egy jól működő társadalmi vállalkozás weboldalát a „7C” módszerrel.

A hipotézisek beigazolódtak a kutatás során. A civil szervezetek nincsenek felkészülve az üzleti szemléletű gondolkodásra, mert eddig nem voltak erre rákényszerülve. A forprofit szférának is érdeemes lenne átgondolni a nyereségük felhasználását, hogy a tulajdonosok érdekeinek kielégítése mellett a társadalmi problémák javításához is nagyobb mértékben hozzájáruljanak. A társadalmi vállalkozásoknál a gazdasági problémák és szociális problémák adottak a célokhoz. A civil gondolkodásmód még elég messze áll az üzleti gondolkodástól. Azt tartom fontosnak, hogy egy szemléletváltás elinduljon a civil szektorban. Megtanulják a civil szervezeti vezetők, hogyan értékesítsék jó ötletüket és a felhalmozott szaktudásukat.

Ágazati gazdaságtan – sport és gazdaság

Elnök: Dr. Bácsné prof. dr. Bába Éva egyetemi tanár (DE GTK)
Társelnök: Dr. Sterbenz Tamás egyetemi docens (TE)
Tag: Dr. András Krisztina egyetemi docens (BCE)
Tag: Dr. habil. Szabados György Norbert egyetemi docens (DE)

BAŠA PATRIK

patrik.basa111@gmail.com

Közgazdaságtan és vállalati menedzsment

MSc, 4. félév

Selye János Egyetem

Témavezető:

Dr. Korcsmáros Enikő

adjunktus, tanszékvezető, SK SJE

Fortuna szekerén okosan ülj

Tudományos dolgozatunk célja, hogy átfogó képet kapjunk a sportfogadók sportfogadási és (sportfogadással kapcsolatos) pénzköltési szokásairól, továbbá, hogy megvizsgáljuk a sportfogadók viszonyulását a sportfogadó irodák általános tevékenységéhez és marketingtevékenységéhez. A fő célt az jelentette, hogy minden kérdést megvizsgáljunk korosztályokra lebontva is és ez alapján elkészítsünk egy összefoglaló táblázatot az egyes korcsoportok sportfogadási szokásairól, amely a sportfogadóirodák segítségére lehet.

Dolgozatunkat a téma elméleti megalapozásával kezdjük, amely során kitérünk a sportfogadásra Szlovákia területén, annak törvényi szabályozására, a Szlovákiában található fogadóirodák ismertetésére, a sportfogadás alapfogalmainak bemutatására, valamint a pénzmenedzsmentre és a sportfogadás pszichológiai hatásaira. Kutatásunk során egy olyan témát dolgoztunk fel, amely kapcsán még nem igazán készültek tudományos munkák, és amely nagymértékben érinti országunk, Szlovákia gazdaságát. Azért is tartottuk fontosnak, hogy megismerjük a sportfogadási szokásokat, mert ez a tevékenység bizony sok háztartás pénztárcáját terheli napjainkban. A dolgozat legfontosabb részét tehát emiatt maga a kutatás elvégzése és annak eredményeinek bemutatása jelenti. Kutatásunkat kiegészítőbiztos segítségével, illetve online kérdőíves megkérdezéssel végeztük el szlovák és magyar nyelven egyaránt. Az eredményeket Microsoft Excel programban és SPSS statisztikai programban elemeztük ki.

Eredményeink alapján egyik korcsoportban sem elterjedt az, hogy a sportfogadók havi 100 eurónál többet költenének sportfogadásra, s kutatásunkból az is kiderült, hogy annak ellenére, hogy a sportfogadás igen közkedvelt tevékenység, a sportfogadók többségének anyagilag nem éri meg fogadni. Ennek ellenére az általunk megkérdezettek legmagasabb arányban hetente több alkalommal is fogadnak. Az egyes korosztályokat tekintve nincs különbség azt tekintve, hogy milyen célból fogadnak (szórakozás), illetve, hogy milyen típusú fogadóirodát használnak a fogadásra (belföldi). A pénzmenedzsment egyes típusainak ismertsége nem elterjedt a sportfogadók körében, ahogy a sportfogadási napló használata sem. Minden korosztályban rendelkezik a többség klubtagsággal, de az ezzel járó bónuszokat csak az 54 év felettek többsége veszi igénybe.

A tudományos dolgozat utolsó fejezete az általunk levont következtetéseket és megfogalmazott javaslatokat tartalmazza.

BENYÓ BARNABÁS

barnabas.benyo@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Sebestyén Géza
adjunktus, BCE KTK*

A tőzsdén kereskedett futballcsapatok eredményeinek hatása a részvényeik hozamára

Dolgozatom témájaként a tőzsdén jegyzett labdarúgó csapatok eredményeinek hatását választottam a részvényeik árfolyamára. A téma azért érdekes, mert amennyiben a klubok eredményei rövidtávon hatnak a részvénypiaci hozamokra, az azt jeltené, hogy a befektetők a csapatok részvényeinek vásárlásával vagy eladásával spekulálhatnak a csapat mérkőzéseinek kimenetelére.

Az eredmények és a piaci hozamok közötti kapcsolat vizsgálatát az irodalmi áttekintéssel kezdtem. Tíz tanulmányt választottam, ezek közül négyet részletesebben, hatot pedig csak röviden foglaltam össze. Egy kivétellel az összes tanulmány arra a következtetésre jutott, hogy az eredmények rövidtávon beépülnek a részvényárakba, a győzelmek pozitív, a döntetlenek és a vereségek pedig a kutatások többsége szerint negatív hozamokat eredményeznek. Az irodalmi kitekintés után az elméleti bevezetés második részeként röviden összefoglaltam, hogy valójában miért is várható, hogy a mérkőzés-eredmények hatással legyenek a csapatok részvényárfolyamára. Az elméleti felvezetés után a módszertani felvezetés és a saját kutatásom bemutatása következett. Módszerként a többszörös lineáris regressziót választottam először, ugyanis ennek segítségével könnyen megállapítható, hogy több magyarázó változó közül melyek vannak statisztikailag szignifikáns hatással a magyarázandó változóra. A három versenysorozat (bajnokság, nemzeti kupa és nemzetközi kupák) közül némileg meglepő módon csak a bajnoki mérkőzések esetében kaptam regressziós modellt, a végső modellbe az egyes tőzsdékre jellemző általános piaci hozam és a mérkőzések kimenetele („hármás eredmény”: győzelem/döntetlen/vereség) került be szignifikáns magyarázó változóként. Mindkét magyarázó változó szignifikáns $p=1\%$ -on, azonban a modell előrejelző ereje kicsi. Ez azt jelenti, hogy az eredmények és a piaci indexek teljesítménye szignifikáns hatással vannak a részvénypiaci teljesítményre, más befolyásoló tényezőket azonban nem sikerült azonosítanom, és így a regressziós modell predikciós ereje korlátozott.

A kapott eredményeket kétmintás t-próbákkal ellenőriztem, a két mintát a győztes meccsek után realizált részvényhozamok és a nem győztes meccsek után realizált részvényhozamok alkották. A t-próbák eredményei megerősítették a regressziós vizsgálatok eredményeit: a bajnokságok esetében itt is kijelenthető, hogy az eredmények hatással vannak a részvénypiaci teljesítményre, a másik két versenysorozatban viszont ilyen összefüggés nem figyelhető meg.

CLARO DÁNIEL

claro.dan@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

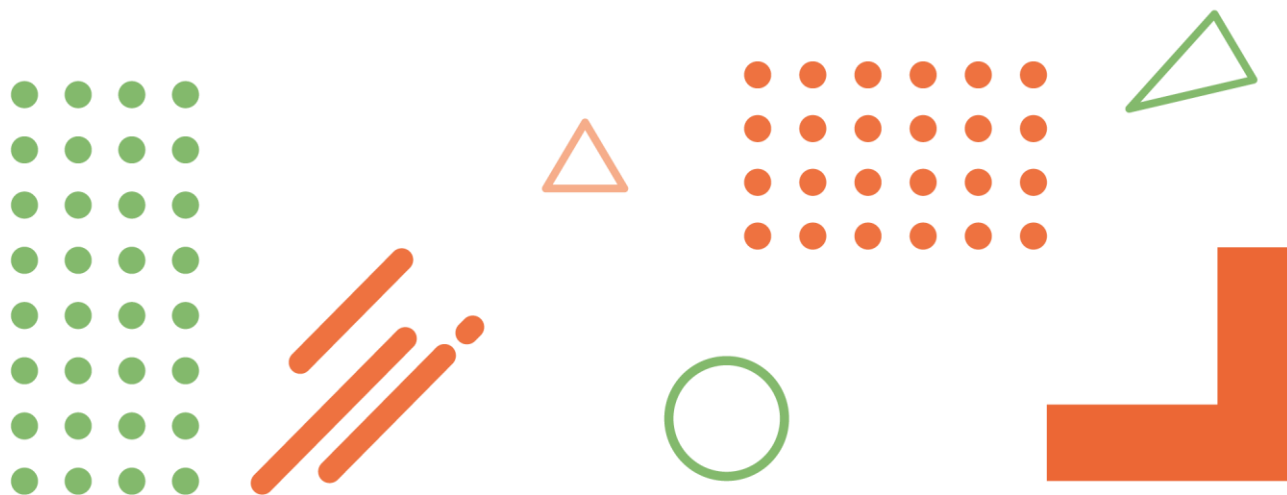
*Témavezető:
Havran Zsolt
adjunktus, BCE GTK*

A 2018-as FIFA labdarúgó világbajnokság hatásainak elemzése

A dolgozat a labdarúgással és azon belül a nemzetközi labdarúgás legfontosabb és legnépszerűbb eseményével, a FIFA labdarúgó világbajnoksággal foglalkozik. A dolgozat arra keresi a választ, hogy a 2018-as FIFA labdarúgó világbajnokság milyen módon hat a top 5 bajnokság (angol, francia, német, olasz és spanyol) klubjai labdarúgóinak értékére és melyek a legfontosabb, szignifikáns változók, amelyek hatnak erre az értékváltozásra.

A dolgozat módszertana egyszerre kvantitatív és kvalitatív. A kvantitatív kutatást a dolgozat az ökonometriai módszertan segítségével vizsgálja, míg a kvalitatív kutatást interjún és workshopon keresztül. A dolgozat kvantitatív eredményei közé tartozik, hogy a regressziós modellek alapján, a világbajnokság hatására változik a játékosok értéke a csapatteljesítményen (pozitív hatás), a lőtt gólokon (pozitív hatás), a játszott perceken (pozitív hatás) és a sérülésen (negatív hatás) keresztül. Ezen kívül az átigazolásnak és a szerződés hosszabbításnak pozitív hatása van a piaci értékváltozásra, míg a korhoz negatív hatás párosul. A dolgozat kvalitatív eredménye, hogy az interjúalanyok állítása szerint Magyarországon nem jellemző, hogy a világbajnoksággal kapcsolatos értékváltozással tervezzenek és kalkuláljanak a labdarúgó klubok. A dolgozat a kapott eredményeket az európai top5 bajnokság labdarúgó klubjainak játékospiaci stratégiájuk fejlesztésére kívánja felhasználni, a világszintű nemzetközi labdarúgó tornák évének átigazolási időszakában.

A dolgozat további izgalmas kutatási területe lehet az elemzést több világbajnokságon és nemzetközi válogatott tornán lefuttatni, valamint a játékospiac beszállító országait vizsgálni, a fiatalok (pl: U19, U21) nemzetközi tornáin keresztül.



IGNÁCZ BALÁZS

ignacz.balazs1998@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

*Témavezető:
Dr. Hegedűs Szilárd
adjunktus, BGE PSZK*

Hogyan határozható meg egy labdarúgó játékos piaci értéke?

Napjaink legnépszerűbb sportága kétségtelenül a labdarúgás, melyet, ha a profi oldaláról tekintünk több, mint egy sportág. A hivatásos labdarúgók és csapataik mára egy olyan különleges piacot teremtettek és vonzottak maguk köré, amelyben dollár- és eurómilliók áramlanak klubtól klubig, illetve a szponzoroktól, támogatóktól, tulajdonosoktól a játékosokig.

Az informatikai fejlődésnek és a globalizációnak hála szinte a Föld bármely részéről tudunk sportközvetítéseket nézni, fogadni rájuk vagy épp a kiválasztott csapat hivatalos webshopjából vásárolni. A modern labdarúgásban soha nem látott összegek, pénzek kerülnek investálásra, és ez csak a kezdet. A közvetítési jogoknak és növekvő bevételeknek köszönhetően nehezen meghatározható, hogy hol van ennek a fejlődésnek a vége.

Dolgozatomban kitérek az európai labdarúgás és a klasszikus észak-amerikai sportágak (baseball, kosárlabda) közötti főbb különbségekre, például a sportligák intézményére, játékosok szerződésének és piaci értékének a meghatározására.

Témaválasztásom személyes indíttatású, hiszen a sport életem szoros részét képezi, melyet aktívan üzök, figyelek, követek. Sportszerető fiatalként célom az, hogy a sport „fogyasztása” mellett megértsem azokat a mechanizmusokat és folyamatokat, amelyeket az egyszerű szurkoló nem lát, illetve gazdasági szemléleten keresztül figyeljem a sportvilágban történő eseményeket.

Kutatásomban a világ legértékesebb 250 24 év alatti labdarúgóját vizsgáltam meg a 2018/2019-es szezonban. A koronavírus okozta gazdasági válság a sport területén is felütötte a fejét, így ahhoz, hogy kutatásom és eredményeim pontosak legyenek ki kellett zárnom a pandémia által okozott károkat.

TDK dolgozatomban szeretnék a modernkori sport, ezen belül a labdarúgás intézményére fókuszálni, s legfőképpen a játékosok vételárának elemzésére, meghatározására, melyek kiemelkedően fontos szerepet játszanak a futball és szereplői által alkotta piacon.

KISS GERGELY

gergelykiss98@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

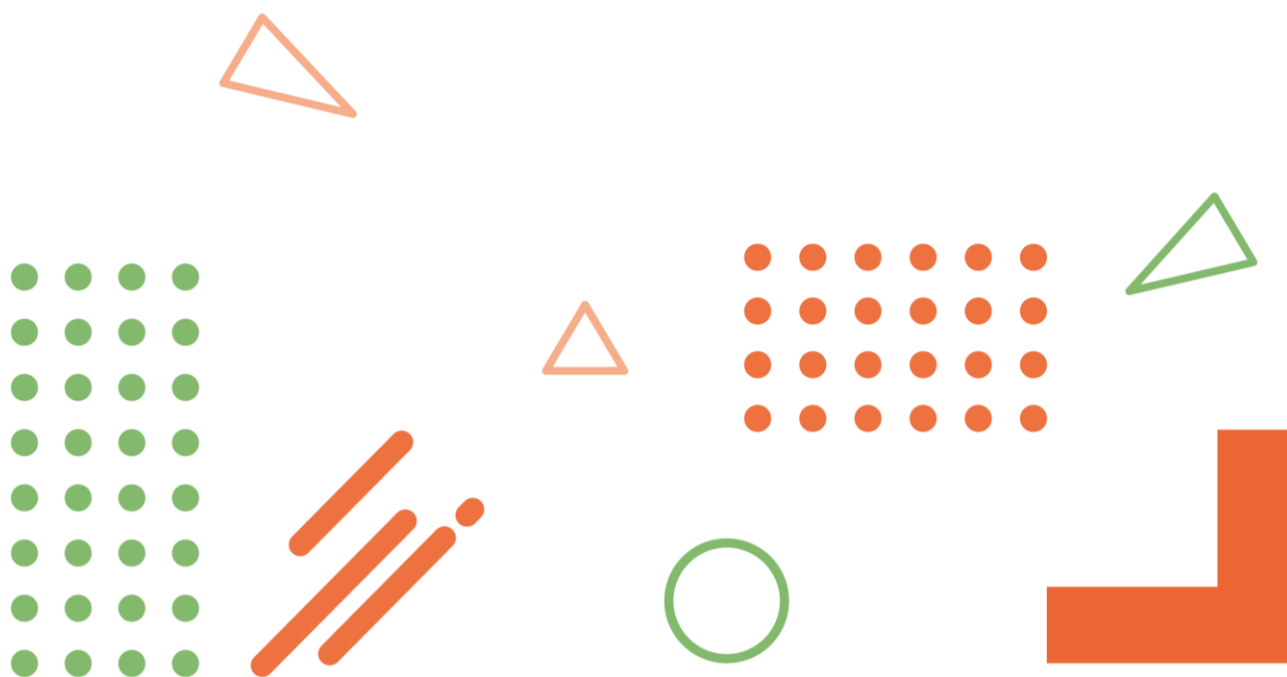
Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Fűrész Diána
tanársegéd, PTE KTK*

Az angol labdarúgó klubok pénzügyi és sportteljesítményének összefüggései

Kutatásom célja, hogy definiáljam a világ legnépszerűbb és legnagyobb gazdasági súllyal rendelkező labdarúgó bajnokságának, az angol Premier League pénzügyi és sportsikerességének fő meghatározóit. A 2009 és 2019 közt megrendezett 10 Premier League szezon 17 legstabilabb csapatának teljesítményét 29 változó alapján vizsgáltam panelregressziós modellek segítségével. Eredményeim szerint a sportsikerességre pozitív hatással bír a klub által szerzett gólok száma és a bérköltések. Szintén szignifikáns, viszont negatív hatás figyelhető meg a kapott gólok száma, illetve a sztárigazolások és kerettagok átlagos értékének esetén. A pénzügyi sikerességre szintén pozitívan hatnak a bérköltések és az adott klub gólkülönbsége. Ezekhez társul az adott szezonban igazolt játékosok száma, az átlagos nézőszám, illetve a sztárigazolások és a kerettagok átlagos értéke. Negatív hatást a klubok bevételeire a pályára lépők minél magasabb száma fejt ki. Összességében tehát elmondható, hogy az angol labdarúgó klubok gazdasági és sportsikerességére, azok emberi erőforrás állománya, vagyis a játékosok fejtik ki a legjelentősebb hatást. A klubok legfontosabb feladata a megfelelő játékosok kiválasztása, képzése, illetve kompenzálása.



NÉMETH ANDRÁS

nemethandris14@gmail.com

Műszaki menedzser

BSc, 7. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

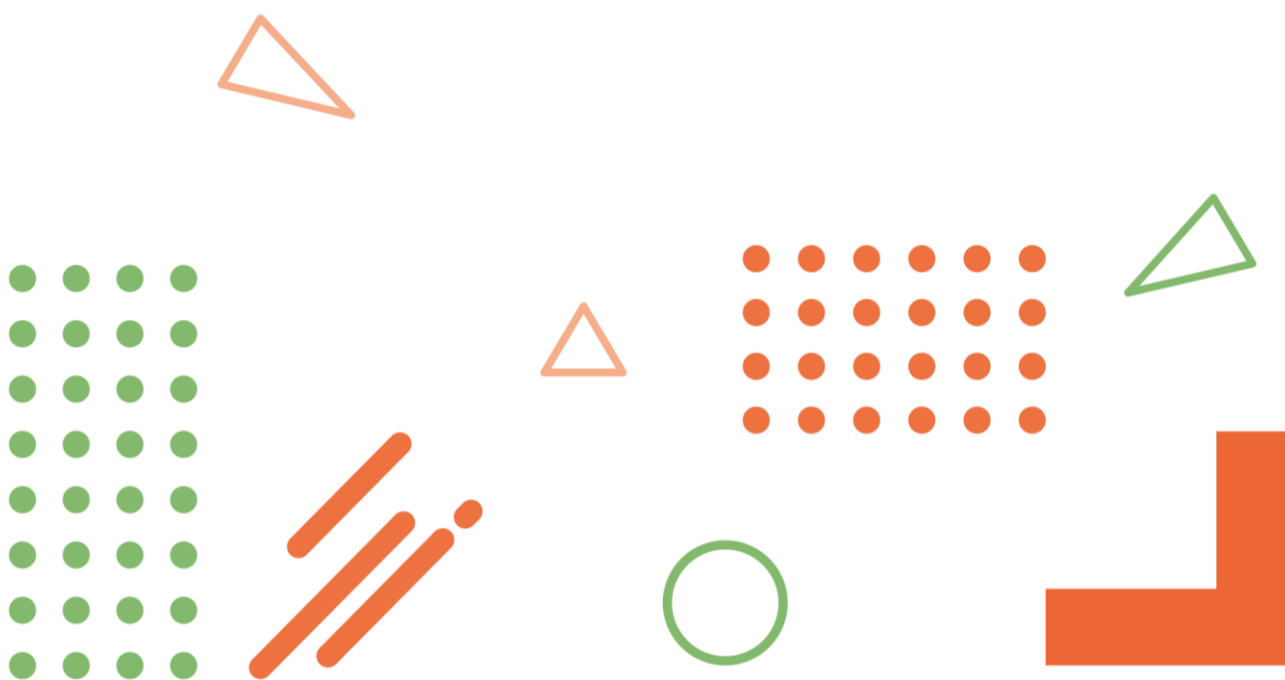
*Témavezető:
Dr. Gyarmati Gábor
adjunktus, ÓE KGK*

A sport funkciói – A sport gazdasági funkciójának hatása

A dolgozat a sport funkcióit ismerteti, történelmi változásait elemzi az őskortól napjainkig, kiemelt hangsúllyal a sport gazdasági funkciójával foglalkozik. Taglalja a legfontosabb sporthoz köthető definíciókat a könnyű megértés érdekében.

A szakirodalom vizsgálata során kiderült, hogy a sport számos funkcióval rendelkezik. Ezek megállapítása után egészségügyi, nevelési, politikai, esztétikai, szórakoztató, kulturális, szociális, rekreációs és a gazdasági funkciója is bemutatásra kerül a dolgozatban. Mindezek mellett összehasonlítja a szabadidősportot a versenysporttal és megkülönbözteti a kettőt funkcióik mentén. A sport gazdasági funkciójának vizsgálata során a dolgozat foglalkozik, a sportszervezetekkel, az infrastruktúrával, a média jelenlétével, a szponzorációval, és a sportrendezvényekkel. A dolgozat tartalmaz egy kérdőív alapuló kutatást és annak elemzését, amely azt vizsgálja, hogy a magyar lakosság különböző csoportjai hogyan vélekednek a sportról, miben rejlik szerintük a sport motiváló ereje, mi alapján választanak maguknak sporteszközöket, mennyire hatnak rájuk a sportmárkákval kapcsolatos reklámok és mennyire fontos nekik, hogy márkás felszerelésben üzzék a sportot.

A dolgozatban megfogalmazásra kerülnek az önálló kutatás eredményei alapján levonható következtetések.



SZARKA ÁLMOS

almos0121@gmail.com

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés

Osztatlan, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Havran Zsolt

PhD hallgató, BCE GTK

Milliárdos befektetők hatása az európai hivatásos labdarúgásra

Dolgozatom az európai hivatásos labdarúgásban napjainkban végbemenő változásokon és azok hatásain alapul. Azon belül is olyan trendeket emeltem ki, mint a bevételek és költségek nagymértékű növekedése, a tulajdonosi struktúrák változása, és az úgynevezett „sugardaddy”-k megjelenése. Utóbbival kapcsolatos dolgozatom fő kérdése is: Milyen hatással vannak a milliárdos klubtulajdonos befektetők az európai hivatásos labdarúgásra?

Ezzel kapcsolatban összegyűjtöttem a releváns szakirodalmat, amelyek segíthetik kutatási kérdésem megértését. Ilyen témák például a puha költségvetési korlát megjelenése a labdarúgásban, a Financial Fair Play bevezetése, labdarúgóklubok lehetséges stratégiai és a tulajdonosi struktúrák változatossága is.

Módszertanom primer és szekunder adatok elemzéséből áll. Ezekhez több megbízható adatbázist használtam, mint például a Deloitte éves elemzése, a CIES tanulmányai, a Transfermarkt, UEFA jelentései, valamint bajnokságok és klubok hivatalos oldalai. Ezekon keresztül vizsgáltam meg, hogy a sugardaddyk milyen hatással vannak a játékospiacra, illetve Európa legnagyobb bajnokságaira – különös tekintettel a Premier League-re. Továbbá három kiválasztott csapatot alaposabban is megvizsgáltam, amelyekre különösen igaz, hogy az új tulajdonos érkezését követően kerültek be „Európa elitjébe” – ezek a klubok a francia Paris Saint Germain, az angol Chelsea és a Manchester City.

Szakirodalmi áttekintéssel, valamint módszertanommal a tulajdonosi struktúrák változására és a sugardaddyk jelentőségére kívánom helyezni a hangsúlyt, és hogy ezek milyen hatást gyakorolnak egy-egy klubra, bajnokságra, vagy az európai labdarúgás egészére.

TAKÁCS BARNABÁS

tofisz998@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 4. félév

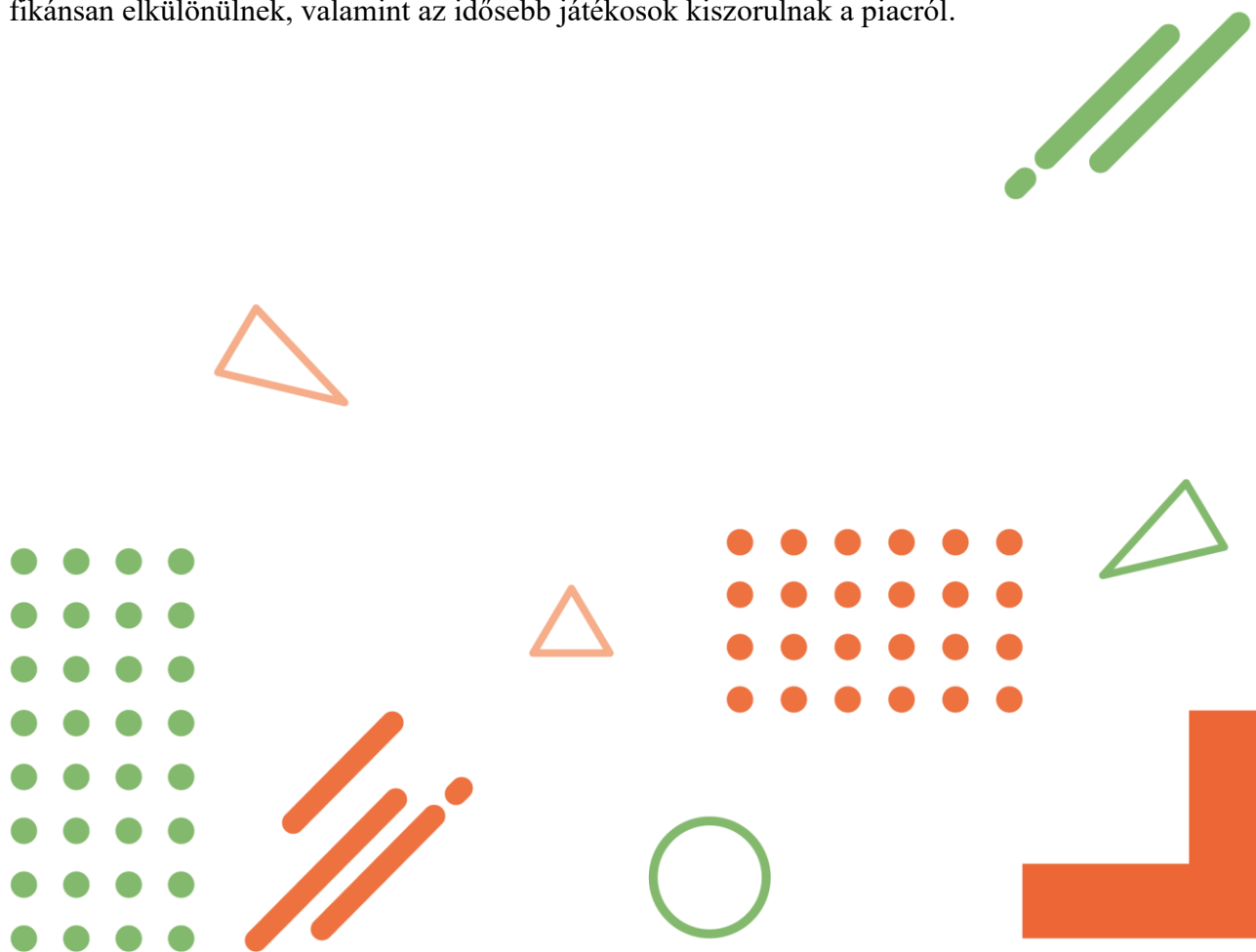
Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

*Témavezető:
Madari Zoltán
tanársegéd, BCE KTK*

Az Amerikai Profi Kosárlabdabajnokság fizetéseinek vizsgálata

Kutatásom az Amerikai Kosárlabda Ligában, azaz az NBA-ben szereplő játékosok fizetéseit elemzi. Természetesen ahhoz, hogy béreket vizsgáljak elengedhetetlen a liga pénzügyi rendszerének megértése, a minimum fizetésektől kezdve, a luxusadón keresztül, egészen a különböző szerződéstípusokig. Ebből következően, dolgozatom első fele részletesen körül járja az NBA ezen intézményeit, szakirodalmi áttekintést ad, valamint felállítja a hipotéziseket. Ezt követően, a második részben arra keresem a választ, hogy a különböző teljesítménnyel kapcsolatos mutatók mennyiben határozzák meg a játékosok bérét. Megvizsgálásra kerül emellett kiemelt változóként az életkor, valamint a pozíciók, csapatok és a bérkoncentráció szerepe is. Az elemzéshez kiegyensúlyozott panel adatbázist hozok létre, és teljesítmény alapján klaszterekbe rendezem a játékosokat. Ezt követően, a „Generalized method of moments” módszer segítségével felépítem modelljeimet, majd részletesen elemzem az eredményeket. Végül arra a következtetésre jutok, hogy az egyes klaszterek hatásai a fizetésekre egymástól szignifikánsan elkülönülnek, valamint az idősebb játékosok kiszorulnak a piacról.



TÓTH NOÉMI

noemaci16@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Fentősné Mohácsi Bernadett

mesteroktató, PTE KTK

Társasági adó támogatás hatásai a látvány-csapatsportokra

Manapság egyre nagyobb figyelmet kapnak a sportszervezetek világszerte, ebből adódóan jelentős összeg áramlik a sportágazat irányába. Ugyanez elmondható Magyarországon is, ahol egy magyar sajátossággal (TAO támogatással) is bővíthetik a finanszírozási forrásait az egyesületek. A koncepcionális-elméleti háttér bemutatása után ismertetem a Baranya megyei egyesületek TAO programjainak főbb jellemzőit, összehasonlítom a különböző sportágak támogatási rendszerét, illetve megnézem azt, hogy milyen különbségek állnak fent az országos és a Baranya megyei adatok között. A célom az, hogy a tanulmányomban bemutassam ezt a rendszert, mivel ennek a jelenségnek a leírása ilyen formában csak kevés helyen jelenik meg.



TÓVÁRI GERGŐ

gergot097@gmail.com

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés

BSc, 7. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

*Témavezető:
Petróczy Dóra Gréta
tanársegéd, BCE GTK*

Verseny-kiegyensúlyozottság a Formula-1-ben

Kutatásom fő témája a világ egyik legjelentősebb és legnézettebb versenysorozatának, a Formula-1 verseny-kiegyensúlyozottságának vizsgálata. A verseny-kiegyensúlyozottság, azaz egy adott sportág ligájában az erőviszonyok eloszlásának aránya rengeteg jelentős impulzussal bírhat az eseményeket övező szurkolásra, izgalmakra és ezáltal az ezekhez a faktorokhoz köthető különböző gazdasági hatásokra. Minél kiegyensúlyozottabb a verseny, minél kiszámíthatatlanabb a végkimenetel, annál több szurkolót, azaz fogyasztót fog vonzani a sporthoz köthető piaci szereplőknek. A verseny-kiegyensúlyozottság mérésére rengeteg módszert és mérőszámot dolgoztak már ki, minden sportágnak és pontozási rendszernek megvannak a sajátosságai és ezáltal az éppen alkalmas matematikai és statisztikai mutatók. A Formula-1 azonban több szempontból is eltér egy átlagos, körmérkőzéses (pl. labdarúgás) vagy egyenes ágon való kieséses küzdelmekkel lebonyolított (pl. tenisz) bajnokságtól, így a módszertan és az összehasonlítási szempontok is árnyaltabbak a megszokottnál.

Dolgozatomban bemutatom a különböző, a verseny-kiegyensúlyozottság mérésére alkalmas matematikai, statisztikai mutatókat, majd ezeket alkalmazva számítom ki az egyes szezonokon belüli, illetve az évente megrendezett szezonok közötti egyensúlyi arányokat. Az eredmények az 1991-es és a 2019-es szezon közötti összes versenyt magukban foglalják, az adott években előforduló összes pontozási rendszernek megfelelően. Az eredmények kiértékelése után megvizsgálom, az elmúlt közel 30 évben bevezetett és alkalmazott különböző pontrendszerek és a pontrendszereket összehasonlító statisztikai mutatók alapján melyik rangsorolási módszer adhatja a legjobb és legkiegyenlített versenyt, ezáltal a legtöbb izgalmi faktort generálva.

VIKTOR PATRIK

viktor.patrik@hotmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 1. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

*Témavezető:
Dr. Karlovitz János Tibor
egyetemi docens, ÓE KGK*

Az e-sport néhány gazdasági vonatkozása

Az e-sport – ahol az „e” az elektronikusra utal – kezdetei 1972-re nyúlnak vissza, amikor a Stanfordi Egyetemen e-sport versenyt rendeztek. A magyarországi felfutás pedig 2005-2006-ban kezdődött.

Az e-sport azóta egyre nagyobb pénzeket, anyagi erőforrásokat mozgat meg világszerte. Munkám elején elméleti áttekintést adok, ezen belül ismertetem a témát meghatározó alapfogalmakat. Bemutatom az e-sport fejlődését a kezdetektől napjainkig.

Különleges figyelmet fordítok az e-sport bevételeire. Ismertetem a platformok és a célközönség néhány főbb jellemzőjét. A vonatkozó szakirodalom áttekintése és elemzése után a kutatásomat mutatom be és kutatási eredményeimet ismertetem.

Szekunder és primer kutatást egyaránt végeztem. Szekunder kutatásomat dokumentumok elemzésével folytattam. A primer kutatást a kikérdezés módszerével, írásos, kérdőíves megkérdezés formájában bonyolítottam le. Kérdőívemet közösségi média oldalon tettem elérhetővé. A hazai e-sporthoz kapcsolódó célcsoportokat igyekeztem elérni, hogy megismerjem a fogyasztói szokásaikat, preferenciáikat, a kapcsolódó életstílushoz tartozó költségeiket. Az így kapott eredményeket matematikai statisztikai módszerek segítségével elemeztem. Ezek alapján fogalmaztam meg az e-sportra vonatkozó következtetéseimet és javaslataimat.

Döntésemélet, gazdaságpszichológia

Elnök: Dr. Molnár Edina főiskolai tanár (DE GTK)
Társelnök: Prof. Dr. Hámori Balázs egyetemi tanár (BCE)
Tag: Dr. habil. Király Gábor egyetemi docens (BGE PSZK)
Tag: Dr. Szászvári Karina Ágnes egyetemi docens (BGE PSZK)

CSŐKE DÓRA
csokedo@gmail.com

Középiskolai hallgató
Óbudai Gimnázium

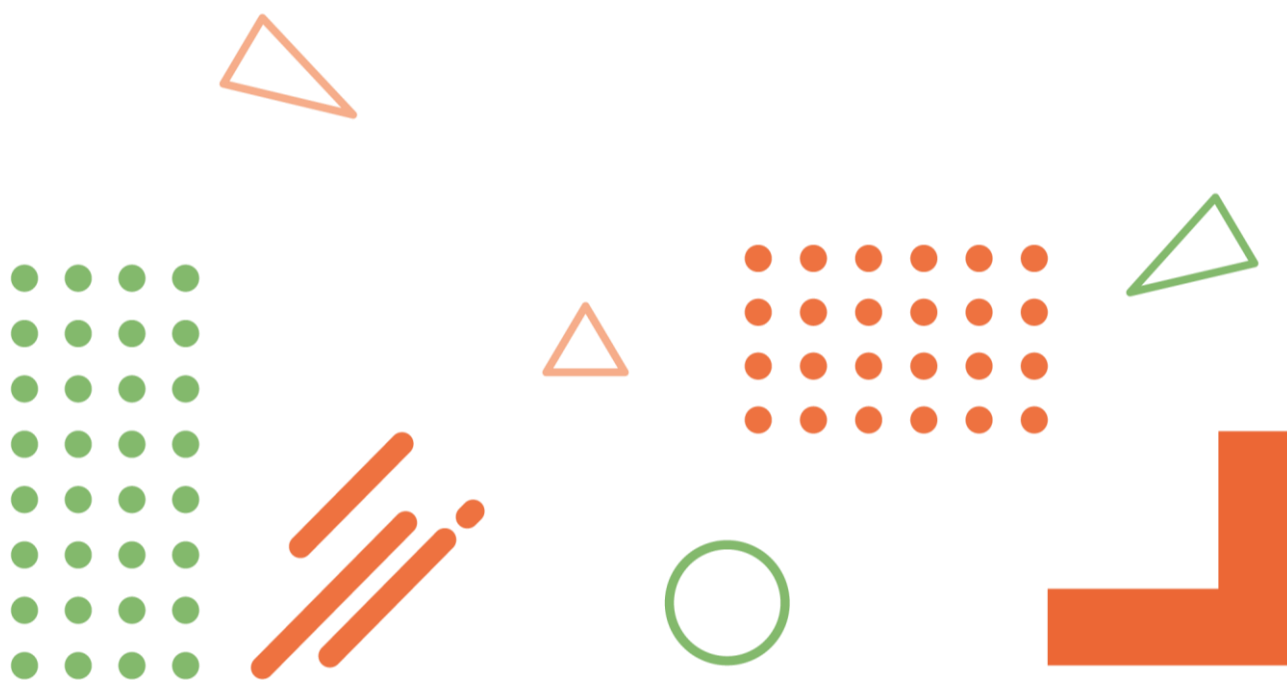
*Témavezető:
Prof. Dr. Lazányi Kornélia
egyetemi tanár, ÓE KGK*

Mik a mai magyar tinik problémái?

Egy nagy terjedelmű téma, ami nem csak a még javítható mai tinikre, de a felnőttekre is vonatkozik és mindenki felismerheti magát benne. Olyan természetes emberi reakcióról is beszélünk, ami minden ember életében ott van és eddig negatívan álltunk hozzá a média és az informátlanság miatt: stressz.

Nagyon sokan rosszul kezelik a nyomást és nem használják ki a stressz előnyeit vagy éppenséggel eluralkodik rajtuk, én pedig tudni akarom mi miatt. A stresszről, azon belül a tinik problémáiról végeztem kutatást. Gondolataim szerint, mivel rengeteg globálisan megoldatlan feladat fog erre a generációra hárulni, nekünk még fontosabb tudatosnak lenni ebben a témakörben is. Mindig lesznek problémáink, amik ellen hatékonyan kell küzdenünk, ha sikeresek akarunk lenni és fejlődni szeretnénk, ezért észre kell venni a problémát, végig kell gondolni, hogy hogyan és miért kezeltük rosszul, min fogunk változtatni. Online kérdőívet csináltam a járványhelyzet miatt, ennek az volt az előnye, hogy szinte minden korosztályhoz eljutott, ezáltal sokféle választ, szélesebb belátást kaptam a témában. Sokan, 420-an töltötték ki, ebből többen nők. Azon az ötös skálán, amin a tinik stressz szintjét kellett bejelölni, számomra meglepő módon 4-es átlag jött ki, ez azzal egyenlő, hogy az egészségesnél több. Mikor a legjellemzőbb megküzdési mechanikáról kérdeztem a legtöbbet jelölt válaszok mind negatív megküzdésre utaltak.

Előrelátásom szerint tényleg vannak problémák és már közelebb állunk ahhoz is hogy mik. Már csak az a kérdés, mit fogunk máshogy csinálni?



FERENC MÁRTA

martaferenc26@gmail.com

Általános közgazdaságtan

BSc, 6. félév

Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem

Csíkseredai Kar

Témavezető:

Dr. Sándor Zsolt

egyetemi docens, RO EMTE CSK

A racionális figyelmetlenség elmélete a fogyasztói döntésekben

Napjainkban jellemző trend a fogyasztói társadalom szerepének növekedése, ami a keresleti oldal növekedését vonja maga után. A kereslet növekedését követi a kínálat növekedése és a piaci verseny fokozódása. A versenyképesség biztosítása érdekében a termelők számos marketingstratégiát dolgoznak ki, melyek által befolyásolni kívánják a fogyasztó döntését. E befolyásoláshoz azonban ismerünk kell a fogyasztói döntések algoritmusát. A klasszikus közgazdaságtan elmélete szerint a fogyasztói döntések racionálisak, a fogyasztók a hasznosság maximalizálása és a költségvetési korlát által adott termékkombinációk közül képesek egy optimális döntés meghozatalára. Ugyanakkor Christopher Sims 2006-ban megjelent elmélete szerint a piaci szereplők sok esetben képesek irracionális viselkedésre is, mivel a fogyasztók korlátozott képességekkel rendelkeznek az információk feldolgozására vonatkozóan. Az adatok növekvő mennyisége és az információs csatornák torzító hatása által az információ deformálódhat, ami eltereli a fogyasztók viselkedését a racionalitástól. Egy másik magyarázat az elmélet igazolására, hogy a fogyasztók korlátozott kognitív képességeik által képtelenek az információtömegek feldolgozására, a döntési folyamatban nem képesek az összes paraméter egyidejű vizsgálatára, miáltal az információk egy része elvész, ami irracionális döntések meghozatalához vezethet.

Kutatásom témája az előbbieken bemutatott elméletek tesztelése, a fogyasztói döntések racionalitásának vizsgálata a Sapientia EMTE hallgatói körében egy kérdőíves felmérés által.

KISANTAL BARBARA

barbarakisantal04@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Siposné dr. Nándori Eszter
egyetemi docens, ME GTK*

Milyen szinten befolyásolja a szociális média a fiatalok életét – különös tekintettel a világjárvány két hullám közötti különbségek hatására

A fiatalok élete napról napra változik. Nehéz követni ezt a változást, annak ellenére nagyon szükséges. A hektikus életvitelben, amelyet élünk, egyre fontosabbá válik a szabadidőnk és az, hogy hogyan, éljük ezt meg. Az, hogy a fiatal generáció nagyon sok időt tölt a számítógép előtt bizonyított tény, viszont érdekes kutatni azt, hogyan befolyásolják ezt a tényt a különböző behatások. A jelenlegi járványhelyzet egy ilyen hatás, amelynek befolyását vizsgáltam a fiatalok, konkrétan az Y és a Z generáció körében. Az említett behatást a koronahelyzet két hulláma közötti különbségek által vizsgáltam meg.

A munkám fő célja tehát megválaszolni azt a kérdést, hogy vajon mitől függ, és mi befolyásolja, hogy a fiatal Y és Z generáció mennyi időt tölt a szociális hálózatokon, illetve hogy ezt a tendenciát hogyan befolyásolja a koronavírus járvány kialakulása, fejlődése, változása.

A munkám két részből áll. Az elméleti részben bemutattam a szabadidő fontosságát, a kommunikáció és a szociális hálózatok szerepét az életünkben, bemutattam a két, általam kiválasztott, generáció sajátosságait, illetve a koronavírussal kialakított helyzetet ismertettem. A munkám második részében azzal foglalkoztam, hogy bemutassam, mi a célja a munkámnak, milyen kiválasztott közeggel, illetve módszerekkel dolgoztam a kutatásom során, illetve bemutattam a kutatásom eredményeit is. Ezt a részét kérdőíves kérdezéssel bonyolítottam le. A kérdőíveket egy dél-szlovákiai város – Rimaszombat – diákjai töltötték ki.

Ha a fiatalok életét szeretnénk vizsgálni, egyre inkább kell figyelembe vennünk a szociális hálózatok hatását a fiatalokra. Nem tudjuk előre megmondani, hogy ez mennyire jó, vagy mennyire rossz hatással lesz a jövőben rájuk nézve, viszont az előnyeit és a rizikóit ennek a tendenciának már most láthatjuk és kutathatjuk. Feltételeztem, hogy a kialakult járványhelyzet, illetve a változása mindenképp hatással lesz erre a tényre, viszont az kérdés maradt, hogy milyen irányba változtatja meg ezt a folyamatot. A munkámban erre a kérdésre is kerestem a választ.

A világ és a világnézet nagyon megváltozott a koronavírus hatására. A feltételezésem, miszerint a koronavírus hatással van a fiatalok szociális szokásaira helytállónak minősült. A koronavírus befolyásolja a mindennapjainkat, változásával a mi felfogásunk és viselkedésünk is változik.

LÁSZLÓ VERONIKA

veronika.lasz@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Csizmadiáné dr. Czuppon Viktória
egyetemi docens, PE GTK*

The Social Representation of Sustainable Food Consumption

The food production will need to increase by 25-70% between now and 2050 to feed the population (FAO, 2012), while the food sector accounts for ~30% of energy consumption and for 22% of the greenhouse gas emissions (UN SDG, 2019). We have to produce more, with fewer resources to feed the increasing population – while keeping in mind sustainable solutions in response to economic development, climate change, social justice, health, and other striking aspects. Around 1/3 of the food produced never gets eaten, in the EU 88 million tonnes of food waste is generated annually, households being responsible for 53% (FUSIONS,2016). Food wastage and unsustainable food consumption behaviour represent a missed opportunity to mitigate environmental impacts generated by agriculture and strengthen the unsustainability of the whole food system.

The aim of this study is to contribute to the sustainable food system with a better understanding of sustainable food consumption. For this, the objective is to describe the meaning of this concept according to consumers, with the use of the social representation theory, using a free association game. Besides the theoretical contribution, the better understand the food chain participants we get closer to the ideal means to develop resilient and sustainable systems. According to Joffe and Elsey, if we directly ask a question about attitudes and behaviours, answers are unlikely to reflect full reality and complexity, but the free association technique can offer a window into implicit content (Joffe and Elsey, 2014). This study supports the understanding of the perception of food in a more systematic way, to see how can we incentivise conscious consumerism, and how to prepare better communication strategies for organizations targeting sustainability-driven consumers.

With the free association game, 1275 evoked words have been collected from 255 people, mostly in Veszprém area of Hungary. The main concepts describing sustainable food consumption are ‘bio’, ‘health’, ‘food waste’, ‘vegetables’ and ‘vegan’, ‘conscious’ and ‘local product/producer’. Besides frequency, importance and evocation suggest that health might be the key expression concerning sustainable food consumption, what would be an interesting approach keeping in mind the dominance of environmental pillar of sustainability amongst the three pillars, and it would be interesting to see what expressions would achieve dominance amongst the local farmers and their communication.

LELLEI LUCA*lelle.luca@gmail.com*

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

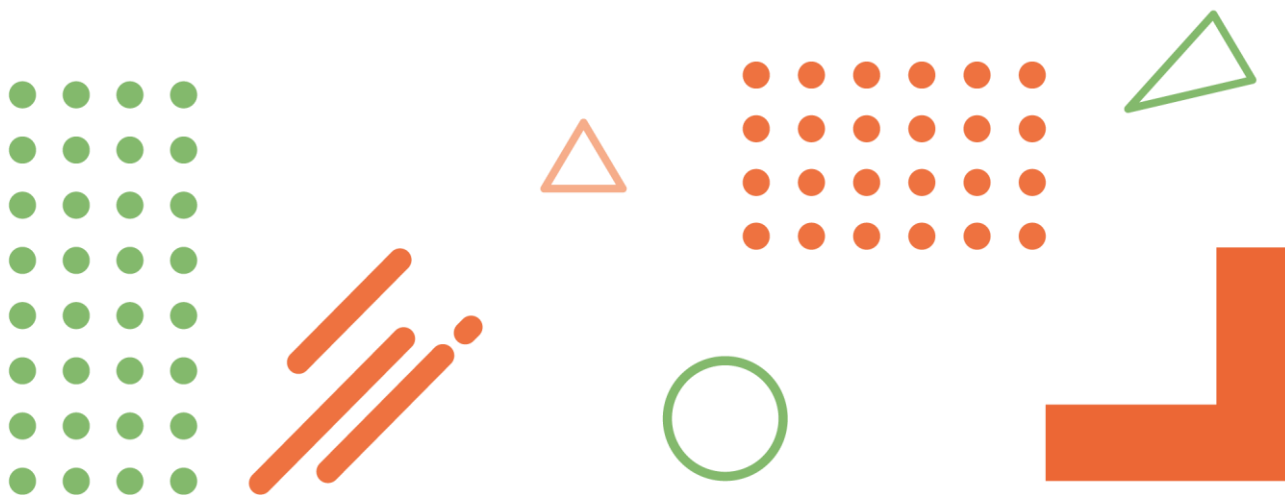
Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Prof. Dr. Wimmer Ágnes
egyetemi tanár, BCE GTK*

A mentális könyvelés vizsgálata egyetemisták körében, avagy mennyit számítanak a közgazdasági ismeretek, ha döntéseket hozunk?

Dolgozatom fő témája a mentális könyvelés, mely a jelenleg is rohamosan fejlődő viselkedési közgazdaságtan tudományterületének fontos része. A mentális könyvelés azt jelenti, hogy tranzakcióinkat, a minket érő különböző gazdasági eseményeket valamilyen mentális struktúrában számon tartjuk (Thaler, 1999). Ez általában tudat alatt történik, azonban későbbi döntéseinket befolyásolja. Számos közgazdaságtanilag irracionális döntésre ad magyarázatot, a jelenség mélyebb megismerése és megértése pedig segít, hogy magunk is átgondoltabb, tudatosabb döntéseket hozunk. Azt vizsgáltam, hogy a közgazdaságtudományi tanulmányok befolyásolják-e az egyének mentális könyvelésének működését, valamint az elsüllyedt költségekhez való hozzáállásukat. Ez utóbbi fogalom azokat a már felmerült, de vissza nem téríthető költségeket jelenti, melyeket a mentális könyvelés következtében későbbi döntéseink során is figyelembe vesszük. Az elméleti áttekintés mellett tehát célom volt, hogy saját kísérlettel teszteljem a mentális könyvelés, az elsüllyedt költségek figyelembevétele, valamint a tranzakciós hasznosság (a tranzakciók elkönyvelésében, értékelésében játszik szerepet) létezésének jelenségét, valamint a két célcsoport közötti különbségeket. Ehhez 100 gazdasági, illetve 92 nem gazdasági képzésben résztvevő magyar egyetemistát hasonlítottam össze, valamint a teljes, közel 200 főből álló mintán is teszteltem ezeket a jelenségeket. A mentális könyvelést, valamint az elsüllyedt költségek befolyásoló hatását 2-2, míg a tranzakciós hasznosságot 1 kísérletpárral teszteltem. Ezek saját kísérletek, melyek klasszikus, már régebben elvégzett kísérletekre épültek. A gazdasági és nem gazdasági tanulmányokat végzők döntéshozatala között nem találtam szignifikáns különbséget, azonban jelenségek a teljes mintára alapvetően (egy kísérletet leszámítva) igazolódtak.



MADARÁSZ NIKOLETT

mad.nikolett@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 2. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

PÁSZTOR BARNABÁS

pasztor.barnabas1@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 2. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:

Dr. habil. Lazányi Kornélia

egyetemi docens, ÓE KGK

Egyéni döntések a koronavírus idején

A koronavírus megjelenésével és rohamszerű terjedésével a társadalomnak eddig még nem látott kihívásokkal kell szembenéznie. Számottevő gazdasági, társadalmi és környezeti területeket érintő változások mennek végbe napjainkban, melynek következtében egyre fontosabbá válik a helyes döntéshozás és a megfelelő helyzetfelmérés. Az egyéni döntések, hozzáállás, félelmek és szükségletek nagyban befolyásolják a társadalmi kockázatvállalási hajlandóságot, és meghatározzák a vírus kimenetelét tekintve, hogy annak terjedése csakis társadalmi összefogással csökkenthető.

Kutatásunk a jelenlegi koronavírus ideje alatti emberi döntéseket, azok racionalitását és az egyének kockázatvállalását vizsgálja. Dolgozatunk kitér a munkavégzés módjának kiválasztási kockázataira, illetve az egyéni igények társadalom javára történő háttérbe szorítási hajlandóságára. Ezek alapján elsősorban azt a hipotézisünket szeretnénk alátámasztani, hogy azoknak az embereknek, akik veszélyhelyzetben is inkább a munkahelyükről végzik a munkájukat, annak ellenére, hogy lenne lehetőségük otthonról is dolgozni, nem az egészségügyi kockázatvállalási hajlandóságuk magas, hanem a pénzügyi alacsony. Másodsorban pedig úgy véljük, hogy a társadalmi célok legalább annyira befolyásolják az egyéneket, saját igényeik alárendelésében, egy közös cél érdekében, mint fordítva.

A dolgozat célja, hogy felmérjük, egyes társadalmi csoportok mennyire hajlandóak a racionális döntéshozásra, illetve, hogy hogyan reagálnak a koronavírus miatt bekövetkezett radikális változásokra. A kockázatvállalási hajlandóság méréséhez a DOSPERT skála elemeit vesszük alapul. A dolgozatban releváns források, hazai és nemzetközi szakirodalom feldolgozása mellett, primer vizsgálat eredményeit is prezentáljuk. Ennek keretében kvantitatív eljárást valósítottunk meg, online kérdőív segítségével.

A dolgozat eredményei alapján következtetéseket tudunk levonni arról, hogy a társadalom milyen módon tud együttműködni egy esetleges világjárvány idején, illetve egy esetleges jövőbeli krízishelyzet hogyan befolyásolja a döntéshozást és a kockázatvállalási hajlandóságot.

MESKÓ ALEX ISTVÁN

meskoalex0@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Tóth László

egyetemi docens, BCE KTK

Leisure or Carsharing Pleasure? – Mental Accounting in Carsharing

Human rationality – a neglected factor under a number of conditions which has only received its deserved attention in the past few decades. At the same time with the progress in behavioural economics, numerous questions have been raised and have become potentially verifiable, as well. Keeping in mind these insights, the aim of the dissertation is to inspect a recent sharing economy trend from the perspective of behavioural economics.

In this paper, I intend to examine a deeper connection between mental accounting and carsharing services. To be more specific, a research was accomplished to measure how people's felt discomfort varies when they have to spend more money on carsharing than they previously planned. From hypothetical viewpoint, the main focus is on whether the willingness to allocate extra money to the carsharing mental account depends on which kind of leisure activity account is involved as the source of the extra money.

In order to ensure an appropriate scientific approach an online questionnaire was conducted as primary quantitative method. It is also important to mention, that the questionnaire was based on life related situations and questions. As further support for the research, a comprehensive secondary research was carried out on the field of mental accounting.

Considering the results, the main hypothesis was significantly supported. Therefore, it can be said that in the examined allocational context the concerned leisure time activities have unequivocal impact on the felt discomfort and therefore on the usage willingness. Furthermore, complementary results provided an even broader understanding and supported the existence of a particular order between the observed leisure category factors. Finally, the involvement of the gender features allowed additional realizations considering the gender-based differences in the examined allocational question.

NAGY ZSÓFIA

zille.official@gmail.com

Emberi erőforrások

BSc, 8. félév

Eszterházy Károly Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Juhász István
adjunktus, EKE GTK*

Munkaerőpiaci generációk motiválásának kihívásai a XXI. században

Céлом volt, hogy egy olyan aktuális, mégis sokszor közeli látókörön kívüli eső területet kutassak, mely a későbbiekben nem csak a saját, de mások HR tevékenységeit is előre lendíthetik. Tanulmányaim során számtalanszor kerültem olyan szituációba, ahol nem csak kortársaimmal, hanem különböző generációk tagjaival kellett együtt dolgoznom. Az alapvető személyiségjegyeken kívül azonban többször hasonló viselkedésformákat tapasztaltam egy-egy korosztályon belül, így elkezdett érdekelni, hogy a saját magamban megfogalmazott általánosításoknak van-e kutatásokkal alátámasztott, szakmai alapja. A téma olyannyira felkeltette érdeklődésemet, hogy témaválasztásom a XXI. század munkaerőpiacán jelenlévő generációk munkapszichológiai szempontból történő vizsgálatára esett.

A kutatásom elsődleges céljaként azt tűztem ki, hogy pontosabb képet kapjak a generációk munkával kapcsolatos motivációjáról, egyedi munkavégzésükről, attitűdükéről és egyes generációk egymásról felállított általános elő- és megítéléséről. Ehhez vegyes kutatási módszerre volt szükségem, melyben a kvalitatív és kvantitatív eszközöket ötvözve, egymást kiegészítve szerepelnek. Ezt egy kérdőív formájában tudtam megvalósítani. A szakirodalmak, mint szekunder forrásaim a teljes kutatásomat végig kísérik, hiszen ezek alapján fogalmaztam meg a kérdőívben szereplő kérdéseket, az egyes generációkra vonatkozó állításokat, és értelemszerűen ezeket is vettem alapul a kapott eredményekkel való összevetésnél. Tudományos diákköri munkám megalapozásaként első körben a szakirodalmakra hivatkozva térek ki a generáció általános fogalmára, magyarázatára, szegmenseire, valamint kifejtem az azokban más kutatók által megfogalmazott, jelenleg a munkaerőpiacon lévő generációkról írt sajátosságokat, észrevételeket, konfliktusforrások alapjait.

A dolgozatom fontos részét képező kutatási terv csak ezek után következik, melyben részletesen kifejtem céljaimat, a kutatómódszertant, valamint kiinduló feltevéseimet, hipotéziseimet. A kutatómunkám legnagyobb részét képező, azaz a kérdőívből gyűjtött adatokat összevetem a munkapszichológusok legfontosabb, témában írt publikációival, majd a kapott eredményt összegezve megfogalmazom észrevételeimet és a lehetséges megoldásokat a helyzetek, konfliktusok kezelésére.

Végezetül a felállított hipotéziseimre választ adó adatok vizsgálatával, személyes véleményemmel, valamint a bennem felmerülő kérdések megválaszolásával zárom kutatásomat.

SOÓS VANESSZA VIVIEN

soos.vanessza@outlook.com

Marketing

MSc, 2. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kincsesné dr. Vajda Beáta

adjunktus, SZTE GTK

Környezetvédelmi kommunikáció a fogyasztói attitűd és magatartás megváltoztatása érdekében

A természet állapota ma már annyira súlyos, hogy nem kérdés, cselekvésre van szükség. A fenntarthatóság tekintetében az állam és a vállalatok mellett a fogyasztóknak is kiemelt szerep jut, ezért érdemes az attitűdjüket, valamint fogyasztói magatartásukat mélyebben megérteni és pozitív irányba befolyásolni.

Kutatásomban azt vizsgálom, hogy milyen tulajdonságokkal kell, hogy rendelkezzen a környezetvédelmi kommunikáció, hogy kedvező attitűd-, és magatartásváltozást idézzen elő.

Online kérdőívet készítettem és mélyinterjúkat folytattam, amik eredményei alapján a félelemkeltő reklám típus az, ami a leginkább képes kedvező attitűdöt kialakítani a környezettel kapcsolatban. Viszont a fogyasztói magatartásra ható tényezők sikeressége nem egyértelmű. Hasonló következtésre jutottam a tisztán félelemkeltő és a kombinált kommunikációtípusnál is: azaz a kedvező attitűd kialakítására és megszilárdítására – a szakirodalommal egybecsengően – a kombinált verzió bizonyult hatékonyabbnak. A magatartásváltozás esetében viszont további vizsgálódásra van szükség. A nemek tekintetében azt találtam, hogy a nők szignifikánsan környezettudatosabbak a férfiaknál, de az iskolázottsági szintek között nincsen különbség a kedvező hozzáállásban. A fogyasztók megítélése a kommunikáció forrásáról az, hogy nem jelent lényeges szempontot, de az egyértelmű, hogy a non-profit szféra üzeneteit tartják a leghitelesebbnek. Az attitűd és magatartás között gyakran fellépő inkonzisztenciát leginkább az magyarázza, hogy a cselekvések adott pillanatában nem idéződnek fel a releváns vélemények, attitűdök. Problémát jelent az is, hogy a fogyasztók végletekben gondolkodnak: ha nem tudnak teljes mértékben hulladékmentesen élni, akkor úgy vélik, hogy nincs értelme a környezettudatos viselkedésnek.

Érdekes, hogy a környezetvédelmi kommunikációs megoldások nem igazán felelnek meg a szakirodalom által javasoltakkal: kevés az audiovizuális reklám, pedig hatékonyabbnak tekinthető, mint a plakátszerű verzió. A hirdetések zöme inkább csak tájékoztat, konkrét követendő példákat nem javasol – holott az észlelt válasz- és énhatékonyságot ez befolyásolja, ami pedig az üzenet elfogadását, valamint a cselekvés kivitelezését. A meggyőző kommunikáció egyik alappillére, hogy hiteles, megbízható személy adja át az üzenetet, azonban ez is csak ritkán teljesül.

Döntésemélet, játékelmélet

Elnök: Dr. Kása Richárd tudományos főmunkatárs (BGE)
Tag: Dr. Bánkuti Ilona Gyöngyi egyetemi docens (MATE Kaposvári Campus)
Tag: Csató László egyetemi docens (BCE)
Tag: Dr. Kolnhofer-Derecskei Anita egyetemi docens (ÓE KGK)

BRAUN EMESE

b.emese00@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 5. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Sebestyén Tamás
egyetemi docens, PTE KTK*

Hány fecske csinál nyarat? Az alsóbbrendű pareto-egyensúly elkerülése a nem teljes hálózati szerkezet és az emberi attitűd bevezetésével egy többszemélyes fogolydilemmajátékban

A gazdaság működését merőben meghatározza a szűkösség, főként a természeti erőforrások tekintetében azok teherbíró képessége miatt. Azonban a gazdasági szereplők ennek tudatában mégis a korlátlan növekedésre vannak ösztönözve, ami egy dilemmahelyzetet eredményez – ez a közlegelő tragédiája (Hardin, 1968). Úgy vélem, hogy a tragédia megelőzéséhez szükséges a gazdasági szereplők viselkedésének a megismerése a közöttük lévő kapcsolatok figyelembevételével.

A kutatásban a dilemmát és a társadalmi interakciókat egy többszemélyes iterált fogolydilemmajátékban modelleztem, ahol az együttműködés (C stratégia) jelentette a közös javak védelmét. Mindemellett a heterogenitásnak is nagy szerepet tulajdonítottam az elemzés során. Az egyéneket két, a piacorientált (p-típus) és a társadalomorientált (t-típus) attitűd alapján különböztettem meg. A p-típusúak a klasszikus fogolydilemma játékosaiként is definiálhatók, akik minden esetben az erőforrás túlzott felhasználását (D stratégia) részesítették előnyben. Ezzel szemben a t-típusúak a többség által választott viselkedési módot preferálták, őket a konformizmus jellemezte. Továbbá a társadalmi interakciókat két nem teljes hálózati szerkezetben, az Erdős–Rényi-féle véletlen hálózatban (ER) és a Barabási–Albert skálafüggetlen hálózatban (BA) 2%, 10% és 20%-os sűrűség érték mellett elemeztem.

Az eredmények mutatják, hogy a t-típusúak jelentős hatást gyakorolnak az együttműködésre. Minél több t-típusú van a hálózatban, annál nagyobb valószínűséggel és arányban alakul ki az együttműködés, ami a BA hálózatban nagyobb valószínűséggel tud létrejönni, viszont az ER hálózatban annak nagyobb aránya képes realizálódni bizonyos esetekben.

A kutatás végén kitértem arra, amikor a tragédia elkerülése önszerveződő módon lehetetlen. Bevezettem a jutalmazást, ami a p-típusúak döntéshozatalára van közvetlen hatással és minél nagyobb a p-típusúak aránya, annál nagyobb az együttműködés. A 2%-os sűrűségű hálózatok között nem volt szignifikáns eltérés. A többi esetben viszont alacsonyabb jutalom szint mellett a BA, míg magasabb szint mellett az ER bizonyult hatékonyabbnak.

Tehát, ha megismerjük az egyéneket és feltárjuk a köztük lévő kapcsolatokat, akkor hatékonyabb módszereket tudhatunk alkalmazni a kívánt eredmény megvalósulásának érdekében, ha azt önszerveződő módon nem lehetséges elérni.

HEILMANN ISTVÁN JÓZSEF*heilmanni77@gmail.com*

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

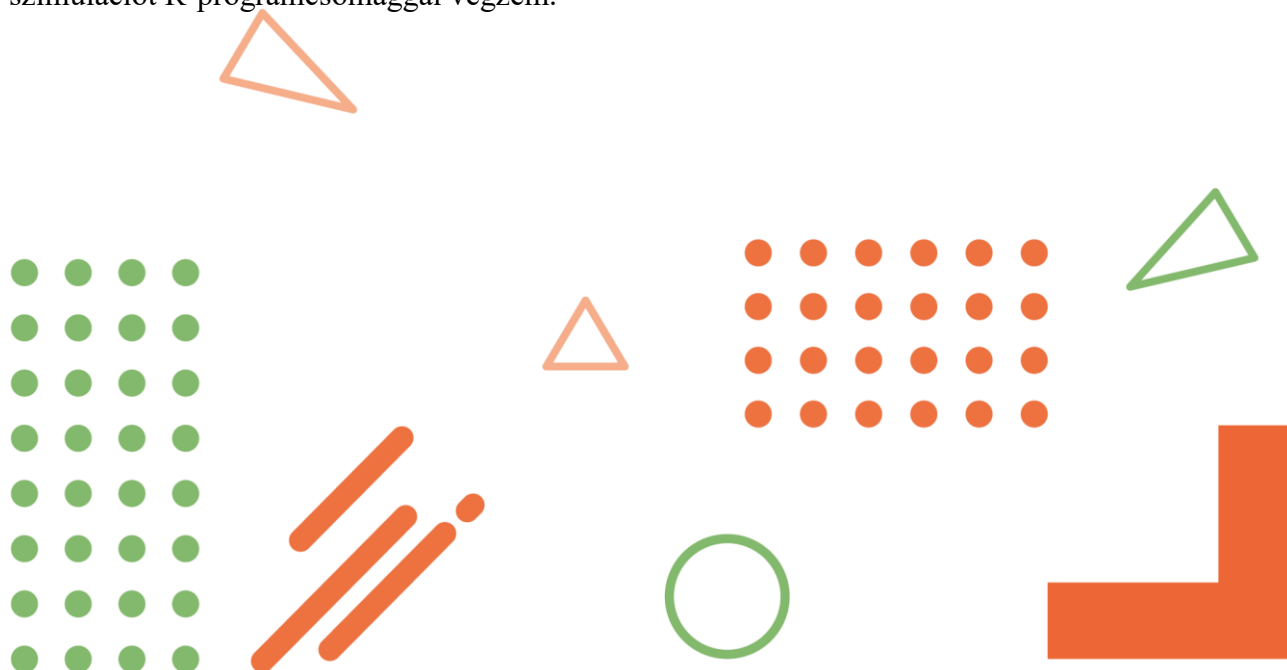
*Témavezető:
Pálvölgyi Dénes
tanársegéd, BCE KTK*

Relatív profitmaximalizáló vállalati magatartás többgenerációs szimulációja

Kutatási kérdésem, hogy milyen evolúciós egyensúly jön létre nem-profitmaximalizáló vállalatok esetében, több generációt vizsgálva, oligopol piacokon. Ennek alapját Schaffer (1989) cikke adja: abszolút és relatív profitmaximalizáló vállalatokat hasonlít össze adott, Cournot-oligopol piacokon. Ha egy vezető fizetése, bónuszai attól függenek, hogy a cég mennyire sikeres az iparági versenytársakhoz képest, akkor ez arra ösztönözheti, hogy nem a vállalat abszolút profitjának maximalizálására törekszik (ahogy azt a tulajdonosi érdek megkívánná), hanem relatívan, másokhoz képest akar jobban teljesíteni.

Ezt a modellt helyezem más piacszerkezeti környezetbe: Salop (1979) körvárosát vizsgálom, azon belül az egyensúlyokat hasonlítom. Ezt az evolúciós játékelmélet eszköztárának felhasználásával elemzem: replikátordinamika segítségével hasonlítom össze a relatív fitnessértékeket. Analitikus módszerrel kiszámítom az egyensúlyi árakat; megmutatom, hogy ezek olyan árak, amelyektől sosem éri meg eltérni, nem lehet alávágni sem. Kutatási kérdésem kiterjesztésével különböző paraméterek fogyasztói jóléti hatását vizsgálom: megállapítom, hogy a körvárosban lévő vállalatok számának (n) növekedése pozitívan hat a fogyasztói többletre, míg az utazási paraméter növekedése kedvezőtlen számukra. Ezután a hosszútávú egyensúlyi vállalatszámot fixköltség bevezetésével jellemzem.

Dolgozatom végén feloldom azt a feltételezést, hogy az utazási költség lineáris. Ezzel olyan területen mutatok be példákat, ahol a zárt alakú analitikus megoldás nem, vagy csak nehezen adható meg. A szimulációt R-programcsomaggal végzem.



HORVÁTH GÁBOR

gahorv@gmail.com

Közgazdasági elemző (ELTE)

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

TÓTH BENEDEK

benedek.toth2@gmail.com

Közgazdasági elemző (KEE)

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Badics Milán Csaba

PhD hallgató, BCE GTK

Ötös Lottó heti nyerőszámai: 60, 81, 84, 86, 87 – a lottón legritkábban megjátszott számkombinációk feltárása gépi tanulás módszerekkel

Tanulmányunk egy ideális lottózási stratégia megtalálásával foglalkozik. Azt a számkombinációt keresi, mely esetén a legkisebb eséllyel kényszerülne egy játékos osztozni a nyereményen, feltéve, hogy nyereményhez jut. Bár a számokat azonos valószínűséggel húzzák ki, a megjátszott számok között vannak gyakoriak (például dátumok, meseszámok stb.) és kevésbé népszerűek. A számkombinációk népszerűsége közötti eltérés ad lehetőséget arra, hogy beazonosíthassunk jobb lottózási stratégiákat. Az elmúlt húsz évben az Ötös Lottón kihúzott számokat és kifizetett nyereményeket három különböző módszerrel elemezzük: lineáris regresszióval, neurális hálóval és tartóvektor-regresszióval (SVR).

Felmerül a kérdés, hogy miért nem vizsgáljuk pusztán a lehetséges nyerőszám-kombinációkat és a hozzájuk tartozó találatok számát: ekkor az a kombináció lenne optimális, melyhez átlagosan a legkevesebb találat tartozott. Ez azért nem lehetséges, mert a kombinációk lehetséges száma nagyjából 44 millió; 1998 óta azonban csak valamivel több, mint ezer került kihúzásra. Emiatt ökonometriai és gépi tanulási eszközökkel kerestük a legritkábban megjátszott számokat. Elemzésünkben a kettős találatok számát vizsgáltuk, mivel ezek fordulnak elő a legnagyobb számban, így pontosabb becslést tesznek lehetővé.

A kettős találatokra kifizetett nyeremény a játékosok számának lineáris függvénye, a 90 lehetséges szám között pedig azokat keressük, melyek átlagosan a legkevesebb kettős találathoz vezettek. A kipróbált módszerek közül az SVR-t találjuk a legjobb predikciós képességgel rendelkezőnek, mivel az első 18 év alapján az utolsó 2-re előrejelezve ez produkálja a legkisebb átlagos négyzetes hibát. A gépi tanulási módszerek előnye az, hogy statisztikai mintázatok szélesebb körét képesek megragadni. Ebben az esetben ez a megjátszott számok közötti korrelációk, az összefüggések trendszerű vagy szezonális változásai, illetve a játékosok számának függvényében változó összefüggések (pl. nagyobb nyeremény esetén több eseti játékos, akik jellemzően más számokat választanak) miatt lehet fontos.

Eredményeink alapján a játékosok kiugróan gyakran játszanak meg 34 alatti számokat (potenciálisan dátumokat), és különösen kerülnek a 60 körüli, valamint a 75 feletti számokat.

Legjobb modellünket felhasználva arra a következtetésre jutunk, hogy az aktuális héten az optimális öt nyerőszám a következő: 60, 81, 84, 86 és 87. Tanulmányunk azonos logikával kiterjeszhető a hármas, négyes vagy ötös találatok esetére is.

LEIPOLD PÉTER ZOLTÁN*peter.z.leipold@gmail.com*

Biztosítási és pénzügyi matematika

MSc, 5. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

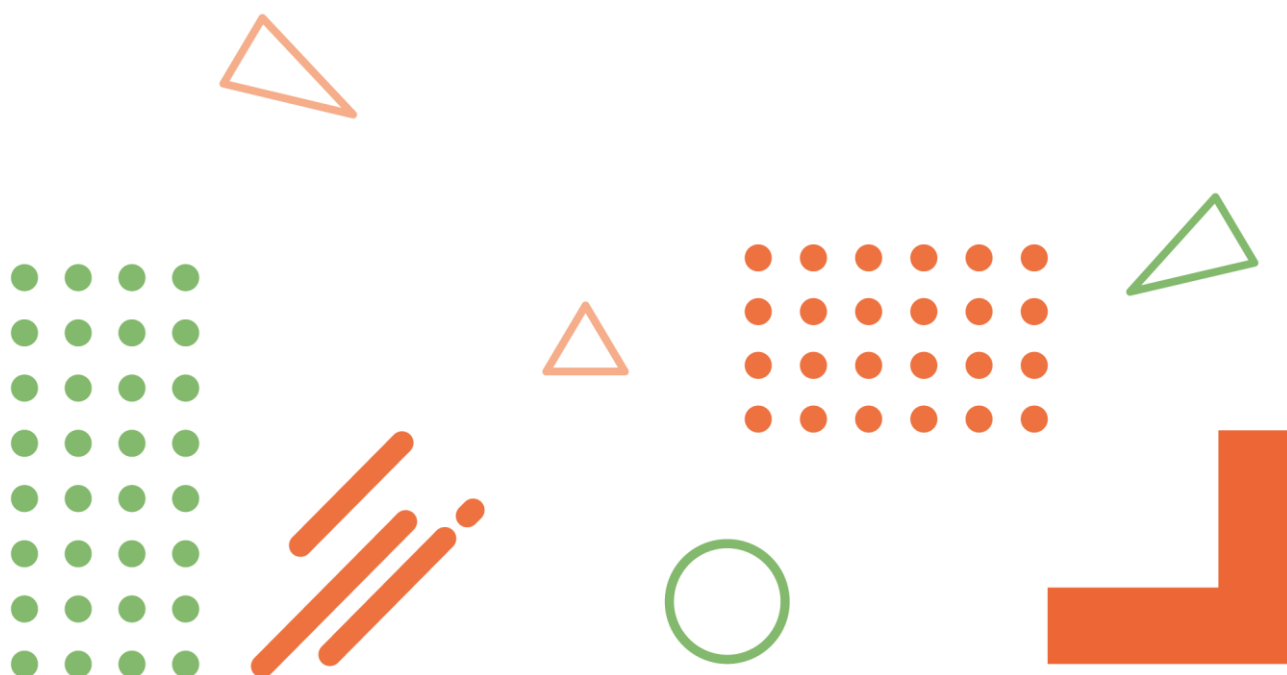
*Témavezető:
Prof. Dr. Csóka Péter
egyetemi tanár, BCE GTK*

A blokklánc bányászat modellezése sztochasztikus játékként

A blokklánc-technológia az utóbbi években elsősorban a kriptopénzek által vált széles körben ismertté. Olyan decentralizált pénzrendszerek jöttek létre, melyek működését és biztonságát egyaránt ugyanaz a folyamat, a tranzakciókat tartalmazó blokklánc bányászata biztosítja. Ez a technológia mindaddig működőképes és rendkívül biztonságos, amíg a bányászok megfelelő mértékű decentralizáltsága fennáll.

A dolgozatom célja a blokklánc bányászat, mint sztochasztikus játék modellezése. A játékban a bányászok két stratégia közül választhatnak: őszinte, a blokklánc-protokollnak megfelelő stratégia vagy önző stratégia, amely során alternatív blokkláncot hozhatnak létre és a megtalált blokkokat is eltitkolhatják abban a reményben, hogy így nagyobb lesz a hasznuk. A kérdés az, hogy ebben a játékban arányosan mekkora számítási teljesítménynek kell egy bányász kezében koncentrálnia ahhoz, hogy optimális választás legyen számára az önző stratégia? A vizsgált játék két formáját modellezzük. Genetikus algoritmussal felső korlátokat keresünk a számítási teljesítmény határára.

A játék első formájában néhány véges esetre megközelítjük a szakirodalomban foglalt elméleti értékeket, a másik formájában pedig ugyanezekre a véges esetekre elméleti korlát híján új eredményt adunk.



MIHOK SZIDONIA

mihok.szidonia@yahoo.com

Alkalmazott közgazdaságtan és pénzügy

MSc, 10. félév

Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem

Csíkszeredai Kar

Témavezető:

Prof. Dr. Makó Zoltán

egyetemi professzor, RO EMTE CSK

Az igazságos elosztások játékelméleti megközelítése az állam gazdasági szerepvállalásának szempontjából

A társadalom egyik alapvető követelménye, hogy igazságos legyen. A közjavak igazságos és méltányos elosztása egyike az embereket leginkább érdeklő problémáknak, amelyeknek több évtizedre visszanyúló hagyományai vannak a modern közgazdaságtanban. Az igazságosság fogalmával a játékelmélet is foglalkozik, amelynek egy fajtája, a közjó-típusú játszma alapján kijelenthető, hogy sokszor akkor is áldozatot hozunk a közjóért, ha ezzel nem maximalizáljuk saját hasznunkat. Az ember hajlamos az egyéni érdekeit meghaladó mértékben is együttműködni másokkal, viszont minden ember másképp érzékeli a szétosztás igazságosságát. A szétosztás igazságosságának egyik mértéke lehet az adózás, amelynek igazságossága úgy határozható meg, mint egy társadalom kulturális értékrendszeréből származó adottság.

A dolgozatban az állam szerepvállalását mutatom be játékelméleti szempontból, az adórendszerek példáján keresztül, miközben arra a kérdésre keresem a választ a Gale és Shapley által kidolgozott stabil párosítások algoritmusát használva, hogy hogyan lehet egy olyan igazságos rendszert kialakítani, amelyben az adófizetők a lehető legjobb állami juttatásban részesülnek, annak függvényében, hogy milyen mértékben fizetik be az adót.

Kutatásom eredménye azt bizonyítja, hogy nem létezik egy általánosan elfogadott „helyesnek” vélt magatartás, ami garantálja az egyén jóléte mellett a társadalom érdekeinek megvalósulását is, ugyanakkor a kapott eredmény tükröt mutat a mai társadalom értékrendszerének az adózást illetően, irányt formálva az adózás befizetésének ösztönzésére vonatkozóan.

VARGA RÓBERT

varga.robort256@gmail.com

Nemzetközi tanulmányok

MSc, 5. félév

Nemzeti Közzolgálati Egyetem

Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar

Témavezető:

Dr. Pásztor Szabolcs

egyetemi docens, NKE ÁNTK

Az USA és Kína közötti kereskedelmi háború játékelméleti elemzése

Dolgozatomban a játékelméletek segítségével elemeztem az Egyesült Államok és Kína közötti kereskedelmi háborút. A két fél közötti kereskedelmi háború kiemelt jelentőséggel bír, mivel 1. a világ két vezető szuperhatalma között zajlik; 2. egy jelenleg is zajló konfliktusról van szó; 3. az Egyesült Államokban most zajlik az elnökválasztás, melynek eredménye hatással lesz a két fél kapcsolatára.

Módszertanként a játékelméleteket használom, ezt alapvetően a matematikában és a közgazdaságtanban szokás alkalmazni, azonban a nemzetközi kapcsolatok területén is fel lehet használni a döntések elemzéshez. Dolgozatom fő kérdése, hogy megéri-e a feleknek kereskedelmi vámokat bevezetni egymással szemben. Hogy erre a kérdésre választ tudjak adni, ahhoz fel kell tárnai azt is, hogy milyen okok vezettek a kereskedelmi háború kitöréséhez. Donald Trump amerikai elnök azzal érvelt a kereskedelmi háború mellett, hogy a Kínával meglévő kereskedelmi kapcsolat hátrányos az USA-ra nézve. Ez igaz is volt, hiszen az amerikai külkereskedelmi mérleg Kínával deficitessé vált a 2000-es évektől kezdve. A külkereskedelmi mérleg deficite a gyakorlatban azt jelenti, hogy az USA sokkal többet importál Kínából, mint amennyit oda exportál. Ennek pedig azért van kiemelt jelentősége, mert ez a deficit hatással van az ország folyó fizetési mérlegére is. Ez pedig összességében oda vezetett, hogy a folyó fizetési mérleg is deficitese, tehát a lakosság többet költ import termékekre, mint amennyit megtakarít. Emellett a kereskedelmi háború kialakulásában kiemelt szerepet játszott a valutaárfolyam befolyásolása is. A Kínai Központi Bank nem szabadon lebegteti a yuant, hanem ők határozzák meg az értékét és igyekeznek alacsonyan tartani azt. Ez pedig még tovább növeli a kínai állam kereskedelmi többletét. Emiatt döntött úgy Donald Trump, hogy a kínai termékek egy részére védővámot vezet be.

A játékelméleti elemzés eredményét úgy lehet röviden összefoglalni, hogy a legnagyobb kifizetést az eredményezte volna, hogyha a felek valamilyen megállapodásra jutnak és fenntartják a szabadkereskedelmet. Azonban a valóságban nem ez történt és a legnagyobb kérdés az, hogy milyen szempont szerint értékeli Donald Trump a kereskedelmi háborút. Gazdasági értelemben mindkét fél számára előnytelen, azonban politikai szempontból nézve lehet úgy értékelni, hogy az amerikai elnök erőt demonstrált.

Emberi erőforrás – munkaerőpiaci gyakorlatok

Elnök: Dr. habil. Csehné Papp Imola egyetemi docens (ELTE PPK)
Társelnök: Dr. habil. Szegedi Krisztina egyetemi docens (BGE)
Tag: Dr. habil. Reicher Regina Zsuzsánna egyetemi docens (ÓE)
Tag: Dr. Sipos Norbert adjunktus (PTE KTK)

BATTA NORBERT

battanorbert95@gmail.com

Emberi erőforrások

BSc, 6. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Lipták Katalin
egyetemi docens, ME GTK*

A bankszektorban dolgozók helyzete Magyarországon

A mai magyarországi munkaerőpiacon az utóbbi években a keresleti hatások domináltak és a korábbi becslések a következő pár évben sem vártak e téren jelentősebb változást. A piaci helyzet a munkavállalóknak kedvezett, így az utóbbi pár évben – különösen a 2008. évi gazdasági válság hatásainak lecsengésével – egyre jelentősebb kereslet támadt a munkaerőpiacon a munkavállalók iránt a foglalkoztatók részéről, ezzel együtt csökkent a munkanélküliek aránya, könnyebbé vált állást találni, illetve munkahelyet váltani, nem utolsósorban nőttek a foglalkoztatottak által elérhető jövedelmek. A piaci helyzet azonban jelentősen megváltozott a koronavírus-járvány kitörésével, azonban a bankszektorban ennek a hatása késleltetve jelentkezik.

A járvány kitörését megelőző időszak piaci trendjei minden munkaerő-igényes ágazatot elértek, azonban a keresleti hatások dominanciája az egyes iparágak esetében eltérő mértékű volt. Dolgozatom fő célja részletesebben megvizsgálni a bankszektor munkaerőpiacán kialakult helyzetet. A kutatás során a bankszektor, valamint az ország teljes munkaerőpiacának összehasonlítása révén kívánok választ kapni arra kérdésre, hogy a munkaerőpiaci trendek mennyire meghatározóak a bankok részpiacán, mennyire könnyű be-, illetve kilépni a banki munkakörökből, milyen jövedelem érhető el a bankoknál. Korábban szinte kiváltságnak tűnhetett az, ha valaki egy hitelintézetnél dolgozhatott, megbecsült, talán irigyelt munkaként tekintettek pozíciójára. A változó munkaerőpiaci körülmények ezen a nézetten változtathattak – ennek a változásnak, illetve mértékének vizsgálata szintén dolgozatom célja.

A téma jellegéből adódóan a kutatás során a kapcsolódó szakirodalom révén rendelkezésre álló ismeretek összefoglalása mellett aktuális, a bankok által közölt információk alapján kívánok elemzéseket végezni, melyekkel pontos, számszerű adatokkal jellemezhető a szektor munkaerőpiaca. Mindazonáltal a dolgozói elégedettséget, a munkavállalók megbecsültségét, az ő jó-, illetve jóllétüket nem lehet az éves beszámolókból, eredménykimutatásokból, mérlegekből, esetleg főkönyvi számlák egyenlegéből megállapítani, hanem szükséges a dolgozók véleményét kikérni arról, hogy hogyan érzik magukat a szektor munkavállalóiként, így dolgozatomban egyéni vélemények, értékelések segítségével kívánok egy áttekinthető, reális képet nyújtani a banki munkaerőpiacról, az önálló kutatási részben különösen annak észak-magyarországi lokációjára fókuszálva.

CSERNÁK JÁNOS

janos.csernak95@gmail.com

Politikatudomány

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Társadalomtudományi és Nemzetközi Kapcsolatok Kar

MIKESY VERONIKA

vmikesy@gmail.com

Szociológia

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

SZENTPÁLI-TÓTH ÁDÁM

szta221@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

DEME GÁBOR

demegabor13@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

SCHLETT BÁLINT GERGŐ

schlettbalint@gmail.com

Nemzetközi tanulmányok

BSc, 12. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Társadalomtudományi és Nemzetközi Kapcsolatok Kar

TORDAI DÁNIEL

tordaister@gmail.com

Közgazdasági elemző

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Veress Gábor Balázs

főosztályvezető, Pénzügyminisztérium

Szakemberhiány az építőiparban – Okok és megoldási javaslatok

Az elmúlt években lakást építők vagy felújítók általános tapasztalata, hogy a munkálatok elvégzésére lassan és nehezen lehet megfelelő szakembert találni, valamint hogy az elkért munkabér meglepően magasnak érződik. Ez gyakran visszaköszön a sajtóban is, illetve az általunk készített felmérés eredményei is megerősítik. Jelen dolgozat feltárja a lakossági építkezések során alkalmazott szakemberek (pl. kőműves, ács, hidegburkoló, mázoló, bádogos, gázszerelő) hétköznapi élethelyzetükben észlelt hiányának okait, és megoldási javaslatokat kínál a közpolitika alkotói számára.

A dolgozat módszertanát tekintve végeztünk egy kérdőíves felmérést építkezésben, illetve felújításban érintett személyek körében, majd pedig készítettünk hat mélyinterjút a szakemberhiányhoz más és más aspektusból kapcsolódó érintettekkel.

A szakemberhiány okaiként négy fő témát azonosítottunk, melyek közül az első a hazai szakemberek külföldi munkavállalása a nyugati és hazai bérek különbsége és a hazahívó programok sikertelensége miatt. Ennek megoldása lehet egy jobban kidolgozott hazahívó program, illetve az esetlegesen hazatérők honi vállalkozásindításának támogatása.

A szakemberhiány második okaként a gazdasági folyamatokat fogalmazzuk meg, ezeknek tekintetében a 2009-et követő válság után a hazai gazdaság számottevő növekedést ért el, melynek az építőiparban megvalósult keresletnövekedés is szerepet játszott. Ezen pontra megoldási javaslatunk lenne

a kontraciklikus állami gazdaságpolitika bevetése, az állami beruházások átstrukturálása és az otthonteremtési kedvezmény átalakítása.

Közvetítési kudarcként a kereslet és kínálat nem megfelelő találkozását kapcsolatfelvételi nehézségek, mobilitási problémák és információhiány okozhatja. Megoldást jelenthet véleményünk szerint egy hazai humánerőforrás-térkép létrehozása a szakmunkás munkaerőpiaci helyzet felmérésére, ezen túl pedig egy minősítési rendszer szakmunkás-közvetítő oldalak számára. Mindezek mellett indítványozzuk a villanszerelők számára kötelező felelősségbiztosítás kiterjesztését, illetve megyei szintű kamarák kialakítását.

Negyedik területként a szakképzést azonosítottuk, itt főképp az új rendszerben az érettségi hiánya és a szakképesítés alacsony presztízse merült fel problémaként. Ennek a megoldására javasoljuk a szakképzés részeként megszerezhető érettségit, a 18 éves tankötelezettségi korhatárt és a szakképzés tantervének átalakítását.



GARAMVÖLGYI DÁVID

g.davyd17@gmail.com

Államtudományi

Osztatlan, 5. félév

Nemzeti Közszolgálati Egyetem

Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar

Témavezető:

Dr. Fülöp Katalin

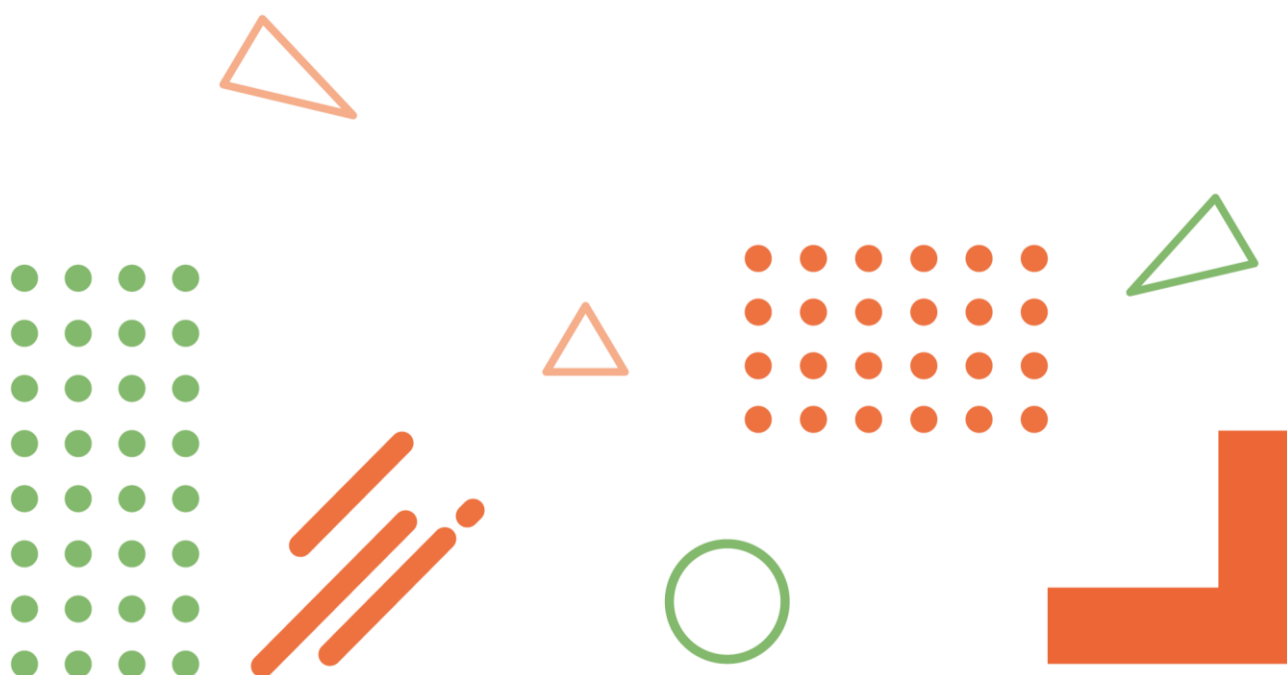
egyetemi docens, NKE ÁNTK

Az oktatás mint a versenyképesség kritikus komponense

A versenyképességi felmérések egyik meghatározó pillére az oktatás. A dolgozatomban mélyrehatóan megvizsgálom a magyar oktatás miképpen hat ki az ország versenyképességi helyzetére. Bemutatom a közoktatás és a felsőoktatás nemzetközi megítélését, rangsorolását a nemzetközi mérések és rangsorok alapján.

Bemutatom Magyarország versenyképességi helyezéseit az elmúlt 11 évből és ezeket az eredményeket összehasonlítom a régiós versenytárs országokéval. A dolgozatomban bemutatom, hogy milyen összefüggések figyelhetők meg a magas színvonalú oktatás és a sikeres versenyképesség között.

A kutatásom során megvizsgálom a hazai közoktatás és felsőoktatási rendszerek milyen erősségekkel és gyengeségekkel rendelkeznek. Célom, hogy átfogó képet tudjak alkotni az olvasó számára a magyar helyzetről. A dolgozatom végén pedig ajánlásokat kívánok megfogalmazni a közoktatás és a felsőoktatás terén, amelyek a kutatásaim alapján kedvezőbb versenyképességi pozícióba juttathatják Magyarországot.



HALMAI LÉNA FRUZZSINA

halmailena@gmail.com

Emberi erőforrások

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Bodnár Éva

egyetemi docens, igazgató, BCE TK

Pénzt vagy életet? – avagy a felsőoktatásban tanulók munkahelyválasztási preferenciái

Tudományos diákköri dolgozatomban azt vizsgálom, hogy milyen szempontokat érdemes a vállalatoknak figyelembe vennie az employer branding stratégiájuk kialakítása során, a felsőoktatásban hallgatók elérése, bevonása és megtartása érdekében.

Azért a munkáltatói márkát határoztam meg központi elemként, mert napjainkban egyre elterjedtebb fogalomnak számít az üzleti szférában és meghatározó szerepet tölt be a szervezetek stratégiájának kialakításában. A dolgozatom készítése során végzett kutatás eredményei segítségül szolgálhatnak olyan vállalatok számára, amik még egyáltalán nem, vagy csak részben rendelkeznek tudatosan kialakított munkáltatói márkával.

Kutatásom célcsoportjának a felsőoktatásban tanulókat határoztam meg, miután felmerült bennem a kérdés, hogy melyek azok a tényezők, amiket figyelembe veszünk, amikor a nyitott pozíciók széles kínálata közül igyekszünk kiválasztani a számunkra ideálisat.

A felmérésben kérdőíves módszerrel vizsgáltam meg a célcsoport preferenciáit. A teszt első részében arra a kérdésre kerestem a választ, hogy a felsőfokú tanulmányokat folytató hallgatók miként vélekednek az employer branding fogalmáról. Ennek vizsgálatához szóasszociációs módszert alkalmaztam, mely alapján megvizsgáltam, hogy összességében pozitív vagy negatív képet kapcsolnak a fogalomhoz.

A második részben a felsőoktatásban tanulók munkahelyválasztási preferenciáinak meghatározásánál öt kategóriában gyűjtöttem össze munkahelyi jellemzőket. Ezeket a felmérésben egy hatfokú Likert-skálán kellett értékelnie a résztvevőknek, aszerint, hogy mennyire fontos, avagy mennyire értenek egyet velük. Az öt kategória a munkakörnyezet, a fizetés, a karrierlehetőségek, a kiválasztási folyamat és a vállalat presztízse voltak. Az értékek statisztikai vizsgálatából megállapítható, hogy mely tényezők játszanak fontos szerepet a munkahelyválasztás során.

Kérdőívem harmadik részében a felsőoktatásban tanulók hosszútávú céljait vizsgáltam, az aspirációs index hazai szerzők által lerövidített változatának segítségével. A felmérésben résztvevőknek 14 állítást kellett értékelniük egy ötfokú skálán, fontosság szerint. Az eredmények összesítése révén képet kaphatunk a hallgatók extrinzik és intrinzik motivációjáról, illetve a hosszútávú terveikről.

Dolgozatomban a kutatásom eredményeinek összegzésével és más, szekunder felmérések adataival való összevetésével zárul.

LÉVAI PETRA

lpetra1997@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 5. félév

Szent István Egyetem Kaposvári Campus

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. habil. Parádi-Dolgos Anett
egyetemi docens, SZIE KC GTK*

Atipikus foglalkoztatás, mint megoldás a munkaerőpiac változásaira

HR szolgáltató cégnél végzett munkám során tapasztaltam, hogy az álláskeresők nagy része nem tud elhelyezkedni önerőből, így választják a biztosabb utat és belépnek egy HR szolgáltató céghez. A 2020-as év negatív gazdasági hatásai még nehezebbé tették az álláskeresők és a munkáltatók életét. Nagyon sok vállalkozásnak át kellett alakítani a költségvetését a fennmaradása érdekében. Fel kellett mérniük a munkavállalóikkal járó kockázatot, a belső pozíciók szükségességét és a munkavállalók megszerzéséhez elengedhetetlen toborzási, reklámozási és egyéb költségeiket.

Ez okból a HR szolgáltatók nyújtják a multifunkcionális megoldást. Irodalmi áttekintésemben kifejtettem a HR szolgáltatók által igénybe vehető foglalkoztatási lehetőségeket, és elemeztem ezeket. Megállapítottam, hogy ezek magukba foglalják a fő érveket a HR szolgáltatók mellett, miszerint a munkavállaló a költsönbeadóval áll szerződésben, így nem kell számolni felmondási idővel, táppénzzel, utazási költségterítéssel, toborzási költségekkel vagy a rehabilitációs hozzájárulási adóval. Abban az esetben, ha a vállalkozásnak szüksége van 2-3 fő munkavállalóra és feltesz egy hirdetést egy állás-kereső portálra, az ugyanazzal a költséggel jár neki, mint a HR szolgáltatócégeknek, csak azok egy hirdetéssel akár 30-50 fő munkavállalóra is szert tehetnek, így ez számukra sokkal jövedelmezőbb kiadást eredményez.

A vállalati elemzésem számszerűsítette a HR szolgáltatókkal elérhető előnyöket, ezekhez hozzávettem azokat az előnyöket is, amiket nem lehet pénzben mérni, viszont a vállalatok számára jelentős értéket képviselhetnek. Ezen információk alapján válaszoltam meg az atipikus foglalkoztatással és a HR szolgáltatók nyújtotta lehetőségekkel kapcsolatos kutatási kérdéseimet.

Elemzésem második felében, pedig a 2020-as évben felmerült foglalkoztatási igényváltozást szemléltettem, mivel számomra ez egy nagyon érdekes és villámgyors reakciója volt a munkaerőpiacnak, miszerint átmenetileg a vállalkozások a válságra reagálva saját fennmaradásuk és munkavállalói létszámuk megtartása érdekében áttértek egy kockázatmentesebb és költséghatékonyabb foglalkoztatási formára, az egyszerűsített foglalkozásra. Végül azt is megállapítottam, hogy az egyszerűsített foglalkoztatás munkavállalói szemszögből kevesebb előnnyel jár, viszont mindenképp pozitív megoldást jelent a munkanélküliségre és a feketefoglalkoztatásra.

MOLNÁR EVELIN

molnarevelin0316@gmail.com

Emberi erőforrások

BSc, 5. félév

Eszterházy Károly Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Juhász István
adjunktus, EKE GTK*

Az employer branding, mint munkahely-választási preferencia – Vizsgálat az Eszterházy Károly Egyetem hallgatóinak körében

Dolgozatom középpontjában a munkáltatói márkaépítés állt. A kutatási témának úgy gondolom, jelenleg meghatározó szerepe van egy vállalat életében. Amellett, hogy a munkáltatói márka tudatos kiépítése segíti a vállalatot, hogy magához vonzza és megtartsa a számára tehetséges munkavállalókat, a jelenlegi járványhelyzet okozta társadalmi és gazdasági kihívások miatt még fontosabbá vált a munkáltatói márkák szerepe. Ennek oka, hogy egy jól felépített márka stabilitást és megbízhatóságot sugároz a meglévő és a leendő munkavállalók felé. A fiatal generációnak már teljesen más elvárásai vannak egy munkahellyel kapcsolatban, mint az idősebb generációknak, hiszen eltérő értékrenddel rendelkeznek, más-más impulzusok érik őket életük során. Emiatt fontos, hogy a munkahelyek kelően fel legyenek készülve arra, hogy a munkaerőpiacon a különböző generációk, különböző igényekkel vannak jelen. Egy jól működő márka pozitív kisugárzást nyújt a munkaerőpiac felé, hiszen azt közvetíti, hogy annál a cégnél megéri dolgozni.

Kutatásom fő célja volt, hogy megismerjem a hallgatók elvárásait a munkahelyekkel kapcsolatban, illetve megtudjam, hogy mennyire ismerik az employer branding fogalmát, hogyan befolyásolják őket a különböző eszközök, a munkahelyválasztás során. Kutatásom elején négy hipotézist állítottam fel.

H1: A megkérdezettek többsége ismeri az employer branding kifejezést.

H2: A megkérdezettek többsége fontosnak tartja, hogy egy vállalat energiát fektessen a munkáltatói márka tudatos kiépítésébe.

H3: A hallgatók többségének fontos a szakmai karrier az életében.

H4: Azon hallgatók, akik szeretnék külföldön munkát vállalni, a többségük a magasabb fizetéssel indokolja döntését.

Az elméleti áttekintés után a primer kutatásom során két módszert alkalmaztam. Online kérdőíves formában 286 Eszterházy Károly Egyetemre járó hallgató véleményét vizsgálhattam, emellett pedig interjút készítettem egy munkáltatói márkaépítő szakemberrel.

Összességében elmondható, hogy a hallgatókat nagyban befolyásolják a különböző employer branding eszközök. Dolgozatom tükrözi a mai generáció értékrendjeit, az anyagi motivációs eszközök és a karrier is nagyon fontosak számukra, azonban ugyanúgy vágnak nekik is az elismerésre, és arra hogy megbecsüljék a munkájukat, mint ezelőtt bármelyik generáció. A legfontosabb következtetés pedig, hogy egy elégedett dolgozó mindig jobban teljesít, így hatással van a termelésre, emellett pedig magára a vállalat sikerességére is.

NAGY ALEXANDRA

big.sunny.8@gmail.com

Emberi erőforrások

BSc, 5. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

*Témavezető:
Alpár Vera Noémi
óraadó, BKF HFF*

Túlélők a munkaerő-piacon

Dolgozatomban a megváltozott munkaképességű emberek munkaerő-piaci helyzetét vizsgáltam. A megváltozott munkaképességűek csoportján belül pedig a gyógyult daganatos személyekre fókuszáltam, a betegségekkel járó lelki és testi nehézségeikre, a hátrányos megkülönböztetésükre, és a munkaerő-piacra való visszaintegrálásukra.

Tanulmányom elején két hipotézist állítottam fel, miszerint a gyógyult daganatos betegek hátrányos helyzetből indulnak, mert a társadalom értéktelenebbnek és kevésbé terhelhetőnek gondolja őket, valamint, hogy sok gyógyult daganatos személy azért vállal munkát a betegsége után, mert a rokkantsági/rehabilitációs ellátás összege alacsony, emiatt háttérbe szorul az egészség fontossága és a pénzkeresés kerül az első helyre.

Kutatásomban nyolc érintett személyt hallgattam meg, akik valamilyen daganatos betegségből gyógyultak ki. Az adatokat teljesen anonim módon kezeltem. Az interjúkat telefonon végeztem és átlagosan egy órás beszélgetések voltak, melyek során meglepően vegyes tapasztalatokkal találkoztam.

Majdnem fele-fele arányban cáfolták, illetve támasztották alá első hipotézisemet, ami az elhelyezkedés nehézségére irányult, azonban majdnem az összes interjúalanyom alátámasztotta második állításomat, ami az ellátásra és a rossz munkakörülményekre vonatkozott.

Az érintett interjúalanyok meghallgatása után felvettem a kapcsolatot egy szakértővel is, aki megváltozott munkaképességű személyekkel foglalkozik így belátást nyerhettem a témakör munkáltatói oldalába is. Az interjú alatt a szakértő megcáfolta azt az állításomat, hogy ezek a személyek hátrányból indulnának a munkaerő-piacon, a problémát ő is a rossz munkakörülményekben látta, viszont alátámasztotta második hipotézisemet, miszerint az ellátás összege alacsony, ami miatt sokan rákényszerülnek az álláskeresésre, ami nem lenne probléma, ha a megfelelő munkakörökbe kerülhetnének ezek a személyek.

Végül arra a következtetésre jutottam, hogy munkavállalói és munkáltatói oldalról is az egyik legfontosabb a nyílt kommunikáció, amivel el lehetne kerülni az érdekellentéteket és csökkenteni lehetne a sikertelen integrációkat. Mindkét félnek az eredményes és sikeres foglalkoztatás a célja, aminek az alapja a megfelelő kommunikáció.

Ha ez megvalósulhatna, akkor ezeknek a személyeknek a foglalkoztatási rátája javulást mutathatna, emellett hasznosnak és a társadalom értékes tagjainak érezhetnék magukat.

PIROS EDINA

edina.piros97@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 2. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Fehér András
adjunktus, DE GTK*

A Covid-19 munkaerőpiacra gyakorolt hatásainak és a Home Office-nak megítélése egyetemi hallgatók és munkavállalók szemszögéből

2019 decemberében Wuhanban egy ismeretlen eredetű tüdőgyulladásos megbetegedést regisztráltak, melyet az új típusú koronavírusként azonosítottak.

A munkavállalók, álláskeresők és pályakezdők helyzetét és esélyeit jelentősen megnehezítette a vírus. Bár gyakrabban hallani az otthoni munkavégzésről, az emberek még nem mondhatók rutinosnak ezen a téren. Azonban a Covid-19 néhány nap leforgása alatt, munkavállalók millióit kényszerítette Home Office-ba, gyökeresen megváltoztatva a munkaerő-toborzási piacot.

A kutatási munka megírásával céloom részletesen bemutatni, hogy mi jellemzi a munkaerőpiacot a vírus hatására, milyen új munkapiaci trendek kialakulása várható a jövőben, és milyen nehézségekkel kell megküzdeniük a friss diplomás pályakezdőknek, illetve a diploma megszerzése előtt állóknak. Továbbá miképp integrálódik a Home Office a dolgozók életébe, annak mely előnyeit és hátrányait érzékelik a leginkább a tapasztalt munkavállalók.

A szekunder kutatás során széleskörű szakirodalmi elemzést végeztem.

A primer kutatás során a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Karának hallgatóit, oktatóit és a Zeneművészeti Kar oktatóit, valamint a Deutsche Telekom Systems Solutions Hungary Kft. munkavállalóit megcélözva végeztem elemzéseket. Kvalitatív eljárásnéven netnográfias kutatást, majd a GTK hallgatók körében fókuszcsoporthoz interjúkat készítettem. A vizsgálat feltáró jellegű volt. A fókuszcsoporthoz kutatás megalapozása a netnográfias kutatás alapján történt. Ezzel párhuzamosan pedig HR szakértői oldalról, szakértői interjúkat végeztem a témában. Kvantitatív eljárásnéven kérdőív felmérést végeztem, melynek során 302 GTK hallgatót, munkavállalói oldalról pedig 83 főt tudtam bevonni a nem reprezentatív felmérésembe.

Összességében megállapítható, hogy a még munkatapasztalattal nem igazán rendelkező hallgatók, tehát a jövőbeni munkavállalók és a már Home Office terén tapasztalt dolgozók, leginkább az irodai- és otthonról történő munkavégzés kombinációját találják a legkedvezőbb és legcélravezetőbb megoldásnak a jövőben.

Az Innovációs és Technológiai Minisztérium ÚNKP-20-2 kódszámú Új nemzeti Kiválósági Programjának a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból finanszírozott szakmai támogatásával készült.

SZÉKELY MELINDA

125004@student.ujs.sk

Vállalati gazdaságtan és menedzsment

BSc, 6. félév

Selye János Egyetem

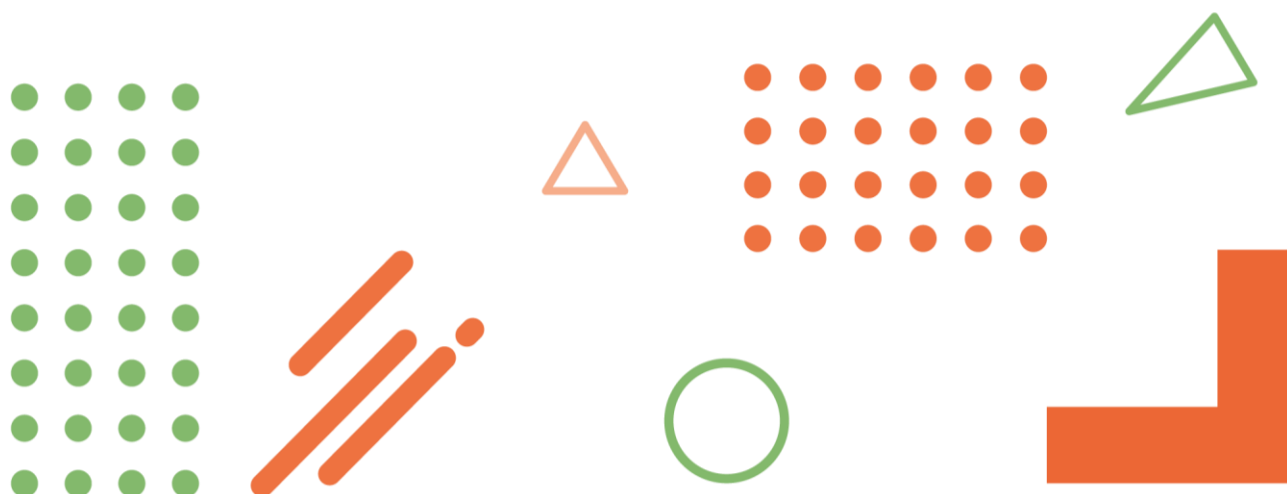
*Témavezető:
Dr. Górány Zsuzsanna
adjunktus, SK SJE*

Atipikus foglalkoztatási formák a generációk köztudatában

A dolgozat témájául az atipikus foglalkoztatási formákat választottuk. A témaválasztás során fontosnak véltük, hogy a témának aktualitása legyen és kötődjön hozzánk.

A munkánk célja, hogy megismerjük a szlovákiai lakosok hozzáállását és tudását az atipikus foglalkoztatási formákról és a szabadúszókról, különös figyelemmel az X, Y és Z generációra. A munka a bevezetésen, a befejezésen és az irodalomjegyzéken kívül 5 fejezetből áll és összesen 17 ábrát és 6 táblázatot tartalmaz.

Az első fejezetben a szekunder kutatásunkat mutatjuk be, ahol kitérünk a hazai és nemzetközi irányvonalakra az atipikus foglalkoztatási formákkal és a szabadúszókkal kapcsolatban. Összehasonlítjuk az egyes kutatások, szakirodalmak definícióit és részletesen bemutatjuk az általunk legismertebbnek gondolt atipikus foglalkoztatási formákat, melyek a következők: a részmunkaidős foglalkoztatás, a távmunka, a munkamegosztás, a munkaerő-kölcsönzés és a diákmunka, valamint a szabadúszás. A következő fejezetben részletesen ismertetjük a dolgozatunk célját és az általunk, még a dolgozat elején megfogalmazott hipotéziseinket. A harmadik fejezetben leírjuk a kutatásunk menetét és módszertanát. Leírjuk, hogy milyen kutatási módszereket alkalmaztunk és az okát, hogy miért a kérdőíves primer kutatást tartottuk a számunkra legkedvezőbbnek. A negyedik fejezetben megosztjuk a primer kutatásunk eredményeit. Külön alfejezetben összefoglaljuk a demográfiai adatokat, a foglalkoztatottságot, és a hipotézisvizsgálataink eredményeit. A kutatásunk alatt végig a generációk mentén vizsgáltunk. A befejező rész az egész munkát foglalja össze, pár mondatban összegezzük a kapott eredményeket és javaslatot teszünk a kutatott terület fejlesztésére. Végül feltüntettük az irodalomjegyzéket, minden olyan szakirodalmat, cikket, folyóiratot, tudományos munkát, amely a szekunder kutatásunk alapjául szolgált.



VIZI NOÉMI

vizinoemi2@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 4. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Udvari Beáta
egyetemi docens, SZTE GTK*

Mitől és hogyan válhat vonzóvá egy munkahely a tehetségek számára?

Az utóbbi évtizedben a vállalatoknak egyre komplexebb kihívásokkal kell szembenéznük a mindennapi működésük során, és egyre nehezebb helytállniuk a piaci versenyben. A szervezetek számára is realizálódott, hogy a tehetséges munkaerő vonzása és megtartása kulcsfontosságú a sikeres működés érdekében. Azonban nagyon nehéz vonzó munkahellyé válni, hiszen a munkaerőpiacon jelenleg négy (baby boomer, X, Y, Z) generáció tagjai vannak jelen, akiknek (a szocializációból adódóan) különbözőek a munkahellyel és a munkával szembeni elvárásaik. A szervezeteknek meg kell találniuk az egyensúlyt, hogy minden munkavállaló megtalálja a számításait a cégnél, miközben jól érzi magát és szeret ott dolgozni.

A fentiekből adódóan kutatásomban arra a kérdésre keresem a választ, hogy miben térnek el a Z generációs tehetségek munkahellyel szembeni elvárásai az X és az Y generáció tehetséges tagjainak elvárásaitól. A kérdés megválaszolásához átfogó szakirodalmi áttekintést végeztem, melyben kitértem a jelenlegi munkaerőpiaci kihívásokra: a munkaerőhiányra és a fluktuációra, majd összegyűjtöttem és csoportosítottam azon tényezőket, amelyek vonzóvá tesznek egy munkahelyet, végül az employer brandinget ismerttettem. A következő egységben tértem ki a generációk jellemzésére, illetve a tehetség megközelítésekre. A primer felmérés során a 3 generáció alanyaival lefolytatott 10 mélyinterjú, illetve a kérdőíves felmérés 229 fős adatbázisa alapján kísérletet tettem a Z és az X, Y generációk tehetségei számára vonzó munkahely modelljének felvázolására.

Az eredmények alapján a vonzó munkahely TOP10 tényezőjéből 9 megegyezik a két generációs csoport (Z és X, Y) listáján, azonban a sorrendiségben vannak minimális különbségek. Az eredmények alapján fontos, hogy olyan környezetet biztosítson a szervezet, ahol a munkavállaló jól érzi magát, biztosított a munka–magánélet egyensúlya, és elismerik a munkáját, továbbá versenyképes a fizetés. Egyértelműen kiderült, hogy a nem anyagi tényezők fontosabbak az anyagiaknál, így a szervezeteknek célszerű az előbbiekre fókuszálni – a versenyképes fizetés mellett –, ha szeretnének beszállni a tehetségekért folytatott, egyre erősödő harcba.

Kulcsszavak: vonzó munkahelyek, tehetségek vonzása és megtartása, generációs különbségek, X, Y, Z generáció munkahellyel szembeni elvárásai

VÖRÖS DALMA

vooroosdaalmaa@gmail.com

Emberi erőforrások

BSc, 7. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Dabasi-Halász Zsuzsanna

egyetemi docens, ME GTK

„Segély helyett esély”. A fogyatékkal élő gyermekek hatása a szülők munkaerőpiaci helyzetére

Emberi erőforrás szakos hallgatóként fontos számomra az a tanulmányaim során megismert kettősség, ami a foglalkoztatáspolitikát jellemeznie kell, azaz egyszerre gondolkozunk hatékonysági gazdasági aspektusból és legyünk megértő, a társadalmi problémákra érzékeny szakemberek. Megítélésem szerint egy ilyen tématerület a fogyatékkal kapcsolatos társadalmi méretű válaszok. Pedagógus családban nőttem fel és hallottam láttam beteg gyermekekkel kapcsolatos történeteket. Úgy érzem azoknak a szülőknek, akiknek az élet legnagyobb öröme a gyermekáldás nem csak szépet, hanem számos szinte megoldhatatlan problémát is hoz, társadalmi segítségre van szükségük.

Központi kérdésként vizsgálom, hogy hogyan befolyásolja a szülők munkavállalási hajlandóságát, lehetőségeit a családban élő sérült gyermek megléte, illetve, különösen az ilyen helyzetben lévő anyák munkaerőpiaci helyzetére fókuszálok. Mint tudjuk, a nők munkaerőpiacra való visszatérése nem túl lendületes a szülés után, hiszen a gyermek elhelyezését biztosítani kell akár bölcsődén keresztül, akár segítő rokonokon, bétiszitteren keresztül. Sérült gyermekek esetén még nagyobb gonddal állnak szembe a szülők, így dolgozatomban a fogyatékkal élő gyermekek intézményi hátterét vizsgálom Miskolcon, helyi szinten.

Dolgozatom során kérdőíveken keresztül kívánom bemutatni, hogy a fogyatékos gyermeket nevelő szülők milyen nehézségekkel küzdenek meg nap, mint nap, illetve milyen segítségre számíthatnak. Szomorú aktualitásából az életünknek megvizsgálom a COVID-19 vírus okozta munkaerőpiaci változásokat is esetükben. Mind szakirodalmi, mind a primerkutatásom eredménye bebizonyítja, hogy az érintett szülők munkaerőpiaci helyzetére rendkívül negatívan hat a sérült gyermek megléte, melyet a foglalkoztatók, az egészségügyi lehetőségek, ellátások, valamint a támogatás mértéke sem kompenzál annyira Miskolcon, hogy az valós esélyegyenlőséget jelentsen. Írásom végén szakpolitikai javaslatokat tettem, arra, hogy milyen egyetemes fejlesztésre lenne szükség a jobb munkavállalási lehetőségek érdekében az adott célcsoportnál, mely meggyőződésem szerint egyszerre gazdasági és társadalmi haszonnal is járna.

Emberi erőforrás – munkaerőpiaci trendek

Elnök: Dr. Szabó-Szentgróti Gábor egyetemi docens (MATE Kaposvári Campus)
Társelnök: Prof. Dr. Takács Sándor egyetemi tanár (BCE)
Tag: Dr. Hidegh Anna Laura egyetemi docens (BGE)
Tag: Dr. Bognár Ferenc tudományos munkatárs (BME GTK)
Tag: Dr. Suhajda Csilla Judit adjunktus (MATE Szent István Campus)

BARTL NÓRA

bartlnora97@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Edutus Főiskola

Témavezető:

Dr. Juhász Krisztina

főiskolai tanár, EDUTUS

A mesterséges intelligencia hatása a munkaerőpiacra

A technológia napjainkban rendkívül gyorsan fejlődik, melynek hatása az élet minden területére kiterjed. A technológiai fejlődés nagymértékben hatással van az emberek mindennapjaira: a gazdaságra, a társadalomra, jogra, technikára. A mesterséges intelligencia (MI) a fejlődés egy fontos mérföldköve. Az MI segítségével meggyorsíthatók, hatékonyabbá tehetők a különböző folyamatok, eljárások. A mai rohanó világunkban pedig elengedhetetlen az, hogy az egyes folyamatok, rendszerek pontosan, a legkisebb hibaarányal, valamint a lehető legnagyobb hatékonysággal működjenek. A mesterséges intelligencia hatása sokrétű. Kutatásom során feltárom azokat a területeket, amelyek során nagymértékű változás figyelhető meg a jelenre vagy a jövőre nézve.

Dolgozatom első részében szakirodalom alapján definiálom, a mesterséges intelligenciát majd vázolólok annak gyakorlati alkalmazásait. Ezt követi a primer kutatásom: Egy 211 fő által kitöltött kérdőív kutatásban a következő kérdésekre kerestem a választ:

1. Milyen az MI elfogadása, ismertsége?
2. Az emberek mit gondolnak az MI munkaerőpiaci hatásairól?
3. Mennyire bíznak az MI különféle alkalmazásaiban?
4. A korosztály illetve a végzettség befolyásoló tényezőnek számít-e?

Célom a kutatással egyrészt, hogy egy átfogó képet kapjak arról, hogy miképpen viszonyulnak az emberek a mesterséges intelligenciához, mennyire érzik veszélyben saját munkahelyüket, és mit gondolnak a mesterséges intelligencia alkalmazásairól. Másrészt választ keresek arra, hogy milyen kapcsolat van a végzettség és a munkahelyfenyegetettség, valamint az életkor és a munkahelyfenyegetettség között.

A dolgozatom során elsősorban a munkaerőpiaci hatásokra fektettem a hangsúlyt, amely elég fontos tényező a gazdaságban. A munkaerőpiacot a technológia teljesen vagy részben megváltoztathatja. Minden munka esetében törekednek arra, hogy a technológia nyújtotta lehetőségeket kihasználják, és a monoton, egyszerű folyamatokat automatizálják. A munkaerőpiaci hatás mellett azonban számos más hatást is kivált az MI. Az emberek közötti személyes kommunikáció aránya csökken és átveszi helyét a digitális kommunikáció. További kérdéseket szül az MI azzal kapcsolatban, hogy mi az, amit még megengedünk a technológiának, hogy elvégezzon, és mi az, amit sosem irányíthat robot, illetve gép.

BOLDMAA BAT-ERDENE*boldmaa.baterdene@gmail.com*

Applied Economics

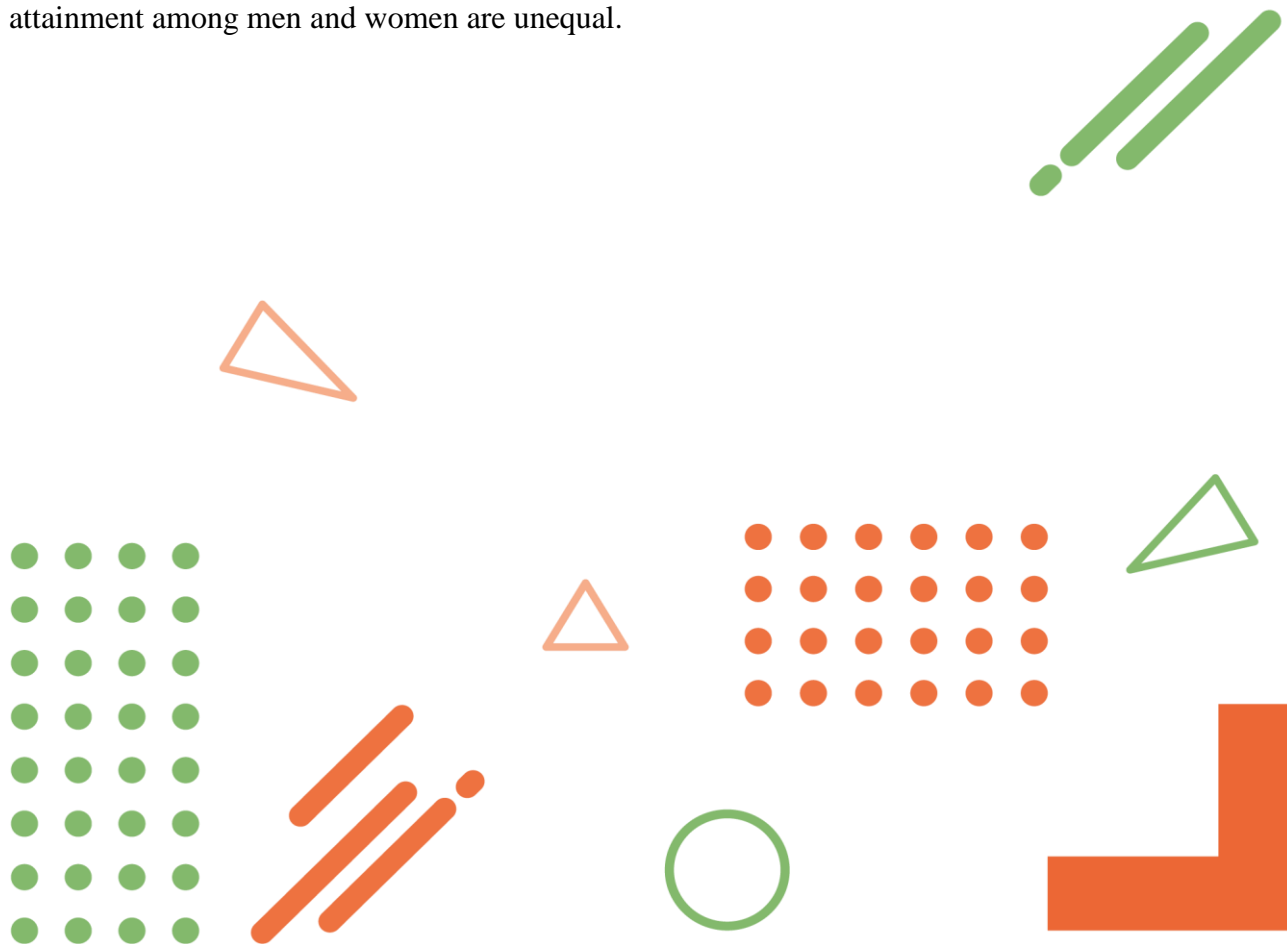
BSc, 2. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:**Lovász Anna**adjunktus, Institute of Economics Centre for Economic and Regional Studies**Hungarian Academy of Sciences***The Gender Pay Gap in Mongolia**

The aim of this paper is to present the gender pay gap at the different points of the wage distribution in Mongolia and analyze the underlying causes. There are two main reasons for this investigation. Firstly, for Mongolia, there are a limited amount of empirical works on the gender pay gap. Most of these studies examine the gap based on the average monthly wage of women and men. However, it should be noted that the gender pay gap tends not to be constant across the wage distribution. Secondly, by this paper, I am investigating the reverse gender pay gap at the median in Mongolia. The result that earning of women is more than men at the 25th percentile and the median is unusual, and not seen in most other countries (OECD, 2019). One of the prime causes might be the inequality in educational pursuits, lack of empowerment of women with higher education, and lack of empowerment of men with lower-education. After controlling for the specifications, the gap at the median tends to favor men. However, it will not justify the fact that occupational segregation and educational attainment among men and women are unequal.



CSÁSTYU LILLA

csastyu.lilla@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment

BSc, 6. félév

Nyíregyházi Egyetem

*Témavezető:
Barabásné dr. Kárpáti Dóra
főiskolai docens, NYE*

A fiatalok helyzetének vizsgálata a Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei munkaerőpiacon

A közgazdaságtan mint a mindenkori társadalom és gazdaság tevékenységeinek számokra lefordítható tudománya, olvasatomban azért jött létre, hogy egy-egy adatsorban valamiféle tényszerűsére bukkanjon, és amennyiben lehetősége van, módosítsa azt hatékonyabb, gazdaságosabb irányába. A TDK dolgozatom legfőbb célja is, a „jobbítási szándék”, témájának pedig a Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei munkaerőpiac vizsgálatát jelöltem meg, az ifjúság dimenzióján át.

A téma aktualitását az adja, hogy az elmúlt évtizedben az Eurostat adatai szerint több ezer fiatal hagyta el Magyarországot és ez az elvándorlási hullám az országon belül is tapasztalható. A növekvő munkanélküliség, és a jobb bér reményében több, a keleti végeken élő, fiatal dönt úgy, hogy Budapestre, vagy az ország nyugati felébe költözik. A nagymértékű elvándorlás következményeképpen pedig, a munkaerőhiány ütötte fel a fejét. Ebből adódott a kérdés, hogyan alakul a Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei munkaerőpiacon a fiatalok helyzete, ugyanakkor az állami intézményrendszer milyen eszközökkel segíti a fiatalok integrációját helyi szinten a munkaerőpiacra. Arra a következtetésre jutottam, hogy jelenleg az ifjúság munkaerőpiacra történő integrációjára tett kísérletek, meglehetősen darabosak. Fontos tudni, hogy az intézményrendszer milyen fellelhető eszközökkel igyekszik csökkenteni a fiatalok szakképzetlenségéből adódó munkaerőhiányt, vagy milyen ágazatok, szektorok képesek felvenni ezeket a fiatalokat a megyében, továbbá milyen pozitív diszkriminációs faktorokat vetnek be annak érdekében, hogy inkább egy fiatalot alkalmazzanak a térségben. Ha ezek az adatok rendelkezésre állnak, akkor van mód annak pozitív irányba történő befolyásolására.

Természetesen ebben a rövid írásban én sem vállalkozhattam az adott terület részletes kifejtésére, a vizsgált korcsoportok társadalmi, szociokulturális vagy oktatási helyzetének feltárására. Mindössze arra törekszem, hogy a fiatalok munkaerő-piaci helyzetét érintő rendelkezésre álló adatokat megvizsgáljam egy adott időszakban, elemezzem, és megoldási javaslatokat dolgozzak ki a felmerült kérdésekre. Az eredmények összegzése, feltárása nagyban segítheti, befolyásolhatja az adott „mikro” társadalom versenyképességét, munkaerő-piaci helyzetét és a „fiatalokat megtartani tudó” képességét, amely a fenntartható működés záloga, és amely a mindenkori Magyar Kormány egyik célkitűzése.

CSONTOS TAMÁS TIBOR

csontostomi96@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 1. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Losonci Dávid
egyetemi docens, BCE*

**A negyedik ipari forradalom munkaerőpiaci hatásai az európai kapitalizmus válfajokban –
Tanulságok Magyarországnak**

Ma a negyedik ipari forradalom korát éljük és a legtöbb kutatás azt mutatja, hogy ennek a technológiai változásnak óriási hatása lesz a munkaerőpiacra. Számos munkahely automatizálódhat és természetesen újak is alakulhatnak a feltörekvő szektorokban.

Milyen munkaerőpiaci hatásai lehetnek a negyedik ipari forradalomnak az egyes európai kapitalizmus válfajokban? Ezen tanulságok alapján hogyan lehet meghatározni Magyarország Ipar 4.0 profilját? Ezekre a kérdésekre kerestem a választ a dolgozatomban. Ehhez először strukturáltan összefoglaltam a negyedik ipari forradalom munkaerőpiaci hatásait, legfőképpen a potenciális automatizációt becsülő szakirodalmakat. Majd ezen szakirodalmak segítségével elemeztem, hogy milyen eltérő hatások figyelhetők meg az egyes európai kapitalizmus válfajokban a potenciális automatizáció tekintetében. Ez a kutatás egyértelműen rávilágított, hogy az eltérő gazdasági és társadalmi modellekben különböző mértékében érvényesül majd a negyedik ipari forradalom automatizációs hulláma. A dolgozatomban a szakirodalmak használata mellett saját kutatást is folytattam, amelyben arra voltam kíváncsi, hogy 2011 és 2016 közötti munkaerőpiaci változásokban mennyire látszanak a negyedik ipari forradalom hatásai az egyes kapitalizmus válfajokra lebontva. Itt tehát azt vizsgáltam, hogy csökken-e a munkák száma az automatizálható és nő-e a feltörekvő foglalkoztatási főcsoportokban (ISCO főcsoportok). Ezek a munkaerőpiaci változások természetesen nem csak a negyedik ipari forradalom elindulására utalhatnak, viszont egyértelműen jelzik, hogy az adott kapitalizmus modell a negyedik ipari forradalom munkaerőpiaci hatásaival ellentétesen – automatizációs kitétséget felépítve – vagy éppen azzal összhangban fejlődik.

A következőkben ezen tanulságokat alapul véve meghatároztam Magyarország Ipar 4.0 profilját az egyes kapitalizmus válfajokkal összehasonlítva. A profil alapján egyértelművé váltak a negyedik ipari forradalom kihívásai hazánk számára, amit a kivándorlás, az alacsony képzettség és a magas potenciálisan automatizálható munkák aránya jelent. Dolgozatom végén ezekre a kihívásokra rövid, közép és hosszú távú megoldási javaslatokat foglalmaztam meg.

A hallgató a nevezését a rendezvényt követően visszavonta, ezért a rezüméje az Országos Tudományos Diákköri Tanács nevében a TDK-ért Közhasznú Alapítvány, valamint a Soproni Egyetem között kötött szerződés 6. pontjára tekintettel utólag törlésre került.

KOZMA TAMÁS ANDRÁS
kozmatamasandras@gmail.com
Humán erőforrás
BSc, 5. félév

Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

SZANISZLÓ VERONIKA
veraa.szaniszlo@gmail.com
Emberi erőforrások
BSc, 5. félév

Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Dabasi-Halász Zsuzsanna
egyetemi docens, ME GTK*

Fiatalok mobilitása, külföldi önkéntességre való hajlandósága magyarországi viszonylatban

Kutatásunk célja elsősorban az volt, hogy választ találjunk arra a kérdésre, miért is lesz valakiből külföldön önkéntes, és mi az, ami leginkább taszíthatja a fiatalokat ettől a tevékenységtől.

Először megvizsgáltuk az önkéntesség és a mobilitás fogalomrendszerét továbbá a kettő közötti kapcsolattal, összefüggésekkel foglalkoztunk. Tanulmányoztuk a magyarországi telephelyű, külföldi önkéntességgel foglalkozó szervezeteket, hogy milyen módon lehet hozzájuk jelentkezni, mire alapszik a marketingjük és hogy mik szükségesek, illetve mik a kizáró feltételei annak, hogy valaki önkéntes legyen.

Hipotéziseket állítottunk fel melyek köré a kérdőívünket és interjúinkat építettük. Azt állítjuk, hogy az Észak-magyarországi régióban a fiatalok önkéntességét elsősorban a nyelvtanulás motiválja. Illetve, hogy a segítségnyújtás nem elsődleges szerepet játszik az önkéntesség vállalásában.

Megkérdezéses technikát alkalmaztunk, amelyben két miskolci gimnázium 193 végzős hallgatója vett részt. Az interjúalanyokat nem önkéntes szervezeteken keresztül értük el, annak érdekében, hogy minél objektívebb vélemény kifejtést tudjunk meghallgatni. Az önkéntesség előmozdító és gátló tényezőit vizsgáltuk. Ezekben belül kielemeztük a családi háttér, az információs közeg fontosságát és az olyan váratlan tényezőket is, mint egy esetleges járvány. Megvizsgáltuk, hogy az 50 óra közösségi szolgálathoz való viszonyulás és a külföldi önkéntességre való hajlandóság között milyen kapcsolat van.

Az interjúk megerősítették és kiegészítették a kérdőívek által feltárt eredményeinket, ami alapján a nyelvtanulás volt a legjelentősebb motivációs tényező, amely hajlamosíthat valakit a külföldi önkéntesség vállalására. Az altruista motiváció számottevően háttérbe szorult. Mindazonáltal pedig a család mint befolyásoló tényező is nagy szerepet kapott, mivel a család támogatása elengedhetetlen a legtöbb esetben az önkéntesség vállalásához fiatal korban. Az elvégzett interjúk eredményei új információkat hoztak a külföldi önkéntességet kritizáló, illetve támogató témakörökben.

LEKSZIKOV KITTI

lekszikov.kitti@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 2. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

*Dr. Csizmadia Tibor
egyetemi docens, PE GTK*

*Dr. Obermayer Nóra
tanszékvezető egyetemi docens, PE GTK*

Az Ipar 4.0 munkaerő-piaci hatásai a magyar KKV-k esetében

A Tudományos Diákköri Konferenciára készített dolgozatom során a mikro-, a kis- és középvállalatok (KKV-k) esetében az Ipar 4.0-ra való felkészültséget vizsgálom.

A dolgozat során hat KKV szektorban tevékenykedő vállalat kerül elemzésre. Az interjúk lefolytatását egy egyetemi projekt keretében valósítottam meg. Az említett projekt célja, hogy felmérje a vállalatok/vállalkozások (KKV és nagyvállalat) esetében az Ipar 4.0-ra való felkészültséget/érettséget és kiderítse a szükséges képzési igényeket.

Ezen kutatáson belül dolgozatom során a KKV szektor vállalatai között lefolytatott interjúkon keresztül arra keresem a választ, hogy az elsőszámú vezetők miként vélekednek az emberi erőforrás Ipar 4.0 technológiáira való váltásáról.

Többek közt azért is erre a témára esett a választásom, mert ez egy teljesen új terület, kevés kutatás foglalkozik ezzel a témával.

A kutatás során az elsődleges adatgyűjtés a félig strukturált interjú által valósult meg. Kvalitatív kutatási módszeren belül leíró jellegű kutatást használtam az elemzéshez.

Az említett módszer mellett munkám során egy úgynevezett Atlas.ti 8 szoftvert is alkalmazni fogok. A dolgozat végeztével a kutatás folytatásaként több KKV-t bevonva szeretnék tovább dolgozni. A KKV-k számára a kutatás későbbi szakaszában javaslatokat szeretnék majd megfogalmazni.

A most aktuális veszélyhelyzet után tervezem felvenni a megkérdezett cégekkel a kapcsolatot, hogy az eltelt idő alatt miként változott a helyzetük, a látásmódjuk.

MAGYARI TÜNDE*tundimagyari98@gmail.com*

Vállalati pénzügyi menedzsment

MSc, 1. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

*Témavezető:
Dr. Szabó Tünde Petra
egyetemi docens, RO BBTE*

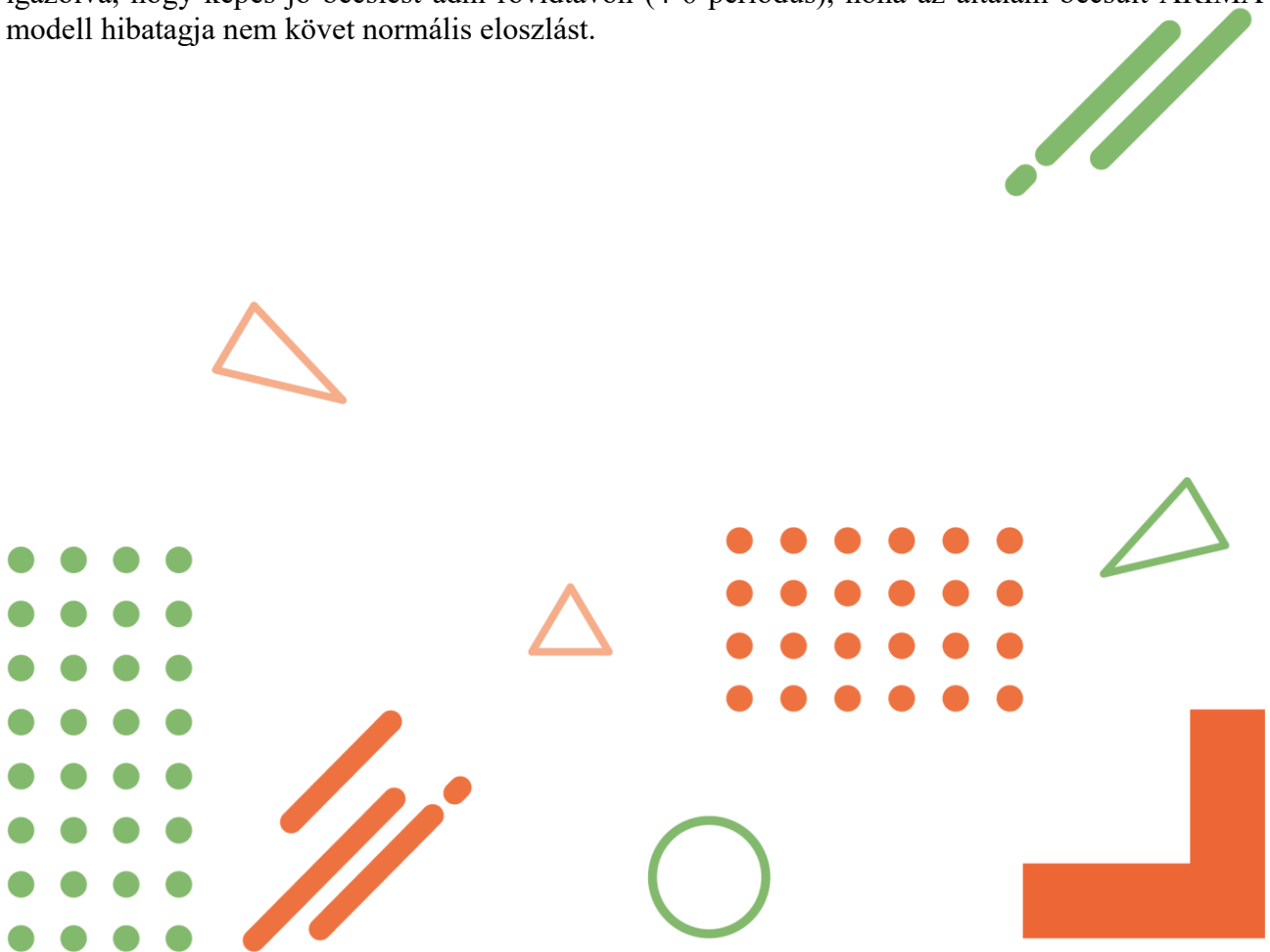
Foglalkoztatottságot befolyásoló tényezők vizsgálata és becslése Románia építőiparában

Dolgozatomban a romániai építőipari munkaerő-keresletet vizsgálom, felhasználva az ökonometria nyújtotta széles eszköztárat.

Kutatási kérdéseimmel arra keresem a választ, hogy a szakirodalom tanulmányozását követően azonosított változók valóban kapcsolatba állíthatók-e a munkaerő-kereslettel Románia építőiparában.

A változók azonosítását követően vizsgálom, hogy a többváltozós lineáris módszer alkalmas-e arra, hogy egy olyan modellt becsljek, mellyel előre jelezhető a munkaerő-kereslet. Az így becsült modellt összehasonlítom a Hong Kong építőiparára becsült modellel.

Utolsó kutatási kérdésem a Box és Jenkins által kidolgozott módszerhez köthető, eredményeimmel igazolva, hogy képes jó becslést adni rövidtávon (4-6 periódus), noha az általam becsült ARIMA modell hibataja nem követ normális eloszlást.



MOHÁCSI KRISZTINA

m.kriszta1126@gmail.com

Emberi erőforrások

BSc, 5. félév

Károli Gáspár Református Egyetem

Állam- és Jogtudományi Kar

Témavezetők:

*Dr. Szabó Imre Szilárd
tanársegéd, KRE ÁJK*

*Prof. Dr. Kun Attila
egyetemi tanár, KRE ÁJK*

A munkaerőhiányra adható lehetséges válaszok

Dolgozatom fő témájának a munkaerőhiányt választottam, s a téma feldolgozása során a munkaerőmegtartás, valamint a munkaerőpótlás jelentőségével foglalkoztam. A munkaerőpiaci kereslet és kínálat összefüggéseinek megfigyelését a munkaerőhiány alapproblémáin túl a munkajogi szabályozás kereteire és a munkaügyi kapcsolatok rendszerének jelentőségére terjesztettem ki. A munkaerőpiaci egyensúlytalanság következtében kialakult munkaerőhiány megnehezíti a gazdaság produktivitását és rombolja a munkahelyek színvonalát, tekintve, hogy már számos munkahelyen a minőségi munkaerőt felváltotta az a tömeg, mely kevésbé kompetens és motivált az adott munkakör elvégzésére, ami által folyamatosan strukturális konfliktusok keletkeznek a vállalatokon belül. Ennek okán kutatásom hipotézisei a következők voltak, melyek megalapozottságát egy általam szerkesztett, 213 személy által kitöltött kérdőív és két szakmai vezetővel készített interjú is bizonyította:

1. hipotézis: A munkaerő-elvándorlás oka a magasabb kereseti lehetőség.
2. hipotézis: A munkaerőhiány csökkenthető a munkavállaló körülményeinek javításával, megfelelő motivációval.
3. hipotézis: A képzés számos lehetőséget kínál a munkaerőhiány csökkentésére.

Kutatásom eredménye azt mutatja, hogy a munkaerő motiválása, a megfelelő munkakörülmények és a képzések lehetőségei – akár a kollektív munkajog eszközrendszerén keresztül – mind-mind hozzájárulnak ahhoz, hogy mérséklődjön a munkaerőhiány problémája, mely 2015-től markánsan jelen van a munkaerőpiacon, ugyanakkor a koronavírus okozta pandémiás helyzet jelentősen átrajzolta az érintett szektorok kapcsán előzetesen tapasztalt helyzetet. Szülővárosom, Székesfehérvár, mint az ország egyik legnagyobb gazdasági erőcentruma érintettségét szintén bemutatom a témában, annak érdekében, hogy egy konkrétabb gazdasági helyzet ismertetése által nagyobb rálátással lehessünk a munkaerőhiánnyal kapcsolatos intézkedésekre, melyekkel az említett megyei jogú város példával jár elöl a munkaerőpiac kereslete és kínálata közötti egyensúlytalanság kezelése szempontjából.

NAGY CSENGE

csenge.nagy28@gmail.com

Emberi erőforrás tanácsadó

MSc, 3. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Pedagógiai és Pszichológiai Kar

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

A HR szerepe a fenntartható fejlődésben

A HR fenntartható fejlődésben betöltött szerepének témáját azért vizsgálom, mert szükséges tudatosítani azt, hogy a fenntarthatóság érdekében milyen felelősséggel tartozunk, illetve, hogy milyen lehetőségek állnak a szakma rendelkezésére ennek támogatásához.

A kutatás során két kérdésre kerestem a választ: egyfelől, hogy Magyarországon hogyan helyezhető el a HR a szervezeti struktúrában a fenntartható fejlődésben betöltött szerepe alapján; másfelől, hogy az emberi erőforrás gazdálkodás különböző területein keresztül hogyan integrálja a HR a fenntartható értékeket.

A fenntartható fejlődés magába foglalja egy szervezet gazdasági, környezeti és társadalmi funkcióit, illetve a vállalati felelősségvállalást, továbbá stratégiai szerepet is játszik. A szakirodalom a HR szervezetben elfoglalt helyét különböző modellek mentén írja le, melyekben közös, hogy az emberi erőforrás menedzsmentnek egy központi, közvetítő, összekapcsoló szerepet tulajdonítanak.

A kutatás kvalitatív módszerrel készült. Az adatgyűjtés 20 fő, HR munkatárssal végzett félstrukturált interjú alapján történt. A mintába az alanyok szakértői kiválasztás módszerével kerültek be.

Az eredmények rámutatnak arra, hogy első feltételezésem – miszerint a HR a szervezeteknél stratégiai szerepet betöltve érvényesíti nézeteit a fenntarthatósági kérdésekben is – részben nyert igazolást, ugyanis bizonyos szervezeteknél valóban így van, viszont ez nem mondható el minden szervezetről. Továbbá, arra számítottam, hogy a HR valamennyi területén léteznek olyan gyakorlatok, használható eszközök és módszerek, melyek által a szervezeti kultúra részévé lehet tenni a fenntartható értékeket, ami igazolást is nyert.

A vizsgálatból egyrészt az következik, hogy a HR fenntarthatóságban betöltött szerepéről nincs konszenzus, mely annak tudható be, hogy a HR szervezeti struktúrában elfoglalt helye nagyon változó; másrészt a HR kiterjedt eszköztárral rendelkezik, mely a szervezetek fenntartható fejlődését szolgálja, szerepét így az összes területen be tudja tölteni.

A jelenlegi helyzeten való változtatás érdekében azt javaslom, hogy a HR szakértők munkaerőpiaci tevékenységük során törekedjenek arra, hogy az emberi erőforrás folyamatokat lehető legfenntarthatóbb módon gyakorolják, figyelembe véve a számos előnyt, amit egy szervezet fenntartható fejlődése eredményez. Ugyanakkor lényeges, hogy a szakma alkalmazza szemléletformáló erejét és befolyását annak érdekében, hogy a fenntarthatósági törekvéseket a legmegfelelőbbben tudja támogatni.

RETTTER NÓRA

retternora98@gmail.com

Emberi erőforrások

BSc, 5. félév

Eszterházy Károly Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

*Matiscsákné dr. Lizák Marianna
mesteroktató, EKE GTK*

A kisgyermeket nevelő nők helyzete a munkaerőpiacon

Dolgozatom középpontjában a nők munkaerő-piaci helyzete áll, ezen belül is kiemelten a kisgyermeket nevelő nőket érintő nehézségek bemutatása, azon lehetőségek, amelyeket igénybe vehetnek. A témaválasztásomat elsősorban a környezetemben élő fiatalok inspirálták, hiszen közülük nagyon sokan állnak családalapítás előtt, viszont nagyon nehéz helyzetben vannak a megfelelő idő megtalálásával kapcsolatban. Véleményem szerint ez rendkívül aktuális téma, hiszen manapság egyre több nő is törekszik arra, hogy karriert építsen, emellett a társadalom egyre nagyobb hangsúlyt fektet az esélyegyenlőségre és a diszkriminációtól mentes munkaerőpiac kialakítása is fontos mindenki számára.

A kutatást a szakirodalom megismerésével kezdtem, bemutattam a nők helyzetét a XIX. századtól egészen a rendszerváltásig. Majd kitértem a mai foglalkoztatási és munkanélküliségi helyzetre, a hierarchiai szinteken lévő nemek szerinti megoszlására és a Gender Pay Gap-re is.

Majd pedig saját készítésű kérdőíves kutatást készítettem. Ebben tértem ki leginkább a kisgyermeket nevelő édesanyák helyzetére. Összesen 20 kérdést tettem fel, amelyre olyan nők választ vártam, akiknek gyermekeik vannak. Sem területi sem életkori korlátot nem szabtam, így viszonylag széles skálán mozogtak a kitöltők. Összesen 573 fő válaszolt a kérdéseimre nagyban hozzájárulva ehhez az eredmények sokszínűségéhez.

A dolgozatomban 5 hipotézist fogalmaztam meg, amelyek a következők:

- H1: Magasabb pozíciókban: felső- és középvezetői szinten még ma is kevesebb a női munkavállaló, mint a férfi.
- H2: Jelentős, több mint 10%-os eltérés van a női és a férfi munkavállalók munkabére között.
- H3: A munkanélküliségi ráta közel 1%-kal magasabb a nők körében, mint a férfiaknál.
- H4: A gyermekvállalást követően a nők többsége 3 évnél korábban tér vissza, amelynek legfőképpen pénzügyi okai vannak.
- H5: A visszatéréskor a legnagyobb probléma a gyermekelhelyezés, gyermekfelügyelet megoldása.

A H1 és a H3 kivételével minden hipotézist alá tudtam támasztani. Az elsőt csak részben, hiszen eltérő szférákban eltérő a megoszlási arány, a harmadikat pedig elvettem, hiszen sokkal kevesebb a különbség a munkanélküliségi rátában.

Összességében nagyon sok információt szereztem a témával kapcsolatban, viszont jól látszik, hogy valóban nagyon helyzetben vannak az édesanyák. Még mindig sok munkahely nem alkalmazza őket, valamint nem kapnak egyéb például munkaidőre vonatkozó kedvezményeket, amelyekkel nagyban segítenék a munka-magánélet egyenlőségét.

SIMON ALEXANDRA

simon.alexandra0612@gmail.com

Emberi erőforrások

BSc, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Kövári Edit
egyetemi docens, PE GTK*

A duális képzésben résztvevő hallgatók motivációinak, eredményességének, munkaerőpiaci helyzetének és a számukra nehézséget okozó tényezők vizsgálata a stakeholderek segítségével

Duális képzésben résztvevő hallgatóként mindig is érdekelt a képzés jövőbeni hatása, valamint, hogy hogyan vélekednek mások erről a lehetőségről. Az emberek döntései, véleményei, de leginkább a motivációinak alakulása többször is foglalkoztatott már korábban, ezért a TDK dolgozatomban e kettő érdeklődési kört próbáltam összefogni. A duális képzéssel kapcsolatos tudásom eddig csak tapasztalati oldalról származott, azonban a kutatás sikeressége érdekében szükségesnek éreztem a Felsőfokú Duális Képzés Fehér Könyvének, valamint több, ebben a témában született szakirodalom és esettanulmány áttanulmányozását is. Így nem csak a hallgatói oldalt ismertem, hanem minden résztvevő szemszögéből rá tudtam látni a duális képzés előnyeire, nehézségeire és lehetőségeire. Az emberek motivációjának megismeréséhez több irodalmat is felhasználtam.

Jelenlegi kutatásom fő célja megvizsgálni, hogy miért választják a hallgatók a duális képzést, mi motiválja őket elsősorban. Továbbá érdekelt, hogy eredményesebben teljesítenek-e a duális képzésben résztvevők az egyetemeken, mint akik alapszakon tanulnak. Szerettem volna választ kapni arra is, hogy mekkora előnyt jelent a munkaerőpiacon napjainkban a duális tapasztalat, valamint, hogy mi okoz a hallgatóknak esetleg nehézséget, ami miatt abbahagyják a duális képzést.

Kutatásom során fontosnak tartottam, hogy minden érintettet bevonjak. A hallgatók véleményéről kérdőíves formában próbáltam a legtöbbet megtudni. A vállalatokban és az egyetemen érintett személy esetében az interjú válaszadást választottam azért, hogy minél többet megtudjak egyéni véleményükről és arról, hogy mennyire ismerik a hallgatókat és az ő véleményüket.

A dolgozatomban első felében bemutatom a legfontosabb információkat és ismereteket, amit a magyar oktatási rendszer változásáról és a duális képzésről tudni kell, majd ezután kitérek a duális képzés stakeholdereire és a motiváció kialakulásának irodalmi hátterére is.

A kutatás ismertetése során információkat nyújtok a hallgatók motivációjáról, eredményességéről, a duális képzés munkaerőpiaci előnyéről, valamint a duális hallgatók számára nehézséget okozó tényezőkről is.

Az eredményekből kiderült többek között az is, hogy az interjúalanyok a legtöbb esetben nagyon jól ismerik a hallgatók gondolkozásmódját, az egyetemeken rendkívül jól tájékoztatják a hallgatókat, valamint megtudtam, hogy a diákok véleménye hogyan változik az egyetemi tanulmányok megkezdése után.

Kulcsszavak: duális képzés, előny, hátrány, lehetőség, motiváció

SZABÓ DOROTTYA ANNA

szabodotti@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Sipos Norbert
adjunktus, PTE KTK*

A pályakezdő közgazdászok területi karakterisztikáinak feltárása a frissdiplomások és az adminisztratív adatbázisok egyesítése, adatbázisok feldolgozása által

A munkabér nagysága meghatározza az egyén életszínvonalát, ezen keresztül pedig befolyásolja boldogságát, jóllétét, amely a társadalom egészére nézve pedig szoros kapcsolatban áll a gazdaság fejlettségével is (Stevenson et al., 2010). A munkajövedelem erősen függ az egyes személyek humán tőkéjének nagyságától, így érthető, hogy sokan hajlandóak saját magukba befektetni, melynek legáltalánosabb módja a képzésben való részvétel. Az egyének számára a saját humán tőkéjükbe való befektetés megtérülése elsősorban az elért bérjövedelemtől függ, amelyet azonban számos más tényező is befolyásol. Ide tartozhatnak az olyan kompetenciák, amelyek szükségesek egy adott munkakörhöz, például egy felsővezetői pozícióban jó döntéshozatali kompetenciákkal kell rendelkezni. Befolyásolja a fizetést a nem (2017-ben a nők 16,3%-kal kerestek kevesebbet hazánkban) és meghatározó a választott munkahely mérete, ágazata és regionális elhelyezkedése is.

A kutatásom során arra kerestem a választ, hogy van-e szignifikáns eltérés a frissen végzett közgazdászok jövedelmében régióként, különös tekintettel a budapesti régió eltéréseire, illetve, hogy a többi potenciálisan fizetést befolyásoló tényező bevonása mellett mekkora szerepe van a munkahely régiójának. A Diplomás Pályakövetési Rendszer Adminisztratív Adatok Egyesítése (AAE) és Frissdiplomás adatbázisait a megfelelő adatstruktúra, illetve minőség miatt választottam az elemzés elvégzésének alapjául

Az AAE adatbázisából látható, hogy a gazdaságtudományi területen végzettek átlagos munkajövedelme magas a többi szakhoz képest. A legtöbben a BGE és a BCE egyetemeken végeznek és a hallgatók körülbelül 60%-a azokban a régiókban helyezkedik el, ahol a felsőfokú tanulmányait is végezte, így legtöbben a budapesti és pesti régióban élnek.

A Frissdiplomás kutatás (2011–2015) adatainak elemzését az SPSS szoftver segítségével végeztem. A regionális fizetésbeli különbségek vizsgálata a One-Way ANOVA módszerével történt, az eredmények alapján mind a Közép-dunántúli, mind pedig a Közép-magyarországi régió fizetésadatai pozitív irányban, szignifikánsan eltérnek egymástól és a többi régiótól is. OLS modellek létrehozásával kiderült, önmagában a regionális elhelyezkedés 14,4%-ban magyarázza a bérek alakulását és hatását leginkább további munkaerőpiaci változók bevonása csökkenti. A bérjövedelem befolyásoló munkaerőpiaci, tanulmányi, és szocio-demográfiai változók bevonásával a modell magyarázó ereje 53% lett, a regionális hatás jelentősége erős maradt.

TAJTI ANNA

tajtianna@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

*Dr. Szabó Zsolt Roland
egyetemi docens, BCE GT*

A digitális bennszülött (Z) generáció pályaválasztását befolyásoló tényezők

A Z generáció már megjelent a munkaerőpiacon, de jelentős része még most áll a pályaválasztás előtt. A „digitális bennszülött”-nek is nevezett generáció számtalan szempontból elkülönül az elődeitől, hiszen a digitális átalakulás és a globalizáció nyomán létrejött, dinamikusan változó környezetbe születtek bele és ebben nőttek, nőnek fel – épp ezért a pályaválasztási folyamat jellemzése esetükben még komplexebb feladat.

Ennek apropóján kutatásom középpontjában az a kérdés állt, hogy milyen tényezők befolyásolják a Z generáció pályaválasztását, mely szempontok alapján döntenek, milyen tényezők és mely személyek gyakorolnak rájuk hatást, valamint mely információs csatornák alakítják véleményüket, elképzeléseiket.

A kérdés vizsgálata egy empirikus kutatás keretében történt, egy 563 fős mintán elvégzett kvantitatív kérdőíves felmérés segítségével, amelynek alanyai 9-13. évfolyamos középiskolás tanulók voltak. Az adatok elemzése során befolyásoló tényezők leíró statisztikai mutatóit vizsgáltam, valamint az eredeti változók alapján főkomponens-analízissel faktorokat hoztam létre, ezek kapcsolatát egyéb kontextuális és egyéni változókkal varianciaanalízissel, valamint kétoldali Pearson-korreláció segítségével vizsgáltam, esetenként mélyebb feltáró elemzésekkel kiegészítve.

Kutatásom eredményei szerint a Z generáció pályaválasztását leginkább a belső tényezők befolyásolják. A lányok pályaválasztását a kommunikáció, a végzettség, valamint a képességek, míg a fiúkat a személyek befolyásolják nagyobb mértékben, és a faktorok hatásának tekintetében a 9. és a 12. évfolyam közt jelentős különbség van. Minél biztosabb a pályaválasztási terv, annál erősebb befolyásoló tényező az elérni kívánt végzettség, és minél magasabb a tanulmányi átlag, annál erősebb a végzettség, a képességek és az egyén hatása.

Az eredményekből lehet következtetni többek között a Z generáció későbbi karrierútjaira is, valamint arra, hogy milyen hatással lesz a munkaerőpiaci viszonyokra a „digitális bennszülöttek” megjelenése.

Kulcsszavak: Z generáció, pályaválasztás, információszerzés, motiváció

TAJTI ANNA

tajtianna@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Dr. Szabó Zsolt Roland
egyetemi docens, BCE GT*

A digitális felkészültség és szokások, valamint az informatikai pályaválasztás kapcsolata

A digitális transzformáció és a hozzá kapcsolódó változások jelentős mértékben átformálják a társadalmi–gazdasági környezetet. A munkaerőpiaci viszonyok is átalakulnak, többek között megnövekszik a kereslet az informatikus szakemberek iránt, továbbá a digitális készségek valamennyi területen szükségesek lesznek.

Ennek fényében vizsgáltam a fiatalok továbbtanulási preferenciáit, mindenekelőtt az informatikai pálya népszerűségét, valamint a középiskolai tantárgyak, a digitális eszközhasználat, a digitális felkészültség és a digitális játékokkal töltött idő kapcsolatát az informatikai pályaválasztással.

Erre egy 563 középiskolás diákkal elvégzett kvantitatív kérdőíves kutatás keretein belül került sor. A vizsgált változók faktoranalízisét követően Pearson-korrelációval vizsgáltam a képzett faktorok kapcsolatát az informatikai pályaválasztással.

A kutatási eredmények rámutattak, hogy nagyobb valószínűséggel választanak informatikai pályát azok a középiskolás diákok, akik többet és szívesebben foglalkoznak a reál tantárgyakkal, naponta több időt használnak asztali számítógépet szórakozási célra, magasabb szinten értékelik haladó digitális készségeiket, valamint többet játszanak akció-kaland típusú digitális játékokkal.

Jóllehet a fennálló kapcsolatok ok-okozati jellege jelen kutatás alapján nem tisztázott, ám az eredmények már önmagukban is igen sokatmondóak, és alapot adhatnak további következtetéseknek az informatikai képzési rendszer és a munkaerőpiaci viszonyok vonatkozásában.

Kulcsszavak: informatika, pályaválasztás, digitális felkészültség, digitális szokások

Emberierőforrás-fejlesztés

Elnök: Prof. Dr. Poór József egyetemi tanár (SK SJE)
Társelnök: Dr. Csillag Sára egyetemi docens (BGE PSZK)
Tag: Dr. habil. Gergely Éva egyetemi docens (DE)
Tag: Dr. habil. Kunos István egyetemi docens (ME)

BÁLINT BIANKA*biankabalint990730@gmail.com*

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 3. félév

Kodolányi János Egyetem

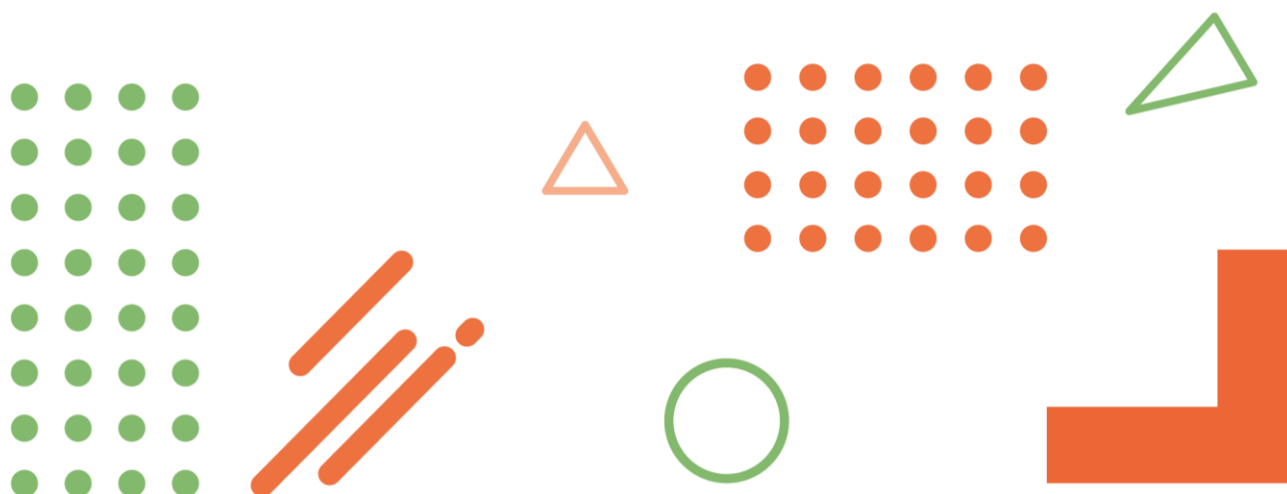
*Témavezető:
Dr. Malatyinszki Szilárd
egyetemi docens, KJE*

Miben fejlődött a HR a vírushelyzet idején?

A 2020-as év váratlan fordulatokat hozott az élet minden területén. Duális hallgatóként személyesen tapasztalhattam meg egy vállalat életében a pandémia időszakát. Ebből adódóan választottam dolgozatom témájának a koronavírus és a HR kapcsolatát. Dolgozatomban összefoglalom a pandémia időszakának negatív és pozitív hatásait a HR területén, bemutatom a vállalatokra nehezedő terheket, melyekkel eddig még nem találkozhattak, hipotéziseket állítottam fel a jövőre vonatkozóan. Kutatásaimat szekunder és primer elemzéssel támasztom alá. Szekunder elemzésemet cikkek, folyóiratok, szakirodalmi könyvek olvasásának segítségével készítettem el. Primer elemzéseim eszközül kérdőívet készítettem, melyet kis- és középvállalkozások töltöttek ki, hogyan élték meg a pandémiát. Illetve mélyinterjút készítettem duális helyem ügyvezetőjével, aki részletesen beszámolt a cég életéről, minden sarkalatos időszakot említve egészen a kezdetektől. Primer és szekunder elemzéseim eredményével támasztom alá hipotéziseimet.

Dolgozatomban kitérek a már meglévő HR eszközökre, melyeket a vírusjárvány miatt kezdtek el alkalmazni hazánkban, az online világ rohamos fejlődésére, a home office elterjedésére, a vírushelyzet nyerteseire, például: futárszolgálatok, műanyaggyártók. Ezen felül bővebben kifejttem a home office-ban való munkavégzés jövőbeni pozitív hatását, az ebből eredendő munkahatékonyságot, az ebből következő környezetvédelmet.

Dolgozatom végén összefoglalom az eddig tapasztaltakat, kiemelem a jelenlegi helyzet alappilléret, a bizalmat, hipotéziseimről következtetést vonok, jövőképet foglalom össze, leírok egy olyan összeglátást, mely egy elkövetkezendő pandémia idején is felhasználható.



GYŐRI ESZTER

gyori.eszter1998@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Sipos Norbert
adjunktus, PTE KTK*

**A várható munkahelyi kompetenciák vizsgálata a Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Karának hallgatói körében**

A kutatás célja, hogy aktuális képet adjon a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kara hallgatóinak várható munkahelyi kompetenciáiról, melyek az erősségek és a gyengeségek, milyen kapcsolatok figyelhetők meg a kompetenciák és az egyes csoportjellemzők között, valamint a felsőoktatásban eltöltött idő hatása a kompetenciaportfólió változására. A teszt eredménye a hallgatók munkaerőpiaci helyzetének kilátásaira mutatnak rá, az egyes kompetenciákkal milyen szinten rendelkeznek, a Kar számára pedig visszajelzést ad a hallgatói állomány összetételéről és az erősségekre, valamint gyengeségekre alapozott javaslattételek megfogalmazásának alapját képezi. A kutatásban röviden bemutatásra kerül a hazai munkaerőpiac jelenlegi helyzete és az oktatás rendszere, valamint ezen területeken a kompetenciák szerepe, valamint mérése is.

A Spectrum People Test nyolc különböző munkahelyi kompetencia szintjét és ezek három-három további faktorait vizsgálja, az eredményeket egy és tíz közötti skálán értékeli. A hallgatók a kompetencia tesztet két alkalommal, a felsőfokú tanulmányaik megkezdésekor és a befejezést megelőzően töltik ki. A kutatás során a 2017-ben, 2018-ban és 2019-ben felvételt nyert magyar nyelvű, nappali alapképzésen tanuló hallgatók eredményeit anonim módon vettem vizsgálat alá, a Spectrum integrált kompetencia teszt értékei SPSS szoftverrel kerültek feldolgozásra.

A vizsgálat négy szempont szerint valósult meg: elsőként a hallgatók bemeneti eredményeit és a felvételi eljárásban megszerzett pontszámuk közötti összefüggést, ezt követően az egyes évfolyamok átlagos eredményeit, az egyes szakok hallgatóinak átlagos eredményeit vizsgáltam, illetve a 2017-es évfolyam esetében a bemeneti és kimeneti eredmények közötti változást, hogyan hatott a hallgatók kompetenciaportfóliójára a felsőoktatás, külön fókuszálva a jövő munkavállalóinak 5 kulcsfaktorára, amelyeket a Spectrum tesztben 4 kompetenciájával azonosítottam.

A vizsgálat eredményeként kijelenthető, hogy a gyengébb tanulmányi eredménnyel rendelkező hallgatók kompetenciaszintje átlagosan alacsonyabb a jobb eredményeket elértekénél.

A vizsgált 3 évfolyam mindegyikének esetében megjelenik a vállalkozószelleműség, mint jellemző és a munkahelyi tanulás, mint kevésbé jellemző kompetencia.

A szakonkénti vizsgálat esetében csoportonként eltérő készségek dominálnak.

A felsőoktatásban eltöltött idő alatt a mintában megfigyelhető a kompetenciák fejlődése, némely esetben pedig a visszafejlődése is.

KOVÁCS KLAUDIA*kovacsklau0901@gmail.com*

Emberi erőforrások

BSc, 7. félév

Pannon Egyetem

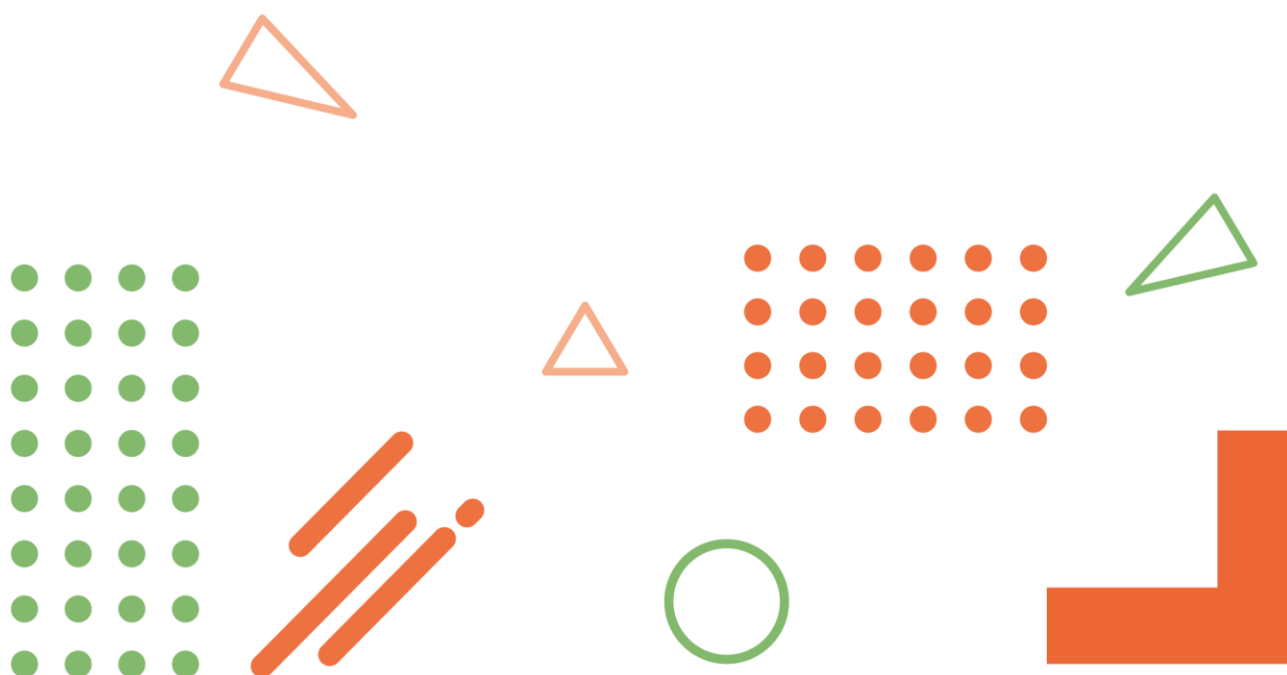
Gazdaságtudományi Kar

*Témavezetők:**Prof. Dr. Abonyi János**egyetemi tanár, PE MK**Pató Gáborné dr. Szűcs Beáta**egyetemi docens, PE GTK*

A negyedik ipari forradalom hatása a kompetenciacserélődésre

Az Ipar 4.0 alapjaiban változtatja meg a munkaerőpiacot és a munkahelyeket. Elkerülhetetlen a várható változáshoz való alkalmazkodás, ugyanakkor nehéz megbecsülni, hogy milyen kompetenciákra lesz szükség a jövőben. Ez a bizonytalan és gyors változás nemcsak a munkavállalókat állítja kihívás elé, hanem az emberi erőforrás menedzsmentet is. A kutatás célja az Ipar 4.0 megoldások, a munkavállalók és a HR területén várható változások azonosítása, például kompetenciaszükséglet változásának meghatározása; valamint az Ipar 4.0 HR-re gyakorolt hatásaként kialakuló trendek körvonalazása. A kutatási kérdések megválaszolása hét vállalati interjú alapján történt.

A kutatás rávilágít, hogy a vállalatoknál az Ipar 4.0 több funkcionális területet érint jelentősen, a HR vonatkozásában ez elsősorban a toborzás és a képzés. A kompetenciacserélődés és azok fejlesztési folyamatai megkezdődtek. A kutatási eredmények alapján megállapítható, hogy a vizsgált vállalatoknál előtérbe kerülnek a digitális kompetenciák, a változásra való nyitottság, tanulási hajlandóság, problémamegoldás, ötletgazdagság, rugalmasság, rendszerszemléletű látásmód és a csoportos munkavégzés. Remélhetőleg a feltárt összefüggések további kutatásokat inspirálnak.



KOVÁCS ZSÓFIA

szofi951203@gmail.com

Emberi erőforrások

BSc, 7. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:

Dr. Szabó Szilvia

egyetemi docens, METU ÜKTF

A teljesítménymenedzsment humán folyamata és funkciói

Dolgozatom megírásakor célom volt a teljesítményértékelési folyamat általános feltérképezése, vagyis a szakirodalom segítségével megismerni a teljesítményértékelési folyamat kialakulásának történetét, hátterét, a szakértők által arról összegyűjtött tudásanyagot, a funkció tulajdonságait, összefüggéseit a további emberi erőforrásokkal kapcsolatos és vállalati szintű folyamatokkal. Ehhez szükséges volt előbb megismerkednem az emberi erőforrás menedzsment fogalmával és funkcióival.

Témaválasztásom személyes aktualitását az adta, hogy munkahelyemen én lettem a folyamat felelőse, így feladataim ellátásához, illetve az eljárásunk során következő megújításához szükségessé vált a témában történő elmélyülés. Emellett úgy gondolom, hogy a teljesítményértékelés általában is aktuális téma az emberi erőforrás menedzsment területén, hiszen egyéb funkciókkal szorosan összefonódva, a vállalati szintű hatékonyság alapját adja.

A dolgozatomban bemutatott kutatás a vállalaton belüli visszamérésen alapul, az új értékelési rendszer bevezetését követően, melynek eredményeiből következtek az újításokkal való elégedettség, így munkánk hatékonyságára is.

MAGYAR ÁGNES*magyar.agnes98@gmail.com*

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

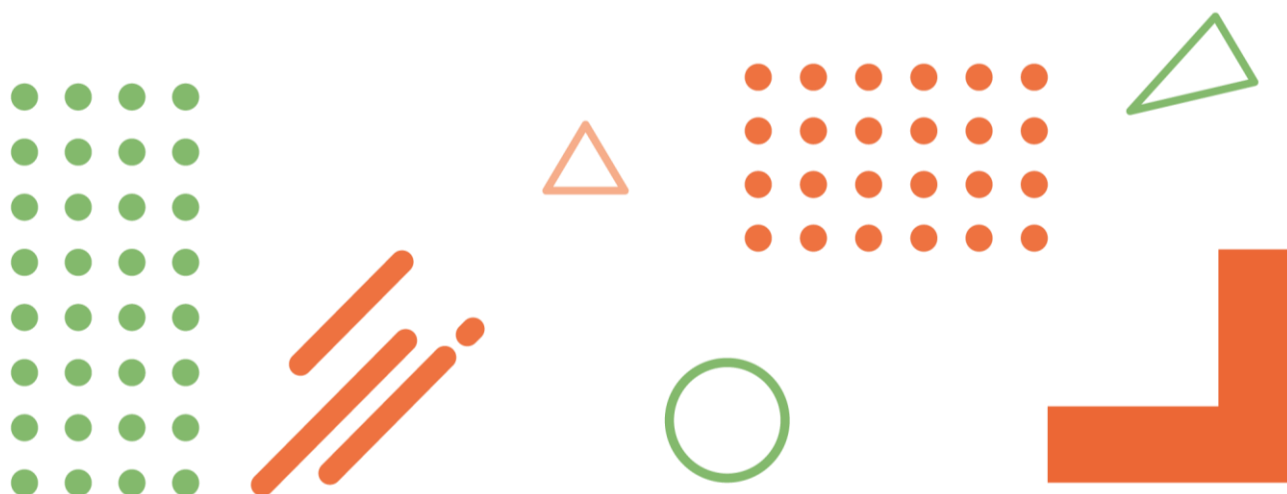
*Témavezető:
Dr. Balogh Gábor
adjunktus, PTE KTK*

Egyéni és szervezeti karriermenedzsment – Szervezeti karriermenedzsment eszközök alkalmazási lehetőségei egy IT szolgáltatóvállalat példáján keresztül

A dolgozatomban fontosnak tartottam a téma elméleti részének megalapozását, ezért először a karriermenedzsment történeti fejlődését, szakaszait mutattam be. Ezt követően vázoltam az egyéni és szervezeti karriermenedzsment eszközeit és ezeknek az alkalmazási lehetőségeit. Kutatások alapján kerestem a legsikeresebben alkalmazható, valamint a legnépszerűbb karriermenedzsment eszközöket szervezeti oldalról, amiket a világ több pontján is alkalmaznak.

A dolgozatom elején felvetett kutatási kérdéseimre a tanulmányom során és az összegzésben adtam választ. Egy multinacionális IT szolgáltató cég példáján keresztül közelebbről megvizsgáltam, hogy milyen képzési, fejlődési és karrierlehetőségeket biztosít a munkavállalói számára egy multinacionális vállalat. Magyarországon több telephellyel is rendelkező cégnek a pécsi telephelyének a lehetőségeit tártam fel. Itt a munkavállalók voltak segítségemre, hogy a vállalaton belüli karrierlehetőségeket és előrelépési struktúrákat feltérképezzem. Kérdőíves vizsgálatom során a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Karának Z-generációs (1995–2010 között születettek) hallgatóinak az elképzeléseit ismerhettem meg, majd összevettem az eddigi kutatásokkal, valamint az IT cég dolgozóinak a válaszaival. A kapott adatokat különböző módszerek segítségével kiértékeltem és a dolgozatomban bemutattam az eredményeket. A vállalat számára javaslatokat fogalmaztam meg, hogy miként tudják a karrierprogramjukat még jobbá tenni, továbbfejleszteni.

A dolgozat célja az volt, hogy szemléltessem a szervezeti oldalról alkalmazott karriermenedzsment eszközöket, valamint megismerjem a hallgatók véleményét, hiszen ők lesznek a jövő munkavállalói.



NYITRAI DÓRA

doranyitrai115@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Szondi Réka
PhD hallgató, DE GTK*

Karriertervezés egy nagyvállalat gyakorlata alapján

A karriertervezés az emberi erőforrás menedzsment szerves része, mely egyre nagyobb hangsúlyt kap, főként a multinacionális vállalatok működésében. Napjainkban a karrier kérdése egyre inkább a munkavállalók munkahely-választásának fókuszpontjába kerül. Egy adott munkáltató melletti döntés esetén sokat jelent, hogy a foglalkoztató milyen lehetőségeket tud biztosítani a munkavállalók számára. Pályakezdőként a dolgozat kapcsán a kutatási célom felmérni, hogy a vizsgált vállalatnál milyen karrierlehetőségek adóttak, illetve, hogy hogyan foglalkoznak a karriertervezéssel egy nagyvállalat kisebb csoportján belül

Dolgozatomban a debreceni NI Hungary Kft. karriertervezését vizsgáltam, ezen belül elsősorban a Facility csoportra koncentrálni. A célom egy olyan téma feldolgozása volt, amely hasznos, és releváns információkat szolgáltat a vezetőknek, a vállalat még hatékonyabb karriertervezése érdekében. Arra a kérdésre kerestem a választ, hogy a szervezet hogyan segíti munkatársai szakmai fejlődését, és ennek következtében milyen karrierlehetőséget biztosítanak számukra, és ezekkel ők mennyire elégedettek.

Jelenleg is a vállalat Facility csoportjában tevékenykedek gyakornokként, így személyes megfigyelésem, tapasztalásaim, a munkatársaimmal, valamint a szervezeti közép és felsővezetőkkel történt megbeszélések adták dolgozatom kiindulási alapját. Primer kutatásomban lényegesnek tartottam a csoport dolgozóinak véleményét felmérni online kérdőív keretein belül, ahol a teljes csoportot vizsgáltam. Az eredmények értékeléséhez a leíró statisztika mellett, a Likert-skálás kérdések értelmezéséhez a számtani közép, szórás, korreláció elemzését alkalmaztam. Emellett, hogy még átfogóbb képet kapjak interjút készítettem három vezetői pozícióban lévő személlyel, egy Facility Középvezetővel, a Facility csoport Felsővezetőjével, és a vállalat ügyvezető igazgatójával.

Mindezek alapján következtetéseket fogalmaztam meg a vállalat karriertervezésével kapcsolatban. Különös tekintettel a vállalaton belüli munkakörváltás, rotáció folyamatára, mivel ez a dolgozatban számos helyen megjelenik. Meghatároztam egy, a karriertervezéssel kapcsolatos SWOT analízist a vizsgált csoportra nézve az eredmények alapján. Továbbá kitértem a kompetenciamenedzsment témakörére, és a SMART célok segítségével javaslatokat nyújtottam a felmerülő problémákra, megerősítve ezzel a korreláció elemzés során kapott összefüggéseket.

OLÁH REGINA SZIDÓNIA
olahreginaszidonia@gmail.com
Emberi erőforrás tanácsadó
MSc, 4. félév

Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Dajnoki Krisztina
egyetemi docens, DE GTK

A roma szakkollégiumok szerepe a tehetséggondozásban

Kutatásom tárgyát a Keresztény Roma Szakkollégiumi Hálózat (KRSZH) képezi, melyet 2011-ben a történelmi egyházak hoztak létre a magyarországi cigányság felzárkóztatása érdekében. A hálózat tagintézményei szállást, ösztöndíjat és közéleti programokat biztosítanak a magyar felsőoktatásba bekerült roma származású hallgatók részére.

A dolgozat fő célja a roma szakkollégiumokról szóló szakirodalom kiegészítése a tanulmányi eredményességről, karrierépítésről, valamint a munkaerő-piaci integrációról szóló saját kutatással, amely hiánypótló ezen a területen.

Az általam megfogalmazott kutatási kérdések az alábbiak:

- K1: A roma szakkollégiumok hogyan befolyásolják az egyetemi hallgatók felsőoktatási életútját, valamint a munkaerő-piacra történő átmenetet?
- K2: A roma szakkollégiumi lét milyen hatással van a hallgatók kapcsolati tőkéjének alakulására? A szekunder kutatás hazai és nemzetközi szakirodalom feldolgozására épült, melyben ismertetem a cigányság helyzetét, illetve a szakkollégiumok történelmét, működését.

A primer kutatás segítségével megvizsgáltam a keresztény roma szakkollégiumok tehetséggondozási rendszerét és karrierépítő eszközeit, hogy azok milyen hozzáadott értékkel támogatják az egyetemi és a későbbi munkaerő-piaci sikerességet. Kérdőíves felméréssel megismertem a hálózat alumni hallgatóinak tanulmányi eredményeit, szakkollégiumi tapasztalatait. Dokumentumelemzéshez az egyik tagintézmény szakmai programját és SZMSZ-ét használtam, emellett pedig mélyinterjút készítettem a KRSZH elnökével.

Az eredmények alapján átfogó képet kaptam a keresztény roma szakkollégiumok tevékenységéről. Megállapítottam, hogy ezen intézmények többségében nem csak roma származású hallgatók élnek, így azok integrált környezetet biztosítanak, ami a rendszeres képzések mellett nagyban hozzájárul egy reszocializációs folyamathoz, illetve a kettős identitás építéséhez. A válaszadók a karriertámogató tényezők közül a kapcsolati tőke építését értékelték legpozitívabban, illetve a gyakornoki programot, amit érdemes lenne az összes kollégiumban bevezetni. A KRSZH egyik hiányossága, hogy nincs egy online alumni fórum, amire nagy szükség lenne a kapcsolattartást szempontjából.

A roma szakkollégiumok köztudatba való beépülése fontos cél, amely egyes közéleti eseményeken, projektekben való részvétellel javítható. Az effajta szerepvállalás nemzetközi szinten is megvalósítható, hiszen a KRSZH európai szinten egyedülálló kezdeményezés, és ez rengetek lehetőséget rejt magában.

PELYHE VALÉRIA*pelyhevaleria@gmail.com*

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

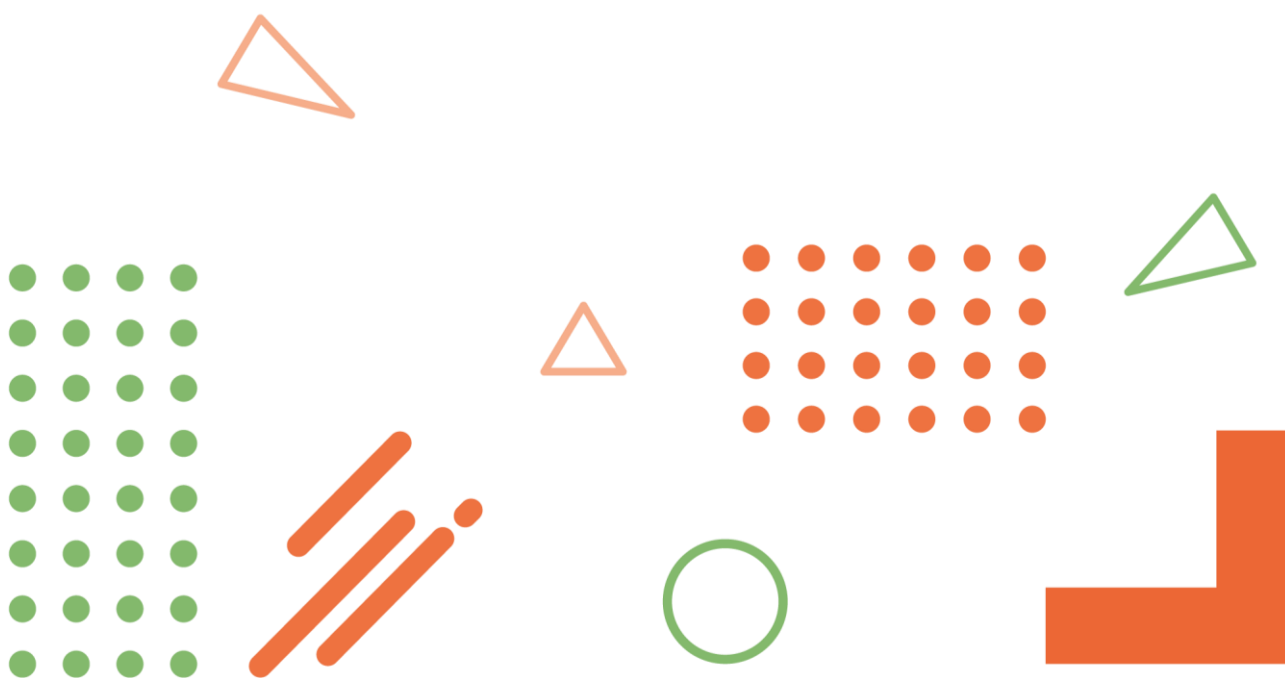
Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Prof. Dr. Primecz Henriett
egyetemi tanár, BCE GT*

Női és férfi szerepek a munkahelyen

Dolgozatomban transznemű személyek munkahelyi tapasztalatait vizsgálom a nemi szerepek szempontjából. Korábbi kutatások rámutattak, hogy a nők és férfiak társadalmi megítélése különböző a munkaerőpiacon: a munkaerőpiaci szereplők eltérően viszonyulnak a nőkhez és a férfiakhoz – azonban a legtöbb embernek nincs személyes tapasztalata e két nemből a munkahelyén. Azok az emberek, akik a biológia nemüktől eltérő társadalmi nem szerint élnek, az életük különböző szakaszaiban meg tapasztalhatják a nőkkel és a férfiakkal szembeni elvárásokat is. Kutatásom során mélyinterjúkat készítettem olyan transzneműekkel, akik nőként és férfiként is vállaltak már munkát ugyanazon, vagy más-más szervezeteknél. A kutatás eredményeként elmondható, hogy az érintett személyek jól érzhető különbségeket tapasztaltak abban, hogy hogyan viszonyulnak hozzájuk nőként, illetve férfiként a munkájuk során. Emellett viszont úgy ítélték meg az interjúalanyok, hogy az egyes munkakörök teljesítésének minősége sokkal inkább függ az egyén fizikai és szellemi képességeitől, mint a biológiai vagy társadalmi nemétől. Továbbá, a kutatás rámutatott, hogy a transznemű személyeknek sok esetben olyan problémákkal kell megküzdeniük, amelyek súlyos lelki megterhelést jelentenek, és ehhez a munkaerőpiaci helyzetük is hozzájárulhat.



TÁRNYIK FANNI ANNA

tarnyik.fanni@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 3. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Varga Erika

egyetemi docens, SZIE GTK

Motiváció, ösztönzés és javadalmazás különböző kultúrájú szervezetekben

Dolgozatomban arra kérdésre keresem a választ, hogy a szervezetekben működő ösztönzés és javadalmazás, illetve a munkatársak motivációja összefüggésben áll-e a kultúrájával. Célom tehát, hogy bemutassam Charles Handy kultúrátipológiai alapján a motivációt és az ösztönzést az egyes vállalatokban megjelenő két oldal, a munkáltató, és a munkavállaló szemszögéből. Keresem az oldalak és érdekek kapcsolódási pontjait, fejlesztendő területeit, illetve, hogy miben térnek el a vélemények.

Az alábbi kérdéskört szekunder és primer kutatások alapján is körbejártam. Szekunder kutatásomban friss és releváns szakirodalmak felhasználásával bemutattam a motiváció klasszikus és modern elméleteit, az ösztönzési és javadalmazási rendszerek felépítését és működtetését, illetve a szervezeti kultúrákat, Handy típusait kiemelve. Az elméleti alapok megismerése után primer kutatásomban kétféle módszertant is alkalmaztam, hogy teljesen körbejárható és összehasonlítható lehessen a munkáltatói és a munkavállalói oldal. A munkáltatói nézőpontokat mélyinterjúk formájában ismertem meg. Összesen 15 munkáltatói interjút sikerült lebonyolítanom, melyeket összesítve elemeztem, Handy kultúrátipológiai alapján csoportosítva. A munkavállalói rétegek lekérdezését egy olyan online terjesztett strukturált kérdőív alapján tettem meg, melyet úgy készítettem el, hogy igazolhassa (vagy cáfolhassa) a felállított hipotéziseimet, illetve igazodjon az interjúkon elhangzott kérdésekhez.

A kutatásaim érdekes eredményekkel zárultak. Legfőbb megállapításomnak mondható, hogy az interjúk alapján ma már a legtöbb szervezeti kultúra a tőle telhető lépéseket megteszi a megfelelő és méltányos munkavállalói ösztönzés irányába a juttatásoktól egészen a közérzetjavító programokig. Igen pozitív képet mutattak olyan kultúrájú szervezetek is, melyek a közvéleményben eddig nem a színes javadalmazási programjaikról voltak híresek. A két kutatás összehasonlításából azonban azt láttam, hogy jelenleg még mindig nincsenek teljes mértékben kielégítve a munkavállalói igények, de közös pontok már léteznek (visszajelzések megfelelő adása, béren kívüli juttatások megléte, folyamatos csapatépítő programok).

VÉGVÁRI BENCE

vegvaribence@gmail.com

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök

BSc, 3. félév

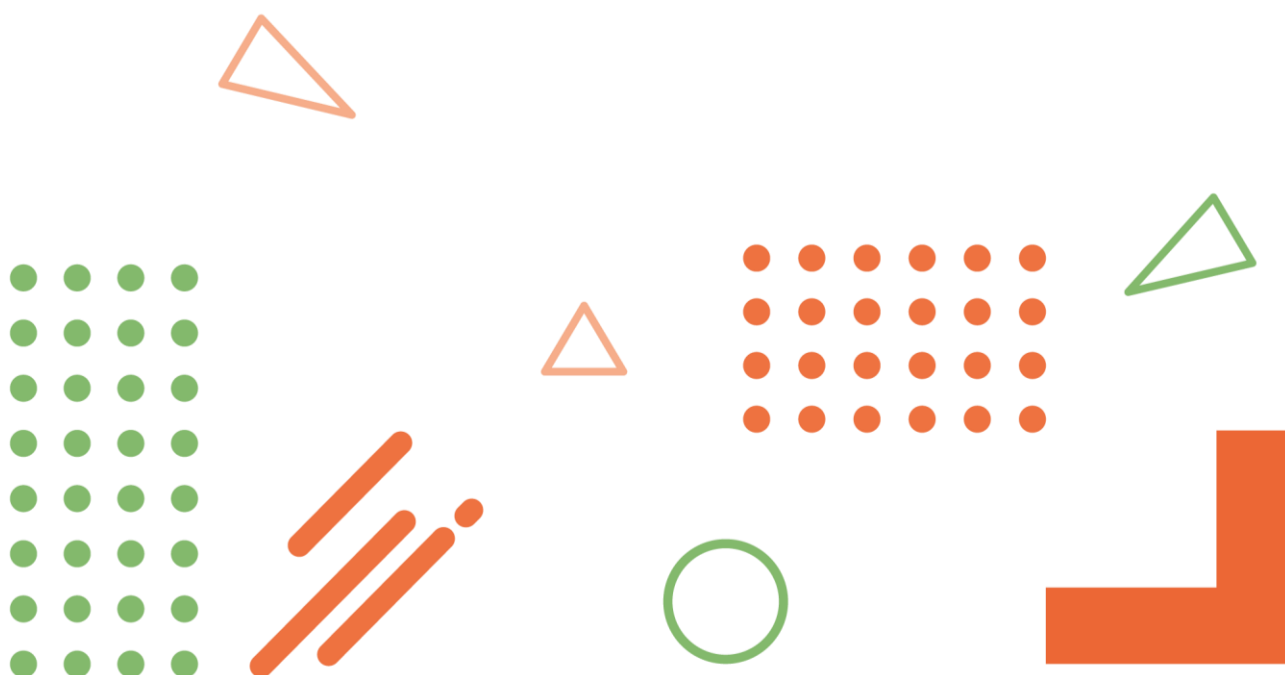
Kaposvári Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Szabó-Szentgróti Gábor
egyetemi docens, KE GTK*

Munkavállalói attitűdök az automatizációval kapcsolatban

OTDK dolgozatom célja az automatizáció munkavállalói megítélésének feltárása, megvizsgálva a munkaerőpiaci változásokkal, a jövőben szükséges készségekkel és képességekkel, a munkahelyi változásokkal kapcsolatos hozzáállásokat, valamint ezen eredmények összevetése a nemzetközi szakirodalmakkal és hasonló felmérésekkel és kutatásokkal. Kutatásom során online és papíralapú kérdőívet használtam, melynek eredményeit SPSS statisztikai program segítségével, különböző módszerekkel elemeztem. A háttérváltozók és a különböző válaszok közötti kapcsolatokat ANOVA vizsgálatot alkalmaztam, ezen kívül a szignifikancia-vizsgálatához Pearson-féle χ^2 próbát használtam. Az eredmények alapján megállapítható, hogy a megkérdezettek a legtöbb készség és képesség jövőbeni fontosságát jól felmérik – ez alól kivételt képezve a puha készségek –, valamint felismerik a folyamatos képzés fontosságát a munkaerőpiaci versenyképességgel kapcsolatban. Megállapítható továbbá az is, hogy a válaszadók jelentős része felismeri az automatizáció potenciális munkaerőpiacra gyakorolt destruktív hatását, valamint elmondható, hogy az automatizáció megítélésében szignifikáns különbségek vannak a generációk között, miszerint a fiatalabb generációk (Z és Y generáció) jóval negatívabban tekint az automatizációra, mint az idősebb generációk (X és Boomer generáció).



WEBER TIMEA JOLÁN

timea.weber@googlemail.com

Emberi erőforrás

BSc, 5. félév

Károli Gáspár Református Egyetem

Állam- és Jogtudományi Kar

*Témavezető:
Alpár Vera Noémi
tanársegéd, KRE ÁJK*

Multinacionális vállalat teljesítményértékelési rendszerének stratégiai módosítása és működésének vizsgálata

Pályamunkám témája az emberi erőforrás menedzsment meghatározó és központi szegmensét választottam, a teljesítményértékelést. A pályamunkám kutatásának a célja a teljesítményértékelés megismerése, majd gyakorlati alkalmazásának vizsgálata és stratégiai módosítás bevezetése és működtetése volt. A témaválasztás legfőbb indoka a téma iránti személyes érdeklődés, mivel meglátásom szerint a munkavállalói teljesítmény nagyban hozzájárul a vállalat sikerességéhez, céljai eléréséhez.

A dolgozatom fő témaköre, amelyre a fókuszot helyeztem maga a teljesítményértékelés megreformálása, mivel ez az, amivel az általam vizsgált szervezetnél a motiváció végtermékeként az egyéni teljesítményt mérni lehet. Ezen témakörbe próbáltam a lehető legmélyebben belelátni és részletesen körbejárni mind a meghatározásokat, mind pedig az értékelési technikákat.

A dolgozatom elején felállított három hipotézis bizonyításához kérdőíves és strukturált, irányított mélyinterjú módszereket alkalmaztam.

A kérdőíves kutatásaim és vezetői mélyinterjúk adatainak feldolgozása eredményeképpen a felállított feltételezéseim bizonyítást nyertek, ha nem is mindhárom esetben teljes mértékben, de javulás mindenképp betudható az új stratégiaileg módosított rendszer által.

Az új teljesítményértékelési rendszer alkalmazása kapcsán, több javaslattal is éltem, amelyeket, ha sikerül véghez vinni, tökéletesen működő és hatékony rendszert alkalmazhatunk.

Öröm volt részt venni a teljesítményértékelés reformjának munkájában. Fontos volt a vezetők bevonása az első pillanattól, hogy magukénak érezzék ezt a változást és ne egy kötelező HR feladatként éljék meg. Ezáltal közösen és sikeresen kiépítettünk egy rendszert, mely alapjaiba véve láthatóan jól működik.

Emberierőforrás-gazdálkodás

Elnök: Dr. Kerekes Kinga egyetemi docens (RO BBTE KGTK)
Társelnök: Dr. Dabasi Halász Zsuzsanna egyetemi docens (ME)
Tag: Dr. Branyiczki Imre egyetemi docens (BCE)
Tag: Dr. Kun András István egyetemi docens (DE)

BADINSZKY RÉKA GABRIELLA

badinszkyreka@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezetők:

Dr. Fenyvesi Éva

tudományos dékánhelyettes, tanszékvezető főiskolai tanár, BGE KVIK

Dobó Róbert

tanársegéd, BGE KVIK

A duális és a „normál” képzésben résztvevő hallgatók szakmai gyakorlatának jellemzői

Dolgozatom központi célkitűzése, hogy a duális és a normál képzésben résztvevő hallgatók szakmai gyakorlatának jellemzőit vizsgáljam mind kínálati (egyetemi), mind keresleti (vállalati) oldalról. A célkitűzésemet a következő kérdések megválaszolásával kívántam elérni:

- Mikor és hogyan alakult ki a duális képzés Magyarországon, és kialakulása óta milyen növekedési pályát futott be?
- Milyen szerepet tölt be és mennyire ismerik a munkaerőpiacon a duális diplomát?
- Melyek a duális képzést választó hallgatók motivációi?
- Hogyan alakul a vállalat iránti elkötelezettség a két különböző szakmai gyakorlat (normál képzés, illetve duális képzés) esetében?
- A normál vagy a duális képzés során szerzett szakmai gyakorlattal van-e nagyobb esélye elhelyezkedni a hallgatónak egy adott vállalatnál?

Dolgozatom elméleti háttérét számos hazai és nemzetközi szakirodalom feldolgozásán keresztül valószínűsítettem meg. Az empirikus rész két részre osztható, primer és szekunder kutatásra. A szekunder kutatás során meglévő statisztikai adatokra, kutatásokra, tanulmányokra támaszkodtam. Primer kutatásom alapját egy online kérdőív és a duális képzés szakmai gyakorlatában közreműködő vállalatok HR vezetőivel készített személyes interjúk képezték. A kérdőívet 454 személy töltötte ki. A kérdőívekből származó adatokat Microsoft Excel táblázatkezelő program segítségével elemeztem.

Kutatásom legfőbb eredményei a következők:

- A duális képzésben részt vevők száma folyamatos növekedést mutat:
 - országosan 2015-2017 között megháromszorozódott a duális képzésben résztvevők száma,
 - a kecskeméti Neumann János Egyetemen 2012–2018 között több, mint tízszeresére nőtt a számuk (26-ról 280 főre).
- A Budapesti Gazdasági Egyetem 2014-hez képest 2019-re több, mint tizenkétszeresére növelte duális partnereinek számát (5-ről 61-re nőtt).
- Hasonlóan dinamikus növekedést futott be a duális partner vállalatoknál meghirdetett helyek száma, 2018 és 2019 között megduplázódott (1631-ről 2396-ra nőtt) a számuk.
- A duális képzést választók főbb motivációja a tanulmányok alatt megszerzett szakmai gyakorlat mellett, a vállalattól kapott pénzbeli javadalmazás az egyetemi évek alatt.
- A normál, és a duális képzésben tanulók hosszú távú céljaként egyaránt megjelenik, hogy a szakmai gyakorlat teljesítése után szeretnének a vállalatnál alkalmazásban maradni.
- A duális diploma bár egyes cégeknél előnyt jelent a munkaerőfelvétel során, jellemzőbb azonban a jelentkezők személyiség jegyei alapján történő kiválasztás.

BARANYI VIRÁG*virag.baranyi.bce@gmail.com*

Vezetés és szervezés

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

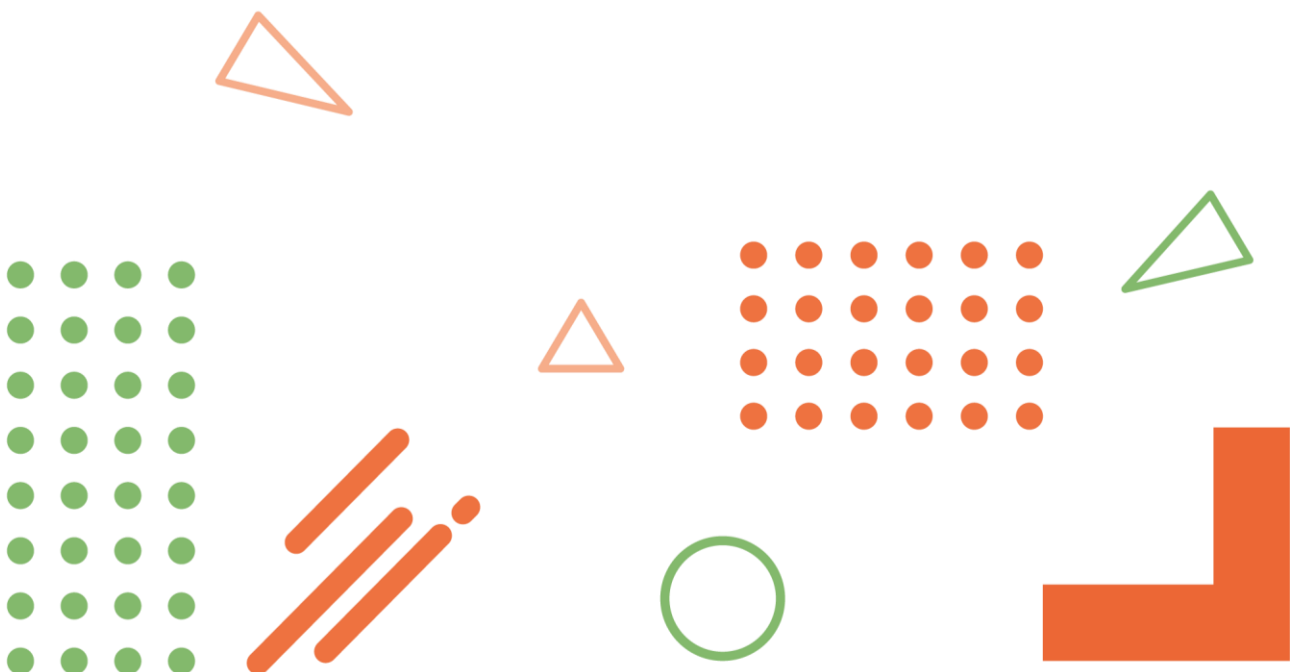
*Témavezető:
Dr. Móricz Péter
egyetemi docens, BCE GTK*

RotoBOTi vagyok, miben segíthetek? Chatbot bevezetése a HR területén egy feldolgozóipari vállalatnál

A jelenleg zajló negyedik ipari forradalom a gyártásba és a szolgáltatásokba való beépülésével mindennapjaink szerves részévé válik, és legalább akkora hatást gyakorol magánéletünkre, mint munkavállalásunkra.

Dolgozatomban két kérdést vizsgáltam: egyrészt arra voltam kíváncsi, hogy milyen hasznokat remélnék egy chatbot bevezetésétől általában és az emberi erőforrás menedzsment különböző részterületein, másrészt arra kerestem a választ, hogy milyen módszerekkel támogatható egy HR területen megjelenő új technológia szervezeti elfogadottsága. Ennek jobb megértéséhez először ismertetem a digitális transzformáció releváns szakirodalmi háttérét külön kitérve a chatbotokra, illetve a digitális átalakulásnak az emberi erőforrás menedzsmentre gyakorolt hatására. Ezután rátérek a kutatásomra, melynek keretében, kvalitatív kutatási módszertant alkalmazva, mélyinterjúkat készítettem két projektmenedzserrel, akik a lövői székhelyű Roto Elzett Certa Kft. gyártóüzemében sikeresen bevezettek egy chatbotot 2020 februárjában. A chatbot-projekt mérföldköveinek felvázolása után részletezem a chatbot jelenlegi funkcióit, végül pedig a felhasználói elfogadás kérdését helyezem a középpontba.

Dolgozatomat a vállalati esettanulmányból levont következtetéseimmel és a chatbot jövőbeli funkcióinak bővítésére vonatkozó, illetve a felhasználói elfogadás növelésére adott javaslataimmal zárom.



BATA MILÉNA

batamilena@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Eszterházy Károly Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Szabóné dr. Benedek Andrea

egyetemi docens, EKE GTK

HR revolution: A bizalom újraértelmezése az e-hrm korában

A technológiai fejlődés felgyorsulásával olyan új eszközök és megoldások jelentek meg, melyek a mindennapi életünket gyökeresen megváltoztatják, ma már a digitalizáció az élet minden területén jelen van. Ezek a folyamatok olyan még nem létező szabályozásokat, fogalmi újraértelmezéseket igényelnek, melyek közül még csak néhányra született meg a válasz.

Ebbe a fejlődési folyamatba az Emberi Erőforrás Menedzsmentje is becsatlakozott. A HR tevékenységek jó része ma már online platformokon működik és mindez nem csak a HR szakemberek, hanem a munkavállalók mindennapjait is jelentősen befolyásolja. A digitális kompetenciák azonban nem minden esetben követik a változás mértékét, ezért a HR-nek a munkavállalók képzés-fejlesztésének irányultságán is szükséges változtatnia és ez bizalmi kérdéseket is felvet.

Kutatásom során arra kerestem a választ, hogy a jelenlegi trendek hogyan befolyásolják a mai állás-keresők preferenciáit, mely platformokat használják legszívesebben álláskeresési célra? Megvizsgáltam továbbá, hogy az állás-keresők mennyire bíznak a személyzeti szolgáltatókban? A téma vizsgálatahoz részletes szekunder kutatást végeztem, mely során feltártam a szakirodalomban az irányadó felismeréseket, melyek kutatásom alapjaként szolgálnak. Primer kutatásom eredményessége érdekében megfigyelést alkalmaztam Magyarország TOP 3 személyzeti tanácsadó cégére vonatkozóan, standard mélyinterjúk lekérdezést tartottam egy személyzeti tanácsadóval, melyek szekunder kutatásommal együtt meghatározták a kérdőív felépítését. Az eredményeket SPSS programcsomaggal, illetve Microsoft Office Excellel értékeltem.

Összefoglalásként elmondható, hogy a technológiai változások a toborzási folyamatokat is befolyásolják. Ez – bár ez a személyes kapcsolatok háttérbe szorulásával jár – úgy gondolom, nem feltétlenül rossz, hiszen a vállalatok számára költség és időhatékonyság szempontjából kedvező a fejlődés. Az eredmények alapján a személyes ajánlás, mint állás-keresési eszköz középtávon továbbra is jelentősen befolyásolja majd a munkahely megválasztását. Vizsgálataim során éppen a bizalom volt az a tényező, melyet nem csak körülírni, de mélységeiben kutatni is bonyolult volt, hiszen minden ember másban és máshogy bízik saját tapasztalatai, észlelései alapján. Úgy gondolom, hogy a téma további jelentős lehetőségeket rejt magában, ezért a későbbiekben érdemesnek tartom a vállalatok, illetve a személyzeti tanácsadók vizsgálatát is.

BÖRÖCZ MÁTÉ

bboroczmmate@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Bozóki Sándor

egyetemi docens, BCE GTK

Döntéstámogatási rendszerek alkalmazása a toborzás-kiválasztás területén

Minden szervezet esetében nehézséget jelenthet a munkaerő toborzás és az azt követő szelekció hatékony lebonyolítása. Mivel ez utóbbi során kerül kiválasztásra – a jelentkezők közül – a szervezet jövőbeni tagja, ezért ez az említett döntési szituáció kiemelten fontos. Dolgozatom témája a munkaerő toborzása során felmerülő kiválasztási feladat döntéselméleti szempontú vizsgálata. Kutatásom az emberi erőforrás menedzsment fogalmkörét felhasználva tér ki a betöltendő álláshelyekre jelentkezők értékelése során alkalmazható többszempontú döntési módszerek, rangsorok relevanciájára és gyakorlati hasznosítására. Céлом, hogy egy konkrét vállalati esettanulmányon keresztül szemléltessék – egy a témakörre specializált – döntéstámogatási modellt. E rendszer feladata, hogy az értékelés során figyelembe vett adatokat, információkat matematikai-logikai módszerekkel osztályozva és a jelentkezőket mindezek alapján rangsorba rendezve, a döntéshozóknak objektív segítséget nyújtson a szelekció során. A kutatás segítségével megválaszolandó kérdések a következők: Mik azok a számszerűsíthető és szubjektív lényegi szempontok, melyek alapján a jelentkezők egyértelműen értékelhetők, összehasonlíthatók? Milyen módszertannal hozható létre egy olyan döntéstámogató modell, amely a döntéshozó információs igényeit kielégíti és a döntésben számottevő mértékű segítséget nyújt? Miképp implementálható a létrehozott modell egy adott szervezet napi működésébe? A modell, használatában érdekelt emberi erőforrás menedzserek bevonásával készült. Az általuk megadott objektív és szubjektív szempontok kerültek felhasználásra a számítások során. A szempontok és azok egymáshoz viszonyított döntési súlyainak ismeretében alkalmazhatók a döntéstámogatás során rangsoralkotásra használt technikák. Dolgozatom fontos eleme, hogy a modellel felhő alapú rendszerekkel kompatibilisen működtessék. A dolgozat alapvetése szerint ez a színtér az opcionális megoldás ahhoz, hogy a hasonló döntéstámogatási alkalmazások szervezetek napi működésébe jól beilleszthetők, könnyen hozzáférhetők és bárki számára könnyen értelmezhetők legyenek az alkalmazott matematikai háttér ismerete nélkül is. Mindezen fentebb felsorolt elvek mentén létrejött projekteredmény gyakorlati alkalmazásának megfigyelése is lényeges része a kutatásomnak. A használat során keletkezett tapasztalatok, konklúziók segítenek abban, hogy a módszertan – szervezetfejlesztési kísérletként – szélesebb körben és hatékonyan működtethet.

CSÍKI OTTÓ*csikiotto07@gmail.com*

Pénzügy

MSc, 4. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

*Témavezető:
Dr. Szász Levente
egyetemi tanár, RO BBTE*

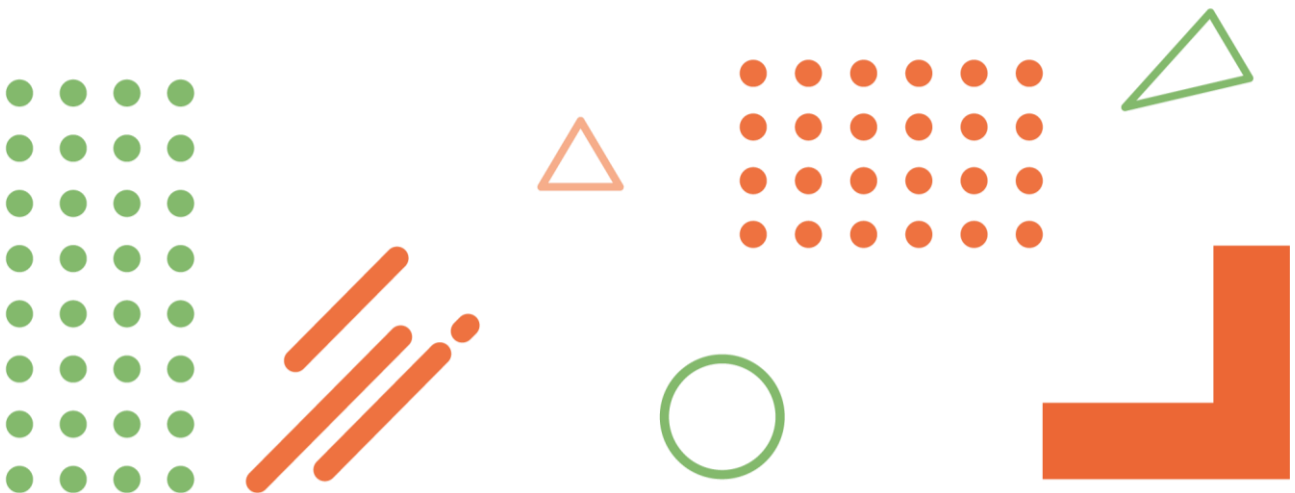
Az Ipar 4.0 technológiák hatása a termelővállalatok humán erőforrására

Kutatásom az Ipar 4.0 megoldások termelővállalatok, ezen belül is az autógyártó vállalatok humán erőforrására gyakorolt hatását tárja fel. A kiválasztott téma aktualitását a napjainkban megjelenő és elterjedő, Ipar 4.0 gyártási és gyártásszervezési technológiák adják. Az autógyártásban ez fokozottan érvényes, hiszen egyre több adatalapú és szoftveres megoldás lát napvilágot, amelyek alapjaiban formálják át a piaci szereplők közötti versenyt.

Kutatásomban azt vizsgáltam meg, hogy az Ipar 4.0 technológiák hatására hogyan változik meg a humán erőforrás szerepe a termelővállalatoknál, valamint azt, hogy hogyan járul hozzá a humán erőforrás az új Ipar 4.0 technológiák sikeres vagy éppen sikertelen bevezetéséhez. A szakirodalmi forráshiány miatt a kutatásban felderítő módszertant alkalmaztam, vállalati esettanulmányok felépítésével és elemzésével, egy olyan rendszer felépítése céljából, amely segíthet a romániai és magyarországi termelővállalatoknak az Ipar 4.0 megoldások alkalmazási korlátainak leküzdésében.

Eredményeim alapján az Ipar 4.0 projektek bevezetésében az emberi tényezőnek kulcsfontosságú szerepe van. Az Ipar 4.0 projektek a legtöbb esetben támogató funkciót láttak el és nem jártak létszámcsökkenéssel. A hatékonyság növekedése a legtöbb Ipar 4.0 projekt esetében sikeresen megvalósult. Az esetek többségében az új technológia bevezetése maga után vonta az alkalmazottak tudásának és készségeinek kisebb vagy jelentősebb fejlesztését is. A sikeres bevezetés legfontosabb tényezői a vezetőség és a projektcsapat elkötelezettsége, valamint egy dedikált felelős megléte.

Kulcsszavak: Ipar 4.0, humán erőforrás



NÁCSA CSABA

nacsacsaba10@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Musinszki Zoltán
egyetemi docens, ME GTK*

A kontrollerek feladatai és kompetenciái az álláshirdetések alapján

Dolgozatomban a kontrollerek által elvégzendő feladatokat és a munkáltatók által velük szemben támasztott elvárásokat fogom bemutatni. Elsődleges célom, egy munkaerő piaci helyzetkép felállítása, mely által megállapítható, hogy a cégek milyen kompetenciákat várnak el napjainknak a munkaerő piacon elérhető kontrollerektől. Másodsorban pedig megállapítást teszek, hogy a szakirodalom által meghatározott kontrolleri feladat- és kompetenciaprofil, hogyan változott meg a digitalizáció hatására, milyen új eszközök jelentek meg ezen munkaterületen, illetve ezek hatása mennyire tükröződik a munkáltatók által közzétett álláshirdetésekből.

Dolgozatom alapja egy empirikus kutatás, melyben ténylegesen meghirdetett álláshirdetéseket dolgoztam fel. A hirdetések gyűjtését 2020. májusában végeztem és a legfőbb forrás a profession.hu állásportál volt. Az adatbázis alapját képezte az ebben az időben elérhető online meghirdetett magyar, illetve angol nyelvű „kontroller”, „kontrolling”, „controller” és „controlling” kulcsszavakat tartalmazó hirdetések, melyeknél a meghirdetett pozíció releváns beosztás volt a kontroller szakma tekintetében.

Kutatásom alapján arra a következtetésre jutottam, hogy jelenleg a munkáltatók által a kontrollerekkel szemben támasztott igények még nem mutatják azokat a digitalizáció hatására bekövetkező változásokat, melyekről a kutatások szólnak.

Összességében az adatbázisból kinyert adatok alapján megállapítható, hogy jelenleg a munkaerő-piaci elvárások a szakirodalomban megfogalmazott elvárásokat támasztják alá és még nem figyelhető meg, hogy a cégek igényei jelentősen elmozdultak volna az „új” kontroller típusok felé. Ezentúl az is megállapítható, hogy egy változási folyamat már megkezdődött, viszont még nagyon az elején járnak a cégek ennek a folyamatnak. Azonban biztosak lehetünk benne, hogy a digitalizáció hatására megjelenő megoldások idővel még jobban előtérbe kerülnek és a kontrollerek számára még fontosabbak lesznek az informatikai ismeretek, melyből jelenleg csak az Excel került előtérbe.

OLÁH EVELIN ZSUZSANNA

evelinolah97@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Dajnoki Krisztina

egyetemi docens, DE GTK

Az emberi erőforrás menedzsment nemzetköziesedése egy autóipari szervezet példáján keresztül

Az emberi erőforrás elengedhetetlen a vállalatok számára, hiszen az ember képes fenntartani a hosszútávú versenyelőnyt, mivel önálló gondolkodásmódja és egyéni, illetve egyedi képességei vannak. A szervezeteknek arról kell gondoskodni, hogy hatékonyan alkalmazzák a munkaerőt, figyelembe vegyék a munkavállaló elvárásait és ezzel lehetővé válik a szervezeti célok megvalósítása is. Napjainkban, a szervezetek nemzetköziesedése kulcsfontosságú, ezért, ha egy vállalat külföldi terjeszkedést tervez, úgy ismernie kell a célország gazdaságát és kultúráját. Kutatásom fókuszja a nemzetköziesedés hatása az emberi erőforrás menedzsmentre egy konkrét autóipari szervezet példáján keresztül. Kutatási kérdésként azt tettem fel, hogy milyen különbségek és hasonlóságok figyelhetők meg a humán erőforrás gazdálkodás területén a japán Suzuki Motors Corporation anyavállalat és a Magyar Suzuki Zrt. leányvállalat gyakorlata között.

Vizsgálatom során a társadalomtudomány kutatás eszközeit alkalmaztam. A szekunder kutatás hazai és nemzetközi szakirodalmak feldolgozására épül. Célom volt annak feltárása, hogy a nemzetköziesedés hogyan hatott az emberi erőforrás menedzsment szemléletmódokra, illetve felvázoljam a magyar és a japán szemléletmódbeli eltéréseket. A primer kutatás alapját kvalitatív mélyinterjúk jelentették.

Az eredmények alapján megállapítható, hogy a hatékony emberi erőforrás menedzsment a szervezetek versenyképességében jelentős szerepet játszik. A nemzetköziesedés hatására a vállalatoknak globálisan kell gondolkozni és sok esetben lokálisan végrehajtani. A japán anyavállalatnál és a magyar leányvállalatnál megfigyelhető, hogy a HR osztályok célja egységes, illetve a megvalósítás gyakorlatában jelentős különbségek nincsenek. Figyelmet fordítanak arra, hogy segítsék a munkavállalót a belépésétől kezdve, és olyan munkahelyi környezetet nyújtsanak, hogy képességét maximálisan ki tudják belőle hozni a vezetők. A lényeges különbség a kultúrából adódik, mivel a japánok elköteleződése a munka iránt sokkal erősebb, így az elsődlegessé válik az életükben. A magyar kultúrát nem lehet megváltoztatni, viszont a leányvállalatnál érdemes lenne a rotációt és karriertervezést széleskörűen bevezetni a szervezetbe az anyavállalathoz hasonlóan.

STEFÁN RÉKA

stefanreka@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment

BSc, 7. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Andráskó Dóra Diána
tanársegéd, ME GTK*

The Difference between Generations in the Incentive of Benefits and Non-Financial Reward

My paper is about the difference between generations regarding the incentive of benefits and non-financial reward. I have tried to find the answer for the following questions: what kind of benefits are received by different generations and what are important for them and how significant are they for different group of the labour market?

I choose this topic because I have been working as an HR Intern in Team Reward in a Hungarian multinational company and I became interested in the topic of incentive management and Human Resources.

I have examined the benefits and non-financial reward per generations. It is important, that I have only examined the active members of the labour market, so a part of Generation Z, Generation Y, Generation X and the Baby Boomers who are still working and have not retired. As you have to be at least 16 years old to work in the examined country, Hungary, I only examined who was born before 2004. That is why, when I talk about Generation Z in my paper, I am talking about people who were born between 1996 and 2004.

In the beginning of the paper I concretized what different generations mean and I wrote some characteristics about each group. After that I collected and systematized theoretical information about the reward system within human resource management.

After that I analysed with a questionnaire what kind of benefits are received by different generations and the significance of them. I found differences between generations, which I presented by mainly bar charts. Probably the result is affected by many reasons like their wage and current life situation, but I did not examine this part.

Finally, I collected my suggestions to employers who what to provide suitable benefits to their employees per generations. In the future I would like to do a research which is similar to this one, but with more participants and probably within a given industry or somehow targeted participants.

TÓTH DORINA ANIKÓ

dorinatoth30@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Koloszar László

egyetemi docens, SOE LKK

Az újonnan megjelenő generációk elvárásai a munkahelyekkel szemben

Napjainkban kulcsfontosságúnak minősül a vállalatok versenyképessége, ami nagyban függ a munkavállalóktól. Dolgozatomban egy olyan ismeretanyagot készítettem el, amely a fiatal generációk egy-egy munkahelyre történő vonzására, a munkahelyekkel szemben támasztott elvárásokra irányul.

Az Y és a Z korosztályok már többnyire jelen vannak a munkaerőpiacon, és csak kisebb arányban vesznek részt még az oktatásban. Abból az elgondolásból indultam ki, hogy e két korcsoport újfajta kihívások elé állítja a vállalatokat, akiknek alkalmazkodniuk kell az új igényekhez annak érdekében, hogy versenyképesek maradjanak.

Dolgozatomban arra kerestem a választ, hogy mely faktorok hatnak az álláskeresőkre, melyet egy primer kutatás segítségével vizsgáltam. Munkámat a szakirodalom kritikai elemzésével kezdtem, majd a vizsgált hipotéziseim mentén összeállított kérdőívet elemeztem. Az irodalmi áttekintésben kitértem a választott témám kutatásának fontosságára, az egyes nemzedékek, különös tekintettel az Y és a Z korosztály bemutatására, a megváltozott új típusú munkavállalói igényekre.

Eredményként a következő meglátásokra jutottam. A felmérés adatait kielemezve, a válaszok átlagát tekintve arra jutottam, hogy a home office lehetőségét leginkább az X generáció, majd a Baby-boomer generáció tagjai tartják a legvonzóbbnak, és a Y és Z generációk kevésbé tartják vonzónak, mint a másik két vizsgált korosztály. A munkakörnyezet szempontjait vizsgálva arra jutottam, hogy a tágas, családbarát, otthonos munkakörnyezetet leginkább a Baby-boomerek kedvelik, míg a külön irodát a Z generáció tagjai tartják a leginkább vonzónak. A csapatmunka és az egyéni munkavégzés területén azt a következtetést vontam le, hogy a Baby-boomerek a munkavégzés mindkét típusát kedvelik, az X, Y és Z generációk pedig a team munkát preferálják szemben az egyéni munkavégzéssel. A potenciális vállalat környezettudatosságát, társadalmi elismertségét tekintve, ezt leginkább a Baby-boomerek tartják fontosnak.

Munkám utolsó fejezetében összegeztem az addigiakat, és javaslatot tettem, mint például, hogy célszerű lehet a munkavállalókkal időnként beszélgetni, meginterjúvolni őket afelől, hogy milyen elképzeléseik vannak, és ezen elképzeléseiket a vállalati politikával, jövőbeli célokkal összehangolni, egyesíteni, hiszen így a munkavállalók azt érzik, hogy törődnek velük és gyorsabban, erősebb vállalati elköteleződés és hűség alakulhat ki bennük.

VARGA VIVIEN

vargavivien9@gmail.com

Vezetés-szervezés

MSc, 1. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Sipos Norbert

adjunktus, PTE KTK

Az egyetemek és a multinacionális vállalatok közötti együttműködés vizsgálata a gyakornokok foglalkoztatásának tekintetében

Az egyetemek és a multinacionális vállalatok közötti együttműködés vizsgálata a gyakornokok foglalkoztatásának tekintetében című dolgozatomat esettanulmányként írtam meg, amelyben jelenlegi kollégáimat kérdeztem kérdőív formájában arról, hogy milyen tapasztalatokat szereztek gyakornokként a cégnél, valamint teljes állású munkavállalóként hogy érzik magukat és feladatuk, felelősségi körük mennyiben változott.

Az értekezést egy szakirodalmi áttekintéssel kezdtem, amelyben kitértem arra, hogy mennyiben változott a magyar felsőoktatás helyzete és a magyar oktatáspolitikai a rendszerváltástól napjainkig. Emellett ismertettem az Európai Unió csatlakozás felsőoktatásra gyakorolt hatásait, valamint a jelenlegi magyar foglalkoztatási formákat és népszerűbb foglalkoztatási stratégiákat is bemutattam. Majd rátértem az IT iparágban tevékenykedő nagyvállalatok iparági környezeti elemzésére a STE-ELPE módszer segítségével, és a pénzügyi helyzetüket is áttekintettem. Ezt követően tértem rá a Deutsche Telekom Hungary cégbemutására és az egyetemekkel kötött együttműködéseinek vizsgálatára. Az itt dolgozó kollégák közül egy kvalitatív kérdőíves kutatás segítségével azokat kérdeztem meg, akik gyakornokként kezdtek, jelenleg pedig teljes állásban dolgoznak. A kérdőívvel azt vizsgáltam, hogy gyakornokként mekkora összegű munkabérért, mennyi munkát és felelősséget vállaltak a diákok, és a diplomájuk megszerzése után a munkabérük és felelősségi körük mennyiben változott teljes állású munkavállalóként. A vállalat részéről egyértelmű, hogy pénzügyileg előnyösebb, ha gyakornokokat alkalmaznak, viszont kíváncsi voltam arra, hogy a gyakornokok számára ez mennyire kedvező lehetőség. A kérdőív eredményének elemzése előtt 7 kutatási kérdést fogalmaztam meg, melyek közül 3 teljes mértékben igazolódott, 2 állítás nem igazolódott be és 2-t csak részben tudtam igazolni. A dolgozat végén ajánlásokat fogalmaztam meg arra, hogyan tudná a cég növelni a gyakornoki pozícióra jelentkező hallgatók számát.

Magam is gyakornokként kerültem a céghez, most pedig teljes állású dolgozó vagyok, ezért a kérdőívet és az értékelés előtt felállított kutatási kérdéseimet is saját tapasztalataimra alapozva fogalmaztam meg. A kutatás eredményét az IMB SPSS Statistics szoftver és a Microsoft Excel segítségével elemeztem és vizuális megjelenítéshez is ezeket használtam. Segítségükkel választ kaptam a kutatási kérdéseimre és a jövőre vonatkozó ajánlásokat is az általam levont következtetések alapján tettem meg.

Fenntartható fejlődés – fenntartható fogyasztás

Elnök: Prof. Dr. Sente Viktória egyetemi tanár (MATE Kaposvári Campus)
Tag: Dr. habil. Szigeti Cecilia egyetemi docens (SZE KGK)
Tag: Domjánné dr. Nyizsalovszki Rita egyetemi docens (EKE)
Tag: Dr. Németh Patrícia főiskolai docens (BGE KVIK)
Tag: Dr. György Ottilia adjunktus (RO EMTE CSK)

BUR ESZTER

bureszter@gmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Kasza-Kelemen Kata
adjunktus, BCE GTK*

Amikor a kevesebb több – Fenntarthatóság a zero waste mozgalom jegyében

Vegyünk egy embert, aki beül a fürdőkádba és elkezd engedni a vizet. A víz csak folyik és folyik, lassan eléri a kád peremét, majd túlcserdul. Ekkor emberünk felocsúdik – azonban először nem a felmosóért nyúl. A csapot zárja el. Ezt a magatartást kellene követnünk a műanyag hulladékkal kapcsolatban is.

Manapság egyre többen foglalkoznak a tengerekben, óceánokban felhalmozódó és továbbra is egyre növekvő hulladékmennyiség kérdésével, és a megfelelő hulladékkezelés hangsúlyozásával. De vajon kielégítő megoldás-e az, hogyha szelektíven gyűjtjük a háztartásunkban keletkező hulladékot? Biztosak lehetünk-e abban, hogy az általunk használt szelektív gyűjtők tartalma jó helyre kerül? Tényleg szeméttel teli óceánokat fogunk magunk után hagyni a gyermekeinknek? Ezen kérdésekre kíván megoldást találni a „zero waste”, azaz a hulladékmentes mozgalom, melynek célja, hogy a háztartásban keletkező hulladék mennyiségét a minimumra (ideális esetben nullára) csökkentse. Kutatásom során megvizsgálom, milyen fejlődéseken ment keresztül a mozgalom Németországban és Magyarországon, valamint feltárom, hogyan vélekednek róla a fogyasztók, illetve milyen potenciált látnak benne a vállalatok. A kutatás módszertana a vállalati oldalon mélyinterjú készítése, a fogyasztói magatartás szempontjából pedig fókuszcsoportos interjú.

CSERNA BENJÁMIN

benjamincserna7@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 2. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Balogh Gábor
adjunktus, PTE KTK*

A kék innovációk fogyasztói megítélése és a bennük rejlő üzleti potenciál – a tejsavó példáján

Gunter Pauli (2010) A Kék Gazdaság című művében olyan innovációkat mutat be, melyek egyszerre képesek környezeti, gazdasági és társadalmi kihívások megoldására. Az általa bemutatott kávéhulladékot természetesen gomba példája vagy Las Gaviotas újraerdősítésének esete méltán világhírű, de ebbe a sorba illik a tejsavó sikertörténete is, amely szintén megérdemli a kiemelt figyelmet, hiszen egyesíti magában mindazt, ami a kék gazdaság lényege. Felesleges, nagy mennyiségben képződő, súlyos környezetterhelést okozó melléktermékből volt képes olyan magasságokba emelkedni, hogy nemcsak sikeres, nagy hozzáadott értékű és jelentős profitot termelő termékek állíthatók elő belőle, de a környezetkímélés mellett a sportos, egészséges életmód kiváló táplálékkiegészítője, sőt a világ élelmezési gondjaira keresett megoldások egyike lehet

Vizsgálatom során az alábbi kutatási kérdésekre keresem a választ:

1. Hogyan tud válaszolni a kék gazdaság a tejsavó problémájára?
2. Milyen szerepet tölt be, és mennyire népszerű a tejsavó a sport-táplálékkiegészítők piacán?
3. A kék innovációk esetén elsősorban a környezetvédelmi előnyöket, vagy a melléktermék hasznosíthatóságának tényét érdemes kommunikálni a fogyasztók megnyerése érdekében?

Dolgozatom első fejezetében a tejsavó meglévő irodalmának bemutatására kerül sor releváns hazai és nemzetközi források segítségével. Ismertetem a tejsavót és annak fajtáit (édes és savanyú), kitérve a keletkezésük és az összetételük sajátosságaira. E fejezetben fény derül a tejsavó felfedezésének körülményeire, feltételezett helyére és idejére. A savó hagyományos, korlátozott felhasználási formái mellett rávilágítok, hogy milyen problémát hordoz magában a megnövekedett savókibocsátás, bemutatam az erre adott válaszokat és a fontosabb tudományos mérföldköveket. Kitérek arra is, hogy milyen szerepet játszik a tejsavó az élelmiszerbiztonság megteremtésében.

A dolgozat második fejezetében mutatom be az empirikus kutatásom eredményeit. Ez a tartalmi egység a választott módszertan és a minta bemutatásával kezdődik, majd ezt követően kerül sor az eredmények ismertetésére. A kutatáshoz kvantitatív eszközt alkalmaztam, a kérdőíves vizsgálatom 156 fő bevonásával készült, célcsoportját rendszeresen sportoló, 15 és 59 év közötti személyek képezték. A dolgozat a kapott eredmények értékelésével és azok, a szakirodalommal való összevetésével, valamint a konklúziók és a javaslataim ismertetésével zárul.

FÜLLER KAMILLA

19kamolla98@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Faludi Julianna
adjunktus, BCE GTK*

Venni vagy nem venni? – Önkorlátozó közösségek a túlfogyasztás ellen

A túlfogyasztást előidéző vásárlási mintákkal szemben a ruhavásárlás bojkottálását támogató proaktív közösségek kialakulása figyelhető meg online térben. Kutatásomban ezekre a törekvésekre építkezve az olyan egyéneket vizsgálom, akik önkorlátozó tevékenységet végeznek, azaz úgy nem vásároltak meg egy terméket vagy szolgáltatást, hogy ahhoz érdekük fűződne, illetve minden joguk és erőforrásuk adott. A fogyasztók viselkedését csoportokban tanulmányozom, és arra keresem a választ, hogyan alakítja a közösséghez való tartozás az egyén fogyasztói magatartását. A csoportokat közösségi oldalak segítségével, az „önkorlátozást” pedig a divat- és textiliparban vizsgálom, amit a túlfogyasztás problémájával állítok párhuzamba.

A fogyasztói magatartás alakulását az „1 évig nem vásárolok ruhát – kihívás” és a “Nem vásárolok ruhát – minimum 2 hónapig” zárt Facebook csoportokban, illetve két magyar YouTuber követőtábor alapján vizsgálom. A kutatás szekunder és primer adatok felhasználásával, kvalitatív, illetve kvantitatív technikák alkalmazásával készült el. A dolgozat eredményeit a Facebook csoportok elemzési adatai, saját online kérdőív válaszai, mélyinterjúk és online diskurzus elemzés alapján tártam fel.

A dolgozatban két kutatási kérdésre keresem a választ:

1. Lesz-e hosszú távú hatása az online kihívásokban való részvételnek az egyén ruhafogyasztási szokásaira?
2. Melyik közösségi forma a leghatékonyabb az egyéni motiváció maximalizálására az önkorlátozó csoportok esetében?

A kutatás alapján a vizsgált Facebook csoportok funkciója a személyes praktikák és tapasztalatok megosztása lesz a jövőben. Ha az előrejelzés megvalósul, a tagok tartósan képesek lesznek tartani magukat a jelenlegi fogyasztói magatartásukhoz és csökkenni fognak a ruhavásárláshoz kötődő szükségleteik.

Összehasonlító elemzésemből kiderült, hogy célravezetőbb a rövidebb időintervallumra szóló kihívás és motiválóbb a tagok számára a kisebb célok kitűzése. Fontos volt még, hogy a közösségnek olyan vezetője legyen, akit szakértőnek ismernek el az önkorlátozás témakörében, inspiráló a tagok számára és számíthatnak a visszajelzéseire.

A két kutatási kérdés megválaszolása mellett dolgozatom célja volt, hogy a Ray és Anderson által körülhatárolt Kulturális Kreatívok csoportjával és a LOHAS fogyasztói modellel összehasonlítsam az önkorlátozó közösségek tagjainak fogyasztói magatartását. A tagok életstílusuk, fogyasztói preferenciáik és viselkedésük alapján LOHAS fogyasztóknak bizonyultak.

KOLLÁR ANNA

annakollar96@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Harangozó Gábor
egyetemi docens, BCE GTK*

A fenntartható fogyasztás és az élelmiszerpazarlás helyzete Magyarországon

A globalizálódó világunk okozta környezeti hatások egyre égetőbb problémává válása ráébresztette az emberiséget arra, hogy változatlan életmód és fogyasztási struktúra mellett Földünk erőforrásai kifognak merülni, ezzel ellehetetlenítve az életet a következő generációk számára. A legnagyobb nemzetközi szervezetek is állást foglaltak a témában és a '70-es évektől kezdve számos konferenciát rendeztek, amiknek keretein belül célkitűzések és programok segítették a fenntartható fejlődés kialakulását. Kiderült, hogy ennek egyik kulcskérdése a fogyasztás alakulása, így kutatásomban ezt a területet vizsgáltam meg közelebbről. Majd a fenntartható fogyasztást tovább szűkítettem az élelmiszer fogyasztás kérdéskörére.

Tanulmányom célja a magyarországi helyzet feltérképezése a fenntartható élelmiszerfogyasztás szempontjából. A kérdést több aspektusból is megvizsgáltam, először szekunder forrásokat használva összevettem a releváns szakirodalmat, majd egy nem reprezentatív fogyasztói kérdőívet készítve mértem fel a kitöltőkre vonatkozatható fogyasztási szokásokat. A nem reprezentatív felmérés hibaforrásokat tartalmazhat, hiszen a kitöltők által nyújtott információk nem biztos, hogy az egész sokaság jellemzőit tükrözik. A kutatás eredményeképp megállapítható, hogy a megkérdezettek fogékonnyak lennének egy fenntarthatóbb fogyasztási struktúra felé történő elmozdulásra, azonban jellemzően árérzékenyek, illetve a saját fogyasztói szokásaikhoz ragaszkodnak, és ez dominál az élelmiszervásárlásoknál.

Másik primer kutatásom négy félig strukturált interjú elkészítését takarja, kettő a civil, kettő a magánszférában működő vállalkozásokkal valósult meg. Arra kerestem a választ az interjúk során, hogy ezek a kezdeményezések mennyire hatékonyan szolgálják az élelmiszertermelés csökkentését. Azt a következtetést vontam le, hogy leginkább a felelős vállalatirányítás elvéből és az Unió célkitűzései miatti nyomásból adódóan kezdetét vette a fenntarthatóság irányába történő elmozdulás.

A fenntartható fogyasztás kialakulásához egy egységes rendszerszemlélet szükséges és elengedhetetlen mind a fogyasztói, civil, magán és állami szektor összhangja. Kutatásom során azt állapítottam meg, hogy ez az összhang még alacsony szinten van az országban. A főbb hangsúlyt a hulladék képzésének megelőzésére kellene fektetni, mivel ez a környezet és gazdaság szempontjából is előnyösebb megoldás, azonban hazánkban sokszor a már keletkezett hulladék kezelésére vannak fellelhető alternatívák.

KOVÁCS TAMARA

tkovacs81@gmail.com

Gazdálkodási menedzsment (angol)

BSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:

*Dr. Győri Zsuzsanna
egyetemi docens, BGE PSZK*

*Dr. Magyar Norbert
főiskolai docens, BGE KVIK*

Hogyan lehet környezettudatos fogyasztásra ösztönözni a fogyasztókat?

A környezettudatosság évekkal ezelőtt kezdett el foglalkoztatni komolyabban, ami először az étkezésben jelent meg. Miután végán lettem, elkezdtem jobban utána olvasni, milyen termékeket tesztelnek állatokon, milyen összetevői vannak a terméknek, amit megvásárolok, milyen iparágat is támogatok a pénzemmel.

A kutatásom fő kérdése az, hogy hogyan lehet az átlagos fogyasztókat környezettudatos fogyasztásra sarkallni. Miért köteleződik el valaki a környezettudatosság mellett, milyen motivációk tartják fenn ezeket a vásárlási szokásokat?

Kutatásom során, azokat a fogyasztókat kérdeztem meg egy kérdőív segítségével a fogyasztási szokásaikról, akik már környezettudatos módon fogyasztanak, feltételezve, hogy a náluk fellelhető motivációk másoknál is megjelenhetnek, sőt tudatos szemléletformálással erősíthetők. Mivel a megkérdezett fogyasztók sem feltétlenül ilyen fogyasztási körben szocializálódtak, nem ez volt számukra a természetes, ezért valami kiváltotta a változást. Feltételezhető, hogy ez a változás a többi fogyasztó körében is kiváltható ugyanezen eszközökkel. Többek között kíváncsi voltam arra is, hogy a környezettudatos fogyasztás összekapcsolható-e az egészségtudatossággal, tehát a vizsgált fogyasztók a LOHAS fogyasztói csoporthoz tartoznak-e. Az adatokat statisztikai módszerekkel elemeztem.

Kutatásom alapján a várakozásaimnak megfelelően az egészségtudatosság és a környezettudatosság összekapcsolható. A tudatosságot a témában való tájékozottság váltja ki, ezért nagy hangsúlyt kell fektetni a társadalom tájékoztatására. Fontos, hogy a felnövekvő generációt már környezettudatos szemlélettel neveljük, aminek alapköve az oktatási rendszer, viszont a jelenlegi fogyasztói társadalmat sem szabad elhanyagolni, ők is képesek a változásra, ezért rendkívül fontos, hogy ők is megfelelő mennyiségű és minőségű tájékoztatást kapjanak.

A kutatásom eredményeit a szemléletformálás során, elsősorban az oktatási rendszerben lehetne a legjobban alkalmazni, ezáltal a felnövekvő generációban már kialakulna egy tudatos fogyasztási hozzáállás. Illetve más csatornákon is érdemes lenne edukálni az embereket a témában, hiszen a keresleti oldal irányítja a kínálatot.

Hiszek abban, hogy minden vásárlással támogatunk valamit és a pénzünkkel igenis szavazunk, ezért minden fogyasztói döntésünket felelősséggel kell meghoznunk. Feladatunk, hogy erről egyre többen és egyre többet tudjanak.

KULHAVI NIKOLETTA MÁRTA

nikoletta.kulhavi@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Dr. Neulinger Ágnes
egyetemi docens, BCE GTK*

Bojkott és buycott mozgalmak a budapesti egyetemi hallgatók körében

A fenntarthatóság és fogyasztói tudatosság terjedésével egyre gyakoribbá váltak a fogyasztói mozgalmak, azon belül is a bojkott, illetve a buycott mozgalmak. Számos szerző foglalkozott munkájában a bojkottok és buycottok meghatározásával, illetve csoportosításával. Ezért a dolgozat is a bojkott és a buycott mozgalmak budapesti egyetemi hallgatók körében történő vizsgálatát, illetve elemzését tűzte ki célul. Mindez a fogyasztói viselkedés és az etikus fogyasztás kontextusában vizsgálja a kérdést.

Az elemzés három fő kutatási kérdése: Mennyire népszerűek ezek a fogyasztói mozgalmak Magyarországon? Milyen a rövid és hosszú távú hatása egy-egy ilyen mozgalomnak? Illetve mennyire hajlandók a budapesti egyetemi hallgatók csatlakozni egy bojkott vagy buycott mozgalomhoz? Mind a szekunder, mind a primer adatok ezek alapján a kérdések alapján kerültek feldolgozásra és értékelésre.

A tanulmány két fő részből áll: először a nemzetközi és hazai vonatkozó szakirodalom áttekintése alapján kerül a téma megvizsgálásra, a dolgozat második része pedig a mélyinterjúk elemzésével foglalkozik. A szakirodalom alapján definiálásra kerül az etikus fogyasztás, azon belül meghatározásra és összehasonlításra kerülnek a bojkott, illetve buycott mozgalmak, mind nemzetközi szinten, mind Magyarországon. A dolgozat továbbá bemutatja az elmúlt évek bojkottjait és buycottjait, valamint különböző kutatások alapján összehasonlításra kerülnek a más országbeli és magyar etikus fogyasztók. A dolgozatban szintén megjelennek a mai világban „divatosnak” számító mozgalmak is, mint a veganuár, műanyagmentes július, száraz november.

A tanulmány alapját adó kutatás budapesti egyetemi hallgatók körében zajlott. Olyan hallgatók kerültek kiválasztásra, akik legalább három fogyasztói mozgalomról hallottak és legalább egy mozgalomban részt vettek. A kutatás főleg azt vizsgálja, hogy ezek a fogyasztók mennyire tudatosak a mindennapokban, miért mondhatók etikus fogyasztóknak és mennyire hajlandók részt venni a szervezett fogyasztói mozgalmakban.

A dolgozatban szereplő kutatás feltáró jellegű, ezért nem célja a feltárt összefüggések számszerűsítése.

LÁSZLÓ VERONIKA

veronika.lasz@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Csizmadiáné dr. Czuppon Viktória
egyetemi docens, PE GTK*

A fenntartható élelmiszerfogyasztás szociális reprezentációja

Az élelmiszertermelésnek 25–70%-kal kell növekednie 2050-ig a lakosság ellátásához (FAO, 2012), mindeközben az üvegházhatású gázkibocsájtás 22%-áért felelős (UN SDG, 2019). Több élelmiszert kell előállítanunk kevesebb erőforrásra támaszkodva és egy növekvő népességet ellátva, miközben a fenntarthatósági aspektusokat is figyelembe kell vennünk válaszul olyan égető problémákra, mint a klímaváltozás, folyamatos gazdasági fejlődés, társadalmi igazságosság és egészség. A megtermelt élelmiszer közel harmada sosem kerül elfogyasztásra, és az Európai Unióban 88 millió tonna élelmiszerhulladék termelődik évente, aminek legnagyobb részéért a háztartások felelősek (FUSIONS, 2016). Az élelmiszer pazarlás és a nem fenntartható élelmiszer-fogyasztási magatartás elszalasztott lehetőséget jelentenek a mezőgazdaság káros környezeti hatásainak enyhítésére és tovább erősíti az élelmiszer-rendszer fenntarthatatlanságát.

A dolgozat célja, hogy hozzájáruljon az élelmiszer-rendszer fenntarthatóságához a fenntartható élelmiszer-fogyasztás vásárlók szerinti értelmezésének megismerésével. Ez a szociális reprezentáció elméletével, szabad asszociációs játék felhasználásával valósult meg. Az elméleti hozzáadott értéke mellett az eredmények segítségével közelebb kerülünk ahhoz, hogy helyesen válasszuk meg a szemléletformálás eszközeit és a kommunikációt. Joffe és Elsey (2014) szerint, ha közvetlenül felteszünk egy kérdést az attitűdökről, akkor a válaszok nem tükrözik a teljes valóságot, ám a szabad asszociáció ablakot nyithat az implicit tartalom felé. Az élelmiszer kezelés szisztematikusabb megértésének köszönhetően világosabbá válhat, hogyan ösztönözhetjük a tudatos fogyasztást, és hogyan lehet jobb kommunikációs stratégiákat készíteni a fenntarthatóságra törekvő fogyasztókat célzó szervezetek számára.

A szabad asszociációs játék során 1275 szót gyűjtöttünk 255 személytől. A fenntartható élelmiszer-fogyasztást leggyakrabban leíró szavak a bio, egészség, élelmiszerpazarlás, zöldség, vegán, tudatos és helyi. A gyakoriság mellett, a fontossági és említési sorrendet figyelembe véve az „egészség” a kulcsfogalom a fenntartható élelmiszer fogyasztás tekintetében, ami a fenntarthatóság környezeti dominanciája mellett válik érdekessé.

NÉMETH KEVIN

nemethkevin2000@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 5. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kőmíves Péter Miklós

tanársegéd, DE GTK

Elektromos autók előnyei és hátrányai; fókuszban az új piaci trendek és az emisszió

Földünk folyamatosan próbálja az alternatív megoldásokat implementálni a közlekedésbe, amelyhez kapcsolódóan tapasztalható volt az elmúlt évek során, hogy a fogyasztók attitűdjei jelentős mértékben megváltoztak az autóvásárlások kapcsán. Ennek jegyében a világ autópiacának egyik meghatározó szereplőjévé kezdtek válni az elektromos autók, melyek népszerűsége elsősorban a károsanyag-kibocsátás csökkentésében rejlik.

Dolgozatomban ezt a kérdéskört körül járva szeretném bemutatni az ilyen típusú járművek piaci trendjeit, előnyeit és hátrányait, aminek megvalósításához elsősorban szekunder és primer adatfeldolgozást végeztem. Ennek egyik fontos megállapítása, hogy a globális üvegházhatású gázok közel 25 százalékaért a közlekedés felelős, melynek 72 százaléka közúton megy végbe. Így tehát a korábbi kijelentés teljesen helytálló, miszerint az elektromos autókkal jelentős mértékben csökkenthetjük az emissziót – bizonyos országokban.

Christopher Buchal egyik tanulmányában rámutatott arra, hogy egyes országokban az elektromos autók 11-28 százalékkal jobban terhelik a környezetet, mint a hagyományos robbanómotoros autók. Jogosan merülhet fel a kérdés, vajon ez hogyan lehetséges. A válasz egyszerű: külön kell választani a közvetett és a közvetlen kibocsátást az elektromos autók használata kapcsán. Az ilyen járművek emissziójánál ugyanis elmondható, hogy a közvetlen károsanyag-kibocsátás nulla, viszont a közvetett szennyezés sok helyen kiugróan magas az elektromos áram gyártásához kapcsolódóan. Ezeket a tényezőket szeretném ismertetni saját vizsgálataim által.

Mind ezek mellett betekintést szándékozok nyújtani a különböző országok „zöld” politikájába; áramtermelésükbe és kereskedelmükbe, és az ehhez kapcsolódó emisszióba. Itt különös tekintet szeretnék fordítani a Covid-19 által okozott enyhülésre, amely szinte tökéletesen reprezentálja, milyen hatással lehet légkörünkre a gyárilap-, illetve a közlekedés forgalmának jelentős visszaesése. Alapvető célkitűzésem tehát, hogy reális képet adjak arról, hogy megéri-e áttérni az ilyen típusú járművekre, illetve javaslataim ismertetése a jövőt tekintve, fókuszálva az áramtermelésre és az elektromos autók kultúrájára.

Az Innovációs és Technológiai Minisztérium ÚNKP-20-1 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból finanszírozott szakmai támogatásával készült.

SZENDI-JOÓ INEZ

szendijooinez@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 3. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Formádi Katalin

egyetemi docens, PE GTK

Hétköznapi fogyasztás a Zero Waste jegyében – a magyarországi 18-25 éves fiatalok körében

Kutatásom középpontjában a Zero Waste filozófia és annak megítélése áll, azon belül pedig a Zero Waste életmód háztartási alkalmazása, elsősorban a magyarországi fiatalok körében.

A dolgozat keretein belül a legfőbb célom az volt, hogy megvizsgáljam, a magyarországi 18-25 éves fiatalok hogyan viszonyulnak a Zero Waste életmódhoz, figyelemmel követnek-e olyan platformokat, ahol Zero Waste mozgalommal és filozófiával kapcsolatos tartalmak találhatóak, illetve az általam kiválasztott területeken mennyire igyekeznek tudatosan, vagy tudat alatt Zero Waste megoldásokat alkalmazni. A dolgozatomban arra is kerestem választ, hogy a megkérdezettek szerint mi ok(ok)ból nehéz megvalósítani a Zero Waste életmódot.

A Zero Waste filozófiával kapcsolatos szakirodalmi áttekintés után megfogalmaztam a kutatásommal kapcsolatos hipotéziseimet: a legfőbb feltételezésem, melyet a dolgozatban vizsgálok az, hogy a magyarországi fiatalok ismerik a Zero Waste filozófiát, mégsem alkalmazzák a gyakorlatban.

Kutatási módszertanként a kérdőíves megkérdezést választottam online formában, Google kérdőíven keresztül, tekintettel a koronavírus miatti személyes érintkezés egészségügyi kockázataira. A kutatás fontos elemének tartom az elkészített kérdőívet, hiszen ebben igyekszem a fiatalok által érintett hétköznapi élethelyzeteket lefedni a kérdésekkel, ugyanakkor a napjainkban Magyarországon fellelhető Zero Waste háztartási eszközök és módszerek széles skálája szerepel a kérdőív válaszopcióiban. Ugyanakkor a kérdőív hosszúságának és a megkérdezés módjának köszönhetően sajnos nem érkezett akkora számú válasz, amelyet vártam volna, így a válaszok elemzése során sok esetben nem lehetett kimutatni a válaszok és a demográfiai adatok közötti összefüggéseket.

Úgy gondolom, hogy a kérdőív egy fontos kiindulópontja lehet későbbi, ebben a témában készülő kutatásoknak – az általam összeállított kategóriák szerint lehetőség van egy olyan kérdőívet létrehozni, amellyel pontosítani lehet a válaszadó Zero Waste életmódját, hogy jelenleg „milyen szinten áll”. Ugyanakkor érdemesnek tartom az általam megfogalmazott Zero Waste terjedésével kapcsolatos problémák további megvizsgálását, és komplex megoldási javaslatok kidolgozását arra vonatkozóan, hogy hogyan lehetne a magyarországi fiatalok körében népszerűsíteni a Zero Waste életmódot.

TISLÉR ÁDÁM*adam.tisler@gmail.com*

Nemzetközi tanulmányok

MSc, 3. félév

Pécsi Tudományegyetem

Bölcsészettudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Glied Viktor Imre
adjunktus, PTE BTK*

Nem minden „zöld”, ami annak látszik – Hogyan tévesztik meg környezettudatos fogyasztóikat a vállalatok

Kutatásunk témája a „zöldrefestés” (angolul: greenwashing), amely az utóbbi időben egy széles körben elterjedt marketingstratégiává vált, mely során a cégek igyekeznek környezetkárosító tevékenységüket környezettudatos kommunikációval, szimbólumokkal leplezni, ezáltal jobb színben feltüntetni magukat. Mindezt azzal a céllal teszik, hogy kihasználják a fogyasztók – az utóbbi időben egyre növekvő – környezettudatosságát. Vizsgálatunkat 175 fő bevonásával, nemzetközi, demográfiaileg heterogén mintán végeztük el. Kutatásunkban online kérdőíves eljárást alkalmaztunk, mellyel a környezettudatos viselkedést, fogyasztói szokásokat és a kitöltők környezetismerettel kapcsolatos tudását vizsgáltuk. A kérdőívek mellett vizuális ingeranyagokat használtunk, melyeket különböző vállalatok „zöld” szlogenjeiből és lógóiból válogattunk össze. Arra a kérdésre kerestük a választ, hogy képesek-e a vállalatok „zöldrefestett” lógók és szlogenek révén befolyásolni fogyasztóikat, illetve kiket és milyen mértékben tudnak félrevezetni. A kérdőívekben elért pontszámokat statisztikai vizsgálat során összevetettük az ingeranyagokra adott értékelésekkel. Eredményeink azt mutatják, hogy a kitöltőknek nehézséget okozott a „zöldrefestett” és a kontroll ingeranyag megkülönböztetése. Kutatásunk arra enged következtetni, hogy a „zöldrefestés” akár azon embereket is képes megtéveszteni, akik törekednek környezettudatosan élni, sőt, ezen személyek könnyebben félrevezethetőnek bizonyultak. Mivel elsősorban ők azok, akiket a vállalatok a „zöldrefestéssel” igyekeznek megcélolni, ezért úgy tűnik, a cégek képesek sikeresen alkalmazni ezt a stratégiát. Fontos azonban megemlíteni, hogy a kapott eredmények alapján a „zöldrefestés” ellentétes hatást vált ki, amennyiben rendelkezünk többlettudással, akár a cég tevékenységét vagy a „zöldrefestés” fogalmát és gyakorlatát illetően.



TÓTH ENIKŐ*enci0416@gmail.com*

Kereskedelem és marketing

BSc, 3. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Gébert Judit
adjunktus, SZTE GTK*

A környezetbarát termékcímkék mint vásárlási döntést befolyásoló tényezők

Dolgozatomban a következő kérdésre keresem a választ: hogyan befolyásolják a környezetbarát termékcímkék a környezettudatos fogyasztókat a vásárlási döntéseik során. A kérdés megválaszolásához a szakirodalmi álláspontok alapján felállítottam a hipotéziseimet, melyeket a primer kutatásaim segítségével vizsgáltam meg. Először egy online kérdőívet készítettem, melynek a LOHAS szegmens a célcsoportja, majd ezt követően két triád mélyinterjút is lebonyolítottam. A primer kutatásom alapján többek között azt állítom, hogy a környezetbarát fogyasztók a termék előállítási/származási helyének ugyanolyan nagy figyelmet szentelnek, mint az ökocímkéknek. Az ökocímkék ismeretével kapcsolatban azonban nem tudtam állást foglalni, így ez új kutatási irányt adhat a jövőben.



TÓTH MAGDOLNA

magdolenato@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Bauerné dr. Gáthy Andrea
adjunktus, DE GTK*

A fast fashion környezeti és társadalmi árnyoldalai

A ruhaipar a második legszennyezőbb iparág a világon, amely nemcsak a környezetünkre, de a társadalmunkra is hatással van. Az elmúlt húsz év alatt 7 millióról 14 millióra nőtt a kidobott ruhák száma, amelynek legfőbb oka a fast fashion cégek térnyerése. Az alacsony minőségű és árkategóriájú ruházati cikkek lehetővé teszik, hogy ruhákat halmozzunk fel, azonban az egyre növekvő igényű ruhatermelés hosszú távon nem fenntartható, és beláthatatlan következményei lesznek, ha ezen nem változtatunk.

A Dél-Koreában töltött cserediáksági tapasztalataim arra készítettek, hogy összehasonlítsam a magyar és dél-koreai ruhavásárlási szokásokat, és feltáró jelleggel levonjam a következtetéseket. Dél-Korea méltán híres a kultúrájáról, és az utóbbi évtizedekben lejátszódó gyors tempójú gazdasági fejlődéséről, amelynek hatásait a kvantitatív kutatásomban is tapasztaltam. A dél-koreai válaszadók nemcsak többször járnak vásárolni, de több pénzt is szánnak ruházkodásra, mint a magyar megkérdezettek, természetesen ebben az ázsiai országban az átlagjövedelmek is magasabbak.

A keresztábra-elemzésből kiderült, hogy a fast fashion fogalmának pontos ismerete a magyar válaszadóknál iskolai végzettségi szinthez köthető. A dél-koreai kitöltőknél viszont nem volt ezzel kapcsolatban összefüggés, hiszen a kérdőívet csak középiskolai és egyetemi végzettséggel rendelkezők töltötték ki, amely megerősíti azt a tényt, hogy Dél-Koreában rendkívül fontos a magas fokú képzettség. Ennek köszönhetően elmondható, hogy a divatkövető dél-koreaiak tisztában vannak a divatipar környezetszennyező hatásaival, de ugyanez elmondható a magyar válaszadóknál is.

A legutolsó hipotézisemben a használtruha vásárlási szokásokat vizsgáltam meg, amelyben kiderült, hogy Magyarországon e ruhaboltokban történő vásárlás okai elsősorban a minőségi darabok elérhetősége, másodsorban az alacsony árak voltak. Az eredmények alapján mindkét kérdőívben megkérdezettekre jellemző, hogy a használtruha boltban történő vásárlás nem a jövedelemszinthez köthető. A dél-koreai válaszadók csupán 18%-a jár használtruha boltba, amelynek legfőbb oka, hogy nem elterjedtek az ilyen típusú üzletek, míg Magyarországon a fénykorukat élik.

VEREB ZSÓFIA DORKA

vereb.zsafia.dorka@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Tóth Eszter
tanársegéd, DE GTK*

A méltányos kereskedelem helyi mozgalmá Franciaországban

Napjainkban egyre nagyobb szerepet kapnak a társadalmi és környezetvédelmi mozgalmak. Ennek egyik megnyilvánulása a fair trade, avagy a méltányos/tisztességes kereskedelem, mely egy emberközpontúbb, termelőfókuszú alternatívája a hagyományos kereskedelemnek. A közelmúltban azonban a fair trade rendszere átalakult. Ennek szellemében már nemcsak a fejlődő, hanem a fejlett országok termelői számára is megadatik a lehetőség, hogy bekapcsolódjanak a méltányos kereskedelembé, feltéve, ha betartják a rendszer által megkövetelt környezetvédelmi, gazdasági és szociális szempontokat.

Kutatásom célja az, hogy megvizsgáljam, hogyan adaptálható a méltányos kereskedelem rendszere a gazdaságilag fejlett országok (jelen esetben Franciaország) helyi piacain előállított, hazai termékeire a különféle helyi védjegyek és márkák segítségével. Kutatási kérdéseim között szerepel az, hogy milyen hasznokkal és előnyökkel jár ezen új, az eredetiből levezetett és kibővített mozgalom a francia termelők számára. Ennek a kérdéskörnek a vizsgálata azért érdekes, mert a francia példa jó gyakorlattal szolgálhat más, akár a magyar gazdaság számára is.

A dolgozatom első részében bemutatom a tudatos fogyasztással és a méltányos kereskedelemmel kapcsolatos szakirodalmat, mely méltóképpen megalapozza további vizsgálataimat. Ezt követően ismertetem a helyi fair trade keretét, mely során kutatásaimat használom fel. Primer kutatásom folyamán két csoportra osztottam a megkérdezett szervezetek körét: a WFTO szervezetének franciaországi tagjaira és a francia helyi méltányos kereskedelmi minősítéseket kibocsátó szervezetekre, melyeket zárt és nyitott kérdéseket tartalmazó online kérdőív kitöltésére kértem.

Kutatásom során arra a következtetésre jutottam, hogy a törvényi keret, a különféle szervezetek és védjegyek létrehozása jelentősen megkönnyítette a mozgalom meghonosítását Franciaországban, mely lassan már népszerűbb a hagyományos méltányos kereskedelemnél. Visszaigazolást nyert továbbá az a tény, hogy a termelők és gazdák egy sokkal igazságosabb, kiszámíthatóbb és stabilabb rendszer részesei lehetnek a helyi méltányos kereskedelmi mozgalom részeként, melyet számos nekik nyújtott előny tanúsít.

Bizakodva zártam le dolgozatomat, ugyanis reménykedem abban, hogy Magyarországon is kialakulhat egy, a francia rendszerhez hasonló, tisztességesebb és igazságosabb helyi méltányos kereskedelmi mozgalom.

Fenntartható fejlődés – marketing aspektusok

Elnök: Prof. Dr. Dinya László egyetemi tanár (MATE Károly Róbert Campus)
Társelnök: Prof. Dr. Zsóka Ágnes egyetemi tanár (BCE)
Tag: Dr. Bíró-Szigeti Szilvia egyetemi docens (BME GTK)
Tag: Dr. Rác-Putzer Petra adjunktus (PTE KTK)

BUNDSÁG ÉVA SZABINA

buevi95@gmail.com

Marketing

MSc, 5. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Huszár Sándor
tanársegéd, SZTE GTK*

A közösségérzet vizsgálata kerékpározók körében

A kerékpározás az élet számos területén meghatározóvá vált. Amellett, hogy olcsó, környezetkímélő és rugalmasságot biztosító közlekedési eszköz, a kerékpársport kialakulásának és fejlődésének, valamint az egészséges életmód iránti hajlandóság növekedésének következtében sokak számára a napi mozgásigény teljesítését, a sportolást jelenti. Ez a közkezdvelt kikapcsolódási mód nemcsak egyre népszerűbbé vált az elmúlt évszázadban, de egyre több területen figyelhető meg a közösségszervező ereje is – egyfajta közös kapocsként jelenik meg az emberek hétköznapjaiban.

Dolgozatom célja megvizsgálni, hogy a kerékpározás – mint tevékenység – képes-e kiváltani közösségérzetet a kerékpározó egyének körében. Amennyiben igen, akkor mely tényezők lehetnek hatással kialakulására. Marketing szempontból a kerékpározást nem csak tevékenységnek, hanem egyfajta fogyasztásnak is tekintem.

Dolgozatomban az átfogó szakirodalmi áttekintést a primer kutatásom követi. Ennek keretében elsőként netnográfiai megfigyelést végeztem el egy online kerékpáros közösségen belül, majd pedig online kérdőíves megkérdezést készítettem. A kérdőívben feltett kérdéseket az előzetesen felállított hipotézisek köré fogalmaztam meg, amelyek szorosan kapcsolódnak a szakirodalmi feltáráshoz. A közösségérzet mérése érdekében a Sense of Community Index 2 modell validált kérdéseit használtam, amelyek négy dimenzió mentén vizsgálják a közösségérzetet (tagság, integráció és szükséglet-kielégítés, befolyás, közös érzelmi kötelék). A téma specifikus elemei miatt egyes kérdések módosításra kerültek, hogy jobban illeszkedjenek a kutatási kérdéshez.

A netnográfiai vizsgálat alapján úgy tűnik, hogy az általam választott zárt, online csoportban a tagok leginkább információgyűjtés, élmények megosztása, valamint az események ajánlása céljából vannak jelen. Ez azt jelenti, hogy képesek befolyásolni egymás döntéseit és fontosnak tartják más kerékpározók véleményét. A kérdőíves megkérdezés alapján pedig megállapítható, hogy a kerékpározás egyaránt épít közösséget és közösségérzetet, viszont annak erőssége eltérést mutat, a mintán alkalmazott szegmentációk szerint. A kerékpáros rendezvényeken való részvétel erősíti a kerékpározókban az érzelmi köteléket és a közösségérzet jelen van formális csoporttagság nélkül is.

FENYVESI JANKA*fenyvesijanka@gmail.com*

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

*Témavezető:
Dr. Kovács Ildikó
egyetemi docens, BGE KKK*

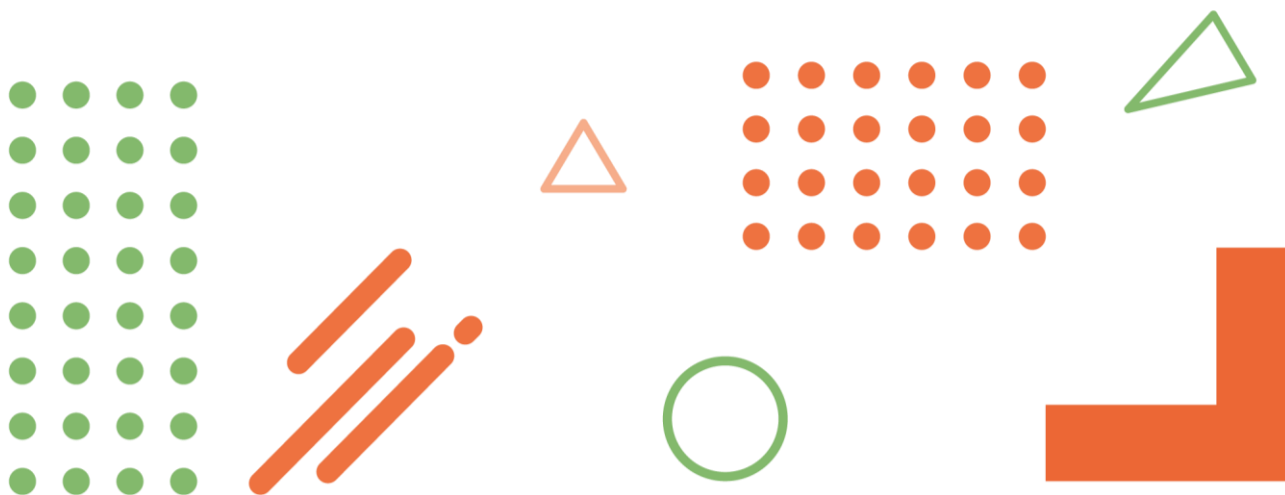
A fast fashion és a fenntartható divat megjelenése online felületeken

Munkám témája a divatipar Magyarországon, és azon belül a fast fashion elterjedése, illetve a fenntarthatóság fogalma és ismerete a Z generáció körében. Részletesebben megvizsgálom a fast fashion jelenséget Magyarországon és annak hatását a környezetünkre. Bemutatom, hogy a 10 legnagyobb divatlánc az online weboldalukon és webshopjukon hogyan közvetítik hozzánk, vásárlók felé a fenntarthatóság fogalmát. Ismertetem milyen lépéseket tesznek, hogy csökkentsék a környezetre mért hatásukat, mivel a divatipar a második legnagyobb szennyezője a bolygónknak.

Tanulmányozom a tömeggyártás hatását a környezetünkre, a cégek mit tesznek annak érdekében, hogy fenntarthatóbb módon termeljenek és csökkentsék az ökológiai lábnyomukat. Ismertetem a túltermelést és annak hatásait a vízfelhasználást, a légszennyezést és a túlzott hulladéktermelést. Összegzem ezekre a problémákra a lehetséges alternatívákat, amivel a fogyasztók hozzájárulhatnak a szennyezések csökkentésében.

Továbbá vizsgálom az etikus divat jelenlegi állapotát Magyarországon és a fogyasztók tudatosságát a fenntartható öltözködés témakörében. Kérdőíves felmérést végeztem a témában, hogy még több információhoz jussak, és ezekről vonom le a következtetéseket. A kutatásomban vizsgálom az online vásárlás helyével kapcsolatos, azaz a webshop kiválasztásával és a termékvásárlás során figyelembe vett döntési szempontokat.

Kutatásomból következtetésképp levonhatom, hogy a fogyasztók mennyire vannak tisztában egy ruhadarab vásárlásának a hatásával a környezetre és mivel tudnák csökkenteni ezt a hatást. Munkám célja, hogy betekintést nyerjek a fenntartható ruhaipar hazai ismeretéről, helyzetéről és lehetséges kilátásairól.



FÓTHY NOÉMI

fothynoemi54@gmail.com

Közgazdaságtan és Vállalati menedzsment

MSc, 3. félév

Selye János Egyetem

*Témavezető:
Dr. Szabó Dávid
adjunktus, SK SJE*

A zöld marketing hatása az egyetemista és középiskolás fogyasztókra

A zöld marketing és a környezettudatos gondolkodás mára már egy megkerülhetetlen része lett a fogyasztói társadalomnak. A társadalmi felelősségvállalás jelentőségének növekedésével egyre keresettebbeké váltak a környezetbarát, újrahasznosítható, energiatakarékos termékek. Ottman feltevése szerint minden fogyasztó valamilyen szinten környezettudatos, hatással vannak rá a zöld marketing elemei (Ottman, 2011).

A munka célja összevetni a középiskolás diákok és az egyetemista hallgatók szokásait a környezettudatos vásárlás kapcsán. Célunk megvizsgálni, hogy a környezettudatos gondolkodás részét képezi e a vásárlási szokásaiknak.

Ottman szerint a zöld termék definíciója nehezen megadható. De olyan termékről van szó, ami nem mérgező, időtálló, újrahasznosított vagy természetes anyagokból készült és minimális csomagolással rendelkezik. Zöld terméknek olyan termék számít, ami környezetbarátabb, mint a nem zöld termékek (Ottman, 2011).

Kutatásunkban online kérdőív segítségével feltérképeztük a két csoport véleményét a környezetbarát termékekről és a környezettudatos vásárlásról. Ezután a kapott eredményeket grafikusán ábrázoltuk és statisztikai próbák segítségével elemeztük.

Feltételeztük, hogy mindkét csoport környezettudatosan gondolkodik, amit a kérdőívre adott válaszok be is bizonyítottak. Ezen felül feltételeztük, hogy a két csoport eltérően vélekedik a környezettudatosságról, környezetbarát termékek fontosságáról. A statisztikai elemzések és a grafikonon ábrázolt eredmények alapján ez a feltevésünk is helytálló. A két csoport válasza között találtunk szignifikáns különbségeket.

A téma gyakorlati jelentősége abban rejlik, hogy még egy kevésbé kutatott területnek számít, ugyanakkor a zöld termékek egyre nagyobb piaccal rendelkeznek, egyre többen választják a környezetbarát termékeket.

GALAMBOS PATRÍCIA

galambospaty@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

PAPP DALMA FRUZZSINA

pappdalma17@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. Kovács Ildikó

egyetemi docens, BGE KKK

A fenntartható divat iránti fogyasztói attitűdök kvalitatív és kvantitatív vizsgálata

A TDK dolgozatunk témájának a fenntartható divatot választottuk. Nem csak személyes érdeklődésünk végett döntöttünk e téma mellett, hanem mert úgy gondoljuk, hogy aktualitása van a mai világban, hiszen egyre nagyobb szerepet kap a környezettudatosság és a fenntarthatóság gondolata, mind a fogyasztók, mind a vállalatok részéről.

Dolgozatunkban vizsgáltuk többek között, hogy a fogyasztóknak a ruházati termékekkel kapcsolatban milyen vásárlási szokásaik, illetve a fogyasztói magatartásukra vonatkozó jellemzőik vannak, valamint, hogy milyen forrásokból tájékozódnak a divatvilágot, a trendeket, illetve a fenntarthatóságot illetően, beleértve, hogy milyen kulcsszavak révén jutnak el az internetes forrásokhoz. Kíváncsiak voltunk arra is, hogy a fogyasztók mennyire informáltak az iparág környezeti és szociális hatásaival kapcsolatban, azaz mennyire van jelen a köztudatban a divatipar árnyoldala és az ez ellen küzdő etikus irányzat. Feltérképeztük a témával kapcsolatosan a fogyasztói attitűdöket, azaz, hogy hogyan viszonyulnak a megkérdezettek az öltözködés e formájához, és mennyire nyitottak szokásaik megváltoztatására, a fenntartható márkák befogadására.

A vizsgált kérdésekre elsőként szekunder, majd primer kutatással kerestük a válaszokat. A már meglévő információk összegzését követően egyaránt alkalmaztunk kvalitatív és kvantitatív primer kutatási módszereket. Elsőként mélyinterjúkat készítettünk félig strukturált interjú guide segítségével. Ezt követően kérdéseinket minél több emberhez szeretnénk eljuttatni, ehhez az online kérdőíves megkérdezés módszerét választottuk. Végezetül az internet erőteljes szerepét figyelembe véve két online kutatást végeztünk, melynek keretében elemeztük a témával foglalkozó elérhető blogok, fórumok, közösségi média felületek tartalmait, illetve megvizsgáltuk a keresési rátákat az összegyűjtött kulcsszavak, kifejezések esetében.

Az eredményeket összegezve megállapítottuk, hogy a kutatás elején felállított hipotéziseink nagy része beigazolódott. Fény derült arra, hogy a megkérdezett fogyasztóknak milyen szokásaik vannak a ruhavásárlás terén, milyen szempontok vezérlik ruhavásárlási döntéseiben, mennyire informáltak a témában, melyek a legfőbb tájékozódási forrásaik, milyen internetes források állnak rendelkezésükre, mennyire nyitottak a szokásaik változtatására és a környezettudatos magatartásra, valamint, hogy egy fenntartható vállalat milyen felületen és miként tudná leghatékonyabban elérni a fogyasztókat.

HARNBERGER BIANKA

bianka.harnberger@evk.hu

Marketing

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Markos-Kujbus Éva
adjunktus, BCE GT*

CSR kommunikáció fogyasztói megítélése a fast fashion iparágban – A H&M példáján keresztül

Dolgozatomban az általánosságban megosztó, fast fashion iparágban megjelenő vállalati társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos kommunikációt és annak fogyasztói megítélését vizsgáltam. Fő kutatási kérdésem a következő volt: „Milyen tényezők befolyásolják a fogyasztók megítélését a H&M CSR kommunikációjával kapcsolatban?”.

Ezen kérdéskör feltárásához a fókuszcsoporthoz- és mélyinterjú, valamint a kvalitatív tartalomelemzés módszertani eszközeit vettem igénybe. A H&M fogyasztóit célorientált környezettudatossági szempontból egy szűrőkérdőív segítségével három csoportba osztottam, majd fókuszcsoporthoz-, illetve mélyinterjúkat készítettem velük, hogy megtudjam, milyen a vállalat kommunikációjának megítélése – a környezettudatosságot helyezve fókuszba. Az interjúalanyok három csoportja a következő volt: kevésbé környezettudatosak, közepesen környezettudatosak és fokozottan környezettudatosak. Az első két csoporttal fókuszcsoporthoz, a harmadik csoporttal pedig mélyinterjúkat készítettem. Kutatásom végső eredménye az alábbiakban foglalható össze: a megítélést befolyásoló fő tényezők a szülőktől tanult, otthonról hozott értékek, a felvett viselkedési minták, akár egy hosszabb külföldi tartózkodás során, valamint az ökológiai tudás és tájékozottság voltak. Ezzel párhuzamosan a kommunikációt illető negatív vélemények is felszínre kerültek, melyek az alábbiak voltak: az egyes akciók (például ruhagyűjtési akció) lekövethetőségének hiánya, az egyes kampányok kirakati elemként való funkcionálása, tényleges pozitív hatás nélkül, végül pedig a rossz információátadás és a nagy kommunikációs zaj lett kiemelve, mint fő probléma, hiszen az ilyen környezettudatos kampányok híre nem feltétlenül jutott el az interjúalanyokhoz. Így a vállalat javíthatna a fogyasztókban kialakult képen azzal, ha transzparenssebbé tenné az értékláncban végbemenő folyamatait, megfelelőbben kiaknázná kommunikációs csatornáit, nagyobb hangsúlyt fektetve a környezettudatossággal kapcsolatos üzenetekre is, valamint jelentős fenntarthatósági innovációkat implementálna az egész ellátási láncán belül. Összességében azonban kiderült, hogy a vállalat kommunikációja nem jut el megfelelően a célcsoporthoz.

MÁRTON JÁNOS

mrtm.janos123@gmail.com

Marketing

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. habil. Neulinger Ágnes

tanszékvezető egyetemi docens, BCE GT

„Szütyőforradalom” – A fogyasztói elköteleződés megértése a fogyasztói mozgalmakban a zero waste mozgalom példáján keresztül

A dolgozat tárgyát a fogyasztói mozgalmak témakörén belül a zero waste, azaz szeméttmentes mozgalom képezi. A kutatás fő témája, hogy megismerjük a zero waste mozgalom legfontosabb fogyasztással kapcsolatos jellemzőit, megértsük a mozgalom felépítését, tagsági dinamikáját, valamint a tagok egymáshoz fűződő viszonyait. A kutatás adatfelvétele kvalitatív technikával történt, a kérdések megválaszolása érdekében félig strukturált mélyinterjúk és epizodikus életútinterjúk alkalmazására került sor.

Három különböző állomás azonosításának segítségével részletesebben elemzésre kerülnek a legfontosabb tényezők és dimenziók, amelyek az egyénre befolyásoló szereppel hatnak. A mozgalomba való csatlakozás legfontosabb tényezői segítik megérteni és kontextusba helyezni az egyén legfontosabb motivációit, tudatos és tudat alatti okait. A csatlakozás melletti döntés után a mozgalom tagságában való maradás okait szemlélem. Az elköteleződési folyamat szélesebb körű megértése érdekében pedig azokat a tényezőket is megvizsgálom, amik esetleg a mozgalom elhagyása felé irányíthatják a tagokat, arra keresve a választ, milyen esetben nem vállalnák tovább, hogy a mozgalom hatással legyen a fogyasztásukra.

A zero waste közösséget feloszthatjuk három csoportra: a kezdőkre, a követőkre és a keménymagra, akik különböző elköteleződési szinten helyezkednek el a közösségen belül. A fogyasztással kapcsolatban elkülönült három terület, amire a zero waste mozgalom nagy hatással van:

- (1) Egyszerűsítő mechanizmusok, heurisztikák
- (2) Vásárlási rituálék és szokások kialakítása
- (3) Vásárlás tudatos csökkentése.

A mozgalom iránti elköteleződés folyamatában pedig kiemelten fontosnak bizonyult az új tagok esetében egy inkubációs időszak, ahol gyakorlatilag eldől, hogy hosszútávú tagja lesz-e a mozgalomnak vagy sem és kiemelten fontos szerepe jut a közösség szerepének. A legfontosabb tényezők az elköteleződésben pedig a következők:

- (1) Célok állítása és azok teljesítése
- (2) Sikerélmények, elismerés
- (3) Hatás gyakorlása másokra
- (4) Lemondás és elfogadás
- (5) Társas kapcsolatok
- (6) Etikai, spirituális szempontok

NAGY BARBARA*barbi.nagy.998@gmail.com*

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezetők:**Dr. Lukovics Miklós
egyetemi docens, SZTE GTK**Dr. Prónay Szabolcs
egyetemi docens, SZTE GTK*

Hagyománykedvelő elutasítóktól a nyitott kalandvagyóig – fogyasztói szegmensek az önvezető járművek piacán

Napjaink meghatározó jelensége a negyedik ipari forradalom, mely a digitalizáció révén forradalmi újításokat és radikális változásokat idéz elő életünk minden területén. Az önvezető járművek napjaink ipari forradalmának olyan korszakalkotó innovációi, melyek a különböző szenzorok és a mesterséges intelligencia alkalmazásának köszönhetően képesek emberi beavatkozás nélkül a forgalom aktív résztvevőivé válni. Az autonóm járművek működéséhez kapcsolódó technológiák elképesztő tempóban fejlődnek, ezért annak vizsgálatára is kiemelt figyelmet kell fordítanunk, hogy a társadalom egyes csoportjai milyen mértékben állnak készen egy ilyen innováció elfogadására, illetve hogy az egyes csoportok felé hogyan lenne érdemes kommunikálnunk az innovációról megfogalmazott üzeneteinket. Az elmúlt időszakban világszerte rengeteg felmérés született az önvezető járművek témakörével kapcsolatban, de ennek ellenére nagyon csekély azon kutatások száma, melyek a fogyasztók szegmentálására is kitérnek. Tudomásom szerint ilyen tanulmányt eddig csak külföldi kutatók készítettek, a magyar társadalom szegmentálására és a csoportokhoz célzott üzenetek alapgondolatainak megfogalmazására még nem került sor hazánkban. Kutatásom célja a hazai fogyasztók homogén csoportokba sorolása és olyan marketingkommunikációs alapgondolatok megfogalmazása, melyek illeszkednek a kialakított szegmentumok jellemzőihez. Ennek megvalósításához először online kérdőív segítségével azt vizsgáltam, hogy a hazai fogyasztók milyen ismeretekkel, attitűddel és kipróbálási szándékkal rendelkeznek az önvezető járművekkel kapcsolatban. Ezt követően faktor-, és klaszteranalízis alkalmazásával csoportokba rendeztem a hasonló ismeretekkel rendelkező egyéneket. Kutatásom során öt fogyasztói szegmentumot különítettem el az önvezető járművek hazai piacán, melyek eltérő tulajdonságaik végett eltérő marketingkommunikációs megoldásokat igényelnek. Dolgozatomban a kialakított szegmensekhez illeszkedő marketingkommunikációs irányok lehetőségeit térképezem fel, illetve azokra vonatkozóan csupán alapgondolatokat fogalmazok meg. A kommunikációs alapgondolatok megfogalmazását nehezítette, hogy a téma rendkívüli komplexitással és magas bizonytalansági fokkal rendelkezik, így jelenleg az sem egyértelmű, hogy ki fogja magát a kommunikációt végezni és finanszírozni. Ennek tudatában fontos kiemelni, hogy konkrét és megalapozottabb marketingstratégia kialakítása a későbbiekben mélyebb kutatások elvégzését igényli.

NAGY DÓRA

nagydora1998@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. Kovács Ildikó

egyetemi docens, BGE KKK

Magyar divatmárkák fenntarthatósággal kapcsolatos kommunikációja a közösségi médiában

Dolgozatommal néhány divatipari cég közösségi médián történő tevékenységét és a felhasználókból kiváltott reakciókat vizsgáltam meg. Választásom azért esett a divatiparra, mert korábban a piackutatás nevű kurzuson, oktatómnak köszönhetően, elkezdett foglalkoztatni a fenntartható divat témaköre, olyannyira, hogy eldöntöttem, egy nap szeretném elindítani saját vállalkozásom ezen a területen. Ehhez tökéletes alapot nyújt ennek a dolgozatnak az elkészítése.

Kutatásom célja az volt, hogy megismerjem, jelenleg milyen elvárásai vannak a Z és Y generációs fogyasztóknak a divatmárkák felé a közösségi médián történő kommunikációjukat illetően, és hogy ennek a magyar fenntartható márkák hogyan tesznek jelenleg eleget. A téma aktualitásából fakadóan kutatómunkám a fenntartható divat köré csoportosuló tartalmakra fókuszálom. Dolgozatommal szeretnék rávilágítani arra, hogy a 2020-as pandémia miatt kialakult helyzetben az eddiginél is jelentősebb a cégek digitális jelenléte, illetve kommunikációjának módja a sikeres működés és esetenként a fennmaradás érdekében.

Dolgozatom alapdefiníciók meghatározásával, valamint egy globális kitekintéssel és trendelemzéssel kezdem, melyet egy internetes információ kutatással és offline dokumentum elemzéssel állítok össze. Megismerem a magyar divatipar social media tevékenységét, megnevezek cégeket, akik jelentősebb marketing tevékenységet végeznek social media oldalakon. Ezután primer kutatást végzek, egy szakértői interjú elkészítésével, melyet egy részletesebb közösségi média elemzéssel folytatok, majd egy fogyasztói fókuszcsoporthoz –, valamint két fogyasztói mélyinterjú elkészítésével és kielemezésével jobban elmerülök a témában.

Párhuzamba helyezve a keresleti és kínálati oldalt, összegeztem kutatási eredményeimet és átfogó képet alkottam a jelenlegi, közösségi médián történő kommunikációs folyamatokról, valamint elemeztem azok hatékonyságát, és ez alapján javaslatokat tettem egy hatékonyabb kommunikációs stratégia megalkotásához.

Kutatásom újszerűsége a pandémiás helyzet miatt kialakult magyar fogyasztói attitűdök és a cégek fenntarthatósággal kapcsolatos felelősségvállalásának változásain alapszik. Ennek következtében a kutatás eredményei hasznosak lehetnek nem csak a ruhaipari, hanem bármely cég, márka számára.

NÉMETH TAMÁS

nemeth.tamas97@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 3. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kovács László

egyetemi docens, ELTE TÁTK

Az elektromos autók fogyasztói megítélése 2020-ban

A dolgozat az elektromos autók foglalkozik, amelyek az utóbbi években egyre nagyobb népszerűségnek örvendenek. A belsőégésű motorok még ma is nagyon népszerűek, az autógyártók az elmúlt 100 évben szívesen alkalmazták előnyös tulajdonságai miatt és a vásárlók is előszeretettel vásároltak benzín vagy dízelüzemű gépkocsit. Az elektromos autók fejlesztése ugyanakkor folyamatos volt és 10-15 éve a zöld gondolkodás hatására az autógyártók előtérbe helyezték a villanyautók fejlesztését. A Tesla új autóiipari márkaként mutatta be elektromos gépjárműveit, ezzel újra alternatívaként megjelölve a belsőégésű motorok mellett.

Az elektromos autók eladásainak száma az elmúlt években minden évben megduplázódott, azonban még számos kérdés megválaszolatlan a villanyautók körül, amely az elterjedésüket akadályozhatja. Az elmúlt években egymásnak ellentmondó tanulmányok jelentek meg a környezettudatossági kérdésekről, miszerint az elektromos autó egyáltalán nem környezetkímélőbb, mint egy hagyományos erőforrású autó.

Bár az elektromos hajtás üzemeltetése során nem szennyez, további kérdés, hogy az üzemeltetéshez szükséges akkumulátorok előállítás vagy megsemmisítése mennyivel növeli meg az elektromos autók teljes életciklusa (előállítás, üzemeltetés, megsemmisítés) alatti károsanyag kibocsátási értékeket. A villanyautó „üzemanyaga” az elektromos áram, amelyet erőművekben állítanak elő. Az Európai Unióban 2018-ban az elektromos áram 40%-át a fosszilis anyagok elégetése adta (Eurostat, 2018). Ez azért lehet komoly probléma, mert az elektromos autók által megnövekedett energiaszükséglet miatt a lokális (helyi) szennyezés ugyan nagymértékben csökken, de a globális környezetszennyezési probléma továbbra is fennmarad, azaz az elektromos autók csupán a „szőnyeg alá seprik” a környezeti problémákat.

A dolgozat célja, hogy az elektromos autók gazdasági és társadalmi problémáit összegyűjtse. Az elméleti rész inkább a gazdasági kérdésekkel (a vételár, a fenntartási költségek, a károsanyag kibocsátás összehasonlítása a hagyományos erőforrásokkal szemben), míg a saját kutatás rész társadalmi kérdéseket, a vásárlók hozzáállását vizsgálja az elektromos autókhoz és az autóvásárlási szokásokhoz.

A kutatás alátámasztja, hogy a vásárlók hozzáállása pozitív az elektromos autókhoz, környezetkímélőbbnek tartják a hagyományos autóknál. Ugyanakkor a válaszadók többsége drágának véli az elektromos autókat és úgy gondolja, hogy az csak kis mértékben oldják meg a környezetszennyezési problémákat.

POLONKAI ÁDÁM

adam.polonkai25@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Hajdú Noémi

egyetemi docens, ME GTK

Dr. Nagy Szabolcs

egyetemi docens, ME GTK

Measuring Volunteer Motivation – A Methodological Overview

The main problem of my research, that the Hungarian university students do not take part in a high degree of volunteering activities. In my study, I will introduce the concept and emergence of social marketing, as well as its position in the marketing sciences, with special regard to its relevance at the field of volunteering and in Hungary. Furthermore, I will analyse that how each step of marketing applies to the promoting of volunteering and what roles do these steps fulfil.

I will also study the main motivation factors of volunteering in Hungary. The primer research contains a non-representative questionnaire with the sample size of one hundred and ninety participants. The questionnaire was based on methodologies in the topic: E. G. Clary's VFI methodology (1998.) and Kahle's LOV methodology (1988.) The results have been analysed through advanced statistical methodologies in order to decide about the following hypotheses: "We expect that that male and female members of the sample have no significant differences in their motivations to do volunteer work." (1); "We expect the VFI part of the questionnaire produces the same factor structure that E. G. Clary (1998.) established." (2) and "Based on Chacón et al. (2017), we expect that age has a significant influence on the mean score of Career function motive." (3).

Above the previously mentioned, I am looking for answers regarding the following questions: what is the current state of volunteering in Europe and in Hungary (1); why is the promotion of these kind of activities via marketing is challenging (2); what motivation factors play the most important role in the Hungarian volunteering (3); and how can these factors be utilised through social marketing (4)?

This TDK study is a work of more than a year. In September, 2019. I started writing "Promoting Volunteer Activities – Today's Challenges of Social Marketing". This has been extended into "Motivational Factors of Volunteering in Hungary – Personal Aspects of Social Marketing" in March, 2020. In November 2020, further analyses have been made regarding the questionnaire, resulting in today's, final version.

Fenntartható fejlődés – társadalom, fenntarthatóság makro perspektívában

Elnök: Dr. Tóth Gergely egyetemi tanár (MATE Kaposvári Campus)
Társelnök: Dr. habil. Harangozó Gábor egyetemi docens (BCE)
Tag: Dr. Csáfor Hajnalka egyetemi docens (EKE GTK)
Tag: Dr. Lencsés Enikő egyetemi docens (MATE Szent István Campus)
Tag: Dr. habil. Karcagi-Kováts Andrea adjunktus (DE GTK)

ÁSVÁNYI MARCELL

asvanyi.marcell@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Galambosné dr. Tiszberger Mónika

adjunktus, PTE KTK

Statisztikai jólléti modellek bemutatása és kísérlet egy átfogó modell megalkotására

„Minél nagyobb a jólét, annál könnyebben felborulhat!” – fogalmazta meg gondolatait Arisztotelész valamikor az időszámításunk előtti 4. század során. Bár az elsőre inkább komikusnak vagy humorosnak tűnő megjegyzés közel sem tekinthető komoly érveknek, de a tény, hogy az emberiséget már évezredek óta foglalkoztatja a jólét kérdése, tökéletesen alátámasztja. Azonban az idők során keletkezett jóllét definíciók majd később modellek – a jólét szubjektívitasából fakadóan – más-más pontra helyezték a hangsúlyt a jólét tényezői között. Nem létezett holisztikus, jólétet vizsgáló modell.

Ezt a kérdéskört vizsgálja a kutatásom, amely – az alapvető definíciók tisztázása után – elsőként rendszerezi és összehasonlítja a manapság leggyakrabban használatos jólléti modelleket és rávilágít arra, hogy azok miért nem képesek a már említett holisztikus modell szerepét betölteni. Ebből kiindulva a kutatásom kísérletet tesz ezen holisztikus modell létrehozására, amely során a szakmailag elismert modellekből emeli át a vizsgált jólléti tényezőket és azok adatait, majd ezt a saját magam által összeállított módszertannal kiegészülve alakítja egy új jólléti modellé, ami az Átfogó Jóléti Index (Comprehensive Well-being Index – CWI) nevet viselni.

A CWI módszertanában egyaránt szerepelnek gyakran használt statisztikai módszerek (pl.: regresszióanalízis, geometriai- és számtani közép), de olyan megoldások is, amivel a korábban bemutatott modellek nem élnek. Ilyen például a kettős sztenderdizálás, ami az adatok transzformálásakor adat és rangsor alapján is elvégez egy Min-max transzformációt, ezzel a kétféle transzformáció negatív hatásai (kiugró- és sűrű adatállomány miatti torzító hatás) tompítják egymást.

Az eredmények azt mutatják mind szubjektív és objektív ellenőrzés után, hogy a CWI-nek van létjogosultsága, az eredeti célként meghatározott holisztikus és kompromisszumos jólléti modell szerepének betöltésére alkalmas lehet. Ugyanúgy pozitív eredményeket ad vissza, ha a modell módszertanának egyedi elemeinek (pl.: kettős sztenderdizálás) szerepét vizsgáljuk a módszertanon belül.

BALÁZS BENCE FERENC

balazsbence99@outlook.hu

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 3. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

TÓTH MÁTÉ

mtth206@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 3. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezetők:

*Balázné dr. Lendvai Marietta
főiskolai docens, PE GKZ*

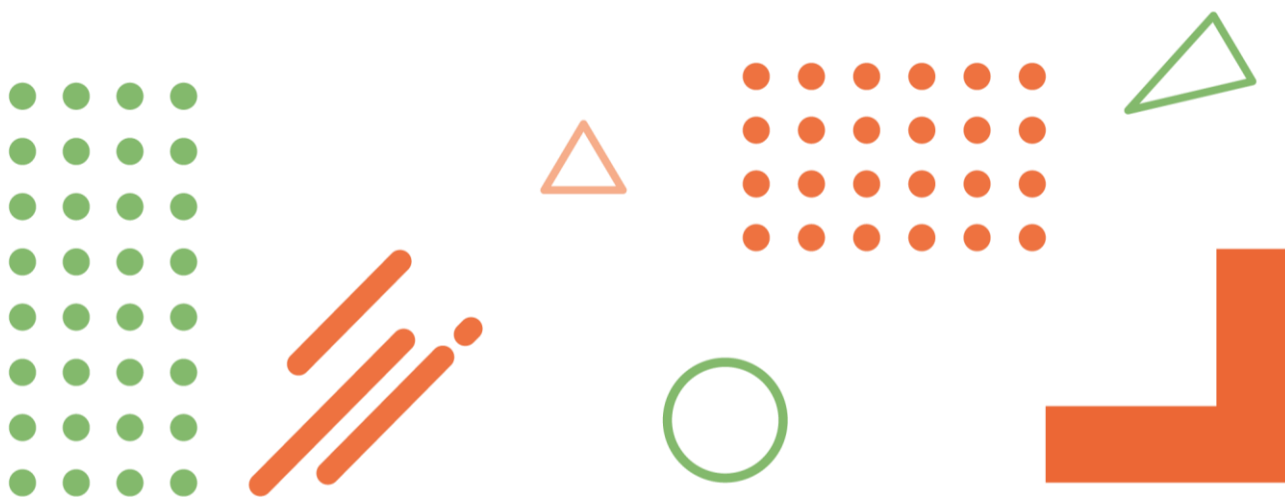
*Dr. Tóth Zsuzsanna
főiskolai docens, BGE KVIK*

Fenntarthatóság Z-generációs szemmel

A LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) modell vizionálja a jövő fogyasztóját, akinek fontos a fenntarthatóság és a felelősség. Napjaink fogyasztóit egyre inkább foglalkoztatják a globális problémák és kihívások, s többen követik a fenntarthatósághoz kapcsolható olyan trendeket, mint egészség-és környezettudatosság, természetesség iránti igény, fenntartható életminőség és egyensúlykeresés. Vajon mi jellemzi ezen a téren a fiatalokat? Mennyire érhető tette a LOHAS tényezők a mindennapjaikban?

Dolgozatunkat a nemzetközi és a hazai trendek bemutatásával kezdjük, majd kitérünk a téma szempontjából fontos elméleti vonatkozásokra, így a Z generációs jegyekre, a fenntarthatósági fogalmakra, modellekre, s kutatási eredményekre. Felvázoljuk a felelős környezeti magatartás- és kultúra modellt is, amely fontos alapot biztosított a primer felmérésünkhöz, amellyel a Z generációt céloztuk meg Európában és Magyarországon. Egyrészt vizsgáljuk, hogy a zöld gondolkodás, szemlélet, mennyire érhető tette a mindennapjaikban, milyen az elkötelezettségük, s mennyire érzik át a felelősség súlyát a mai fiatalok. Választ keresünk arra is, hogy mennyire vonzóak számukra azok a vállalatok, amelyeknek fontos a fenntarthatóság és be is építik azt az üzleti modelljükbe. Feltérképezzük továbbá azt is, hogy az eddigiekben tettek-e lépéseket, s ha igen, milyen területen, s hogyan prioritizálják azokat.

Végül a kutatás eredményei alapján próbáljuk összemérni a hazai és a nemzetközi trendeket, tipizálni a Z generáción belül azonosítható csoportokat, majd felépítjük a korosztályunk fenntarthatósági kultúra modelljét, s levonjuk következtetéseinket.



BALÓ VERA

balo.vera357@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Csigéné Nagypál Noémi

adjunktus, BME GTK

Vállalati finanszírozású ösztöndíjprogramok Magyarországon

A dolgozat célja a vállalati társadalmi felelősségvállalás (corporate social responsibility – CSR) tehetséggondozó ösztöndíjprogramokon keresztüli gyakorlásának vizsgálata, a hasonló hazai programok és az érintett csoport bemutatásán, valamint vállalatok körében az esetleges szerepvállalásról készített felmérésen keresztül. Vizsgálom a CSR elméleti és történeti hátterét, amelyen keresztül megállapítom, hogy a hátrányos helyzetű gyermekeknek szóló tehetséggondozó ösztöndíjprogramok, amennyiben vállalati finanszírozásból (is) működnek, CSR tevékenységnek tekinthetők.

Részletesem bemutatom ezeknek a programoknak az érintett csoportját Magyarországon, kitérve a gyermekszegénység és a társadalmi mobilitás hazai helyzetére, ezzel alátámasztva, hogy szükség van hasonló programokra hazánkban. A program vezetőivel készített mélyinterjú keretében vizsgálom két olyan hazai ösztöndíjprogram működését, amelyek közül az egyik kizárólag vállalati finanszírozásból működik, a másik viszont nem talál vállalati partnereket. Utóbbi program vezetőjével mélyinterjú során elemzem a forráshiány lehetséges okait.

A bemutatott programokra való jelentkezők száma és a programok kapacitása közötti különbséggel, valamint a korábbiakban vizsgált szegénységi adatokkal indoklom, hogy a meglévőknél jóval több hasonló programra lenne szükség Magyarországon, ennek okán felmérést készítettem 45 hazánkban is működő vállalat körében az esetleges csatlakozásról. A kutatás során online kérdőív formájában kerestem meg kis-, közép-, és nagyvállalati vezetőket, illetve CSR-ért felelős munkatársaikat, akiket a vállalat meglévő CSR gyakorlatairól, valamint a tehetséggondozó ösztöndíjprogramokról, azoknak az adott cég által vállalható támogatási lehetőségeiről kérdeztem. A kérdőív végén kikértem a kitöltők személyes véleményét is a kérdésről, a kritikákra kutatási tapasztalataim alapján szintén személyes véleményemet kifejtve reagálok.

Kitérek a 2020-as koronavírus járvány okozta krízishelyzet következtében tapasztalt megnövekedett CSR tevékenységre a rászoruló gyermekek felé, ismét alátámasztva az érintett csoport külső segítségnek való kiszolgáltatottságát és a vállalatok szerepvállalásának fontosságát.

Összegzésként nagy vonalakban leírok egy, a kutatásaim alapján ideálisan működő tehetséggondozó ösztöndíjprogramot majd összefoglalom, hogy a dolgozatban is leírtak alapján miért gondolom, hogy egy Magyarországon működő vállalatnak ebbe az irányba (is) érdemes terveznie jövőbeni CSR tevékenységét.

CSURGOVICH ALEXANDRA

csurgovich98@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 7. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Sebestyén dr. Szép Tekla
egyetemi docens, ME GTK*

Úton a fenntarthatóság felé: a Visegrádi Négyek teljesítményének vizsgálata a fenntartható energiagazdálkodás terén

Dolgozatomban a fenntartható fejlődés és azon belül a fenntartható energiagazdálkodás témájával foglalkoztam a Visegrádi Országokban 2000 és 2017 között, ugyanis ezek meghatározzák a mindennapi életet az egyén és a társadalom, illetve a gazdaság szintjén is.

Az első fejezetben az elméleti háttérrel igyekeztem összefoglalni.

A dolgozat második fejezetében a vizsgálni kívánt területi egységet, a Visegrádi Országokat mutattam be gazdasági mutatók elemzésével 2000 és 2017 között.

A harmadik fejezetben a Visegrádi Országokat elemeztem főbb energetikai mutatókkal, így megvizsgáltam a primer energiatermelés és végső energiafelhasználás közötti eltérést, és ezek változását az idő múlásával, illetve kitértem arra, hogy ezek mekkora mértékben származtak megújuló energiaforrásokból. Úgy vélem, hogy ezen adatok elemzésével átfogó képet lehetett alkotni az országok teljesítményéről energetikai téren.

Végül dolgozatom negyedik fejezetében az országok energiapolitika végrehajtásának hatékonyságára vonatkozó mutatót számítottam ki ún. Golusin-módszerrel, majd elemeztem annak alakulását és kapcsolatát a négy ország között annak alakulását szigma-és béta-konvergencia modellel. Végül szintén ezen mutató kapcsolatát vizsgálom meg a GDP és a HDI mutatóval kapcsolatban. Arra kerestem a választ, hogy a mutatók alakulása milyen kapcsolatban áll az energiapolitika végrehajtásának hatékonyságával.

Dolgozatom eredményeit összegezve az mondható el, hogy a Visegrádi Országokban jelentős mértékben nőtt a megújuló energiaforrások használata 2000-ről 2017-re, melynek egyik ösztönzője az EU-s célkitűzések. Ezt igazolják a harmadik fejezetben lévő ábrák is.

Továbbá a negyedik fejezetben végzett számításaim alapján arra a következtetésre jutottam, hogy az EEP mutató tendenciája megfelelő irányba halad, tehát ha az országok továbbra is folytatják az eddigi intézkedéseiket, valamint igyekeznek tovább javítani végrehajtó munkájukat, akkor képesek lehetnek egy sokkal fenntarthatóbb jövőt alkotni energetikai szempontból. Az OLS-modell alkalmazása pedig egy nagyon fontos dologra világított rá. Mégpedig arra, hogy sajnos egyelőre csupán a gazdasági növekedésnek van hatása az energiapolitika javulására, és a HDI mutató a V4-ben még nem meghatározó. Úgy hiszem, hogy ezen a téren kellene még sokat fejlődnie ennek a régióknak, hogy a fenntartható energia területét ne csak a gazdasági tényezők határozzák meg.

FEKETE DÁVID*feketedavid1012@hotmail.com*

Mechatronikai mérnök

BSc, 6. félév

Óbudai Egyetem

Bánki Donát Gépész és Biztonságtechnikai Mérnöki Kar

*Témavezető:
Dr. Nagy István
egyetemi docens, ÓE BGK*

Deep Learning segítségével a GDP ellen

A XXI. századi technológiák birtokában nem engedhetjük meg önmagunknak azt a kényelmet, hogy a gazdasági mérőszámainkat néhány adat segítségével írjuk le, melyek információtartalma nem elég nagy. A jelenleg használt GDP korlátozottan alkalmas a valódi gazdasági folyamatok jellemzésére. Egy olyan mérőszám, mely nem az optimalizálásra bátorít, egy mérőszám, ami a korlátlan fogyasztást, az esztelen erőforrásgazdálkodást és a környezetünk kifosztását helyezi előtérbe.

Dolgozatom célja megmutatni a mélytanuló rendszerek működését, hogyan tekinthetünk be az általuk hozott döntések mechanizmusába. Megmutatni azt, hogy ezeknek a rendszereknek a pontossága az adatok hitelességétől, diverzitásától függ, és bemutatni azt, hogy a jelenlegi törekvések a GDP lecsempesítésére, nem teljes mutatók. A rengeteg rendelkezésre álló adat mellett pontosabb megoldások lehetnének elérhetőek egy jól felépített szempontrendszer alapján automatikusan generált mérőszám segítségével.



FONYÓDI ANETT

fonyanett@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. Ferkelt Balázs

egyetemi docens, BGE KKK

Környezetvédelem és klímaváltozás elleni küzdelem a visegrádi országokban

A TDK dolgozatom témájának a környezetvédelmet és a klímaváltozást választottam, mert jelenleg nagy aktualitással rendelkezik, egyre több ország próbál környezetbarát technológiákat alkalmazni. Az alacsony szintű biodiverzitás, a fosszilis tüzelőanyagok nagymértékű használata komoly problémákat jelentenek.

A dolgozatomban a következő kutatási kérdésekre keresem a választ:

1. Mennyire különböznek a visegrádi ország környezetvédelmi célkitűzései?
2. Hogyan érinti a klímaváltozás a négy ország gazdaságát?
3. Van-e kooperáció a visegrádi országok között környezetvédelmi stratégiájukban?
4. Mennyire hasonlítanak az országok a megújuló energiaforrások alkalmazása tükrében?

A dolgozatom első részében a négy visegrádi országban a környezetvédelem fontosságát, szerepét mutatom be. A második rész a megújuló energiaforrások használatát elemzi a visegrádi országokban. A harmadik fejezet középpontjában a klímaváltozás kérdésköre áll. Tervezem, hogy a visegrádi országok fiataljai körében egy primer kutatást is végzek, melynek eredményeit a negyedik fejezetben értékelem. Kutatásom során angol és magyar nyelvű cikkeket, publikációkat, könyveket, statisztikákat dolgoztam fel.

LACZKÓ ADRIENN

laczkoadri08@gmail.com

Pénzügy

MSc, 1. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

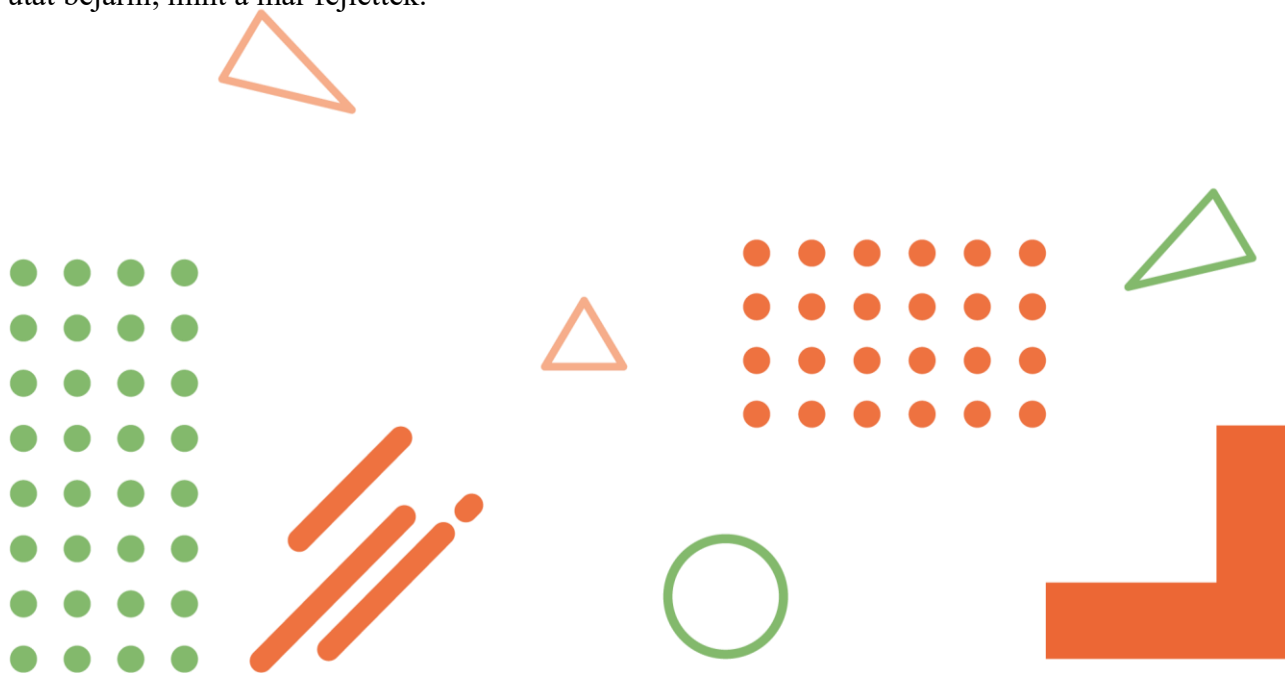
Témavezető:
Dr. Gébert Judit
adjunktus, SZTE GTK

A környezeti Kuznets-görbe: a hipotézis megközelítése a környezet állapotát mérő mutatók segítségével

Kutatásom fő témája a környezeti Kuznets-görbe hipotézis (EKC), mely szerint az egy főre jutó jövedelem (GDP vagy GNP) és a környezeti állapot romlása között fordított U alakú kapcsolat van. Dolgozatomban kitérek az EKC eredetére, az eddig szerzett ismeretek összegzésére, a görbe alakjára ható változókra, valamint a hipotézis fő kritikáira, beleértve a fejlődő és fejlett országok közti különbségeket is. Kutatási kérdéseim a következők: (1) igazolható-e a hipotézis a környezet állapotát mérő mutatók segítségével? (2) Van-e a különbség a fejlődő és a fejlett országok környezeti Kuznets-görbéiben?

A környezeti állapot romlásának méréséhez az *Environmental Performance Index* (EPI) és a *Sustainable Society Index* (SSI) mutatókat használom. Kvadrátikus regressziós modellel megvizsgálom, hogy a környezeti Kuznets-görbe hipotézis igazolható-e azokban az országokban, amelyekről a mutatókról adat fellelhető. Továbbá kitérek a fejlődő és fejlett országok görbéire, azok különböző pályájára.

Eredményeim szerint az EKC igazolható az SSI segítségével, az EPI alapján azonban nem. Úgy vélem, egyedi görbékről van szó, így további vizsgálat lenne szükséges, mely azonban az adatok rövid időszora miatt még várat magára. A fejlődő és fejlett országok görbéiben jelentős különbségek mutatkoznak, melyből arra következtetek, hogy a most fejlődő országok nem tudják ugyanazt a fejlődési utat bejárni, mint a már fejlettek.



MADARÁSZ NIKOLETT

mad.nikolett@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 2. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

PÁSZTOR BARNABÁS

pasztor.barnabas1@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 2. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:

*Dr. habil. Fodor Mónika
egyetemi docens, ÓE KGK*

A koronavírus hatásai a környezeti fenntarthatóságra

A jelenlegi koronavírus okozta krízishelyzet erőteljes hatást gyakorol a világra gazdaságilag és társadalmilag egyaránt. A vírus visszaszorítása érdekében meghatározott radikális döntések hosszú távra megsebezhetik az országok gazdaságát. Ilyen jellegű kihívással az emberek többsége most néz szembe először, az egyéni értékrend, magatartás, attitűd nagyban befolyásolja, hogy milyen válasz születik a kihívásra, akár pozitív, akár negatív irányba képes befolyásolni a krízis további alakulását. Míg a vírus ideje alatt joggal erre a gazdasági és társadalmi kérdésekre helyeződik a legnagyobb hangsúly, meglátásunk szerint érdemes a környezeti hatásokat is figyelembe venni.

A tanulmány fő célja megvizsgálni a koronavírus pozitív és negatív hatásait környezetünk fenntarthatóságára. A korlátozások miatt jelentősen lecsökkent világszinten az üvegházhatású gázok kibocsátása, melynek révén a 2020-as évet jóval kevesebb szennyezéssel kezdte az emberiség, mint 2019-ben. Ezzel szemben a jelentős élelmiszer felhalmozás és a megnövekedett egyszer használatos egészségügyi termékek használata rendkívül nagy terhet ró a környezetre. A vizsgálat kitér a személyi, háztartási, vállalati, illetve intézményi szinten történő környezetszennyezés csökkenésére, növekedésére a koronavírussal érintett időszakban. A vizsgálat során a releváns források és szakirodalom feldolgozása mellett primer adatfelvétel keretében gyűjtött kvantitatív adatgyűjtés eredményeit prezentáljuk.

A dolgozat eredményei rávilágíthatnak egyrészt arra, hogy napjainkban egy világjárvány kitörése mennyire érinti a környezetet, másrésztől kiindulási támpontot adhat a jövőbeni intézkedésekhez, a környezeti fenntarthatóság érdekében.

A kutatás jövőbeli tervei között szerepel továbbá egy, a koronavírus utáni időszakot vizsgáló szekunder és primer kutatás, annak érdekében, hogy összehasonlító következtetéseket tudjunk levonni a vírus környezetre gyakorolt hatásáról.

NOSZÁLY BETTINA BLANKA

noszaly.bettina.m4tankor@gmail.com

Mechatronikai mérnöki

BSc, 6. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gépészmérnöki Kar

Témavezetők:

Hortay Olivér

PhD hallgató, BME GTK

Molontay Roland

tudományos segédmunkatárs, BME TTK

The Web of Life – Essay on the Potential Effects of a Networks-Based Ecosystem-Model on Modern Agriculture

Using network science to model living and non-living systems have received increased research attention in the past few decades. This recently (re)developed toolbox, with the contribution of many brilliant scientists including Hungarian physicist Albert-László Barabási, proved to be highly efficient when tackling problems including large amounts of statistical data.

In this study, I addressed the issue of designing an agroecosystem bottom-up, by looking into a novel forest-model based agroecosystem concept. To this end, I define a network of plants based on their traits, needs and soil specifications using data from the TRY Plant Trait Database. Based on the network model, we may find clusters of species that propagate each other's growth more than others. Considering these observations, we can choose the most appropriate groups of crops that can be grown on a specific land, on specific soil, thus helping the much-needed conversion to sustainable, climate-resilient farming.

My main focus in this study concerns whether an agro-ecosystem can or cannot be modelled as a complex system based on an already existing online database. After concluding that there is no proper system/database for doing so, I started assembling a database with which I can work when assessing the problem of building a network of plants, and also answering the question whether the model network behaves the same as real-life agrosystems (regarding their responses to certain perturbation, such as heat waves or extreme drought).

I assessed the databases and the networks using programming language Python, in Jupyter Notebook environment. I used different libraries for different tasks, data analysis was carried out using 'pandas' library, for network building and analysis I used 'networkX' library. I used Gephi and Cytoscape to depict the resulting networks.

I have processed the data of the requested TRY Plant Trait Database, curtailed the unnecessary or deficient records and wrote an algorithm for easy handling of the oversized data table. I started to assemble a network, deciding which given traits should be included and which have only secondary importance, then, after realising the flaws in the method I started building my own database, based on the agricultural textbook "Szántóföldi növénytermesztés" (Ernő Bocz, 1992).

PINTÉR FANNI

fanni.bubli99@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment

BSc, 5. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Pirger Tamás

adjunktus, SOE LKK

Dr. Paár Dávid

egyetemi docens, SOE LKK

Környezetvédelem vs. karitatív önkéntesség – miben és miképp erős a magyar ifjúság?

A témaválasztást indokolja, hogy napjainkban a környezetvédelem, illetve a karitatív önkéntesség megoldásra váró problémák. Emiatt tartom fontosnak, hogy a jótékony célú civil szervezeteket előtérbe helyezve, a karitatív és környezetvédelmi munka motivációját és a két területen az önkéntesek aktivitását egymással szembe állítsuk. A téma minden korosztályt érintő probléma, azonban dolgozatomban a kutatás elemi része a Z generáció körében zajlik.

Dolgozatom szakirodalmi részében bemutatom az önkéntesek motivációit, majd a vállalati önkéntesség struktúrájába nyerhetünk bepillantást. Ezt követően a civil szervezetek feladatait és jelentőségét ismertetem. Mivel a tanulmány elemi része a környezetvédelem, ezért az alapvető környezetet súlytó problémákon felül, főként a vállalati környezetvédelmet, annak feladatait, valamint a civil szervezetek szerepét mutatom be a környezetvédelem aspektusából.

Kutatásom a karitatív önkéntességet és környezetvédelmi tevékenységet végzők és nem végzők okaira, motivációira, illetve a két terület összefüggéseire koncentrálok. A vizsgálathoz kérdőíves kutatási módszert választottam. Elkészítettem a kutatáshoz szükséges statisztikai számításokat is, hogy szélesebb körben tudjak következtetéseket levonni, melyhez khi-négyzet próbát alkalmaztam. A várt eredmény szerint a karitatív önkéntességet végzők kisebb arányban tevékenykednek, mint a környezetvédők. A kutatás befejeztével a sejtésem bebizonyosodott, majd több demográfiai szempont alapján folytattam a vizsgálatot.

Célom az, hogy széleskörű áttekintést kapjak a környezetvédők és a karitatív önkéntességet végzők gondolkodásáról, hogy a kutatás után a megszerzett információ segítségével, a társadalmat motiváljam ezen tevékenységek szélesebb körű végzésére.

A dolgozatom záró fejezetében ismertetem azon javaslataimat, amellyel a Z generáció körében a karitatív munka és környezetvédelmi tevékenység szélesebb körben elterjedhet. Ilyen tevékenységek közé sorolható a környezetvédelmi, illetve önkéntes tevékenységekről szóló előadások, kötelező vagy szabadon választható tantárgyak már középiskolától kezdve.

PUHA ADRIENN

puha.adrienn96@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

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

A KKV-k innovációs tevékenységének hatása a társadalomra

A munkám legfőbb célja, hogy bemutassam az innováció jelentőségét és elemzések révén olyan összefüggéseket tárjak fel, amelyek választ adnak arra, hogy a szervezetek innovációs tevékenységei milyen hatással vannak a szűkebb és tágabb környezetükre. Egyfajta összefoglalást szeretnék adni arról, hogyan is vélekednek a vállalatok és a társadalom többi tagja a KKV-k innovációs tevékenységét illetően. Ezen célok mellett haladva állítottam fel hipotéziseimet:

- H1: A társadalom egy éven belül érzékeli a KKV-k innovációs tevékenységeinek a hatását, míg a vállalatok csak 1-5 év múlva.
- H2: Az innovációs tevékenységek végrehajtása legtöbb esetben a vállalat belső érdekeit szolgálja, így az innovációs tevékenységek inkább a költségcsökkentés és árbevétel növelés érdekében történnek, mintsem a környezetvédelem vagy fenntarthatóság miatt.
- H3: A hazai KKV-k értékesítési orientációja és mérete befolyásolja a vállalkozások innovációs aktivitását.
- H3.a: A KKV-k esetében a vállalatméret növekedésével az innovációs aktivitás is növekszik.
- H3.b: A KKV-k esetében minél nagyobb a piaci részesedés, annál nagyobb az innovációs aktivitás.
- H4: A termék és szolgáltatásfejlesztés nagyobb hatással van a társadalomra, mint az egyes környezetvédelmi beruházások, fenntarthatósági fejlesztések.

A mintavételkor véletlen (valószínűségi) mintavételi technikát alkalmaztam, ahol a kérdőívek kitöltésébe a magyarországi társadalom és KKV-k egy része került bevonásra.

Az eredmények feltárásához kvantitatív módszerrel összegyűjtöttem a szükséges adatokat, majd adatbázis-kezelő segítségével elemeztem őket. Excel programmal az egyes eredmények számszerűsítéséhez, elemzéséhez, ábrázolásához PIVOT táblát, matematikai és statisztikai függvényeket alkalmaztam.

Az emberek pozitívan vélekednek a vállalatok innovációs tevékenységeinek társadalomra gyakorolt hatásáról. A KKV-k apró láncszemek a gazdaságban, mégis versenyképességük és termelékenységük növekedése indirekt módon növeli a társadalmi jólétet és kedvezőbb megélhetési körülményeket biztosít az emberek számára. Az innováció jellegétől függően a társadalom gondolkodását, szokásait, képzési irányát, gazdasági helyzetét, költési, vásárlási szokásait, szabadidős tevékenységét, de akár a környezetszennyezéshez való viszonyát is megváltoztathatja.

SZEPESI NÓRA JUDIT

nora.judit.szepesi@gmail.com

Pénzügy

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Németh Krisztián

senior tanácsadó, Nemzetközi Bankárképző Központ Zrt.

Válságálló-e a fenntartható befektetés? – ESG-részvényportfóliók teljesítményének vizsgálata válság és nem-válság időszakokban

Napjainkban egyre fontosabbá válik a fenntarthatóság szempontja, így az is aktuális kérdés, hogy a környezeti-társadalmi szempontból fenntarthatóbb működésű cégekbe és a hagyományos működésű cégekbe történő befektetés teljesítménye hogyan viszonyul egymáshoz.

Az ESG-befektetések mellett gyakran hangoztatott érv, hogy általuk a kevésbé kockázatos és hosszútávon fenntartható működésű cégekbe lehetséges befektetni. A szerző kutatási hipotézise szerint az ESG-befektetések előbbi jellegzetességei miatt piaci visszaesések idején a befektetők figyelme az ESG szempontból jó teljesítményt nyújtó vállalatok részvényei felé fordul, s egyfajta menedékként tekintenek a magasabb ESG-pontszámmal rendelkező cégek papírjaira. Amennyiben a befektetők feltételezett magatartása fennáll, úgy a megnövekedő kereslet hatására az ESG szempontból jól teljesítő vállalatok részvényeiből kialakított portfóliók piaci turbulenciák idején túlteljesítik a piacot, azaz szignifikáns, pozitív előjelű alfát generálnak.

A hipotézis teszteléséhez a szerző összesen hat – három ESG-szempontból jónak minősülő és három rossznak minősülő – részvényportfóliót alakít ki a S&P 500 indexből – mint befektetési univerzumból – kiindulva, s ezen portfóliók válságidőszaki alfa-generáló teljesítményét vizsgálja 2003. január és 2019. december között, három eszközárzó modell (CAPM, Fama-French [1993]-féle háromfaktoros modell, Carhart [1997]-féle négyfaktoros modell) segítségével. A portfóliók kialakítása három ESG-szűrési feltétel (negatív szűrés, pozitív szűrés, best-in-class megközelítés) mentén történik. Bár a szakirodalomban nem ismeretlen az ESG-befektetések válságidőszaki teljesítményének vizsgálata, a megközelítés újszerűségét az adja, hogy a szerző nem piacon elérhető ESG-termékek (befektetési alapok, indexek) hozamadataival dolgozik, hanem saját maga alakít ki részvényportfóliókat, ezáltal minimalizálva a „zöldre festés” (greenwashing) torzító hatását.

A kapott eredmények egyöntetűen a kutatási hipotézis elutasítása mellett szólnak, ugyanis egyik ESG-szempontból jónak minősülő portfólió sem tudta túlteljesíteni a piacot válságidőszakban, sőt ellenkezőleg, a legtöbb esetben szignifikáns, negatív alfa paramétert generáltak. Ez arra utal, hogy a befektetők nem csoportosítják át válságidőszakban a befektetéseiket az ESG-szempontból jól teljesítő papírokba. Az eredmények robusztusok különböző eszközárzó modellek és válságdefiníciók, illetve eltérő portfóliókiválasztási küszöbök mentén egyaránt.

Fenntartható fejlődés – település- környezet

Elnök: Dr. Málóvics György egyetemi docens (SZTE GTK)
Tag: Dr. Lisányi Endréné dr. Beke Judit egyetemi docens (BGE KKK)
Tag: Dr. habil. Dombi Mihály adjunktus (DE GTK)
Tag: Dr. Tóth Katalin egyetemi adjunktus (MATE Kaposvári Campus)

BÁNÓCZI ANNA

banoczianna@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Prof. Dr. Berde Éva

egyetemi tanár, BCE KTK

Szabályozni a szabályozhatatlant? – Piacelméleti megközelítésben az Airbnb budapesti szabályozhatósága

A 21. század gazdaságának meghatározó szereplőivé váltak a sharing economy szereplői, köztük az Airbnb. Kutatásomban a nagyvárosokban, köztük Budapesten is igen népszerű, szállásmegosztásra szolgáló tevékenységének szabályozásával foglalkozom bővebben, melyet kvalitatív elemzéseken, piacelméleti modellek alkalmazásán és empirikus számításokon keresztül közelíték meg.

Az elmúlt években Budapesten tapasztalható fenntarthatatlan ingatlanár- és albérletdíj-növekedéshez hozzájárult az Airbnb tevékenysége. A platform felhasználói a gyenge szabályozás miatt a kihasználatlan erőforrásaik hasznosításáról fokozottan áttértek a befektetés jellegű üzemeltetésre. Arra keresem a választ, hogy a fenntartható ingatlanpiac szempontjából milyen eszközökkel és hogyan tudja a szabályozni a főváros a rövidtávú lakáskiadást 2020 elején. Ehhez először számos európai nagyvárosban elemzem a jelenleg érvényben lévő korlátozásokat, azok okait és hatásait. Ezután piacelméleti modellek segítségével hasonlítom össze a szabályozási keretek nélkül működő Airbnb, valamint az évente kiadható napok korlátozásának hatásait. A modellezésem alapján a korlátozás nélküli rövidtávú lakáskiadás a helyi lakosság és a kerületek számára hosszútávon fenntarthatatlan körülményeket teremt, ezért indokolt az évente kiadható napok korlátozása Budapesten. A korlátozást a 2020 eleji albérletárak és Airbnb szállások díjai alapján úgy határozom meg, hogy differenciálja az ideiglenesen üresen álló lakásokat hasznosítókat és a befektetés jelleggel üzemeltetőket. Az empirikus számításaim alapján évente 120 napban érdemes korlátozni az Airbnb-n (és hasonló tevékenységek esetében) a teljes lakások kiadását, a privát szobák hasznosítása továbbra is korlátlan maradna. Az e fölötti tevékenység külön regisztrációhoz és a hotelekéhez, vendégházakéhoz hasonló mértékű teherviseléshez köthető lenne. Emellett a kerületek és az Airbnb adminisztratív kötelezettségeinek bővítésével csökkenthető az illegális lakáskiadási tevékenység mértéke is.

Összességében a bemutatott szabályozási javaslatok a budapesti ingatlanpiacot fenntarthatóbb keretek közé terelik, amely a lakók és a kerületek érdekeit egyaránt szolgálja. Eközben az ésszerű keretek közt zajló, megosztáson alapuló gazdasági tevékenységet sem lehetetleníti el. Ezek az intézkedések fontosak ahhoz, hogy a főváros bizonytalan gazdasági helyzetben is képes legyen a kontroll megtartására az ingatlanpiaca felett.

DÖMÖK ADRIENN MANNA*domok.adrienn97@gmail.com*

Műszaki menedzser

BSc, 6. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi
Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

HUSZÁR IVETT*husz.ivett@gmail.com*

Műszaki menedzser

BSc, 6. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi
Egyetem

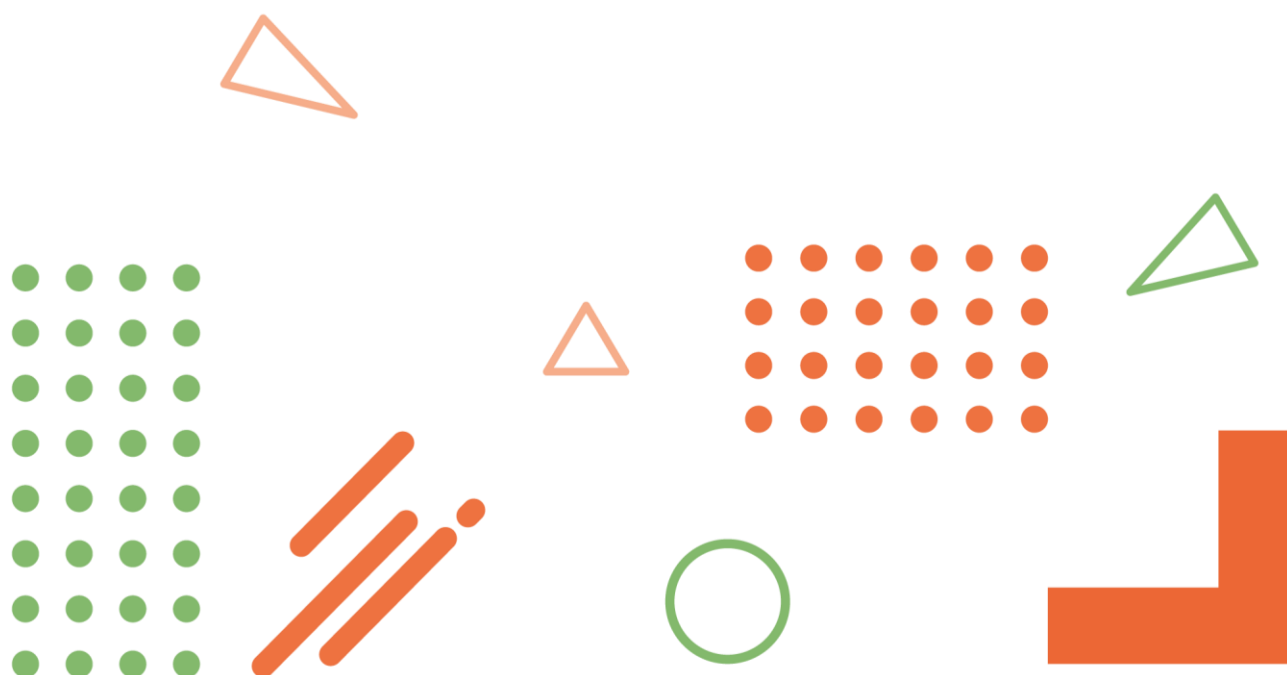
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezetők:**Hortay Olivér**PhD hallgató, BME GTK**Szőke Tamás**PhD hallgató, BME GTK***Az energiaszegénység helyzete Magyarországon**

Az energiaszegénység egy európai szinten sok háztartást érintő, ám nehezen meghatározható jelenség, amelyre az elmúlt időszakban egyre több figyelem irányul. Az érintett háztartások beazonosítására, az energiaszegénység mértékének megállapítására, valamint a hatásainak felmérésére számos megközelítés alkalmazható.

Jelen dolgozat célja az energiaszegénység feltérképezése Magyarországon, a problémát okozó tényezők, valamint a jelenség hatásainak feltárása. A vizsgálathoz elengedhetetlen a fogalmak elkülönítése, a különböző meghatározások összehasonlítása. A kutatás első felében a nemzetközi megítélés, gyakorlat bemutatására kerül sor, nagy hangsúlyt fektetve az európai nagyhatalmak, illetve a Magyarországhoz hasonló volt szocialista országok helyzetére. A hazai lakossági attitűdvizsgálat kiértékelését követően felmérésre kerülnek a magyarországi háztartások tulajdonságai, valamint egy ökonometriai modell segítségével az energiaszegénység által érintettek sajátos jellemzői.

A feltárt ismeretek mellett nemzetközi szakpolitikákra alapozva a probléma megoldását célzó javaslatok kerülnek megfogalmazásra.



GYETVAI GÁBOR

gaffu.gyetvai@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

HORVÁTH GÁBOR

gahorv@gmail.com

Közgazdasági elemző (ELTE)

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

KÓRÓGYI GERGELY

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

*Prof. Dr. Chikán Attila
egyetemi tanár, BCE GTK*

A carsharing az új olaj? – A MOL Limo flottájának méretét befolyásoló tényezők

A dolgozat célja, hogy előrejelzést adjon a budapesti carsharing szolgáltatás jövőbeli fejlődésére, megállapításokat tegyen arra, hogy ez a Magyarországon viszonylag újnak tekinthető szolgáltatás mekkorára nőheti ki magát Budapesten 2030-ra. A dolgozat definiálja a vizsgálni kívánt piacot az üzleti modell, a fogyasztók és lefedni kívánt terület szemszögéből. A dolgozat ezután számításba veszi, hogy milyen globális és Budapest specifikus trendek befolyásolhatják a 2030-ban ideálisnak tekinthető flottaméretet. Kitér a sharing economy – ezen belül is a carsharing – globális trendjeire, majd végig veszi azokat az aspektusokat, amelyek befolyásolják a szolgáltatás budapesti terjedésének gyorsaságát, vagyis a demográfiai, mobilitási és szabályozási trendeket. Ezek után a dolgozat más európai városok jelenlegi helyzetét használja viszonyítási pontként, az így létrehozott keretrendszer segítségével kísérletet tesz egy regresszió alapuló előrejelzésre, ami a megfelelő mennyiségű adatpont hiányában sikertelennek bizonyul. Ezt a módszert elvetve a korábban bemutatott trendek segítségével kulcsfontosságú tényezőket határoz meg, amelyeket prediktálva megfogalmazza a piac alakulásának irányát.

HARTVIG ÁRON DÉNES*hartvig.aron@gmail.com*

CEU – Pénzügy

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

KELEMEN ADÉL*adel.kelemen11@gmail.com*

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 4. félév

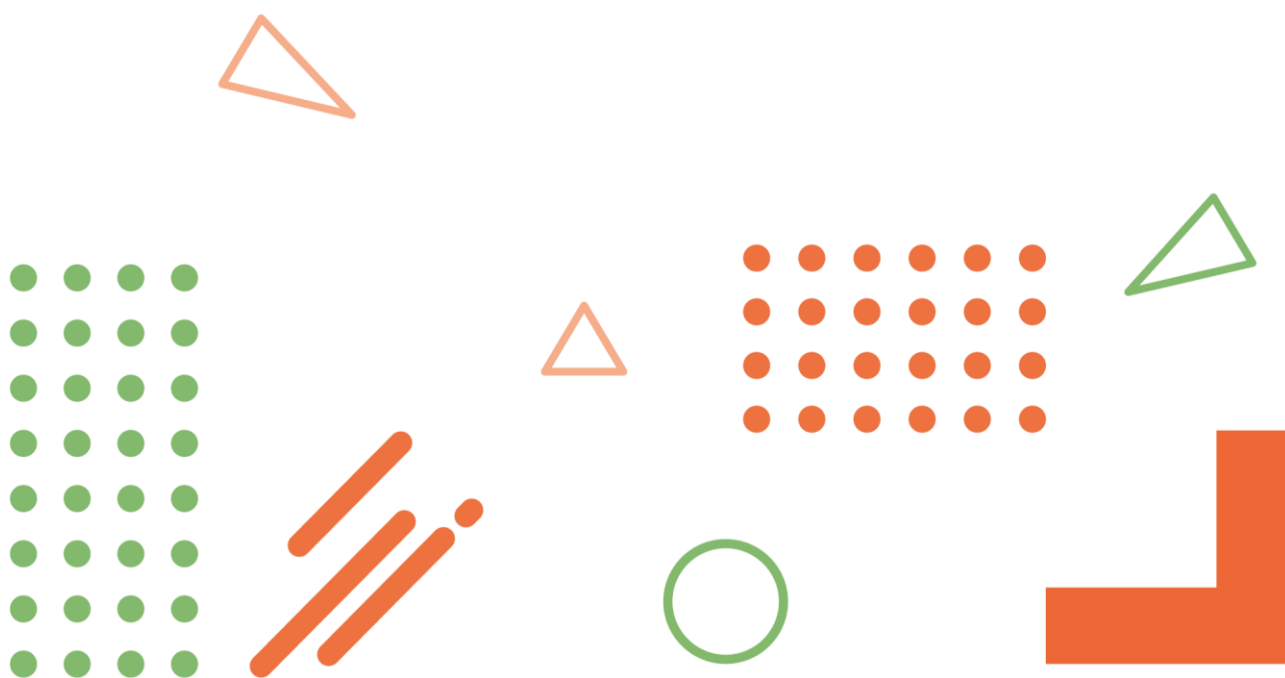
Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

*Témavezető:
Madari Zoltán
tanársegéd, BCE KTK*

Zöld faktorok vizsgálata: A lakossági szelektív hulladékgyűjtés ösztönzői

Kutatásunkban arra a kérdésre keressük a választ, hogy milyen tényezők befolyásolják hazánk járásaiban a lakosságtól elkülönített gyűjtéssel elszállított hulladék arányát. A körforgásos gazdaság szerepének előretörésével az újrahasznosítás, ezáltal a hulladék szelektálása kulcsszerepet tölt be a fenntarthatóság kialakításában. A témában fellelhető számos tanulmány alapján a nem, a kor, az iskolázottság és a jövedelem változók hatását vizsgáltuk meg a lakosságtól elkülönített gyűjtéssel elszállított hulladék arányára 2015 és 2018 között. Az empirikus modellünk építése során főkomponens elemzést hajtottunk végre, fix hatású panel modellt építettünk és Moran I féle területi autokorrelációs statisztikát is használtunk. Az eredmények alapján a személyijövedelemadó alapot képező jövedelem egy bizonyos szint alatt átlagosan csökkenti a szelektív hulladék arányát, majd efölött átlagosan növeli az arányt. A fiatalok és az idősek arányának növekedése csökkenti a szelektív hulladék arányt, továbbá a női lakosok nagyobb hajlandóságot mutatnak a szelektálásra a vizsgált időszakban. A modell további tesztelése érdekében megvizsgáltuk a maradéktagokat, melyek rávilágítottak, hogy a közszolgáltatók szolgáltatásában, ami ugyan szignifikáns magyarázó változó lehet, de nem tudtuk bevonni az elemzésünkbe, nincs olyan jelentős különbség, mely területi autokorrelációt okozna.



JÄGER BETTINA SZIMONETTA

jager.szimonetta@gmail.com

Regionális és környezeti gazdaságtan

MSc, 3. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Buzási Attila

tanszékvezető-helyettes, adjunktus, BME GTK

Budapest kerületeinek elemzése környezeti indikátorok alkalmazásával

Napjainkban a fenntartható fejlődés és fenntartható életmód egyre nagyobb teret nyer, és globálisan központi témává válik. A városok életében is kimondottan meghatározó szerepe van a fenntarthatóságnak, hiszen az egyre növekvő népesség mellett szükséges a fenntartható várostervezés és városfejlesztés.

Kutatási témám alapja Budapest kerületeinek elemzése fenntarthatósági indikátorok alkalmazásával. A kezdeti szakaszban a környezeti mutatók kijelölésére, kiszámítására és ábrázolására fektettem a hangsúlyt. Dolgozatom keretében a célom, hogy a környezeti indikátoraim eredményeit összehasonlítsam a Budapest Környezeti Programja 2017-2021. című szakdokumentummal, azon belül is a helyzetértékelést összefoglaló fejezettel. Véleményem szerint, egy település és annak részeinek elemzése egy kifejezetten komplex feladat, amelyben az objektív ténymegállapításokon kívül a szubjektivitásnak is nagy szerepe van, hiszen változó, hogy egyéni szinten mi a legfontosabb, mérhető tényező egy analízis folyamatban. Pontosan emiatt gondoltam azt, hogy érdekes lenne összevetni, hogy vajon az általam kiválasztott indikátorokkal kapott eredmény is hasonló megállapításokat tükröz-e, mint amit szakemberek vontak le konklúzióként egy részletes tényfeltárás során.

Munkám során, számos szakirodalom tanulmányozását követően jelöltem ki az általam legmegfelelőbbnek tartott környezeti indikátorokat. Úgy terveztem, hogy elsődlegesen az Országos Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer (TeIR) interaktív elemző alkalmazásából nyerem ki a mutatókhoz szükséges információt, azonban itt nem minden állt rendelkezésemre, így a többi szükséges adathoz más forrásokból jutottam hozzá. Tíz indikátort választottam ki az elemzéshez, amelyek megválasztása komplex folyamat volt, hiszen figyelembe kellett vennem a kerületi különbségeket, ezenkívül nem minden adat volt megtalálható kerületi szintre lebontva.

Véleményem szerint, a nehézségek ellenére ez a dolgozat megfelelő alapként szolgálhat egy összetett kutatási folyamathoz, amelynek eredménye alkalmas egy kerületek közti fenntarthatósági rangsor felállítására.

KOCSIS ZITA BRIGITTA

zita.kocsis94@gmail.com

Marketing

MSc, 3. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Berezvai Zombor
tanársegéd, BCE GTK*

A szelektív hulladékgyűjtésben érdekelt vállalkozások kommunikációs stratégiájának fejlesztése a lakossági attitűdök és motivációk elemzése alapján

Napjainkban egyre fontosabbá válik a fenntarthatóság kérdése és a fenntartható fejlődés elősegítése. Társadalmunk jövőjére nézve hatással van az, hogy a ma embere mi alapján és hogyan dönt a fenntarthatóságot érintő napi kérdésekben, amilyen a szelektív hulladékgyűjtés is.

A gazdasági növekedés eredményezte fogyasztásnövekedés, az urbanizáció és az emelkedő jólét hatására a háztartások egyre több hulladékot termelnek, aminek fenntartható kezelése kulcskérdés. Ez megvalósítható a hulladék hasznosításával, amelynek egyik legelterjedtebb módja a szelektív hulladékgyűjtés. Azonban a szelektív hulladékgyűjtés folyamatát és eredményességét nagyban befolyásolja az egyének és a háztartások véleménye, viszonya és aktivitása a témával kapcsolatban.

A dolgozat fókuszában a szelektív hulladékgyűjtés mögött meghúzódó motivációk és attitűdök feltárása, illetve az ezek befolyásolására képes marketingtevékenységek azonosítása áll. Ezen folyamat során a dolgozat az alábbi kulcskérdésekre keresi a választ: Milyen személyes motivációk és attitűdök állnak a szelektív hulladékgyűjtés mögött? Melyek azok a kulcstényezők, kulcsfaktorok, amelyek a megfelelő szelektív hulladékgyűjtésre motiválják a háztartásokat? Milyen hatékony edukációs stratégia képes pozitív, hosszú távú attitűdváltozást eredményezni a lakosság körében a szelektív hulladékgyűjtés területén?

A szelektív hulladékgyűjtésben való részvételt nagyban befolyásolja az egyén vagy háztartás alapvető környezettudatosságának mértéke. Ebből kifolyólag a fókuszba helyezett szelektív hulladékgyűjtés mellett az általános környezetvédő aktivitás mögött húzódó okokat is célozom feltárni.

A meghúzódó motivációk feltárásához primer kvantitatív kutatást végeztem, online megkérdezéssel. A válaszokat az SPSS programban elemeztem, varianciánálízis, keresztábla, faktor- és klaszterelemzés segítségével. Az eredmények alapján elmondható, hogy a környezettudatos életmódot leginkább a kényelmi okok, a környezetbarát életmód feltételeinek hiánya és a megfelelő tájékoztatás hiánya gátolják.

Kutatásom eredményei alapján a vállalatok számára javasolt, hogy a kommunikációs stratégia tervezésekor főleg online felületekre fókuszáljanak, mivel itt érhető el leghatékonyabban a célközönség. Az üzenet tervezésekor pedig kiemelten fontos az edukáció, illetve a hatékony, egyszerű gyakorlati tudás átadása.

MURÁNYI MÁTYÁS PÉTER*mur.matyas@gmail.com*

Energetikai mérnök

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Társadalomtudományi TDK

RAPTIS ANDRÁS JOANNIS*narap95@gmail.com*

Nemzetközi gazdálkodás

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Társadalomtudományi TDK

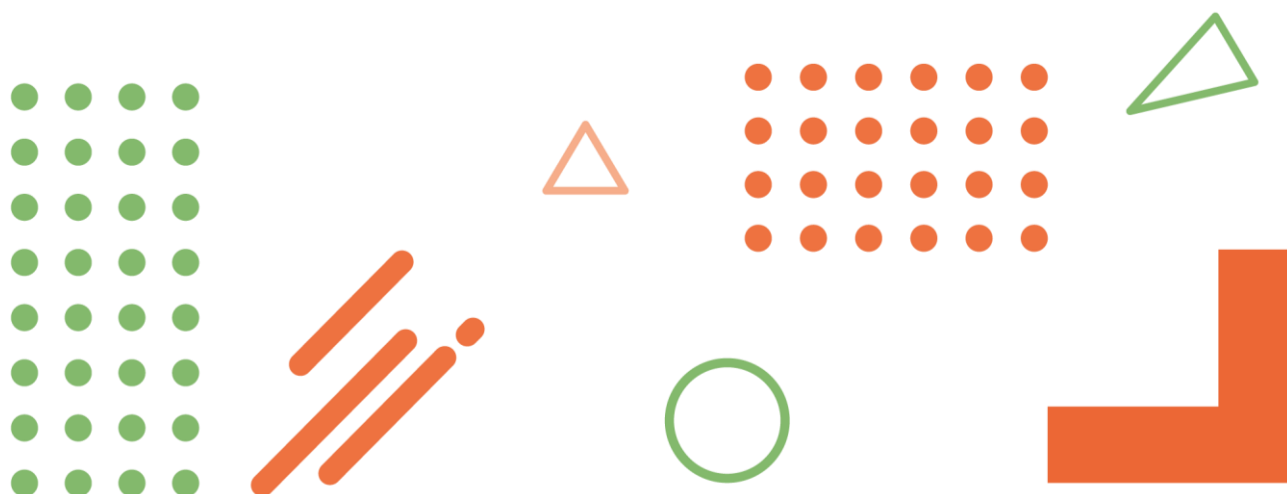
*Témavezető:
Szilágyi Artúr
tanársegéd, BME GPK*

Budapesti kerékpárosok szállópor expozíciójának mérése

Dolgozatunkban a budapesti kerékpáros közlekedés légszennyezettség kitettségét vizsgáljuk a jellemző kerékpáros ingázások útvonalain mért $PM_{2.5}$ koncentráció alapján.

Egy hónap alatt végeztünk 62 mérést a budapesti kerékpáros forgalom szempontjából meghatározó útvonalakon, hogy ezen útvonalak szállópor kitettségeire részletes értékeléssel tudjunk szolgálni. A méréseket a Sensor Community (SC) civil kezdeményezés mindenki számára elérhető amatőr szállópor szenzoraival végeztük. A szenzorokat kerékpárra rögzítettük, majd a napi ingázás jellemző óráiban különböző napokon a választott útvonalakat végigjártuk. Az így kapott idősort GPS koordinátával összehangoltunk, melyből meghatároztuk a kerékpárosokat a városi útvonalakon érő szállópor expozíciót. Eredményeink alapján a kerékpárosok szállópor kitettsége a nagyvárosban útvonal és időszak függő, illetve jelentősebb, mint a normál hatósági pontmérési adatokból számolt átlagos városlakót érő szállópor kitettség. Légszennyezést tekintve a forgalmas belvárosi helyszínek és főbb csomópontok emelkednek ki, melyek közül különösen kiugró értékeket mértünk a hidakon és az agglomerációs forgalmat kiszolgáló csomópontokon elhaladva. Igazoltuk továbbá, hogy a szenzor nemcsak pontmérésekhez, hanem útvonalak feltérképezéséhez is szolgálhat hasznos adattal.

A dolgozat elvégzése több célt szolgál, egyrészt a szenzorok felhasználásának egy új megközelítését teszteljük a korábban jellemző pontmérések mellett, segítve a Sensor Community hazai küldetését. Másrészt megnézzük, milyen egészségügyi kockázatokat rejthet a kerékpáros közlekedési útvonal választása városon belül, különböző időszakokban. A dolgozattal reméljük, mi is hozzá tehetünk egy apró lépést a budapesti levegőminőség javulásáért végzett erőfeszítéses munkához, közös ügyünkhöz.



NÁHLIK ANDRÁS

andras.nahlik@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Németh Nikoletta
adjunktus, SOE LKK*

A szelektív hulladék útja Sopronban, avagy a motivációtól a feldolgozásra való előkészítésig

A munkám célja az volt, hogy átfogó képet adjon arról, milyen állapotban van Sopronban a szelektív hulladékgazdálkodási rendszer, mennyire motiváltak az emberek, mennyire tudatosak a vállalatok és milyen a közoktatási intézmények motiváló ereje.

A kutatás három részből állt. Mélyinterjúk készültek, amelyekhez alanyom volt az STKH igazgatója és munkatársa, valamint termelő, kereskedő, és vendéglátó vállalatok munkatársai. A házak előtti zsákok körzetenkénti számlálásával, mintavétellel felmértem, hogy a zsákos szelektív hulladékgyűjtés mennyire terjedt el a lakosság körében. Végül kérdőíves felmérést végeztem, ami a szelektív hulladékgyűjtési szokásokra és a környezettudatos vásárlásra irányult. A statisztikai elemzések során a Pearson féle-, és a Cramer V mutatóval is dolgoztam.

A mélyinterjúk során kiderült, hogy az egyes vállalatoknál eltérő szintű kidolgozottságúak a hulladékgazdálkodási irányelvek. Az STKH cégnek többféle szelektív hulladékgyűjtéshez kapcsolódó tevékenysége van, de anyagi nehézségek miatt nehéz ezek bővítése. A hulladékgazdálkodó vállalat szelektív hulladékgyűjtési tevékenysége jelenleg gyűjtésből (szigetes és zsákos gyűjtés), válogatásból, és bálázásból áll. A zsákos gyűjtések során a háztartások nagyjából a műanyagot részesítik előnyben.

A szelektív gyűjtést tekintve az egyes körzetek eredményei között lényegi eltérés nem volt. A kérdőíves felmérés azt mutatta, hogy a gyűjtőket nem lehet egyértelműen egy-egy demográfiai csoportba besorolni.

A gazdasági státusz szoros kapcsolatban van azzal, hogy ki hol gyűjt. Az összes hulladéktípust a doktori fokozattal rendelkezők, valamint a családi házban élők gyűjtik a legnagyobb arányban. A többször használtos nejlontásak igénybe vétele még mindig széleskörű a hetente többször vásárolni járók körében.

A szelektív hulladékgyűjtés hatékonysága javításának érdekében a fogyasztókat, legfőképpen a fiatalokat kell motiválni. A motiválás eszközei legyenek: közösségi gyűjtések szervezése (iskolákban munkahelyeken) és tájékoztató kampányok (mit, miért és hova kell gyűjteni). Ki kellene próbálni a zsákos gyűjtést a társasházak övezetekben is. A papírgyűjtést még népszerűsíteni kellene, akár egy olyan kampánnyal, amiben a fák jelentőségére hívjuk fel a figyelmet. A vállalatoknak méretük szerinti szinten hulladékgazdálkodási alapelveket kellene megfogalmazniuk. A bevásárlóközpontok előtt plakátokon kellene az emberek figyelmét felhívni a megfelelő csomagolási eszköz megválasztásának fontosságára.

SIKET OLIVÉR LÁSZLÓ*ssiket.oliver@gmail.com*

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés

BSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

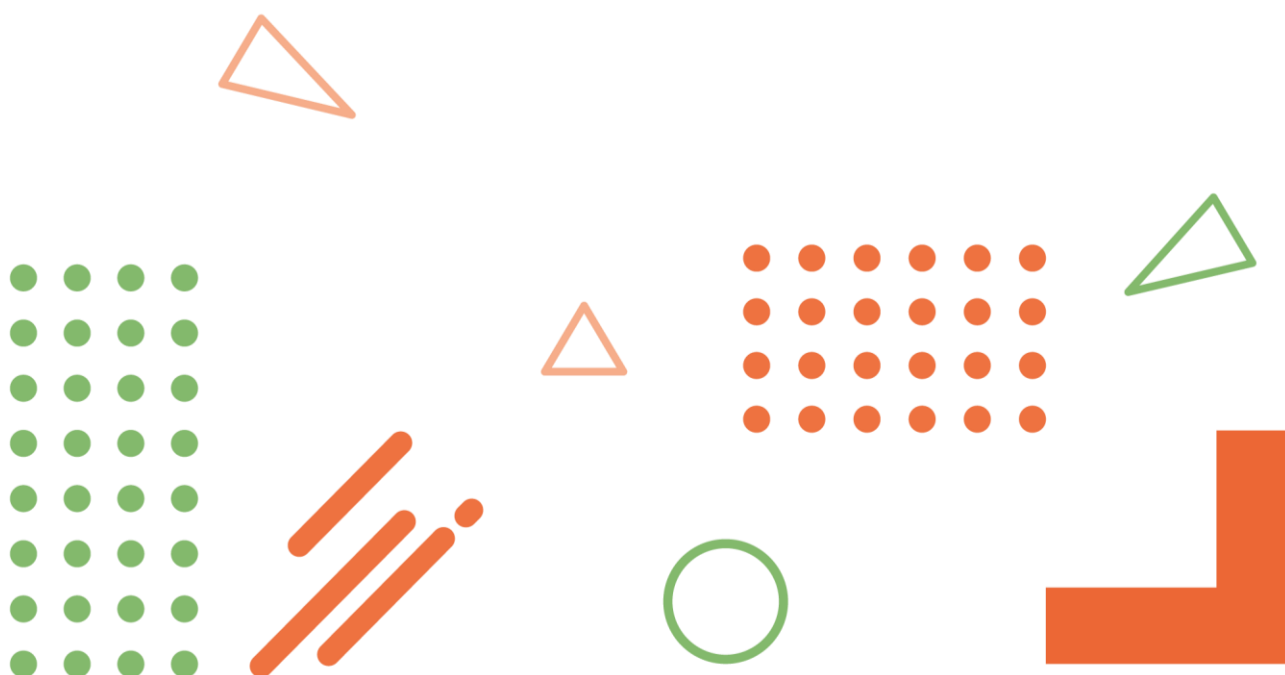
*Témavezető:
Berezvai Zombor
tanársegéd, BCE KT*

Kényelmi közlekedés

A dolgozat az autós forgalom és a tömegközlekedők aránya és a napi időjárás közötti kapcsolatot vizsgálja.

A dolgozat célja kideríteni, hogy mennyire van hatással a csapadék, a hőmérséklet, a hó vagy a jég arra, hogy reggel a munkába igyekvő emberek a tömegközlekedést vagy a kényelmesebb, de környezetszennyezőbb személyautót választják. A dolgozat OLS módszerrel becsüli meg az időjárás és az autóra ülés közötti összefüggést, különböző kontroll változók segítségével. A dolgozat a 2017. szeptember és 2018. szeptember közötti időszakot vizsgálja Budapesten. A kiinduló hipotézisem az, hogy rossz időben, azaz esőben vagy nagyon hideg, esetleg nagyon meleg időben, hajlamosabbak az emberek a személyautót választani, míg jó időben könnyebben döntenek a tömegközlekedés mellett.

A dolgozat arra a következtetésre jut, hogy míg a segédváltozóknak van szignifikáns hatása a forgalom nagyságára, addig az esőnek vagy a hónak nincs, továbbá a hőmérsékletnek is csupán télen érzékelhető a hatása, amikor a nagyon hideg időben, inkább az autót választják a munkába indulók. Az autós forgalom és a tömegközlekedők számának pontosabb becslése fontos lehet tömegközlekedés-optimalizálási, valamint közúti közlekedés optimalizálási szempontokból.



SOMOGYI RÉKA

rekus200410@gmail.com

Energetikai mérnöki

MSc, 2. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gépészmérnöki Kar

Témavezető:

Dr. Pálvölgyi Tamás

egyetemi docens, BME GTK

Mekkora az energiaszámla? – Lakossági fűtési energiahordozók felhasználásának gazdasági összefüggései Közép-Kelet Európában

A társadalmak fűtési energiafelhasználása – az életszínvonal és a népességszám emelkedésével párhuzamosan – folyamatosan növekszik. A közép-kelet-európai országokban a korszerűtlen épületállomány miatt a háztartási energiafogyasztás 60%-a fordítódik helyiségfűtésre, melynek nagy része fosszilis forrásból származik. A fosszilis energiahordozók készleteinek fogyásával, a technológiai fejlődéssel és a jelenkori klímaproblémák megjelenésével kiemelkedően fontossá vált a fűtési energiahordozók felhasználási tendenciáinak vizsgálata.

Napjainkban a közép-kelet-európai országok fűtési hőenergia felhasználásában – jelentős részaránykülönbségekkel – a földgáz, a tűzifa és a távhő energiahordozók dominálnak; jelentősen kisebb részesedést tesz ki a villamos energia, a szén- és fűtőolaj felhasználás. Kutatásom első részében a jelenlegi energiagazdasági folyamatok feltárásához átfogó körképet nyújtok a fűtési energiahálózatok kialakulásáról és a szállítási távolságok szerepéről az energiaellátási rendszerben.

Dolgozatom fő fókuszát alkotja a fűtési energiahordozók áralakulásának és a fogyasztás közötti összefüggések elemzése, az árrugalmasság vizsgálata. Az éves fűtési energiafogyasztási adatok időjárási korrigálásához HDD (heating degree days) korrekciót használok. A fogyasztás-ár közötti korrelációt vizsgálva magyarázatot tárok fel egyes energiahordozóknál az alacsony árrugalmasságra, továbbá indoklást adok a nagyobb árérzékenységre energiahordozó fogyasztás lehetséges okaira.

Végül a dolgozat befejező részében rámutatok, hogy a fogyasztást az áron kívül milyen politikai, társadalmi okok befolyásolhatják, és igyekszem ajánlásokat tenni a szakpolitikai háttér fejlesztésére, mely elősegíti a környezettudatos fogyasztást.

VÁLYI-NAGY ERZSÉBET DÓRA*valyi.nagy.erzsi@gmail.com*

Környezetmérnök

BSc, 5. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Vegyésmérnöki és Biomérnöki Kar

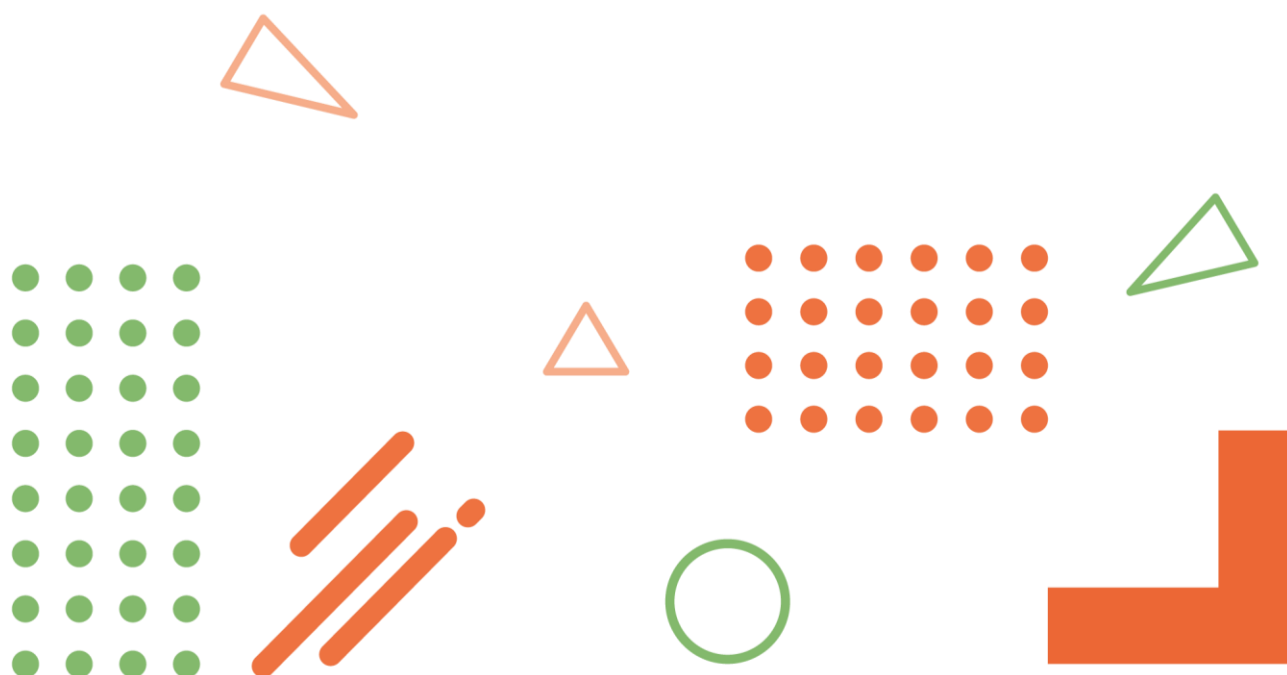
*Témavezető:
Szalmáné dr. Csete Mária
egyetemi docens, BME GTK*

Utópia vagy disztópia? A jövő városai a klímaváltozás és az Internet of Things korában

A klímaváltozás minden kétséget kizáróan az egyik legtöbbet vitatott, és legrelevánsabb téma, mind szakmai, mind világpolitikai körökben, mely gyakran meglehetősen apokaliptikus képet fest az elkövetkező évtizedekről, és arról, hogy mi fog történni, ha az emberiség nem képes az éghajlatváltozás előrehaladását megfékezni. Ezzel szemben, a tudományos világ más köreiből egészen más jövőt vetítenek elénk. A Dolgok Internete (Internet of Things) utópisztikus városok képét festi, ahol futurisztikus megoldások segítségével az emberek jobban élnek, mint valaha.

Ez a dolgozat ezt a két meglehetősen különböző jövőképet igyekszik összeegyeztetni és megvizsgálni hogy a Dolgok Internete jelenlegi és jövőbeni fejlesztései segíthetnek e a települések adaptációját a klímaváltozás várható hatásaihoz, illetve ezek mitigációját városi szinten. Ez a 21. században egyre fontosabb, hiszen a világ népességének már most több, mint fele város lakó, és 2050-re ez az arány várhatóan 68%-ra fog emelkedni.

A klímaváltozás várható hatásai által kiváltott problémák, valamint ezek Internet of Things általi lehetséges megoldásainak általános bemutatása után, a helyzetet Budapest példáján vizsgálom meg, a főváros klímastratégiájának és Okos Város Jövőképeének elemzésével. Az elemzésem eredményei függvényében pedig kiemelem, melyek azok a problémák és stratégiai célok, melyekre megoldást kínálhatnának a Dolgok Internete eszközei.



Fenntartható fejlődés – zöld vállalati gyakorlatok

Elnök: Prof. Dr. Bai Attila egyetemi tanár (DE GTK)
Társelnök: Prof. Dr. Csutora Mária egyetemi tanár (BCE)
Tag: Dr. Berényi László egyetemi docens (ME GTK, NKE ÁNTK)
Tag: Dr. Győri Zsuzsanna egyetemi docens (BGE PSZK)
Tag: Dr. habil. Reisinger Adrienn egyetemi docens (SZE KGK)

ÁBRAHÁM VIVIEN

vivien961em@freemail.hu

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Eötvös József Főiskola

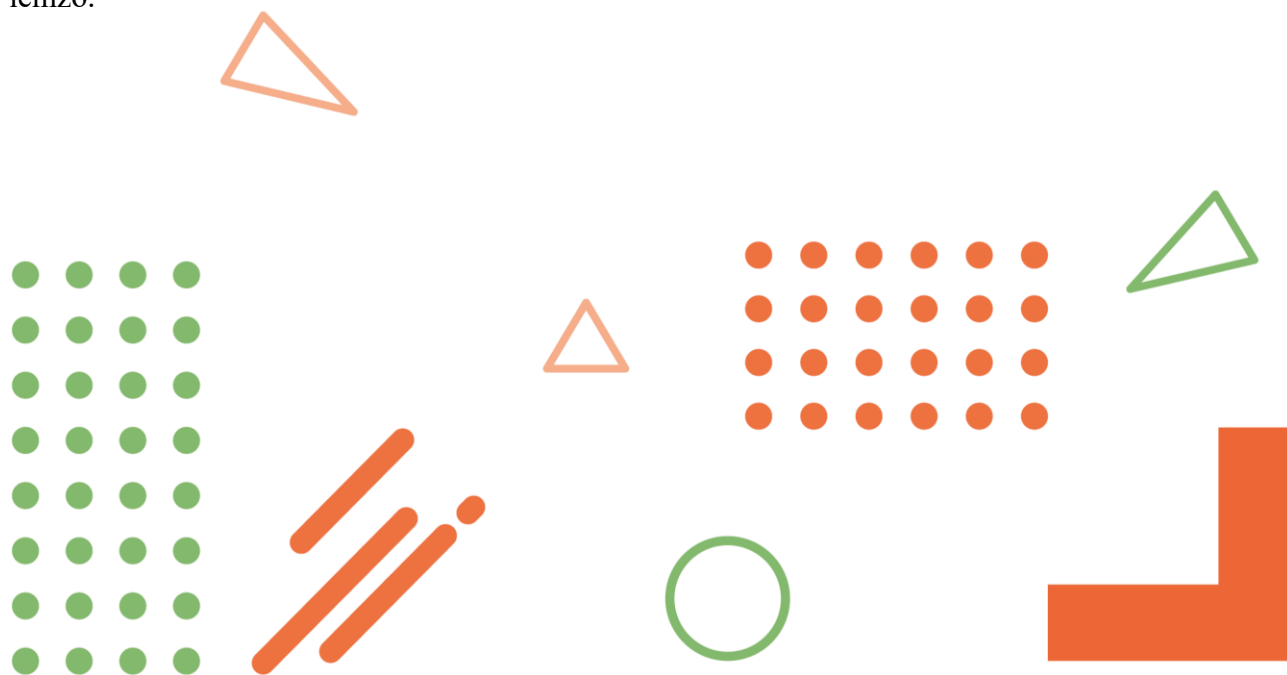
*Témavezető:
Dr. Póla Péter
főiskolai docens, EJF MKK*

Vállalkozások társadalmi felelősségvállalása – Több, mint marketing?

A közgazdász képzésen belül erősen foglalkoztat az üzleti szféra és a gazdaság egészének alapvetően növekedés- és profitorientált, jellemzően rövid távú szemléletű működési logikája és ennek társadalmi és környezeti (ökológiai) következményei, a gazdaság nyitott és az ökológia zárt rendszereinek összeegyeztethetősége (vagy összeférhetetlensége). Figyelmem ezért a társadalmi felelősségvállalás felé fordult és a reklámokban is felfigyeltem az ezzel kapcsolatos trendek erősödésére.

Célom az volt, hogy a szakirodalmakból minél átfogóbb képek kapjak arról, hogy mit is jelent valójában a társadalmi/környezeti felelősségvállalás, ezzel kapcsolatban milyen viták és kihívások jellemzőek. Célom volt az is, hogy néhány vállalat példáján keresztül saját véleményemet, kritikáimat is megfogalmazzam. A célok elérése érdekében szakirodalmakat és számos internetes oldalt tekintettem át, amelyek jó áttekintést adtak arról, hogy mi is valójában, honnan indul és merre tart a vállalati felelősségvállalás és annak milyen elemei, rövid és hosszú távú érdekei figyelhetők meg. Ezen túl a részletes vállalati esettanulmányok is segítették a kritikai attitűd kialakítását és a véleményem formálódását.

Összességében arra jutottam, hogy a mikroszférában még mindig sokkal jellemzőbb a rövi távú profitmaximalizálás, amelynek érdekében a változó fogyasztói elvárások miatt a PR egyre inkább a CSR-akciók felé fordul. Önmagában ez már jelentős előrelépés, de az esetek többségében nem valódi felelősségvállalásról, csupán az értékesítést támogató kommunikációs súlypontok áthelyeződése jellemző.



BALÁZS-BORZA ENIKŐ

borzaeni@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Gábor Dénes Főiskola

*Témavezető:
Gyürüsi Izabella
adjunktus, GDF*

Kifizetődő-e ma zöldnek lenni?

KUTATÁSI KÉRDÉSEIM

A dolgozatomban arra keresem a választ, hogy mely tényezők befolyásolják a vállalatok zöld beruházásokkal kapcsolatos innovációs hajlandóságát. Kutatásom egyik fókusza azon innovációs gátaknak a feltására, melyek visszafogják a környezethatékonysági beruházásokat. Ennek kapcsán vizsgálom, hogy mely intézményi sajátosságok befolyásolják a környezettudatos vállalattirányítást.

METODOLÓGIA

Dolgozatom első felében szekunder kutatásomat mutatom be, melyben megvizsgálom környezetgazdaságtan, környezetmenedzsment és intézményi közgazdaságtan tudományterületének témám szempontjából releváns elméleteit, ezáltal kijelölve vizsgálódásom gondolati kereteit. Primer kutatásom keretében kvantitatív és kvalitatív módszereket egyaránt alkalmaztam. Kérdőíves felmérést készítettem (részben online részben papír alapú lekérdezéssel) Magyarországon működő vállalatok körében, hogy feltárjam a környezethatékonysággal és a zöld innovációkkal kapcsolatos attitűdöt. Kvalitatív kutatási módszerként strukturált interjúkat készítettem, melyek során a célom a vállalati motiváció feltérképezése, valamint a környezettudatos magatartás partneri kapcsolatokra való hatásának vizsgálata volt.

KUTATÁSI EREDMÉNYEK

Szekunder kutatásom eredményeként arra a következtetésre jutottam, hogy a jelenleg fennálló formális intézményi környezet, a különböző környezetpolitikai szabályozások (információs aszimmetria probléma, beágyazódottság hiánya, magas tranzakciós költségek miatt) önmagában nem képes megfelelő motivációt nyújtani a piac szereplők számára, nem tudják feloldani az innovációs gátakat és elősegíteni a technológia spill-over hatást, hanem csupán a szennyezés mérséklésére ösztönöz, nem pedig szerkezetváltásra. A KKV-k kisebb lépéseket tesznek a környezet védelmének érdekében, ezért fontos, hogy megfelelő policy eszközökkel feloldjuk az innovációs gátakat. Megállapítható, hogy az informális intézmények is jelentős mértékben hozzájárulnak az innovációkhoz, a fejlesztésekhez, kiegészítve a formális intézményi kereteket.

Primer kutatásom eredményeképpen a motivációk között nem találtam valódi környezeti célokat. Leginkább a nagyvállalatok körében jellemző és egyben kifizetődő is a zöld innováció, ilyen módon összefügg a költséghatékonyság javításával. A kutatásomba bevont környezettudatos vállalatok elemzése során igazolódott, hogy a valódi környezettudatos magatartás nem külső kényszer eredménye, hanem belső motivációk és gazdasági racionalitás eredője.

BOGA BALÁZS*bogabazsi@gmail.com*

Menedzsment

BSc, 2. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

MAG RÓBERT*robert.mag99@gmail.com*

Pénzügy és bank

BSc, 2. félév

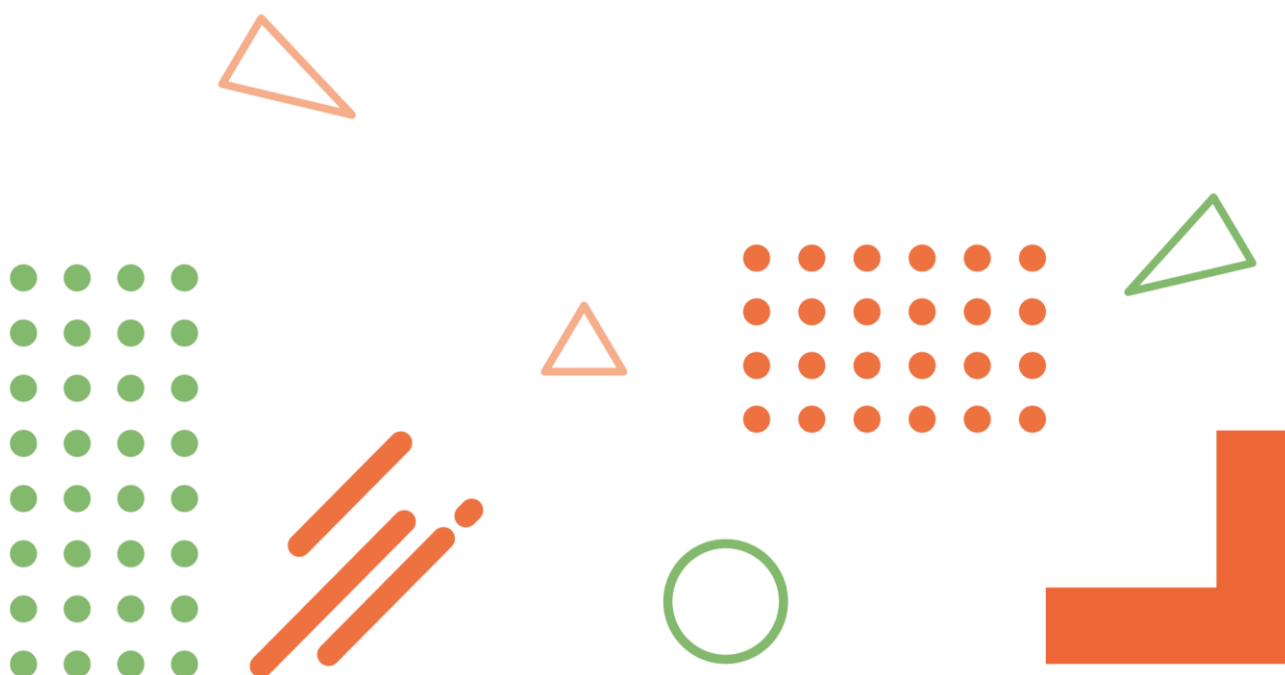
Babeş-Bolyai Tudományegyetem

*Témavezetők:**Dr. Szász Levente**egyetemi tanár, RO BBTE***Precíziós mezőgazdaság, avagy modern befektetési lehetőségek a romániai agráriparban**

Kutatásunk célja, hogy felmérjük a modern befektetési lehetőségeket a román agráriparban, összpontosítva a digitalizációra és a precíziós mezőgazdaságra. Mindezt összehangoltuk az üzleti modellek adta lehetőségekkel, így egy konkrét üzleti tervet kialakítva.

Módszertani szempontból kvalitatív és kvantitatív módszereket egyaránt használtunk: a digitalizáció és az üzleti modellek strukturált elemzése mellett interjút készítettünk, kvantitatív szempontból pedig értékelőrendszereket és statisztikai kimutatásokat egyaránt hasznosítottunk. Kutatásunk eredménye egy konkrét üzleti terv, amely bemutatja, hogy Románia legnagyobb potenciállal rendelkező térségében milyen típusú mezőgazdasági tevékenységet indokolt folytatni. Tervünket a digitalizáció és az üzleti modellek szoros kapcsolatára építettük fel.

Dolgozatunk relevanciája abban rejlik, hogy megmutatja egy mezőgazdasági szempontból kevésbé fejlett, mégis jelentős potenciállal rendelkező térség lehetőségeit, hangsúlyt fektetve a modern agrár-
ipar (agrár-
ipar 4.0) sajátosságaira. Véleményünk szerint kutatásunk gyakorlati szinten is felhasználható, ugyanis Románia más földrajzi területeire is elvégezhető, így megalapozva az esetleges befektetéseket.



CSÍKI OTTÓ

csikiotto07@gmail.com

Pénzügy

MSc, 2. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

*Témavezető:
Dr. Szász Levente
egyetemi tanár, RO BBTE*

A környezeti és társadalmi fenntarthatóság megvalósításának és eredményességének vizsgálata a globális autópárhban

Az elmúlt néhány évben számos olyan intézkedés látott napvilágot, amely azt bizonyította, hogy az autógyártók környezeti és/vagy társadalmi teljesítménye nem felel meg az előírásoknak és az elvárásoknak. Kutatásom során autópárh vállalatok környezeti és társadalmi fenntarthatóságát vizsgáltam meg egy nemzetközi lefedettségű kérdőíves kutatás, az International Manufacturing Strategy Survey (IMSS) adatainak felhasználásával. A dolgozatnak kettős célja van: egyrészt egy szisztematikus szakirodalmi elemzés által strukturálni, összesíteni kívánja az eddigi autópárh fenntarthatóság témakörben megjelent tudományos publikációkat, amelyek eddig csupán egy-egy részletét tárták fel a témának; másrészt egy nagyobb, világszintű adatbázison (142 autópárh vállalat, 22 különböző országból) empirikusan tesztelt holisztikus modellel általánosítani és kiegészíteni kívánja az eddigi szakirodalmi eredményeket, beleértve a fenntarthatóság hatását a vállalati teljesítményre az autópárhban. A kidolgozott modell az autópárh vállalatok viselkedését írja le a külső környezet – stratégia – gyakorlatok – teljesítmény kapcsolatrendszer mentén. Az elemzéshez a SEM (Structural Equation Modelling) módszert alkalmaztam, melyet a SmartPLS szoftverben implementáltam. Eredményeim azt mutatják, hogy a külső érintettek által gyakorolt nyomás pozitívan hat az autópárh vállalatok fenntartható stratégiájának kialakítására, ez pedig elősegíti a környezeti és társadalmi gyakorlatok bevezetését, amelyek növelik a környezeti és a társadalmi teljesítményt. Meglepő módon azonban az utóbbi két teljesítménydimenzió egyáltalán nem hat az autópárh vállalatok pénzügyi teljesítményére.

Kulcsszavak: fenntarthatóság, autópárh, környezettudatosság, társadalmi felelősség, pénzügyi teljesítmény

DOBOS JUDIT

dobosjuc@gmail.com

Turizmus menedzsment

MSc, 1. félév

Szent István Egyetem

Károly Róbert Campus

Témavezető:

Szabóné dr. Benedek Andrea

egyetemi docens, SZIE KRC

A penta helix innovációs modell megvalósulásának vizsgálata a nonprofit szektorban

Problémafelvetés és kutatási célkitűzés

Többféle innovációs modell létezik. A „hármasspirálmodell” továbbgondolásaként megjelent a „Quadruple” és a „Penta Helix” elmélete, melyek egyfajta idealizált működést mutatnak a modell alrendszeri, alkotói között. A valóság azonban az idealizált világgal nem minden esetben egyezik meg. Kutatásom célja: a Penta Helix (Quintuple Helix) elméleti, innovációs modelljét a gyakorlatban is megvizsgálni, külföldi, nonprofit szektorban gyűjtött tapasztalataimat felhasználva. Célom, a szervezetek működési hátterét összevetve, következtetésre jutni a modell való életben történő alkalmazhatóságával kapcsolatban.

Anyag és módszertan

A felvázolt téma mélyrehatóbb elemzési lehetőségének érdekében, a szekunder kutatás mellett, primer vizsgálatokat is végeztem, elsősorban résztvevői megfigyelés és mélyinterjú formájában. A résztvevői megfigyelések során elemeztem egy skandináv, egy mediterrán és egy afrikai szervezet működését, a Quintuple Helix modellt alapul véve. Mélyinterjút készítettem a Newill Academy Development Project egyik építészevel. Kutatásaim során hangsúlyt fektettem az intézmények partner hálózatainak, támogatóinak, adományozóinak elemzésére éppúgy, ahogy az emberi erőforrást biztosító hátterükre.

Kutatási eredmények

A Quintuple Helix modell gyakorlatban történő vizsgálata három különböző ország nonprofit szervezeteinek tekintetében igazolta az elmélet gyakorlati működőképességét. A skandináv intézmény példája ugyanis reprezentálja azt, hogy a modell bizonyos tényezők függvényében a gyakorlatban is működőképes lehet. A másik két szervezet esetében, bizonyos dimenziók azonban hiányoznak. Következtetés és javaslat

A modell gyakorlati alkalmazhatósága egy jól működő, kapitalista rendszerben, fejlett társadalom esetében beigazolódni látszik. Ez a működési forma, a különböző helixek minél hatékonyabb bevonásával példaként szolgálhat olyan társadalmak és szervezetek számára, melyek a skandináv országok fejlettségét, infrastrukturális hátterét, szociális és szervezeti hálójának szintjét jelenleg még nem érik el.

EDŐCSÉNY KLÁRA ILONA

klaraedocseny@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Harangozó Gábor
egyetemi docens, BCE GTK*

Zöldülő divatipar? Fenntartható üzleti modellek vizsgálata Magyarországon

A divatipar az egyik legösszetettebb, társadalmi és környezeti problémákkal teletűzdelt, folyamatosan növekvő iparág, mely a világ GDP-jének a két százalékát teszi ki. Emellett a divatipar a második legnagyobb tisztavíz készlet szennyező a Földön és a globális szén-dioxid kibocsátás 10%-ért is felelős. Ezen problémák leküzdése érdekében került előtérbe a megoldásoknak az üzleti modellbe való integrálása, a fenntartható üzleti modellek megjelenése. Kutatásom célja, annak feltárása, hogy a divatiparban tevékenykedő vállalkozások, hogyan képesek a fenntarthatóságot az üzleti modelljükbe integrálni és ezt milyen üzleti modelleken keresztül érik el. Emellett szerettem volna arra is választ kapni, hogy a fenntarthatóság három pillére (társadalmi, környezeti, gazdasági fenntarthatóság) együttesen meg tud-e jelenni ezeknél a vállalkozásoknál, vagy valamelyik szempont sérül-e.

Kutatásom elején a szakirodalom segítségével vizsgálom a fenntartható üzleti modelleket és célom, hogy a divatiparra alkalmazható, ahhoz leginkább illő alternatív üzleti modell típusokat azonosítsak. Ennek a kérdéskörnek a jelentőségét az indokolja, hogy habár egyre több fenntartható üzleti modelleket vizsgáló szakirodalom áll rendelkezésre, olyan nagyon kevés van, amely kifejezetten a divatipar sajátosságait figyelembe véve azonosít típusokat. Az említett vizsgálatot követően azt elemzem, hogy az azonosított alternatív üzleti modelleknek milyen szerepe lehet a fenntarthatósági célok elérésében, illetve létezik-e a divatipar számára ideális modell, amely a triple bottom line (három optimalizálás) elemeit leghatékonyabban tudja kielégíteni. Ehhez primer kutatást végeztem hat magyar, a fenntartható divatiparban tevékenykedő vállalkozás megkeresésével és a velük készített mélyinterjúk kiértékelésén keresztül próbáltam választ adni a felmerülő kérdésekre.

A kutatás eredményei rámutattak, hogy a fenntartható üzleti modellek alkalmasak a gazdasági, társadalmi és környezeti fenntarthatósági elemek beépítésére, ám ezek együttesen csak kompromisszumok árán tudnak megvalósulni. A vállalatok pedig akkor tudják leghatékonyabban az üzleti modelljükbe integrálni a fenntarthatóságot, ha azt alapos felkészülés előzi meg és tudatos célként tud megvalósulni. A legnagyobb kihívások, melyekkel egy fenntartható vállalkozásnak meg kell küzdeni, a méretgazdaságosság adta kihívások, a megfelelő anyagi, technológia háttér és az információk hiánya és nehéz hozzáférhetősége.

JARJABKA ÉVA ERZSÉBET*jarjabka@freemail.hu*

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

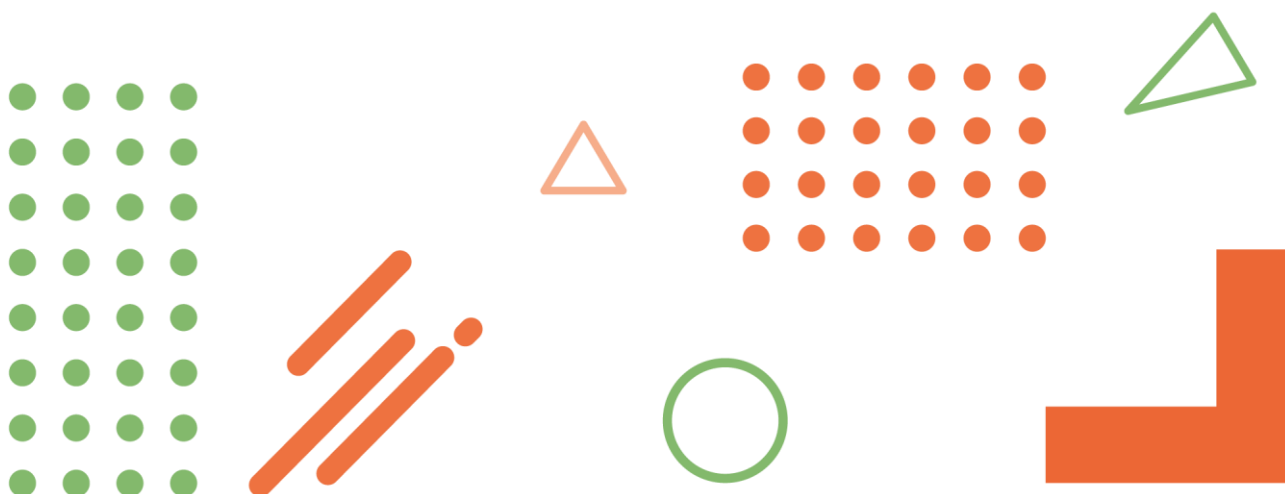
*Témavezető:
Dr. Dániel Zoltán András
egyetemi docens, PE GTK*

A KKV szektor CSR tevékenysége hazánkban a COVID járvány idején

A hazánkban is egyre nagyobb népszerűségnek örvendő CSR (Corporate Social Responsibility) már nem csak a multinacionális vállalatoknál, hanem a KKV szektorban is teret hódít. Ennek ellenére még mindig jelentős, azok száma, akik nincsenek tisztában a jelentésével és megjelenési formáival.

A téma iránti érdeklődésemet egyrészt a CSR tevékenységek sokszínűsége keltette fel. Szerettem volna mélyebb betekintést nyerni abba, milyen lehetőségek állnak a vállalkozások rendelkezésére, hogy felelősen viselkedjenek. Másrészt a COVID járvány miatt kialakult helyzet tovább fokozta kíváncsiságomat, hiszen ebben az időszakban mindenki élete megváltozott, átalakult. Ennek köszönhetően a társadalmi felelősségvállalás szerepe még inkább meghatározóvá vált. A vállalatvezetők komoly döntési helyzetbe kerültek. Fel kellett mérniük, hogyan tudnának olyan felelősségteljes döntéseket hozni, ami szem előtt tartja mind a vállalkozás, mind a munkavállalók, mind a társadalom egészének érdekeit. A kialakult helyzetben a vezetők elsődleges célja természetesen az egészségvédelem mellett a vállalkozás működésének és a munkavállalók folyamatos munkavégzésének biztosítása volt. Ezenkívül voltak, akik gondot fordítottak az egészségügy, az egészségügyben dolgozók, és a hátrányos körülmények között élők megsegítésére is.

Dolgozatomban arra kerestem a választ, hogyan alakult a vállalkozások CSR tevékenysége az országunkat is elérő COVID-19 idején. A kutatási cél elérése érdekében a megyéket öt csoportba soroltam fertőzöttségi szint szerint, a kialakított csoportok közül négyből egy-egy megye került kiválasztásra, amelyeknek a Top100-as listáiból a KKV-k weboldalai és Facebook oldalai kerültek tanulmányozásra. Az így észlelt megjelenések alapján mutatom be a KKV szektor éllovasainak CSR tevékenységét.



KELEMEN MIHÁLY FERENC

kelemenmihalyferenc@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Pakainé dr. Kováts Judit
egyetemi docens, SOE SKK*

A felelős fahulladék-gazdálkodás üzleti előnyei – a bútoringar útja a körforgásos gazdaság irányába

Napjainkban a növekvő társadalmi és környezeti rombolások ráébresztették az emberiséget arra, hogy az eddigi termelés és gazdasági növekedés nem fenntartható. A vállalatok kizárólag a társadalmi felelősségvállalás okán csak kismértékű változásokra nyitottak, viszont abban az esetben, ha mindezt üzletileg is profitábilisnek találják, akkor jelentős változásokat is elindítanak. Elsőre felmerülhet a kérdés: származhat-e gazdasági előny a felelős fahulladék-gazdálkodóból? Lehetünk-e egyszerre felelős, jó vállalat, miközben a profitunk is nő? Dolgozatomban erre kerestem a választ a bútoringar tekintetében. A faalapú laptermékekből készült bútorok élettartama lerövidült, a fogyasztói szokások is megváltoztak, a gyakori stílusváltozások pedig tovább ösztönzik a vásárlókat. Ezen iparág esetén a természeti erőforrások szűkössége és a fogyasztói társadalom növekvő hulladékképzésének megfelelő ártalmatlanítása is aggodalomra adhat okot.

Kutatásom során az érintett vállalatok üzleti előnyeit két csoportba osztva vizsgáltam és bizonyítottam. Egyfelől a hulladékfa-feldolgozással az alapanyag-költségek csökkenése okán realizálhatunk profitnövekedést. Másfelől a termék piacképesebb lesz az egyre erősödő környezetvédelmi trendek, fogyasztói elvárások mellett, ezzel pedig versenyelőnyre tehetünk szert. Ezen két kategória adja dolgozatom felépítését.

A vállalati oldal feltérképezését duális képzésem gyakorlati helye, a FALCO Zrt. számos naprakész információval segítette. A fogyasztói kört a primer kutatásom kvantitatív részében kérdőívek segítségével vizsgáltam. Vizsgálatom fő célja volt a fogyasztói preferenciák közt megjelenő környezettudatosság jelenét és jövőjét feltérképezni a generációk között. Továbbá a bútoringarvásárlási szokásokat vizsgáltam, főként a keletkező fahulladék mennyiségét és ütemét, összevetve a hulladékfa-feldolgozó üzemek kapacitásával. Közel 500 kitöltést a Google-úrlap segítségével gyűjtöttem be, a kiértékelést során az IBM SPSS-t használtam.

Az eredmények igazolták a feltételezéseimet. Egyrészt a fogyasztói igények magasabb szintű kielégítése jelentette versenyelőny realizálható, mely sikerének kulcsfontosságú elemére, a megfelelő kommunikációra vázoltam fel lehetőséget. Másrészt a begyűjtési folyamat javításával tovább csökkenthető az alapanyag-költség, amire új irányok és optimalizációs javaslatok megfogalmazásával részletesen kitértem a kutatási eredményeim alapján.

MADARÁSZ LAURA*laura.madarasz@yahoo.com*

Kereskedelem és marketing

BSc, 6. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

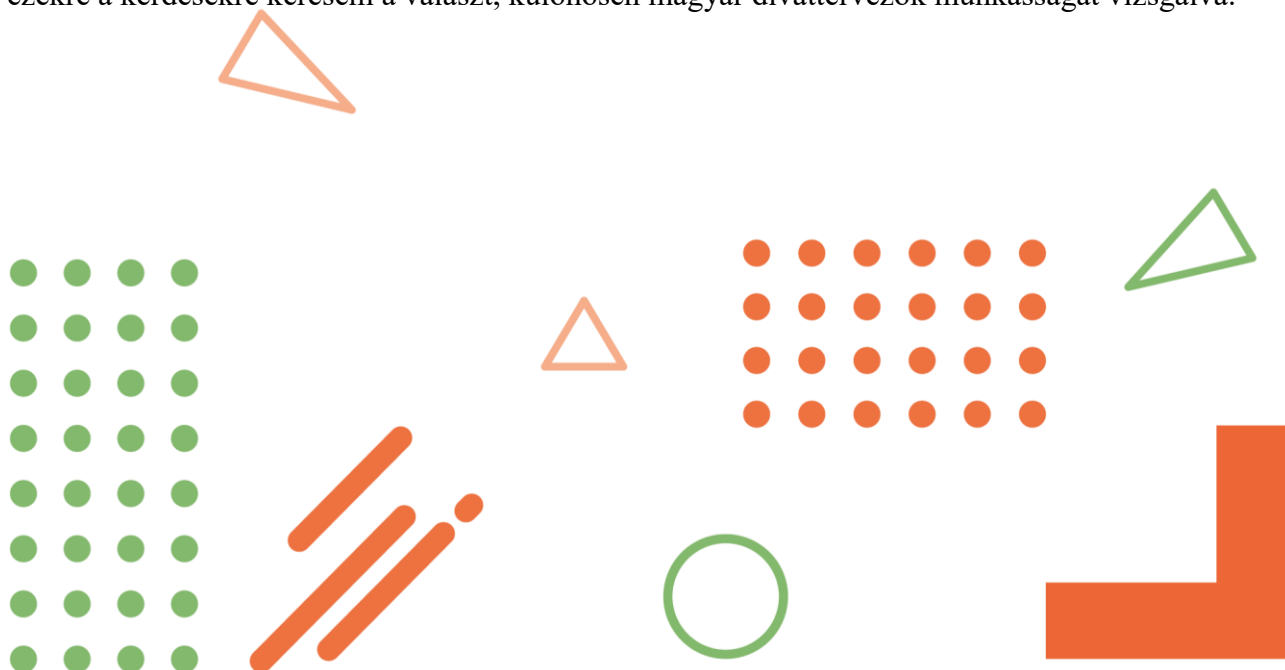
*Témavezető:
Sáfrányiné dr. Gubik Andrea
egyetemi docens, ME GTK*

A körforgásos szemlélet megjelenése a vezető divatcégek értékláncában

A folyamatosan növekvő népesség, és az ezzel együtt járó egyre növekvő fogyasztói társadalom egyre nagyobb környezeti és társadalmi kihívásokat gerjeszt. Fogyasztói döntéseinkkel magunk is befolyásoljuk ezeket a tendenciákat, de a vállalati gyakorlatok is meghatározóak. Ahogy mi fogyasztóként, mindennapi döntéseink során lehetőséget kapunk arra, hogy tudatosabb fogyasztóvá váljunk, a vállalatok is sokat tehetnek azért, hogy tevékenységük társadalmi és környezeti szempontból minél kevésbé legyen káros.

A divatipar a világ legszennyezőbb iparágai közt a 2. helyet foglalja el az olajszektor után, amely a környezet számára rendkívül megterhelő, Csak a legjellemzőbbeket említve: a vízpazarlással, széndioxid kibocsátással, vegyszeres szennyezéssel is jár. Mi fogyasztók, rendszeresen cseréljük, frissítjük ruhatárunkat, költekezünk, ezzel ösztönözve a divatcégeket a folyamatos termelésre, újabb kollekciók előállítására, amely elvezet a mértéktelen felhalmozódáshoz, melyet eddig a természet sínylett meg. Az Amerikai Környezetvédelmi Ügynökség adatai szerint az Amerikai Egyesült Államokban éves szinten közel 15 millió tonna textilhulladék keletkezik.

Vajon megoldható lenne-e ezeknek a kidobásra ítélt ruházati cikkeknek az újrahasznosítása, illetve a kisebb környezetterheléssel járó gyártás? Egyáltalán mit kezdenek a divatcégek a felesleges, el nem adott, hibás árukkal? Megjelennek-e az értékláncukban a környezeti, társadalmi kérdések? Érzik-e a felelősségüket ezen a területen és tovább tudnak-e látni a profitmaximalizáláson? Dolgozatom során ezekre a kérdésekre keresem a választ, különösen magyar divattervezők munkásságát vizsgálva.



MEZEY BEATRIX

beatrixmezey@gmail.com

Emberi erőforrások

BSc, 5. félév

Károli Gáspár Református Egyetem

Állam- és Jogtudományi Kar

*Témavezető:
Alpár Vera Noémi
tanársegéd, KRE ÁJK*

Egy multinacionális vállalat CSR tevékenysége

Kutatásom célja, hogy mélyebben lássam valójában milyen CSR tevékenysége a vállalatnak, ahol dolgozom. Mennyire veszi ki a társadalmi problémákból a részét egy ekkora multinacionális cég.

Kutatásmódszertanként interjúkat készítettem, dokumentumokat elemeztem és megfigyeltem. A CSR-nak több definíciója van, de mindenki egyetért a CSR értelmezése során, hogy a vállalatok önként veszik ki részüket a társadalom problémáiból. A CSR alkalmazása számos előnnyel járhat a vállalat számára, például: jobb megítélés, nagyobb érdekeltség, vonzóbb a szakemberek számára stb. Negatív hatások is érhetik a vállalatokat, ha CSR álcájába bújva csak profitmaximalizálásra törekszenek és nem veszik ki ténylegesen részüket a társadalmat érintő problémákból. A CSR-hoz szorosan kapcsolódik a fenntarthatóság témája is. Ahhoz, hogy „valami” fenntartható legyen érvényesülnie kell a gazdasági és társadalmi fejlődésnek és környezetvédelmi szempontoknak is. Számomra a CSR-nak része a fenntarthatóság, de a vállalatom esetében külön kérdésként értelmezik. A fenntarthatósági stratégia három pillérnek alapszik. Az egyik a zöldebb termékportfólió gyártása. A második a semleges kibocsátású gyári működés elérése beleértve a karbonsemlegességet. A harmadik pedig az a követelmény, hogy a beszállítók környezetbarát módon szállítmányozzanak. A pillérek bemutatása és elemzése során kiderült, hogy elsősorban primer gazdasági hatás érvényesül. A vállalati értelmezésben vett CSR tevékenység adományozásra és önkéntességre oszlik. Az adományozásra szánt keret fél évente 2 millió forint és ezt az összeget osztják szét azoknak a környékbeli szervezeteknek, akik sikeresen megnyerték a pályázatot. Az önkéntesség ad-hoc jellegű, nem sikerül minden évben megrendezni. Nincs is rá törekvés. A stratégiai piramis alapján arra következtettem, a vállalati vízió, misszió és stratégiának része a fenntarthatóság addig operatív szinten nem valósul meg. A belső CSR tevékenység egyik szinten sem valósul meg.

Következtetésem az, hogy a vállalatom „profit-fenntartható” vállalat. A költségcsökkentést és a profitorientáltságot a fenntarthatóság álcájába öltöztetik. Javaslatként azt fogalmaztam meg, hogy kulcsfontosságú a vezetői szerepvállalás és a munkavállalói bevonás és fejlesztés, mert csak így lehet a vállalatom egy igazán felelős vállalat.

MOLNÁR JÁNOS

molnar.janos.fon.hu@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 6. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Szőke Tamás

PhD hallgató, BME GTK

A Tisza II. Hőerőmű kis és közepes moduláris atomerőművel (SMR) történő helyettesítésének vizsgálata

Dolgozatomban be szeretném mutatni, hogy hol tart jelenleg a kis és közepes moduláris reaktorok (SMR) technológiája, alkalmazásuk milyen feltételek mellett és hogyan lenne kifizetődő a jelenleg tartós üzemszüneten tartózkodó Tisza II. Hőerőmű helyén. Kutatásomat a nemzetközi szervezetek (Nemzetközi Atomenergia-ügynökség IAEA, a Nemzetközi Nukleáris Világszervezet WNA) által publikált fundamentumokra, a Magyarországra vonatkozó részeket, pedig hazai szakértők munkáira építettem.

A Nemzetközi Atomenergia-ügynökség definíciója szerint, a kis és közepes moduláris atomerőművek (SMR) legfeljebb 700 MW villamos energia termelésére alkalmasak, a részeit gyárakban állítják elő, valamint további egységekkel bővíthetők amennyiben igény van rá. A kis méretükből és a moduláris kialakításból fakadóan olyan helyeken is lehet őket hasznosítani, ahol eddig nem volt reális opció atomerőmű létesítése.

A felhasználásukat tekintve is igen sokrétűen használhatók, hiszen rugalmasan és skálázhatóan előállított villamosenergia mellett kapcsoltan távhő, hidrogén is termelhető, valamint sótalánító létesítmény is működtethető. Mindezt károsanyag kibocsátás mentesen, így akár régi fosszilis erőművek leváltására is alkalmasak. Mindazonáltal nem szabad figyelmen kívül hagyni a velük kapcsolatos szabályozási és biztonsági kérdéseket sem. Jelenleg az SMR-ek elterjedésének egyik legnagyobb hátráltatója a hosszú engedélyeztetési folyamat. A biztonság kérdése is kiemelkedően fontos, hiszen sok tragikus esemény történt a technológia használata következtében, azonban az SMR-ek aktív és passzív biztonsági rendszereiknek köszönhetően biztonságosabbak, mint a hagyományos atomerőművek.

A Tisza II. Hőerőmű évek óta tartós üzemszünet állapotában van, és jelenleg úgy tűnik, nem is fogják újraindítani elavultság miatt. A terület közelsége a Tisza folyóhoz a könnyű vizes erőműveknek kedvező, továbbá kiépült infrastruktúra is megtalálható, valamint könnyen kialakítható kogeneráció, amely nem csak megtérülés szempontjából, hanem a környező lakosság szempontjából is előnyös.

SZABÓ TAMARA

sztamara9801@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 9. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Sebestyén dr. Szép Tekla

egyetemi docens, intézetigazgató-helyettes, ME GTK

Divatipar és fenntarthatóság – mi van a csillogás mögött? Fenntarthatóságot értékelő rendszerek összehasonlítása

TDK dolgozatom témája a fenntarthatóság a divatiparban, azon belül a fenntarthatósági értékelőrendszerek. A divatipar jelentősége tagadhatatlan, hiszen 2019-ben a globális divatipar értéke 1,3 billió dollárt tett ki (Gazzola, et al., 2020), azonban megdöbbentő a tény, hogy a második legszennyezőbb iparág az olajipar után. (Előd, 2017) Csupán egyetlen póló előállításához 2720 liter vízre van szükség (Benson, 2018), a további környezeti terhelésről és a súlyos társadalmi kérdésekről nem is beszélve.

A dolgozomban megvizsgáltam a vállalati társadalmi felelősségvállalást a fenntarthatóság tükrében, a divatipar és azon belül a fast fashion cégek jelentőségét, majd a divatipar súlyos problémáit. Ezután összefoglaltam a fenntartható divatipar témakörében végzett kutatások fő megállapításait. A korábbi kutatások rávilágítottak arra, hogy az egyik késleltető tényező a divatipari fenntarthatóság megvalósulásában, az információhiány. Abban, hogy ez csökkenjen, nagy szerepe lehet a divatiparban is megjelenő fenntarthatósági értékelő rendszereknek. Ugyanakkor azt tapasztaltam, hogy számos, egymástól nagyon különböző értékelőrendszer van a divatiparban, és ez megnehezíti a fogyasztók döntését. Emiatt a kutatásom célja a divatipari fenntarthatósági értékelőrendszerek összehasonlítása volt, valamint annak vizsgálata, hogy hogyan értékelik a legnagyobb fast fashion vállalatokat.

A primer kutatásom során a dokumentumelemzés módszerével, 13, a divatiparban használt fenntarthatósági értékelőrendszer elemeztem. Megállapítottam, hogy a divatipari fenntarthatósági értékelőrendszerekben háttérbe szorul a fenntarthatóság társadalmi oldala a környezeti és a gazdasági szempontokkal szemben. A gazdasági dimenzióiban a beszállítói lista nyilvánosságra hozatala, valamint a kockázat és válságkezelés vizsgálata dominánsak. A környezetvédelmi témakörben a leggyakrabban vizsgált szempontok, a klíma és környezetvédelmi stratégia, a környezetvédelmi politika és irányítási rendszerek, valamint a termékgondozás. A társadalmi dimenzióban a két leghangsúlyosabb tényező az emberi jogok és az ellátási lánc menedzsment témaköre. Mindhárom dimenzióban hangsúlyos szerepet kap az Ellátási lánc menedzsment értékelése. A különböző divatipari fenntarthatósági értékelések különböző eredményre vezetnek, és más vállalatokat értékelnek „fenntarthatónak”. Ezzel nem segítik a vásárlókat és a többi érintettet sem.

SZIJÁRTÓ BOGLÁRKA CSILLA

sziszi.bogi@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 6. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Valkó László

címzetes egyetemi tanár, BME GTK

Fenntartható szálláshelyek jelene és jövője

OTDK dolgozatom témája a 21. század legfontosabb feladatának- a környezetvédelem és fenntarthatóság gyakorlatba ültetésének- az egyik ágazatával foglalkozik, mely minden utazni vágyót, turizmusban dolgozót, kormányt és civilszervezetet érint. Korosztályom nagyrésze már több külföldi országban is járt. Felmerül a kérdés azonban, hogy ez a drasztikus turistaszám-növekedés az egyes helyeken milyen hatással lesz az ott élő lakosságra, az élővilágra és a természeti környezet egészére. A környezettudatos fogyasztás és viselkedés minden utazó és szállásadó felelőssége.

A legtöbb ember napjainkban csak futólag hall a különböző környezetbarát kezdeményezésekről, nem beszélve az öko-címke termékekről és szolgáltatásokról. Így sokan távolinak, elérhetetlennek vagy túl drágának gondolhatják ezek használatát, igénybevételét – pl. a környezetbarát szállodákban való pihenést is. E tévhit megcáfolásaként a nemzetközi és hazai irányelvek mellett az Európai Unió, az osztrák és a skandináv öko-címke konkrét szálloda(lánc) példákat mutatok be, kiegészítve ezt néhány szálláshely saját véleményével és tapasztalatával (kérdőív válaszok eredményével). Az egyik leginkább élenjáró, általam kutatott lánc a Scandic Hotels, mely monitorozza és fejleszti tagjait a fenntarthatóság érdekében, a gazdasági növekedés mellett.

Bár az egyes létesítmények energia, víz, gáz fogyasztása és hulladéktermelése kevésnek tűnhet a lakótelepek, irodatómbök fogyasztásához képest, összességükben mégis jelentős szerepet játszhatnak a környezetük szennyezésében vagy védelmében. Szerepük van emellett a vendégeik szemléletformálásában és tájékoztatásában.

A magyar helyzet elemzésekor felkerestem dr. Éri Vilma, a Környezetbarát Termék és Európai Öko-címke Tanúsító Igazgatóság vezető tanúsítóját, aki megosztotta velem az általa összeállított vendég-látóhelyekre vonatkozó minősítés-tervezetet. Ennek elemzése mellett a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége által létrehozott Zöld Szálloda Minősítést is tanulmányoztam, a sikeres pályázók összetételét illetve saját véleményüket vizsgálva.

Az öko-címke és hivatalos nemzetközi kezdeményezések mellett érdekesnek találtam alternatív, startup módon létrejövő, környezetbarát szálláshelyekkel foglalkozó vállalkozás, az Ecobnb bemutatását is, mely egy olasz kezdeményezésű internetes szálláshelykereső. Itt csak öko-címkezett szálláshelyek közül válogathat a tudatos utazni vágyó turista, kijelölheti, hogy az adott szálláshely mely környezeti elvárásoknak feleljen meg.

TÓTH ÁDÁM

toth.adam.99.3.27@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

*Témavezető:
Dr. Majoros Pál
főiskolai tanár, BGE KKK*

A magyarországi kisüzemi sörfőzdék, és a betétdíjas rendszer

A dolgozat fő kérdése, hogy a kisüzemi sörfőzdék miért nem teszik betétdíjassá a termékeiket, milyen okai vannak ennek. A kisüzemi sörfőzdék főként a vendéglátóiparban értékesítik a termékeiket, ugyanakkor sokan a kiskereskedelemben is. A kiskereskedelemben értékesített söreik egy részét sörösüvegben értékesítik. A magyarországi betétdíjas üvegviszaváltással kapcsolatban sok probléma van, melyeket a betétdíjas üvegviszaváltás szereplői is tapasztalnak, a gyártók, forgalmazók, fogyasztók. Éppen ezért foglalkoztam a fogyasztókat érintő kérdésekkel.

A felmerült kérdések megválaszolása érdekében tanulmányoztam a témához kapcsolódó szakirodalmakat, a kisüzemi sörfőzdékkel kapcsolatos írásokat. Kérdőíveket készítettem a kisüzemi sörfőzdéknek és a fogyasztóknak is. A kisüzemi sörfőzdéknek szánt kérdőív segítségével próbáltam megismerni azokat az okokat, melyek közrejátszanak abban, hogy a kisüzemi sörfőzdék nem használják a betétdíjas üvegviszaváltási rendszert, illetve az ezzel kapcsolatos véleményüket is próbáltam megismerni. A fogyasztóknak szánt kérdőív segítségével vizsgáltam a fogyasztókat érintő kérdéseket, például az üvegviszaváltási hajlandóságot. A kérdőívek sajnos nem tekinthetőek reprezentatívnak az alacsony kitöltésszám miatt.

A kutatás fő kérdésére ugyanakkor sikerült megtalálnom a választ. A kisüzemi sörfőzdéknek a betétdíjas üvegviszaváltás túlságosan költséges lenne, sokaknak beruházást kéne megvalósítaniuk annak érdekében, hogy betétdíjassá tegyék a termékeiket. Ez a probléma a jelenlegi betétdíjas üvegviszaváltással kapcsolatos problémákhoz is kötődik. A jelenlegi üvegviszaváltási rendszerben a gyártó dönt a betétdíj alkalmazásáról, az üvegekkel kapcsolatos logisztikai költségek is őt terhelik. Az üvegek válogatását és tisztítását is egyénileg kéne megoldania a kisüzemi sörfőzdéknek. Nem elhanyagolható ok, hogy a higiénia fontos a sörfőzés folyamata során. A palackozás terén is. A használt üvegeket a kisüzemi sörfőzdék sok esetben nem tudnák megfelelően tisztítani, vagy éppen nem bíznak abban, hogy a használt üvegekben tudnák garantálni a fogyasztók által megszokott minőséget. A fogyasztók ugyanakkor pozitívan értékelik a betétdíjas üvegviszaváltást, a főbb problémájuk a rendszerrel kapcsolatban az, hogy kevés termék minősül betétdíjasnak.

Gazdasági informatika és e-business

Elnök: Prof. Dr. Michelberger Pál egyetemi tanár (ÓE BGK)
Társelnök: Prof. Dr. Kó Andrea egyetemi tanár (BCE GTK)
Tag: Dr. habil. Füzesi István egyetemi docens (DE GTK)
Tag: Dr. Keszthelyi András egyetemi docens (ÓE KGK)
Tag: Dr. Novák Tamás egyetemi docens (MATE Károly Róbert Campus)

BÁNÓCZI ANNA*banoczianna@gmail.com*

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

*Témavezető:**Badics Milán Csaba**egyetemi tanársegéd, BCE GTK*

Az adat az új olaj? – Data-driven cégek tőkepiaci sajátosságainak vizsgálata

Az elmúlt években középpontba kerültek a big data adta lehetőségek, fontos tényezővé vált az adat-alapú működés, a data-driven cégek pedig ezeket kiaknázva kerültek a világ legnagyobbjai közé. Az adatalapú működés hatékonysága és az általa biztosított versenyelőny már bizonyított, ez adta a motivációt, hogy a kutatásomban egy eddig vizsgálatlan, ökonometriai-pénzügyi irányból közelítsem meg a témát és ezeknek a cégeknek a működését.

Dolgozatomban a data-driven cégek tőkepiaci viselkedésének sajátosságait elemzem 2005 és 2020 között. Ehhez az általam választott öt-öt data-driven és hagyományosan működő cég, valamint három nyersanyag tőzsdei árait használom fel hálózatelemzés céljából. Arra keresem a választ, hogy igaz-e, miszerint a hagyományos, adatokat csak taktikai szinten hasznosító cégek részvényárait sokkal nagyobb hatással vannak-e a nyersanyagárak, mint a főként szolgáltatásokra berendezkedett data-driven cégek esetében? A kutatási kérdésemet hálózatelemzési keretrendszerben, ökonometriai módszerek segítségével válaszolom meg. Ennek során a szignifikáns oksági kapcsolatok számát modellezem az egyes cég-nyersanyagpárok részvényárai közt, külön-külön a data-driven és hagyományos cégekre. A kapcsolatok számát lineáris Granger-oksággal és lead-lag kapcsolatok keresésével is meghatározom, majd a szignifikáns kapcsolatok arányát hasonlítom össze cégtípusonként a következtetések levonására. Az eredményeim azt mutatják, hogy időben nincs szignifikáns különbség a hagyományos és a data-driven cégek tőzsdei viselkedése közt a kapcsolatok alakulása alapján, viszont a gazdasági és pénzügyi ciklusok egyes állapotaira másként reagálnak a cégek. Ezt mutatja, hogy a 2008-as válság és az azt követő recesszió alatt a data-driven cégek kapcsolata szignifikánsan erősebb és volatilisabb volt a nyersanyagárakkal, mint a hagyományos cégeké, valamint ezzel ellentétesen alakult a kapcsolatok száma és volatilitása a gazdasági konszolidáció és növekedés alatt a két cégtípus esetében.

Az eredményeim piacismereti szempontból lényegesek, mivel igazolják, hogy különböznek a hagyományos és a data-driven cégek reakciói a gazdasági jelenségekre. Ez pedig rámutat arra, hogy az általam felvetett kérdést érdemes további módszerekkel is megvizsgálni, valamint a hálózatelemzés spektrumát további cégekre is kiterjeszteni.

BIRINYI LAURA*birinyi.laura@gmail.com*

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Dr. Csiszár Csilla Margit
egyetemi docens, ME GTK*

To chain or not to chain?: Blokklánc szabályozás mérlegelése fogyasztóvédelmi szempontból

Az elmúlt évek egyik legemlegettebb témája a Bitcoin, melynek technológiai hátterét sokkal kevesebben ismerik, pedig egyes vélemények szerint ebben rejlik a jövő. Ez a háttér pedig nem más, mint a blokklánc, amit a világ nagyvállalatai és egyre több ország kormánya kísér figyelemmel. Nem véletlenül, hiszen rengeteg iparágban hasznos lehet, ha megfelelően használjuk ki. Felgyorsíthatja és leegyszerűsítheti az életünket, megállíthatja a korrupciót és csalásokat, és a jelenlegi koronavírus okozta krízis helyzetére is próbálják alkalmazni. Van, aki szerint 2025-re már teljesen beépül majd a köztudatba és a fogyasztók által elfogadott technológia lesz.

Emiatt dolgozatomban a blokklánc témáját dolgozom fel fogyasztóvédelmi szempontból, ezen felül is a fogyasztói bizalom és elfogadás szemszögéből. A kutatás célja, hogy megvizsgáljam a magyar társadalom mennyire áll készen egy ilyen technológia alkalmazására a hétköznapokban, mennyire lehetnek elfogadóak egy ilyen újítással szemben. Vajon szükséges e szabályozni az adott technológiát a fogyasztók bizalmának érdekében? Esetleg milyen más módszerek szükségesek ahhoz, hogy a fogyasztók bizalmát növelhessük? Ahhoz, hogy erre választ kapjak áttekintettem a témában fellelhető szakirodalmat, kutatásokat, és tanulmányokat, valamint saját kérdőíves kutatást is végeztem, amelyet a szekunder kutatásomban talált statisztikai adatokkal is összevetek. Továbbá egy blokklánc szakértő jogásznak, dr. Varsányi Károlynak feltettem a kutatásomhoz kapcsolódó kérdéseimet és feltételezéseimet is egy interjú során.

Dolgozatom a bevezetés után a kutatómódszertan bemutatásával folytatódik, ahol a szakirodalmi kutatás, a szekunder és a primer kutatás módszertanát is ismertetem. Az ezt követő fejezet a blokklánc bemutatására, mélyebb megismertetésére szolgál. Ezen kívül ismertetem az ehhez kapcsolódó adatvédelmi és fogyasztóvédelmi szabályozások helyzetét is az Európai Unióban és Magyarországon. Feldolgoztam a World Values Survey adatai alapján Magyarország, az Európai Unió, és pár uniós országnak lakossági statisztikai adatait a bankok, a pénzügyintézetek, és a technológiai fejlődés iránti bizalmukról. Dolgozatomat az online kérdőíves kutatásommal és a szakértői interjúval zárom le, melyben a munkám elején felállított feltételezésekre kerestem a választ.

CSEPREGI DÁNIEL*daniel.csepregi10@gmail.com*

Pénzügy

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

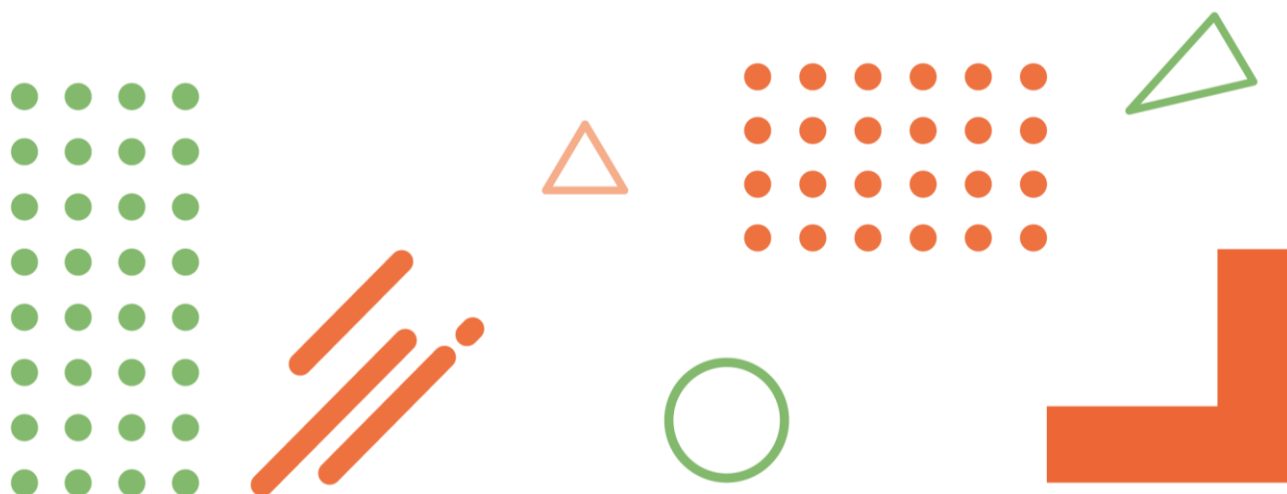
*Témavezető:
Dr. Borbásné Szabó Ildikó
egyetemi docens, BCE GTK*

Első lépés az automatizált oktatásfejlesztés felé

Az ipari forradalmak elsőprő erejű változásokat idéztek elő, ennek okán mára komplexsége váltak a munkahelyek, amihez igazodnia kell a felsőoktatás résztvevőinek is. Magyarországon hiányzik a nemzeti szinten összehangolt készség előre jelző rendszer ugyanakkor vannak kezdeményezések az oktatás reformálására, azonban továbbra is nehézséget okoz lekövetni a munkaerőpiaci igények változását. Magyarországon 2016-ra nagy mértékben felborult az ICT állások munkaerő kínálati és keresleti egyensúlya.

A Budapesti Corvinus Egyetem ambiciózus átalakulás előtt áll, ugyanis 2030-ra Európa TOP 100 a világ TOP 200 egyetemébe kerülhet. A változás érinti az alap- és mesterszakok felépítését is, lehetőséget biztosít ezzel a Gazdaságinformatikus képzésének és kurzusainak áttervezésére. A szerző célja a szövegelemzés módszerével szisztematikusan kinyerni az IT munkahelyeken elvárt képességeket az álláshirdetéseken keresztül. Az elemzés egyrészt azt célozza meg, hogy aktuális álláshirdetési adatok alapján három felügyelet nélküli témabesorolással (LDA, K-közép és LSA eljárással) megfelelően elkülönítsen IT álláskategóriákat. Másrészt, az oktatási tantervhez releváns képességek, kifejezések felkutatásában segítsen.

Az eredmények azt igazolják, hogy a felügyelet nélküli témabesorolás nem minden esetben működik megfelelően. A négy legerősebben összetartozó témából három témához sikerült IT állást rendelni. A leggyengébb kapcsolatú témák elemei között azonban sok téma keveredett. A kellően jól elhatárolt témák esetében az Európai Unió alapvető kompetencia adatbázissal (ESCO) összehasonlítva legalább 50% átfedés tapasztalható. A bemutatott eljárás továbbá lehetőséget biztosít a képességek kapcsolatának 3D ábrázolására, és egy jártassághoz szorosan kapcsolódó képességek listázására.



KOVÁCS FANNI*kovacsfanni98@gmail.com*

Gazdaságinformatikus

BSc, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

*Témavezetők:**Balázné dr. Lendvai Marietta**főiskolai docens, PE ZEK**Jámbor Balázs**adjunktus, PE ZEK*

Hogyan legyen a webdesign egy ütőkártya a vállalkozások kezében?

Az internet folyamatosan, gyors ütemben fejlődik továbbra is, amely kibővíti az alkalmazható marketing eszközök körét. A vállalatoknak át kell gondolniuk üzleti és kommunikációs stratégiájukat, melybe már az online marketingkommunikáció sajátosságainak is helyet kell szorítani. A kommunikáció ilyen formájának sikerességéhez jelentősen hozzájárul a honlap. Egy zalaegerszegi vállalkozásnál, ahol duális gyakornok vagyok, a Pannon-Truck 2000 Kft-nél is egyre fontosabbá vált az, hogy minél szélesebb körben ismertessék meg a kamion szervizelési szolgáltatásaikat az online térben. 2003 óta működik weboldala a www.pannontruck2000.hu webcímen. Céлом, hogy egy friss honlaptervezet elkészítését segítsen elő mind a felhasználói igények, mind pedig a jelenleg is használatos webdizájn trendek figyelembevételével. Nem elhanyagolható továbbá az sem, hogy mint hivatalos márkaszerviztől, a DAF és az IVECO brand komoly gondossággal kidolgozott és eltérő arculati elemek használatát várja el a mindennapokban. A weboldalnak is tükröznie kell mindezt. Az irányvonal az, hogy az emberek egy pozitív image-et társítsanak az említett márkákhoz a Kft. képviselőjében.

A felhasználói igények alapos megismerése érdekében kétirányú kutatást végeztem. Egyrészt online felméréssel arra kerestem a választ, hogy a cég környezetében (Zala megyére koncentrálnva) működő kkv-k mennyire figyelnek saját honlapjuk működésére és megjelenésére. Másrészt célul tűztem ki, hogy a honlapra látogató személyek elvárásairól is képet kapjak, akiket arra kértem, hogy 4 DAF és IVECO márkakereskedő, -szerviz weboldalait értékeljék különböző ismérvek alapján. Az értékelési szempontok kialakításánál figyelembe vettem a Magyar Marketing Szövetség által meghirdetett „Az Év Honlapja” verseny bírálati rendszerét is. Az eredmények a legmeghatározóbb versenytárselemzéshez és a duális gyakorlóhelyem honlapfejlesztéséhez releváns információt szolgáltatottak. Emellett arra a régóta vita tárgyát képező kérdésre is kerestem a választ, hogy a felhasználóknak a tartalom vagy a dizájn fontosabb első benyomásra egy weboldal esetében. Mindezen vizsgálataimra alapozva végül összegeztem, s egy modellbe rendeztem, hogy milyen szempontok szerint érdemes kialakítani egy vonzó weboldalt, hogy aztán az sikeres legyen és megelőzze a versenytársakat a Google keresési találatainak sorrendjében is.

KUKNYÓ DÁNIEL*daniel.kuknyo@mailbox.org*

Gazdaságinformatika

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

*Témavezető:**Dr. Kovács Endre**főiskolai docens, BGE PSZK*

Mesterséges intelligenciával támogatott dinamikus árazórendszer kialakítása az online kereskedelem fejlesztésére

Évszázadokon keresztül a kereskedők és árusok egyik legnagyobb kihívása volt az, hogy a termékekre és szolgáltatásokra úgy tudjanak árat szabni, hogy az a lehető legtöbb hasznot generálja. Egészen a közelmúltig, az árazási stratégiák arra összpontosítottak, hogy a termék beszerzési árát egy fix százaléku haszonkulccsal növelték. A dinamikus, rugalmas árazási stratégia olyan árakat hoz létre, amelyek az idő során változhatnak, figyelembe veszik az aktuális piaci környezetet és az üzlet számára is árbevételt generálnak, reflektálnak a rövid távú változásokra. A következő kérdések vetődtek fel bennem a kutatás során:

1. Növeli-e az árazási folyamat mesterséges intelligenciával való támogatása az online kereskedelem hatékonyságát?
2. Lehetséges, illetve szükséges-e a piaci változók közötti rejtett kapcsolatok feltérképezése?
3. Képes-e a mesterséges intelligencia kellően gyorsan reagálni a piacon bekövetkező változásokra?

A modellek taníttatásához rendelkezésre álltak valós és hiteles adatok. Ezeket nyers adatokat olyan formára kellett hozni, hogy az egy gépi tanulási algoritmusba betáplálható legyen. Ez a művelet magába foglalja az adatok jellemzőinek méretezését, dátum- és időértékek átalakítását, vektorkódolást, intervallum szerinti osztályozást. Az adathiányosságok feltöltésére külön ezt végző modulokat hoztam létre annak érdekében, hogy ha az adat nem is valós, olyan értékkel töltsse fel a hiányosságokat, amely nem deformálja a létrejövő modelleket. A teljesítmény metrika modul a rendszer funkcionálásához nem szükséges, de a pontos taníttatás és predikció nélküle elképzelhetetlen. Élesítés után a jószág már kifejezhető árbevételben, eladási darabszámban vagy piaci versenyelőnyben.

Ez a módszertan az én alkalmazásomban számszerűsíthető eredményekhez vezetett. A rendszer eleget tesz annak a követelménynek, hogy tetszőleges mennyiségű termékre képes tetszőleges gyakorisággal ár előrejelzést a szükséges adatok ismeretében. A mesterséges intelligencia támogatásával értékesített termékeknek egy kontroll csoportjának értékesítési statisztikáit összehasonlítottam ugyanazon kontrollcsoport előző éves statisztikáival, és mind eladási darabszámban, mind árbevételben növekedést figyeltem meg. A létrejövő modulokat más rendszerekbe is be lehet építeni, további vizsgálat során. Ilyen feladat lehet a raktárkészlet-előrejelzés vagy az anomáliák felderítése.

NÁTZ KATALIN*natz.kata@gmail.com*

Vezetés és szervezés

MSc, 5. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:**Dr. Szalay Zsigmond Gábor
egyetemi docens, SZIE GTK*

Integrált és nem integrált rendszerek funkciópont-analízise

A szoftverek funkcionális méretének meghatározására több nemzetközi standard áll rendelkezésre. Ezek között az egyik legismertebb módszer az Allan Albrecht által 1979-ben publikált funkciópont-analízis. A szoftverek funkcionális méretének meghatározása közvetlenül kapcsolódik azon üzleti igényekhez, amelyekhez a szoftvert igazítani kell. Ezért könnyen alkalmazható a különböző fejlesztési környezetekben és a fejlesztési projekt teljes élettartama alatt, a követelmények meghatározásától a teljes kiépítésig.

A fejlesztési folyamat termelékenységére és a szoftver támogatási egységenkénti költsége szintén könnyen levezethető a módszer segítségével. Maga a mérés, tehát a funkciópontok meghatározása több szakaszból épül fel. A szabványosított alapkritériumok alkalmazásával minden üzleti funkciót ki lehet értékelni típus és komplexitás szerint. A normalizálás után a végeredmény egyetlen szám, amelyet egyszerűen csak funkciópont indexként definiálnak, amely a szoftver méretét és komplexitását adja meg. A funkciópont-analízis egy objektív, összehasonlító technika, amely támogatja a szoftverfejlesztés értékelését, tervezését, kezelését, illetve a produktivitás meghatározását.

A kutatás célja, hogy egy vállalat belső rendszereinek vizsgálata során választ kapjon a szerző a következő kérdésre: a funkciópont analízis során használt rapid és komplex módszer között számszerűsíthető és azonosítható különbség van az integrált és nem integrált rendszerek összességénél és külön-külön is.

Az elmúlt két évben a szerző munkája során sokféle szoftvert ismert meg a telekommunikációs szektorban, amelyek között mind vízéséses mind agilis projektek előfordultak. Hogy a különböző projekteket össze lehessen hasonlítani, majd értékelni a kapott eredményeket, olyan módszert kellett választani, amelyet könnyen implementálható, s világossá teszi a felhasználó és a fejlesztő számára is, hogyan határozhatjuk meg a szoftverek funkcionális méretét, illetve választ ad olyan kérdésekre, mint:

- Az érintettek a követelmények szerint megrendelt terméket kapták?
- Világosak-e a projekt számára a megrendelői követelmények?
- Adott költség és időtartam alatt elkészül a fejlesztés?
- Mekkora erőforrást használnak fel a szoftver életciklusa alatt?

A módszert nemzetközi szinten közismert eszközként tartják számon: a menedzsment és a projektvezetés hatékony eszköze a szoftverfejlesztéssel kapcsolatos döntések meghozatalában, s érdemes lenne megismertetni az érintettek szakembereket és cégeket e lehetőséggel.

OLEXÓ TÜNDE*olexo.tunde@gmail.com*

Gazdaságinformatikus

MSc, 2. félév

Széchenyi István Egyetem

Gépészmérnöki, Informatikai és Villamosmérnöki Kar

*Témavezető:**Dr. Harmati István**egyetemi docens, SZE GIVK*

Mi történt veletek, kedves árak? Árindextételek és a 2d-szelektor eljárás a Covid-helyzet árnyékában

A teljes munka célja a fogyasztói árindex mozgásának, s a háttér matematikájának vizsgálata, megértése a Covid-időkből, a folyamat geometriai szempontú ábrázolhatóvá tétele 2 dimenzióban, hogy a központilag megtalálható árindexek értelmezhetővé váljanak a jelenlegi helyzetben. A szakértői, heurisztikus módszereket szerettük volna univerzális, rendelkezésre álló publikus adatokon alapuló automatikus módszerrel felváltani.

Ehhez matematikai és informatikai eszköztárat hívtunk segítségül, fejlesztettük ki a 2d-szelektor eljárást a Gram-Schmidt eljárás, a COICOP 12-es csoportosítás alapján meghatározott Cavallo-szorzófaktorok, egyben aktuális Covid-súlyok segítségével a használatos 2 évvel ezelőtti súlyozás helyett. Az eljárás matematikáját, s eredményeit is bemutatjuk az EU-országaira polárkoordinátás ábrázolásmóddal, s a kosárszög koncepciója is definiálásra és kiszámításra kerül. Az ábrázolásmód értelmezése, bemutatása szintén megtörténik.

Bár nem volt célunk új tételek, koncepciók és kiegészítőindex megalkotása az ábra alapú felfogás mellett, az eljárás kapcsán előfeltételként, illetve utómegfigyelésként keletkeztek. A meddőárindex, a mátrix alapú megfogalmazás, dualitás és ekvivalencia tételek, értékmátrix triviális 2d-ekvivalensének definiálása, tulajdonságainak meghatározása, s a Laspeyres-Paasche váltótétel (Hicks tételének univerzális, általánosan alkalmazható kiterjesztése) is járulékos eredmények, mégsem kihagyhatók. Egy részük a 2d-szelektor eljárás kapcsán válik csak értelmezhetővé, így a fő cél indukálta létrejöttüket; mégis talán lényesebbek mint az automatizált releváns fő végeredmény maga, s üzenetük is majdnem annyit magyaráz mint a geometriai ábrázolásmódok. Ezeket matematikailag is definiáltuk, ábrán és adat alapon bemutattuk, levezettük. Számításainkat MATLAB, Excel, R, Julia programnyelvekkel végeztük a feladatkomplexitás függvényében.

OLEXÓ TÜNDE

olexo.tunde@gmail.com

Gazdaságinformatikus

MSc, 2. félév

Széchenyi István Egyetem

Gépészmérnöki, Informatikai és Villamosmérnöki Kar

Témavezető:

Dr. Harmati István

egyetemi docens, SZE GIVK

Árindexelmélet: Ki bukik meg a Covid-teszten?

A dolgozat hipotézise azon a megfigyelésen alapul, hogy az általában megfelelőnek tartott módszertanok a jelenlegi helyzetben nem feltétlenül hoznak releváns eredményt, s a közgazdasági tételek, alapvetések lényeges hányadának igazságtartalma is sérül az árindexek kapcsán, mivel nem ilyen helyzetekre lettek kidolgozva. Más korban más tények igazak a társadalomra, gazdaságra, s ha nem mondjuk ki elméletileg érvényesre állításunkat, a tételek megdőlése egyszer szükségszerű.

A mai kor az árindexek terén a „közgazdaságilag lehetetlen események kora.”

Ezért az olyan eseteket is szükséges megvizsgálni, melyekről eddig úgy vélték, hogy soha sem fog megtörténni. Mivel egyre gyakoribb a soha. Ehhez bizonyítékul szolgálnak a matematikai értelemben megdőlt közgazdasági tételek, melyek hosszú távon is problémát jelenthetnek. Tartós Paasche-dominancia korszakot élünk, a heterogén, szakadásokkal teli kereslet-kínálati görbe sem ritka, s Konüs indexe sem alkalmas pontos becslésre – amennyiben értelmezhető. Az optimalizálási feladatnál is új korlátok lépnek be a keresleti és kínálati piac megváltozása nyomán, a koronavírus esetében speciólisabban a korlátozások miatt, amit be is mutatunk. A „kiegyenlítődés koncepciója” sem teljesülhet emiatt, ami egyes gazdasági egyszerűsítéseket értelmetlenné tesz. Ezen állítások matematikai levezetésekkel, s empirikusan valós árindex adatokon, illetve mintapéldákon igazolhatók. Mivel nem csak időszakosan, hanem hosszabb távon is egyre sztochasztikusabb világ alakul ki, így Köves Pál felvetései nyomán a dolgozat konklúziójaként az állapítható meg, hogy újra kellene gondolni a közgazdasági értelmezhetőség fogalmát, s olyan tételekre van szükség, amelyek minden esetben érvényesek, s értelmesek.

TARNÓCZI NÓRA ANNA*tarnoczi.nora@gmail.com*

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Erdélyi Ajna
adjunktus, BCE KTK*

A robotizált folyamatautomatizálás banki alkalmazása

Dolgozatom célja, hogy bemutassa a robotizált folyamatautomatizálás (RPA – Robotic Process Automation) technológia alkalmazását, egy kifejezetten kockázatkerülő, prudens banki környezetben. Megvizsgálom a technológia alkalmazásának pénzügyi hatásait, valós pénzügyi környezetben. Majd elemzésem során olyan ismérveket keresek, amelyek előre definiálják, hogy egy adott folyamat alkalmas lesz-e automatizálásra. Kutatási kérdésem az, hogy a robotizált folyamatautomatizálás alkalmazása hosszútávon megtérül-e egy kockázatkerülő banki környezetben.

Ahhoz, hogy kérdéseimre választ kapjak, folyamatmenedzsment szempontból vizsgálom meg az egyes lépések következetességét és hatékonyságát. A hipotézisem az, hogy egy ilyen szigorúan szabályozott pénzügyi környezetben egy olyan újító technológia, mint a robotizált folyamatautomatizálás nem tud költséghatékonyan működni.

Rendelkezésemre áll egy likert skálás adatbázis, amely 305 különböző banki folyamat magasszintű elemzését tartalmazza. Ezt statisztikai eszközökkel (főkomponens és klaszter elemzés) fogom vizsgálni. Így kialakítva egy modellt, ami egy folyamat paramétereit alapján előre definiálja, hogy az adott folyamat alkalmas-e automatizálásra.

Végül elemzéseim ellenőrzése érdekében egy konkrét banki folyamat automatizálását fogom vizsgálni egy esettanulmány keretében. Ez alapján cáfolom vagy megerősítem a modellemben foglaltakat, illetve megvizsgálom az automatizálás nem pénzügyi hozadékait.

Kutatásom eredményeképp arra jutottam, hogy a robotizált folyamatautomatizálás alkalmazása egy elővigyázatos és kockázatkerülő banki környezetben is nyereséges lehet, tehát hipotézisemet elutasítottam. Továbbá elemzésem során megállapítottam, hogy egy automatizálásra alkalmas folyamatnak három fő jellemzője van. Elsőként hogy strukturált és kevés döntési pont szerepel benne. Másodjára hogy minél több emberi munkaerőt helyettesít. És harmadjára, hogy a folyamatot minél gyakrabban kell végezni, naponta vagy hetente, annál inkább megéri automatizálni.

VARGA MARTINA

martinavarga713@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 3. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Nedelka Erzsébet

adjunktus, SOE LKK

Dr. Mészáros Katalin

egyetemi docens, SOE LKK

A Sopron és környéki informatikai piac elemzése, különös tekintettel a negyedik ipari forradalomra

Napjainkban a negyedik ipari forradalom korát éljük, amelynek legfőbb jellemzője a digitalizáció mindent felforgató hatása. Az ipari forradalmakat technológiai újítások, innovációk vezérelték. A 21. század eleje hozta el nekünk ezt az új forradalmat. A „forradalom” motorját pedig nem más, mint az internet jelenti, ami lehetővé teszi az emberek és gépek, valamint a gépek és gépek közötti folyamatos kommunikációt.

Dolgozatomban a negyedik ipari forradalom hatását vizsgálom a Sopron és környéki informatika területén, hiszen gazdaságinformatikus végzettségem végett az informatika területe nagyon közel áll hozzám. A célkitűzésem az volt, hogy átfogó képet kapjak a napjainkat oly erősen befolyásoló ipari forradalomról az informatikán keresztül. Szerettem volna feltérképezni, hogy az informatikusok hogy vélekednek a forradalom hozta változásokról, esetleg tartanak-e bármitől is evvel kapcsolatban.

Mind kvalitatív, mind kvantitatív kutatási módszereket használtam az értékelés elkészítéséhez. Készítettem egy kérdőívet, melyben megkérdeztem a soproni informatikai réteget a negyedik ipari forradalomról, majd SPSS segítségével Khi négyzet próbát végeztem, ahol szükséges volt gamma együtthatót is számoltam. Majd készítettem egy írásbeli interjút a Soproni Kereskedelmi és Iparkamarával, a témával kapcsolatban. A kapott eredmények alapján megállapítható, hogy a soproni informatikai réteg nem tart a negyedik ipari forradalom hozta változásoktól, inkább örülnek neki, hiszen az új forradalom lényegében új és új lehetőségek tárházát hordozza magában az informatika számára.

VULETA PATRÍCIA

vuleta.patricia@gmail.com

Gazdaságinformatikus

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

*Dr. Vas Réka Franciska
egyetemi docens, BCE GT*

A teljesítménymérés és -követés digitalizációja a Gazdaságinformatika képzésben

A XXI. századra a technológiai fejlettség eljutott arra a szintre, hogy a technikai eszközök már nem csak az emberek szórakoztatásában, az üzleti élet hatékonyságnövelésében, hanem az emberek oktatásában és tanulásában is egyre jelentősebb szerepet játszanak. Azonban a felsőoktatásban történő változások, a pénzügyi korlátok, az egyre növekedő hallgatói létszám és minőségi elvárás miatt az oktatóknak egyre kevesebb ideje jut a tananyag fejlesztésére, új lehetőségek felkutatására. Az oktatási rendszer az üzleti élethez viszonyítva kevésbé rugalmas, s nem követi olyan gyorsan a változásokat, mint az egyes iparágak. Azonban fontos felismerni azt is, hogy a világunk, s benne az emberek motivációi megváltoztak.

Az oktatási reformmal kapcsolatban sok kérdés merül fel, amelyekben nem értenek egyet a kutatók. Azonban van egy terület, amelyet mindenki kiemelten kezel, ez pedig az oktatási analitika. A kutatásom középpontjában a tanuláselemzés áll a Budapest Corvinus Egyetem Gazdaságinformatikus képzésén. Mint volt gazdaságinformatikus mesterszakos hallgató rendkívül fontosnak tartom a szak megfelelő fejlesztését, s az új piaci igények beépítését a képzésbe. A korábbi években is kipróbálhattam már magam demonstrátorként, s megtapasztaltam a jelenlegi oktatási forma gyengeségeit, valamint az újabb generációk tanulási szokásainak változását.

A dolgozatom célja, hogy a munkaerő-piacot érintő digitális átalakulás megjelenjen a tanulási folyamatban, valamint a hallgatói kompetenciák kurzus közbeni felmérésének, fejlesztésének segítése. Olyan keretrendszer koncepcióját dolgozom ki, mely támogatja a Gazdaságinformatikus szakon tanuló hallgatók orientációját a munkaerő piacon. A koncepcióterv igazolásához a Gazdaságinformatika szak egyik tantárgyát, az Üzleti intelligenciát kiemelem a többi közül, s egy fogalmi háló megalkotásával felmérem, hogy mely területeket foglalja magában a kurzus, s milyen kompetenciák sajátíthatók el a kurzus elvégzésével. Itt az egyéni teljesítménymérésre kialakított dashboardok segítségével mutatom be, hogy az egyes részterületeket a hallgatók milyen szinten tudták elsajátítani, s az évfolyamhoz képest milyen eredményt értek el. A munkaerőpiac vizsgálatával meghatározom a kapcsolódó szakterülethez szükséges kompetenciákat, majd a három módszer integrációjaként bemutatom az elérni kívánt segédeszközt.

Gazdaságpolitika – a gazdaságpolitika elméleti és gyakorlati kérdései

Elnök: Naárné dr. Tóth Zsuzsanna egyetemi docens (MATE Szent István Campus)
Tag: Dr. Bartha Zoltán egyetemi docens (ME GTK)
Tag: Dr. Vasvári Tamás tudományos munkatárs (PTE KTK)
Tag: Dr. Antalík Imrich adjunktus (SK SJE)

BODÓ REGINA*bodoregina98@gmail.com*

Pénzügy

MSc, 1. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

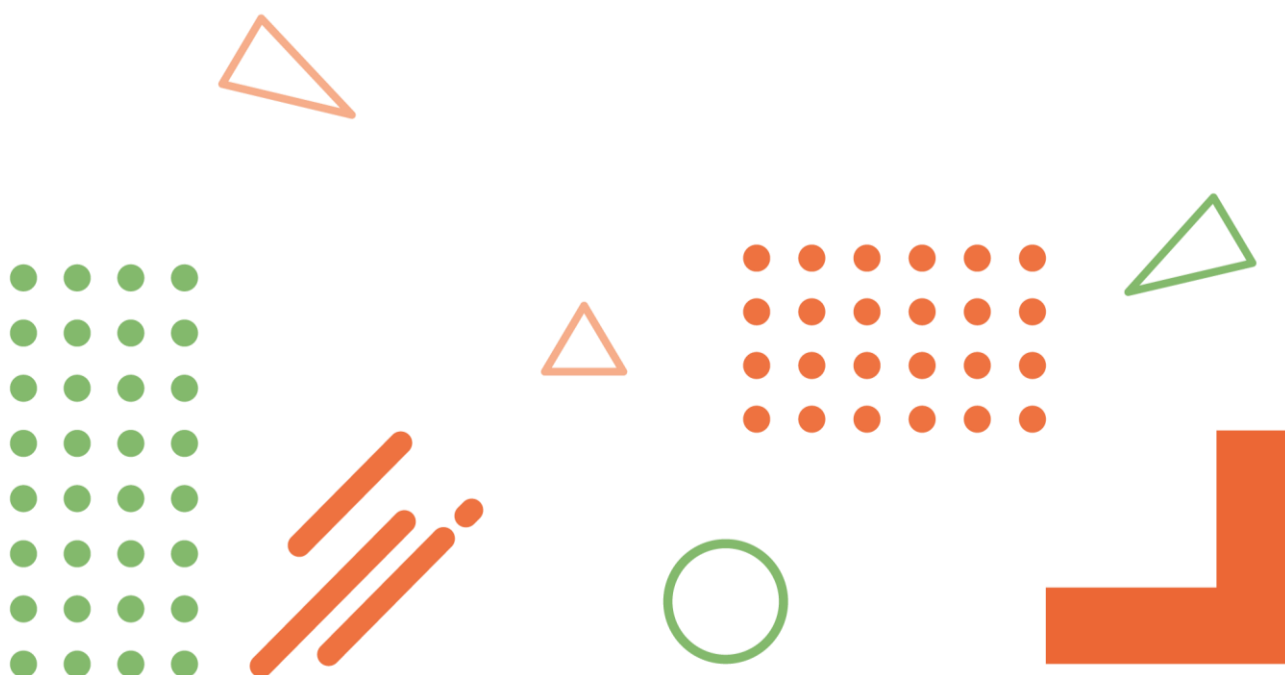
*Témavezető:**Máté Andor**PhD hallgató, SZTE GTK*

Az ikerdeficit jelenségének vizsgálata Görögország elmúlt 20 évének példáján

A görög adósságválság már a kitörése során és azóta is sokat vitatott jelenség, a 2008-2009-es válság egyik legsúlyosabb esetének tekinthető.

Jelen tanulmány fókuszában a görög adósságválság áll a különböző ikerdeficit elméletek tükrében. A kutatási kérdés az, hogy a válságig fennálló expanzív, majd az azt követő restriktív fiskális politika milyen mértékben befolyásolta ország külső egyensúlyának alakulását. A 2000 és 2018 közötti vizsgált időszakot két részre, válság előtt és válság utáni szakaszra bontva elemzésre kerül a folyó fizetési mérleg, a költségvetési egyenleg, az államadósság, illetve a magánszektor fogyasztásának és megtakarításának alakulása. Empirikus elemzés keretében vektor-autoregresszív modell segítségével is vizsgálatra kerül az ikerdeficit elmélet.

Az eredmények alapján láthatóvá válik, hogy ugyan megfigyelhető volt az ikerdeficit jelensége, azonban a hagyományos elméletek közül egyik sem nyert bizonyítást. Görögország esetében speciális ikerdeficit jelenség állt fenn, ahol a kamatok alakulása és az ebből adódó tökebőség vagy tökehiány volt a gazdasági folyamatok fő mozgatórugója.



DR. CSEMA TAMÁS LÁSZLÓ

csematamas@gmail.com

Master of Business Administration (angol)

MSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Varga Beatrix

egyetemi docens, ME GTK

A SARS-CoV-2 vírus társadalmi és gazdasági hatásai

A 21. század legújabbkori kihívása a SARS-CoV-2-höz kapcsolódó krízishelyzet társadalmi, szociális, szociálpszichológiai, gazdasági, politikai hatásaival való megbírkózás. Ennek egyik sajátossága, hogy az államok egy globális problémával nemzetállami stratégiák és kormányzati intézkedések mentén próbálnak megküzdeni úgy, hogy a jelenlegi pandémia eltérő kezelése nemcsak az egyébként is meglévő egyenlőtlenségeket erősíti föl, hanem új frontvonalakat is nyit mind a nemzetközi politikai, mind a nemzetközi gazdaságpolitikai szintén.

A dolgozat célja, hogy interdiszciplináris áttekintést nyújtson a SARS-CoV-2 vírus társadalomra és gazdaságra gyakorolt hatásairól, egyben bemutatva a megoldás kulcsterületeként funkcionáló egészségügyi járványkezelési stratégia lokális megvalósítását. A tudományos diákköri munka elkészítése során a statisztikai, történeti, szintetizáló, összehasonlító, elemző és leíró módszerek együttesen alkalmazásra kerültek, az interdiszciplináris megközelítésmód kívánta mértékben és formában.

A COVID-járvány 2020 őszeleji, még csak erősödő szakaszának mérete és következménye nehezen volt prognosztizálható, így a folyamatok addig ismert irányai nyújthattak biztos alapot a lehetséges forgatókönyvek felvázolásához. Ezért a legutóbbi hasonló kataklizmát okozó vírus és a SARS-CoV-2 taxonómiai, filogenetikai és epidemiológiai szempontú összehasonlítása, és a társadalomra gyakorolt hatásának összevetése is részét képezi az egyéni eredményeknek. A kritikai elemző munka megállapította, hogy a vírusok mikrobiológiai hasonlóságai ellenére sem szolgálhat az aktuális gazdasági prognózisok alapjául az 1920-as évek pandémia által is generált gazdasági világválsága (és annak kezelési stratégiája). A szerzői kutatómunka hozadéka a pandémia társadalmakat érintő lehetséges (főként gazdasági) következményei és hosszútávú változásai komplex áttekintése. A gazdasági krízis visszaszorítása nem képzelhető el célirányos és hatékony járványkezelési stratégia nélkül, melynek áttekintő megértését szolgálja a különböző betegutakat nyomon követő és a szervezeti struktúrák feladat-változásait is feltüntető saját szerkesztésű folyamatábra. Előbbi megállapítás alátámasztását szolgálja Kína V-alakú gazdasági krízisprofilja is.

DRICZKU VALÉRIA

driczku.valeria99@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Nyíregyházi Egyetem

Témavezető:

*Makszim Györgyné dr. Nagy Tímea
adjunktus, NYE*

Államadósság és következményei egy leendő közgazdász szemüvegén keresztül

A meglévő adatok alapján újszerű számítási módszer kidolgozása, alkalmazása az adósságráta vizsgálatára. A számítási módszer alapját a Magyar Nemzeti Bank, az Államadósság Kezelő Központ Zrt., és a Központi Statisztikai Hivatal adatai, módszertanai és a Maastrichti kritériumok adták.

Az újszerű számítás alkalmazásának fő célja annak megállapítása, hogy az elmúlt években az általam kiválasztott tényezők mekkora hatással voltak az adósságráta változására.

Kutatás módszertana:

Dolgozatom valamennyi fejezete szekunder kutatást tartalmaz, mely során a mások által feltárt adatokat használtam fel. Saját elemzéseim során az államadósság-mutatót, valamint az idősor elemzés vizsgálatát végeztem el.

A vizsgálat megkezdése előtt az alábbi feltételeket tettem:

- Kutatásom alapját képező adósságráta a Maastrichti szerződésben foglalt lesz.
- A vizsgálni kívánt tényezőkön kívül minden más, szintén befolyással rendelkező tényező értékét változtatlanul hagyom (*ceteris paribus*).
- A jövőre irányuló szimuláció csak az általam vizsgált tényezők várható változásait veszi figyelembe, a többi tényezőt az előző év értékeivel azonosítom.
- A kutatás intervalluma 2010-től 2019-ig tart és minden év negyedik negyedét vizsgálom.

Számítási mód:

- A hatás vizsgálat menete során az általam vizsgált tényezők értékét növelem, illetve csökkentem is 10%-kal, és megvizsgálom hatását az adósságrátára. Az eredeti érték és a kapott ráta közötti különbség fogja megadni a változás mértékét (százalékosan), melyet a vizsgált időszakon átlagolva megkapom a csökkentéssel, illetve növeléssel járó befolyásoló hatás mértékét.
- A jövőbeni folyamatok becslésére trendszámítást használtam.

Saját eredmények:

- A tényezők közel azonos befolyásoló hatással rendelkeznek, kivéve a devizaadósságot.
- Az adósságráta csökkenő tendenciája mellett, valójában az államadósság mértéke folyamatosan nő.
- Trendszámításom alapján 2020 negyedik negyedében 79,26% lesz az adósságráta mértéke.

GABRIELA CIOLACU

ciolacugabi22@gmail.com

International Business Economics

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

*Témavezető:
Dr. Czelleng Ádám
adjunktus, BGE KKK*

A Review of PSD2 under Banking Concept and its Impact on the Paytech Sector Development. A Qualitative Study in the CEE Ecosystem

Before the 2000s, the banking ecosystem in the EU resembled a 17th century Japanese economy – a proverbial analogy of a protectionist, closed-border economy that had few outside contacts with external rivals. This approach to banking as a whole proved to be redundant and discouraging for innovation, as it impeded disruptors to enter the payment market. Therefore, banking regulators have decided to shift their approach from a conservative Japanese economy to the model of the Dutch East India Company – a company so big that it succeeded to reach 3 continents, thus, bringing creative disruption to Europe. In the light of the innovation and competition policies, an “open banking” concept has been introduced as EU has forced the banks to open up their account information to Third Part Providers, thus contributing to the unbundling of the value chains. Therefore, the Payment Service Directive 2 (PSD2) was introduced in 2016 so as to construct an open banking ecosystem.

At its simplest math form, PSD2 isn't a comprehensive piece of payment law, but it is a directive that dictates to the National Competent Authorities to force banks to institute an Application Platform Interface and to offer access to their banking data to authenticated TPPs, under customer's consent. PSD2 lays down rules about various payment institutions and credit instructions, thus mainly coving the main actors in the payment industry. Taking into account the ongoing financial system changes, the study follows to answer to the following question: “How does the open banking concept under PSD2 impact the fate and the business dynamics of the PayTech sector development with a specific focus on CEE region?”. Due to the novelty of the subject, the mixed research would fit the subject better as it combines feedback collection and statistical description of the current situation.

In the 19th century, the decision to open up the Japanese economy certainly came at a cost as it utterly changed the preserved norms of the previous conservative system. Now, we speak of Japan as a leading economic power. Despite how unwelcoming open banking might seem for several players, PSD2 comes as an alternative solution that forces the orthodox banking infrastructure to open up its doors, by opening up to additional vulnerability, data sharing risks but also to new business models. However, the question remains if PSD2 will indeed attain its promised targets.

GORJANECZ GYÖRGY

gorjaneczgyorgy@freemail.hu

Pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Lukovszki Livia
adjunktus, PTE KTK*

Magánszemélyek adóterhelésének összehasonlítása lineáris és progresszív jövedelemadórendszer esetén két ország példáján keresztül

Az adóztatás kérdései mindig aktuális vitaalapként szolgálnak a szakemberek számára. Az adóztatás rendjét az országok sajátosságai, a kormányzat irányultsága és céljai egyaránt befolyásolják, ez okozza, hogy az adóztatás „Szent Grálját”, az optimális adóztatási rendszert, amely minden államra kiterjedően megfelelő lenne, nem sikerült ezidáig kialakítani. A magánszemélyek tényleges adóterhelését leginkább a jövedelemadó, a társadalombiztosítási járulék és az általános forgalmi adó befolyásolja. A dolgozatom célja, hogy egy másik európai ország adórendszerével hasonlítsam össze hazánk adórendszerét. Írország hazánkhoz hasonlóan egy nagy európai birodalommal állt unióban a 19. század közepén. Az Európai Unióba való belépésekor egyik ország sem tartozott a tehetősebb tagállamok közé. A dolgozatomban kitérek arra, hogy a magánszemélyek adóterhelésének a változása milyen hatást fejthetett ki a két ország gazdaságára a 21. század folyamán.

Kutatásom során szakmai folyóiratokat, tanulmányokat, a két ország nemzeti adóhivatalának és az Európai Unió különböző intézményei által készített statisztikát használtam fel. A dolgozatom első részben a két ország adótörténetét vizsgáltam, és a tanulmányokat kritikusan elemezve fejtettem ki a véleményemet. A második részben szakmai cikkek és a két ország nemzeti adóhivatalának adatai alapján tekintettem át a főbb változásokat, és ezek hatását. Az összehasonlító fejezetben a főbb változások hatását elemzem a magánszemélyek tényleges adóterhelésére. Az összegzésben pedig javaslatokat teszek a magyar magánszemélyek adóterhelésének csökkentésére.

A két ország adózási rendszerének változását áttekintve megállapítható, hogy a jövedelemadó mentességre jogosultak körét folyamatosan szűkítette mindkét ország, hazánk 2012-ben még az adójóváírást is kivezette. Írország a válság idején is kitartott a progresszív jövedelemadó rendszer mellett, míg hazánk 2011 óta lineáris jövedelemadó rendszert alkalmaz. Írországban a járulékrendszer bonyolultabb, viszont alacsonyabbak a terhek cserébe.

Írországban a lakosság tényleges adóterhelése jóval alacsonyabb. Arra a következtetésre jutottam, hogy hazánkban a társadalombiztosítási járulék kulcsát legalább 14%-ra kellene csökkenteni. Véleményem szerint az adójóváírás visszavezetése hazánkban csökkenthetné a lakosság átlagos adóterhelését. Írország adózási rendszeréhez való közeledésnek pozitív hatása lenne hazánkra, mivel a jóléti mutatók többségében a szigetország az élmezőnybe tartozik.

HAGARA ZOLTÁN PATRIK

hagarazoltan8@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Juhász Zita

adjunktus, ELTE TÁTK

A magyar mikro-, kis- és középvállalkozások szükséges fejlesztési területeinek és a fejlesztés lehetséges módszereinek vizsgálata felölelve az új nemzeti KKV Stratégiát

Szeretnék egy aktuális témában (KKV fejlesztés) az ismereteim segítségével a kisvállalkozások megerősítését elősegítő, olyan hasznos fejlesztési koncepciókat találni a fejlesztést igénylő területeken fennálló problémák fényében, melyekre az új KKV Stratégia nem terjed ki, de a fejlődéséhez hozzájárulhatnak és a felmérésem eredményéből a teljes szektorra vetített bázis értékelése alapján hozzá is járulnának.

Összegyűjtöttem a KKV-ok jelenleg legégetőbb problémáit és az ezekből adódóan a fejlesztést igénylő területeket. Emellett az új Stratégia fejlesztési céljait és a kijelölt módszereit is vizsgálom, valamint a kimaradt egyéb a KKV-ok megerősítését elősegítő fejlesztési lehetőségeket is kutatok.

A kutatásom eredményeit a kutatás tárgyát vizsgáló, több mint száz az ország különböző pontjain, területeken, méretkategóriában működő KKV megkérdezésével végzett kérdőíves felmérésemből kinyert információkkal támasztom alá.

Egy átlagos hazai vállalkozás esetén a bevétel több mint felének megfelelő összeget szed be az állam, ez az EU-s átlag feletti terhelés, mégpedig a hetedik legmagasabb az EU-ban, az adóterhek csökkenő tendenciája ellenére is. A KKV-ok számára a legoptimálisabb tényleges adóterhelésük további csökkenése lenne, elérve az EU-s átlag szintet.

Gátját képezi fejlődésüknek az is, hogy szakértői segítség hiánya miatt nem tudják a forrásokat kihasználni, pedig a fejlődéshez ez elengedhetetlen. Hozzáértő híján az uniós pályázati-, vagy banki hitelforrás szerzése igencsak nehézkes, ezért indokolt volna szakértők igénybevételére központi támogató forrásalap létrehozása.

A KKV-ok zöme alacsony informatikai fejlettségi szinten van, megfelelő segítség nélkül pedig nem tud fejleszteni modern megoldásokkal. Ebből következik, hogy a vállalati informatikai rendszerekhez juttatásuk és kapcsolódó képzések biztosítása fontos kormányzati befektetés lenne.

Vonatkozó fejlesztési elgondolások a vállalkozói kedv növelése és az ehhez szükséges korszerű alapok nyújtása is. Ezek érdekében az oktatásban alkalmazkodni kellene a karrier elképzelések változásához. Új típusú tudásátadási megoldások kellenek, melyek gyakorlatorientáltabbak és akár mintavállalkozások indításán keresztül is rávilágíthatnának a vállalkozásban rejlő lehetőségekre.

A koncepciókra kedvező visszaigazolás érkezett a szektorból, hiszen felmérésemben mindegyiket legalább a megkérdezettek harmada célszerűnek véli, tehát a szektor egészére vetítve is hasonlóan jelentős befogadó bázis feltételezhető.

HERCZEG GYULA

herczeg.gyula@citromail.hu

Pénzügy

MSc, 4. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

*Témavezető:
Prof. Dr. Losoncz Miklós
egyetemi tanár, BGE PSZK*

Az államadósság és a gazdasági növekedés közötti kapcsolat néhány kérdése nemzetközi összehasonlításban

Minden tudomány alapvető kérdése, hogy milyen összefüggés mutatható ki a legfontosabb jelenségek között, mely tulajdonságok állnak egymással kapcsolatban. A közgazdaságtan témakörében egy kiemelten fontos kérdés az adósság és a növekedés ok-okozati viszonya.

Az Európai Unióra a gazdasági fejlettségben jelentős mértékű egyenlőtlenségek figyelhetők meg. Azt tapasztaljuk, ha végig tekintünk az Európai Unió tagországainak államadósság GDP-hez mért értékén, hogy ez az arány széles skálán mozog. Lényegében azonos gazdasági fejlettséggel rendelkező országok rendkívül eltérő államadósság/GDP értékkel rendelkeznek. A fejlődő és fejlett országok igen eltérő, a GDP-hez viszonyítva a gazdaságukat viszont jelentős nagyságú államadósság határozza meg.

Vizsgált terület: Európai Unió tagállamai.

Felhasznált adatbázis: Világbank, Eurostat, KSH adatbázis.

Növekedés, vagy megszorítás? Ez a vita a közgazdászok és politikusok körében egy központi kérdés. A dolgozatomban az alábbi kérdésekre keresek válaszokat:

- Mi az ok és mi az okozat?
- Az alacsonyabb gazdasági növekedés miatt lesz az államadósság magasabb, vagy a gazdasági növekedési ütem csökken az eladósodottság miatt.
- Az államadósságtól kell-e egyáltalán félni?

A dolgozatban első körben az államadósság gazdasági növekedésre vonatkozó elméleteit tekintem át. Következő fejezet a módszertani alapok bemutatása és a vizsgálat lépéseinek leírásának feleltethető meg. A harmadik fejezet, azaz a futtatások eredményeinek bemutatása, míg a 4. fejezet a következtetések, és eredmények leírása.

A OTDK dolgozat készítése során tervezett módszerek:

Klaszteranalízis segítségével csoportokba osztom vizsgált (EU-28) országokat, aszerint, hogy milyen pályát ír le a gazdaság teljesítménye. Megfelelő csoportképzést követően lineáris regresszió segítségével vizsgálom a fejlettségre ható tényezők egy részét. A statisztikai elemzéshez számos regressziót tervezek lefuttatni.

KRASNYÁNSZKI ÁDÁM

vasarnap1000@gmail.com

Nemzetközi igazgatás

BSc, 5. félév

Nemzeti Közzolgálati Egyetem

Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar

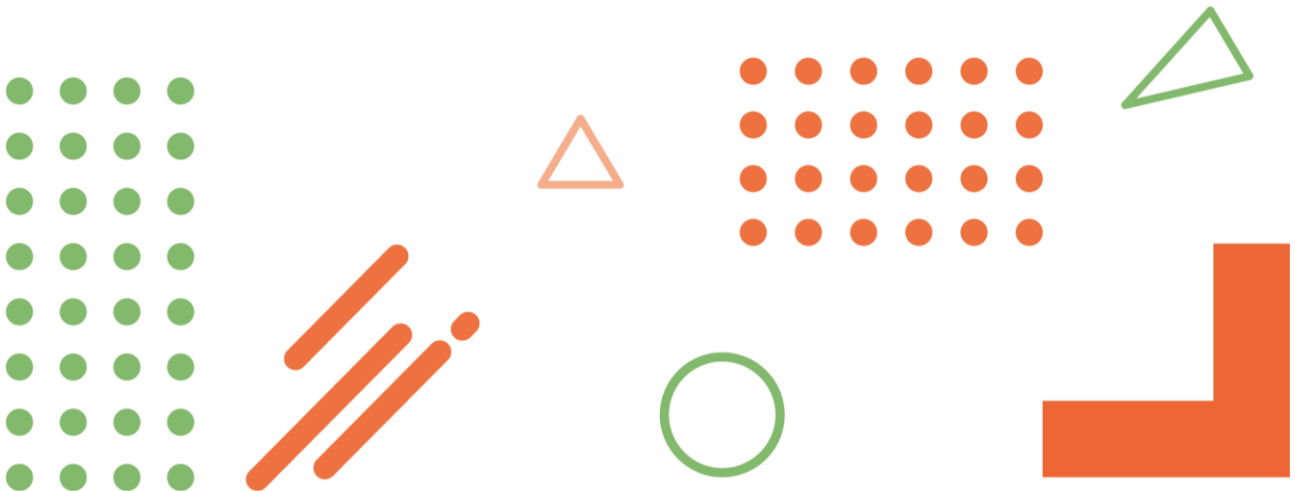
*Témavezető:
Marton Ádám
tanársegéd, NKE ÁNTK*

Az államadósság felhalmozódása és a versenyképességre gyakorolt hatása: Japán és az Egyesült Államok esete

A 2008-2009-es válság fordulópont volt az államadósságról való közgazdaságtani gondolkodásban. Az azt követő években számos jelentős kutatás született ebben a témában, amelyek bemutatásra kerülnek a dolgozatban. Ezt követően a vizsgálatom Japánra és az Egyesült Államokra terjed ki a 2005 és 2017 közötti időszakban. Az összehasonlítást indokolja, hogy a két ország fejlettségi szintje azonos. A fókuszában az a kérdés áll, hogy az egyes esetekben mik voltak a kulcstényezők az államadósság felhalmozódásának szempontjából. Az adatok a klasszikus adósságegyenletről kiindulva kerülnek bemutatásra, amely szerint a tárgyévi államadósságot meghatározza a tárgyévet megelőző kumulált adósságráta, a tárgyévi növekedési ráta és a tárgyévi reálkamatláb, valamint a tárgyévi államháztartás elsődleges egyenlege. Megállapítható, hogy mindkét esetben a költségvetési deficit nagyobb, mint a tárgyévi növekedési ráta, és ez növeli az adósságrátát.

A dolgozatban vizsgálom azt is, hogy a két esetben milyen kockázatok vannak a jövőre nézve az államadósság szempontjából. Az elsődleges felhalmozódási tényezők mellett Japán esetében a demográfiai válság okozhat gondot. Az USA esetében a demográfiai folyamatok mellett a folyó fizetési mérleg hiánya jelenthet kockázatot. Mindkét esetben célja a közpolitikai döntéshozóknak a refinanszírozási képesség fenntartása. Végül az adatok a versenyképesség szempontjából kerülnek vizsgálat alá.

A kutatásból kiderül, hogy a két államnak az államadósság jelentette kockázatok ellenére pozitív a versenyképességük megítélése.



ZSIROS ÁDÁM*adam.zsiros@live.com*

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 4. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:**Dr. Ligeti Zsombor**egyetemi docens, BME GTK*

Klasszikus növekedésméleti modellek vizsgálata a legújabb stilizált tények tükrében

A XXI. században – a 2008-2009-es pénzügyi válságot követően és a jelenlegi COVID-19 világméretű idején – a gazdasági növekedés problémaköre ismét kiemelt jelentőséggel bír mind a fejlődő, mind a fejlett országokban. Napjaink növekedési kihívásai azonban a XX. századot jellemző gazdasági és társadalmi összefüggésektől számottevően eltérő környezetben valósulnak meg. Amint arra a 2019-es Közgazdasági Nobel-éremes házaspár – Abhijit V. Banerjee és Esther Duflo – tavalyi *Good Economics for Hard Times* című könyvében rámutat, a gazdasági növekedés elemzéséhez még mindig a legmegfelelőbb kiindulási alap a neoklasszikus Solow-modell. Mindezek tükrében a napjaink gazdaságainak hosszú távú növekedésméleti elemzését a neoklasszikus növekedési keretben és az új stilizált tények figyelembevételével végezzük el.

Az 1980-90-es évtizedek egyik meghatározó redisztribúciós elmélete – miszerint a jómódúak mérsékelt adóterhei beruházáserkentőek – napjainkra megcáfolódott. Ennek ismeretében, elemezzük a jövedelempolarizáció mérséklésének potenciális gazdaságélénkítő hatásait. Kiindulási pontunk az államnak az alacsonyabb társadalmi csoportok felzárkóztatását előmozdító oktatási/képzettségi szakadéknak mérséklésére irányuló jövedelemátcsoportosító politikája. Elemezzük, hogy hogyan jelenhet meg az ilyen típusú politika társadalmi felzárkóztató és ennek eredményeként gazdaságélénkítő hatása. A (képzettségi szinten [mint proxy változón] keresztül mért) humántőke potenciális, gazdasági teljesítményre gyakorolt hatásának figyelembe vételére a (humántőkével) kibővített neoklasszikus növekedési modellt, az úgynevezett Mankiw–Romer–Weil-modellt használjuk.

Az elmúlt évtizedek makroökonómiai adatai alapján a XX. század közepén megalkotott és általánosan igaznak vélt, illetve széles körben elfogadott stilizált tények megvizsgálása szükséges. A jövedelemtermelésben és a társadalmi szerkezetekben bekövetkezett változások növekedésméleti modellek tulajdonságainak újragondolását implikálják.

A dolgozat új eredményei, hogy három új stilizált tény – az endogén népességváltozás; ennek hatásként megjelenő előregedő társadalmak és a változó arányú funkcionális jövedelemelosztás – potenciális kvalitatív növekedési hatásait vizsgálom szimulációk futtatásával. Továbbá a negyedik módosítás, hogy kísérletet teszek az állami redisztribúció jövedelemegyenlőtlenséget mérséklő mechanizmusa gazdaságélénkítő hatásának szimulációs elemzésére.

Gazdaságpolitika – környezeti és társadalmi fenntarthatóság

Elnök: Erdeiné dr. habil. Késmárki-Gally Szilvia főiskolai tanár (METU ÜKTF)
Tag: Dr. Csillik Péter egyetemi docens (KRE ÁJK)
Tag: Dr. Novoszáth Péter egyetemi docens (NKE ÁNTK)
Tag: Dr. Remsei Sándor egyetemi docens (SZE KGK)

BAKOS IMOLA*bakosrimola@gmail.com*

Gazdaságinformatikus

BSc, 8. félév

Debreceni Egyetem

Informatikai Kar

*Témavezető:
Dr. Czeglédi Pál
egyetemi docens, DE GTK*

A teljes fertilitási ráta meghatározói a jóléti államokban

A népesség, illetve a gazdasági fejlődés egyidejű növekedésének összeegyeztethetősége évszázadok óta foglalkoztatja a közgazdászokat. A túlnépesedés problémáját azonban napjainkban a népesség csökkenésének mérsékléséből adódó kihívások váltják fel, különösen azokban az országokban, amelyekben az egy főre eső jövedelem és a jóléti szolgáltatások mértéke is magas – röviden: a jóléti államokban. A hosszú távon biztosított reprodukcióhoz ugyanis az egyes országok teljes fertilitási rátájának (TFR) 2,1 körül kell mozognia. Ennek az értéknek az elérése a legtöbb fejlett állam számára komoly kihívást jelent.

E problémából kiindulva a dolgozat elsődleges célja a TFR-t befolyásoló tényezők feltérképezése. Másodsor, az így kapott eredmények segítségével azt vizsgálom, hogy a jóléti államok számára mennyire reális törekvés – azaz a magyarázó változók megvalósítható mértéke mellett a modellel előrejelezhető-e – a 2,1-es teljes termékenységi arányszám elérése.

Mindezekből kiindulva, dolgozatomban lineáris regresszió, illetve egyéb, nemlineáris módszerek segítségével modelleztem, majd vizsgáltam a teljes termékenységi arányszámot. Ennek megvalósításához a WEKA nyílt forráskódú programot, illetve huszonkét OECD ország adatait használtam fel. A lineáris regresszió esetében három különböző módszerrel alkottam modellt, melyek közül a legjobb illeszkedést az M5 (backward eljárás) eredményezte 0,386-os korrigált R^2 -tel. Annak eredményei alapján elmondható, hogy a vártnak megfelelően a családi pótlékoknak, a női órabéreknek, a GDP-nek mind pozitív hatásuk van a TFR értékének alakulására. Azonban az emberi előrehaladási index (HDI) és a családi adókedvezmény mutatók meglepő módon nem bizonyultak szignifikáns magyarázó változóknak, illetve az oktatási egyenlőségnek és a nők munkaerőpiaci részvételének hatása szignifikánsan negatívnak bizonyult.

Annak érdekében, hogy a 2,1-es TFR érték elérésének realitását megvizsgáljam, különböző nemlineáris módszerek alkalmazásával próbáltam egy pontosabb becslésű modellt alkotni. A legjobbnak bizonyuló véletlen erdőn több mint 450.000 generált teszt adatot futtattam. Az így kapott eredményekből arra a következtetésre jutottam, hogy a jóléti államokban csupán a reprodukcióhoz szükséges érték megközelítése megvalósítható.

BERNYISCSEK FRUZZSINA

fruuu99@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

NAGY DÓRA FELÍCIA

ndorif27@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

*Dr. Szászvári Karina Ágnes
főiskolai docens, BGE PSZK*

A hallgatói jóllétet befolyásoló tényezők vizsgálata a Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Karán

Kutatásunk célja az egyetemi hallgatók fizikai és mentális egészségének felmérése, illetve az ezeket befolyásoló tényezők vizsgálata. Elért eredményeinkkel szeretnénk hozzájárulni a felsőoktatás lehetséges fejlődési területeinek alaposabb megismeréséhez. Kérdőíves kutatásunkat a Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Karán tanuló nappali munkarendű, alapképzéses hallgatók körében végeztük. Kutatásunk fő kérdése, hogy az egyetemhez fűződő viszony, a tanulási motiváció, a társas támogatás, a társas tanári viselkedés, illetve a hallgatók egyetemi életére vonatkozó általános körülmények hogyan befolyásolják a hallgatói jóllétet.

Kvantitatív kutatási módszertan alkalmazásával a Murray és a PERMA kérdőíveket használtuk fel, amelyeket további kérdésekkel egészítettünk ki. A Murray által kidolgozott, társas tanári viselkedést vizsgáló kérdőív (Teacher Behaviours Inventory) általunk lefordított és szűkített tartalmú adaptációját, illetve Seligman jóllétet vizsgáló kérdőívének (PERMA) általunk lefordításra került verzióját használtuk fel vizsgálataink során. A kérdőíveket a hallgatókra jellemző, kutatásunk szempontjából kulcsfontosságú alapinformációkra (szak, hallgatói szervezeti tagság stb.) vonatkozó kérdésekkel, illetve az egyetemhez fűződő kapcsolat felmérésére alkalmas kérdésekkel egészítettük ki. Internetes adatgyűjtéssel 122 hallgatót értünk el, a minta szakonkénti megoszlása a következők szerint alakult: gazdálkodási és menedzsment (n=44), pénzügy és számvitel (n=25), gazdaság informatikus (n=23), emberi erőforrások (n=30). A beérkezett adatok feldolgozásához a Microsoft Excel és SPSS programokat alkalmazzuk.

Dolgozatunk eredményei várhatóan bemutatják a szakok, nemek, dolgozók és nem dolgozók, hallgatói szervezeti tagok és nem tagok közötti különbségeket, a társas tanári viselkedés hatását a hallgatói jóllétre, továbbá lehetőséget adnak az oktatás fejlesztéséhez, illetve a hallgatói jóllét szintjének javításához.

BESENYEI LORETTA

besenyei.loretta@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

TAR DÁNIEL ATTILA

tardani99@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

SIPOS JOHANNA

johannas786@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. Antalóczy Katalin

tanszékvezető, BGE KKK

Az Y és Z generáció biztos jövőképe: egy fenntartható nyugdíjrendszer Magyarországon

Dolgozatunkban az elmúlt évek egyik legvitatottabb és legfontosabb témakörét járjuk körbe. Az elöregedő társadalmak világszerte komoly fejtörést okoznak, mind a fenntarthatóság, mind demográfiai szempontból. A várható élettartam növekedése, illetve a tartósan alacsony születésszám folytán az elkövetkező évtizedekben az időskorúak teljes népességhez viszonyított aránya jelentősen növekedni fog. Ennek eredményeként a munkaképes korúak aránya csökken, növekvő terhet jelent az öregedő népesség számára szükséges szociális szolgáltatások költségeinek fedezése, kialakul egy fenntarthatatlan nyugdíjrendszer. Magyarországon a tendencia hasonló végkifejletet mutat...

Tanulmányunk központi kérdése, hogy milyen reformokkal lehetne szembenézni a globális demográfiai kihívásokkal, és ennek megfelelően kialakítani egy fenntartható, biztonságos, az Y és Z generáció számára is kiszámítható nyugdíjrendszert Magyarországon? Válaszunkat számos nemzetközi példán keresztül kívánjuk megtalálni, olyan országok vizsgálatával, melyek sikeres nyugdíjreformokat tudtak bevezetni az elmúlt időszakban. Kutatásunk során szekunder és primer forrásokra is hivatkozunk a probléma teljeskörű megértése és hasznos javaslatok szerzése céljából. Feldolgozzuk a témához kapcsolódó legfontosabb magyar és nemzetközi szakirodalmakat (MNB: Versenyképességi jelentés, Versenyképességi program, OECD jelentések). Ezek mellett több magyar szakértő (Szikra Dorottya, Szegő Szilvia) témában írt tanulmányait, könyveit is igénybe vesszük a válaszok felleléséhez. Kvantitatív primer kutatásként egy kérdőív keretein belül mérjük fel az Y és Z generáció általános tájékozottságát a jelenlegi nyugdíjrendszerről, és véleményüket a lehetséges reformötletekről. Kvalitatív kutatásként kettő mélyinterjút készítünk a nyugdíjrendszerben jártas magyar szakemberekkel, Simonovits Andrással és Giday Andrással.

Dolgozatunk várhatóan bebizonyítja, hogy a jelenlegi magyar nyugdíjrendszer hosszútávon fenntarthatatlan, a demográfiai kihívások leküzdésére alkalmatlan, és a mai fiatalok számára nem nyújt biztos jövőképet. Terveink szerint a források feldolgozása során mélyen megismerjük az Y és Z generáció motivációit és igényeit, és reális javaslatokat kapunk a jelenlegi rendszer megújítására. Célunk megtalálni azokat a konzekvens és megvalósítható nyugdíjreformokat, amik beilleszthetőek a magyar nyugdíjrendszerbe és beépítésükkel elkerülhető lesz a nyugdíjkorhatár emelése Magyarországon.

BUKUR TAMÁS*bukurtamas@gmail.com*

Marketing

BSc, 6. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

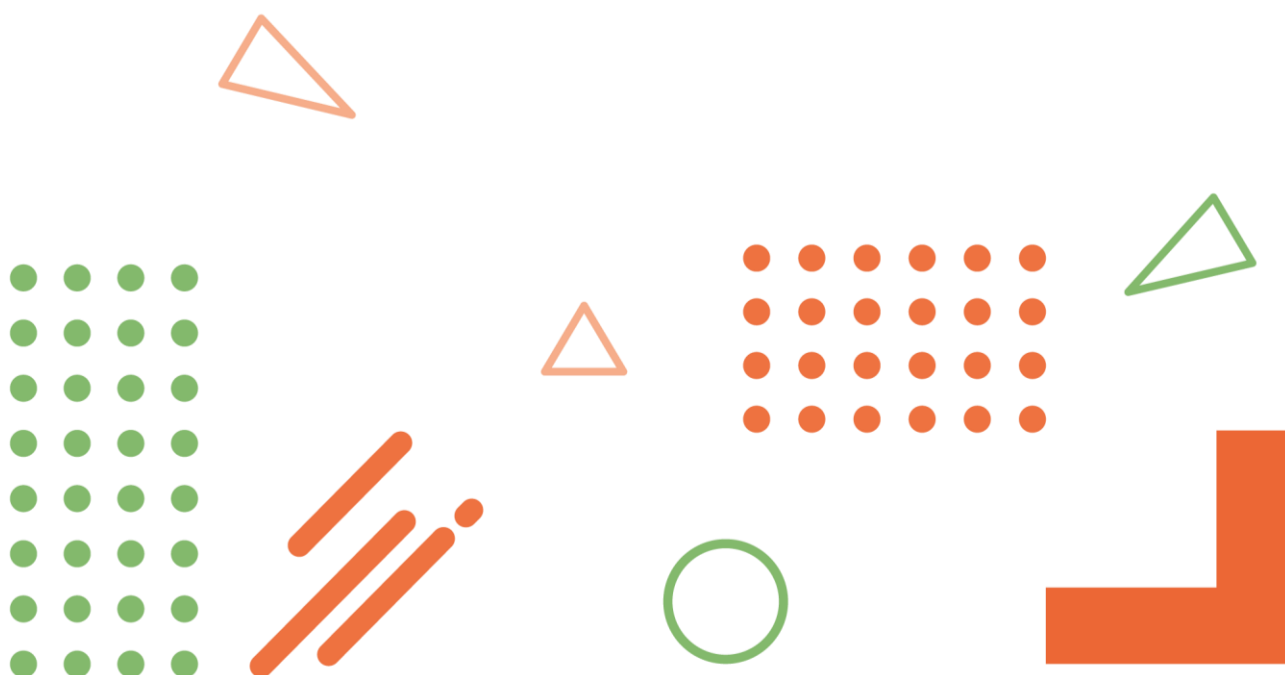
*Témavezető:
Dr. Molnar Iudita
adjunktus, RO BBTE*

A jövedelmi egyenlőtlenség és az oktatási expanzió összefüggése Romániában

Kutatásom célja megvizsgálni a jövedelmi egyenlőtlenség és az oktatási expanzió (vagyis az iskolázottság átlagos szintjének növekedése és az iskolázottsági szint egyenlőtlenségének csökkenése) között fennálló összefüggést Romániában.

Az emberitőke-elméletből kiindulva feltételezhető, hogy az iskolázottság átlagos szintje és a jövedelmi egyenlőtlenség között negatív kapcsolat áll fenn, míg az iskolázottság szintjének egyenlőtlensége és a jövedelmi egyenlőtlenség között a kapcsolat pozitív. A dolgozatban az említett három változó időbeni alakulását és a köztük levő kapcsolatot vizsgáltam egyszerű statisztikai módszerekkel. Az oktatáshoz kapcsolódó adatok esetében két különböző forrásból származó adatbázist egyesítettem, amely az adatok különbözősége miatt volt kihívás. A dolgozat első fontos eredménye, hogy az egyesített adatbázis segítségével, Lorenz-görbék ábrázolásával kiszámítottam az iskolázottsági egyenlőtlenséget mérő iskolázottsági Gini-index adott évekre vonatkozó értékeit, amely által egy eddig egyedülálló adatsort hoztam létre.

A kapcsolatalemzés eredményeként pozitív kapcsolatot kaptam a jövedelmi egyenlőtlenség és az átlagos iskolázottság között, amely a feltételezéseimmel nem, de szakirodalmi forrásokkal összhangban van. Emellett negatív kapcsolatot kaptam a jövedelmi és az iskolázottsági egyenlőtlenség mértéke között, amelyre jóval kevesebb szakirodalmi forrásban találunk példát, de magyarázható az ország fejlettségi szintjével és egyes exogén folyamatokkal.



GRANÁT MARCELL

granatcellmar98@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Dr. Keresztély Tibor

egyetemi docens, BCE KTK

A születésszám alakulása és az azt kísérő változások Magyarországon

A születendő gyermekek száma olyan téma, amely számos politikai vita központjába kerül napjainkban. A vitát indokolja, hogy egyik oldalon a Föld eltartó képességére hivatkozva, vannak, akik azt tartják helyesnek, ha a népesség csökkentését sürgetjük, azonban számos indok áll ezzel szemben. A bruttó nemzeti kibocsátás jelentős része származhat pusztán a demográfiai növekedésből. Ha a kibocsátás növekedése főként a lélekszám növekedéséből származik, abban az esetben ez nem vezet az életszínvonal emelkedéséhez, az egy főre jutó jövedelem nem nő a népesség számának növekedésével, azonban globális politikai súlyként szolgál a nagyobb kibocsátás. Fontos indok lehet mögötte a számos országban működő felosztó-kirovó nyugdíjrendszer fenntarthatósága. Az elsőként említett állásponton lévő országra kiváló példa Kína, aki az egy gyermek politika bevezetésével a népességének csökkentését kívánja kiváltani. A szemben álló oldalra sorolható akár Magyarország is. Nem is olyan régen jelent meg a hazai médiában, hogy a magyar miniszterelnök “alkut kíván kötni a magyar nőkkel”. Bármely oldalon is kíván egy ország vezetése helyet foglalni, az aktuális demográfiai folyamatokról szóló előrejelzések, illetőleg a folyamatot befolyásoló lehetséges eszközök ismerete elengedhetetlen.

Ezen tanulmány a születésszámra vonatkozó mutatók változásai mögött meghúzódó okozati tényezőket, illetőleg azok hatásait kívánja elemezni. A dolgozat során Magyarország 1960-tól számított mutatóin alapulva igyekszem feltárni a magyar gyermekvállalási tendenciák alakulását az elmúlt évtizedekben. Az elemzés fő eszközei közé tartozás a Granger-okság fennállásának vizsgálata, mely azt írja le, hogy az két idősor közül az egyikben végbemenő változás során következtethetünk-e arra, hogy a másik mutatóban is változás fog végbe menni. Vizsgálataim során ilyen jellegű kapcsolatot találtam szegénységi, munkaerőpiaci, illetőleg az ország pénzügyi szektorának helyzetét leíró egyes mutatók. Az idősor elemzés eszközeivel (Box-Jenkins eljárás, vektor-autoregresszív modellek, kointegráció) készített modellek eredményeiből a teljes termékenységi arányszámra ható változók, illetőleg a termékenységi arányszám által kifejtett hatásokat kívánom elemezni.

HANESZ JÚLIA*hanesz.julia@gmail.com*

Economics of Globalisation and European Integration

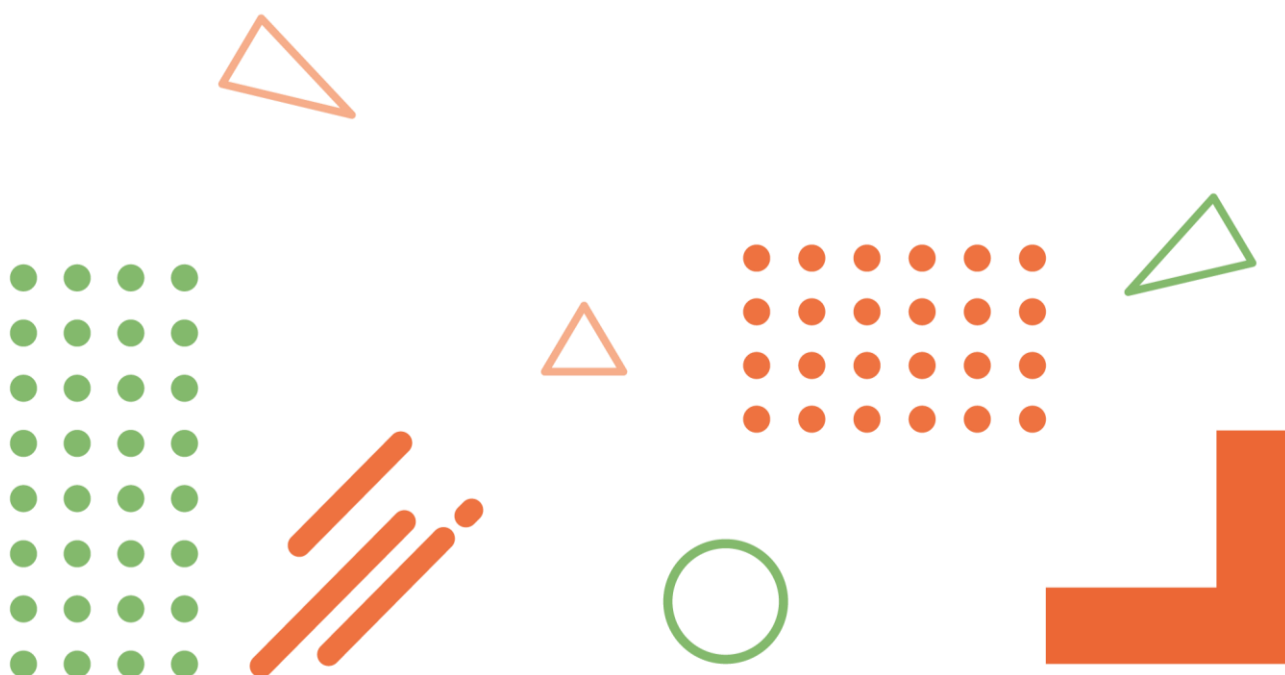
MSc, 3. félév

Prágai Közgazdasági Egyetem

*Témavezető:**Prof. Dr. Stéphane Vigeant
egyetemi tanár, Université de Lille*

Do the National Education Systems Explain Something in the Performance of the European Students?

This study gives a general overview of the educational systems in the Czech Republic, Hungary, Poland and Slovakia and aims to identify whether the features of the national school systems affect the performance of the students. The four European countries, also called the Visegrad countries, have to some extent similar history, economic and social characteristics and their schooling systems developed in a similar way until recently. However, the performance of the Czech, Hungarian, Polish and Slovak students on PISA tests varies. To study the relationships between the individual academic achievement of the students and the possible factors influencing them, an international production function and correlation statistics were used. The performance of the students was measured by the individual PISA math scores. The control variables described family, socioeconomic characteristics of the students, institutional and school characteristics. Observations from the PISA surveys from 2003, 2006, 2009 and 2012 were included in the dataset. In addition to the family and socioeconomic background of the students, elements of the national educational system such as general or vocational orientation of the schools, student per teacher ratio, school size, shortages in math teachers, to some extent the location of the schools were shown to have a significant impact on student performance in the Visegrad countries. Furthermore, we show by a difference in difference estimation that the Polish educational reform implemented in 1999 had a positive effect on the scores of the Polish students.



KISS ESZTER

esztee90@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 2. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

NÉMETH NIKOLETT

kolett0207@gmail.com

Gépészmérnöki

BSc, 2. félév

Széchenyi István Egyetem

Gépészmérnöki, Informatikai és Villamosmér-
nöki Kar

Témavezető:

Dr. Koltai Judit Petra

egyetemi docens, SZE KGK

A magyar felsőoktatás versenyképességének javítási lehetőségei

Miközben egyre többet hallani, hogy a magas színvonalú oktatás a gazdasági növekedés egyik fő hajtóereje, a magyar felsőoktatási intézmények csak kis számban képviseltetik magukat a világszintű, felsőoktatási intézmények versenyképességét vizsgáló felmérések TOP 1000-es ranglistáján. Tudományos diákköri dolgozatunk témaválasztását elsősorban az indokolja, hogy a magyar felsőoktatásban tanuló hallgatókként fontosnak tartjuk, hogy diplománk valódi értéket képviseljen, a magyar felsőoktatás pedig világszinten is elismert lehessen, ezáltal a magyar gazdaság növekedésének katalizátorává váljon.

Dolgozatunkban lényegesnek tartjuk bemutatni a magyar felsőoktatási intézmények helyzetét európai és nemzetközi viszonylatban. Kutatásunk fő fókuszában a felsőoktatási versenyképesség áll, amelyhez szekunder kutatásunk segítségével megvizsgáljuk a versenyképesség fogalmát, összetevőit, a felsőoktatási intézményeket rangsoroló nemzetközi felmérések szempontrendszerét és a magyar felsőoktatást összehasonlítva a világszinten erősnek és versenyképesnek számító felsőoktatási rendszerekkel. Tudományos diákköri dolgozatunk elkészítéséhez primer kutatást végzünk, amelynek célcsoportja a felsőoktatásban jelenleg aktívan résztvevők, a felsőoktatásba 2 éven belül jelentkezők, illetve már abszolváltak, akiken keresztül vizsgáljuk az intézményválasztást befolyásoló tényezőket, a felsőoktatással szemben támasztott elvárásokat és a felsőoktatási versenyképesség összetevőit hallgatói szemszögből. Az online kérdőívek elemzése és értékelése után eredményeinket összevetjük a témában meglévő releváns szakirodalom eredményeivel és következtetéseink alapján javaslatot teszünk azt illetően, hogy hogyan javítható a magyar felsőoktatás megítélése, illetve versenyképessége nemzetközi szinten.

LUCZ VANESSZA

lucz.vanessza.97@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezetők:

*Balázné dr. Lendvai Marietta
főiskolai docens, PE GKZ*

*Dr. Antal Anita
főiskolai docens, PE GKZ*

A duális hallgatók értékteremtő ereje

A dolgozat fókuszterülete a duális gyakorlati képzés hatékonyságának vizsgálata, annak érdekében, hogy a vállalatnál töltött idő során a hallgató folyamatosan fejlődő pályán haladva, magasabb hozzáadott érték-szintet legyen képes elérni.

A kutatásba az Autóipari Próbapálya Zala Kft-nél duális foglalkoztatásban résztvevő hallgatók kerültek bevonásra. A szekunder kutatás keretében bemutatom a duális képzés nemzetközi és hazai trendjeit, annak működését és rendszerét, majd az értékteremtési folyamatok megítélésére egy primer felmérés keretében fordultam az érintett hallgatókhoz. A hallgatói értékelőállítás számítása során hét olyan értékteremtési területet vettem figyelembe, amely alapján a hallgatói tevékenységek kategorizálhatók. Ezen hét szempont előzetes felmérés alapján került kiválasztásra. Minden területet kvantifikáltam, amely jól tükrözi a cég, valamint a hallgatók számára is az adott feladatkör relevanciáját. A hallgatók előre specifikált kód alapján kerültek csoportosításra az évfolyam és a vállalatnál eltöltött gyakorlati óraszám alapján, melynek célja, hogy minél szignifikánsabb megoszlásokat jelenítsek meg a fejlődési pályáját illetően.

Megállapítottam, hogy a duális képzés napjainkban még nem teljeskörűen elérhető mindenki számára, hiszen részben korlátos mind a hallgatók, mind a vállalatok, mind a felsőoktatási intézmények részére, azonban annál fontosabb. Erre rámutatnak a dolgozatomban részletezett kutatások is. Választ kerestem arra a kérdésre, hogy a duális hallgatók milyen sokszínű feladatokat látnak el, milyen mértékben segíthetik az adott cég tevékenységét, napi munkavégzését. Ahhoz, hogy ezt megtudjuk, szükséges mérni az előállított érték szintjét, valamint a hozzáadott értékek mértékét és ezek hatásait, hiszen a hatékonyság javítását illetően ezekre az adatokra lehet támaszkodni. Különösen izgalmas téma egy kutatás-fejlesztési, illetve projektalapú cég működési környezetében vizsgálni a duális képzés értékorientált megközelítését, hiszen a hozzáadott érték koncentrált növelésével intenzív hallgatói fejlesztések valósíthatók meg, amelynek jelentős résztvevője a Zalaegerszegi Járműipari Tesztpálya és a köré épülő tudományos ökoszisztéma.

MACHER DÁVID

david.macher@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 3. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezetők:

Dr. Csanádi Ágnes

egyetemi docens, PE GKZ

Dr. Jármai Erzsébet Mária

főiskolai tanár, PE GKZ

Az alapjövedelem koncepciójának bemutatása – Megvalósításának lehetősége Magyarországon

Az alapjövedelem gondolata már a XVIII. században megjelent Thomas Paine röpiratában, mégsem vált egy elterjedt gazdaságpolitikai eszközzé. Ennek ellenére egyre több figyelmet kap a téma hazánkban és szerte a világon. Az alapjövedelem egy olyan pénzbeli juttatás, amely feltétel nélkül, rendszeres időközönként biztosít készpénzt mindenki számára, függetlenül egyéb jövedelmektől. Az alapjövedelem a társadalmi javak elosztásának egy új modellje, amely szociális biztonságot nyújthat minden ember számára. Egyre több országban folyik kutatás a témában és politikai támogatottsága is egyre növekszik. Magyarországon több alapjövedelem javaslat is megjelent már, és pártpolitikai támogatottsága is van hazánkban. Az alapjövedelem legfőbb céljai közé tartozik például a jövedelmi egyenlőtlenségek mérséklése, a szociális rendszer egyszerűsítése és az anyagi bizonytalanság csökkentése.

Jelen dolgozatomban részletesen mutatom be és elemzem az alapjövedelmet, illetve az alapjövedelem elvét megvalósító nem biztosítási alapú juttatásokat. Ezek után tanulmányozom a Magyarországon megjelent alapjövedelem javaslatokat. Szekunder kutatással elemzem az összefüggést az európai országok makrogazdasági adatai és az alapjövedelem támogatottsága között. Megvizsgálom, hogy miként lehetne hazánkban havi 20.000 Ft alapjövedelmet bevezetni, illetve milyen mértékű hatása lenne a jövedelemeloszlásra a különböző módokon történő finanszírozásának. Végül egy javaslatot teszek az alapjövedelem bevezetésére hazánkban, részben támaszkodva az eddig megjelent koncepciókra. Ezzel a javaslattal a legfőbb célom, hogy számolásokkal alátámasztva mutassam meg, hogy az alapjövedelem nem csak egy utópia, hanem egy megvalósítható koncepció.

PIPIS BENCE

pipis.bence@heller.uni-corvinus.hu

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Felsmann Balázs

tudományos segédmunkatárs, BCE GTK

Állami ösztönzők hatása az elektromos autók elterjedésére a visegrádi országokban

Napjainkban fontos téma a globális felmelegedés és a különböző európai uniós, illetve globális célok az ezt okozó a károsanyag-kibocsátások csökkentésére. Erre megoldást jelenthet a manapság még innovációnak számító elektromos autók térnyerése a hagyományos, belső égésű motorral meghajtott autókhoz szemben. Mivel a károsanyag-kibocsátási standardokat minden országnak teljesítenie kell, így az állam érdeke is az elektromobilitás népszerűsítése, ebben pedig az államilag bevezetett ösztönzőmechanizmusok kiváló szerepet játszhatnak. Innováció révén a kezdeti elterjedést érdemes támogatni, hiszen minél előbb ér el egy kritikus pontot a piac, annál korábban tud széles körben elterjedni ez az új alternatíva az autózásban. Tanulmányokból látható, hogy Nyugat-Európában már több helyen jelentős hányadát teszik ki az elektromos autók az újautó-eladásokból, azonban Közép-Kelet Európa pár éves lemaradásban van hozzájuk képest.

Dolgozatomban arra a kérdésre kerestem a választ, hogy hogyan járultak hozzá a különböző típusú állami ösztönzők az elektromos autók elterjedéséhez a visegrádi országokban. A kutatás során európai országok adatain alapuló lineáris regressziószámítás módszerét alkalmaztam, hogy meghatározzam az elektromos autók számát és piaci részesedését befolyásoló ösztönzőket. Magyarózó változóként az ösztönzők vételárát csökkentő, használaton alapuló, és szigorított területekhez nyújtott hozzáférés csoportját vettem figyelembe. Emellett a töltőpontok számát, egy főre jutó GDP-t és a népességszámot is felhasználtam, mint magyarózó változó. Ezután a számításokra alapozva összehasonlítottam a Visegrádi Csoport országait, hogy választ kapjak a kutatási kérdésekre.

Arra az eredményre jutottam, hogy Magyarországon és Szlovákiában az egyösszegű támogatás és a regisztrációs adó-kedvezmény játszott jelentős szerepet. Lengyelországban nem elérhetőek érdemi állami támogatások, s ez a modellel egybehangzóan jóval kevesebb tízezer főre eső elektromos autót eredményez. Csehország az egyetlen, mely kissé ellentmond a várakozásoknak, mivel ott a kis-mértékű útdímentesség ellenére is magas a tízezer főre eső elektromos autók száma.

TÓTH BENCE

t.bence@outlook.hu

Regionális és környezeti gazdaságtan

MSc, 3. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Urbánné Malomsoki Mónika

tanszéki mérnök, SZIE GTK

A Családvédelmi Akcióterv és a Falusi CSOK bevezetésének és működésének vizsgálata

Pályamunkámban a Családvédelmi Akcióterv és a Falusi CSOK bevezetését és működését vizsgáltam, mellyel célom, hogy feltárjam az új hazai családtámogatási rendszer gyakorlati működését és hatékonyságát. A téma aktualitását az adja, hogy Magyarország népesedési problémákkal küzd, hiszen a teljes termékenységi arányszám messze elmarad a fennmaradást biztosító 2,1-es értéktől. Ennek megfelelően a politikai kommunikáció a családtámogatási rendszer folyamatos bővítését hangoztatja, amely már egy 2010 óta tartó folyamat. Kutatásomban a jelenlegi szabályozás kialakítását és a rendszer működését vizsgálom, a bevezetést követő első egy év tapasztalatai alapján. Az intézkedéscsomag az állampolgárok nagyon széles csoportját érinti, jellemzően az életszínvonal javítását célozza. A támogatások bevezetésének és operatív működtetésének számos közigazgatási és piaci (hitelintézetek) szereplője van. Vizsgálatom során felmértem, hogy milyen tapasztalatokat szereztek az érintettek, milyen társadalmi közvélemény alakult ki, milyen demográfiai változások figyelhetők meg, illetve van-e regionális különbség a támogatások kihasználtsága terén.

Kutatásom keretében kérdőíves megkérdezést alkalmaztam (N=600), amelyben a válaszadók tájékozottságára, tapasztalataira és véleményére voltam kíváncsi. Emellett három interjút is készítettem: egy független hitelszakértővel és a Kormányzati Ügyfélvonal (1818) két vezető munkatársával. Így a hitelintézetek és a közigazgatási szervek munkájáról is gyakorlati információt kaptam. A primer eszközök kiegészítésére szekunder adatokat is felhasználtam.

Eredményeim alapján, arra jutottam, hogy az intézkedéscsomag nem nevezhető diszkriminatívnak az egyes társadalmi csoportokkal szemben. Az igénylésekre vonatkozó statisztikák és a – több forrásból megerősített – magas társadalmi elégedettség azt mutatja, hogy a támogatások népszerűek, így a termékenységi ráta növekedése várható. A bevezetést követő egy év után a születések és a házasságkötések száma már emelkedő tendenciát mutat. A támogatások kihasználtsága régióként eltérő, amely viszont nem áll kimutatható kapcsolatban a termékenységi mutatókkal. A hitelintézetek nagyon fontos szerepet töltenek be az ügyintézésben, azonban a vonatkozó szabályozás nem megfelelő. A közigazgatási szervezetrendszer nehezen alkalmazkodott az új eljárásokhoz és a megnövekedett ügyszámhoz, azonban ez a későbbiekben megoldódott. A jövőben bővítendő családtámogatások során mindenképpen érdemes bizonyos elemeket felülvizsgálni.

Gazdaságtörténet

Elnök: Dr. Farkasné dr. Fekete Mária egyetemi tanár (MATE Szent István Campus)

Tag: Prof. Dr. Halász Imre Professor Emeritus (BGE)

Tag: Dr. Karajz Sándor egyetemi docens (ME GTK)

Tag: Dr. Somogyi Ferenc egyetemi docens (SZE KGK)

JUHÁSZ PÉTER MÁRTON*peti9712@gmail.com*

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

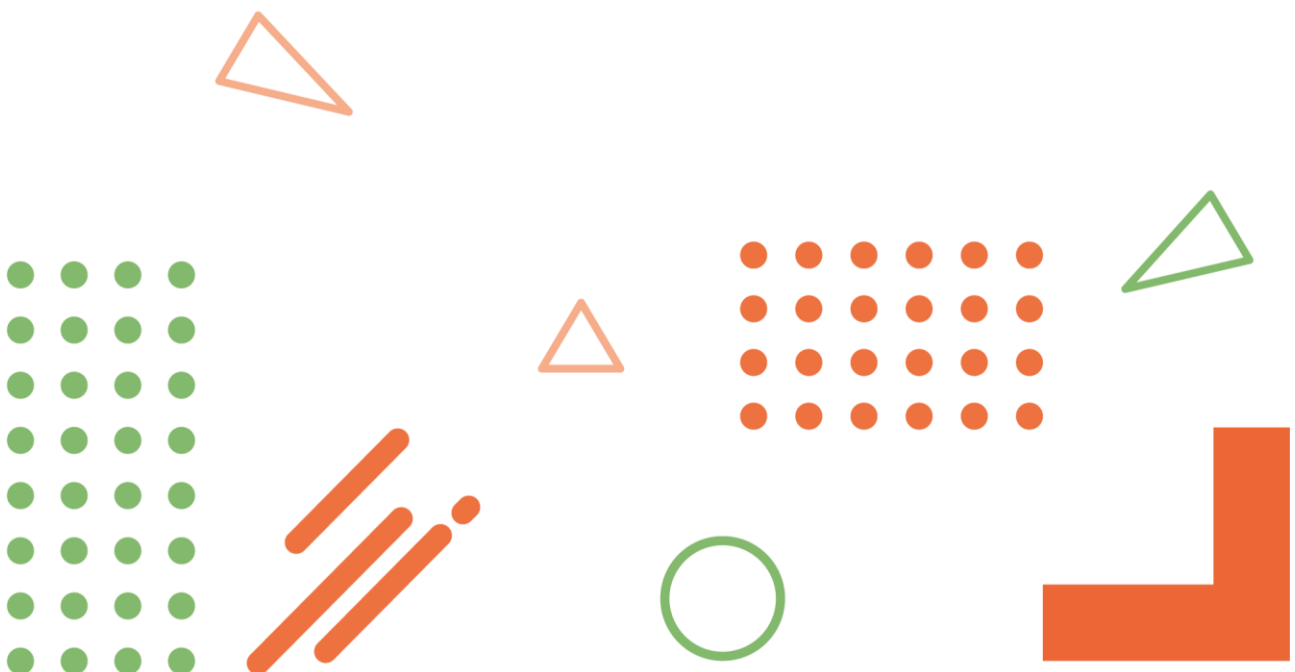
Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Pogány Ágnes
egyetemi docens, BCE TK*

Sarlóból kalapács: Csongrád mezőváros erőltetett szocialista iparosításának története és máig ható öröksége

Köztudott tény, hogy a Kádár-korszak, és úgy általában véve a szocializmus egyik fő jellemvonása az erőltetett, rohamléptékű iparosítás volt. Gyárak, ipartelepek, sőt, egész városok jöttek létre a semmiből az állam parancsára. A tervgazdaság sajátos természetéből fakadóan sok település kapott történetétől addig idegen iparszerkezetet, nem volt ez másként szülővárosom, Csongrád esetében sem, aminek alapvetően mezővárosi jellegét gyors és radikális iparosítással próbálták modernizálni, a szocializmus iparvárosi eszményéhez igazítani.

Dolgozatomban a város iparosítása szempontjából legmeghatározóbb három vállalat; a MIRKÖZ, a FÚTÓBER, és a Tisza Bútoripari Vállalat csongrádi letelepedését, működését, és a várossal való összefonódását vizsgálva arra keresem a választ, hogy hogyan zajlott Csongrád iparosítási kísérlete, és ennek milyen utóélete van napjaink piactudományában. Munkámban a releváns szakirodalom, továbbá levéltári és vállalati dokumentumok, személyes interjúk segítségével tárom fel a három vállalat és Csongrád közös múltját és az utódvállalatok jelenkori helyzetét, melyek az elődöknél jóval kisebb súlyúak ugyan, de mégis meghatározó szereppel bírnak a város életében.



MENYHÉRT KRISTÓF

kristof.menyhert@gmail.com

Számvitel

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Dr. Barancsuk János
egyetemi docens, PTE KTK*

Luca Pacioli élete és munkássága

Luca Paciolit a „kettős könyvvitel atyjaként” emlegetjük, de miért? Valóban ő találta volna fel a kettős könyvvitelt? Miért forradalmi Luca Pacioli hatása a számvitel fejlődésére? Ez néhány azon kérdések közül, amelyeket a dolgozat megkísérel megválaszolni.

A dolgozat alapvetően rendszerező és összefoglaló munka, amely a fellelhető – elsődleges és másodlagos – források, illetve a bennük foglalt véleménykülönbségek ütköztetése útján igyekszik egységes képet alkotni Luca Pacioliról, a ferences szerzetes életútjáról, valamint a tudományokra – főként a számviteltudományra – gyakorolt hatásáról. A dolgozat hiánypótló lehet, hiszen nem létezik jelenleg olyan magyar nyelvű dolgozat vagy tanulmány, amely a témát ilyen átfogóan és ekkora részletességgel mutatja be.

A rendelkezésre álló források elemzésének és ütköztetésének eredményeként egyértelművé válik, hogy pontosan miben rejlik Luca Pacioli szerepének jelentősége, és hogy a hazai szakma képviselői és növendékei számára miért volna rendkívül fontos megismerése, elismerése.

Kulcsszavak: Luca Pacioli, Pacioli, számvitel, kettős könyvvitel, számviteltudomány

JEL-kódok: B11, M40, M41

NAGY-GYÖRGY BLANKA

ngy.bladia@gmail.com

Nemzetközi tanulmányok

BSc, 6. félév

Károli Gáspár Református Egyetem

Állam- és Jogtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Becsey Zsolt

tudományos főmunkatárs, KRE ÁJK

A Franciaországra jellemző gazdasági modellek az Ötödik Köztársaság idején

Dolgozatom célja bemutatni Franciaország gazdasági helyzetét, valamint a francia gazdaság alakulását az országra jellemző gazdasági modellek függvényében 1958-tól, az Ötödik Köztársaság létrejöttének időszakától napjainkig. Kutatásom fő kérdése, hogy hogyan haladt előre az ország gazdasági szintje, milyen döntések és bel- valamint külpolitikai események befolyásolták azt, illetve, hogy az említett gazdaságpolitikai döntések miképpen illeszkednek a francia gazdaság modellébe, milyen események járultak hozzá a fejlődéséhez.

Kutatásom során számos, a témával foglalkozó művel, könyvvel is foglalkoztam. Többek között a francia történelem áttekintése után, a főként a gazdasággal foglalkozó szakirodalmat, illetve hivatalos statisztikai adatokat használtam fel adatgyűjtés céljából. A fogalmi keretek ismertetéséhez több forrásból is merítettem fogalmi magyarázatokat, így például online és papír alapú enciklopédiákból is emeltem ki részleteket. Az anyaggyűjtési folyamat során magyar, angol illetve francia nyelven is végeztem kutatásomat. A másodlagos forrásokból szerzett adatokat, valamint ismereteket leíró és összehasonlító jellegű adatfeldolgozási módszertannal kombináltam.

Dolgozatom Franciaország rövid bemutatásával kezdem, mellyel egy átfogó képet kaphatunk a világban jelenleg elfoglalt helyzetéről. A második rész a történelmi kontextus felvázolására szolgál, itt is és a későbbiek során is a köztársasági elnökök ciklusain keresztül vezetem végig és elemzem a gazdaságpolitikai változásokat és a francia gazdasági modell változását. A fejlődési szakaszokat az Ötödik Köztársaság megalakulását követően ellentétes szemléletmódok és intézkedések jellemzik, így akár külön modelként is értelmezhetőek – dolgozatomban ezen modelleket vizsgálom kronológiai rendben. A különböző gazdaságpolitikai modellek (például a dirigista –, etatista –, neoliberális modell) a vizsgált időszak alatt többször váltották egymást, gyakran elnöki ciklusokon belül is és nem estek egybe az elnöki periódusokkal. Franciaország ezen időszak alatt vesztette el gyarmatai nagyrészt, lett európai középhatalom, ugyanakkor az integráció előmozdítója Európában. A vizsgált időszakban az ország nem haladta meg az EU növekedési átlagát, sőt, Németországhoz képest több időszakban is voltak nehézségei, elsősorban az euró bevezetése után, ugyanakkor a politikailag kötetlenebb szereplőként megmaradt jelentős európai technológiai nagyhatalomnak és az európai politika egyik kiemelkedő alakítójának.

PETRIC ATTILA MÁRK

petricattila@gmail.com

Pénzügy

MSc, 1. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kovács György

egyetemi docens, SZTE GTK

Párhuzamos történetek: jegybankkérdés Magyarországon a hosszú 19. században

A dolgozat a magyarországi jegybankkérdéssel és ehhez kapcsolódóan a valutaüggyel foglalkozik az úgynevezett hosszú 19. században. A kutatás fő kérdése az, hogy a központi banknak a reálgazdaság hitelezését, vagy pedig az államháztartás finanszírozását kell-e szolgálnia.

A kutatás arra irányult, hogy az 1790-1918 közötti időszakban a kor közgazdasági gondolkodását meghatározó magyar közgazdászok álláspontját bemutassa, ezeket szembe állítsa egymással, illetve az egyes korszakokon átívelő gondolatok között párhuzamokat fogalmazzon meg.

A dolgozat felépítését tekintve minden egyes korszak elmélettörténeti vizsgálatát egy gazdaságtörténeti bemutatás támasztja alá, annak érdekében, hogy magyarázattal szolgáljon a közgazdászok által megfogalmazott problémák megértéséhez. A vizsgált időszak az alábbi korszakokból épül fel: a reformkor, a neoabszolútizmus kora, a kiegyezéstől a duális jegybank megalapításáig terjedő időszak, a valutastabilizáció kora, illetve az 1892 és az 1918 közötti időszak.

A kutatás alapkérdése egyfajta keretet is ad a dolgozatnak, hiszen a 19. század elején az Osztrák Nemzeti Bank azzal a céllal jött létre, hogy az állam hadi kiadásait és az államadósságot finanszírozza, illetve az egyre nagyobb mértékű infláció okozta nehézségeket kezelje. Ez a jegybanki gyakorlat az első világháború idején is előtérbe került.

A dolgozat további eredményei közé tartozik a külföldi tőke szerepének bemutatása a hazai irodalomban, az 1800-as évek elején a Dessewffyék hívták fel a figyelmet először a külföldi tőke gazdaságélénkítő hatásaira, ezt az elképzelést a korban sokan kritikával illették, de mint a dolgozat gazdaságtörténeti részeiből is kiderül, ezen forrás nélkül a reálgazdaság fejlődése korlátokba ütközött volna, valamint az államháztartás konszolidációjában, és a valutastabilizációban is nagy szerepet játszott.

Fontos megemlíteni az eredmények között a földbirtokosok hitelhez jutási lehetőségének problémáját, illetve az ehhez kapcsolódó elméleti vitákat, melyek alapján elmondható, hogy a közös jegybank nem szolgálta megfelelően a vidéki hitelezést, erre a kiegyezést követően részben a takarékbankok nyújtottak megoldást. A dolgozat tárgyalja a főbb elméleti vitákat, ilyen volt a bankrendszer centralizációjának vagy decentralizációjának kérdése, a valutastabilizáció gyakorlati megvalósításának módjai, a valutafém kérdése, a jegybank készfizető képességének relevanciája, az árszínvonal kérdése, valamint a pénzmennyiség szabályozása.

SALHI NOUHA

nouhe.salhi@gmail.com

Nemzetközi kapcsolatok

MSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

*Témavezető:
Dr. Szilágyi Judit
adjunktus, BGE KKK*

The Shadow of Modern Slavery in the EU

Since the annexation of the 10 Central and Eastern European countries in 2004 (Romania and Bulgaria shortly later), the EU bodies have focused efforts on increasing integration and bridging the anatomical gaps between the eastern camp satellite states and the western bloc. The growing efforts have unraveled various economic, ideological, environmental as well as social issues. Yet, one of the very inconceivable threats has been undisclosed from public attention. Loosening the border regulations and the incremental economic cooperation have opened the possibilities for trade and trafficking. As per definition trafficking is the illegal exploitation of commodities and for this latter, the commodity is of human nature.

In this respect, the researcher will examine the main features of Human Trafficking often referred to as “Modern-day Slavery” at the European scope.

Research Questions:

1. How can we define Modern Slavery?
2. Which are the countries of origin, transition, and destination?
3. What are its social, economic, and human repercussions on the European community?
4. What are the measures taken by the EU to combat it? How effective are they?
5. How can the EU restore its founding values and strengthen its fight for human dignity?

Research Methodology:

In order to satisfy the aims of this study, the research will rely on both quantitative and qualitative methods. Primarily, the focus will be on data gathering. In this context, the researcher will conduct a survey to assess the European Community awareness about this highly controversial modern issue. This will target a representative sample of Hungarian, EU, and non-EU nationals. This inquiry will be carried out online. Later on, the researcher will analyze the findings, thoroughly examine the noticeable correlations, place in juxtaposition to the EU data and advise recommendations on how to control, and ultimately deter Human Trafficking.

SZAJBÉLY ZSIGMOND*m.zs.szajbely@gmail.com*

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 5. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Kőhegyi Gergely
külső előadó, ELTE TÁTK*

„Miért buknak el nemzetek?” Avner Greif és Daron Acemoglu intézményi magyarázatainak egymásra olvasása

Az intézményi közgazdaságtan az 1970-80-as évektől kezdve egyre intenzívebben van jelen a közgazdaságtan kutatási témái között. Ennek a széles spektrumú irányzatnak a két elismert képviselője Daron Acemoglu és Avner Greif. Mindketten hasonló kérdéseket feszegetnek, miszerint egyes országok miért fejlettebbek, mint más országok, különböző országok miért jártak be egymástól eltérő fejlődési útvonalat. E kérdésekre ugyanakkor merőben más definíciókkal, elemzési eszköztárral és a társadalom különböző szintű vizsgálatával igyekeznek választ találni. Dolgozatom célja bemutatni a két kutató eltérő megközelítésmódját, megérteni a köztük lévő különbségeket és szintetizálni munkásságukat. Vagyis kísérletet tenni azon kérdés megválaszolására, hogy „Mit nyerhetünk a két, különböző megközelítésmódot alkalmazó kutató munkásságának egymásra olvasásával?”.

Acemoglu az intézmények northi definícióját használja, azaz elsősorban a formális szabályokkal foglalkozik. Az intézmények változásának leírására saját modellt készít, mely politikai gazdaságtani logikával lényegében egy alternatív narratíváját adja a világtörténelem alakulásának. Ezen eredményeit az ökonometriai elemzéseivel, illetve szemléletes esettanulmányok sokaságának bemutatásával éri el.

Greif nem találja elég célravezetőnek a használatban lévő intézménydefiníciókat, így saját meghatározással áll elő. Mindezzel célja, hogy az informális intézményeket és az egyén szabályok követésére vonatkozó motivációját is magyarázni képes elméletet hozzon létre. Elemzési eszköztára a történelmi és társadalomtudósi módszertan keveréke, az egyes társadalmak részletes megismerésén és egymással történő összehasonlításán alapul, ezen kívül épít a játékelméletre, mely lehetővé teszi az informális intézmények tárgyalását.

Acemoglu és Greif hasonló témát vizsgál, ugyanakkor eltérően redukálja a téma komplexitását. Acemoglu kutatásának horizontja tág, mind időben, mind térben, viszont lemond az egyes társadalmak mélyebb megértéséről. Greif ezzel pont ellentétes módon cselekszik: kutatásainak horizontja sokkal szűkebb mind időben, mind térben, viszont a vizsgált társadalmakat jóval mélyebben elemzi. A két megközelítés egymásra olvasásának egy lehetséges, fejlődésgazdaságtani következtetése, hogy a fejlődő országok felzárkóztatásában egyrészt kellenek általános elvek, receptek, melyek kijelölik a helyes irányt, ugyanakkor a megvalósításnál nem lehet figyelmen kívül hagyni az egyes országok történelmi és kulturális sajátosságait.

VARGA PATRIK ZSOLT

patrik.varga96@gmail.com

Turizmus és vendéglátás

BSc, 3. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Prof. Dr. Kaposi Zoltán

egyetemi tanár, intézetigazgató, PTE KTK

Ceruzakereskedéstől a komlói szénbányászat megteremtéséig. Engel Adolf vállalkozásai az 1840-es évektől az I. világháborúig

Célkitűzés, kutatási kérdések. A dolgozat célja egy 19. században élt pécsi vállalkozó, Engel Adolf működésének bemutatása. Előzetes olvasataim és pécsi gazdaságtörténeti ismereteim alapján három fő kérdésre kerestem a választ. 1. A szegénysorból induló Engel Adolf pályája mennyiben tért el az ismert pécsi nagyvállalkozókétól (Zsolnay, Angster, Hamerli)? 2. Engel vállalkozásai mennyiben járultak hozzá a magyar gyáripar, s főleg a faipar fejlődéséhez, s mennyiben volt képes a nagyvállalkozó hozzájárulni az alternatív tüzelőanyagok biztosításához a komlói kőszénbányászat elindítása révén? 3. Milyen hatást gyakorolt a pécsi gazdaságra és társadalomra, saját közösségére, mennyiben tudta elképzeléseit meghonosítani a városban, s milyen vállalkozói magatartást testesített meg, s melyek voltak Engel tevékenységének innovatív vonásai?

Források, módszerek. Kutatásomat széles alapokra fektettem. Számos hazai és külföldi szakirodalmi munka adta a hátteret, utóbbiakból Engel ausztriai munkáját tudtam megítélni. Felhasználtam statisztikákat, az ADT és a Hungaricana portálok révén sajtóanyagokat. Nagy segítségemre volt a vállalkozó fennmaradt emlékirata. Fontos volt az eddig nem ismert levéltári források feltárása és elemzése, amelyeket a MNL BaML-ban tártam fel, s amelyek révén betekintést nyerhettem nemcsak Engel vagyonszerzéseibe, hanem az örökségül hagyott javaiba is. Kronológiai rendszert követve, az egyes vállalkozások bemutatása révén rajzoltam átfogó képet.

A kutatás eredményei. A dolgozatban sikerült arra rávilágítani, hogy Engel Adolf vállalkozói tevékenysége sok tekintetben eltért a korszak híres pécsi vállalkozóitól. Nem csak egy ágazatban alkotott maradandót, hanem párhuzamosan több ágazattal és vállalkozással is foglalkozott.

Saját eredményemnek a következő megállapításokat tekintem. Engelnek sok innovációja volt. Par-ketta gyára olyan minőségben termelt, amellyel a bécsi udvar igényeinek is megfelelt. Sikeresen indította el a komlói nagyüzemi szénbányászatot. Hozzájárult a pécsi fürdőkultúra fejlesztéséhez, a katonaság úszásoktatásához. Agrárvállalkozásai mintagazdaságot jelentettek. A munkásaival való törődés, zsidó közösségének támogatása, vasúti fejlesztések új gazdasági lehetőségeket teremtettek a térség számára.

E törekvések világosan mutatják a mélyről induló, de nagy magasságokig eljutó self-made man vállalkozó életútját, aki ugyanakkor széles értelemben vett rokonságának és tágabb közösségének támogatását is felvállalta.

VASAS NIKOLETT

nikolett.vasas1991@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

*Témavezető:
Ivánné dr. Hild Márta
egyetemi docens, BGE KKK*

Hayek intelmei a társadalom- és gazdaságmérnökség ellen – A „szabadpiac” és a „demokrácia” intézményeinek létjogosultsága

Dolgozatom témája Friedrich August von Hayek teoretikus munkásságának egy részére épül.

Friedrich August von Hayek, akit úgy tartanak számon, mint a szabadpiac, a demokrácia és a liberalizmus egyik legegyszerűbb híve, aki éppen akkor szállt síkra a szocialista és kollektivisták ellen szemben, amikor azok egyre nagyobb népszerűségegre tettek szert. Napjainkban, akárcsak a XX. század derekán, egy számomra megdöbbentő jelenség kezd kibontakozni, amit úgy írhatunk le, mint a szocialista és kollektivisták eszmék újkori „reneszánsza”.

Az 1940-es évekhez hasonlóan, a baloldali eszmék iránt táplált nosztalgia hullámát legtöbbször olyan fiatalok kívánják meglovagolni, akik kritikátlanul és következetlenül, az ideológiák alaposabb vizsgálata nélkül váltak saját elképzeléseik rabjává. Nem számolva annak a veszélyével, hogy a technológiai fejlettségnek egy olyan szintjére lépett a világ, amikor azok az eszmék, amelyek alapját a társadalom- és gazdaságmérnökség gondolata szolgáltatja, többé már nem tűnnek olyan megvalósíthatatlan elképzeléseknek, mint Hayek életében.

Mindezek fényében érthetővé válik, hogy a dolgozat megírásával mindenekelőtt a következő észrevételre szerettem volna felhívni a figyelmet; az 1940-es évek óta talán most először van igazán szükség arra, hogy tisztán lássuk, igenis van létjogosultsága a szabadpiac és a demokrácia intézményeinek.

A dolgozat megírása során Hayek témába vágó politikai filozófiai és közgazdasági elméleteire, illetve a személyes tapasztalataimra támaszkodtam. Hayek művei közül elsősorban „A végzetes önhittség. A szocializmus tévedései” és „Út a szolgáshoz” című műveit vettem kritikai elemzés alá.

Hayek teoretikus munkásságának tanulmányozása alapján megállapíthatjuk, hogy fennálló világrendünk lényegi és elidegeníthetetlen része az államok demokratikus berendezkedése. Itt demokrácia alatt egy olyan intézményt kell értenünk, amely garantálni tudja számunkra a személyes döntés szabadságát (amennyiben cselekvésünk összhangban áll az adott korlátozó feltételekkel), amely az egyik legfontosabb szabadságjog.

Hayek elmélete nyomán arra a következtetésre jutunk, hogy továbbra is meg kell őriznünk – a korlátozott állami beavatkozás mellett működő – szabadpiac intézményét. Történelmi tények bizonyítják, hogy – ha nem is mindig a leginkább megfelelő irányba – a piacgazdaság képes a változásra. Éppen ezért, el kell döntenünk, készek vagyunk-e lemondani mindarról az innovatív fejlődésről és állandó növekedésről, amit társadalmunk a fennálló piaci rend segítségével elért.

WILHELM RÉKA

04reka@gmail.com

Marketing

MSc, 2. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Prof. Dr. Kaposi Zoltán
egyetemi tanár, PTE KTK*

„Se veled, se nélküled” – Balatonlelle és Balatonboglár hosszútávú gazdasági fejlődése

Célkitűzések, kutatási kérdések. Dolgozatomban Balatonlelle és Balatonboglár hosszú távú gazdasági fejlődését vizsgáltam. Három fő kutatási kérdésre kerestem választ. 1. A települések mai életét mennyiben határozzák meg múltbeli gazdasági folyamatok, s hogyan változott a két város viszonya? 2. A rendszerváltást követően milyen fejlesztések zajlottak a két településen, és ezeket miből finanszírozták? 3. Mennyiben változott a turizmus szerepe Lellén és Boglárán 1990 után, s hogyan jelenik meg a szezonális elleni harc a két város életében?

Források, módszerek, szerkezet. A múlt vizsgálatához felhasználtam szakirodalmat, levéltári- és múzeumi forrásokat, statisztikákat, az ADT és Hungaricana internetes portálok segítségével sajtóanyagokat. Ezeket kiegészítettem a városok fejlesztési terveivel, az önkormányzatoktól szerzett információkkal. Mivel a két település esetében az 1990 óta eltelt időszakról nem készült összefoglaló szakmai munka, ezért ezt az időszakot helyeztem kutatásom fókuszába. Kutatási módszerem gazdaságtörténeti volt: kronológiai rendszerben strukturális változásokat írtam le. Megvizsgáltam a két város kapcsolatának alakulását. Bemutattam, hogy milyen fejlesztések zajlottak le az elmúlt évtizedekben, s ezeket miből finanszírozták. Végül a turizmus helyzetét, fejlődését kutattam a rendszerváltást követő időszakra.

Kutatási eredmények. Dolgozatomban megállapítottam, hogy a városok mai gazdasági struktúráját nagymértékben meghatározzák az elmúlt korok eseményei és folyamatai.

Saját kutatási eredményemnek tekintem a következőket. Kimutattam, hogy a két település addigi külön utas fejlődése a fürdőturizmus kialakulásával hasonló irányt vett. Tényekkel támasztottam alá, hogy a közös boglárlellei időszak mindkét településnek hátrányos volt. Bemutattam, hogy a rendszerváltás óta, piaci körülmények között milyen infrastrukturális fejlesztések jöttek létre magán-, önkormányzati-, állami- vagy uniós finanszírozásból. Megállapítottam, hogy 1990 után a turizmus vált a legfontosabb ágazattá.

Dolgozatomból kiderül, hogy az elmúlt évtizedek legnagyobb változása egyértelműen a külföldi turisták számának csökkenése, akiknek az átlagos tartózkodási ideje ugyan nem rövidült, ám tény, hogy a hangsúly egyre inkább a belföldi turisták felé tolódott el. A szezonális problémáját megoldandó mindkét településen próbálkoznak a főszezonon kívüli szállás- és programkínálat bővítésével, de egyértelműen látszik, hogy e téren vannak még további kihasználatlan lehetőségeik.

Kommunikáció, média

Elnök: Prof. Dr. Konczosné Szombathelyi Márta egyetemi tanár (SZE KGK)
Társelnök: Dr. habil. Szabó Zoltán egyetemi docens (BGE KKK)
Tag: Dr. Máté Zoltán főiskolai tanár (BGE KKK)
Tag: Dr. habil. Kiss Marietta adjunktus (DE-GTK)

BÉKÉSI VIVIEN

bekesivivien13@gmail.com

Marketing

MSc, 1. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Dr. Csordás Tamás Viktor
adjunktus, BCE GT*

Az ügymarketing-kampányok mint a fogyasztói társadalmi felelősségvállalás szócsövei

Dolgozatom témáját az ügymarketing-kampányok és a fogyasztói társadalmi felelősségvállalás kapcsolata adja. Az ügymarketing a vállalati társadalmi felelősségvállalás egy altípusa, melyben a vállalatok egy ügy mellett köteleződnek el a fogyasztók bevonásával. A fogyasztói társadalmi felelősségvállalás pedig a fogyasztók társadalmi ügyekért tett egyéni erőfeszítéseit foglalja magában.

Dolgozatommal annak a bemutatása a célom, hogy milyen kapcsolatban áll a fogyasztói társadalmi felelősségvállalás online felületeken való megjelenése az ügymarketing-kampányokkal. Ennek alátámasztására a Nike ügymarketing-kampányának és az arra adott felhasználói megnyilvánulásoknak, a mémeknek az elemzését végeztem el. A kutatási kérdésem a következő volt: Hogyan érvényesítik saját felelősségvállalással kapcsolatos céljaikat a felhasználók a vállalati ügymarketing-kampányok felhasználásával?

Kutatásomban netnográfiai elméletből kiindulva, képi tartalomelemzés által egyéni kódrendszert felépítve rendeztem csoportba a mintámban található mémeket. A kódok alapján létrehozott csoportokat a csoportokon belüli és a csoportok közötti összefüggések szerint vizsgáltam. Eredményeim rávilágítottak a fogyasztók által képviselt társadalmi ügyekhez kapcsolódó megfelelő képviseleti módok, üzenetátadási formák, véleménykifejezési eszközök és képvilág megválasztásának szerepére. Legfőbb eredményemként a kutatás alapján arra jutottam, hogy a felhasználók képesek lehetnek saját társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos céljaik elérésére az ügymarketing-kampányok felhasználásával.

A kutatás eredménye a kutatás módszere miatt nem általánosítható, ugyanis a tartalmat generálók csoportja nem fedi le szükségszerűen a fogyasztók csoportját, valamint a kutatás módszere sem reprezentatív. Emellett a kutatás kontextusfüggő, így a kontextus függvényében értelmezhetőek az eredményei is.

CSERNÁK VIRÁG

csernak.virag@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 5. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Pirger Tamás
adjunktus, SOE LKK*

Perdüljön újra a szoknya – a néptánc népszerűsítésének kommunikációs megközelítése, avagy a szavak ereje

A 21. századi néptánc együttesek körében általános tendenciává vált az utánpótlás hiánya. Tapasztalataim alapján a probléma legfőbb gyökere a nem megfelelő kommunikációra vezethető vissza, így tudományos munkám során igyekeztem primer, szekunder kutatási módszerekkel vizsgálni a kialakult helyzetet.

A kutatás alapjául az STP marketingstratégia folyamatát hívtam segítségül. A primer kutatásokon belül kvantitatív, leíró jellegű kutatást választottam, mely internetes kérdőívezés formájában valósult meg. Ezt segítette elő az általam készített összefoglaló táblázat, mely szekunder kutatásom lényegi információit tartalmazza. A kutatási folyamat során két másik módszert is alkalmaztam még a megfigyelés (saját tapasztalatok, szülőkkel készített mélyinterjúk), valamint a dokumentumelemzés (helyi újsághirdetések, plakátok, internetes kutatás, együttesek weboldalai, Facebook és Instagram oldalai) formájában.

Célom a kutatás segítségével a szülők döntési motivációinak megismerése volt a szabadidős tevékenységek kiválasztására vonatkozóan, hogy mindezek alapján, egy másik perspektívából megközelített, hatékony kommunikációra tegyek javaslatot, mely elősegíti a néptánc népszerűsítését.

A fő kutatási probléma megértéséhez a kérdőívezés során 5 alapkérdést emeltem ki a többi rész kérdés közül, melyről úgy gondoltam, hogy az ezekből nyert adatok segítségével készített kiértékelési statisztikák és algoritmusok közelebb visznek a megoldáshoz.

Utolsó lépésként készítettem egy összehasonlító táblázatot a szülők döntési motivációiról nyert adatokból, valamint az együttesek által kommunikált tényekből, majd a táblázat mentén fogalmaztam meg következtetéseimet a kutatás eredményeiről és tettem javaslatokat a hatékonyabb kommunikáció érdekében. Mindezek alapján arra a javaslatra jutottam, hogy az élményközpontú marketing, valamint a tánc fizikai-és lelki hatásairól szóló információk együttes erejét kéne használni az együttes vezetőknél, továbbá nem szabad megfélemlíteni a generációs szakadékokról sem, így egyenlő arányban és módszerekkel ajánlott kielégíteni mind az idősebb, papír alapú vagy személyes kontaktust preferáló korosztály, mind pedig az internet alapú, gyorsan elérhető információt kedvelő korosztály igényeit is.

CSOMA MÁRK ZOLTÁN

csomamark96@gmail.com

Közösségszervező

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

*Témavezető:
Vácziné dr. Takács Edit
adjunktus, BGE KVIK*

Az Y és a Z generáció audiovizuális OTT – Streaming szolgáltatások fogyasztásának jellemzője és változása

Az emberek nem voltak mindig virtuális termék fogyasztók, két évtizede még csak gyerekcipőben járt a világháló kialakítása/internet technológiája. Hála a technológiai fejlődésnek lehetőségünk van arra, hogy helytől és időtől függetlenül is tudunk médiát fogyasztani.

A múlt századi médiafogyasztáshoz nem tartozott hozzá, hogy az ember a világhálón keressen filmeket, amatőr/félprofi felhasználók által készített tartalmakat mivel még nem létezett. Az akkori médiafogyasztást meghatározta, hogy államilag támogatott közszolgálati televízió, illetve pár kereskedelmi csatorna volt elérhető, viszont ez az eredményezte, hogy nagy befolyásoló ereje volt.

Napjaink médiafogyasztói számára szinte végtelen választási lehetőség áll rendelkezésre. A klasszikus televíziózás mellett a szélessávú internetnek köszönhetően megjelentek olyan új opciók, amelyek régebben lehetetlennek tűntek. Az egyik új alternatíva a videómegosztó oldalak és alkalmazások közül a legismertebb, a YouTube. A következő alternatíva a kalózkodás, azaz „torrenting”, ez alatt a televíziós és a mozi tartalmak illegális letöltését értjük. Végül pedig a klasszikus OTT (Over the top) videó streaming szolgáltatások, mint az Amazon Prime, Hulu, vagy a Netflix

Dolgozatom célja, hogy megvizsgáljam, hogyan változott az online audiovizuális streaming fogyasztás az elmúlt időszakban. Szekunder kutatásom elvégzése után egy primer, kvantitatív, online kérdőíves megkérdezést végeztem, amelynek mintanagysága több mint 210 fő, célcsoport pedig a Y generáció (26-40 év közöttiek) és a Z generáció (10-25 év közöttiek). Az első kutatási kérdésem, hogy a vizsgált két generációnak az igényei miben különböznek, ha Over The Top szolgáltatásról kiválasztásáról van szó? A második kutatási kérdésem az, hogy elmúlt 7-8 hónaphoz kapcsolódik hogyan változtatta meg a járványügyi helyzet a streaming fogyasztás szokásaikat? Melyik generáció töltött több időt streaming fogyasztással, illetve ezek a szokások hogyan maradtak meg a járványügyi helyzet után? Hogyan változott az emberek költési hajlandósága ez az időszak alatt?

Kutatásom kimagasló eredménye, hogy a válaszadók legnagyobb többsége tisztában volt a streaming szó definíciójával. Ezen felül a válaszadók körében legnépszerűbb platform a Netflix volt. Legfontosabb szempontok pedig a reklámentesség és a nagy mennyiségű tartalom volt.

DÖRGŐ DÁVID ISTVÁN

dorgodavid@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Dr. Papp Vanda

főiskolai docens, BGE KVIK

Kommunikációs csatornák elemzése a Netflix tevékenységén keresztül

Manapság a Video-on-Demand szolgáltatások a tévézés egyik alternatívájaként vannak jelen, hiszen a fogyasztók sokkal nagyobb szabadságot élveznek az olyan, ezen a területen kulcsfontosságú kérdésekben, mint hogy mit szeretnének nézni és mikor szeretnék azt nézni? Az ilyen szolgáltatások egyik kiemelkedő szereplője a Netflix – ők voltak jelen először ezen a piacon. Az Egyesült Államokból indulva mára már meghódították a világot: több, mint 190 országban elérhetőek, köztük 2016 óta Magyarországon is. Mint minden üzletnek azonban, remek döntések mellé megfelelő kommunikációnak is társulnia kellett – ami nem feltétlenül egyszerű feladat a gyorsan változó világunkban, hiszen a Netflix streaming szolgáltatásának 2007-es indulása idején közel sem volt a közösségi médiának olyan ereje, mint 2020-ban.

A 21. századi digitális forradalom velejárójaként megjelent új marketingcsatornák, a fogyasztók elérését segítő új eszközök megjelenésének következtében a régi, megszokott ATL-BTL csatornafelosztás már nem feltétlenül fedte le kellő mértékben és pontosan a hirdetési eszközöket, a 2000-es évek végén jelent meg egy újfajta csoportosítási rendszer, ami kutatásom alapját képezte.

OTDK dolgozatomban szekunder kutatásként a kommunikációs csatornák használatát vizsgálom a Netflix tevékenységének segítségével, primer kutatásomban a kérdőívemet pedig az alábbi kérdések köré építettem:

- A fiatal fogyasztók körében (18-30 évesek) felváltotta-e a Netflix a tévézést?
- Mennyire márkahűek a magyar fogyasztók a Netflix tekintetében?
- Milyen kommunikációs felületeket használ a Netflix?
- A magyar felület megjelenése mennyire változtatta meg a magyar fogyasztók szokásait a Netflix használatát illetően?
- A fogyasztók szerint melyik csatornán keresztül tudja őket a szolgáltató a leghatékonyabban megszólítani?

FEKETE FANNI KRISZTINA

fanny.fekete@gmail.com

Marketing

MSc, 1. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Dr. Csordás Tamás Viktor
adjunktus, BCE GT*

A felhasználókban rejlő érték – Az IKEA vállalati Facebook-oldalán végbemenő közös értékteremtés nyomában

Jelen kutatás azt hivatott feltárni, hogy az IKEA a vállalati Facebook-oldalán alkalmazott marketing-kommunikációja során milyen felhasználói mintázatokat képes előidézni, amelyek értékkel bírhatnak számára? A dolgozat újdonságértéke abban rejlik, hogy a vállalatok hagyományos, gazdasági értelemben vett értékteremtő folyamatain túllépve a felhasználókkal közösen teremtett érték kerül vizsgálat alá egy digitális platformon, az IKEA vállalati Facebook-oldalán.

Elsőként feltérképezem a közös értékteremtés és szeretetmárka-jelleg fogalmiköröket, valamint azon vállalati eszköztárat, amely megteremti a felhasználók aktivitását ösztönző körülményeket az online szintéren. Majd bemutatásra kerülnek azon fogyasztói mintázatok és jelenségek, mint például a fogyasztói hozzájárulás, fogyasztók által végzett munka, törzsiség vagy márkaközösségi, illetve szeretetmárka attribútumok, amelyek közvetlen és közvetett módon üzleti értéket jelenhetnek egy vállalat számára.

A dolgozat keretein belül háromféle kutatási módszertan együttes alkalmazásával járom körbe a vizsgált témát. Elsőként szekunder kutatás által gyűjtött fogalmi meghatározások alapozzák meg a téma elméleti részeit. Ezt követően a kutatási eredmények döntően az online szintéren végzett etnográfia, azaz netnográfia módszerrel felvett adatokból származnak, amelyen belül tartalomelemzés segítségével elemzem az IKEA vállalati Facebook-oldalán adott időszak alatt megjelenő különböző felhasználói aktivitásokat. Végül a kapott eredményeket és következtetéseket az IKEA közösségimédia-felületét kezelő ügynökség, a Be Social egyik ügyfélkapcsolati igazgatójával végzett szakértői mélyinterjúból nyert eredmények gazdagítják.

A kutatás eredményei alapján az IKEA a vállalati Facebook-oldalán a felhasználói számára nem csupán aktív, akár mindkét fél számára előnyös közreműködésre ad lehetőséget. Marketingkommunikációjával képes egy új fogyasztói értékalapot, az involváltsági értékdimenziót is létrehozni, amelyet a bútoráruház működésbe léptetve és megfelelően beépítve stratégiájába üzleti értéké is formálhat.

KÁRPÁTI REGINA

karpati.regina4026@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Pirger Tamás
adjunktus, SOE LKK*

A nonverbális kommunikáció jelentősége az állásinterjúk során

A dolgozatom célja, hogy bemutassam a nonverbális kommunikáció megnyilvánulási formáit és annak jelentéseit, melyek előfordulhatnak az állásinterjú során. Azért tartom fontosnak ezt a témát, mert a kommunikáció nagy részét a nonverbális jelek teszik ki.

Az elmélet bemutatásával törekedtem arra, hogy a gyakorlatban is könnyen dekódolhatóvá váljanak a különböző gesztusok, mimikák és a testbeszéd üzenetei. Kutatásom keretein belül interjút készítettem HR szakemberekkel, akik az állásinterjú folyamatát lebonyolítják. Az álláshirdetés feladásától a felvételig, minden az ő feladatuk. Kérdőív elemzés során azt vizsgáltam, hogy az alanyok, akik az állásinterjúra érkeznek, ismerik és odafigyelnek-e a nonverbális jelekre. Ezen kívül a kutatásaimat megfigyeléseimmel támasztottam alá.

Testünk kommunikációját csak hosszas tanulási folyamat árán lehet irányítani annak érdekében, hogy ne legyen ennyire sokatmondó. Azért ennyire beszédes a testünk, mivel az őskorban az őseink még csak így tudtak társalogni, érzéseket kifejezni. Ez az oka annak, hogy a nonverbális jelek között általános következtetéseket lehet levonni. Kétségtelenül különböző kultúráknak eltérő kifejezési módjai vannak. Többek között például a zóna távolságok közötti eltérés, ezalatt értem azt, hogy míg a magyar embernek az intim zónája sokkal nagyobb teret ölel át, addig a japán emberek intim zónája – a megszokott zsúfoltság miatt – jóval kisebb.

Számos leplező kérdést lehet annak érdekében feltenni, hogy az állásinterjúján megjelent személy igazat mond-e. Amikor válaszol az adott kérdésre, kezét szája elé helyezi, nagy valószínűséggel ilyenkor nem mond igazat. Ennek érdekében, hogy megbizonyosodjunk arról, hogy a következtetésünk megfelel az igazságnak, vissza kell kérdezni ezzel kapcsolatban, és ha ismét ugyanígy – szája elé emeli kezét – reagál felelet közben, egyértelművé válik, hogy hazudik az illető. Azt persze nem lehet kikerülni, hogy hazudjanak nekünk, de a jelek kódolásával nem engedjük magunkat megtéveszteni. A magyar nyelv nem hiába rendelkezik azokkal a szólásokkal, mint például: leesik az álla, a szeme sem áll jól, lóg az orra, földbegyökerezett a lába és az olvasni lehet az arcáról. Ezek a közmondások pontosan a testbeszédre utaló jelekből származnak.

LOPEZ-MÜLLER JENNIFER*jenni080411@gmail.com*

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

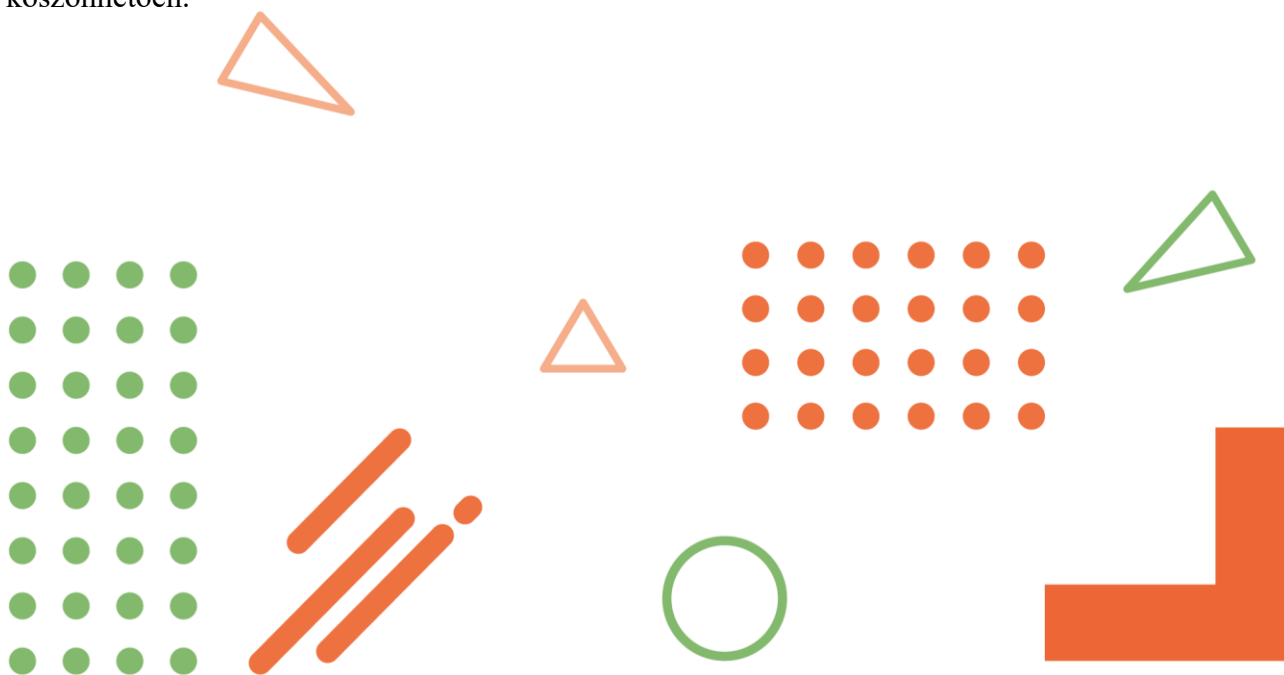
*Témavezető:
Dr. Lehóczki Zsófia
tanársegéd, BME GTK*

Mennyit ér egy videó a YouTube-on? – Az Európai Unió DSM irányelvének hatása a YouTube-ra

A Google YouTube platformja sokak számára ismert és gyakran használt információs társadalommal összefüggő szolgáltatása, amely szerzői jogi szempontból is jelentősen átértékelődött az utóbbi években: egyszerű közvetítő szolgáltatóból tartalommegosztó-szolgáltató lett. A YouTube-on keresztül elérhetővé tett tartalmak és a szolgáltatás igénybe vevőinek (usereinek) számának sokszorozódásával kéz a kézben járt a platform növekedése is. Az elérhetővé tett tartalom mennyiségének és az elért nyilvánosság számának megnövekedésével a szolgáltatói modell is változott, jelentős nyereség realizálódása mellett, de nagyrészt nem az alkotók, a tartalom előállítói számára. Ez a value gap jelenség beavatkozásra ösztönözte az Európai Uniót is.

A jogi környezet változását az Európai Parlament és Tanács (EU) 2019/790 számú szerzői jogi irányelve, az ún. DSM irányelv hivatott előidézni. A DSM irányelv jobb alkupozícióba helyezi a szerzőket és egyéb alkotókat, tartalomelőállítókat számos új, többek között az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokat érintő szabály bevezetésével.

Dolgozatomban bemutatom a YouTube korábbi – közvetítő szolgáltatói – felelősségi pozíciójával összhangban alkotott szűrőrendszerét és cselekvési stratégiáját. Ezt követően elemzem a DSM irányelv idevágó rendelkezéseit. Majd e rendelkezésekkel összefüggésben bemutatom, hogy a YouTube-szolgáltatás hogyan változik, változhat meg ennek az új, tartalommegosztó-szolgáltatói szerepnek köszönhetően.



MÉSZÁROS ALEXANDRA ÁGNES

meszaros.alexandra.mail@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 4. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:

*Dr. Kelemen-Erdős Anikó
egyetemi docens, ÓE KGK*

Kulturális különbségekből eredő kommunikációs problémák az angol nyelvű tárgyalások során

A világgazdaságban az elmúlt néhány évtized a globalizációról szólt, aminek hatására az országhatárok már nem választják el egymástól a nemzeteket, és ez az integráció érzékelhető gazdasági és társadalmi szinten egyaránt. A kultúrák interakcióba kerülnek egymással, a kommunikációhoz szükségük van közös nyelvre. A globalizáció hatására mindennapossá váltak a nemzetközi tárgyalások. Az angol az üzleti élet alapnyelvének tekinthető, csakhogy hiába használják ugyanazt a nyelvet az üzletfelek, nem gondolkodnak azonosan (Dankó, 2004).

A dolgozat célja betekintést nyújtani abba a problémába, miszerint a nemzetközi üzleti tárgyalások során alkalmazott közös nyelv az angol, és függetlenül attól, hogy az egyén anyanyelvként vagy tanult nyelvként beszéli, a kulturális háttér miatt nem minden esetben érti ugyanazt a jelentést tartalmat a beszéd mögött, ami félreértésekhez és problémákhoz vezethet. A probléma megértését feltáró kutatás segíti, mélyinterjú alkalmazásával.

A kutatás eredménye azok számára hasznos, akik munkájának részét képezik nemzetközi tárgyalások, vagy multikulturális közegben dolgoznak.

PAPP JÁNOS SÁNDOR

pjanos2002@gmail.com

Középiskolai hallgató

Deák Ferenc Gimnázium, Közgazdasági és
Informatikai Szakgimnázium

Témavezető:

Kisfaludy Irén

tanár, Deák Ferenc Gimnázium, Közgazdasági és Informatikai Szakgimnázium

Az internet, avagy mi található a jéghegy alatt

Problémafelvetés: Az Internet az információszerzés kulcsává vált. Innen olvashatjuk el a híreket a nagyvilágból, egy dolgozatra való felkészülésben is segítséget nyújthat, és egy esetleges társaságon belüli szakmai vitában is jól jön, ha „ráguglizunk” az adott témára..., de míg mi nyugodtan böngészünk, vajon ki figyel minket?

Kutatási célkitűzés: A szakdolgozat célja, hogy feltárja, mennyire ismeri a középiskolás korosztály a biztonságos, felelős internethasználat szabályait. Rávilágítson a kiberbűnözés veszélyeire, hogy néhányan arra használják az internetet, hogy másoknak ártsanak, kellemetlenséget okozzanak. Emellett, felhívja a figyelmet a veszélyekre, megtanítja a net-etikett szabályait, eligazít, hogy hogy internetes zaklatás esetén honnan lehet segítséget kérni.

Anyag és módszer (a kutatás adatbázisa, módszertana): A vizsgálathoz a jászárokszállási székhelyű Deák Ferenc Gimnázium, Közgazdasági és Informatikai Szakgimnázium diákjai által, primer kutatás kereteiben kitöltött kérdőíveket használtam fel.

Kutatási eredmények: A középiskolás nemzedék számára az internet legnépszerűbb felületei a közösségi oldalak. Lehet ismerkedni, kapcsolatot tartani a barátaikkal, chatelni, fényképeket, videókat feltölteni és megosztani, alkalmazásokat kipróbálni. Azt gondolják, hogy a virtuális térben való állandó jelenlétükkel nem maradhatnak le semmiről. Nincsenek tisztában azzal, hogy a közösségi oldalak felelőtlen használata számos veszély forrása lehet, ezért esnek gyakran áldozatul. Az igyekeznek tájékozódni, kerülni a visszaéléseket, de mindezek mellett a korosztály internethasználati szokásai veszélyeket hordoznak magukban.

Következtetések, javaslatok: A tizenéves korosztály állandó információdömpingben él. Törekvéseik jó irányba mutatnak, viszont a biztonságos internethasználat szabályait még fejleszteni szükséges. Rá kell ébreszteni a felhasználókat arra, hogy milyen könnyen és észrevétlenül csúszhat ki kezünkől magánéletünk irányítása. Nem szabad lehetővé tenni, hogy mindent megtudjanak rólunk és visszaélésre adjunk lehetőséget. Egyéni felelősség, amire kellő figyelmet kell fordítani. A kerettantervi tananyag erre nem készít fel, ezért kiemelt figyelmet kell szánni e területen a kortárcsoportok kibontakozásának és a társadalmi felelősségvállalásnak.

SZABÓ ÁKOS

akos.szabo8@stud.uni-corvinus.hu

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Neulinger Ágnes

tanszékvezető egyetemi docens, BCE GTK

Egyik fülünkön be, a másikon ki... Az auditív reklámok felidézésének, megértésének vizsgálata a médiában

A rádiót legtöbbször háttérzajként hallgatják. Ösztönös mozdulat a volán mögött, munkába érve, hogy automatikusan bekapcsolják. Azonban ez a napi rutin részévé vált mozdulat nem biztosan jelent megfelelő kommunikációs csatornát a hirdető cégeknek a fogyasztó eléréséhez. Kérdéses, hogy a hirdető rádiós spotját épp hallja-e a célcsoport tagja, illetve emlékezni fog a későbbiekben a hallott kreatívra, hatással lesz-e a fogyasztói döntés meghozatalában.

Dolgozatomban kifejezetten a rádiót mint médiumot vizsgálom. Kutatási kérdésem, hogy milyen eszközökkel lehet az auditív, elsősorban rádióreklámok hallgatóinak figyelmét felkelteni egy reklámspotban, és hogyan lehet az agyban lezajló percepcionális folyamatokat segíteni, hogy a fogyasztó minél könnyebben érzékeli, észleli tudja az elhangzottakat?

Kvalitatív kutatásom egyrészt szakértői interjúkból áll, melyeket olyan specialistákkal készítettem, akik szorosan kapcsolódnak bármely részében is a folyamathoz: a médiatervezéstől, a reklámszöveg íráson, a gyártáson át, egészen a rádiós spot adásba helyezéséig. Szindikált adatokat felhasználva, demográfiai ismérvek mentén kerestem az auditív reklámokra legaffinisebb csoportot. Ennek definiálása során meghatározásra került a primer kutatásom, a háromszöginterjúk célcsoportja. A kutatás elsődleges célja volt, hogy feltárássra kerüljenek a csupán auditív reklámokkal kapcsolatos fogyasztói reakciók, valamint a résztvevők felidézési képességüknek vizsgálata nem statisztikai mutatók szerint. A kapott eredményeket vettem össze a szakirodalom és szakértők véleményével az általam meghatározott célcsoport tagjainak észrevételeivel. Ennek elvégzésével nemcsak a reklámblokkokban felkelhető eszközök, hanem egyéb reklámtípusok is értékelésre kerültek.

A vizsgálódás során bebizonyosodott, hogy a rádió minden marketingkommunikációs célhoz használható csatorna, viszont eltérő intenzitással kell alkalmazni. Általános recept a rádiós hirdetésekre nem létezik, viszont vannak olyan eszközök, melyek megfelelő alkalmazása elősegíthetik a reklám felidézhetőségét. Ilyen médiatervezési eszköz például a rádió kombinálása televízióban és online platformokon is jelenlévő hirdetésekkel. Továbbá a kreatív elkészítése során egy sound logo, zene, ismert szinkronhang alkalmazása is nagyban hozzájárulhat a felidézés növeléséhez. Az egyediség az, ami felkeltheti a hallgató figyelmét, de hosszútávú célok között kell, hogy szerepeljen, hogy ez a hatás összhangban legyen a márka értékével.

VARGA REBEKA SÁRA

vargarebi.1999@gmail.com

Emberi erőforrások

BSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Balogh Ákos Gergely

szakmai irányító, kommunikációs igazgató, BCE

Az online média és a nyomtatott sajtó viszonya a HVG Kiadó példáján keresztül

A mai modern társadalom jellemzői közé sorolhatjuk a folyamatos változást. Nincs ez másképp a média esetében sem. A technika fejlődésének köszönhetően ma már szinte azonnal értesülhetünk a média nyújtotta friss hírekről. Csupán néhány kattintásunkba kerül, és olvashatjuk is az aznap történeteket. Ezt a fejlődési folyamatot tekintve felmerülhet viszont a kérdés: merre is tart a világ? A sajtó változása ma már sokat kutatott téma, azt azonban senki nem tudja, hogy mit is tartogat a jövő.

TDK dolgozatomban az online média és a nyomtatott sajtó viszonyát szeretném megvizsgálni. Hipotézisem szerint feltételezem, hogy a nyomtatott sajtó egyre inkább háttérbe szorul az online médiával szemben. Kutatásom során szeretnék elmélyülni a nyomtatott sajtó világában, és megtalálni a választ a feltett kérdéseimre. Módszereim közé tartozna a szakirodalmak elolvasása, illetve szeretnék interjút is készíteni olyan szakemberekkel, akik bővíthetik tudásomat ismereteikkel, és tapasztalataikkal.



WILD ANETT BERNADETT

anett.wild@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 3. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Pirger Tamás
adjunktus, SOE LKK*

Etikus tárgyaló-e a magyar?

A tárgyalás, mint az üzleti élet egyik kulcseleme kiemelt helyet foglal el a mindennapi életben is. Feldolgoztam a kommunikáció és kiemeleten a tárgyalás elméleti hátterét, az alkalmazható taktikákat, stratégiákat és módszereket, amire kutatásom is irányul.

A témával kapcsolatosan négy kutatási kérdés is felmerült, az első már a dolgozat címéből is kivehető, ami nem más, mint az etikusság vizsgálata. Meddig megy el egy tárgyaló a pozíciója megvédésében? Alkalmaz-e etikátlan fellépést, ha etikus érdeket szolgál a tette? A való életben a szakirodalmon túl használnak taktikákat az emberek? Milyen gyakorisággal használják ők és ellenük alkalmaznak? A külföldiekkel tárgyalók mit gondolnak az egyes nemzetekről, etikátlanok, etikátlanabbak, mint honfitársaik? A képzettség befolyásolja a taktika használatot? Többek között erre a kérdésekre kerestem a választ. Céлом volt felmérni a tárgyalási szokásokat is.

Ezen kérdések megválaszolásához kérdőíves megkérdezést és a mélyinterjú módszerét választottam. A kérdőívvel megfoghatóbb kérdéseimre kaptam választ, mint a taktikák gyakorisága, és felmértem az etikátlan viselkedést is. A mélyinterjúk segítségével komplexebb válaszokat és miérteket is kaptam a megállapításaimhoz.

Segítségül hívtam a statisztikai módszereket a kutatáshoz a módusz medián és átlag számításon kívül függetlenségvizsgálatot és vegyes kapcsolatelemzést is készítettem, amik segítettek az eredmények. Végül javaslatokat tettem a tárgyalási felkészüléssel, viselkedéssel és taktikahasználattal kapcsolatban, amihez egy modellt is készítettem.

Marketing – élelmiszer-marketing

Elnök: Prof. Dr. Lehota József Professor Emeritus (MATE Szent István Campus)
Társelnök: Prof. Dr. Bauer András Professor Emeritus (BCE GK)
Tag: Dr. habil. Huszka Péter egyetemi docens (SZE KGK)
Tag: Dr. habil. Szigeti Orsolya egyetemi docens (MATE Kaposvári Campus)

BERENCSI ALEXA

lexusgab@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 6. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Fehér András
adjunktus, DE GTK*

Az energia- és sportitalok fogyasztói és szakértői megítélésének kvalitatív vizsgálata

Az energiaitalok megítélését már megjelenésük óta szélsőségek övezik. Az italok mellett és ellen szóló érvek fogyasztói és szakértői körökben egyaránt élesen elhatárolódnak egymástól.

Kutatásom célja a fogyasztói és a szakértői vélemények vizsgálatán keresztül közelebb kerülni az energiaitalok helyénvalóbb megítéléséhez, melyet jelentősen megnehezít az italok egyértelmű meghatározásának hiánya.

A szekunder kutatásom során széleskörű szakirodalmi elemzést végeztem hazai valamint nemzetközi források felhasználásával. Az energiaitalok behatóbb ismertetése érdekében kitértem a piaci megjelenésükre és elterjedésükre valamint a termékek fogyasztói körére és fogyasztási tendenciáira, továbbá a szervezetre gyakorolt hatásaira egyaránt.

A primer adatgyűjtés során feltáró kutatásokat végeztem. A szakértői szemszög alaposabb megismerése érdekében különböző tudományterületek képviselőivel folytattam interjúkat. A fogyasztói megítéléshez különböző kvalitatív módszerek segítségével kerültem közelebb. Netnográfiai kutatás során az online közösségek energiaitalokkal kapcsolatos meglátásait elemeztem. Két fókuszcsoporthoz vizsgálatot is lebonyolítottam, külön az energiaitalok fogyasztását ellenzőkkel és az azt támogatókkal, melyek során a résztvevők attitűdjének precízebb megismerésére fektettem a hangsúlyt, ezért munkámat projektív technikák alkalmazásával színesítettem.

Az elvégzett kutatásaim háttérében az alaphipotézist adó feltevés valóságalapjának megvizsgálási szándéka állt, miszerint az energia- és sportitalokhoz társított fogyasztói megítélések kettősséget mutatnak a társadalomban, mely egészen szélsőséges formákat ölthet a termékkel kapcsolatos magas szintű elfogultság, tehát kedveltség vagy elutasítás következményeképp. A bemutatott kettősséget tovább erősítik különböző tudományterületek képviselőinek eltérő szakértői meglátásai is. Vizsgálódásaim sikernek könyvelhetők el, mivel segítségükkel fényt derítettem előző feltételezéseim helytállóságára.

Kutatási eredményeimből meghatározhatóvá váltak azok a tényezők melyek mentén az energiaitalokról közel egységes vélemény alkotható, ezek között szerepelt a szubjektíven értelmezett mértékletesség, és a vizsgált élelmiszerek árusításának korhatárhoz kötése.

Alábbi feltáró kutatásaim alapot nyújthatnak kvantitatív kutatásokhoz, mellyel az energiaitalok megítélése jelentősen nagyobb fogyasztói populációt elérve válna elemezhetővé.

BOROS HENRIETTA MÓNIKA

borosh19@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Fehér András
adjunktus, DE GTK*

Egészségtudatos táplálkozással kapcsolatos információforrások kvalitatív vizsgálata

Napjainkban is gyakran vitatott téma az egészségtudatos táplálkozás, azonban a fogyasztók és a szakértők számára hagyományos jellegű (offline), illetve internetes (online) információforrások széles tárháza áll rendelkezésre.

A kutatómunkám során különös hangsúlyt fektettem, hogy meghatározzam a digitalizáció hatásait a dietetikusokra, a táplálkozási tanácsadókra és egyéb egészséggel foglalkozó szakemberekre vonatkozóan. Általános célkitűzésemnek tekintetem felmérni az egészség és a táplálkozás területéről alkotott fogyasztói véleményeket, illetve a szakértők mind hagyományos, mind digitális kommunikációjának szerepét.

Szekunder kutatásom során hazai és nemzetközi források elemzését végeztem el, hogy e szakirodalmi áttekintéssel megalapozzam a témában történő további kutatásaimat.

A primer adatgyűjtést három kvalitatív módszerre építettem fel, végeztem netnográfias vizsgálatot, szakértői mélyinterjút és fókuszcsoportos kutatást is. A netnográfia során a témához kapcsolódó kulcsszavak találati számainak elemzését végeztem el, amelyhez a Google és az Instagram keresőmotorjai voltak segítségemre. Továbbá különböző online platformok megtekintésével is kitértem a fogyasztói szerepkörök vizsgálatára. A szakértői mélyinterjú kérdéssorozatának kialakításához az eddigi kutatási eredmények járultak hozzá, végül három szakértő állt rendelkezésemre. A fókuszcsoportos kutatás során, egy fogyasztói csoport bevonásával igyekeztem az elhangzottak alapján meghatározni a legfontosabb következtetéseimet.

A szekunder és primer kutatásaim rámutatnak, hogy információkeresésnél a hagyományos források helyett az online eszközöket részesítik előnyben a fogyasztók, ezáltal az első hipotézisem beigazolódt. A netnográfias vizsgálatnál megjelent egy jelentős befolyással bíró csoport, a „közvetítő”. Emellett a szakirodalom is igazolja a második feltételezésem, tehát a referenciaszemélyek jelentős hatással vannak a fogyasztókra. Az előbbieket, és a társadalom egészségértés problémájának érdekében a hiteles forrásból származó információk internetes elérésére van szükség, ezzel beigazolódt a harmadik hipotézisem. Jövőbeli célom a téma kiegészítése kvantitatív kérdőíves kutatás elvégzésével. A kutatásom egyik korlátja, hogy csupán szakértőkkel végeztem interjúkat, ezt a későbbiekben ki kell terjeszteni a digitális véleményvezérek felé is. Úgy gondolom, hogy a dolgozatom által feltárt eredmények segítségként szolgálhatnak az említett szakértők számára.

KISS VIKTOR SOMA*kissoma1999@gmail.com*

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

*Témavezető:**Karakasné dr. Morvay Klára**főiskolai docens, BGE KVIK*

A felelős alkoholfogyasztás vizsgálata az egyetemi hallgatók körében Magyarországon

Az alkoholos italok készítése és fogyasztása szinte az emberiség történelmével egyidős. Az egész világon, majdhogynem kivétel nélkül minden népcsoport életében fontos szerepet játszik. Valahol tiltják a fogyasztását, más kultúráknak pedig szerves részét képezik ezek az italok, gondoljunk például a hungarikumként minősített pálinkára.

Népegészségügyi problémaként csak a 19. század eleje óta foglalkoznak az alkoholfogyasztás kérdésével, ugyanis ekkorra tette lehetővé a technika a desztillált italok tömegtermelését. Számos sokkoló adat áll rendelkezésre arról, hogy a világ különböző régióiban és országaiban mekkora mennyiségű alkoholt fogyasztanak az emberek. Ugyanakkor jelen kutatás kizárólag a magyar egyetemisták alkoholfogyasztási szokásaira fókuszál, az alábbi kérdéseket vizsgálva: Milyen gyakran fogyasztanak szeszes italt az egyetemisták? Egy alkalommal mekkora mennyiségű alkoholt isznak a hallgatók? Milyen igényeket és szükségleteket elégít ki ezen italok fogyasztása? Hol húzzuk meg a határt a felelős alkoholfogyasztás tekintetében?

A szekunder kutatás a szakirodalom feltárásával kezdődött, ezt követte a világ régióinak és Magyarország alkoholfogyasztásáról szóló statisztikáinak, mérőszámainak és adatainak vizsgálata. A primer kutatás során kétféle módszer került alkalmazásra. Az egyetemisták alkoholfogyasztási szokásainak felmérése egy online kérdőív segítségével történt, különös hangsúlyt fektetve az alkoholfogyasztás gyakoriságára, mennyiségére és az egyetemisták felelősségtudatára. Kvalitatív adatok gyűjtésére pedig egy fókuszcsoporthoz tartozó interjú valósult meg, mely alapján az egyetemisták szükségleteit, igényeit, illetve márkaválasztási indítékait lehetett elemezni.

A kutatás eredményei rávilágítanak arra, hogy az egyetemi élethez rendkívül szorosan kapcsolódik az alkohol, viszont a fogyasztással kapcsolatos felelősségtudat tekintetében nem járnak az élen a hallgatók. A kutatásom során megállapítottam, hogy a megkérdezett hallgatók képesek megfogalmazni a felelős alkoholfogyasztás kulcsszavait és jellemzőit, ugyanakkor többségük az alacsony kockázatú alkoholfogyasztási szintnél gyakrabban és több alkoholt fogyaszt.

AZ INNOVÁCIÓS ÉS TECHNOLÓGIAI MINISZTERIUM ÚNKP-20-1-BGE-5 KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK A NEMZETI KUTATÁSI, FEJLESZTÉSI ÉS INNOVÁCIÓS ALAPBÓL FINANSZÍROZOTT SZAKMAI TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT.

KOVÁCS NIKOLETT

nikolett.kovacs208@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

*Dr. habil. Kovács András
egyetemi docens, BGE KVIK*

Üdítőital márkák márkaismertsége, fogyasztása a fiatalok körében

A piaci verseny erőssége, a fogyasztói igények megváltozása, és a koronavírus hatása miatt egyre nagyobb szerepe van a márkák erősségének. Kutatásomban a szénsavmentes üdítőitalok területén vizsgálok meg az általam választott 4 legismertebb márkát, melyek a Cappy, Hohes C, Sió és Rauch. Dolgozatom célja, hogy átfogó képet kapjak a fiatalok és a kiválasztott márkák ismertségéről, identitásáról, kapcsolatáról.

Szekunder kutatásomban a marketingről, márkázásról, üdítőitalok piacáról gyűjtöm össze a szükséges és releváns adatokat. A statisztikák szerint 2014-től kezdve folyamatosan nő a gyümölcslevek fogyasztása Magyarországon. Ez az évenkénti emelkedés véleményem szerint megfelelő alapadat ahhoz, hogy kutatási célból tovább lehessen vizsgálni.

Primer kutatásom első részében vaktesztel mértem fel, hogy a fiatalok különbséget tudnak-e tenni a gyümölcslé márkák között. Kísérletem egyértelműen kimutatta, hogy többségében nem tudják helyesen csoportosítani a gyümölcsleveket a márkákhoz. Ezáltal is nyilvánvaló volt számomra, hogy a márkának jelentős befolyásoló szerepe van a fogyasztói döntéshozatalban, így a továbbiakban a márkák megítélését kutattam.

Kérdőíves kutatásomból kiderült, hogy kitöltőim többsége Sió termékeket fogyasztanak a leggyakrabban, ezt követően a Cappy volt a legnépszerűbb. A márkák megítélése alapján viszont a helyzet összetettebb. Amíg a Sió és Cappy az egyértelmű szeretetmárkák, addig a Hohes C irányába az érzelmi kötődés jelentősen alacsonyabb (klasszikus, és nem szeretetmárka) ami szintén hozzájárulhat (a magasabb ára mellett) a fogyasztói preferencia-sorrendben elfoglalt kedvezőtlenebb helyéhez. A leggyengébb gyártó márka a Rauch, ami – hosszú távon – a kereskedelmi márkák előretörésével komoly kihívást, és további márkaépítési feladatot jelent a cég számára.

LANTOS ANGÉLA

pvai6640@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Huszár Sándor
tanársegéd, SZTE GTK*

Vegetáriánus és vegán fogyasztók húspótlók iránti attitűdjének vizsgálata motivációik függvényében

A dolgozat fő célkitűzése a vegetáriánus és vegán fogyasztók húspótlók iránti attitűdjének megismerése, a jelenleg folytatott életmódjuk követésére való motivációik függvényében. A vizsgálat részben a fogyasztói magatartás eszköztárára, azon belül az attitűd fordított Likert-skálás mérésére támaszkodott. A primer kutatás választott módszertana az online anonim kérdőíves megkérdezés volt. A vizsgált minta elemszáma 1037 fő. A kutatás három hipotézis mentén került megvalósításra. Az első a fogyasztók kezdeti motivációja és a különböző húspótló készítmények fogyasztási hajlandósága közti kapcsolat meglétére vagy annak hiányára kíván rámutatni, a második a húst nem fogyasztó válaszadók bioélelmiszereket illető megítélését méri, míg a harmadik előfeltevés a női és férfi fogyasztók ökotudatossága, környezetvédelem és fenntarthatóság iránti hozzáállásainak különbségeit hasonlítja össze.

A kérdőív tehát ezen előfeltevések alapján került összeállításra. Az elemzés során a fogyasztókat a hús elhagyására vonatkozó kezdeti motivációik (fizikai, egyéb vagy vegyes) szerint csoportosítva vizsgáltam. A húspótlók fogyasztási gyakoriságára, valamint ezen készítmények megítélésére vonatkozó kérdésekre adott válaszok csoportátlagainak összehasonlítása Pearson-féle chí-négyzet próba segítségével történt.

A válaszadók bioélelmiszerek iránti hozzáállását előzetesen meghatározott referenciaértékkel való összehasonlításával vizsgáltam. A férfiak és nők minél kisebb ökológiai lábnyomra való törekvéseinek különbségét független minták T-próbája segítségével mértem.

Összességében megállapítható, hogy a kezdeti motivációk típusa szerint csoportosított vegetáriánus és vegán fogyasztók között nem mérhető szignifikáns különbség a húspótlók fogyasztási hajlandóságában. A válaszadók szívesebben fogyasztanak bioélelmiszereket, mint olyan készítményeket, amelyek nem rendelkeznek bio tanúsítvánnyal. A vizsgált mintára nem jellemző továbbá, hogy a női fogyasztók a férfiaknál hajlamosabbak lennének nagyobb hangsúlyt fektetni a fenntarthatóságra, az ökotudatosságra, illetve a környezetvédelemre az élelmiszerválasztás során.

PÁVEL NÓRA

pavelnora55@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Dr. Neulinger Ágnes
egyetemi docens, BCE GTK*

Az X és Z generáció kötődése a Pöttyös márkához

A dolgozat fő témája a szeretetmárkák és azon belül is az X és Z generáció érzelmi kötődése a Pöttyös márkához. A két generáció között a társadalomban is kontraszt figyelhető meg éppen ezért esett a választás erre a két nemzedékre.

A kutatás azon a feltételezésen alapul, miszerint van különbség a két korcsoport között a márkához való kötődés szempontjából, így célom, hogy feltárjam a Pöttyös valóban szeretetmárka-e a X generáció körében és a két generáció érzelmei mennyire térnek el egymástól. Ennek megfelelően a jelen tanulmány a szeretetmárkák elméleti megközelítésének felhasználásával a hűtött édes termékek piacán megjelenő márkákat vizsgálja, hiszen manapság nemcsak a Pöttyös márka jelenik meg a hűtők polcain, hanem egyre több és több márka igyekszik kielégíteni a fogyasztók igényeit. Ez adta kutatásom fő kérdését is, hogy vajon ikonikus szerepét meg tudja-e őrizni a Pöttyös fiatalok körében. A primer kutatásomban kvalitatív módszert alkalmaztam, melynek során nyolc mélyinterjút készítettem, négy az X generációba tartozó és négy a Z generációba tartozó személyekkel. A mélyinterjú segítségével feltárhatók, a vásárlás mögött meghúzódó motivációk, okok és megérthető mit és miért vásárolnak. Az alanyok kiválasztása során lényeges szempont volt, hogy ismerjék a márkát és rendszeresen fogyasszanak hűtött édes termékeket. A minta összetétele a nemek szempontjából arányos, illetve vegyesen kerültek be fővárosi és vidéki alanyok. A kutatás három fázisra bontható, így a kérdések első felében kíváncsi voltam az általános édességfogyasztási szokásokra, majd fokozatosan tértünk át a Pöttyös termékek ismeretére és a velük kapcsolatos tapasztalatokra, illetve egy olyan alternatív világot tártam eléjük, amiben nem létezik a Pöttyös márka.

A kutatásomat összegezve egyértelműen különbségek figyelhetők meg a két generáció között mind az édesség fogyasztási szokásaiban és mind a márkához való kötődésben. Megerősítették, hogy érzelmileg teljesen másként ragaszkodnak a Pöttyös márkához, így a feltételezésem, miszerint van különbség az X és a Z generáció kötődése között, beigazolódott.

PIROS EDINA

edina.piros97@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Fehér András
adjunktus, DE GTK*

Egyetemi hallgatók élelmiszer-vásárlói magatartás vizsgálata online környezetben

Napjaink kereskedelmében egyre fontosabb szerepet játszanak az új, alternatív értékesítési formák, mint például a csomagküldés, a direktértékesítés, a telefon és az internet.

Releváns szakirodalmak és statisztikai adatok bizonyítják az e-kereskedelem sikerességét hazai és nemzetközi szinteken.

Célom az online értékesítés egy olyan szegmensét feltérképezni, ahol az említett eredményesség még mérsékelten van jelen. Az online élelmiszer-vásárlás jelenleg még nem integrálódott a fogyasztók életébe olyan mértékben, mint más piacvezető termék kategóriák (ruhák, lábbelik).

A kérdéskör vizsgálatára a szekunder kutatás során széleskörű szakirodalmi elemzést folytattam hazai és nemzetközi forrásokat használva.

Primer kutatásom során pedig kvantitatív eljárás-ként kérdőíves felmérést bonyolítottam le. A Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Karának 501 hallgatóját tudtam bevonnai a nem reprezentatív felmérésembe, melynek során törekedtem minél több kultúra és nemzet felkeresésére.

Legfőbb célom volt választ kapni arra a kérdésre, hogy mely tényezők húzódnak meg az online fogyasztói preferenciák kialakítása mögött a gyorsan mozgó fogyasztási cikkek (FMCG) termék kategóriájában. Ehhez primer kutatásom során a Technológia Elfogadás Modelljét (TAM) alkalmaztam. Likert-skála segítségével mértem fel a hallgatók álláspontját a témában. Az elemzés alapjául szolgáló 18 állítást Radka és Martin (2018), illetve Radka (2018) kutatásaiból adaptáltam. S megbízhatósági vizsgálatot követően faktorelemzést végeztem. A változókat három-három faktorba tömörítettem. A feltáró faktorelemzést és az adatredukciót, szakmai értelmezhetőség szempontjából külön választottam. Az egy-egy faktorba tartozó állításokon főkomponens analízist hajtottam végre. Ezt követően klaszterelemzést végeztem, amelynek során négy-négy klasztert alakítottam ki a magyar és külföldi hallgatókra vonatkoztatva.

Az a feltételezés, hogy a használat észlelt egyszerűsége pozitív hatással van az online élelmiszervásárlás irányába tanúsított magatartásra, bizonyos klasztereknél beigazolódott. Azonban a hagyományos vásárlási típushoz ragaszkodó és az internetes élelmiszer-vásárlástól tartózkodó klaszter tagokat, a használat észlelt egyszerűsége nem befolyásolta pozitív irányba.

PUSKÁS MÁRIA BORBÁLA

puskasmaria1996@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Németh Szilárd

főiskolai docens, BGE PSZK

Fogyasztói attitűd vizsgálata a termelői vásárok hatására

Napjainkban mind a fogyasztói, mind a termelői oldalról egyre növekvő igény jelentkezik a kistermelői termékek adásvételére a rövid ellátási láncon keresztül. Termelői oldalon nagyobb profit realizálható a közvetlen értékesítésnek köszönhetően. A rövid ellátási lánc biztosítja a termék frissességét, a nyomon követhetőséget és a minőséget. A rövid ellátási láncra összpontosuló igények nőnek, azonban ennek kiteljesedéséhez a szükséges feltételek jelenleg nem állnak rendelkezésre.

A dolgozat célja:

- Megmutassa a termelői vásárok értékét és hatását.
- Értelmezze a fogyasztói döntések mögött feltérképezhető igényt és szükségletet.
- Segítse a termelőt a fogyasztói értékrend megértésében.
- Termelői munkásságot megismerve növelje a vásárlói potenciált
- Felhívja a figyelmet a termelői értékesítési csatornák terjedésére és hasznosságára.

A dolgozat másodlagos kutatásom belül megismertetem az olvasót a termelői környezettel. Vizsgáltam a rövid ellátási lánc módszereit, ezen belül részletesen elemeztem közvetlen értékesítési módokat. Különbséget tettem helyi termelői piac és a „hagyományos” piac fogalma között. Bemutattam az új trendet, egy konkrét működő online piacteret. Jogszabály alapján meghatároztam a piac működésének feltételeit, elvárásait. Területi szűkítés szempontjából az Észak-Magyarországi régiót mutattam be, mivel az elsődleges kutatásomat is ezen a területen végeztem. Hazai gazdaságon túl az osztrák gazdaságot vettem alapul, mint jól működő, fejlett gazdaságot, ahol a termelői jelenlét elterjedtebb a köztudatban. Primer kutatásomat a közvetlen értékesítés két főszereplőjének vizsgálatra helyeztem. Termelői félig strukturált interjút készítettem előre kijelölt termelői vásáron, valamint a megfigyelés, mint módszert alkalmaztam. A kérdések felépítése a marketing mix 4P modellje alapján készült. A fogyasztókat közösségi média platformon közétett kérdőívvel mértem, mely a kijelölt területen élőkét célozta. A kérdőív a termelői vásárok látogatottságát mérte és az általános fogyasztói szokásokat az élelmiszer vásárlás esetén.

A vizsgálat eredménye nem tekinthető reprezentatívnak, azonban mégis bebizonyította a helyi termelői piac hasznosságát. Mára már kezd egy tudatos fiatalokból álló közösség kialakulni, akiknek számít, hogy mit és honnan vásárolnak, milyen minőségben. Hátterbe kerül az ár és előtérbe a hagyományos, vegyszermentes termesztési mód. Az online nyújtotta lehetőségek iránt nyitottak a termelők, ezentúl mindkét fél javát szolgálhatják.

RAHMANI MOHAMMAD SALEH

rsaleh98@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Bakosné dr. Kiss Virág Ágnes
tanársegéd, DE GTK*

Gluténmentes élelmiszerekkel kapcsolatos fogyasztói attitűdök és piaci lehetőségek

Napjainkban a rohanó életmódnak, az öregedő társadalomnak és a civilizációs betegségek szaporodásnak köszönhetően egyre nagyobb tényerésnek örvend az egészségtudatosság. Ezen tudatosságnak az egyik alappillére az egészséges élelmiszerek kiválasztása és a megfelelő étrend alkalmazása, ezalatt nem csak a megfelelő tápanyagtartalom vizsgálatát értem, hanem azt, hogy hogyan hat ez az emberi szervezetre, és hogyan tudják ezek az élelmiszerek az előbb említett problémákból adódó egészségügyi veszélyeket megelőzni, illetve megállítani. Ebből adódóan megjelent egy olyan fogyasztói réteg, akik egészségük megóvása érdekében saját elhatározásukból fogyasztanak gluténmentes, illetve valamilyen alapanyagmentes diétát. A cöliákia másnéven gluténérzékenység az emberiség 1%-át érintő autoimmunbetegség, amire az orvostudomány jelenlegi álláspontja szerint nincsen semmilyen gyógy mód. Ezeknek a fogyasztóknak mindennapos nehézséget jelent az, hogy megtalálják azt az ételt, amit megehetnek, úgy, hogy közben ne károsítsák a saját egészségüket.

Dolgozatom általános célkitűzése az volt, hogy felmérjem a fogyasztók magatartását a gluténmentes élelmiszerekkel kapcsolatban.

Kutatómunkám során a marketing kutatás két alapvető módszerét alkalmaztam a primer és a szekunder kutatást. Szekunder kutatásom alatt a témakörömhöz szorosan kapcsolódó releváns szakirodalmak segítségével mélyrehatóan feltérképeztem az általam vizsgált szakterületet, annak érdekében, hogy a lehető legátfogóbb képet kapjam az általam vizsgált témáról. Primer kutatásom során pedig kvalitatív (mennyiségi) eljárásként online kérdőíves felmérést alkalmaztam. A kérdőívet 1382 fő töltötte ki hiánytalanul. A Google Űrlapok segítségével begyűjtött adatokat a Microsoft Excel, illetve az IMB SPSS Statistics nevű programokkal elemeztem ki. A kiértékelés során leíró statisztikai –, keresztábra – és faktor- illetve klaszterelemzést alkalmaztam.

Megállapítható, hogy a kitöltők többségénél fontos az egészséges táplálkozás, odafigyelnek a kiegyensúlyozott táplálkozás fenntartására, és nyitottak újfajta élelmiszerek és diéták kipróbálására. Valamint nem teljesen elégedettek a gluténmentes élelmiszerek árával, választékával, illetve elérhetőségével. A főkomponens elemzésből származtatott klaszterek mentén négy különböző fogyasztói csoportot tudtam elkülöníteni, melyek közül mindössze csak egy szegmensnél volt elfogadottság a gluténmentes élelmiszerek iránt.

SZALKA PETRA

szalka.petra@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Bartók István
egyetemi docens, SOE LKK*

„Az vagy, amit megeszel”: magyar ember, magyar élelmiszer?

Dolgozatom témája a fogyasztói magatartás vizsgálata a hazai termékek kapcsán, különös figyelmet fordítva a generációk közötti eltérésekre. A szakirodalmi feldolgozás után, primer kutatásomat online kérdőíves felméréssel végeztem el.

Célom az volt, hogy választ kapjak arra, hogy Magyarországon a fogyasztók keresik-e a hazai árucikkeket, hogyan valósul ez meg a gyakorlatban, és mutatkozik-e különbség a korcsoportok között. Arra is kerestem a választ, hogy beszélhetünk-e hazánkban egészségtudatos fogyasztókról és van-e összefüggés az egészségtudatosság és a magyar élelmiszerek prioritizálása kapcsán.

Kutatásom során felállított hét teória értékeléséhez a Microsoft Excel és az IBM SPSS statisztikai programokat használtam.

Első hipotézisemben azt állítottam, hogy az Y és Z generációk keresik inkább a hazai termékeket, de a vizsgált keresztábrák és a Gamma értéke alapján ezt a feltevésemet elutasítottam, mert inkább a Baby boomerekre és az X-esekre jellemző. A Khi négyzet próba a második és a harmadik teóriám kapcsán sem mutatott összefüggéseket. Előbbi arra vonatkozott, hogy a magasabb iskolai végzettségűek és jövedelműek támasztanak nagyobb keresletet a hazai termékek iránt, utóbbi pedig arra, hogy a hazait nem keresők körében a feladatorientált vásárlás jellemző. Sem a leíró statisztika, sem pedig a Khi négyzet próba segítségével nem találtam egyértelmű összefüggéseket a változók között, amely bizonyítaná, hogy bármelyik fogyasztói szegmensre is egyértelműen illik a feladatorientált vásárlás. A H4a és H4b hipotézisek kapcsán szignifikáns kapcsolatot találtam. Aki szívesebben vásárol védjeggyel ellátott terméket, az szívesebben vásárol hazai termékeket is. A H4b feltevésem kapcsán az elméletem egyik fele, hogy inkább a fiatalok nincsenek tisztában a védjegyek jelentésével bizonyítást nyert, de a teljes mintát vizsgálva a fogyasztók többsége ismeri őket. A Khi négyzet teszt szignifikancia vizsgálata alapján a H5-ös feltevésemet elfogadtam, így azok, akiknek fontos a minőség, saját egészségük és természeti környezetük megóvása, azok szívesebben vásárolnak hazait. Az utolsó hipotézisem pedig csak részben fogadható el, mert a válaszadók a piacon vásárolnának legszívesebben hazai termékeket, de a gyakorlatban tipikusan szupermarketben vásárolnak.

Összességében a fogyasztók pozitívan vélekednek a hazai termékekről, jellemző rájuk az egészségtudatosság, de mindez az idősebb nemzedékeknél mutatkozik meg legnagyobb arányban.

WINKLER JÁNOS*winjan99@gmail.com*

Kereskedelem és marketing

BSc, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Bakosné dr. Kiss Virág Ágnes**adjunktus, DE GTK*

A cukormentes élelmiszerekkel kapcsolatos fogyasztói attitűdök meghatározása és az egészségre gyakorolt hatása

Kétségtelen, hogy a cukorbetegség világunk egyik legnagyobb népbetegsége, amely Magyarországon is rendkívül nagy számban jelen van, a diagnosztizált betegek száma pedig évről évre folyamatosan emelkedik. Sok mindenkiben megfogalmazódhat a kérdés, hogy miért nő a cukorbetegség száma annak ellenére, hogy minden lehetséges megoldás adott a piacon ezen betegség elkerülésének céljából?

Ehhez szorosan kapcsolódik kutatásom fő irányvonala, a funkcionális élelmiszereken belül a cukorcsökkentett, illetve cukormentes termékek csoportja, amelyeket akár a cukorbetegségben szenvedők, akár az átlagos fogyasztók a különböző üzletekben megvásárolnak. Kutatásom célkitűzésül szolgált ezen funkcionális élelmiszerek fogyasztói preferenciáinak felmérése, illetve a cukorbetegség fajtáinak kialakulásának és élettani hatásának ismertetése. Ezen célok megvalósításához a primer és szekunder kutatás során a témát alaposan megvizsgáltam. Már a szekunder információgyűjtés során sajnálattal láttam, hogy a kiváltó okok majd' mindegyike hétköznapi probléma. Ide sorolható többek között a helytelen táplálkozás és a mozgásszegény életmód. A primer kutatás keretén belül kutatócsoport keretén belül kérdőíves megkérdezést alkalmaztunk (N=1382). Ezen kívül egyénileg mélyinterjúkat készítettem különböző típusú cukorbetegségben szenvedő személyekkel egyaránt, hogy még átfogóbb képet kaphassunk. Kötelességemnek éreztem felmérni a jelenlegi piaci lehetőségeket, melyelyel akár új funkcionális élelmiszerek helyzetét megállapíthatjuk. Kutatásom során mintámat két csoportra bontottam, a cukorbetegekre (I-es; II-es típusú), és az egészségtudatosságból cukormentes termékeket fogyasztókra. A kitöltésekből, illetve interjúkból származó adatok feldolgozása és értékelése során fontos megállapításokat és következtetéseket tehattünk.

Elmondható, hogy a kitöltőink kevésbé ár érzékenyek a vártnál, mivel elsődleges szempont számukra a minőség. A mintánkon belül felfedezhető egy olyan társadalmi csoport, akik a cukormentes termékeket magas fokon elfogadják és rendszeresen fogyasztják. További érdekesség, hogy a funkcionális élelmiszerek csak bizonyos társadalmi csoportok számára megfizethető, mivel ehhez legalább az átlagos szintű jövedelem elengedhetetlen.

Marketing – fogyasztói magatartás

Elnök: Dr. habil. Nagy Szabolcs egyetemi docens (ME GTK)
Társelnök: Prof. Dr. Hofmeister-Tóth Ágnes Professzor Emerita (BCE)
Tag: Dr. Hajdú Noémi egyetemi docens (ME GTK)
Tag: Dr. Prónay Szabolcs egyetemi docens (SZTE GTK)
Tag: Dr. Sasné Grósz Annamária egyetemi docens (PE GTK)

BALOG ESZTER TÜNDE

esztibalog96@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 3. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Gazdálkodástudományi Intézet

*Témavezető:
Prof. Dr. Forrai Gábor
egyetemi tanár, ELTE GTI*

Macskamentő civil szervezetek és menhelyek megítélése macskatartók és örökbefogadók körében

Dolgozatom elején körbejáró a magyarországi kóbormacska-helyzet okait és következményeit, és bemutatom az ennek kezelésével foglalkozó szereplőket. Ez a feladat nagyrészt civil kézben van, korlátozott erőforrással és befogadóhellyel, így kritikus, hogy a befogott állatokat rövid időn belül megfelelő örökbefogadóhoz tudják juttatni. Kutatási tervem kialakítása során így annak megismerésére fektettem a hangsúlyt, hogyan érhetnék el célcsoportjukat hatékonyabban a macskamentő szervezetek és menhelyek, illetve hogyan ragadhatják meg a potenciális örökbefogadók figyelmét.

Kutatásom két szakaszból áll: először kvalitatív módszert alkalmaztam, és interjúkkal tártam fel a tájékozódás folyamatát és az örökbefogadói döntés meghatározó tényezőit. A kvalitatív kutatás tanulságai alapján ezután kvantitatív módszerre tértem át, és egy online kérdőívet állítottam össze a célcsoport attitűdjeinek és preferenciáinak kiterjedtebb vizsgálatára, melyre 503 értékelhető kitöltés érkezett.

A kutatás eredményeiből megállapítható, hogy bár nem áll fenn általános ellenszenv a macskamentő szervezetekkel kapcsolatban, a tájékozatlanság és a megfelelő szervezetek ismeretének hiánya meghatározó okai lehetnek annak, hogy nehéz megfelelő számú és minőségű örökbefogadót találni a mentett állatok számára. A kutatás alapján éles eltérés mutatkozik a nagyvárosi és vidéki lakosság között – utóbbi esetében inkább jellemző az utcán talált macska befogadása, míg kevesebben fogadnak örökbe szervezettől és menhelyről. Az ilyen szervezetek tevékenységét legaktívabban követő csoport a korábbi örökbefogadókból áll, így fontos feladat elköteleződésüket kiaknázni, és motiválni őket arra, hogy word-of-mouth segítségével támogassák a szervezetet. A macskamentési tevékenység követésére a Facebook bizonyult a legnépszerűbb csatornának, az örökbefogadható állatok hirdetése során a leginkább keresett információk pedig az állat egészségügyi háttere és az örökbefogadási feltételek – a válaszadók ezeket fontosabbnak értékelték a barátságos stílusnál és a macska természetének leírásánál is.

Fontosnak tartom, hogy a további felmerült, vagy jelen kutatásomban nem érintett kérdésekkel is foglalkozzunk a jövőben, hiszen ez egy ezidáig keveset tárgyalt téma Magyarországon, ezért dolgozatom végén kijelöltem néhány lehetséges további kutatási irányt is. Remélem, hogy munkám eredményeképp elindul egy olyan párbeszéd, ami által szélesebb körben megismerhetik a macskamentő civil szervezetek munkáját és relevanciáját.

BARDÓCZY TIBOR

tiborbardoczy@icloud.com

Műszaki menedzser

BSc, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Bernschütz Mária
adjunktus, BME GTK*

A digitális detox és az önkontroll összefüggése

Dolgozatom első részében megvizsgálva az élet számos területét, csakúgy, mint a társadalmi környezetet, politikai környezetet, technológiai fejleményeket megfigyeltem, miszerint számos oka lehet annak, hogy szükséges digitális detoxról beszélni.

Ezt követően kvalitatív kutatást végeztem mélyinterjúk formájában, mind a hat élő generációval. Számos érdekes tény látott napvilágot, ezek közül a legfontosabbak az emberi kapcsolatok elszemélytelenedése, a személyes interakciók eltűnése és a szemkárosodás mértéke.

A következő lépés a kvantitatív kutatás elvégzése volt, méghozzá egy Google-űrlap segítségével. Hólabda mintavételt alkalmaztam a válaszok gyűjtéséhez, a kérdőívet pedig a közösségi média csoportjaiban osztotta meg.

Következőként adat redundancia céljából faktorokat vettem át a hivatkozott irodalomból, melyek segítségével a kvantitatív kutatás során használt, önkontrollal és annak képességével foglalkozó állításokat és kérdéseket kezelhető formába tudtam hozni, a statisztikai próbák könnyebb elvégzése céljából. Öt faktorom keletkezett, amelyek rendre lefedik az élet minden részét, csakúgy, mint az egészséget, önfegyelmet, munkát, megbízhatóságot és a szándékos cselekvést. Ezekkel dolgoztam tovább. A következő lépésként a szakdolgozatomban hipotéziseket állítottam, amelyeket statisztikai módszerekkel értékeltem is. A normalitás vizsgálat elvégzése után T-tesztekkel támasztottam alá a döntéseket a hipotézisekről. A kutatásból kiderült, miszerint sem a kitöltők kora és az önkontroll képessége, sem pedig a jövedelem és a digitális detox jelenségéről alkotott vélemény között nem lehet felkapcsolat. Ezáltal kijelenthető tehát, hogy az önkontroll képességére nincsen befolyással sem az életkor, sem pedig a digitális detoxról alkotott vélemény.

Utolsóként klaszterelemzést végeztem, amelynek során a kérdőívem kitöltőiből mind az Y-, mind a Z-generáció tekintetében olyan homogén csoportokat hoztam létre, amelyeket különböző tulajdonságokkal tudtam jellemezni az egész klaszterre vonatkozóan.

FISCHER ANDRÁS

fischerandris@yahoo.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Csóka László
PhD hallgató, PTE KTK*

Az autonóm közlekedés fogyasztói megítélése

Európa legtöbb nemzetgazdaságában a húzóágazatnak az autóipar számít, így van ez kishazánkban is. A mobilitásban jelenleg olyan folyamatok zajlanak, melyek alapjaiban megváltoztatják a közlekedést, mint tevékenységet. A szokások megváltozásán túl a végbemenő változások komoly gazdasági és társadalmi következményekkel járnak együtt.

A nemzetközi szakirodalom a vezető nélküli járművek elterjedését és sikerét abban látják, hogy a fogyasztók mennyire tudnak azonosulni a technológiával, mennyire támogatják azt. Számos kutató végzett primer kutatásokat az autonóm közlekedés tematikájában, ám magyar példából nagyon kevés akad. Érdekesnek találtam megvizsgálni azt, hogy a magyarok a külföldiekhez képest vajon mennyiben fogadják el az IPAR 4.0 forradalom égíse alatt bekövetkező, autóipart érintő változást.

A dolgozat legfőbb kutatási kérdése tehát az önvezető járművek fogyasztói elfogadása volt, melyhez online kérdőíves megkérdezés és mélyinterjú segítségével empirikus kutatást folytattam. A kutatásban végül 768 fő vett részt a világ 24 országából. A minta közel sem nevezhető reprezentatívnak, mégis egészen jól látható válaszokat ad az előzetesen felvetett hipotézisekre.

Összegzésképp megállapítható, hogy a kutatási kérdésként vizsgált elfogadottsága az autonóm közlekedésnek a korábbi kutatásokhoz képest növekvő tendenciát mutat annak ellenére is, hogy fogyasztók részéről, különösképp a magyarok részéről a kutatás eredményei alapján van tartás és félelem. Az általános 63,41%-os mintabeli elfogadása az önvezető autóknak szinte mindegyik korábbi kutatásnál magasabb elfogadást mutat technológiai szinten. Jól látszik azonban, hogy ez az elfogadás a technológia jövőbeli állapotára irányul, hiszen jelenleg még az anyagi korlátoktól függetlenül is csupán a kitöltők 19,14%-a szeretne teljesen önvezető autót.

A kutatás előtt felvetett hipotézisek vizsgálatánál az állítások többsége elfogadhatónak bizonyult. Érdekes azonban, hogy több nemzetközi kutatással szemben jelen kutatásban nem nyert igazolást az, hogy a fiatalok jobban elfogadják az önvezető autókat, továbbá az sem, hogy a vezetés gyakorisága kapcsolatban lenne az elfogadással. Ugyancsak elvetésre kerültek azok a felvetések is, amelyek szerint a férfiak kevésbé osztanák meg autójukat másokkal, illetve a gyerek(ek)kel rendelkezők kevésbé fogadják el az újítást.

FRIEBERT ÁGOSTON LÁSZLÓ

friebert.agoston95@gmail.com

Marketing

MSc, 4. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Kuruczleki Éva
tanársegéd, SZTE GTK*

A félelem hatása a fogyasztói magatartásra a koronavírus által kialakult veszélyhelyzet idején

A kutatásom során arra a kérdésre keresem a választ, hogy a félelem milyen hatással volt a veszélyhelyzet idején a fogyasztói magatartásra. Emellett megvizsgálom a fogyasztói szokások félelem általi változásait mind a veszélyhelyzet idején, mind pedig a veszélyhelyzetet követő időszakban egyaránt.

A téma rendkívül aktuális a veszélyhelyzet okozta félelem, valamint az egyre kevésbé racionális fogyasztói társadalom miatt egyaránt. A szakirodalmi áttekintés során megemlítesre kerülnek a fogyasztói társadalom, fogyasztó és a fogyasztói magatartás témakörök egyaránt. Ugyanakkor nem marad el az érzelmek és azok fogyasztói magatartással való kapcsolódásának bemutatása sem. Ezt követően a Magyarországi fogyasztók és a jelenlegi veszélyhelyzet bemutatására kerül sor. A tanulmány kutatói munkáját a legfrissebb KSH adatok szekunder elemzésével kezdem, majd pedig a primer kutatás során kvantitatív adatok vizsgálatával folytatom. Az online kérdőívből származó adatok vizsgálatához leíró statisztikai elemzést, kapcsolat vizsgálatot és, klaszterelemzést is készítettem. A hipotézisek elemzése során a szakirodalmakra és egyéb kutatásokra alapozott állítások megcáfolásával és elfogadásával foglalkozom. Ezt követően összegzem a kutatási eredményeket, majd következtetéseket vonok le mind a témában érdeklődők, mind pedig a vállalati döntéshozók számára.

Az eredmények alapján elmondható, hogy a félelem jelen volt a fogyasztók mindennapi életében, de nem olyan mértékben, mint ahogy azt korábban kutatások alátámasztották. Emellett a válaszok alapján kijelenthető, hogy a hazai fogyasztók jobban féltették a családtagjaik egészségét, mint a sajátjukat. Továbbá a kézfertőtlenítők elfogyásától féltek a leginkább a kitöltők a veszélyhelyzet idején. Megállapítottam, hogy a félelem bizonyos mértékig befolyásolta a vásárlási szokásokat a veszélyhelyzet idején, valamint a veszélyhelyzet alatt inkább saját maguk tartottak nagybevásárlásokat a vásárlók. Végezetül tehát számos kérdés megválaszolásra került a félelemmel kapcsolatban a kutatásom során, de még témérdek izgalmas lehetőség van a témában. Úgy gondolom, hogy érdemes lenne megvizsgálni mind a közösségi média hatását a fogyasztói szokásokra a veszélyhelyzet idején, mind pedig a 2020. november 3.-án életbelépő veszélyhelyzetben a fogyasztói szokások változását. Érdekes kérdés, hogy vajon a félelem a második koronavírus hullám idején is a fogyasztókban él, vagy már nincs mitől félni?

HEGEDÜS DÓRA

hegedusdori97@gmail.com

Marketing

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

*Dr. Mitev Ariel Zoltán
egyetemi docens, BCE GTK*

Tényleg boldog a Karácsony? Avagy miért stresszesek az emberek a szeretetünnep környékén?

A karácsonyi stressz jelensége évről évre egyre több felnőttet érint, mely az ünnepre való készülést és élvezetét jelentősen nehezíti.

Dolgozatomban a karácsony és karácsonyi stressz kapcsolatát vizsgálom a 18-30 éves korosztály nézőpontjából. Kutatásom céljai, hogy megvizsgáljam a kutatásban résztvevő alanyok karácsonyhoz és a karácsonyi időszakhoz való hozzáállását, illetve, hogy összefüggéseket találjak az ünnepet megelőzően felmerülő stresszorok, a karácsonyi stressz, illetve az ünnep átélése között.

Kvalitatív kutatáshoz ZMET technikát használtam, mely egy vizualításra fókuszáló projektív mély-interjú technika, a résztvevő maga gyűjti a témához kapcsolódó képeket. Az eredmények rámutatnak a résztvevők karácsonyában lévő kettősségre (külvilágban tapasztalt elvárások és a karácsony igaz jelentése között), a rítus szerepére, a karácsonyi időszak részere és jellemzőire, illetve a karácsony körüli stresszorokra. Az eredmények feltárják, hogy habár az ünnepet megelőzően a fiatalok szembeesülnek a karácsonyi stressz faktoraival, a karácsonyt már élvezik, főként a családi idő miatt.

Kvantitatív kutatásban a kérdőív eredményeit (n=289) mutatja be a karácsonyi stressz modellje, a PLS-SEM modellezés segítségével.

Célom, hogy választ találjak arra, hogy a fogyasztó egyéni érzékelése alapján miként hat az előre tervezés a frusztrációra és a vásárlási stresszre, valamint hogyan befolyásolja az előre tervezés, a felhajtás-érzet, a frusztráció és stressz a karácsony alatt átélt élményeket.

Az eredmények azt mutatják, hogy az előre tervezésnek fontos szerepe van az ünnep élvezetében, a stressz, frusztráció, valamint a felhajtás-érzet kialakulásában. Minél előbb elkezdi a fiatal az ünnepi készülést, annál kevésbé jelennek meg a negatív tényezők (stressz, frusztráció, felhajtás-érzet), illetve annál jobban élvezzi az ünnepet.

INGULA LUCA SÁRA

ingulaluca@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Szent István Egyetem Kaposvári Campus

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

*Dr. Szabó-Szentgróti Eszter
adjunktus, SZIE KC GTK*

*Dr. Szendrő Katalin
adjunktus, SZIE KC GTK*

Dél-Koreai kozmetikumok elterjedése és fogyasztói megítélése Magyarországon

A dolgozatom témája a Dél-koreai kozmetikumok elterjedése és fogyasztói megítélése Magyarországon.

Dél-Koreára azért is érdemes odafigyelni, mert a legnagyobb „kistigris” a világon és a 60-as évektől egészen a 90-es évek közepéig rendkívül gyors gazdasági növekedésen ment keresztül, ennek következtében az ország megközelítette a fejlett országok szintjét.

Szakirodalmi áttekintésben vizsgáltam azt is, hogy a dél-koreai kozmetikumok milyen mértékben terjedtek el globális és európai szinten. A dél-koreai kozmetikumok elterjedését leginkább a hallyu segítette, így összeségében elmondható, hogy Dél-Korea főbb kereskedelmi partnerei az ASEAN országok, valamint még Japán, illetve Kína és hogy az Ázsián kívüli országokkal gyengébb kapcsolatban áll a kozmetikai termékek exportja.

Jelenleg öt fő trendről beszélhetünk, amelyek a szépségipart uralják: nature look, egyéniség, testreszabott trend, techno és a delux. A kozmetikai ipar egyre nagyobb térnyerése annak köszönhető, hogy sokszínű termékcsaláddal rendelkezik. Mindenki használ nemtől és kortól függetlenül valamilyen szépségápolási terméket. A szépségipar növekvő kínálata fogyasztásra csábítja az embereket és meg is változtathatja a fogyasztói szokásokat.

A dolgozatomban betekintést nyerhettünk a koreai emberek napi arcápolási rutinjába. Négy alapelven nyugszik az arcápolási rutinjuk sikeressége: bőséges hidratáció kívülről és belülről; fényvédő használata az év minden napján; helyes, változatos táplálkozás.

A koreai kozmetikumokkal való kísérletezésnek szerencsére már nincsenek földrajzi akadályai, hiszen itthon is egyre több drogéria és webáruház kínálja a legnagyobb márkák kultikus termékeit. Ez kifejezetten öröndetes, hiszen a növekvő kereslet és érdeklődés igényli is kedvenc termékeink minél gyorsabb és egyszerűbb megrendelését.

Primer felmérésem egyik fő célja volt, hogy felmérjem Magyarországon használnak-e dél-koreai kozmetikumokat, a fogyasztóknak mi a véleménye ezekről a termékekről, hogy honnan szerzik be, illetve minek kinek a hatására vásárolnak dél-koreai szépségápolási termékeket. Ezek mellett képet kaptam arról is, hogy a magyarországi fogyasztók milyen gyakorisággal vásárolnak szépségápolási termékeket és a vásárlásuk alkalmával mennyit költenek ezekre a termékekre. A dolgozatom saját kutatási részét kérdőíves megkérdezéssel végeztem, amelyre 2020 nyár végén került sor. Hólabda módszer alkalmazva 240 személy töltötte ki, amelyet Microsoft Excel és SPSS program segítségével értékeltem ki.

MANN KLAUDIA

mann.klaudia98@gmail.com

Kereskedelem és marketing
BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

TURNER HANNA KORNÉLIA

turner.hanna14@gmail.com

Kereskedelem és marketing
BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

*Témavezető:
Dr. Kopcsay László
egyetemi docens, BGE KKK*

A hazai könyvértékesítés és alternatív csatornái

TDK dolgozatunk témájának a hazai könyvpiac helyzetét és alternatív csatornáinak vizsgálatát választottuk, mivel mindketten szeretünk olvasni és fontosnak tartjuk, hogy az olvasás kultúráját népszerűsítsük. Ezt legfőbbképp a fiatalok körében gondoljuk elengedhetetlennek, ugyanis manapság a TV és az internet mellett kevesebben ragadnak könyvet szórakozás gyanánt.

Dolgozatunkban primer (elsősorban kvantitatív) és szekunder kutatási módszerekkel elemezzük a magyar könyvpiac helyzetét, annak résztvevőit, illetve bővebben kitérünk az alternatív könyvértékesítési csatornákra, mint például a Poket zsebkönyvek, könyvvásárok, antikváriumok. Összeállított kérdőívünkben, az említett témákon túl, információt gyűjtöttünk az ebook magyarországi jelenlétéről is, hogy jobban megtudjuk, mennyire veszélyeztetheti a hagyományos könyveket a digitalizált változataik.

Bevezető részünkben egy történelmi áttekintéssel kezdünk, összehasonlítva a szocializmus idején megvalósuló könyvterjesztést a rendszerváltást követővel, egészen napjainkig. A továbbiakban a főbb piaci szereplők bemutatásával folytatjuk, kitérve az Alexandra csődjére, illetve bemutatjuk a magyarországi kiadók helyzetét. Ezek után rátérünk az alternatív csatornákra, ezek működésére, illetve kérdőívünk és egyéb statisztikai adatok alapján a népszerűségükre. Foglalkozunk továbbá a könyvértékesítéssel marketing szempontból is.

Kutatásunk elején felállítottunk néhány hipotézist, melyek a következők voltak:

- Magyarországon egyre nagyobb népszerűségnek örvendenek az e-könyvek.
- Az Alexandra csődje a magyar könyvpiacra negatív hatást gyakorolt.
- Az alternatív könyvértékesítési formák nem olyan közismertek, mint a hagyományosak.
- A könyvolvasás már nem olyan közkedvelt, mint 10 évvel ezelőtt.
- A 2008-as válság hatására visszaesett a könyvforgalom hazánkban.
- Nem gyakran találkozunk jó könyvmarketinggel Magyarországon.

Az elért eredményeink alátámasztották, hogy egyes hipotéziseink helytállóak. Az írásunkból kiderül, hogy a hazai könyvpiac lassan, de fejlődik, melyet a 2008-as válság visszavetett, azonban az Alexandra csődje nem gátolta különösebben. Elmondhatjuk, hogy az e-könyv olvasók nem terjedtek el annyira, hogy veszélyeztessék a hagyományos könyveket. A további eredményeket a dolgozatunkban közöljük.

MISKOFF BENCE

miskoff.bence.hevizgyork@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Csegődi Tibor László
tanársegéd, SZIE GTK*

Torrentezés és a Streaming szolgáltatások kapcsolata

A kutatás alapkérdése, hogy a magyarországi felhasználók milyen okból, illetve milyen arányban választják a torrentezést, a streaming, esetleg mind a két módszert az online tartalmak elérésének céljából. Fontos kérdés az is, hogy milyen előnyöket, illetve hátrányokat tulajdonítanak a különböző tartalom elérési lehetőségeknek. Továbbá a kutatás egyfajta felmérést biztosítson a különböző tartalmak fogyasztási szolgáltatások tekintetében (filmek, sorozatok, zenék és játékok fogyasztása szempontjából).

A kutatás egy általános felmérés a piaci átrendeződésről a torrent használók és a streaming szolgáltatásokat használók közt, elsődlegesen a 18 és 30 év közti korosztályok felmérésére a cél. A kutatás a hagyományos eljárás szerint zajlott, a szekunder kutatás után kvalitatív, majd kvantitatív kutatással folytatódott. A kvalitatív kutatás során egyesével történt a megkérdezés. Ez a kutatás kétfajta kérdés-sort tartalmazott, az egyik a streaming szolgáltatást választókra, a másik pedig a torrentezést választókra fókuszált. A kvantitatív kutatás Google kérdőív által történt. A kérdések főbb témakörei a különböző tartalmak fogyasztására, illetve az előnyök, hátrányok felmérésére irányult a torrentezés, illetve a streaming szolgáltatásokkal kapcsolatban. A kutatás során kiderült, hogy a megkérdezettek a magyar piacon túlra azottnak tartják a streaming szolgáltatásokat, ezzel összefüggésben a szolgáltatás árával, illetve a szolgáltatás által nyújtott kínálat arányával nincsenek megelégedve. A zenékhez a megkérdezettek többsége nem használ streaming szolgáltatást. A filmek és sorozatok fogyasztására az online szolgáltatások közül leginkább a HBO Go szolgáltatását veszik igénybe, feltételezhetően a TV szolgáltatásával kapcsolt terjesztése miatt ennyire elfogadott ez a szolgáltatás. A játékiparban a Steam szolgáltatása kiemelkedő támogatottságot élvez a fogyasztók körében, de megfigyelhető, hogy az új belépők könnyen nagy ismertségre tudnak szert tenni ebben az ágazatban. A megkérdezettek a torrentezésre egyfajta biztosítékként tekintenek a vásárlás előtt, mivel lehetőségük nyílik az adott termék kipróbálására, amely alapján eldönthetik, hogy megéri-e nekik a vásárlás.

Ez a kutatás egyfajta alapot biztosít a későbbiek folyamán, hogy más kutatások által a streaming szolgáltató piac a magyar piaci viszonyokhoz könnyebben alkalmazkodjon és a hazai fogyasztók igényeit könnyebben ki tudják szolgálni.

MOLNÁR BERNADETT

molnarberni3@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

TÓTH ANDRÁS

andras97_@hotmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

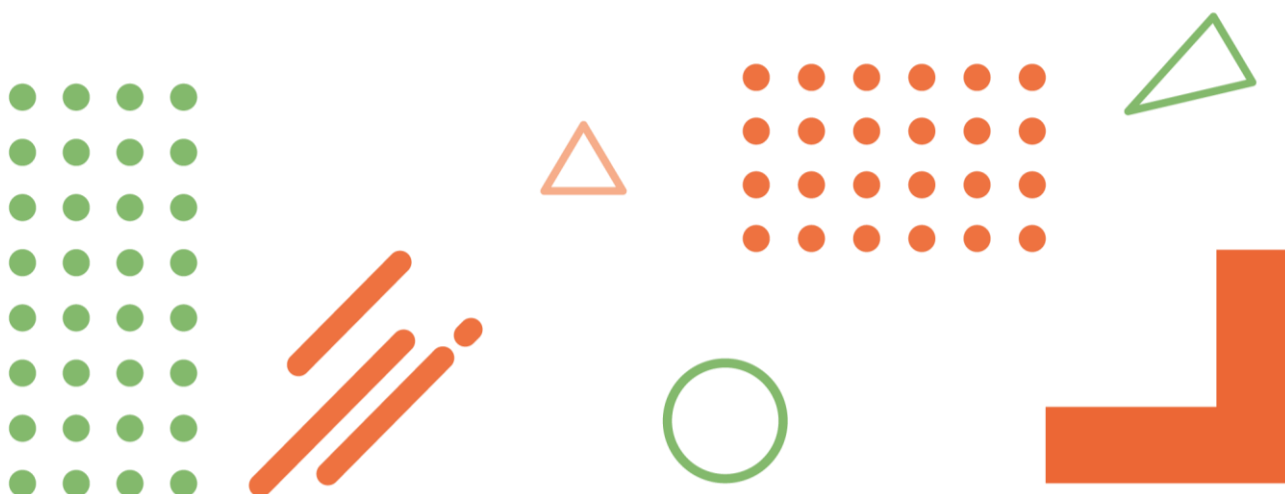
*Dr. habil. Kovács András
egyetemi docens, BGE KVIK*

Az 55+os korosztály vásárlási preferenciái a 21. században

Dolgozatunkban az 55 éves és annál idősebb korosztály vásárlási preferenciát vizsgáltuk. Több kutatási kérdést fogalmaztunk meg a vásárlási szokásokkal kapcsolatban: célunk volt feltárni az 55 év felettek vásárlási szokásainak fő jellemzőit (gyakoriságok, költség, üzletpreferencia), a vásárlóközpontok és az online vásárlás sajátosságait az idősebb korosztályban, illetve a márkahűség a márkapreferencia fő jellegzetességeit az FMCG-termékcsoportban.

Adatgyűjtésünk során online és offline kérdőívet alkalmaztunk. Az online kérdőívet Google Forms-ban készítettük el és tettük közzé, míg az offline kérdőívet egy, a kifejezetten idősek számára rendezett konferencián osztottuk meg. A 2 kérdőív tematikája több részből állt. Az első egység az azonosító kérdéseket tartalmazta, majd a különböző csoportosító ismérvekre vonatkozó kérdésekre tértünk ki. A kérdőívben elsősorban zárt kérdéseket alkalmaztunk, a kérdés jellegéből adódóan ezek formátuma egyszeri vagy többszöri válaszlehetőségeket tartalmazott. A kutatás eredményeit elsősorban leíró statisztikákkal elemeztük. A feltáró kutatásunkban a legmeghatározóbb szerepet az kapta, hogy feltérképezzük az „ezüstgeneráció” fő vásárlási szokásait az FMCG-termékek vonatkozásában.

Legfontosabb megállapításaink között szerepelt, hogy a megkérdezettek online és offline vásárlásai eltérő gyakoriságúak, és jelentős mértékben eltérnek a költségi szokásaik is. A bevásárlóközpontokkal szembeni negatív attitűd a vizsgálatunk nem várt eredménye. További megállapításunk, hogy a diszkontláncok és a szupermarketek kerülnek előtérbe a többi kereskedelmi formátummal szemben, valamint, hogy az online rendelés és a házhozszállítás igényével kapcsolatban áll a háztartások gépjárműbirtoklása.



NAGY RÉKA

nagy.reka.emese@szie.hu

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Szent István Egyetem

Károly Róbert Campus

Témavezető:

Dr. Domán Szilvia

főiskolai docens, SZIE KRC

„Karitatív kerekezés” A jótékonykodás motívumainak marketing szempontú elemzése

Kutatási célkitűzés. Dolgozatom témájaként saját „vállalkozásom”, a Karitatív kerekezés hátterét és működését elemeztem. Az általam útjára indított kezdeményezés célja, hogy jótékonyági sportolóként összeköszsem az anyagi segítségre szorulókat a támogatókkal. A kutatásom célja a jótékonykodás általános megítélésének felmérése, a válaszadók adományozási intenzitásának, valamint az adományozás módjainak, céljainak és mértékének megismerése, az adományozás motivációjának és további szempontjainak kutatása volt.

Kutatási kérdések. Mi tesz hitelessé, vagy hiteltelenné egy jótékonyági adománygyűjtő akciót? Mi alapján döntenek el a magán adományozók és mi alapján a cégvezetők, hogy milyen felhívást találnak támogatásra érdemesnek? A segítség mely módszereit részesítik előnyben a legjobban?

Hipotézisek. Feltételeztem, hogy:

- A személyes érintettség (pl. ha egy közeli rokon, vagy ő maga egy adott betegséggel él) hatással van arra, hogy valaki milyen kezdeményezést támogat.
- Az egyén jótékonykodással kapcsolatos döntését befolyásolja, hogy közvetve, vagy közvetlenül ismeri-e az adománygyűjtőt. (Könnyebben támogatnak pl. olyan kezdeményezést, ami mögött egy általuk ismert személy áll.)
- Az alapos tájékoztatás és a rendszeres kommunikáció egyaránt fontos, hiszen a támogatók ez alapján döntenek arról, hogy kinek ajánlják fel adományukat.
- A nagy, országos szinten ismert alapítványokról szóló visszaélésekkel kapcsolatos hírek, botrányok, még évekkel később is hatással vannak az emberek hozzáállására.
- Egy személyesen átélt rossz tapasztalat jó példával is nehezen írható felül.

Anyag és módszer. Külső és belső szekunder kutatást végeztem, majd ezt követően többféle, kvalitatív és kvantitatív primer kutatási módszert is alkalmaztam a téma feltárására. A jótékonyággal kapcsolatos kutatásaim előkészítéseként szűkebb körben mélyinterjú sorozatot végeztem feltáró kutatásként, melyek célja egy standard interjúhoz alkalmazható kérdőív témaköreinek összeállítása, megalkotása volt. A kvantitatív kutatási módszerek közül a kérdőíves online kutatást választottam, melyben 297 fő vett részt.

Kutatási eredmények. Egy hipotézisemet támasztották alá a kutatási eredményeim, a továbbiak részben igazolódtak, ugyanis más álláspontot képviseltek azok, akik magányszemélyként adományoznak és a céges támogatóim. Kutatásomból kiderült, hogy a rendszeres és alapos kommunikáció, valamint a személyes kapcsolatok megléte kiemelten fontos egy jótékonyági kampány sikeréhez.

NGUYEN THI THAO HUONG

thaohuong.1603@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Dr. Papp Vanda

főiskolai docens, BGE KVIK

Reactions to Nostalgia Marketing and Consumer Psychological Wellbeing amid the COVID-19 Pandemic

Nostalgia marketing is the practice of conveying or using nostalgia – a sentimentality for the past – in marketing. The need for more research on nostalgia marketing is further justified as the consumption of nostalgic products and media is gaining in popularity. There are three common strategies often used in nostalgia marketing: packaging, storytelling, and heritage branding. This research explored the effectiveness of these marketing strategies on customers with different levels of nostalgia proneness.

Psychologically speaking, nostalgia is a positive emotion that arises from and mitigates negative states such as lack of belonging and fear of mortality. In a macro landscape, nostalgia and nostalgic consumption have also been found to increase in troubling times. Therefore, when the psychological well-being of the general population is deteriorating due to the Covid-19 pandemic, a question arises: is there an increase of positive reactions to nostalgia marketing in conjunction with the worsened mental health? The paper also answers whether customers who are prone to nostalgia have better reactions to nostalgic advertising.

A survey is used to collect information on respondents' nostalgia proneness, attitudes towards selected nostalgia marketing activities, and psychological well-being during the pandemic. To examine the effects of nostalgia marketing on respondents, their brand interest and purchase consideration, in addition to their reactions to the marketing activities, are collected. Respondents' psychological well-being is reported in four aspects: fear, boredom, loneliness, and anxiety. Then the data is evaluated with statistics techniques including factor analysis, correlations, and regression analysis.

As a result, the result found that packaging is the most effective nostalgia marketing strategy. All marketing strategies work better with those that relate to them. There is also a causal relationship between psychological negativity and customer reactions to nostalgia marketing and that nostalgia proneness has a mediating effect on customer customers' reactions. It can be interpreted that psychological problems do drive the consumer positive reactions to nostalgia marketing, and this effect is buffered on those who have high levels of nostalgia proneness.

SZÉCSI DOMINIKA

szecsi.dominika@gmail.com

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
Osztatlan, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. habil. Neulinger Ágnes
tanszékvezető egyetemi docens, BCE GTK*

Mama Hotel: A fiatalok pénzügyi attitűdjei a döntéshozatal és a lakhatás szempontjából

A dolgozat arra keresi a választ, hogyan függ össze a 18-25 év közötti fiatalok körében a pénzügyi attitűd, az önállósodás, a demográfia, valamint a lakhatás.

A pénzügyi attitűd kilenc dimenzió, az önállósodás a három-dimenziós Berzonsky-féle skála mentén került felmérésre. A primer kutatás online kérdőívre épült, amely klaszterelemzéssel, lineáris regresszióval, valamint Pearson-féle korrelációs együtthatók számításával került kiértékelésre. A dolgozat újdonsága, hogy összeveti Berzonsky önállósodási dimenzióit a pénzügyi attitűdök skáláival a fiatalok körében, figyelembe véve az egyre elterjedtebb szülőikkel való lakást, azaz a „Mama Hotel” jelenséget.

A kutatás vizsgálja a demográfiai jellemzőket, a családi és egyéni jövedelem hatását, és a fiatalok életvitelének finanszírozását és a pénzügyi termékek használati szokásait is.



ZENTAI BRIGITTA

b.zentai97@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Agárdi Irma
adjunktus, BCE GT*

Nézd meg a weboldalát, vedd meg a ruháját – avagy az online ruházati kiskereskedők lehetőségei a tapintási inger helyettesítésére

Dolgozatomban arra a kérdésre keresem a választ, hogy az online ruházati kiskereskedők hogyan tudják helyettesíteni a tapintás ingerét a vásárlási döntés folyamata során és ez hogyan befolyásolja a termék megítélését és a fogyasztók magatartását.

Az online vásárlás számos előnyt rejt magában, emiatt az e-kereskedelmi szektor dinamikusan fejlődik. Azonban az online kiskereskedők helyzeti hátrányban vannak a termékeket fizikai valójukban is bemutató kiskereskedőkkel szemben, és ez különösen igaz a ruházati piacra. Ez részben amiatt is lehet, mert az online csatorna nem ad lehetőséget a termékjellemzők tapintással való megismerésére (Grewal, 2004; Kim és Fiore, 2007). Ennek következtében a tapintási inger helyettesíthetőségével foglalkozom.

Ezt a témát széles körben vizsgálták már (Lee, 2010; Kim, 2010; Vankay, 2016; Flavian, 2017; Rodrigues, 2017). Azonban a kutatásom a képi és szöveg ingerek együttes hatását vizsgálja, amire eddig még nem volt példa a szakirodalomban, ezért egy fontos kutatási rést tölt be.

Először a tapintás biológiai hátterét tárom fel, majd bemutatom a tapintási igény elméletét. Ezután a tapintási inger hiányával és annak a helyettesíthetőségével foglalkozom az online térben. Az elméleti áttekintést követően szekunder adatok segítségével piacelemzést végzek. Majd ismertetem az alkalmazott módszertant és a főbb kutatási eredményeket. Végül iránymutatást adok a gyakorlati alkalmazást illetően és részletezem a kutatásom korlátjait és a jövőbeni kutatási lehetőségeket.

A kutatási kérdés megválaszolásához többféle empirikus módszert alkalmaztam. Elsőként megfigyelést végeztem online ruházati kiskereskedők körében, hogy milyen tapintást helyettesítő eszközöket használnak. Ezután kérdőíves megkérdezéssel gyűjtöttem tapintásra utaló jelzőket. A megfigyelés és a kérdőív eredményeit felhasználva online kérdőíves megkérdezést végeztem.

A kérdőíves megkérdezés során kiderült, hogy a kabát és a melltartó termékkategóriák tulajdonságait különböző módon érdemes kommunikálniuk a kiskereskedőknek, hogy az növelje a vásárlási szándékot. A különbözőség okai a termékkategóriák eltérő tapintási igénye a vásárlási döntési folyamat során. Tanulmányom alapján, azt is feltételezem, hogy a vásárlókra a képi inger nagyobb befolyással lehet, mint a haptikus jellemzőkre utaló szöveges jelzők, hiszen az általam használt jelzők csak néhány terméktulajdonság pozitívabb megítélését eredményezték.

Marketing – marketingkommunikáció

- Elnök: Dr. Papp-Váry Árpád főiskolai tanár (METU ÜKTF)
Tag: Dr. Taralik Krisztina egyetemi docens (MATE Szent István Campus)
Tag: Dr. Harsányi Dávid főiskolai docens (BGE KKK)
Tag: Dr. Jenes Barbara adjunktus (BCE)
Tag: Dr. Nagy Ákos adjunktus (PTE KTK)

CZIBRIK GÁBOR

czibrik.gabor@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Molnár László
egyetemi docens, ME GTK*

Marketingtervezés és pozicionálás a Z generáció számára

Avagy marketing és értékesítési módszerek mindazoknak, akik a Z generációnak akarnak hirdetni és eladni.

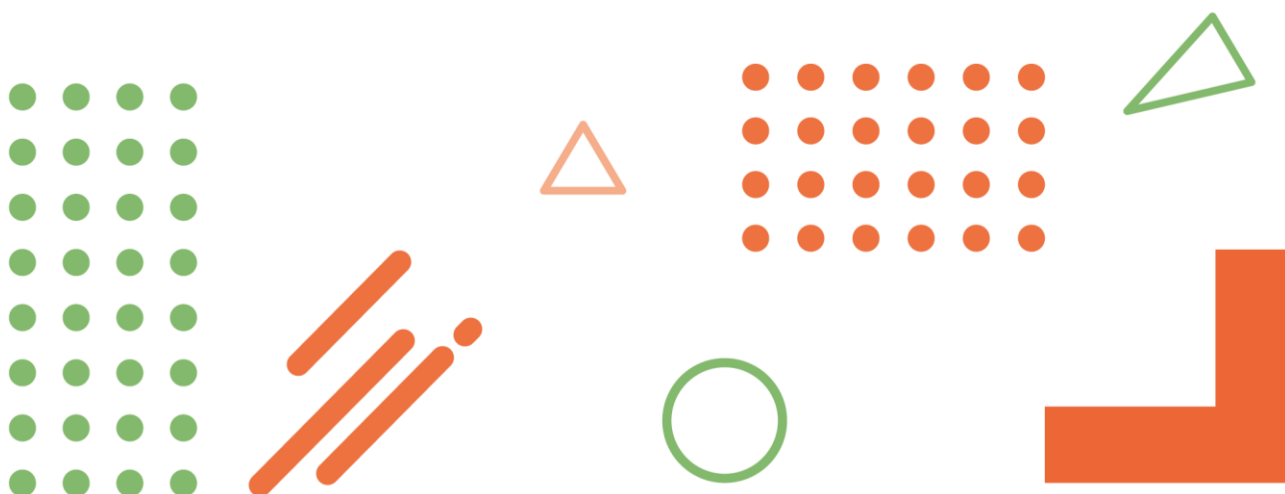
Melyik cég engedheti meg magának azt a luxust, hogy ne szegmentálja és kezelje külön egyedi módszerekkel egy 1,7 millió (www.ksh.hu) fős piacot? Hogyan pozicionáljuk termékeinket és szolgáltatásainkat egy olyan szegmensnek, akik 8 másodpercnél tovább nem figyelnek?

A kutatásom elolvasásának megfelelő célcsoportjai: marketingesek, értékesítők, marketinges döntéshozók, felsővezetők, tanárok, illetve pszichológusok.

A kutatásomnak két célja volt. Az első létrehozni egy olyan modell-t, amellyel hatékony marketing-kampányokat tervezhetünk Z generáció megszerzésére. A második az előző kutatásaimból feltárt tudásanyag összefüggéseinek kiegészítés és továbbfejlesztése.

A kutatásom folyamata, módszertana a következő: szekunder és primer forrásokból információkat gyűjtöttem, feldolgoztam, analizáltam majd az eredményeket leszűrtem és rendszereztem. Szekunder források közül: szakirodalmat (könyveket, folyóiratokat) –, statisztikai adatbázisokat, valamint marketinggel foglalkozó előadásokat, hanganyagokat és weboldalakat dolgoztam fel. Kvalitatív mélyinterjúkkal primer kutatást is végeztem, melynek érdekessége a dinamikus „önjavítás”.

A kutatásom választ és módszert fog tudni nyújtani a cégeknek, akik átütő sikerrel akarnak marketing és értékesítési kampányokat létrehozni a Z generáció meghódítására.



CSALLÓ RICHÁRD PÉTER

csalloricco@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 9. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:

*Dr. Kelemen-Erdős Anikó
egyetemi docens, ÓE KGK*

Eladáshelyi marketing az élelmiszer kereskedelemben

A marketing szerepe az élelmiszer kiskereskedelemben meghatározó, melyet korábban a közreműködéssel üzemeltetett üzlet működtetése során is tapasztaltam. Dolgozatom célja, hogy rávilágítsak az élelmiszer kereskedelemmel foglalkozó üzletek eredményesen alkalmazható eladáshelyi marketing eszközeire, továbbá arra, hogy a nagyobb üzletek modern eladáshelyi marketing eszközeit mennyire lehet alkalmazni kisebb alapterületű boltokban is.

Kvalitatív kutatási módszeremnek a mélyinterjúkat választottam, ezen belül is a szakértői mélyinterjúkat. Interjúalanyaim különböző nagy üzletláncok boltjainak üzletvezetői, és élelmiszeriparban jártas szakemberek. A mélyinterjúk célja, hogy feltárjam az üzletekben használt legeredményesebb eladáshelyi marketing eszközöket, ezen belül is a legmodernebb, és élelmiszerekkel kapcsolatos eszközökre fókuszáltam.

Főbb eredményeim szerint az élelmiszereladásban az impulzusvásárlást serkentő eszközök használata elengedhetetlen és ebben egyre inkább nagyobb szerepet játszik a helyben termesztett élelmiszerek forgalmazása. A magyaros szimbólumok és jellegzetességek növelik a fogyasztó hajlandóságát a vásárlásra. Magyarországon a digitális és technikailag fejlett eladáshelyi marketing eszközök alkalmazása egyre elterjedtebb, de a kihasználtsága még nem érte el teljes potenciálját. A különböző magyar üzletláncok egyre inkább törekednek a környezetvédelemre és a fenntartható gazdálkodásra, ami részben társadalmi nyomásnak következménye.

Javaslatként egy kisbolt marketingstratégiáját dolgoztam ki, melyet az élelmiszerbolt tulajdonsok használhatnak stratégiájuk megalapozásához.

FÁBIÁN DÓRA

doraf@gmail.hu

Kereskedelem-marketing

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Lányi Beatrix
egyetemi docens, PTE KTK*

Marketing egy egészségtudatosabb Z-generációért

A rohanó, stresszes mindennapok során gyakran hajlamosak vagyunk megfeledkezni saját egészségünk fontosságáról, holott ez egy rendkívül fontos értékünk. Éppen ezért az egészségtudatosság és az egészségmegőrzés témakörére egyre nagyobb hangsúly helyeződik napjainkban.

Dolgozatom középpontjában a Z-generációs fiatalok állnak, mivel ők azok, akik már rendelkeznek önálló véleménnyel, ám sok esetben a közvetlen környezet (család, barátok) befolyása által nézeteik még formálhatóak. Továbbá, a Z-generációs fiatalok egy része már közel áll a családalapításhoz, így egyáltalán nem mindegy, milyen egészségtudatos szokások alakulnak ki esetükben, s milyen ismereteket adnak át utódaiknak. Kutatásomban többek között azt vizsgáltam, hogyan viszonyulnak a Z-generációs fiatalok az egészséghez, érznek-e motivációt egy egészségtudatos(abb) életmód megvalósítására. Fő célkitűzésem pedig az volt, hogy összeállítsak egy olyan javaslatcsomagot, mely a marketingkommunikáció szintjén tesz kísérletet arra, hogy megtalálja, hogyan válhatna még vonzóbbá a fiatalok számára az egészségtudatos életmód, illetve milyen marketingmegoldások lennének erre a legalkalmasabbak.

Szekunder kutatásom során hazai és nemzetközi irodalmakat is egyaránt felhasználtam, hogy megfelelően megalapozzam a témában folytatott kutatásaimat.

Primer kutatásom során online megkérdezéssel igyekeztem információt gyűjteni a Z-generációs fiatalok egészségtudatosságáról és az egészséggel kapcsolatos szokásaikról. Kutatási feltevéseim statisztikai elemzésekkel vizsgáltam meg, valamint klaszteranalízis segítségével három csoportra (passzívak, felzárkózók, igyekvők) bontottam a vizsgálatban résztvevőket.

Eredményeim alapján arra jutottam, hogy számít a Z-generációs fiataloknak az egészségtudatosság és jelen van a mindennapjukban, azonban sokuk nincs tisztában azzal, hogy mi számít egészségesnek vagy épp mi nem, illetve, hogyan folytassanak egészséges életmódot helyesen. Megfelelő kommunikációval és az egészséges termékek/szolgáltatások nagyobb láthatóságának biztosításával a marketing rendkívül sokat tehetne azért, hogy segítsen egy erősebb elmozdulást előidézni az egészségtudatosabb, egészségesebb fogyasztás irányába a vizsgált generációba tartozó fiataloknál.

KOZMA BARBARA

kozma.barbi@gmail.com

Kereskedelem-marketing

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

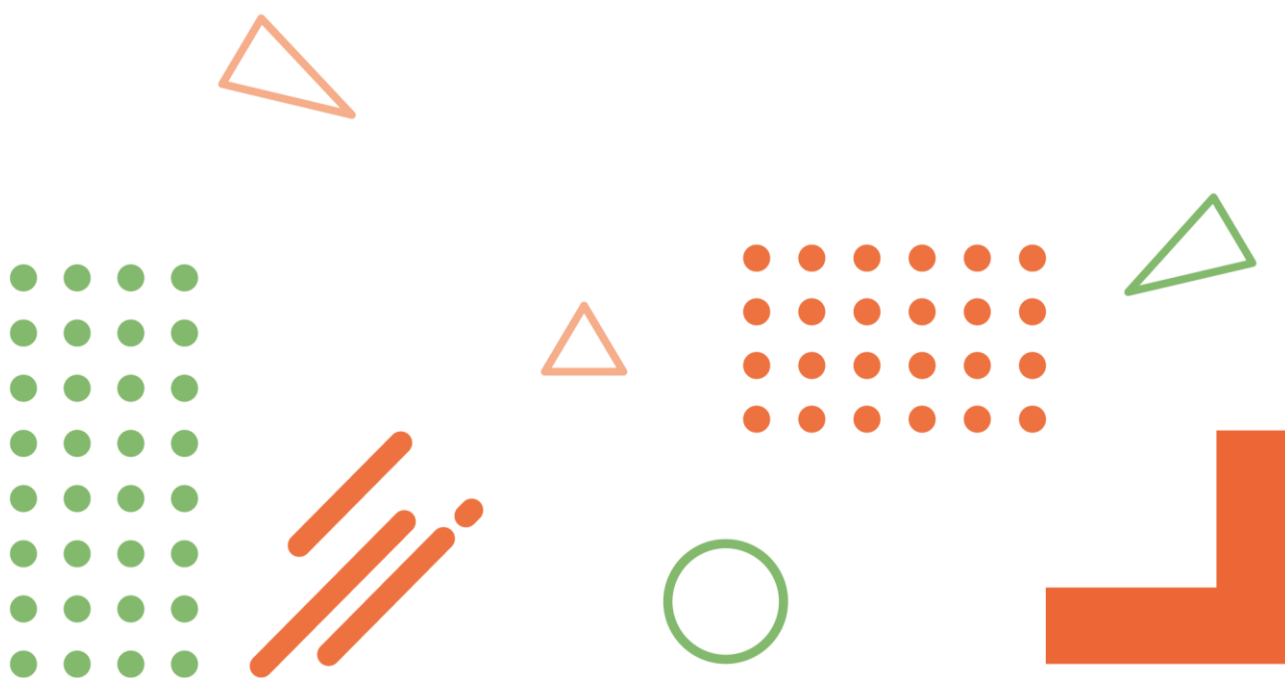
Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Mátyás Judit
adjunktus, PTE KTK*

Újabb irányvonalak, trendek, lehetőségek a marketingkommunikációban

A dolgozatom témája a marketingkommunikációs trendekre épül. Kutatásaimban elsősorban az online marketingkommunikációt, azon belül is az influencerekkel való hirdetést és kommunikálást vizsgáltam.

A vizsgálatot a marketingkommunikáció jelentésével kezdtem, tisztáztam, hogy ennek mi a célja és mik számíthatnak marketingkommunikációs eszközöknek, ezek közül pedig melyek azok, amiket a fogyasztók is ismernek, ugyanis úgy gondoltam, hogy nagy részük először a reklámokra és az ezzel való „manipulációra” gondol, ha meghallja a marketing szót. Ezek után mutattam be az online marketinget és annak legújabb trendjét, az influencer marketinget, abból a szempontból, hogy a fogyasztók körében mennyire ismert ez a formája a marketingnek, és hogy mennyire tartják hatásosnak, illetve a működését és hogy milyen influencer kampányokkal találkozhatunk a közösségi médiában. Fontosnak tartottam, hogy a marketingkommunikációs eszközök szempontjából megvizsgáljam azt is, hogy a 2020 márciusában Magyarországon is megjelenő COVID-19 világvárvány milyen változásokat hozott, és a fogyasztók szokásai hogyan változtak meg a vírus hatására.



KUCSERA MELITTA

melittakucsera@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Neulinger Ágnes

tanszékvezető egyetemi docens, BCE GTK

A fiatalok véleménye a férfi-női szerepek reklámokban való megjelenéséről

A férfiak és a nők társadalomban betöltött szerepe és az azzal szemben állított elvárások formálódnak az idők során, mely a reklámpiacot is érinti. Kiemelt fontossággal bír annak megvizsgálása, hogy az idő múlásával megfigyelhető-e előrelépés a sztereotipizáló reklámok területén nemzetközi és hazai szinten. A nők gyakran nem egyenlő félként szerepelnek, társadalmi szerepük fontossága megkérdőjelezésre kerül egy-egy sztereotipizáló marketingkampány által. A mai napig sokszor találkozhatunk sértő, provokatív hírverésekkel, melyek kihatással lehetnek a kampányt elindító vállalattal szembeni viszonyulásunkra. Az 1970-es évektől kezdődően a nemi szerepek megjelenésének értelmezése közkedvelt kérdés a kutatók körében. Magyarországon az egyik ilyen áttörő tanulmány a témában Hofmeister Ágnes és Malota Erzsébet szerzőpárhoz köthető Kutatásuk célja a magyar lakosság attitűdjének feltérképezése volt a reklámokban szereplő férfi és női szerepek ábrázolásával kapcsolatban. Ez dolgozatom kiindulópontját is jelentette.

A pontosan húsz évvel ezelőtti kutatást a Marketingkutatás és Fogyasztói Magatartás Tanszék megismételte, ugyanazt a 17 állítást tartalmazó kérdőívet alkalmazva vizsgálatukban. Ennek almintáját felhasználva elemzésemben a 18 és 25 év közötti fiatalok véleményére összpontosítottam, hogy meglátásuk szerint miként jelennek meg a nemi szerepek a reklámokban. Dolgozatom célja, hogy ezen kérdéskört részletesen vizsgálja az ezredforduló óta eltelt idő viszonylatában. Az első részben a nemi szerepek alakulását járom körül szociológiai szempontból, egyszerre illusztrálva a témát friss statisztikai adatok és az adott altémákban végzett tudományos minőségű kutatások ismertetésével. Ezt követően a nemi szerepek megjelenését tanulmányozom a reklámok kontextusában először a retorikára, majd a sztereotípiák megjelenésére szűkítve a témát, később pedig két alpiacot, a sportolókét és az alkoholreklámokét kiemelve. A magyar marketingeseknek érdemes odafigyelni arra, hogy sértő hirdetési kampány esetén az adott vállalattól újonnan vásárolt terméknek a használatát jellemzően ab-bahagyná a fiatalabb generáció, kritikus nézőponttal tekintenek a reklámokra, annak ellenére is, hogy szerintük megfigyelhető pozitív változás a nők megjelenítésében. Az eredmények továbbá illusztrálják, hogy a férfiak és a nők ábrázolása között azonban a mai napig mutatkozik eltérés.

MOLNÁR TIMEA

timeam333@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Bíró-Szigeti Szilvia
egyetemi docens, BME GTK*

Egy koreai kozmetikumokkal kereskedő kisvállalkozás (szeretet)márkázási lehetőségei

Az induló kisvállalkozások számos kihívással találják szembe magukat már az első perctől kezdve. Többek között a márkázás feladatai is felmerülnek, hiszen ahogy megszületik a vállalkozás, vele egyidejűleg létrejön a céghez kapcsolódó márka is. Megeshet, hogy a márkázással kapcsolatos teendőknek nem tulajdonítanak kellő jelentőséget, és a vállalkozás nem képes kihasználni a márkaépítésben rejlő lehetőségeket. Az általam vizsgált kozmetikai termékekkel kereskedő, fiatal, családi kisvállalkozás megbeszélésén például az alábbi mondat hangzott el, amikor a márkázás témája merült fel: „Mi túl kicsik vagyunk ehhez.”

Ennek ellenére úgy vélem, hogy a kisvállalkozásnak nem szabad leküzdhetetlen, félelmetes problémaként gondolnia a márkaépítésre, sokkal inkább meg kell látnia benne a kezelhető, hasznos és jövővelmező lehetőségeket.

Dolgozatomban az AC3ID modell, Kotler és Keller három márkaérték-építő tényezőjének és Kevin Roberts szeretetmárka elméletének segítségével olyan eszközöket tártam fel, melyeket egy induló kisvállalkozás könnyedén hasznosíthat.

Úgy tettem meg mindezt, hogy a szeretetmárka alap gondolatát helyezem a középpontba. Az igazán jó márka ugyanis képes érzelmi többletet, racionalitáson túlmutató értékeket nyújtani az ügyfelek számára, így kialakulhat az érzelmeken alapuló, ésszerű lojalitást felülmúló, mély kötődés a felhasználók és a márka között.

A szeretetmárkázás alap gondolatából következik, hogy az ügyfelek és márka kapcsolatának kölcsönösnek kell lennie, éppen ezért egy leíró jellegű kvantitatív primer kutatást is elvégeztem online kérdőíves formában. A fogyasztói felmérés céljaként feltártam, hogy mit gondolnak a koreai szépségápolási termékek hazai fogyasztói a szeretetmárkázási eszközökről, a koreai kozmetikumokról, valamint a webáruházról, mint vásárlási módról az említett termékek és márkázási eszközök tekintetében.

Dolgozatom során sikerült meghatároznom olyan eszközöket és lehetőségeket, melyek a kisvállalkozás számára kellően alacsony költségszinten megvalósíthatók, és erősíthetik a cég szeretetmárkáját. A fogyasztói felmérés eredményei alapján számos fejlesztési irányvonalat javasoltam márkázási stratégiájához kapcsolódóan. Kiderült, hogy a vizsgált vállalkozás nem is olyan kicsi a márkaépítéshez.

ONHAUSZ NIKOLETT

n.onhausz@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Zarándné dr. Vámosi Kornélia

adjunktus, BGE KKK

Dübörgés hazánkban a drogéria szektor élén. Hogyan, miért és kinek? – A Rossmann Magyarország dinamikus marketingstratégiájának elemzése

Olyan világot élünk, ahol minden a külső, vagy legalábbis túlnyomó részt meghatározó. Legyen szó egy személyről, termékről, márkáról, vállalatról, tulajdonképpen egy cipőben jár mind, hiszen, ha nincs egy eladható és megnyerő arculat, akkor könnyen lekerülhet bárki a térképről.

Az FMCG szektorban rendkívül erős a verseny, naprakésznek kell lennie a résztvevőknek, hogy tudják, mivel tehetik lojálissá a vásárlóikat. A fogyasztókról általánosságban elmondható, hogy szeretik a minőséget, a megbízhatóságot, az igényes és esztétikus küllemet, valamint a felelősségvállalást is, nem csupán az egyes termékek iránt, de a „jó ügyekkel” szemben is.

Kutatásom témája a Rossmann Magyarország aktuális marketingkommunikációs stratégiájának feltérképezése, kommunikációs eszközeinek és tényezőinek váltása, valamint a megközelítésmódban történő változások elemzése, amelyek egytől egyik hatással vannak a márka imázsára. A megváltozott imázsnak óriási szerepe van a versenyképesség növekedésében, amellyel kapcsolatos „miérték?” úgy szint megválaszolásra kerülnek dolgozatom során, hiszen a bekövetkezett imázsváltozás mások számára is fontos tanulságokat hordozhat magában.

Ami a kutatást illeti, dolgozatom első felében szekunderkutatás keretében tekintem át a releváns marketingelméleteket, fogalmakat, a későbbiekben pedig primer kutatás keretében feltárom a drogéria szektor nemzetközi és hazai helyzetét, fogyasztói preferenciákat, versenyszféra résztvevőit, valamint a választott cég sajátosságait. Kvalitatív módszerrel, mélyinterjúk keretében nyerek belső információkat mind a megrendelő, mind pedig megvalósító oldalról, amelyek terveim szerint teljes keretet adnak majd dolgozatomnak.

Célom, hogy a kutatás szempontjából releváns gondolatok és információk alapján az online és offline jelenlét eredményességét, valamint az alkalmazott marketingstratégiákat elemezzem az új imázs kialakulásában, melyek mind jelentős szerepet játszottak a márkaimázs fiatalításában.

RAPPAY BENCE ZSOLT

rbzs@outlook.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezetők:

Dr. Totth Gedeon

főiskolai tanár, BGE KKK

Mezőné Oravecz Titanilla

tanársegéd, BGE KKK

Célzott reklámok a tömegközlekedésben

A digitális marketing megjelenésével és elterjedésével, valamint a digitalizáció fellendülésével még több aspektusból elemezhető a marketing szerepe a mindennapi életünkben. Az új módon megszerzett adatok birtokában különböző társadalmi, gazdasági és egyéb problémák megoldása is lehetséges.

Kutatásom célja, hogy részletes kidolgozottsággal körül járja, hogy milyen marketing eszközökkel optimalizálható és javítható Szekszárd város tömegközlekedési szolgáltatása, kiemelt figyelmet fordítva a célzott reklámok és a Big Data technológia alkalmazására. Szekunder kutatásom részeként több hazai és nemzetközi szakirodalmat vizsgáltam és foglaltam össze. Ennek során figyeltem az azonos szektorban lévő nemzetközi példák pozitív és negatív összehasonlításának kidolgozottságára, azok magyar környezetben való megvalósíthatóságára. Munkám folyamán vizsgálom, hogy a szolgáltatást igénybe vevők milyen véleménnyel vannak az új technológiák későbbi lehetséges bevezetéséről. Így, elsőként szűkebb körben kutatva, primer kutatásként, arra a kérdésre keresem a választ, hogy hogyan viszonyulnak egy kiválasztott közoktatási intézmény diákjai és munkavállalói a célzott reklámokért kapható kedvezményes szolgáltatásokhoz, különösképpen a helyi közlekedési szolgáltatáshoz? Ezt kvantitatív kutatással elemzem, kérdőíves felmérés módszerével. Interjúk során szakértők véleményét is kikértem.

A legtöbb nemzetközi irodalom állítja, hogy a tömegközlekedési ágazatban, a valós idejű adatok és a célzott hirdetések területe kevésbé vizsgált, azonban kiváló lehetőségeket rejt a vállalatoknak. Ázsiai és európai példákon keresztül bemutatathatóak a követendő megoldások, azonban figyelembe kell venni az országok (így köztük Magyarország) kulturális és gazdasági viszonyait is. Ebben segítenek első primer kutatási adataim, melyeket vizsgálva egy általános, a diákságra (azaz a következő aktív kereső és ingázó lakosokra) jellemző kijelentés tehető, amely a későbbi, további kutatási szakaszokban adatként szolgálhat.

„AZ INNOVÁCIÓS ÉS TECHNOLÓGIAI MINISZTERIUM ÚNKP-20-BGE-9 KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK A -NEMZETI KUTATÁSI, FEJLESZTÉSI ÉS INNOVÁCIÓS ALAPBÓL FINANSZÍROZOTT SZAKMAI TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT.”



SIMON ZSÓFIA

simonzs2000@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 3. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Prónay Szabolcs

egyetemi docens, SZTE GTK

Marketing a lovas világban

Mi, magyarok büszkén valljuk, hogy lovas nemzet vagyunk. A lovak és a lovaglás szeretete mélyen gyökerezik a magyar népben. Személyes indítatásból született TDK-dolgozatomban azt vizsgálom, hogy miként tud egy új márka sikeresen megjelenni a hazai lovas felszerelések piacán, és ebben milyen szerepe van a versenyhelyszíni marketingnek. A tanulmány kiterjed a magyar lovas társadalom márkahűségének és innovációhoz való viszonyának vizsgálatára is.

A kutatás során kvalitatív és kvantitatív módszert egyaránt alkalmaztam. A kvalitatív adatgyűjtés során külföldi és magyarországi lovasfelszerelés-gyártókkal és -forgalmazókkal készítettem többfordulós írásbeli interjút, amelynek során arra kerestem a választ, hogy az adott cég hogyan határozta el egy új márka magyarországi bevezetését, milyen kutatások előzték meg a döntést, valamint hogy hogyan zajlott az új márka bevezetése a piacra. Interjúalanyaim elmondták véleményüket a lovasok újdonság iránti nyitottságáról és márkahűségéről is, továbbá betekintést nyújtottak az általuk gyártott, illetve forgalmazott márka marketingjébe. A gyártói oldal megismerése hozzájárult kvantitatív kutatásom megalapozásához, melynek során kérdőíves megkeresést alkalmaztam. A kérdőívem célcsoportját alkotó lovasokat arról kérdeztem, hogy mely márkákat részesítik előnyben, hogyan befolyásolják vásárlói döntésüket a social media felületeken megjelenő vagy a szponzorált lovasok által népszerűsített márkák, valamint hogy mennyire szívesen próbálnának ki egy új márkát, akár úgy, hogy lecserélik régi, jól bevált márkájukat egy innovatív márkára. A vonatkozó szakirodalom áttanulmányozása, a kvalitatív kutatási eredmények kiértékelése és lovasként összegyűjtött megfigyeléseim alapján hat hipotézist állítottam fel, melynek egy részét sikerült igazolni egy részét el kellett venni, illetve egy hipotézis kapcsán nem született döntés.

A kvalitatív kutatás legfigyelemreméltóbb eredménye az, hogy a lovasok nyitottak az újdonságokra, olyannyira, hogy egy innovatív márka kedvéért márkaelhagyókká válhatnak, ennek ellenére a gyártók szerint a lovasok alapján véve márkahűek. Ezzel szemben a kvantitatív kutatásból az derült ki, hogy a lovasok eredendően sem tekinthetők márkahűnek, legfeljebb kvázi márkahűnek vagy márkaváltogatónak. A versenyhelyszíni marketingnek a márkabevezetés sikerességére gyakorolt hatása beigazolódott.

SZABÓ ÁKOS

akos.szabo8@stud.uni-corvinus.hu

Marketing

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Neulinger Ágnes

tanszékvezető egyetemi docens, BCE GTK

Ugyanaz a spot, mégis más az output – az auditív reklámok érzelmekre gyakorolt hatásának vizsgálata

A digitalizáció hatására bekövetkezett médiafogyasztási szokásváltozások eredménye, hogy az egyének a korábbiakhoz képest egyre nagyobb mértékben választják az interneten keresztül fogyasztható tartalmakat. Ennek az állításnak azonban ellentmond, hogy a rádióhallgatás továbbra is földfelszíni sugárzás mentén valósul meg, különösképp az idősebb generáció körében. A fiatalok médiafogyasztása a rádió, mint médiatípus helyett az online, streaming szolgáltatások mentén értelmezhető.

Ez a megváltozott médiafogyasztás komoly kihívásokat generál a médiapiacra, melyeket dolgozatomban feltérképezek. Ennek bemutatásának céljából elsődlegesen kvalitatív kutatást végeztem, mélyinterjúkat készítettem olyan szakértőkkel, akik szorosan kapcsolódnak az auditív média közegehez. Legfőbb problémaként a hallgatók heterogenitását jellemezték a fogyasztási szokások, motivációk és attitűdök mentén. A szakértők által nevesített jelenséget szindikált adatokat felhasználva értelmeztem a magyar lakosság körében. Meghatároztam a legfrissebb auditív tartalomfogyasztási szokásokat, melynek eredményének függvényében került későbbi primerkutatásom célcsoportja meghatározásra a fiatalok köréből.

Primerkutatásom célja, hogy feltárjam a fiatalok viszonyulását az auditív hirdetésekhez, az ehhez kapcsolódó érzelmváltozásukat. A célcsoport által jónak tartott, figyelemfelkeltő elemekben gazdag hirdetéseket vettem össze unalmas, akár eltekerésre készítő reklámszpotokkal. A kvantitatív kutatáson túl, egy kísérletet, mint módszertant alkalmaztam, annak érdekében, hogy a válaszadók esetleges érzelmváltozását bemutassam. Vizsgálódásom célja, hogy meghatározásra kerüljön, hogy milyen érzelmeket lehet kiváltani csupán auditív tartalomkibocsátás által. Egyáltalán az auditív reklámok érzelmkiváltására alkalmasak-e, továbbá ezeknek fogyasztása érzelmi állapotváltozáshoz vezethet-e. A kutatást a megváltozott fogyasztási jellemzőkkel leírható 30 év alatti korosztály körében végeztem.

A primerkutatás eredménye, hogy nem állapítható meg különbség a rádió és a különböző streaming szolgáltatók hallgatóinak érzelmváltozása között egy reklámblokk lejátszását követően. Szignifikáns különbséget csak a negatív érzelmek főcsoportja esetén sikerült kimutatni, tartalomfogyasztási platform preferenciától függetlenül.

Dolgozatomban célja, hogy az ügyfél, ügynökségi és akár média oldalon elhelyezkedő érintettek naprakész információt kapjanak a fiatalok fogyasztói magatartásának változásáról, jelenlegi viselkedésükről.

SZABÓ BRIGITTA

briggiszabo@gmail.com

Kereskedelem-marketing

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Papp Judit

adjunktus, BGE KVIK

A szépségipar kommunikációja, annak befolyása és a koronavírus okozta változások

Kutatásom során a szépségipar kommunikációját vizsgálom, alapul véve a 21. század online és offline eszközeit, azok változását a járványhelyzet kialakulása óta, és hogy ezek miként befolyásolják tudatosan és tudat alatt a 18 év feletti női vásárlókat. Napjainkban a reklámok a hétköznapi élet minden területén jelen vannak, akárhol járunk impulzusok ezrei érnek bennünket, mégis sokan meg vannak győződve arról, hogy vásárlási döntéseikre mindezek nincsenek hatással.

Dolgozatomban szerettem volna összegyűjteni, hogy hol és milyen eszközöket használnak ma a szépségipari cikket forgalmazó cégek, majd választ kapni arra is, hogy a vásárlói oldal hogyan, mennyit érzékel a reklámok világából, mely döntések születnek tudatosan és mik azok, amik a tudatalattink elraktározott választásai. Legvégül pedig betekintést nyerni, hogy mennyiben változtatta meg a koronavírus és az általa kialakult helyzet a cégek kommunikációját. A szekunder kutatásomban a hangsúlyt arra fektettem, hogy részletesen összeszedjem a ma használt kommunikációs eszközöket a már meglévő információk alapján, majd kiemeljem a jelenlegi pandémiás helyzet okozta változásokat. A primer kutatásom első része egy kvantitatív kérdőív, ahol a vásárlói oldalt kérdeztem meg, a második része pedig egy kvalitatív mélyinterjú, ahol két szakmabeli válaszolt a kérdéseimre. A kérdőívben többek között a vásárlói szokásokat, a reklámokhoz való viszonyulást és a mostani helyzet alatti új lehetőségekre való nyitottságot mértem fel. A személyes megkérdezés során pedig a cégek koronavírusra adott reakcióját vizsgáltam, és hirdetések pszichológiai hátterére kérdeztem rá. A válaszok alapján többek között kiderült, hogy a termékek kiválasztása tekintetében, sokszor csak az üzletben vagy online térben döntenek, így még a vásárlás idejében is több lehetőség van, amit a befolyás érdekében ki lehet használni. A kvalitatív kutatás során, tapasztalatok alapján a legtöbb cég a kommunikációból jelentősen visszavett leginkább a tehetetlenség miatt, de a meglévők pedig tartalmi szempontból inkább igyekeztek elhatárolódni a járványhelyzettől.

TÖRÖK RÉKA SZABINA

torok.reka.szabina@gmail.com

Marketing

MSc, 5. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Prónay Szabolcs

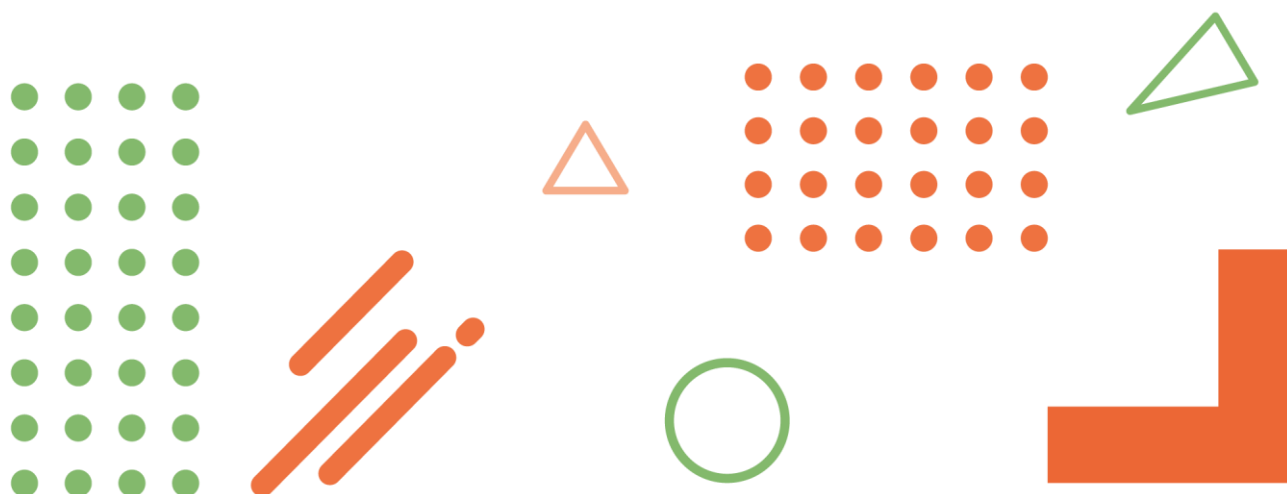
egyetemi docens, SZTE GTK

Szeged város imázsának élménymarketing alapú fejlesztése

Az elmúlt évtizedekben a fogyasztói magatartás és – igény területén végbement paradigmaváltás hatására már nem elégíti ki a vásárló igényeit egy mindössze funkcionalitását betöltő termék, hanem annál többre, élményszerzésre vágnak általa. Ezzel párhuzamosan az utazások is elérhetőbbé váltak, aminek következtében megnövekedett a városok közötti verseny, így egyre szükségesebbé válik a marketing szerepe a településtermékek esetén is. Ennek jegyében Szeged város imázsának élményszemléletű vizsgálatát helyeztem a dolgozat középpontjába, arra a kérdésre keresve a választ, hogy „Az élménymarketing mely eszközeit és miként lehet felhasználni Szeged város imázsának fejlesztésében?”.

A kutatási kérdésem megválaszolásához elengedhetetlennek találtam a település értékeinek feltárását, valamint a jelenleg alkalmazott marketingtevékenység megismerését. Előbbit Anholt City Brand Indexén keresztül ismertettem, majd terepmunkát végeztem, amelynek során összegyűjtöttem a Szeged város által alkalmazott kommunikációs eszközöket. A kutatás eredményessége érdekében kombináltam a kvalitatív és a kvantitatív módszereket. Így az online kérdőíves megkérdezést három szakmai interjú előzte meg, amelyet a város kommunikációját alakító személyekkel – alpolgármester úr, turisztikai referens, rendezvényszervező vállalkozó – végeztem el.

A kutatásaim alapján megfogalmazható, hogy az épített örökségek mellett az adott városban átélhető élmények is kiemelt szerepet játszanak imázsának formálódásában. Utóbbiak kimenetelére gyakorolnak hatást a különböző városi rendezvények, a helyiek hangulata, valamint a fotózható-, szelfipontok jelenléte. Szegedről pozitív kép él a fogyasztók fejében, amelyben kevésbé kapnak helyet kedvelt rendezvényei. Ezért utóbbiak és az egyedi hangulat kommunikálása lehetőségül szolgál az imázs erősítésében.



ÚJVÁRI ALIZ

ujvari.aliz04@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Huszár Sándor
tanársegéd, SZTE GTK*

A női tárgyiasítás megjelenése a marketingkommunikációban

A női tárgyiasítás reklámokban való megjelenése óta a marketingkommunikációs eszközök tárháza csak bővült, ezzel új felületek és lehetőségek nyíltak meg a további kompromittáló és társadalmi szempontból megkérdőjelezhető reklámok készítésére. Mivel a szexuális tartalmú reklámokban elsősorban nők jelennek meg, joggal vetődik fel a kérdés, hogy vajon mennyire etikus a nők reklámokban való tárgyiasított ábrázolása? Kutatásom a szexualizált elemeket és női tárgyiasítást megjelenítő reklámokkal kapcsolatos attitűdöket vizsgálta a 18-40 éves fiatal felnőttek körében.

Az elméleti áttekintésemet két primer kutatás követi, amelyekben a kutatási kérdésemhez felállított hipotéziseimet vizsgálom. Az első kutatásom egy online kitölthető kérdőív, amely a válaszadók attitűdjét vizsgálja szexualitást tartalmazó reklámokkal kapcsolatban, valamint néhány általam kiválasztott reklám esetén osztották meg a résztvevők a véleményüket.

A második primer kutatásomat szemkamera alkalmazásával végeztem, mely során az alanyokat két csoportra bontottam és különböző saját szerkesztésű hirdetésekkel mutattam a csoportoknak annak érdekében, hogy a hirdetésekben megjelenő tárgyiasítás hatását vizsgálhassam az alanyokra nézve. A szemkamerás vizsgálatot közvetlenül egy kontrollkérdőív követte, amely lehetőséget adott arra, hogy a résztvevők információfeldolgozásával és visszaemlékezési képességével kapcsolatos hatásokat is megvizsgálhassam.

Az eredmények alapján többek között elmondható, hogy a résztvevők szerint a jelenlegi média túlszexualizált, illetve ezen hirdetések sokakat márkaváltásra ösztönözhetnek. Továbbá a nők érzékenyebben reagálnak a hirdetésekben megjelenő szexualizációra, mint a férfiak.

Marketing – marketingstratégia

Elnök: Prof. Dr. Szakály Zoltán egyetemi tanár (DE GTK)
Tag: Dr. Ercsey Ida egyetemi docens (SZE KGK)
Tag: Dr. habil. Gyulavári Tamás egyetemi docens (BCE GTK)
Tag: Dr. Kelemen-Erdős Anikó egyetemi docens (ÓE KGK)

BARCSÁK LINDA

lindu.barcsak@gmail.com

Marketing

MSc, 4. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Molnár László
egyetemi docens, ME GTK*

Nemzetközi marketingkutatói trendek vizsgálata a hazai piackutató cégek esetében, illetve a hazai felsőoktatásban

A mai világban az információs technológia rohamos fejlődése hatalmas befolyással van nem csak a mindennapi életre, de a kutatói tevékenységekre is. Azért esett a választásom a marketingkutató témakörére, mert szerettem volna mélyebben vizsgálni, hogy milyen új technológiák, trendek befolyásolják a kutatások mindennapjait. Milyen új eszközökkel és technológiákkal lehet különböző igényeket felmérni és konklúziókat levonni. A dolgozatomban elemzem a hazánkban nagy múlttal rendelkező, aktívan tevékenykedő piackutató cégek (27) kutatói módszereit, összehasonlítom a külföldi piackutató cégek által alkalmazott trendekkel. A tartalomelemzés módszeremet a GRIT riport alapján készítettem, amely összegyűjti a nemzetközi piackutató cégek által alkalmazott legújabb módszereket. Próbáltam felmérni, hogy mi az aktuális helyzet Magyarországon a hazai piackutató cégek esetében, és szerettem volna bemutatni, hogy milyen lemaradásai vannak összességében a cégeknek, illetve egymáshoz mérve egyéenként. Ezen felül megvizsgáltam, hogy hazánkban a különböző egyetemek (17) kereskedelem és marketing alap-, és marketing mesterképzésein a nemzetközi legújabb trendeket milyen mértékben oktatják.

A tartalmi felépítését tekintve első részben a nemzetközi marketingkutatói trendek fogalmát magyarázom meg, majd ezt követően több oldalról vizsgálom a hazai piackutató cégek -PMSZ.org, piackutatas.lap.hu, illetve Professzionális Piackutatók Társasága tajaít – módszereit. Ezzel párhuzamosan pedig felvettem a kapcsolatot a hazai Egyetemek alap és mesterképzésen oktatott marketingkutató, piackutató vagy hasonló megnevezésű, de ebben a témában tanított tárgyak Oktatói nagyrészével és email-en keresztül kértem, hogy az általam megküldött exceltáblát – amely táblázatban rákérdezett arra, mely a GRIT riport trendjei alapján felsorolt trendeket tanítják a hallgatóknak és milyen intenzitással – kitöltve küldjék vissza részemre.

Az eredményeim alapján a hazai piackutató cégek nem az élenjáró országok közé tartoznak, akik minden újszerű trendet alkalmaznak. Ami azt illeti, hogy nem mindenki használ új trendeket, nem azt jelenti, hogy elmaradott lenne, csupán az ő szolgáltatásait igénybe vevő feleknek az is megfelel, ami eddig bevált.

A hazai egyetemek esetében BSC képzésen arányosságaiban elmondható, hogy nagy gyakorisággal oktatnak az új trendekről. Viszont MSC képzés, esetében pedig arányosságában kisebb mértékben fejtegetik a különböző tantárgyak esetében az új módszereket a BSC képzéshez képest.

FARKAS BERNADETT

farkas.bernike99@gmail.com

Gazdasági informatika

BSc, 6. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

FÜLÖP PÉTER

fulop1peter@yahoo.com

Vállalati pénzügyi

MSc, 2. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

FORRÓ KINGA

kikiforro@gmail.com

Marketing

BSc, 6. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

SZÓKE TÍMEA

timi.szoke98@yahoo.com

Marketing

BSc, 6. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

*Témavezető:
Dr. Săplăcan Zsuzsa
adjunktus, RO BBTE*

Digital Marketing Headhunt

A technológiai fejlődés lényegesen átalakította a marketing szakma eszköztárát. Olyan új szakmák jelentek meg a digitalizáció következtében, amelyek még pár évtizeddel ezelőtt nem léteztek. Számos kutatás alátámasztja, hogy a marketing szakma iránt általában, a digitális marketing szakma iránt megkiemelten megnőtt a kereslet alkalmazott és alkalmazói oldalon.

Kutatásunk célja az, hogy feltérképezze a romániai marketingpiac igényeit, hogy milyen készségeket és tudást várnak el a munkaadók a potenciális alkalmazottaktól ezen a szakterületen.

Metodológiánkhoz tartozott az eJobs-on megjelent állások vizsgálata, illetve már publikált, külföldi tudományos cikkek alapján is tájékozódunk. A tudományos kutatás során szakirodalmi publikációkból a szakterülethez szükséges képességeket szűrtük ki, illetve az álláshirdetéseket tartalomelemzés segítségével vizsgáltuk. A csapat munkája összefonódott abban a szakaszban, amikor az állások és képességek közötti kapcsolatok kerültek elemzésre.

Az eredmények figyelemre méltók és relevánsak úgy a digitális marketing szakma, mint a már globális tendenciává alakult digitalizáció szempontjából is. Olyan veleszületett és elsajátítható készségek iránti kereslet áll fenn a piacon, amelyek szoros kapcsolatban állnak a már minden iparágat átölelő digitalizációval.

HORVÁTH KATA*horvath.kata06@gmail.com*

Kereskedelem és marketing

BSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Molnár László
egyetemi docens, ME GTK*

A hazai neuromarketing-kutatás perspektívái – múlt, jelen, jövő

A neuromarketing alapfeltevése, hogy a válaszadók se nem képesek, se nem hajlandók pontos visszajelzést adni a korábbi attitűdjükről, magatartásukról. Ez természetesen vonja magával a tényt, miszerint a vevők agyi aktivitásának, válaszreakcióinak közvetlen vizsgálatával sokkal pontosabb, hasznosabb eredményekhez juthatunk, mint az egyének személyes (akár írásos, akár szóbeli) megkérdezésével. Ezzel lehetővé válik a kutatók számára, hogy szüretlen információkhoz jussanak, olyanokhoz, amiket esetlegesen nem módosított az alanyok megfelelési vágya vagy szégyenérzete. Míg a marketing alapvető funkciója az, hogy a megfelelő termékekkel párosítsa az embereket, addig a neuromarketing a különféle idegi tevékenységek és fogyasztói magatartások közötti kapcsolatok azonosítására koncentrál. Az egyértelműen látszik, hogy egy rendkívül érdekes és ígéretes eredménnyel kecsegtető területről beszélhetünk – nem hiába vált a nemzetközi tudományos szféra egyik kedvelt témájává.

Jelen tanulmány célja, hogy a neuromarketing hazai helyzetét három időperspektívából (múlt, jelen, valamint jövő) átfogóan tanulmányozza. A múlt feltárásának szándékával elkészítettem egy adatbázist, mely a 2020 novembere előtt megjelent hazai, neuromarketing témájú publikációkat foglalja magába. Ennek átfogó metaelemzésével lehetővé vált számomra, hogy azonosítsam többek között a hazai kutatóműhelyeket, a diszciplína országos területi lefedettségét, a publikációk során a legfrequentáltabb témákat és az ezekhez alkalmazott módszertanokat, továbbá a tudományág népszerűségének időbeli alakulását is a hazai tudományos szférában. A jelen állapot megértésének céljával egy szakértői mélyinterjút készítettem az ország első számú neuromarketing szakértőjével, melynek segítségével meghatározhattam a neuromarketing hazai korlátait, választ kaptam arra, hogy miért fontos a jelenleg felsőoktatásban marketinget hallgatók neuromarketing ismeretekkel történő felvértezése, illetőleg, hogy létezik-e mód a hazai vállalatok érdekeltségének növelésére a neuromarketing kutatások iránt. A tudományág jövőbeni helyzetének javításának szándékával létrehoztam egy saját produktumot, a neuromarketing kutatások egységes platformjának szánt NeMo.hu honlapot. A honlap célja, hogy javítson a neuromarketing hazai lehetőségén, átláthatóbbá tegye a hazai neuromarketing kutatásokat, mellyel csökkenthetővé válik az azonos tartalmú publikációk születése.

KOVÁCS ESZTER

eszt199811@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. Harsányi Dávid

főiskolai docens, BGE KKK

A XXI. század könyvtárai, amelyek megérték az agilis transzformációra (A termékfejlesztés folyamata egy gyakorlati példán keresztül)

Az Országos Tudományos Diákköri Konferencia dolgozatom célja, hogy a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár „könyvet házhoz” szolgáltatása által inspirálva megvizsgáltam, hogy milyen kihívásokra kell válaszokat adnia egy könyvtárnak a XXI. században. Egyáltalán kik használnak vagy használnának manapság könyvtárat és mire, illetve hogyan lehetne az ő „könyvtárélményüket” még inkább fokozni?

Feltáró jellegű kutatásom során, bizonyítottam, hogy a releváns célcsoportnak – könyvtártag és könyvkedvelő/nem könyvtártag, de könyvkedvelő (összesen 15 db) – milyen észrevételeik és fennakadásaik vannak a könyvtárakkal kapcsolatban és egy termékfejlesztés során mennyiben változna véleményük.

A kutatási koncepciót a szekunder kutatással folytattam. A dolgozat során az általam relevánsnak gondolt (külföldi, belföldi) szakirodalmakat használtam. Továbbá a könyvtár szolgáltatását nyújtó felek körében is készítettem interjút (3 könyvtárigazgató), amelynek célja, hogy még mélyebben megismerhessem többek között a XXI. századi könyvtár lehetőségeit, feladatát és marketing stratégiáját.

A primer kutatás során (kvalitatív kutatás) mélyinterjúkat készítettem, amely egy strukturált interjú guide segítségével készül. Az interjúk célja, hogy a könyvet/könyvtárat kedvelők szemszögéből megismerjem a könyvolvasási szokásokat és a könyvtárak jelenlegi lehetőségeit, gyengepontjait, amelyek néhány elemét érdemes lehet figyelembe venni és fejleszteni. Továbbá a célközönség körében, user personákat alkotva vizsgáltam meg a fogyasztói attitűdöket.

Végezetül a dolgozat befejező része mutatja be az eredményeket. Nagyrészen bebizonyosodott, hogy a kutatás elején felállított hipotézisek igaznak bizonyulnak. A dolgozatban fény derült arra is, hogy a XXI. századi könyvtárnak milyen kihívásokkal kell szembenéznie és mindezt hogyan képes teljesíteni. A dolgozat választ ad arra a kérdésre is, hogy a könyvtárakat kik (nem) veszik szívesen igénybe és mi ennek az oka. A bibliotékák milyen irányba tudnak fejlődni, annak érdekében, hogy a célcsoport minél szívesebben és gyakrabban használja.

KOVÁCS TÍMEA*timea19962@gmail.com*

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

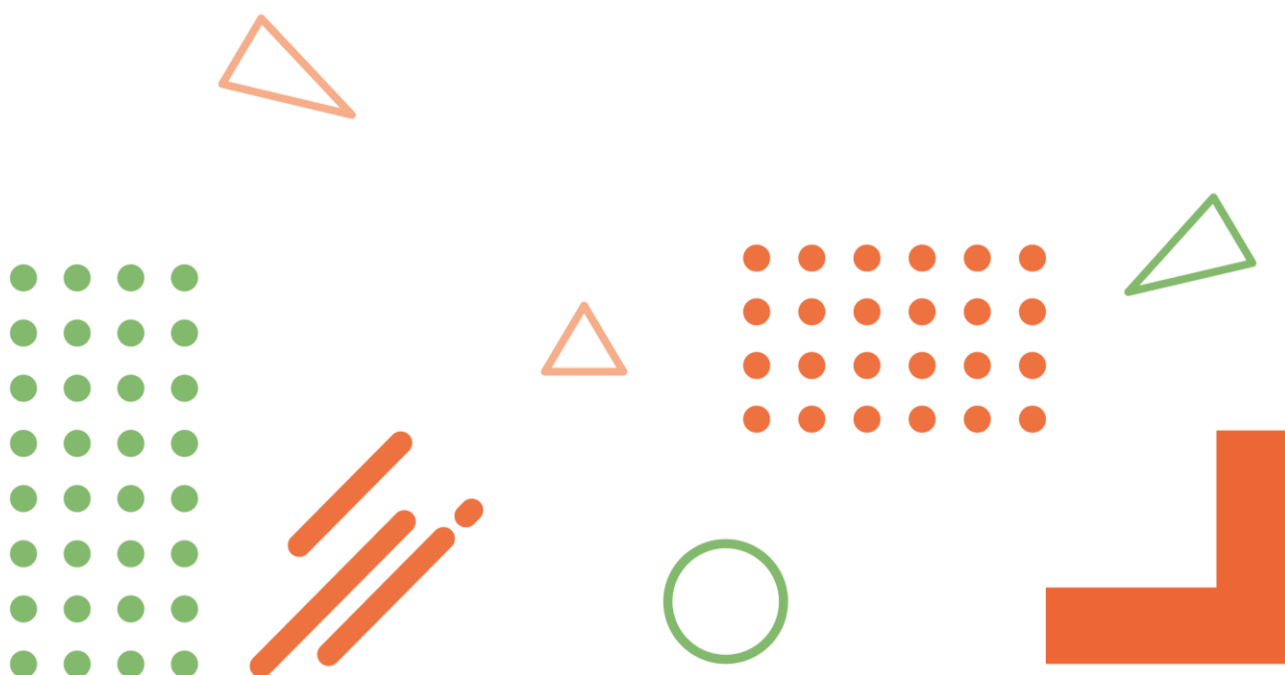
*Témavezető:
Dr. Eszes István
főiskolai tanár, BGE KKK*

Webáruház audit marketinges szemmel – Egy kereskedelmi webáruház online marketing tevékenységének elemzése

Dolgozatomban megvizsgáltam egy e-kereskedelemmel foglalkozó hazai kisvállalkozás webáruházát. Fő kutatási kérdésem volt, hogy a vizsgált vállalkozás milyen online marketing eszközöket használ és ezeket mennyire hatékonyan alkalmazza. Kutatásom célja, hogy javaslatokat tegyek a webáruház online marketing tevékenységének javítása érdekében.

A kutatás első részében ismertetem az elektronikus kereskedelem fogalmát és jellemzőit, valamint az online kereskedelem magyarországi mutatószámait. A második részben bemutatom a vállalkozást, a harmadikban pedig elemzem a versenytársakat. A kutatás további részében kerül sor a webáruház vizsgálatára. A webdesign és felhasználói élmény vizsgálata során 10 félig strukturált mélyinterjút elemeztem. A további alfejezetekben a megfigyelés módszerét alkalmaztam és különböző webáruház elemző eszközöket használtam. Megvizsgáltam a weboldalt műszaki és keresőoptimalizálás szempontból, majd elemeztem Google Analytics eredményeket. Emellett megvizsgáltam a Google Ads hirdetések, a közösségi média megjelenéseket és az e-mail marketinget.

A kutatás végén következtetéseket vontam le arra vonatkozóan, hogy mik azok az online marketing eszközök, amiket sikeresen vagy kevésbé sikeresen használ az adott vállalkozás. Az elemzések során teljes képet kaptam a vizsgált webáruház online marketing tevékenységéről.



LIPCSEI BENCE

lipcsei.bence1@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

SZABÓ DOROTTYA

sz.dorottya3@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

*Témavezető:
Madari Zoltán
tanársegéd, BCE KTK*

A marketing eszközökkel folytatott rivalizálás hatása a részvényárfolyamokra a Coca Cola Company és a PepsiCo esetében

Azon iparágakban, ahol nagy a piaci részesedés koncentrációja, azaz kevés szereplőre jut az értékesítés jelentős része, fokozott verseny folyik a piacvezetői pozícióért. Erre szolgál példaként a cukros üdítőitalok piaca, ahol a Coca Cola és a PepsiCo a kiélezett verseny résztvevője. A rivalizálást jelen dolgozatunkban a marketingstratégiák oldaláról írjuk le, ugyanis időszerelemzési módszerekkel vizsgáltuk a két vállalat marketingtevékenységének hatását a saját, illetve a versenytárs részvényeinek árfolyamára. A heti adatok felhasználásával futtatott modelljeinket két szűkebb téma köré csoportosítottuk.

A szakirodalmat áttekintve a vizsgált területek közül elsőnek az új termékek bevezetésével foglalkoztunk, amely során a legjelentősebb újítások híreit vettük be ARIMAX és VAR modelljeinkbe. Az elemzés második pillérét a szponzori szerződések hatásának vizsgálata adta, ahol kitértünk az ambush marketing jelentőségére is. Kiindulási hipotéziseinkben a részvényárfolyamok adott események hatására bekövetkező elmozdulásaiknak irányát prediktáltuk és összegeztük. Elsősorban a piaci dinamikákból kiindulva vezettük le az események hatásait. Az alkalmazott modellek eredményeinek tükrében értékeltük kezdeti feltételezésinket, illetve megállapítottuk, hogy a két árfolyam között kapcsolat mutatható ki.

Kulcsszavak: marketingstratégia, szponzorációk, új termékek, időszerelemzés

JEL-kódok: C22, C32, M31, M37

MIHÁLY ZSANETT

mhlyzsanett@gmail.com

Kereskedelem és marketing
BSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

TÓTH STELLA

stellatoth95@gmail.com

Kereskedelem és marketing
BSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar

*Témavezető:
Dr. Kopcsay László
egyetemi docens, BGE KKK*

Hagyományos és diszkont légitársaságok stratégiájának összehasonlítása

Az elmúlt tíz év folyamán közel megduplázódott az utasforgalom a nemzetközi repülőtereken, melyek közül a Liszt Ferenc Repülőtér sem kivétel. A megnövekedett forgalom és az e mögött álló marketingstratégia, illetve a hagyományos és a diszkont légitársaságok módszerei közötti eltérések, melyek ezt a megnövekedett számot eredményezték, felkeltették figyelmünket.

Szekunder kutatásunk folyamán elemeztük az utasszállítók eredményeit, vizsgálva a hagyományos, illetve diszkont légitársaságok utasforgalmi adatait.

Diszkont légitársaságok esetén legfőképpen a Wizz Air és a Ryanair adatait, stratégiáit vizsgáltuk, míg a hagyományos társaságoknál többek között olyan nagyobb Budapestről járatot indító társaságokat tanulmányoztunk, mint a Lufthansa, Emirates, KLM, illetve az Air France.

Ezen gondolatmeneten elindulva elkezdtük elemző szemmel nézni azok kereskedelmi- és marketingstratégiáját. Megvizsgáltuk többek között a hagyományos és diszkont társaságok statisztikai adatait, kapacitásukat, és annak kihasználtságát, majd marketing szempontból kezdtük el elemezni a stratégiákat, marketing mix elemeit, illetve az eladási technikákat. Végül ezek alapján konstatáltuk az árnyesség nagyságát mindkét légitársaság típus között, melyeket összefüggésbe próbáltunk hozni a korábban megállapítottakkal. A piacbővülés következtében dolgozatunkban kitértünk arra is, hogy a diszkont társaságok továbbra is törhetetlen sikerére hogyan reagáltak a hagyományos légitársaságok a piacon.

Primer kutatásunk során kérdőív segítségével a 18 és 35 év közöttiek repülési szokásait vizsgáltuk, melyben legfőképpen arról kérdeztük a válaszadókat, hogy mely légitársaságot választották eddigi útjaik során, és döntésükkor mi befolyásolta őket a választás pillanatában, továbbá, hogy a jövőben melyik társaságtípus mellett döntenének.

Primer és szekunder kutatásaink összevetésével egyértelműen kiderült, hogy manapság a légitársaságok közül az újonnan feltörekvő diszkont légitársaságok népszerű formái lettek a repülő utaknak, mely mind az általuk alkalmazott marketingstratégiájával, mind árazási technikáival megreformálta a piacot és a repülési szokásokat.

MOLNÁR MÁRIA

molnarmaria76@gmail.com

Marketing

MSc, 6. félév

Eszterházy Károly Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Tamus Antalné dr.
főiskolai tanár, EKE GTK*

Dohányjüvedéki termékek csomagolásának és árváltozásának gazdasági hatásvizsgálata a kereskedelemre és a fogyasztásra Magyarországon

Problémafelvetés: Kutatásom során vizsgálom jogszabályi változások hatását a dohány jüvedéki termékek és alternatív termékek kereskedelmével és fogyasztásával kapcsolatban.

Kutatási célkitűzés:

C1: A EU TPD direktívák előírásai hatással vannak -e a dohányipari termékek fogyasztására?

- H01: Az „új” TPD II direktíva azon előírása, hogy a dohányjüvedéki termékek mindkét oldalán el kell helyezni képes egészségvédelmi feliratokat, nem hatnak zavaróan a fogyasztók számára, a dohányzásról leszokást nem segítik.
- H02: A TPD rendeletek miatt bekövetkezett csomagolásváltás hatással van a termékválasztásra.
- H03: A TPD rendelet azon előírása, hogy a bevezetésre kerüljön Magyarországon a Plya Packaging – egyencsomagolás nem csökkenti a termékek fogyasztását.
- H04: A TPD rendeletek miatt bekövetkezett a termékek csomagolásán nincs feltüntetve a nikotin kátrány és szénmonoszid tartalom, hiányolják a fogyasztók.

C2: A dohányjüvedéki törvény azon változása, hogy a termékeken az adójegyet felváltotta a zárjegy, hatással van-e a vásárlási és fogyasztási szokásokra és a kereskedelemre

- H05: A dohányipari termékek fogyasztását nem csökkenti a dohánytermékek adójegyről zárjegyre történő váltása.

C3: Az „alternatív”- füst mentes dohány termékek bevezetése hatással van –e a dohánytermékek fogyasztására?

- H06: Magyarországon 2017-2019 között több innovatív termékeket vezettek be, e termékek ismeret és használata kevésbé terjed el, a dohányzási szokásokat nem rendezte át. Az általam alkalmazott kutatási módszerek: Szekunder jellegű adat- és információgyűjtés, feldolgozás különböző statisztikai számítások alkalmazásával. Primer kutatások: egyéni mélyinterjúk a dohánypiac szereplőivel, fókuszcsoportos interjúk, kérdőíves megkérdezések aktív dohányzók és nem dohányzók körében.

A kutatás eredményei: A dohányipari termékek fogyasztásának mértéke nem csökkent a TPD rendeletek hatására. A dohánytermékek csomagolása, valamint a kiszerezési egységek változása sem a hagyományos sem az új típusú termékeknél nincs hatással a fogyasztás mértékére. Az adójegyőről zárjegyre történő változás, valamint a termékek árának esetleges növekedése nincs jelentős hatással a fogyasztásra. Az ártalomcsökkentett termékek fogyasztási aránya nő, az ismerősök ajánlás fontos szempont a termék választásnál, hiszen -e termékkörre is szigorú reklámtilalom vonatkozik. Az alternatív termék fogyasztás növekedésének háttérében az áll, hogy ezek fogyasztói egészségesebb és a környezetet kevésbé zavaró alternatívát keresnek.

NAGY ÁDÁM

adamnagy0518@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment

BSc, 6. félév

Kodolányi János Egyetem

*Témavezető:
Dr. Malatyinszki Szilárd
adjunktus, KJE*

Az Alföld Gyöngye Hotel és Konferenciaközpont marketingstratégiájának elemzése és fejlesztése

Duális képzés keretein belül kezdtem meg tanulmányaimat az egyetemen, így már három éve állok munkaviszonyban az Alföld Gyöngye Hotel és Konferenciaközpontban. Ez idő alatt megismerkedtem a hotel teljes működésével. Átlátom a felépítését és működését, valamint az értékesítési és marketing csatornák működését és hatékonyságát. Tudásom bővülésével nyilvánvalóvá vált számomra, hogy a jelenlegi működés hatékonysága alacsony. Sem a területi lehetőségeket, sem pedig a XXI. század kínálta technikai lehetőségeket nem használja ki megfelelően az intézmény. Dolgozatom első felében a nyitástól a jelenig tartó időszakra tekintek vissza, figyelve a fejlődést s elemezve az esetleges hibákat. A második felében a hibák javításán dolgoztam és próbáltam a környék és a technika adta lehetőségeket beleépíteni. A témavezetőm elméleti iránymutatása mellett hozzáfértem a szállodakezelő szoftverhez melyben évekre visszamenőleg tudtam követni a foglalások adatait ezzel is támogatva a munka pontos elemzésbeli háttérét.

A jelenlegi veszélyhelyzet tovább növelte a munka aktualitását, hiszen az újra nyitás után fontos, hogy be tudjuk vonzani a vendégeket a konkurenciánál hatékonyabban. Ezen felül jelenleg felújítási és fejlesztési munkálatok zajlanak, melyek szintén akkor válnak sikeressé, ha azt megfelelően tudjuk a fogyasztóknak bemutatni. Tehát az eredmények tekintetében úgy gondolom a munka sikeres volt. Véleményem szerint több szempontból is hibás és hiányos a jelenlegi stratégia. Amennyiben a jelenlegi rendszer nem működik hatékonyan és ezt a mintát követi a jövőbeli rendszer, az sem lesz kellően hatékony. Az elméleti háttér és a kutatásaim alapján kísérletet tettem új stratégia kidolgozására, illetve a régi felújítására.

NAGY ANETT VALENTINA

anettvalentinanagy@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Hajdú Noémi
egyetemi docens, ME GTK*

Online értékesítés a Viktoriabolla márkán keresztül

A dolgozatomat az online értékesítésről írtam különös figyelmet szentelve az üzleti modellnek, majd a kutatásom elméleti anyagát gyakorlatban is bemutattam, egy általam választott márkán, a Viktoriabolla ruhamárkán keresztül.

A dolgozatomban először is bemutattam Bolla Viktóriát, a márka alkotóját és tulajdonosát, és az általa megalkotott márkát. Majd összegeztem, hogy a koronavírus hogyan hatott az e-kereskedelemre, és hogyan reagált a változásokra a márka.

Bemutattam és összefoglaltam az üzleti modellek általam legrelevánsabbnak tartott definícióit, majd megnéztem mi alapján kell üzleti modellt választanunk. Ezután áttértem az e-business modellek elméleti hátterének bemutatására. Különös figyelmet fordítva a bevételi modellre. Az e-business modelleknél alapul vettem Laudon és Traver E-commerce 2017-es kiadását. A márkához társítottam a megfelelő üzleti modellt, vagyis a pay-per-use modellt, azaz a tényleges használat után való fizetési modellt. Ezt az üzleti modellt kifejtem és részletesen ismertetem, és indoklom ennek a modellnek választását, relevanciáját is.

Ezután áttértem magára az online értékesítésre. Megnézve, hogyan változott a klasszikus vásárlói út az online térben. Illetve pontosan hogyan van erre lehetőségünk a Viktoriabolla termékeket árusító webshopban és Instragram shop-ban. Ezt követően kitértem az Instragramon keresztül való vásárlás fontosságára.

Dolgozatomat végül egy javaslattétellel zárom a márka felé. Összefoglalva a kutatásom alatt azokat, amikben kifejezetten jónak, sikeresnek tartom őket, ami az ügyfelekkel való kommunikációja, bánásmódja. Az általam vélt hiányosságokat (mint a mobilapplikáció hiánya) pedig kifejtem és igyekszem szakirodalmat is párosítani hozzá.

PLÓSZ ÁGOTA

agotaplosz@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Molnár László

egyetemi docens, ME GTK

Az online vásárlási szokások elemzése és a webáruházak auditálásának módszerei

A mai felgyorsult világban online intézzük a teendőink nagy részét, köztük a vásárlásainkat is. Míg 10 évvel ezelőtt a fogyasztók szinte minden terméket az áruházakban vásároltak meg, addig mára már az online kereskedelem került előtérbe. A digitalizációnak köszönhetően teret nyer az e-kereskedelem. Az okos eszközök elterjedésének köszönhetően sokkal nyitottabbak az emberek az online világ felé. A háztartások nagy részében fellelhető minimum egy olyan okoseszköz, ami az internetre csatlakoztatható. Az internet segítségével pedig egyszerűen és kényelmesen böngészhetnek a felhasználók a különböző online áruházak kínálatai között.

Az online kereskedelem az életünk minden területén, egy egyszerű ruha vagy élelmiszer vásárlástól kezdve a szórakoztató elektronikán át a szolgáltatásokig jelen van. Magyarországon az utóbbi öt évben egyre több online áruházat nyitottak meg; szinte már nincs olyan termék, amit ne tudnának a fogyasztók online megvásárolni. A vizsgálódásom elsődleges célja, hogy megismerjem az online vásárlók szokásait. Megkeressem azokat az érveket és ellenérveket, amik az e-kereskedelem mellett és ellen szólnak. Kutatom, hogy Magyarországon hogyan alakulnak a vásárlási szokások és, hogy a fogyasztók milyen indíttatásból részesítik előnyben inkább az online vásárlást, mint az áruházban történő személyes termékmegvételt. Kitérek arra, hogy a hazai fogyasztók milyen termékeket vásárolnak online. Elemzem mind a belföldi webáruházak, mind a külföldi neves webáruházak térnyerését a magyar vásárlók körében. Dolgozatom másik felét pedig a webshopok auditálása köré építem fel. A mindennapjainkban rengeteg webshoppal találkozunk azonban, hogy ezek az oldalak a legtöbb ember tetszését elnyerjék, nagyon sok háttérfolyamatra van szükség. Ezért megvizsgálom, hogy egy adott oldalnak mikor van szüksége auditra. Összefoglalom mik, azok az audit kritériumok, amelynek jó, ha egy oldal megfelel. A hatékony webshop működése mellett kitérek a grafikai tervezés szempontjaira is. Dolgozatomban foglalkozok azzal is, hogy hogyan rajzolta át az e-kereskedelmet a kialakult vírushelyzet. Ez után egy saját próbakutatást végeztem ahol internetes célközönséget megcélözva felmértem, hogy a lakosság szokásai és követelményei egyeznek-e az auditorok szempontrendszerével. A próbakutatás által kapott eredményekkel még inkább sikerült átfogó képet kapnom az auditálás hasznosságáról.

Marketing – online marketingkommunikáció, közösségi média

Elnök: Dr. Horváth Dóra egyetemi docens (BCE)
Társelnök: Dr. Eszes István főiskolai tanár (BGE KKK)
Tag: Dr. Bánhegyi Mátyás egyetemi docens (BGE PSZK)
Tag: Dr. Keller Veronika egyetemi docens (SZE KGK)
Tag: Dr. Papp Vanda főiskolai docens (BGE KVIK)

ARAILYM SEITKHANOVA

aseitkhanova@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment

BSc, 5. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

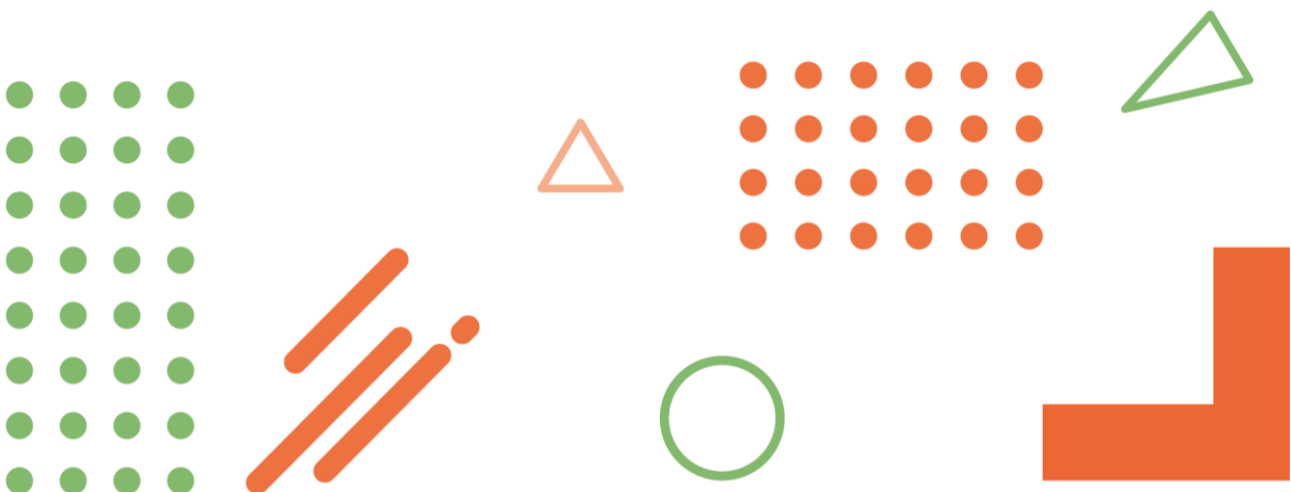
Dr. Révész Balázs

egyetemi docens, SZTE GTK

Is Instagram a Good Channel for Brand Equity Branding? The Case of Generation Z

Nowadays, the market is saturated with so many branded products that satisfy the same need. Therefore, marketers intensively try to affect customers' purchase decision by influencing their perception towards a brand. However, the perception is the result of a psychological process, meaning that it is based on a person's subjective interpretation, known as the customer-based brand equity in academic literature. In fact, customer-based brand equity consists of 4 dimensions, namely brand awareness, association, perceived quality and brand loyalty. A group of customers who seem too often rely on provided information about a certain brand before making a purchase decision is Generation Z, specifically people who were born between 1995 and 2009. They are first truly mobile era citizens who look for marketer-generated and user-generated information on the Internet and social media platforms, specifically on Instagram since it is the most popular among them. Taking into consideration the concept of customer-based brand equity and the wide usage of Instagram among Generation Z members, the aim of this study is to identify the potential use of Instagram as a channel for building brand equity which is based on Generation Z's perception.

As an outcome of the snowball sampling method, relevant 103 survey responses were collected. The main results verified the popularity of Instagram among Generation Z members and their interest in brands' Instagram accounts. Bivariate multiple linear regression analysis was employed to assess the general effect of Instagram marketing on Generation Z's brand perception. The findings in this paper support the positive relationship between marketing on Instagram and customer-based brand equity. Moreover, the results indicate that marketer-generated content types, namely informative, entertaining and selling content, have more effect on variation in customer-based brand equity than user-generated content.



BAŠA PATRIK

patrik.basa111@gmail.com

Közgazdaságtan és vállalati menedzsment

MSc, 4. félév

Selye János Egyetem

SÁNTA KAMILLA

s.kamilla315@gmail.com

Közgazdaságtan és vállalati menedzsment

MSc, 4. félév

Selye János Egyetem

Témavezető:

Dr. habil. Machová Renáta

egyetemi docens, SK SJE

Nemzetközi összehasonlítás az Instagram üzleti profiljainak felhasználói megítéléséről

Tudományos dolgozatunk legfőbb célja, hogy egy primer nemzetközi kutatás által kielemezze és összehasonlítsa a szlovákiai, magyarországi és romániai Instagram-felhasználók üzleti profilhoz való viszonyulását. Célként tűztük még ki egy saját modell megalkotását, amely az üzleti profilok legfontosabb tényezőinek kapcsolatát vizsgálja.

A kutatás elméleti megalapozása érdekében hazai és nemzetközi szakirodalmat egyaránt feldolgoztunk. A dolgozatban bemutatásra kerül, hogy miben különböznek az olyan fogalmak, mint a közösségi média, a közösségi média platformok és a közösségi oldalak, valamint ismertetjük az Instagram történetét és működését, foglalkozunk a vizsgált felületen elérhető marketingeszközökkel és azok elemzésével, illetve leírunk néhány nemzetközi trendet az Instagrammal kapcsolatban. A dolgozat céljának megvalósítása érdekében primer kutatást végeztünk el. Két nyelven elkészített online kérdőívünkre 34 országból összesen 842 válasz érkezett be. Mivel célunk volt összehasonlítást végezni, csak azokat az országokat vettük figyelembe, ahonnan legalább 100 választ kaptunk. Ennek a feltételnek Szlovákia, Magyarország és Románia felelt meg. Eredményeink alapján minden országban 68% feletti azon felhasználók aránya, akik napi szinten aktívak az Instagramon, valamint 78% feletti azok aránya, akik követnek üzleti profilokat a vizsgált felületen. Az üzleti profil legfontosabb tényezőit négy csoportba soroltuk (kreatív tényezők, kapcsolati tényezők, üzleti tényezők, általános tevékenységhez kapcsolódó tényezők). Az általunk megfogalmazott négy hipotézis elemzése során egy-egy ilyen csoporton belül lévő tényezők kapcsolatát vizsgáltuk. Az elemzések során korreláció-elemzést végeztünk, amely minden esetben közepesen erős kapcsolatot mutatott ki. Ennek köszönhetően készülhetett el a modellünk. Legfontosabb eredményeinket egy-egy adatlap formájában is összefoglaltuk, ezek jellemzik Szlovákia, Magyarország és Románia Instagram-felhasználóit.

A dolgozat eredményei több szempontból is felhasználhatók a gyakorlatban: vállalatok, marketingszakemberek és -ügynökségek számára (hazai és nemzetközi szinten) egyaránt értékkel bírhat.

CZÉGÉNY LÁSZLÓ

laszloczegeny@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Kéri Anita
tanársegéd, SZTE GTK*

A bannervakság vizsgálata egy tervezett kisvállalkozás szempontjából

A fogyasztókat ért külső ingerek jelentős részét teszik ki a reklámok és hirdetések, így vizsgálatom alapjául a fogyasztói társadalom tagjainak – ezen ingerekre adott – válaszreakciója szolgál. Ezen reakciókat, és ezek közül is a fogyasztókban kialakult reklámvakság speciális esetét, a bannervakságot emelem ki jelen tanulmányban. A kutatásom célja az egyetemista fogyasztók banner-észlelését leginkább felkeltő bannertípus megtalálása alaki és tartalmi szempontból egy édesipari kisvállalkozás esetében. A dolgozatom címében szereplő bannervakság jelenség negatív hatásainak csökkentéséhez járul hozzá a kutatási kérdésem megválaszolása, hiszen egy megfelelő bannerhirdetés használatával csökkenthető a bannervakság, így növelhető a banner-észlelési arány.

A primer kutatásom során egy fiktív cukrászda szempontjából figyelem a bannervakság hatásait. Ezen kisvállalkozást a jövőben tervezem elindítani, így a kutatás eredménye rendkívül fontos adatokkal szolgál ennek elősegítéséhez. A primer kutatásom 3 részből épült fel, egy kérdőívből, egy szemkamerás vizsgálatból és egy mélyinterjú jellegű beszélgetésből. A kutatásom során vizuális elemeket nem csak a szemkamerás vizsgálatok keretein belül, hanem a mélyinterjúk lefolytatása során is alkalmaztam. A kutatásomat kvalitatív jelleggel folytattam le, így a kis elemszám és a nehezen számszerűsíthető adatok miatt statisztikai elemzésekre nem került sor.

A munkám eredményeként kapott információk alapján a cukrászipari kisvállalkozások online hirdetési formájának elsősorban beágyazott bannertípust javaslok. Ezen hirdetés háttérszíne a citromsárga mélyebb árnyalatait jelenítse meg és tartalmi szempontból a banner 2/3-át egy árusított termék foglalja el, a fennmaradó 1/3 részen pedig érdemes feltüntetni a sütemény árát, illetve a cukrászda címét. Továbbá azt tanácsolom, hogy hirdetéseit olyan weboldalakon tüntesse fel, amely nem aktuális hírekkel és témákkal foglalkozik.

A kutatás elemszámát illetően a jövőben a mintaelemszám növelését javaslom a bannerek hatékonyságainak statisztikai összehasonlíthatósága érdekében. A kutatást kiegészítendő egy offline marketingkommunikációs eszköz kiválasztásával és elemzésével újabb információk nyerhetők ki. Ezen adatokat a jelen dolgozatban leírtakkal összevetve, egy átfogó képet alkotva hasznos tanácsok fogalmazhatók meg egy édesipari kisvállalkozás marketingstratégiáját illetően.

CSINGER BENCE

csinger.bence@gmail.com

Közgazdaságtan és vállalati menedzsment

MSc, 4. félév

Selye János Egyetem

*Témavezető:
Dr. Korcsmáros Enikő
adjunktus, SK SJE*

A holnap küszöbén

Kutatásunk fő célja vizsgálat alá vonni a közösségi média szerepét a kis- és középvállalatok marketingstratégiájában. Témaválasztásunk oka abban rejlik, hogy napjainkban rendkívül nagy jelentőséggel bír a szociális média, amely egyúttal hatást gyakorol a vizsgálat alá vont szektor marketingstratégiájára. Ennek okán megvizsgáltuk ezen téma aktualitását a Közép- valamint a Nyugat-dunántúli régióban.

Kutatásunk első részében információkat gyűjtöttünk a közösségi média fogalmi meghatározásairól, valamint elterjedésük útjáról nemzetközi és hazai viszonylatban. Következő lépésként kiemelt figyelmet szenteltünk a legelterjedtebb szociális médiumok, valamint az általuk nyújtott lehetőségek bemutatására. Ezt követően átfogó képet nyújtunk a vizsgálat alá vont régiók helyzetéről, valamint megfogalmazásra kerülnek a szerzők hipotézisei, melyet ezek helytállóságának vizsgálata követ.



ISTVÁN ZSÓFIA

zsofi199876@gmail.com

Kereskedelem-Marketing

BSc, 5. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Molnár László
egyetemi docens, ME GTK*

Az influencer mint marketingeszköz

Az internethasználat mára már olyan szintre jutott, hogy szinte bárki bárhol és bármikor használni tudja, lépést tarthat a világgal. Népszerűbbnél népszerűbb közösségi oldalakat, videó- vagy képmegosztó portálokat használunk nap, mint nap, ez pedig mára olyan mértékű függőséghez vezetett, hogy nem teszünk egy lépést sem telefonunk nélkül. Követjük kedvenc hírességeinket, barátaink tevékenységeit, melyet megosztanak és mi is előszeretettel posztolunk az interneten.

Ezt a jelenséget a marketingesek is észrevették, és felismerték a benne rejlő lehetőséget. A fizetett promóciók mindenhol jelen vannak, a Facebooktól kezdve, az Instagram-on át a Youtube-ig. Rengeteg cég hirdettet úgynevezett Influencerekkel, azaz véleményvezérekkel. A több milliós követőbázissal rendelkező személyek véleményében a rajongók megbíznak. Elvégre is, ha követek valakit, akire felnézek, szeretnék valamennyire hasonlítani rá. Ez az Influencer-jelenség hazánkban is egyre erősebb. Egyre több olyan felhasználó van, akiket már több százezren követnek. A fizetett promóciók pedig erőteljesen jelen is vannak tartalmaikban. Az is érdekes kérdés, hogy mennyire etikus egy-egy ilyen reklám, mennyire hihető ezeknek az embereknek a véleménye, végtére is fizetve vannak a szép szavakért.

Azért esett erre a témára a választásom, mert magamon is tapasztalom, hogy könnyen befolyásolható vagyok a követett influencerek által. Éppen ezért szeretném azt vizsgálni, mennyire van hatással egy-egy fizetett promóció a véleményvezérek közösségi platformjain az őket követőkre.

Munkám ezen fejezetében kvalitatív kutatást szeretnék végezni, mely során hazai influencereket és partnercégeket kérdeznék meg arról, mi a véleményük a marketing ezen irányának alakulásáról hazai vonzatban, hogyan zajlik a munkájuk, és hogy milyen is egy jó influencer.

KORÁNYI PETRA

koranyipetra@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

LOVAS ALEXANDRA

lovasalexandra99@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

SZABÓ ELIZABETH BLANKA

elizabeth.szabo99@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Zarándné dr. Vámosi Kornélia

adjunktus, BGE KKK

A Social Media Marketing a kis- és középvállalkozások életében

Az idő előrehaladtával és a fejlődés felgyorsulásával a hagyományos marketing tevékenység helyét egyre gyorsabban veszi át a közösségi média használata. A dolgozat megírása során vizsgálni és kutatni fogjuk a social media marketing kis- és középvállalkozások sikerességére gyakorolt hatását. Témánk alapján az alábbi hipotézis fogalmazódott meg bennünk: A fokozatosan növekvő és tudatosabb social media marketing használata kedvező hatást gyakorol a magyarországi kis- és középvállalkozások eredményeire.

A kutatás során felmérjük, hogy az egyes vállalkozások milyen platformok használatával és hogyan érnek el sikereket, továbbá milyen fejlődési pontokon mentek keresztül az internetes platformoknak köszönhetően és azok milyen hatással vannak jelenleg is vállalkozásukra. Bővebben külön kitérünk a Facebook és Instagram felületeken történő marketing stratégiák alkalmazására és hasznosságára is.

Feltételezésünk érvényességét interneten történő kérdőíves felméréssel és személyes mélyinterjúk készítésével is szándékunkban áll alátámasztani. Kérdéseinket értelemszerűen kis- és középvállalkozók felé irányítjuk, valamint többségében válaszaikra alapozva írunk meg dolgozatunk a kutatásaink mellett. 100 és 200 közötti kitöltésen, illetve 2 interjú alapján információkat kívánunk felhasználni.

Tudományos Diákköri Konferencia dolgozatunk által betekintést kapunk a kis- és középvállalkozások marketinges tevékenységeibe és hogy mennyire alkalmazzák a mai modern világgal járó hirdetési platformokat. Illetve, hogy ezek milyen eredménnyel, hatással bírnak tapasztalataik alapján.

ORBÁN RENÁTA

orbanreni19@gmail.com

Marketing

BSc, 6. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

*Témavezető:
Dr. Seer László Csaba
adjunktus, RO BBTE*

A divatipari véleményvezérek tartalommarketing eszköztárának hatékonyságelemzése

Attól a pillanattól kezdve, ahogy a fogyasztók elmozdultak a hagyományos médiától az online világ fele és egyre sikeresebbek lettek a közösségi média platformok, elkezdtek megjelenni az influencerek. A vállalatoknak be kell látni, hogy rövidesen elengedhetetlen lesz az influencer marketinget, mint technikát bevezetni a marketingstratégiába. Az influencer marketingre költött összeg ugyanis képes akár hatszorosan is megtérülni.

Azt már tudjuk, hogy a divatipari véleményvezérek 77%-a az Instagramot kedveli leginkább, és az Y és annál fiatalabb generációk 70%-a inkább hallgat egy nem celeb típusú véleményvezérré, de jelen kutatás során alapvető kutatási kérdésként szolgált, hogy a magyar divatipari véleményvezérek számára melyik a leghatékonyabb eszköz a tartalomközlésre, az Instagram képmegosztó, vagy a YouTube videómegosztó?

Tisztáztam a véleményvezérek, illetve divatipari befolyásolók mibenlétét, és megvizsgáltam a tartalommarketing online eszköztárát is. Szekunder adatok feldolgozása mellett egy kvalitatív kutatást végeztem, ennek szerves részét képezi a legeredményesebbnek vélt magyarországi divatipari influencerek tartalomelemzése. Primer kutatásom során kiválasztottam makro-, illetve mikroinfluencerek csoportjába tartozó vezéregyeniségeket online aktivitásuk és követőik száma alapján, majd ezen személyek Instagram kép-, valamint YouTube videómegosztóra feltöltött tartalmait vizsgáltam. Látni fogjuk, hogy milyen más tartalommarketing eszközök állnak a divatipari influencerek rendelkezésére, illetve bemutatom ezek hatékonyságát, hogy megértsük, miért bizonyult az Instagram hatékonyabbnak a divatipari véleményvezérek szempontjából.

Az elvégzett kutatás többek között megmutatta, hogy a képmegosztón egyértelműen első helyen van a tartalom jellegét tekintve is a divat-, illetve szépségipar, sőt a követők érdeklődési köre is sokszor leginkább erre korlátozódik. A videómegosztón pedig leggyakrabban szépségipari, vagy turisztikai jellegű tartalmakkal keverednek a divatipari jellegű tartalmak.

PETE DOROTTYA

dorottyapete@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kurucz Attila

egyetemi docens, SZE KGK

Északnyugat-dunántúli KKV-k helyzete a digitális marketing eszközök terén

A 21. században az internet adta lehetőségek hatására megváltoztak a vállalatok eddig használt hirdetési eszközei. Az online marketing eszközök hatékonyabbak, nem csak a céljuk elérése szempontjából, hanem költségek tekintetében is. Ezen eszközök használata igazodik az új gazdasági trendekhez és társadalmi szokásokhoz egyaránt. Kutatásom célja, hogy megvizsgáljam, milyen marketing eszközöket használnak a vállalatok, és azok milyen hatással vannak a cégekre, illetve hogy milyen vállalati tényezők befolyásolják. Átlagosan naponta 3,8 órát töltünk az interneten, vajon a vállalatok is tisztában vannak ezzel?

A szakirodalmi áttekintést követő primer kutatásban vállalati vezetők, képviselők nyilatkoztak cégük marketing tevékenységéről. Átfogó képet adtak az alkalmazott online és offline marketing eszközökről kérdőív formájában. Négy magyarországi megyére terjedt ki a kutatásom; Győr-Moson-Sopron, Komárom-Esztergom, Vas és Veszprém megyére. A kutatásban az online marketing mellett helyet kaptak az offline marketing eszközök, marketing eszközök hatásai a cégre, vállalat fő tevékenységi köre, a célcsoportjuk, illetve a cégen belüli generációs különbségek. .

A kapott eredményekből megállapítható, hogy a vállalatok aktív online marketing használata, pozitív hatással van a vállalatra, azonban a vállalatok többsége ezt az előnyt nem használja ki.. A vállalatoknak fontos figyelembe venni, hogy nem csupán az online jelenlét a fontos, hanem platformjaik aktív használata, tartalmak gyártása. Ugyanis a felhasználók számára időbe telik a bizalom kiépítése, illetve az érdeklődés fenntartása is szempont.

A kutatásból az is kiderült, hogy leginkább ezek a hiányosságok nem a generációs különbségek miatt van, nem tudjuk az életkorokhoz kötni. Az okok lehetnek akár, hogy nem tudják vállalaton belül megoldani a marketing használatát, mivel nincs meg a megfelelő kompetencia és új embert nem tudna fenn tartani a cég. A marketing kiszervezése hosszabb távon olcsóbb, de ezzel szemben is lehetnek rossz tapasztalatok, nem megfelelő eredmények elérése. Ok lehet még, hogy a vállalat nem is érzi szükségességét, ugyanis rendelkezik egy ügyfélkörrel, ami elegendő számára.

SZILVÁSI PETRA

szilvasipetra0820@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

TUSA BIANKA ESZTER

tusabianka98@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Zarándné dr. Vámosi Kornélia

adjunktus, BGE KKK

Likevadászok? Avagy a véleményvezérek hatása a Z generációs fiatalok fogyasztói magatartására

Dolgozatunkban arra kerestük a választ, hogy a véleményvezérek milyen mértékben és hogyan befolyásolják a Z generáció tagjait a vásárlási döntésekben. A kutatásunk célja, hogy megvizsgáljuk tényleg influncerek-e az influencerek, azaz ténylegesen tudnak-e hatást gyakorolni, befolyásolni a Z generációs fiatalok fogyasztói magatartását. Megbízhatnak az általuk követett személyekben? Vajon a több like-ot gyűjtő, a nagyobb követőbázissal rendelkező személy hitelesebb? Érdemes a vállalatoknak szponzorálni a véleményvezéreket, tényleg jobban preferálják azokat a termékeket, szolgáltatásokat, amelyeket egy influencer reklámoz? Létezik az a jelenség, hogy túl sok szponzorált tartalom, vajon zavarók-e a véleményvezetők hirdetései? Hogyan vélekednek a fogalomról a fiatalok, mire asszociálnak, ha meghallják azt a szót, hogy „influencer”?

A kvantitatív kutatási módszert választottuk primer kutatásunk során, egy online kitölthető kérdőívre esett a választásunk. Úgy véltük, hogy a Z generációhoz ez a megkérdezési forma áll a legközelebb és így lehet őket a legjobban és legkönnyebben elérni. Emellett létrehoztunk egy saját Instagram profilt, melynek célja az volt, hogy megismerhessük, feltárhassuk a közösségi média üzleti oldalát. Napjainkra a magyar fiatalok szemében negatív töltetűvé vált a kifejezés, a döntő többség csupán gazdasági tekintetben gondol rá. Kutatásunk azt bizonyítja, hogy a Z generáció tagjai nem részesítik előnyben azokat a hirdetéseket, melyek véleményvezér közvetítésével készülnek, ezért úgy gondoljuk, hogy három éven belül csökkeni fog a főállású, azaz a megélhetési influencerek száma. Ez az ipar rendkívül gyorsan változik, így érdemes lenne ezt újra megvizsgálni három éven belül, hogy hogyan alakulnak a tendenciák, milyen trendek uralkodnak, illetve milyen mértékben teljesülnek a dolgozatunkban 2019-ben megállapított prognózisok.

TÁRNOKI NIKOLETT

nikolett.tarnoki@aok.pte.hu

Marketing

MSc, 1. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Prof. Dr. Törőcsik Mária
egyetemi tanár, PTE KTK*

Az anyák tartalomfogyasztása a közösségi média platformokon

Napjainkra az internet életünk meghatározó színterévé vált, az információáramlás, a kommunikáció, a munka, illetve a tanulás, vagy a szórakozás alapvető eszközévé lett. Emberi természetünk alapmotívumaira építve társas szükségleteinket – szeretet és összetartozás – elégíti ki. Különösen igaz ez a közösségi média, és még inkább a közösségi hálózatok megjelenésére.

Közösségi média tartalmat fogyasztó anyaként, valamint marketinget hallgató könnyedén tudok azonosulni a témával.

A dolgozatomban a Magyarországon fellelhető legnépszerűbb közösségi média platformokat – oldalakat, és az ezeket preferáló, tartalomfogyasztó édesanyákat, valamint az e területen kialakult szokásaikat szeretném bemutatni.

Az új anyák döntő többségben az Y generáció részét képezik, 1984-1994 között születtek. Ez a generáció az, ami legnagyobb számban van jelen az általam vizsgált közösségi média felületeken, 2019. évben.

Érdekes vizsgálni az Y generációs édesanyák tartalomfogyasztási szokásait. Milyen hatással bír a közösségi média vásárlási szokásaikra? Miért, mikor használják leginkább a közösségi oldalakat? Milyen tartalmakat fogyaszt szívesen? Hogy néz ki ez egyszerű felhasználóként a keresleti oldalról, és hogy néz ki ugyanez a kínálati oldalról?

A dolgozatomban továbbá szeretném bemutatni az anyákat, mint önálló szcénát. Ők egy olyan online közösséget alkotnak ezeken a platformokon, akikre több piac is tud hatni és épülni sokféle, de hasonló érdeklődési körük okán.

TÓTH ILDIKÓ

dahabi87@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 3. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Danyi-Boll Anikó

adjunktus, DE GTK

Online marketing, mint egy vállalkozás sikerkulcsa, a Ládafiám Kincsei szempontjából

A dolgozatomban egy átfogó elemzést készítettem egy vállalatról, konkrét példa volt a Ládafiám Kincsei, annak tevékenysége, online és offline megjelenési formái, továbbá lehetőségei. Mindezt egy szekunder kutatással kezdtem, amelyben szakirodalmi áttekintést végeztem, melynek során az alapvető fogalmaktól kezdve eljutottam a specifikus részek feldolgozásáig.

A téma középpontjába a marketinget, szűkebben értelmezve a marketingtervet állítottam, melyet a Ládafiám Kincsei kapcsán részletesen mutattam be. Primer kutatásom során végeztem kvantitatív, online kérdőíves felmérést, melyet a közösségi média oldalakon, illetve tematikus csoportokban osztottam meg, így teljes mértékben online felületen zajlott. Az online kérdőíves kutatásom nem számít reprezentatívnak, melyet összesen 261 fő töltött ki. Az általános demográfiai adatok mellett, a Facebook oldaláról tettem fel általános kérdéseket a tájékozódásról, a megosztott tartalmakról, információkról. A kérdőív szakaszaiban a válaszadók kifejezhették a véleményüket annak megfelelően, hogy rendeltek már, vagy még nem a Ládafiám Kincseitől. Az online kérdőív feldolgozása mellett bemutattam a vállalkozás online jelenlétét, tehát a létrehozott közösségi média oldalakat, a tematikus közvetítő oldalon történt megjelenést és a saját weboldalát. Részleteztem az online felületeken érkezett ajánlatkéréseket, vásárlásokat, illetve a kiadásokat. Az eredmények bemutatása után kitértem a jövőre irányuló tervekre, a marketingeszközök fejlesztésére, és elemeztem a beérkezett árajánlatokat, amelyek prospektusokra, szórólapokra, illetve marketingügynökségektől érkeztek komplett online megjelenés biztosítására vonatkoztak, melyet azért tartottam fontosnak, hogy össze tudjam vetni az általam elvégzett feladatokkal. A dolgozatomban felállított hipotéziseket az online kérdőív és a közvetítő oldalon elért eredménnyel tudtam alátámasztani, megtartani vagy elvetni. Mindezek mellett végeztem SWOT-elemzést, amely a Ládafiám Kincsei indulásának előtti állapotra vonatkozik. A makro környezet elemzésére STEEP modellt alkalmaztam. Végezetül megvizsgáltam a versenytársakat, a használt marketing eszközeik és a termékeik feltérképezésére.

A dolgozatom hiteles adatokkal szolgál a Ládafiám Kincsei tevékenységéről, a témához kapcsolódó fogalmak és tevékenységek kellő részletességgel kifejtett és különböző primer és szekunder kutatásokkal alátámasztott adatokból és információkból áll, amely lapján széleskörű képet mutattam a Ládafiám Kincsei működéséről.

VALENTIN DÓRA

doczi0101@gmail.com

Kommunikáció és médiatudomány

BSc, 6. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:

Dr. Lukács Rita

főiskolai docens, METU ÜKTF

Márkaközösségek a Facebookon

Dolgozatomban a márkaközösségek témakörét elemzem. Arra keresem a választ, hogy a Facebookon, mint közösségi média felületen létrejöhet-e márkaközösség. Ha igen, milyen kritériumoknak kell megfelelni egy csoportnak az online térben, hogy azt lehessen rá mondani, hogy márkaközösség. Milyen motivációik mentén csatlakozik valaki egy ilyen csoporthoz? Tagként milyen tartalmú posztokat oszt meg? Valamint, hogyan tölti el idejét ezekben a közösségekben?

Az általam választott kutatási módszertan a megfigyelő és résztvevő netnográfia. Ehhez a vizsgálat-hoz a Facebookon megtalálható Facebook csoportokból kettő olyat választottam, melyek valószínűleg márkaközösségi jellemzőkkel rendelkeznek. A két csoportban január 01-től március 15-ig az összes posztot figyeltem, majd a bejegyzések tartalma alapján kategóriákat (kérdező, tájékoztató, be-mutató, köszönő, egyéb) állítottam, melyekbe besoroltam a posztokat. Az egyik csoportban saját be-jegyzést is közzé tettem, hogy megfigyeljem bennem milyen gondolatok ébrednek.

A posztok és kommentek tartalomelemzésével a kutatásom arra az eredményre jutott, hogy a vizsgált Facebook csoportok megfelelnek a márkaközösségi kritériumoknak és válaszokat kaptam a többi fel-tett kérdésemre is.

A dolgozat során egyértelművé válik, hogy a csoportokban mindennek a mozgatórugója a kommuni-káció. Ez a legfőbb motiváció a csatlakozásra, ez tartja össze a közösségeket, mert a tagok szeretik, ha beszélhetnek egymással és azt is, ha tájékoztatva vannak mindenről a márka által, úgy érzik törőd-nek velük. Ez teszi számukra személyesebbé a márkával való kapcsolatukat és ezáltal kezdenek el kötődni egymáshoz is.

Szerintem sok márka még nem ismerte fel a Facebook csoportos márkaközösségekben rejlő potenci-ált. Nekem is sokáig kellett keresnem a megfelelő csoportokat a kutatáshoz. A vállalatok legtöbbször oldalt hoznak létre, pedig egy csoport sokkal hasznosabb lehet. Az emberek számára fontos a törődés és a kommunikáció, ezért elérésükre egy hatásos, olcsó és aktuális kombináció, a márkaközösségi Facebook csoportok létrehozása.

Marketing – ügyfél-elégedettség

Elnök: Prof. Dr. Piskóti István egyetemi tanár (ME GTK)
Társelnök: Dr. habil. Mitev Ariel egyetemi docens (BCE)
Tag: Dr. Révész Balázs egyetemi docens (SZTE GTK)
Tag: Dr. Veres István adjunktus (BME GTK)

BALÁZS BENCE FERENC

balazsbence99@outlook.hu

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezetők:

Dr. Palányi Ildikó

főiskolai docens, PE GKZ

Balázs dr. Lendvai Marietta

főiskolai docens, PE GKZ

Az idő szerepe a banki ügyfélélmény megteremtésében

Napjaink rohanó világában az ügyfélélmény eléréséhez és fenntartásához a szolgáltatás magas szintű minősége, az ügyintézők szakértelme és segítőkészsége, a kedvező árazás, avagy a bank hírneve mellett egyre inkább előtérbe kerül az időtényező szerepe is a banki szektorban. Számos hazai és nemzetközi trend alátámasztja, hogy a mesterséges intelligencia, s a digitalizáció hatása miatt manapság már egyre több ember szinte csak az online térben intézi a bankügyleteit, ezáltal sokkal hatékonyabban és gyorsabban tudják kezelni a pénzügyeket, kikerülve a hosszú várakozási, ügyintézési és utazási időket, procedúrákat.

A dolgozatomban először elméleti megközelítésben mutatom be az idő szerepére ható meghatározó dimenziókat, kutatási eredményeket, majd tovább mélyítem a témát nemzetközi és hazai források segítségével hívásával. Ezt követően alaposan elemzem az észlelt és a vevő érték fogalmát, modelljeit, s bennük az időtényező szerepét, majd az ügyfélélmény elméleti aspektusait és annak főbb összetevőit, funkciót ismertetem. A primer felmérésem során kvalitatív és kvantitatív technikát is alkalmaztam. Mélyinterjúk keretében a nagybankok vezetőit kérdeztem az idő szerepéről, s az ehhez kapcsolódó banki aktivitásokról. Az online felméréssel pedig arra kerestem a választ, hogy miképpen minősítik a szolgáltatást igénybe vevők az elégedettségi összetevőket, mely tényezőket észlelnek a legmegterhelőbbnek a személyes, illetve online ügyintézésnél, mennyire meghatározó szerepe van az időfaktornak, valamint mit tartanak optimális várakozási időnek.

Végül pedig azt vizsgáltam, hogy az egyes generációk között fellelhetők e különbségek az ügyfélélmény alakításáért felelős tényezők kapcsán. Az adatelemzés módszereként a gyakorisági eloszlással kapcsolatos statisztikai mutatók, kapcsolatszorossági vizsgálatok, kereszttábla technika, klaszterelemzés, s erre építve perszónák képzésére kerül sor, amelyekből alapos képet kaphatunk az egyes ügyfél karakterekről, s azok főbb ismérveiről, valamint az általuk észlelt értékrendszerrel.

A téma tehát kiemelten aktuális, hiszen valamennyiünket érint, így a kutatási eredmények iránytűként szolgálhatnak mind a banki szakemberek, ügyintézők számára a szolgáltatás fejlesztési és ügyfélélmény megteremtését célzó projektekhez. Ügyfél oldalról pedig áttekintést ad a hazai bankok időt kímélő innovációiról.

BLASKOVICS BIANKA

blaskovics.bianka.99@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:

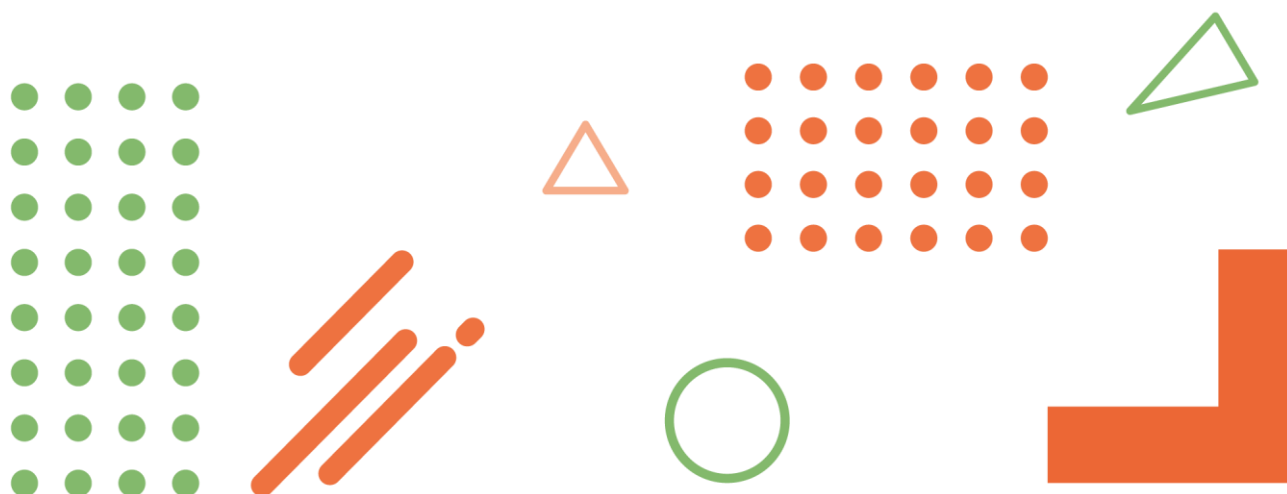
Balázné dr. Lendvai Marietta

főiskolai docens, PE GKZ

CRM-mel az APZ- s élményteremtés útján

A választott téma motivációját egyrészt a Zalaegerszegen épülő, Járműipari Tesztpályán (APZ Kft.) eltöltött duális évek adták, hiszen lehetőségem nyílt belelátni a cég értékesítési-és ügyfélmenedzsment rendszerébe, másrészt az egyetemi években tanult marketing-és menedzsment jellegű tárgyak keretében is megtapasztalhattam és megtanulhattam, hogy milyen kihívást jelent manapság az ügyfelek megszerzése és megtartása. A munkafolyamataim során gyakran észleltem, hogy a (potenciális) ügyfeleinkkel való kapcsolat fenntartása nem egy egyszerű feladat, hiszen a mai vevőpiac elvárja, hogy a kiszolgáló fél minél többet tudjon róla és tálcán kínálja neki, jelen esetben azon szolgáltatásokat, amelyekre szüksége van, mindezt maximális minőség mellett. Az ügyfelek manapság élményeket akarnak, s minden szolgáltató azért fáradozik, hogy egyre magasabb szinten elkápráztassa az ügyfeleket. Mindehhez nélkülözhetetlen az az informatikai háttértámogatás, amit egy CRM (Customer Relationship Management) rendszer nyújthat, így célul tűztem ki ezen rendszer bevezetéséhez kapcsolódó lépések feltárását, s a stratégiai alapok lefektetését.

A rendszer kidolgozásának alapjául a CRM rendszer stratégiai modelljét vettem, amely segítségével öt alapvető területet vizsgáltam az APZ szemszögéből: stratégiafejlesztési folyamat; értékesítési folyamat; többszatsornás értékesítés integrációja, információmenedzsment, végül pedig a teljesítményértékelés. Ezen pontok kidolgozásához mélyinterjúk felmérés keretében kérdeztem meg az érintett területek vezetői és munkatársait a cégnél, s az ő véleményük, elvárásaik alapján, valamint a mai CRM trendek figyelembevételével építettem fel azt a modellt, amely jó alapot biztosíthat mind a szoftverfejlesztő cégeknek, mind pedig az APZ Kft-nek a rendszer bevezetéséhez, s a további lépések megvalósításához.



HORVÁTH ADÉL

csadelka01@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Szent István Egyetem Kaposvári Campus

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Berke Szilárd

egyetemi docens, SZIE KC GTK

A MOL Magyarország társadalmi felelősségvállalásának stratégiai és marketing szempontú vizsgálata

A CSR-ról való eredményes kommunikáció mikéntje a mai napig nem teljesen letisztázott a szakirodalomban. Ez a tevékenység a 2000-es évek elejétől kezdett teret nyerni Magyarországon, a MOL pedig az első hazai vállalatok közé tartozott, akik aktívan foglalkozni kezdtek a kérdéskörrel.

A kutatásom célja az, hogy megismerjem és bemutassam a fogyasztók fejében kialakult képet magáról a CSR tevékenységről a MOL példáján keresztül. A dolgozatomban a tartalom elemzés módszerével gyűjtöttem össze a vizsgált szervezet CSR tevékenységéhez kapcsolódó információkat, illetve online kérdőíves megkérdezést alkalmaztam. A kérdőív feldolgozásához és annak adatainak elemzéséhez a Microsoft Office Excel 2016 és a IBM SPSS Statistic 20.0 programokat használtam. Leíró statisztikai módszer segítségével, Chi2-próbát alkalmazva csak a szignifikánsnak bizonyuló eredményeket ($p < 0,05$) vettem figyelembe. A primer és a szekunder adatok alapján két modell segítségével (SWOT analízis, Modern 4P) ismertettem az eredményeket. A kérdőíves kutatásom alapján elmondhatom, hogy a válaszadók számára rendkívül fontos, hogy a vállalatok társadalmilag felelős tevékenységet folytassanak. Egységesen értékesnek tartják a társadalmi, a gazdasági és a környezeti szerepvállalást, és szükségesnek gondolják az ilyen irányú tevékenységekről való rendszeres kommunikációt. A gyakorlati szokásaik már árnyaltabb képet mutatnak: habár a kérdőívet kitöltők 40%-ára befolyással van, amikor benzinkutat választ, hogy az adott vállalat felmutat-e társadalmi célú fenntarthatósági törekvéseket, mégis csupán 21%-uk veszi ezt ténylegesen figyelembe a vásárlásai során. Arra is fény derült, hogy a válaszadók elsősorban a környezetvédelem és a sportolás területén rendelkeznek információkkal a MOL aktivitásáról. A konkrét – MOL által létrehozott – kezdeményezések közül a válaszadók csaknem fele egyik felsorolt programot sem ismerte. Az is kiderült a számomra, hogy a válaszadók nagyon magas elvárásokat támasztanak mind a MOL, mind általánosságban véve a vállalatok irányába, a felelős tevékenységet illetően.

Összességében elmondható, hogy a megkérdezettek szerint fontos a fenntartható fejlődés és a társadalmi célú vállalati felelősségvállalás, de még nem akkora mértékben, hogy ez a mindennapi vásárlási szokásaik szintjén is látványosan megmutatkozzon. A dolgozat zárásaként ajánlatokat fogalmaztam meg a fenntarthatósági tevékenységek fejlesztéséhez stratégiai és marketing szempontból.

JÓNA PÉTER

peterjona828@gmail.com

gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:

Balázsne dr. Lendvai Marietta

főiskolai docens, PE GKZ

Kormányablak az ügyfelek szemüvegén keresztül

A Tudományos Diákköri Konferenciára írt kutatásom témája: Kormányablak az ügyfelek szemüvegén keresztül. A 2010-es év fontos állomás volt a magyar közigazgatás történetében. A területi államigazgatási szerveknek jelentős része integrálódott és 2011. január 1-jén létrejöttek a fővárosi és megyei kormányhivatalok, amelyek a közigazgatási hivataloknak jogutódjai. A törvényhozó a reform keretében célul tűzte ki az ügyfélcentrikus területi államigazgatás megvalósítását, és a területi igazgatás hatékonyságának és egységességének biztosítását. Ennek érdekében még ugyanazon évben megkezdtek működésüket a Kormányablakok, amelyek a megyei és járási hivatalok integrált ügyfélszolgálatainak helyszínei.

Kutatásom legfontosabb célja, hogy megvizsgáljam a Kormányablakok vonatkozásában, hogy az új menedzsmentirányok bevezetése mennyire volt sikeres az az ügyfelek észlelései alapján. Ezen kívül fel szeretném mérni, hogy hogyan érzékelik az emberek a bevezetett reformok ügyfélbarát mivoltát, illetve azt, hogy a Kormányablaknál igénybe vett szolgáltatások esetében mennyire megoldott és ügyfélbarát a tájékoztató anyagok (köz)érthetősége, a folyamatok átláthatósága, és mennyire elégedettek általánosságban a Kormányablak-szolgáltatásokkal. Vizsgálni szeretném az emberi tényező szerepét a közszolgáltatás igénybevételénél, illetve azt is, hogy a tárgyi elemeken belül milyen hatást fejt ki az igénybe vevőre a Kormányablak komfortossága, a várakozás hossza, illetve arra is kíváncsi vagyok, hogy az ügyfelek inkább személyesen vagy online intézik-e az ügyeiket a Kormányablakoknál. Mindezek felderítéséhez kétirányú kutatás keretében egyrészt kvalitatív technikával mélyinterjúkat bonyolítok le a Zalaegerszegi Járási Hivatal Hatósági Főosztály Kormányablak osztályának munkatársaival, másrészt kvantitatív módszerrel online kérdőíves megkérdezést végzek önkényes és hólabda technikával a Nyugat-Dunántúli régióban, Budapesten és Pest megyében.

Kutatómunkám eredményeképpen azt várom, hogy sikerül azonosítani a Kormányablakoknál bevezetett reformokkal kapcsolatban az ügyfelek észleléseit, továbbá azt, hogy az új menedzsmentirányok mennyire felelnek meg az ügyfelek elvárásainak. Felderítem, hogy melyek azok a területek, amelyekkel az ügyfelek elégedettek, illetve melyek azok, amelyeken az igénybe vevők javaslatai alapján javítani kellene. Továbbá ötleteimmel, javaslataimmal segítséget kívánok nyújtani a Kormányablakok ügyfélszolgálatának fejlesztéséhez.

KERTAI ÁDÁM

adamkertai2003@yahoo.co.uk

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 4. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Danó Györgyi
tanársegéd, BME GTK*

A liberalizált magyar vasúti személyszállítási piac iparági környezetelemzése

OTDK dolgozatom témája, a magyar vasúti személyszállítási piac liberalizációja. Az Európai Unió negyedik vasúti csomagjának értelmében, a tagállamok, 2020-tól, csak meghatározott feltételek mellett bízhatnak meg versenyeztetés nélkül egy szolgáltatót, illetve kötelesek lesznek megnyitni a bel-földi személyszállítási piacot más vasúti társaság részére is.

Dolgozatom célja azoknak a tényezőknek a meghatározása és vizsgálata, amik jelentős hatást gyakorolhatnak a liberalizált piac működésére. A Magyar Állam és a hazai vasúti személyszállítást végző szolgáltatók (MÁV-START Zrt., GYSEV Zrt.) között jelenleg érvényben lévő közszolgáltatási szerződés 2023-ban lejár. A folyamat megszünteti a szolgáltatók monopol piaci helyzetét, és lehetőséget biztosít a szabadpiaci versenyre.

Dolgozatom első felében meghatároztam és bemutattam a szolgáltatási szektor legfontosabb jellemzőit. Ezt követően a vasúti piac STEEP és SWOT elemzését végeztem el. Az átalakuló demográfiai és munkahelyi viszonyok miatt megváltozó mobilitási igények, valamint az Európai Unió környezeti céljainak elérése érdekében, a vasúti közlekedésre kimagaslóan fontos szerep társul a jövőben. A vasúttal kapcsolatos társadalmi megelégedettség hazánkban, Európa más országaihoz képest, alacsony. Nemzetközi példákon keresztül mutattam be, hogy a liberalizáció csak egy eszköz, amely önmagában nem válasz a problémákra. Gazdasági korlátokon túl, technikai/ technológiai/ szervezeti korlátok is megnehezíthetik a verseny beindítását. Kiemeltem, hogy a sikeres liberalizációs európai folyamatok komoly állami támogatás (politikai, pénzügyi) nem történhetek volna meg.

A kutatásom részeként egy hólabda módszeren alapuló kérdőíves felmérést is végeztem. SERVQUAL módszer segítségével megállapítottam, hogy a magyarországi vasútvonalakon rendkívül heterogén az utazók által érzékelt szolgáltatásminőség. Varianciaanalízis segítségével megvizsgáltam, hogy számos tényező (pl. utazás motivációja) hatással van az utazók megítélésére. A márkahűség vizsgálat eredményei azt mutatják, hogy a GYSEV Zrt. felhasználói jelentősen márkahűbbek, mint a MÁV-csoport utasai. Conjoint vizsgálatot és a Gabor-Granger módszert felhasználva arra az eredményre jutottam, hogy a hazai utazók számára fontos a kényelem, ugyanakkor a felhasználók nagyon érzékenyek a jegyárak emelkedésére is.

Dolgozatom eredményeit porteri erőter elemzésben, míg a megfogalmazott javaslataimat, 7P marketing mixben foglaltam össze.

KUNHALMI ATTILA*kunhalmia@gmail.com*

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

*Témavezető:
Weinwurm Bence
óraadó, METU ÜKTF*

Felhasználóbarátabb tanulmányi rendszer UX szemlélettel

Dolgozatomban a hazai egységes felsőoktatási tanulmányi rendszer, másnéven a Neptun összességében keltett webes (desktop) illetve applikációja kapcsán felemerülő felhasználói megítélést és használhatóságot vizsgáltam, felhasználói élmény tervezés (User Experience Design) szempontjából, a végzős, illetve jelenleg is aktív/passzív magyar hallgatók körében. Bár a rendszer jelentősége megkérdőjelezhetetlen, már a kezdeti, 2015-ös évi bevezetése óta éles kritikák sora éri, a Neptun használhatóságát, megbízhatóságát és hatékonyságát a diákok körében. A negatív megítélések, pedig egy dologra engednek következtetni a felhasználói élmény tervezés (UXD) kilétének hiányára. Kutatásom ahhoz kívánt hozzájárulni, hogy hasznos támpontokat nyújtson a szükséges és célszerű módosításokról, felhasználók igényeiről. Dolgozatom legfőbb kérdési ezért:

- Mik a rendszer gyengeségei, milyen egy átlag felhasználó, mik az attitűdjei?
- Milyen UX-hez kötött megoldások, koncepciók szükségesek, a jobb felhasználói élmény kialakításához.
- Van-e piaci kereslet egy felhasználóbarátabb Neptun appra és ha igen, milyen szolgáltatások, funkciók terén lenne érdemes azt fejleszteni, hogy többen használják?
- Milyen lenne egy ideális felhasználói interface struktúrája?

Elsőként szekunder, feltáró piackutatásomban a Neptun piaci jelenlétét, felhasználói megítélését elemeztem és igazoltam, hogy van tényleges piaci kereslet egy felhasználóbarátabb tanulmányi applikációra. Ezt követte online kérdőívem, ahol 225 hallgató felhasználói szokását, véleményét tártam fel és vontam be őket a felület UX koncepciójának kialakításába. A kapott információkat, hallgatói visszajelzéseket alapul véve aztán lefolytattam 2 kvalitatív, használhatósági mélyinterjút egy laikus, Neptun rendszerét még nem használó alannal, illetve egy hallgatóval. Végeredményül elkészítettem a Neptun applikáció egy lehetséges felhasználóbarátabb vizuális prototípusát a hallgatók igényei alapján. Összességében elmondható, hogy a rendszer legfőbb gyengesége nem design béli, hanem a mögöttes szerver szintű problémák kihatása a legbefolyásolóbb UX tényező. Sok problémát okozott ezen túlmenően a felhasználóknak a rossz webergonómia, valamint a pontatlan tartalmi struktúra kialakítása, amely így megnehezítette a művelet végrehajtási folyamatokat. Ezek a hiányosságok pedig egyértelműen a pontatlanul feltérképezett felhasználói mentális modellből adódik.

MERKEI DÓRA

merkei.dori@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 1. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Erdei János

mesteroktató, BME GTK

A felsőoktatás minőségének mérése

A felsőoktatásnak a minőségmenedzsment egy olyan része, amely segíti az intézményt abban, hogy a céljait jól meghatározva eredményesebb működés és folyamatos fejlődés jöjjön létre, amellet, hogy az oktatás az egyik olyan terület, ahol a társadalmi igények folyamatosan változnak.

Az üzleti életben természetes folyamat a fogyasztói elégedettség mérése, azonban ez a felsőoktatásban nem, vagy épp nem megfelelő keretek között működik. Mint minden szervezetnek, cégnek, vállalatnak, úgy az egyetemeknek is meg kell felelniük saját, belső szabályzati rendszerüknek, melyek között a legtöbb egyetemenél megtalálhatók minőségbiztosítási szabályok, az oktatók hallgatói véleményezése pedig általánosan elterjedtnek mondható.

A Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetemen a visszajelzések gyűjtésére vannak az egész egyetemre kiterjedő kérdőívek, annak érdekében, hogy különböző szempontból felmérje akár a hallgatói elégedettséget, a hallgatók végzettség utáni lehetőségeit, vagy az oktatók eredményeit. Azonban ezen a felmérések alapján nem feltétlenül határozható meg egy kar minőségének megítélése, hogy hogyan érzik magukat a hallgatók a környezetben, amelyben tanulnak, és főképp nem alkalmasak a karok minőségének összehasonlítására, ugyanis nincsenek olyan jelzők, mérőszámok, amelyek minden kar esetében megjelennek.

Annak érdekében, hogy a felsőoktatás és egy intézmény összes karának minősége ugyanazon rendszerben mérhető és ezáltal összehasonlítható legyen, olyan szempontrendszer kell összeállítani, amely a karok képzési specializációjától független, ám mégis jelentős szerepet kap az oktatás az értékelésben. TDK dolgozatomban erre fókuszáltam. A BME példáján szerettem volna megismerni a karok közötti különbséget, megnézni, hogy azonos szempontok szerint értékelve a hallgatók véleménye alapján össze lehet-e hasonlítani a karokat, mérni a „karok minőségét”.

Napjainkban a felsőoktatás minőségének mérésére nincs letisztult módszertan. Amikor a felsőoktatás minőségéről van szó általában egyetem rangsorolása, kurzusok értékelése, szakok véleményezése az, amely szerepet kap. TDK dolgozatomban arra keresem a választ, hogy különböző képzési területen jeleskedő karok hogyan szerepelnek egymáshoz képest ugyanazon mérési rendszerben. Lehetőségem nyílt összehasonlítani a BME karait, megvizsgálni erősségüket, gyengeségeiket, és látható egy olyan eredmény, karok egymáshoz képesti elhelyezkedés, amelyre eddig tudomásom szerint még nem volt példa a BME-n.

NÉREL ELEONÓRA

n.eleonora0522@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:

Balázné dr. Lendvai Marietta

főiskolai docens, PE GKZ

Nagyító alatt a banki lakossági panaszügyek

Napjainkban egyre inkább elterjedtebbé válik a termékek, szolgáltatások személyre szabottsága, az azonnal történő kiszolgálás és a digitális technológiák terjedése, ezzel párhuzamosan pedig egyre jobban növekszenek a fogyasztók gyártókkal és szolgáltatókkal szembeni elvárásai, amelyek, ha nem, vagy csak részben teljesülnek, csalódáshoz vezetnek. Ezután lehet, hogy mindezt nem jelzi a szolgáltató felé, hanem csendben elpártol. Amennyiben jelzi a problémát, de a szolgáltató nem tesz semmit, vagy csak fél vállról kezeli a panaszt, annak szintén lemorzsolódás lehet a következménye. Ezen negatív tapasztalatokat az emberek gyakran tovább adják barátoknak, ismerősöknek, amivel a szolgáltató hitelessége és hírneve jelentősen rombolódhat. Márpedig egy pénzügyi szolgáltatónál a bizalom az egyik legfontosabb összekötő kapocs az ügyféllel, hiszen ki akarna például egy olyan banknál folyószámlát nyitni, amelyikről azt hallotta, hogy rejtett költségei vannak vagy nem segítőkészek az ügyintézők? Mindezen okokból kifolyólag nagyon fontos a legtipikusabb banki panaszügyek felderítése és ezek professzionális menedzselése. Kutatómunkám során elsősorban a panaszok felderítését helyeztem középpontba.

Először bemutatom a panaszmenedzsment elméleti oldalát, ideértve az ügyfélpanaszok fogalmának meghatározását, a panaszkezelés folyamatát és gyakorlatát, különböző bankok tájékoztatóit és panaszügyek folyamatainak kezelését, majd különböző már meglévő panaszstatisztikák vettem górcső alá.

A kutatás második fő része kétirányú primer kutatás, ami mind a lakosság szempontjából, mind a pénzügyi szolgáltató szektor oldaláról vizsgálja a panaszmenedzsment gyakorlatát. A kutatás egyrészt egy online kérdőíves megkérdezés keretében keresi a választ a szolgáltatások igénybevétele során a felmerült problémák helyének, okainak, az ügyfélpanaszok benyújtásának módjának, idejének, az ügyfélpanaszkezelés gyakorlatának, a kompenzálás módjának és az ügyfélpanaszkezelés szubjektív megítélésének feltárására. Szolgáltatói oldalról pedig különböző bankok dolgozói és pénzügyi tanácsadó irodahálózat munkatársai kerültek megkérdezésre mélyinterjú technikával, amelynek fő célkitűzése az ügyfélpanaszkezelés gyakorlatának vizsgálata, ideértve a leggyakoribb panaszügyeket, panasz rendezésére vonatkozó szabályzatokat, a panaszkezeléshez vagy ehhez kapcsolódó képzéseket és néhány panaszkezelési példát.

SINKÓ BALÁZS*sinkoobalazs@gmail.com*

Marketing

MSc, 2. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Honti Tamás
PhD hallgató, SZTE GTK*

A nyereményjátékok hatása a fogyasztói lojalításra a kényelmi termékek piacán

A kutatásom során egy tudományosan viszonylag ritkán vizsgált témával foglalkoztam. A dolgozat megírásával az volt a célom, hogy (részben) kitöltssem ezt a rést, és bebizonyítsam, hogy a nyereményjátékok alkalmasak hosszútávú, lojális kapcsolatok kiépítésére a vállalat és a fogyasztók között. Ennek érdekében azt próbáltam meg feltárni, hogy a közösségi médiás, vásárláshoz nem kötött, és a bolti, vásárláshoz kötött nyereményjátékok, valamint az összehasonlíthatóság érdekében egyfajta támpontként az árengedmények hogyan hatnak a fogyasztói lojalításra és annak kritériumaira. A lojalitás vizsgálatához a komplex megközelítést választottam. Ezek alapján a vizsgált lojalitás kritériumaim az újravásárlás, továbbajánlás és a pozitív attitűd. A kutatási kérdésem: hogyan hatnak a nyereményjátékok a fogyasztói lojalításra a kényelmi termékek piacán?

Az eredmények alapján elmondható, hogy ha külön-külön vizsgáljuk a tényezők hatását a vásárlás mozzanatára és a lojalitás kritériumokra, akkor az árengedmények hatása a legerősebb, tehát az árengedmények esetében nagyobb valószínűséggel vásárolnak meg a fogyasztók egy terméket, és valósul meg egy-egy kritérium, mint a nyereményjátékok esetében. Azonban a komplex megközelítés szerint, együttesen vizsgálva a három kritérium megvalósulását, a nyereményjátékok, és azon belül is inkább a bolti, vásárláshoz kötött nyereményjátékok hatása az erősebb. A vásárlás ténye és a lojalitás kritériumok közötti korrelációs erősségeket vizsgálva a nyereményjátékok esetében rendre erősebbek, mint az árengedményeknél, azonban a közösségi médiás, vásárláshoz nem kötött nyereményjátékoknál ezen kapcsolatok erőssége az árengedményekhez hasonlóan gyenge (de annál erősebb), míg a bolti, vásárláshoz kötött nyereményjátékoknál már rendre közepes erősségű, majdnem erős. Tehát kevesebben döntenek nyereményjátékok hatására a vásárlás mellett, de körükben sokkal valószínűbb, hogy kialakul a lojalitás, tehát teljesülni fog mindhárom lojalitás kritérium. A vásárláshoz nem kötött játékok esetében a vásárlás mozzanata mellett egy kritérium megvalósulása mellett a legvalószínűbb a lojalitás kialakulása, míg a vásárláshoz kötött nyereményjátékok esetében már önmagában a vásárlás mozzanata után nagy a valószínűsége a lojalitás kialakulásának.

Azok körében, akik legalább havonta egyszer részt vesznek vásárláshoz kötött nyereményjátékokban, ezen hatások még erősebbek mind a lojalításra, mind a kritériumokra, mint azok körében, akik ennél ritkábban.

SZENTIVÁNSZKY SÁRA

szentivanszky.sara@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 4. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Németh Szilárd

főiskolai docens, BGE PSZK

Kapcsolati marketing bevezetése az Árivár Team Kft. biztonságtechnikai vállalkozásnál

A TDK dolgozatom témaválasztásánál az elsődleges szempontom az volt, hogy olyan problémával foglalkozzak, melynek megoldását a gyakorlatban tudom hasznosítani. Így esett a választásom az Árivár Team Kft.-re, édesapám biztonságtechnikai vállalkozására, amihez a jövőben tervezek csatlakozni, sőt később akár át is venném.

Beszélgetéseink során arra jutottunk, hogy bár a hosszú évek alatt jó törzsvásárlói hálót épített ki, jelenleg formális vevői kapcsolattartási rendszere nincs, és a megrendelők adatait sem tartja strukturáltan számon. Ez hátrány lehet számára a versenytársakkal szemben, hiszen napjainkban egyre hangsúlyosabb az ügyfelek számára a kommunikáció és, hogy első kézből kapjanak információt. Ezek alapján relevánsnak tartom megvizsgálni, hogy egy CRM rendszer kiépítése megoldást jelenthet-e számára.

Így először arra keresem a választ egy interjú keretében, hogy pontosan milyen problémákat okoz jelenleg a vállalkozásnak a vevői kapcsolattartás formalizált rendszerének teljes hiánya. Ezen felül megvizsgálom a helyzetet a magán és céges ügyfelek szempontjából is. A cél egy kérdőív segítségével kideríteni milyen jellegű és gyakoriságú kapcsolattartás lenne hasznos, ha egyáltalán hasznos lenne számukra. Ahhoz pedig, hogy el tudjam őket érni, az adataikat a meglévő árajánlatokról egy excel táblázatba gyűjtöm.

Az egyéni kutatás az interjú alapján azt mutatta meg, hogy a cég vezetője szerint, ha tudatos lenne a vevői kapcsolattartás sokkal jobb lenne a munkaszervezés és magasabb lenne a szolgáltatás színvonal. A kérdőív kitöltői azt igazolták vissza, szükségük lenne a tervezett vevői kapcsolattartásra, hiszen biztonságtechnikai témában legszívesebben közvetlenül a telepítőtől tájékozódnak. Ami az igényeiket illeti, teljesen különbözőek ezért csoportokra vagy személyre kell szabni a megkereséseket. Érdemes arra is hangsúlyt fektetni, hogy a cégeket és a magánszemélyeket külön kezeljék.

Ezen eredmények segítségével a vállalkozás számára egy személyes jellegű javaslatot adok a további kapcsolati marketing és ügyfélkezelési stratégia kialakításával kapcsolatban. A végkövetkeztetésem, hogy a legcélszerűbb a meglévő weboldal használata lenne vevői profilok létrehozásával, valamint hibabejelentő felület létesítésével. A javaslat megvalósítása és a megújulás pedig a generációváltást is jelentősen megkönnyítheti majd.

ZOMBORI NÓRA

zombori.nora94@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 6. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Földi Kata

főiskolai docens, DE GTK

A fogyasztói magatartás vizsgálata a RepTár Szolnoki Repülőmúzeum esetében

A fogyasztói magatartás vizsgálatának jelentősége megnövekedett az elmúlt évtizedekben. Egyre éleesebb a verseny a szolgáltatást nyújtó vállalatok, többek között a kulturális szféra szereplői között. Éppen ezért elengedhetetlen megismerni a különböző termékeket vásárló és szolgáltatásokat igénybe vevő fogyasztók döntéseinek befolyásoló tényezőit, mellyel hosszútávon megalapozhatjuk egy cég sikeres működését.

Dolgozatom általános célkitűzése az volt, hogy a fogyasztói magatartás komponenseinek vizsgálatán keresztül megismerjem a RepTár évek óta tartó eredményes működésének; és a folyamatos érdeklődés háttérében álló okokat. Céljaimhoz kapcsolódó hipotéziseim között szerepel, hogy a magas fokú elégedettség egyik alappillére a megfelelően kiválasztott és alkalmazott, motivált frontszemélyzet, melyet a múzeum is képvisel. A vásárlói igények mind magasabb fokú kielégítése érdekében nélkülözhetetlen a folyamatos szakmai képzések szervezése, ezzel is megalapozva többek között a pozitív attitűdjük kialakulását. Az intézmény vevőkörének sokszínűsége, melyet több év kutatás eredménye is alátámaszt, abból adódik, hogy olyan szolgáltatást nyújt, mely minden korosztálynak maradandó élményt kínál.

Primer kutatásom kvantitatív és kvalitatív módszerek alkalmazásával került sor. Az eredmények bebizonyították azt az állítást, miszerint meghatározó egy szolgáltatást nyújtó vállalat esetében a kiszolgáló személyzet hozzáállása és segítőkészsége, hiszen ez a tényező minden válasz esetében kiemelkedő értékelést kapott. A fogyasztók hajlandóak magasabb árat fizetni az olyan élményekért, amiket máshol nem kapnak meg. Továbbá, a látogatói elégedettséghez járul hozzá a folyamatos magas minőség fenntartása, újdonságok és újítások biztosítása mellett. Azért is fontos, hogy elégedetten távozzanak a vendégek az intézményből, mivel a válaszadók közel felét jelentősen befolyásolta a múzeumból alkotott megítélését a hozzájuk közel álló referenciacsoportok véleménye. A vezetőkkel készített interjúk a kérdőívvel összhangban, az egyes motivációk szerint jól elkülöníthető látogatói csoportok képzésére adott lehetőséget.

Javaslattevéleim között szerepelt többek között az előzőekben megfogalmazott tényezők fenntartása, kiegészítve azzal, hogy a látogatók érdeklődésének felkeltése, majd megtartása, célcsoportok és azok motivációi, visszajelzései szerint történjen, mely biztosítékot nyújt a versenytársakkal szembeni előny megszerzésére, továbbá a látogatói elégedettség és a siker fenntartására.

Marketing – vásárlási döntési mechanizmusok

Elnök: Dr. habil. Garai-Fodor Mónika egyetemi docens (ÓE KGK)
Társelnök: Dr. Tamus Antalné Professor Emerita (MATE Károly Róbert Campus)
Tag: Dr. Szakál Zoltán Zsolt egyetemi docens (DE EK)
Tag: Dr. Németh Szilárd főiskolai docens (BGE PSZK)
Tag: Dr. Bráváczy Ibolya adjunktus (ELTE GTI)

AMBRUS REBEKA

125493@student.ujs.sk

Vállalati gazdaságtan és menedzsment

BSc, 1. félév

Selye János Egyetem

*Témavezető:
Dr. habil. Renáta Machová
egyetemi docens, SK SJE*

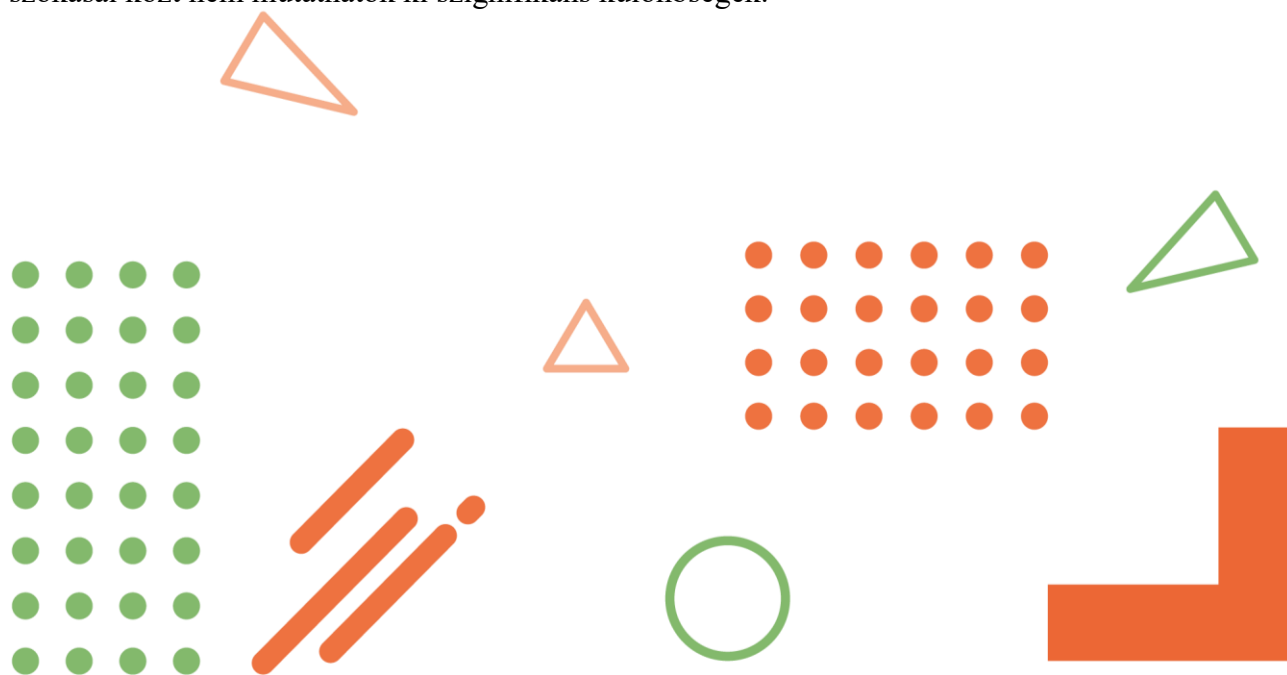
Az X és Y generáció könyvvásárlási szokásainak vizsgálata a szlovákiai magyarság körében

A tudományos munka a szlovákiai magyarság könyvvásárlási szokásait vizsgálja az X és Y generáció körében. Azokra a kérdésekre keresi a választ, hogy e két generáció milyen könyveket vásárol, és hogy kimutatható-e különbség a két korcsoport szokásai közt. Emellett a kutatás egyik másik fő szempontja az, hogy megtudjuk, hogy az elektronikus vagy pedig a nyomtatott könyvek örvendnek nagyobb népszerűségnek.

A kutatás eredményei mind a szlovákiai, mind a magyarországi könyvpiaci szereplők számára hasznos információként szolgálhatnak.

A kutatáshoz kérdőíves lekérdezést alkalmaztunk, melynek köszönhetően 215 releváns választ tudtunk kiértékelni. A kérdőívet csupán magyar nyelven tettük elérhetővé, azonban azt Szlovákia egész területére igyekeztünk kiterjeszteni.

Az eredmények alapján megtudtuk azt, hogy a szlovákiai magyar kitöltők nagy többsége magyar könyvek vásárlását részesíti előnyben. A magyar-szlovák határ menti területeken élő lakosokról az is elmondható, hogy könyveiket gyakran Magyarország területéről szerzik be. Azon feltételezésünk, miszerint az Y generáció tagjai szívesebben vásárolnak online könyveket, nem bizonyosodott be, így elmondhatjuk, hogy a két generáció közt ebben a tekintetben sem mutatható be számottevő különbség. Az eredmények alapján tehát kijelenthető, hogy a két egymást követő generáció könyvvásárlási szokásai közt nem mutathatók ki szignifikáns különbségek.



BADINSZKY RÉKA GABRIELLA

badinszkyreka@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Dr. Fenyvesi Éva

tudományos dékánhelyettes, tanszékvezető főiskolai tanár, BGE KVIK

A COVID-19 világjárvány hatása az e-kereskedelempre, avagy a jövőben inkább online vásárolunk?

Dolgozatomban a Covid-19 járvány e-kereskedelempre történő hatását mutatom be, különös tekintettel a fogyasztók megváltozott vásárlási szokásaira vonatkozóan.

Kutatási kérdéseim:

- A fogyasztók hogyan viszonyultak a járvány miatt kialakult helyzethez?
- Milyen módon változott az offline-online vásárlások aránya?
- Az online vásárlások hogyan változtatták meg a fogyasztók különböző termékekhez jutásának időtartamát?
- A járvány milyen hatást gyakorolt a fogyasztók külföldről történő rendeléseire?
- A kialakult helyzet befolyásolja-e az online vásárlások fizetési módjának szerkezetét?

Kutatásom során egyaránt alkalmazok primer és szekunder kutatást. Az utóbbinál meglévő kutatásokra, statisztikai adatokra támaszkodtam. Primer kutatásom során az adatokat egy online kérdőív segítségével és néhány kereskedelmi tevékenységet folytató vállalat munkatársaival készített mélyinterjú alapján gyűjtöttem össze. Az adatokat a Microsoft Excel táblázat és az IBM SPSS Statistics 26 segítségével elemeztem.

Legfőbb kutatási eredményeim szerint a járvány kitörése után a megkérdezettek:

- az online vásárlást biztonságosnak tartják (> 80%);
- attól tartanak a leginkább, hogy családtagjuk megbetegszik, hozzátartozójukat elveszítik;
- által online leginkább keresett terméktípusok: a „ruházat, cipő, táska”, és a „készételek”;
- elsősorban a bankkártyás fizetést használják és megrendeléskor fizetnek;
- a külföldről történő rendeléseiket csökkentették;
- állítása szerint az online rendelések átlagos szállítási ideje 3-5 nap.

GYŐRI LUCA ANDREA

luca.gyori@gmail.com

Műszaki menedzser

BSc, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Petruska Ildikó

egyetemi docens, BME GTK

A kevesebb több? – A limitált kiadású termékek hatása a fogyasztói magatartásra

A mai fogyasztók keresik a változatosságot, az élményeket, és elvárják, hogy a márkák egyénileg is megszólítsák őket. A limitált kiadások maximálisan alkalmasak mindezen igények kielégítésére, így nem véletlen, hogy nagyon népszerű marketing eszköznek számítanak, a javak széles spektrumát tekintve találkozhatunk ezekkel. A verseny a fogyasztók megnyeréséért itt is kiélezett, s kitűnni már csak igazi különlegességekkel, egyedi ötletekkel lehet. Ehhez a változó fogyasztók igényekre való gyors reagálásra, ugyanakkor kezdeményezésre, nagyfokú kreativitásra is szükség van.

Dolgozatomban a limitált kiadásokkal, az un. mesterséges szűkítéssel foglalkozom. A téma márkázási és fogyasztói szempontból nézve is nagyon izgalmas. Munkámban vizsgálom a limitált kiadások márkaismeretre, márkaimázsra gyakorolt hatását, elemzem vásárlásuk fogyasztói motivációt, pszichológiai hatásait, hiszen az emberek néha egészen lázba jönnek, hogy hozzájuthassanak egy-egy ilyen termékhez. A limitált kiadások szerepe a luxus és a mindennapi termékekénél sok eltérő vonást mutat, így a két piacra nézve összehasonlító elemzést végzek, a kapcsolódó elméleti háttér és modellek alapján.

Primer kutatásom felöleli a kínálati és keresleti oldal vizsgálatát, kvalitatív módszerek alkalmazásával. Szakmai mélyinterjúkat készítettem luxusmárkák és mindennapi cikkek szakembereivel, hogy rálátást szerezzek a limitált kiadások megszületésének, piacra vitelének gyakorlatára. A fogyasztói oldal megismeréséhez két fókuszcsoporthoz kutatást csináltam, hogy feltárjam a limitált termékek keresletének érzelmi mozgatórugóit a két termékcsoporthoz.

Remélem, hogy munkám a limitált kiadások marketing szerepének megismeréséhez a gyakorlatban is hasznosítható eredményeket ad.

HORTOLÁNYI ÁRPÁD LÁSZLÓ

szonart@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 4. félév

Eszterházy Károly Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Domán Szilvia

főiskolai docens, EKE GTK

Patikák harca a vevőkért: Gyöngyösi lakosok gyógyszerár választási preferenciái

Problémafelvetés: Változó társadalmunk és a tudomány dinamikus fejlődése átformálta gyógyszerfogyasztási szokásainkat, miközben a gyógyszertárak üzletfilozófiája is jelentősen átalakult. Vizsgálatom tárgya, milyen módon hatnak egymásra a változások, hogyan befolyásolja a gyógyszertári marketing a fogyasztót, és a vásárlói szokások változása milyen irányba tolja a patikák marketingtevékenységet.

Célkitűzés: A kutatás célja annak feltárása, hogy a fogyasztók milyen motívumok, preferenciák alapján választanak gyógyszertárat.

Kutatási kérdés: Mi motiválja a vásárlót a patikaválasztása során? Mit tehet egy gyógyszertár a fogyasztói elégedettség és a vevőmegtartás érdekében?

Hipotéziseimben feltételeztem többek között, hogy:

- a patikaválasztásnál jelentős szerep jut a megközelíthetőségnek,
- a fogyasztók fontosnak tartják a gyógyszerész szaktudását,
- mindkét fél számára előnyös, ha egy gyógyszertár lánchoz tartozik.

Anyag és módszer: A szekunder kutatásomat a hazai és külföldi írott és internetes szakirodalomra, KSH adatbázisokra, publikált marketingkutatói eredményekre alapoztam. Primer kutatásaim során mélyinterjút készítettem gyógyszertárvezetőkkel, továbbá fókuszcsoporthoz beszélgetés alkalmával szereztem be a kvalitatív adatokat. A kvantitatív kutatásban online kérdőíves felmérést alkalmaztam. A kérdőív adatait feldolgoztam, az eredményeket számos részletre kiterjedően értékeltem.

Eredmények: A kvantitatív kutatás során az eredmények a hipotéziseim közül hármat alátámasztottak, míg három részben cáfolásra került. A válaszadók legfontosabb preferenciái voltak a bizalom, a gyors és azonnali kiszolgálás, a hosszú nyitva tartás, emellett azonban egy gyógyszertár számos egyéb szempontnak is meg kell, hogy feleljen, mely a vásárlói elégedettséget szolgálja.

Következtetések, javaslatok: A gyógyszertári értékesítés több szempontból hasonlít a hagyományos kereskedelemre, így bizonyos megkötésekkel, de itt is alkalmazható a marketing eszköztára. A fogyasztók befolyásolásában a bizalmi jelleg miatt nagy szerepe van a véleményvezéreknek, elsősorban az orvosoknak. A hálózatos működés mind eladói, mind vevői oldalon olyan előnyöket hordoz, melyek meghatározzák a szektor fejlődésének irányát.

HORVÁTH PETRA ESZTER

horvathpetraeszter@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Molnár László
egyetemi docens, ME GTK*

A látássérültek fogyasztói magatartásának elemzése

Jelen dolgozat az előzőnek javított, továbbfejlesztett változata.

A TDK-dolgozat során a látássérültek vásárlási szokásaikkal, döntési folyamatuk során felmerülő problémákkal, azok lehetséges megoldásaival foglalkoztam.

Szerkezete szerint három fő részre osztottam, a szakirodalmi áttekintésben is eszerint neveztem el az alfejezeteket, majd ezek kapcsolatát vizsgáltam. A három fejezet metszetének elkészítéséhez primer kutatást használtam. A látássérültek kisebb csoportjával fókuszcsoportos interjút készítettem, amit egy szakértői interjúval egészítettem ki. Fontos, hogy a szakértői interjú alanya szintén egy látássérült személy volt, aki ezáltal még személyesebben állt a témához.

„A fogyasztói magatartás a fogyasztó azon cselekedeteinek összessége, amelyek a termékek és szolgáltatások megszerzésére, használatára, értékelésére és a használatot követő bánásmódra irányulnak, beleértve a cselekvést megelőző és meghatározó döntési folyamatokat.” (Fodor-Kovács-Horváth-Rácz, 2011, 14.o.)

A Kotler és Keller modelljére támaszkodtam, ami meghatározza a fogyasztói magatartást befolyásoló tényezőket. Az információszerzés során a cégek marketingkommunikációs tevékenysége miatt gyakran előfordul, hogy a látássérültek egy adott termékcsoponton belül kevesebb márkát ismernek, mint a látó társaik (pl.: könyv, autó stb. esetében), ezáltal a vásárlás csak ritkábban vagy egyáltalán nem valósul meg. A választási lehetőségek értékelésekor azzal kell szembesülnünk, hogy látó társaikhoz képest magasabb kockázattal állnak szemben, ezért külső segítségre, családtagjaik és barátaik segítségére szorulnak. Problémát okoz számukra a polcokon lévő termékek beazonosítása, a fizetés, ahol kiszolgáltatott helyzetbe kerülnek. A látássérült vevőknek rengeteg nehézséggel kell megküzdeniük nap, mint nap, amit a technológiák fejlődése nagy mértékben próbál megkönnyebbíteni.

Számtalan szervezet dolgozik a vakok és gyengénlátók mindennapjainak megkönnyebbítésén, egyszerűbbé tételén, ennek egyik példájának tekinthetőek azok az innovatív, ingyenes és egyedülálló készülékek, amelyek a mesterséges intelligencia segítségével hívásával működnek.

A mesterséges intelligencia (MI) szófordulata először 1956-ban az Amerikai Egyesült Államokban egy konferencián merült fel, ahol a következő hipotézist fogalmazták meg:

„A tanulás minden vetülete, illetve az intelligencia bármely jellegzetessége alapvetően leírható olyan precíz módon, hogy egy gép is utánozni tudja.”

HUSZTI JÓZSEF

huszti.joci@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Jenes Barbara
adjunktus, BCE GTK*

Csak hiszed, hogy tudod – Fogyasztói döntéshozatal a márkák tükrében

A dolgozatom kutatási kérdései a következők: Hogyan zajlik a fogyasztói döntéshozatal a márkák tükrében? Milyen szerepet játszanak az érzelmek a márkákkal kapcsolatos döntéseinkben, illetve mennyire korlátozzák a márkák racionalitásunkat? A témát öt elméletre építettem fel: heurisztikák, érzelmek a döntéshozatalban, szemantikus hálózat, megerősítési torzítás és keretezési hatás. A tanulmányom célja megvizsgálni azt, hogy hogyan érdemes újradefiniálni a márkáépítést a legújabb neuromarketing és pszichológiai kutatások alapján.

A vizsgált elméletek azt mutatták meg, hogy az emberi gondolkodás sajátossága az irracionalitás és az érzelmek szerepe a döntéseinknél sokkal nagyobb, mint gondolnánk. Ráadásul gyakran tudat alatt, automatikusan és akaratlanul befolyásolnak a döntéseinkben az emóciók. A tudatos elme racionális érvelése sokszor pedig csupán megerősítése annak a választásnak, melyet tudat alatt meghozunk. Ez a folyamat a márkaválasztásokban is megnyilvánul. A fogyasztók a reklámok, márkák értékelésekor elsősorban érzelmeket használnak és nem az attribútumokat, tényeket értékelik.

Az elméletek alátámasztására primer és szekunder kutatásokat alkalmaztam. Szekunder kutatásomban egy metaelemzést tanulmányoztam, mely üzleti mutatószámokkal igazolta az érzelmi asszociációk kialakításának a fontosságát a márkamenedzsmentben. A nagymintás primer kutatásom keretében egy saját kísérleti módszertan alkalmazása történt meg egy kontrollcsoportos vizsgálat keretében. A saját kísérleti módszertanom eredményei alátámasztották a márkák vizsgált pszichológiai hatásait. A dolgozat által létrejött egy vásárlási döntéshozatali modell, a saját kísérleti módszertanom pedig többek között felfedett egy általam szélsőséges racionalitás elméletének elnevezett jelenséget is.

A dolgozat arra világított rá, hogy a márkákkal kapcsolatos döntésekben meglévő racionalitást jelentősen túlbecsüljük a valósághoz képest, míg az érzelmi mozgatórugókat nagy mértékben alulbecsüljük. Ráadásul a tradicionális marketingkutatási eszközök ráerősítenek erre az eltolódásra, mivel önmagunk megítélése erőteljesen torz. Bármilyen vásárlási döntést hozunk, az mindig egy emocionális szűrőn megy át. Ráadásul a psziché képes felülírni a tényleges, objektív érzékelést. Ezért az érzelmi asszociációk kiváltásán, melyek többsége a vásárláskor tudat alatt jelenik meg, a márkamenedzsereknek célszerűen és folyamatosan dolgozniuk kell.

JAKAB RITA

jakabrita19@gmail.com

Marketing mester

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

*Dr. Mitev Ariel Zoltán
egyetemi docens, BCE GT*

Tükröd leszek, hogy lásd ki vagy

A globalizáció előidézte a kompenzációs vásárlás megjelenését: az édesanyák, szinte felesleges tárgyak vásárlásával nyugtatják lelkiismeretüket, ezzel pótolják a gyermekekkel kimaradt közös időt. Az ajándékozástól jobban érzik magukat, ez is egy kinyilatkoztatása szeretetüknek. Ezek a problémák később a családok széthullásához vezethetnek. Alapvető kutatási kérdésem az volt, hogy az anyagiasság jelenléte, hogyan hat a családok kompenzációs vásárlására.

A korábbi kutatásokat marketingpszichológiai szemszögből vizsgáltam. Definiáltam az elutasítás, a materializmus, a frusztráció, az engedékenység, és a kompenzációs vásárlás fogalmát. Két, hipotetikus modellt állítottam fel: egyik az édesanyák, másik a 12-16 éves gyermekek véleményén alapult. Mindkét csoport esetén 6 hipotézist fogalmaztam meg az édesanyák viselkedésére vonatkozóan.

Az említett pszichológiai fogalmak közötti kapcsolat mérésére PLS-SEM (Partial Least Squares Structural Equation Modelling) módszert alkalmaztam. A modellek tesztelésére Fornell-Larcker kritériumot és AVE értékeket használtam.

Az elemzés egy strukturált, állításokból (Likert-skála) álló kérdőívre épültek.

Az eredmények szerint a szülői elutasítás materialista viselkedési formát vált ki az édesanyákból, azonban a 12-16 éves korosztály ezt nem észleli határozottan az édesanyák viselkedésében. Az édesanyák észlelése szerint a materializmus erősíti a belső frusztrációt, míg a gyermekek nem észlelik szignifikánsan ezt a közvetlen hatást. Mindkét célcsoport szerint a materializmus hatására az édesanyák engedékenyebb magatartást vesznek fel és az anyagiasság növeli a kompenzációs vásárlás mértékét. A gyermekek szerint az édesanyákban felgyülemelő frusztráció miatt a szülők sok felesleges dolgot vásárolnak gyermekeiknek, ezt azonban az édesanyák eredményei kevésbé tükrözik, nincs szignifikáns kapcsolat a két fogalom között. A páros t-próba alapján megállapítottam, hogy a gyermekek engedékenyebbnek észlelik az édesanyákat, mint ahogy arról az anyák vélekednek.

Dolgozatomban megfogalmaztam a további kutatási irányokat. A jövőben érdemes lenne hasonló kutatást folytatni olyan társadalmakban, ahol az anyagiasság kevésbé elterjedt (pl. Közel-Kelet). Javasoltam a szülők és a gyermekek egymáshoz csatolását, az ún. kódolást, amivel a statisztikai hibák csökkenthetők lennének. Olyan pszichológiai eszközöket is alkalmaznék, amik segítségével alacsonyabb lehetne az önbevallásból adódó hiba.

KARDOS ÁKOS

kardos.akos1010@gmail.com

Kereskedelem-marketing

BSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

SIVÁK ÁGNES

sivak.agnes@gmail.com

Kereskedelem-marketing

BSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Molnár László

egyetemi docens, ME GTK

A koronavírus hatása a mindennapi vásárlásokra

A koronavírus, mely már lassan egy éve kialakult világjárvány, hatalmas változásokat hozott mindannyiunk életében. Rengeteg területen megváltoztatta az emberek életvitelét, így a változás a mindennapi vásárlásokat is elérte. Kutatásunkkal leginkább a fogyasztói-vásárlói magatartás vizsgálatára specializálódtunk, mivel ez a marketing azon területe, melyet a járvány hatalmas mértékben befolyásolt és jól is mérhető az általunk használt módszerekkel.

A kutatás megkezdése előtt kérdéseket és célokat fogalmaztunk meg, melyek segítettek leszűkíteni a kutatási területet, illetve a módszerek meghatározásában is fontos szerepet játszott. A kutatásunk egyik célja, hogy rávilágítsunk, hogyan is hatott a pandémia a különböző vásárlói rétegekre, milyen mértékben befolyásolta a vásárlásokat. Célunk volt továbbá az is, hogy megfigyeljük, a kereskedelmi vállalkozások hogyan látják a fogyasztói magatartás változását és hogyan tudták lereagálni a kialakult helyzetet. Össze szeretnék továbbá hasonlítani a két nézőpontot: hogyan látják a kereskedelmi vállalatok és hogy észlelik a fogyasztók a veszélyhelyzetet, az előírásokat és ez miben mutatkozik meg a vásárlások során. Továbbá fontosnak tartottuk, hogy azt is megvizsgáljuk, hogy mennyire voltak tudatosak a vásárlók ezen időszakban.

Mivel a kutatási munkát már a koronavírus járvány első hullámának megjelenésekor kezdtük, ezért úgy láttuk célszerűnek, hogy a tavaszi, azaz az első hullám eseményeit vizsgáljuk meg. Szakmailag azt is fontosnak tartottuk, hogy többféle kutatási módszer is megjelenjen a dolgozatban, mely miatt kvalitatív és kvantitatív módszereket is használtunk a kutatásaink során. A fogyasztók véleményét egy kérdőív segítségével gyűjtöttük be, a kereskedelmi vállalkozások szemszögét pedig 2 szakértői interjú segítette megérteni.

A kutatásunkat teljes mértékben sikeresnek ítéljük, mivel tiszta képet kaptunk a tavasszal lezajlott eseményekről és ezek hatásairól a vásárlói magatartásra. Kutatási kérdéseinkre is választ kaptunk. Fogyasztói oldalról pozitív eredménynek tartjuk, hogy azt láttuk, az emberek próbálkoztak tudatosan változtatni szokásaikon nem csak a maguk, de a közösség érdekében is. Kereskedelmi oldalról pedig megfigyelhettük, hogy az egészségügyi dolgozók mellett a kereskedelemben dolgozók is önfeláldozó és nagyon megfeszített munkát végeznek annak érdekében, hogy a lakosság ellátása zavartalan legyen ebben a különleges helyzetben.

KURUCZ BETTINA

kurucz.bettina9523@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Prof. Dr. Berde Csaba
egyetemi tanár, DE GTK*

A nő dönt

Dolgozatomban egy fontos, és aktuális témával foglalkoztam, amely a női döntéshozatal volt. A téma jelentőségét igazolja, hogy a nők szerepe a döntések meghozatalában növekszik, gazdasági befolyással rendelkeznek globális szinten is, ennek következtében a döntési hatáskörük is meglehetősen bővült. Ezért lényeges ismerni a női döntéshozatal sajátosságait, és hogy milyen döntések tekintetében játszanak domináns szerepet.

A dolgozatom szakirodalmi áttekintésében bemutattam a nők gazdasági szerepének változását, befolyásuk fejlődését, és ismertettem, hogy kik hozzák a döntéseket. Bemutattam a vásárlási döntés fogalmát, folyamatát, a női döntéshozatalt, és a nők szerepét a vásárlási döntésekben. Ráműtattam miért fontosak a nők marketing szempontból. Definiáltam a marketing és az Éva-marketing fogalmát, jelentőségét. Valamint bemutattam a női vásárlási magatartást, és az, hogy melyek a sikeres nőket célzó marketing alapelvei, és szemléltettem hatékony nőket célzó marketing stratégiákat.

A primer kutatási részben lefolytattam egy online kérdőíves megkérdezést, és elvégeztem annak kiértékelését. A kérdőív általánosságban foglalkozott a női döntéshozatallal, a női vásárlási döntésekkel és a vásárlási magatartásukkal, valamint a nőket célzó marketing tevékenységgel.

A dolgozatom céljai között szerepelt, hogy kiderítsem, hogyan döntenek a nők, rávilágítsak milyen fontos szerepük van a nőknek a vásárlási döntésekben, és irányt mutassak a cégeknek, hogy hogyan érdemes a marketing tevékenységükkel célba venni a nőket.

Kiderült, hogy a nők általános és vásárlási döntéseire is jellemző az érzelmi beállítódottság és az impulzivitás. A nők hozzák meg a családon belül a vásárlási döntések döntő többségét, és bővült vásárlási hatáskörük, elsősorban a nyaralás, egészségügyi kiadások, életvitel és szórakozás kapcsán, így ma már nem csak a hagyományos női termékekkel összefüggésben döntenek a nők. A nők nagy többsége tisztában van a nőket célzó marketing létezésével, és akkor tartják azt a leghatékonyabbnak, ha váratlan, figyelmfelkeltő, látványos megoldásokkal rukkolnak elő a cégek marketing tevékenységük során, melyek hatnak az érzelmeikre, és bizalomra építők.

A kutatási céljaimnak eleget tettem, kérdőív kiértékelése által kapott eredmények alapján alátámasztottam, vagy megcáfoltam az előzetesen felállított hipotéziseimet, és megválaszoltam a kutatási kérdéseimet. Majd levontam az ezekre vonatkozó következtetéseimet, és ismertettem a javaslataimat.

LÁSZLÓ BEÁTA

laszlobeata1998@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Földi Kata

főiskolai docens, DE GTK

Nagykőrös lakosságának vásárlási attitűdjei, az üzletválasztást befolyásoló tényezők értékelő elemzése

A vásárlói magatartás megismerésével még specifikusabban érhetőek el a vásárlók, kiszámíthatóbbá válnak a vásárlási reakcióik. Az erre mutató igény nagy a vállalatok részéről, azonban a vásárlók, a társadalom átalakulásával párhuzamosan fejlődnek, változnak.

Kutatásomban a témakört a vásárlói döntési mechanizmusok, azon belül is az üzletválasztás oldaláról közelítettem meg. Szekunder szakirodalmi elemzésem során az egyéni vásárlási döntések megértésére fektettem nagy hangsúlyt. Áttekintettem, olyan változékony közegeket bemutató modelleket, mint az egyén tudata, a környezeti feltételek, valamint a döntések fő befolyásolójaként megjelenő háztartások és a család szerepeit. Az üzletválasztás megértéséért számos szerző üzlet-, termék-, és márkaválasztásról alkotott sorrendjét, majd a főbb modellek gondolati háttérét foglaltam össze.

Dolgozatom fő célkitűzése Nagykőrös város lakosságának vásárlási szokásainak és üzletválasztási szempontrendszerének megismerése volt. Alcéljaim a városlakók utazási hajlandóságára, a kapcsolati átrendeződések hatásaira és az élelmiszer-vásárlás mindennapokba illeszkedését foglalták magukba, melyekhez kapcsolódóan hipotéziseket állítottam fel.

Primer kutatásomban az általános vásárlási jellemzők statisztikai adatainak kiegészítéséért és további egyéni gondolatrendszerek bemutatására mélyinterjúkat készítettem. Az interjúk során feltártam az egyes vásárlói szerepköröket, összehasonlítottam azokat a szekunder kutatás során feltérképezett trendekkel. Az interjúk alanyai, tizenkét nagykőrösi család fő élelmiszer-bevásárlója, valamint egy nagykőrösi élelmiszer-szupermarket ügyvezetője volt.

A vizsgálatom fő eredménye az üzletválasztási preferencia megállapítása volt. Felállítottam az egyes vásárlástípusokhoz köthető legmeghatározóbb befolyásoló tényezők hierarchiáját és faktorcsoportjait. Meghatároztam tipikus vásárlói klasztercsoportokat és jellemzőiket.

Eredményeim alapján a Tibiker családi élelmiszer-szupermarket számára javaslatokat fogalmaztam meg. Az üzlet márkaszemélyiségének fejlesztésére a lakosság számára vonzó, az üzletet jellemző értékeket emeltem ki. A vásárlásösztönzés fejlesztésére egy akciós katalógus terjesztését javasoltam. Egy jól megalkotott akciós katalógus felhívja az üzletre a figyelmet, majd a megfelelő attraktív áru vásárlásra biztatja.

Összességében az eltérő elemzési módszerek különböző eredményeit emelném ki. Ez a változatosság azonosul a vásárlói tudat komplex mivoltához.

RÁKI VIKTÓRIA

rakiviki29@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Eszterházy Károly Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Novotny Ádám
egyetemi docens, EKE GTK*

Fogyasztói magatartás vizsgálata a kiskereskedelemben – strukturált rejtett megfigyelések eredményei

Egyetemi tanulmányaim során felkeltette az érdeklődésemet a fogyasztói magatartás vizsgálata, milyen tényezők alapján és hogyan döntenek a vásárlók, valamint hogyan lehet őket befolyásolni a vásárlás során. A kutatásom fő célja áttekinteni és szakmailag rendszerezni a ruházati üzletek marketingfogásait, és empirikusan is vizsgálni, hogy az egyes marketingeszközök hogyan képesek befolyásolni a vásárlók viselkedését. A hazai és nemzetközi szakirodalmak áttanulmányozása után a kutatásomban az alábbi hipotéziseket állítottam fel:

- H1: A vizsgált ruházati üzletbe belépő férfiak kevesebb időt töltenek a vásárlással, mint a nők (H1a), de több pénzt költenek náluk (H1b).
- H2: A fiatal nők többet költenek az akciók (pl. kuponnap) ideje alatt, mint általában.
- H3: Az üzletbe belépő vásárlók többet költenek, ha az eladók üdvözlik őket a vásárlás kezdetén (boltba való belépéskor).
- H4: A termékhez odalépő vásárlók először a termék árát nézik meg, s csak ezután a termék anyagát (minőségét).
- H5: A belépő vásárlók nézési iránya a bolt kialakításától függ.
- H6: A vásárlás során mobiltelefont használó (aközben telefonáló, chatelő, internetező) vevők többet költenek, mivel a mobiltelefon eltereli a figyelmüket a vásárlásról, az árákról.
- H7: A vizsgált tényezők közül a boltban eltöltött idő befolyásolja leginkább a vásárlás összegét

A primer kutatás során strukturált rejtett megfigyelést alkalmaztam, hogy megtudjam, hogyan viselkednek a vásárlók az üzletben és milyen tényezők hatnak rájuk. Emellett az üzletvezetővel és merchandisinggal készítettem félig strukturált interjút, hogy az üzletek oldaláról is információt szerezzek. Összeségében a kapott eredmények alapján kettő hipotézist fogadtam el a kutatásom során. A kapott eredmények nem reprezentatívak, ugyanakkor úgy gondolom, egy jó kiindulási alapot adhat egy további kutatáshoz. A további kutatás segíthetné a választott ruházati üzlet által elérni kívánt fogyasztói csoport vásárlói magatartásának megismerését, ezáltal koncentráltabb marketingpolitikát tudna folytatni, mely hatással lehetne a nyereségre és az üzlet imázsára. Jelen kutatás eredményeit mindenképpen megfogom osztani a választott ruházati üzlettel és bízom benne, hogy később az üzlet ezen kutatási eredmények alapján egy általánosítható átfogó kutatást fog végezni.

TAKÁCS FANNI

fan.taka@hotmail.com

Műszaki menedzser

BSc, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Bernschütz Mária

adjunktus, BME GTK

Belső vagy külső motiváció okán lennének tudatosabbak a fogyasztók?

A természeti erőforrások folyamatos kiaknázás alatt állnak, a gazdaság bizonytalan és gyenge, folyamatosan romlik egészségünk és életszínvonalunk. Ezek ellenére mégis vesszük a kőolaj alapú termékeket, pénzünk nagy részét feldolgozott élelmiszerekre, toxikus, külföldi termékekre költjük. Nem kellene ezen már változtatni?!

A növekvő hulladékmennyiség többek között a már fent említett problémákat hozta magával, amelyek mára odáig fajultak, hogy azonnali változásra van szükség a fogyasztók szokásaiban is. A lakosság komposztálással, szelektív hulladékgyűjtéssel a közeljövőben keletkező települési hulladék kétharmadától már megszabadíthatná a Földet. Azonban van egy életmód, amely minimális hulladéktermelést biztosít követőinek, ez ma, s valószínűleg a jövőben is a legkörnyezetbarátabb megoldás, ami létezik. Ez a megoldás az eddigi életvitel felfüggesztése s átreformálása, a Zero waste koncepció alkalmazása, melynek célja, hogy minél kevesebb hulladékot termeljünk a mindennapjaink során, s igyekezzünk alternatív megoldásokat találni a hamar szemétté váló termékekre.

Dolgozatom középpontjában a Zero waste életmód, a fenntartható fogyasztás hazai helyzetének vizsgálata áll. A Zero waste életmód megjelenésével párhuzamosan egy új fogyasztói réteg jelent meg. Kutatásom többek között arra irányult, hogy felmérjem e fogyasztók szokásait, s megvizsgáljam a Zero waste elvek mennyire teljesülnek esetükben. X, Y és Z generációk egyaránt részt vettek kvantitatív kutatásomban, amely során kérdőíves felmérést végeztem magyarországi lakosok körében. Különböző alternatív, környezetbarát lehetőségek használatának gyakoriságát, vásárlási szokásokat, szelektív hulladékgyűjtési szokásokat mértem fel. A fogyasztói magatartások megismerése mellett célt, hogy kiderüljön milyen belső vagy külső motiváció okán válnak a különböző generációk tagjai tudatos fogyasztókká. Többek között a generációk közötti különbségek megismerésére is készítettem hipotézisvizsgálatokat, illetve faktoranalízist és klaszteranalízist végeztem adataim feldolgozása során.

1. H1: Az Y generáció belső motiváció miatt válik tudatos fogyasztóvá.
2. H2: A Z generáció külső motiváció miatt válik tudatos fogyasztóvá.
3. H3: A környezettudatos életmód követése függ a jövedelemtől.

A Zero waste szókapcsolat mára egy közkezdvelt kifejezés lett, de vajon a mindennapi gyakorlatban is használják, s ha igen, miért?

TAKÁCS RÉKA

reka.takacs1995@gmail.com

Marketing

MSc, 4. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Prof. Dr. Törőcsik Mária
egyetemi tanár, PTE KTK

„A kutyáim alatt a pénzem, a falamon Tony Montana!” – avagy a fiatal korosztály státusfogyasztásának jellemzése

Tudományos diákköri dolgozatom a fiatal, 15 – 24 éves korosztály státusfogyasztásának jellemzőit és motivációit, a fiatalok márkákhoz, a márkás termékek fogyasztásához való viszonyulását hivatott bemutatni. Hipotéziseim, melyeknek a helytállóságát vártam a következők voltak: (1) H1: A 15 – 24 éves fiatalok negatívan viszonyulnak olyan kortársaikhoz, akik márkás, státuskifejező termékeket fogyasztanak. (2) H2: A fiatal korosztály státusfogyasztását elsősorban az szimbolikus termékek, márkák csoportképző hatása motiválja. (3) H3: A korosztályhoz tartozó fiatalok olyan márkákhoz ragaszkodnak, amelyek az ideális énképükhöz illeszkednek. (4) H4: A 15 – 24 éves fiatalok körében jellemző a hamisítványok vásárlása, elsősorban a kiközösítéstől való félelem és az anyagi korlátok miatt.

Empirikus vizsgálatom során két kvalitatív fókuszcsoportos beszélgetés és egy kvantitatív online kérdőíves megkérdezés mentén kutattam a fiatalok státusfogyasztásának jellemzőit és motivációit. Kvantitatív eredményeim feldolgozása során 112 fős releváns mintával dolgoztam.

Eredményeim szerint a korosztályban általánosságban a márkás, státuskifejező termékek fogyasztásának inkább pozitív megítélése a jellemző, ellenben az aktuális divat követése visszatetsző, és a tipikusan népszerű személyek megítélése is inkább negatív. A fiatalok által kedvelt márkák vásárlását nagyban befolyásolja azok csoportképző hatása, olyan márkák fogyasztására törekszenek, amelyek elfogadottak, népszerűek a baráti körükben, korosztályukban. Ha másokról általánosságban kell véleményt formálniuk, a 15 – 24 éves fiatalok jellemzőnek tartják a státus, jó anyagi helyzet termékeken és márkákon keresztül történő fitogtatását, azonban saját vonatkozásban inkább az önkifejezést említik márkaválasztásaik motiváló tényezői között. Elsősorban olyan márkákhoz ragaszkodnak, amelyek illeszkednek jelenlegi énképükhöz, kevésbé jellemző a kompenzációs vásárlás. A korosztályban igen elterjedt a hamisítványok vásárlása, sokan szeretnének olyan márkás termékek fogyasztói csoportjához tartozni, amit az anyagi helyzetük nem enged meg, és a kiközösítéstől való félelem miatt hamisítványok vásárlásához folyamodnak. Ennek a megítélése a korosztályban nem egységes.

Mikro- és makrogazdaságtan

Elnök: Prof. Dr. Fogarasi József egyetemi tanár (PKE)

Tag: Dr. habil. Barancsik János egyetemi magántanár (PTE KTK)

Tag: Dr. Csapodi Pál c. egyetemi tanár (MATE Szent István Campus)

Tag: Dr. habil. Baranyai Zsolt egyetemi docens (METU ÜKTF)

BABOTÁN MÁRK LÁSZLÓ

babotan.mark98@gmail.com

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
Osztatlan, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

*Témavezető:
Prof. Dr. Solymosi Tamás
egyetemi tanár, BCE KT*

Sportközvetítések jogdíjainak szétosztása: egy játékelméleti megközelítés

Dolgozatunk témája a közvetítési jogokból származó jövedelmek szétosztása egy sportligán belül. Az ilyen jellegű bevételek egyre növekvő mértéke miatt ez egy releváns és fontos kérdésnek tekinthető a mai sportvilágban.

A szakirodalomban eddig megjelent megoldási javaslatok, szabályok legnagyobb hibája az, hogy nem különböztetik meg a hazai és vendégcsapatokat. Az általunk javasolt aszimmetrikus liga-hatás szabály (ALE) erre lehetőséget ad. Emellett legnagyobb erőssége az úgynevezett liga-hatás figyelembevétele. Megmutatjuk, hogy a szabály számos hasznos és elvárt tulajdonsággal rendelkezik, valamint karakterizáljuk is segítségükkel.

A problémát kooperatív játékelméleti megközelítésből is megvizsgáljuk. Megmutatjuk, hogy a modell egy speciális esetében az ALE ugyanazt a megoldást adja, mint a játékelméletből ismert Egalitáriánus Shapley-érték.

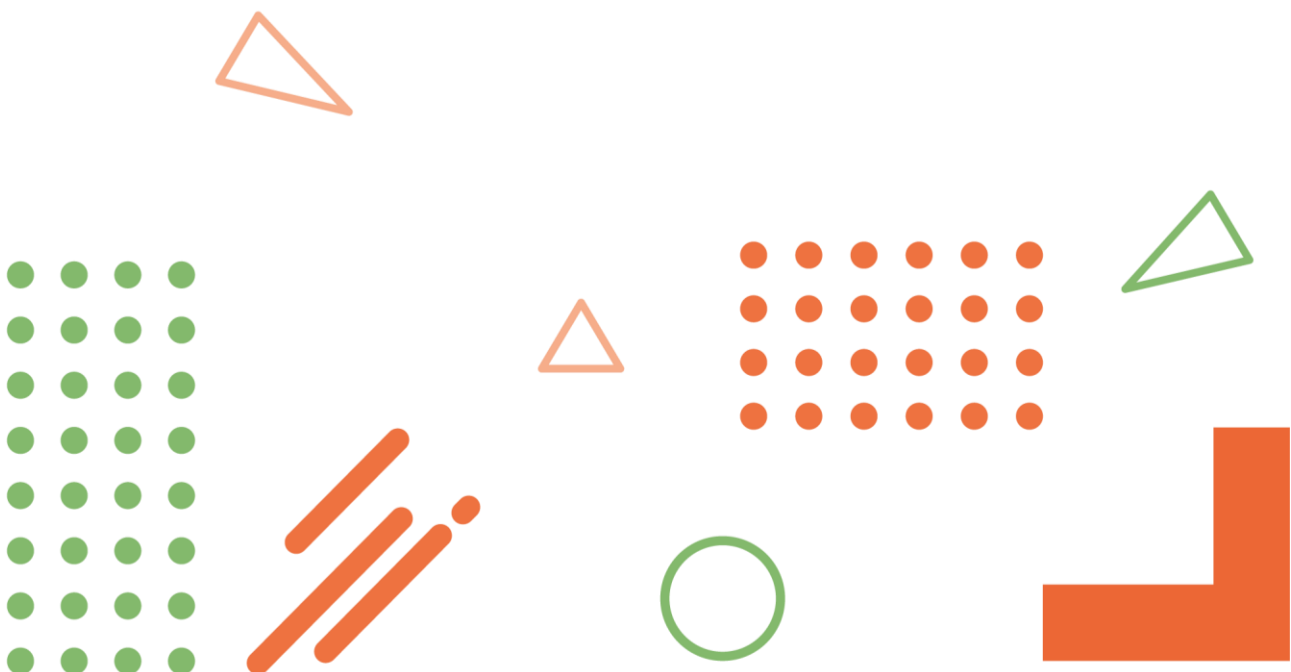
Mindezek mellett, az angol Premier League szétosztási szabályát vizsgáljuk meg és hasonlítjuk össze az ALE-val. Megállapítjuk, hogy az angol elsőosztály szétosztási szabályában is intenzíven megjelenik az előzetesen feltételezett liga-hatás.

Kulcsszavak: sportliga, közvetítési jogok, bevétel-szétosztás, kooperatív játékelmélet
JEL-kódok: C71, D63, Z20

BALÁZS ÁKOS*balazs.akos@t-online.hu*Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 6. félévBudapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK*Témavezető:
Dr. Csekő Imre
egyetemi docens, BCE KTK*

A közlegelők drámája. A közlegelők tragédiájának formalizált modellje és lehetséges megoldásai

A dolgozat a közlegelők tragédiája néven ismert problémakörrel és annak megoldásaival foglalkozik. A szakirodalom segítségével bemutatja a jelenség alapvető jellegzetességét, hogy az egyéni önérdék követés nem vezet az egész társadalom számára kedvező végkifejlethez. Arra a kérdésre keresi a választ, hogy milyen beavatkozásokkal tudjuk kiküszöbölni a közlegelők tragédiáját. Ehhez először felépít egy formális közgazdasági modellt, melyben megkeresi a Nash-egyensúlyt és a társadalmi optimumot is. Belátja, hogy a közlegelők tragédiája valóban fennáll, hiszen ez a kettő nem esik egybe. Felismeri, hogy a környezeti válságot alapvetően közlegelők tragédiáinak sokasága okozza, ezért a továbbiakban az arra adott válaszokra fókuszál. Három lehetséges megoldási elvet sorol fel: az utasítást, a költségek változtatását, valamint a tulajdonjogok tisztázásán alapuló piaci versenyt. A három elv működését először a modellen keresztül mutatja be, és bizonyítja, hogy ezek valóban alkalmasak a közlegelők tragédiájának megoldására. Ezután kitér arra is, hogy ezek az elvek a gyakorlatban milyen módokon valósulhatnak meg. Értékeli az egyes megoldási módszerek működőképességét, majd kritikát fogalmaz meg velük szemben. Arra jut, hogy a valódi megoldás csak a különböző módszerek kombinálásával érhető el. Végül kiemeli, hogy a problémakör a minket fenyegető környezeti katasztrófa miatt rendkívül aktuális és érdemes a további kutatásra.



FAZEKAS BENCE GYÖRGY

fazekas.bence94@gmail.com

Közgazdasági elemzés

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

*Témavezető:
Vonnák Balázs
tudományos munkatárs, BCE KTK*

A magyar lakáspiaci támogatási rendszer vizsgálata RBC modellezéssel

A dolgozat célja az állami lakáspiaci ártámogatások és a lakáspiaci áfa reálgazdasági hatásainak elemzése. Magyarországon a lakáspiaci állami közbeavatkozásoknak nagy hagyománya van. A lakáspiaci támogatási rendszer 2015-öt követően újabb lendületet kapott a CSOK és a kedvezményes lakáspiaci áfa bevezetésével. Bár a CSOK pontos reálgazdasági hatásai, annak komplex felépítése miatt nehezen elemezhetők, azonban véleményem szerint a hatásának megértésében sokat segíthet az egyszerű lakásár támogatási rendszer hatásainak megértése. A CSOK-kal szemben a lakáspiaci áfa azonban egy makrogazdasági modell keretében könnyen elemezhető.

Ehhez Iacoviello munkájából kiindulva egy komplex, a lakáspiac közel minden komponensét tartalmazó RBC (reál üzleti ciklus) modellt hoztam létre. Ehhez a korábbi szerzők munkáin kívül az új lakások használt lakásoktól való elkülönítésére volt szükség. Ezáltal magyarázni lehet az a stilizált tény, miszerint az új lakások lényegesen drágábbak, mint a használt lakások, valamint a két lakástípus ára gyakran nem mozog együtt. Továbbá a használt lakások piacát az új lakások piacától elkülönítve lehet vizsgálni. Így a modell keretei között értelmezhető az új és a használt lakások ártámogatása. Az albérletpiac Rubaszek és munkatársai mintájára került a modellbe.

Az eredmények alapján a kedvezményes újlakás áfa eltörlése gyorsan lezajló visszaesést fog eredményezni az új lakások kibocsátásában és az építőipari foglalkoztatottak számában, valamint reálbérben. Eközben tartósan meg fognak növekedni az új, a használt, valamint az albérletárak. A negatív hatások ellensúlyozását javaslom, amelyre a bemutatott támogatási rendszerek közül az új lakások ártámogatása a leginkább alkalmas, az újlakás áfa növelésének hatásával ellentétes irányú hatásai miatt.

HEILMANN ISTVÁN JÓZSEF*heimmanni77@gmail.com*

Közgazdasági elemző

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

*Témavezető:
Badics Milán Csaba
tanársegéd, BCE KT*

Inflation Forecasting Using Hybrid ARX and Neural Network Model

Achieving more accurate predicted values has always been in the focus of the forecasting literature. In my paper, I aimed to examine how price indexes can be forecasted in a more accurate way using time-series analysis. Studying inflation is a highly relevant question since the decision of all players of the economy is influenced by it. In my work, American price index data have been analysed with macroeconomic rates. My research question is whether the complex models are more accurate in forecasting than traditional ones. The focus of my research was on the methodology and data analysis: instead of the interpretation of the regressors I assessed the accuracy and its measurement. As for the methodology, I compared four different techniques: two single and two complex models. In the former case, a linear approach (ARX model) and a nonlinear machine learning method (artificial neural network, ANN) has been applied. In the latter case, an averaging model has been calculated as the average of the predicted values of the ARX and ANN models, while later, these two single methods have been hierarchically combined into one hybrid model. The results of the forecasting have been evaluated by the mean squared error (MSE) rate as well as by the Diebold-Mariano test.

As a main result, I concluded that the complex models can always perform at least as accurately as single ones. Furthermore, the linear approach (ARX model) has been significantly outperformed by these complex models, while ANN models were not. It is also shown that my results are not robust: the length of the in- and out-of-sample time-series influences whether a complex or an ANN model provides the lowest MSE value. In addition to that, I have also observed that following the 2008-2009 financial crisis the residuals are more volatile.



HEILMANN ISTVÁN JÓZSEF

heilmanni77@gmail.com

Közgazdasági elemző

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

*Témavezető:
Vékás Péter
adjunktus, BCE KT*

A média hangulatvilágának elemzése, avagy van-e kapcsolat a hírek és makrogazdasági mutatók között?

Kutatásom során azt a kérdést vizsgálom, hogy a legfontosabb magyar hírmédia cikkeinek hangulatát mérő úgynevezett szentimentindex hogyan alakult az elmúlt évtizedekben, befolyásolták-e a hírek hangulatát az előző időszakok. Emellett második hipotézisem szerint a hírek szentimenthatásának elemzésével valós időben előrejelezhető makrogazdasági mutatók, a vizsgálatot kifejezetten az inflációra nézve végeztem el. Dolgozatom alapját az Index és Origo 2000 januárja és 2019 szeptembere közt elérhető cikkeinek címei adták, melyet webscraping technikával töltöttem le, majd rendeztem strukturált adatfájlra. Ehhez az úgynevezett szótáralapú elemzés segítségével napi szinten szentimentértékeket rendeltem. Az így kapott idősort ökonometriai módszerekkel, mint ARIMA modellezés, a makrogazdasági kapcsolat esetén pedig Granger-oksággal, VAR modellezéssel, valamint kointegrációs teszttel vizsgáltam. Munkám során R programnyelvet használtam.

Kutatásom megmutatja, hogy valamennyi hírmédium esetén erős autokorreláció figyelhető meg, azaz az elmúlt hónapok cikkeinek hangulatvilága befolyásolja a jelen híreinek hangulatvilágát. További eredményem, hogy az Index nem gazdaság specifikus híreinek szentimentváltozásának öthónapos, a gazdaság specifikus híreinek szentimentváltozásának öt- és nyolchónapos késleltetettjei grangeri értelemben magyarázzák az infláció változását, azaz a hírek hatása, ha nem is erősen, de hatással van az árstabilitásra. Öthónapos késleltetés esetén – mindkét típusú hírforrásnál – pozitívan, míg nyolchónapos késleltetés esetén negatívan hatnak az infláció változására. Ugyanakkor a kointegrációs teszt alapján az árváltozás és szentimentértékek nem haladnak tartósan egy pálya mentén.

JÁSZAI TAMÁS*jtamas18@gmail.com*

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 6. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Bakó Barna
egyetemi docens, BCE KTK*

When Less is More: The Formation of Distribution Systems in Successive Duopolies with Asymmetric Retailers

The following paper examines the endogenous formation of distribution systems in a possibly successive duopoly setting with differentiated products at both levels of the vertical structure. I develop a three-stage game in which two potential manufacturers offer their products to the retailer indexed with 1, indexed with 2, both of them, or neither of them in the first stage, resulting in a distribution system.

The novelty of the paper lies in (1) exploring the implications of linear prices with no side payments allowed in a more general setting than in the previous literature and (2) introducing asymmetric retailers. Due to the inefficiency of linear contracts in the presence of market power, non-exclusive distribution is found in equilibrium for the widest range of the parameters. However, as the degree of retailer asymmetry rises, manufacturers have an ever-stronger incentive to supply the retailer with the higher demand (preferred retailer effect). If retailers are in addition close substitutes, this can lead to the higher demand retailer driving the other completely out of the market. Due to the loss of manufacturer profit associated with a more concentrated retail market in vertical structures (the double marginalization problem), manufacturers also have a strong incentive to avoid monopoly in retail in this case (retailer monopoly effect). Based on the relative strength of these two effects, either monopoly in retail or one of the two possible mixed distribution systems (in which one retailer carries the product of both manufacturers, while the other only the products of one manufacturer) emerge in equilibrium for the different parameters.



JUHÁSZ BENCE

ben.macroecon@gmail.com

Pénzügy

MSc, 4. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Gazdálkodástudományi Intézet

Témavezető:

*Prof. Dr. Bod Péter Ákos (külsős konzulens)
egyetemi tanár, BCE*

Racing on the Scale of Skills. Empirical Analysis of the Current Pandemic's Effect on Labor Market Automation on the Hungarian Labor Market

This dissertation examines characterizing technological automation trends on the Hungarian labor market, over a time span of approximately fifteen years. Its main question is whether the Hungarian labor market is characterized by employment polarization.

This dissertation's research methodology stands on two pillars that are scientific literature review, and empirical data analysis.

First, it reviews the main historic and economic aspects of technological automation. The historic section identifies technological substitution and complementing, and employment polarization as major employment trends. This section also briefly sums up the relevant possible economic and employment automation consequences of the current global pandemic.

Then, in the empirical section Hungarian labor market data was analyzed from the aspect of the previously identified employment trends, the substituting and complementing effect of technological automation, and labor market polarization. Conclusions about a possible increasing employment automation potential were also drawn considering the labor market automation altering effect of the current pandemic's economic and possible global value chain restructuring effect. For this, descriptive statistics methodology and a multi-factor occupation categorization model developed for this dissertation were used.

This dissertation's literature review and empirical analysis sections are exceptionally valuable covering a broad range of relevant employment trends and employment data. The multi-factor occupation categorization model specifically developed for this research gives the uniqueness of this dissertation. It estimates the Hungarian labor market's automation potential remarkably in accordance with the scientific literature's remarks on employment automation and polarization. Within the employee data sample from 2016 in the Hungarian labor market, about 27% of these employees were categorized by it as characterized by the substituting effect of technology and another about 25% by the rather substituting effect of it. This model still needs significant further development either from statistics or econometrics aspects but it is a remarkable step to contribute to international research results in labor market automation by complementing the deficiencies of those.

The research result presented in this dissertation can be considered as a significant result that still enables and motivates to continue this research of future employment trends and technological automation.

KATONA VERONIKA

katona.veronika20@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Nyíregyházi Egyetem

Témavezető:

Makszim Györgyné dr. Nagy Tímea

adjunktus, NYE

A gazdasági és társadalmi folyamatok hatása a gazdasági fejlettségre

A gazdasági életben zajló folyamatok megértése, a növekedést és fejlődést, a gazdasági fejlettséget meghatározó tényezők feltárása már régóta központi kérdései a közgazdaságtudománynak. Számos kutató foglalkozott az elmúlt évszázadokban és ma is a gazdasági fejlettség kérdéskörével.

A különböző korok befolyásoló tényezőinek függvényében eltérő válaszok születtek a gazdasági fejlettség tudományában. Számos irányzat és nézet alakult ki az idők során, melyekben más-más gazdasági folyamatok kerültek előtérbe. Valamennyi irányzatban központi kérdésként jelenik meg, hogy hogyan mérhető, milyen indikátorokkal fejezhető ki egy gazdaság fejlettsége.

Kutatási kérdéseim alátámasztására korrelációs számítást és regresszióanalízist alkalmaztam. Megvizsgáltam, hogy melyek azok a tényezők és folyamatok, melyek meghatározóak lehetnek egy ország gazdasági fejlettségének szintfelmérésekor.

A számítások eredményeképp igen szoros összefüggést tártam fel a gazdasági fejlettség növekedése és a lakosság legalacsonyabb iskolai végzettségének csökkenése között, valamint gyenge összefüggést előbbi és a legmagasabb iskolai végzettség növekedése között. A kapott eredmények függvényében megállapítható, hogy a gazdasági fejlettség alakulását nagyban befolyásolja a lakosság iskolai végzettségének alakulása, tehát a gazdasági fejlettség szintje összefüggésben áll a humán fejlettségi szinttel.

Megállapítható továbbá, hogy a gazdasági növekedés és fejlődés, fejlettség mérésére kidolgozott jelentős mennyiségű mérőszám közül a kezdetben legalkalmasabbnak tűnő GDP és az egy főre jutó GDP rengeteg hiányossággal rendelkezik, ezért nem nyújt hű képet egy gazdaság fejlettségének tényleges szintjéről. Ily módon egy ország gazdasági fejlettségének mérésekor figyelembe kell vennünk a társadalmi és egyéni jólétet is mérő számos egyéb mutatót is.

Összességében pedig megállapítható, hogy függetlenül attól, hogy a gazdasági fejlődés és fejlettség kulcstényezőinek vizsgálatakor melyik nézettel értünk egyet, vagy mely módszert, vagy mérőszámot alkalmazunk, az innováció és a humán erőforrás központi magtényezőnek számítanak a fejlettségi szint alakulásában. Azt gondolom, hogy a 21. század globalizálódó világgazdaságában és társadalmában a fejlődés motorja a technológiai fejlődés és az ehhez alkalmazkodó humán erőforrás lehet. Továbbá az is megállapítható, hogy egy adott ország gazdasági fejlettségi szintjének alakulásáról csak a gazdasági és társadalmi folyamatok együttes elemzése révén kaphatunk valódi képet.

LŐRINCZ ANNAMÁRIA

lorinczannamaria@uni.sapientia.ro

Alkalmazott közgazdaságtan és pénzügy

MSc, 1. félév

Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem

Csíkszeredai Kar

Témavezető:

Dr. Makó Zoltán

egyetemi tanár, RO EMTE CSK

Előrejelzések a román nyugdíjrendszer fenntarthatóságára vonatkozóan

A nyugdíjrendszer illetve annak fenntarthatósága komoly gazdasági, társadalmi, politikai valamint pénzügyi kérdéseket vet fel. Több tudományos dolgozatban statisztikai mutatóként az átlagot használják, viszont az átlag nem egyértelműen a legjobb mérőszám, hiszen torzíthatja a valóságról alkotott képet. Kutatásunk során a mediánnal és az eloszlás függvényekkel helyettesítettük. Megvizsgáltuk az államháztartás redisztribúciós funkciója révén megvalósuló állami nyugdíjrendszer bevételi és kiadási oldalát az elmúlt 10 évben, a nyugdíj reálértékek alakulását, valamint megpróbáltuk előre jelezni a következő 40 évre az alakulásukat.

Az átlagos reálnyugdíj 2018-ig 38%-ot növekedett 2009-hez viszonyítva. Viszont ezzel egy időben a szórás is 30%-ot nöött. Ez egyben azt is mutatja, hogy a nyugdíjas korosztályban, a társadalmi egyenlőtlenségek is növekedtek.

Az állami nyugdíjrendszer kötelezettjeitől származó jövedelmek 79%-át fedezik majd az összkiadásnak 2030-ra, lineárisan csökkenve 2060-ra már csak 53%-át. A COVID-19 gazdasági recesszió rövid, míg a 40%-os nyugdíjemelés bevezetése, reálszinten való fenntartás hosszú távon súlyosbítja a 2030-tól kezdődően pénzügyileg nem fenntartható állami nyugdíjrendszert.

SIKET BENCE*siket.bence1995@gmail.com*

Közgazdasági elemző

MSc, 4. félév

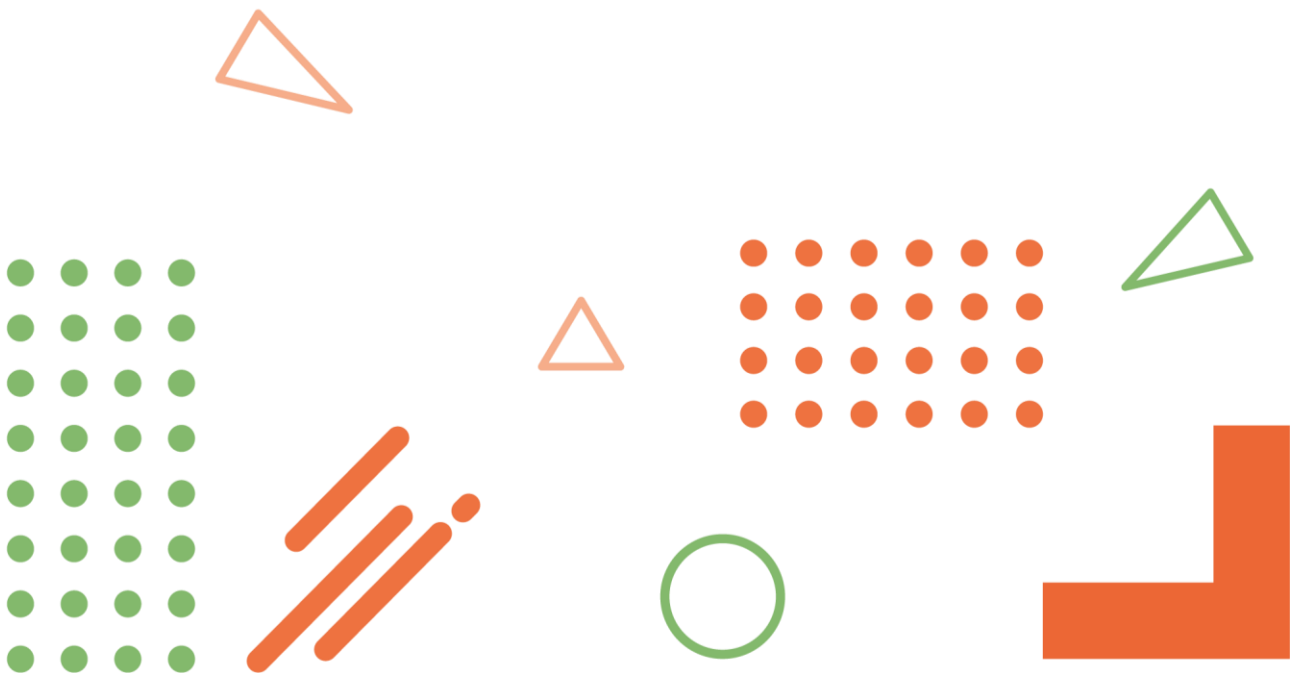
Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Neszveda Gábor
tanársegéd, BCE KTK*

A pénzmennyiség hatása a magyar eszközárakra

A pénzmennyiség és a részvénypiaci hozamok kapcsolata gyakran kutatott téma a szakirodalomban. Mindazonáltal ezen kutatások nagy része az aggregált részvénypiaci indexeket, illetve ETF-eket helyezte fókuszba, mintsem portfólió vagy részvényszintű elemzéseket. Dolgozatom célja a piaci méret alapján képzett portfóliók várható hozamának vizsgálata a pénzmennyiség változásának a függvényében. Az elemzéshez egyváltozós sorba rendezést, valamint Fama-Macbeth regressziót használtam. A pénzmennyiség változását mediánnál nagyobb ütemű, illetve kisebb ütemű időszakokra bontottam. Az előbbinél a piaci méret alapján képzett részvények alsó 30 százaléka (alsó tercilis) nagyobb hozamot eredményezett, mint a legfelső 30 százaléké. Ezzel ellenkezőleg, a mediánnál kisebb ütemű pénzváltozás esetén nem jutottam statisztikailag szignifikáns hozamkülönbségre. A Fama-Macbeth regresszió az egyváltozós sorba rendezéshez hasonlóan, csak a pénznövekedési időszakokban mutatott ki szignifikáns hozamkülönbséget a kis és nagy piaci kapitalizációjú cégek között. Az eredményemet tovább erősíti, hogy egyéb faktorokra kontrollálva (könyv szerinti érték és piaci érték hányadosa, momentum hatás, részvények forgalma) a piaci méret koefficiense szignifikáns maradt.



Pénzügy – pénzügyi intézményrendszer

Elnök: Dr. Varga János egyetemi docens (ÓE KGK)
Társelnök: Dr. Parádi-Dolgos Anett egyetemi docens (MATE Kaposvári Campus)
Tag: Dr. Lakatos Vilmos egyetemi docens (DE GTK)
Tag: Dr. Nagy Bálint Zsolt egyetemi docens (RO BBTE)
Tag: Dr. Bíró Báborka Eszter adjunktus (RO EMTE CSK)

HARTVIG ÁRON DÉNES*hartvig.aron@gmail.com*

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

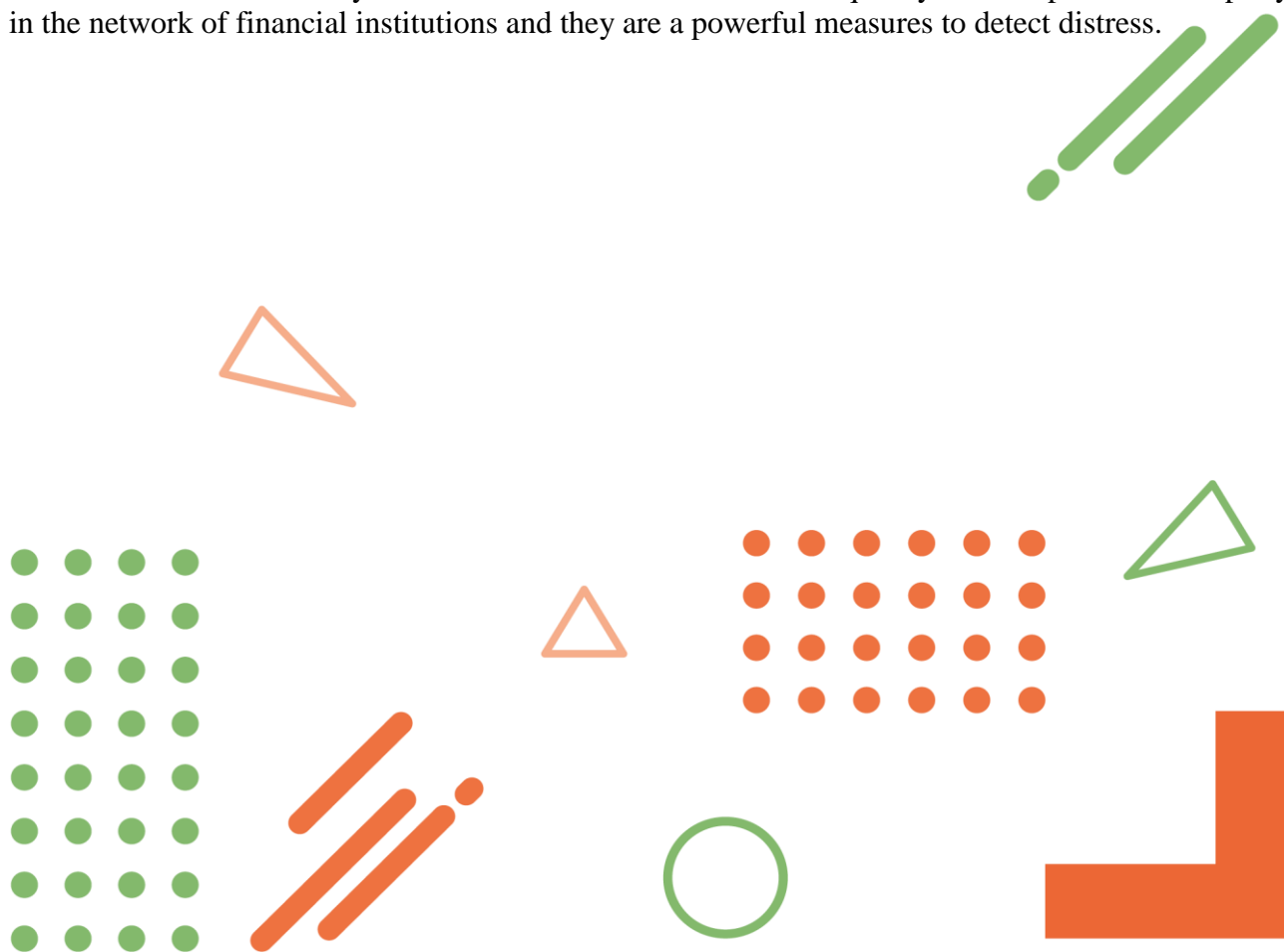
Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Badics Milán Csaba**PhD hallgató, BCE GTK*

The Analysis of Spillovers Between Large Banks During Crisis and Expansion

As the world is more and more globalized the economies are getting connected. During the crisis of 2007-2009 the financial markets experienced an increased connectedness like never before. In this paper I analyse the spillovers of bid-ask spreads, stock price skewness and volatilities of the largest U.S. banks. All these indicators are good proxies for systemic risk in the financial network. I measure the spillovers with the generalized VAR framework. The generalized VAR model solves the orthogonalization problem of the Cholesky-factorization and the results are independent of the order of the variables.

I observe the spillovers from 2007 to 2009, the period of the crisis, and then from 2010 to 2018, the current period of expansion. The results show that, in line with the literature, spillovers during the crisis were significantly larger than the spillovers after. Furthermore, as the illiquidity spillover indices reacted more sensitively to financial turmoil I assume that illiquidity shocks spread more rapidly in the network of financial institutions and they are a powerful measures to detect distress.



HERCZEG ZOLTÁN

zoli.herczeg@gmail.com

Közgazdálkodás és közpolitika

MSc, 4. félév

Nemzeti Közszolgálati Egyetem

Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar

Témavezető:

*Dr. habil. Nyikos Györgyi
egyetemi docens, NKE ÁNTK*

Gazdaságfejlesztés kockázati tőkealapokból felhasznált forrásokkal

A dolgozat a magyar piacgazdaság egyik fiatal pénzügyi intézményével, a kockázati tőkével foglalkozik. A kutatás aktualitását az szolgáltatta, hogy 2017-től az uniós tőkeprogramok hazai története újabb mérföldkőhöz érkezett. A magyar tőkepiac, különösen a kockázati tőke piaca még relatíve fejletlennek minősül, ezért az jelenti az alapvető problémát, hogy a szektor mennyiségi és minőségi fejlődését milyen eszközrendszer alkalmazásával a legcélszerűbb elérni. A gazdaságfejlesztés és a kockázati tőke konceptualizálását követően, az elméleti keretre támaszkodva három fő kérdés adódott: mennyiben indokolt az állami szerepvállalás a kockázati tőkepiacon; milyen gazdasági háttérrel rendelkeznek a JEREMIE 2.0 lebonyolításában részt vevő tőkealap-kezelők; hogyan és milyen konkrét változtatással működhetnének hatékonyabban az EU-s tőkeprogramok?

A kérdésekhez három részből álló módszertani eljárás társult. Először beszámoló-elemzés történt a magyar piac 12 tőkealap-kezelője körében. A kutatómunka eredménye 12 darab 154 soros adattábla lett, amelyekből minden alapkezelőre 20 pénzügyi mutatót képeztünk a 2013 és 2018 közötti időszakra. Az operacionalizálás folyamatának eredményeként 12 darab értékelőlappal dolgoztunk tovább. Következő módszer egy esettanulmány elkészítése volt, amelynél a kiválasztást az iparági elemzés határozta meg. Az összehasonlítás hat szempont alapján zajlott: cégfilozófia, tulajdonosi háttér, pénzügyi mutatók, üzleti tevékenységek, idősoros adatok, befektetési portfólió. A módszertan harmadik elemét dokumentumelemzés képezte, amely során a legújabb EU-s tőkeprogramok termék-leírásait tanulmányoztuk.

A kutatási eredmények alapján megválaszolhatók a feltett kérdések. Az állami szerepvállalás elfogadható a magyar kockázati tőke piacának jelenlegi fejlettségi fokán, de a mértékét újra kell gondolni. A JEREMIE 2.0-ban részt vevő nyolc alapkezelő – gazdasági háttere szerint – alkalmas a tőkeprogram lebonyolítására. A harmadik kérdés megválaszolása tulajdonképp a szakpolitikai ajánlások kibontása volt. A dolgozat azzal zárul, hogy javaslatot teszünk öt intézkedésre, illetve irányvonalra. A kockázati tőke iparága akkor fog gyorsuló fejlődési pályára állni, ha a transzparencia szintjét sikerül növelni, a tőkeprogramok szűkebben specifikáltak lesznek, erősödik a versengés az alapkezelők kiválasztásában, bizonyos befektetési értéksávok alsó határát lecsökkentik, ahogy perspektivikusan és fokozatosan a közvetett állami jelenlétet is.

KIMPÁN NORBERT

kimpan.norbert@gmail.com

Bank- és pénzügyek

BSc, 5. félév

Partiumi Keresztény Egyetem

Témavezető:

*Dr. Králik Lóránd-István
egyetemi adjunktus, RO PKE*

Fintech cégek a modern pénzügyi rendszerben

A technológiai fejlődés alapvetően meghatározza életünket, bármely területről is beszéljünk. Gondoljunk csak az okostelefonok elterjedésére az elmúlt bő 10 év során. Emellett a mesterséges intelligencia fejlődését is meg kell említeni, az adatok (big data) elemzése egyre gyorsabbá és hatékonyabbá válik, míg a robotok elterjedése a gyártási folyamatokat forradalmasítja.

A pénzügyi szektort érintő technológia-vezérelt innovációk gyűjtőneve lett a fintech kifejezés. Dolgozatomban azt vizsgálom, hogy a fintech cégek megjelenése milyen hatást gyakorol a modern pénzügyi rendszer szereplőire.

A fogalom meghatározása után a fintech piac áttekintésével folytatom, a főbb tevékenységi körök rövid bemutatása mellett a befektetések volumenét, földrajzi eloszlását elemzem.

A tradicionális pénzügyi rendszerben a közvetítő szerepet a bankok látták el. Ezen domináns szerep várhatóan megmarad a bankmérlegben legnagyobb arányban szereplő hitelek és betétek tekintetében. Az egységes és hatékony szabályozói környezet kialakításától még messze állunk és azt is figyelembe kell vennünk, hogy a bankok csődje, likviditási problémái esetén rendelkezésre álló betétvédelmi alap fintech szolgáltatók esetén csak korlátozottan vagy egyáltalán nem érhető el. Viszont az alacsonyabb belépési korlátokkal bíró területeken (például a pénzforgalmi szolgáltatások terén) sokkal eredményesebbek lehetnek az új belépők, amennyiben azonnal és olcsóbban képesek az adott szolgáltatás nyújtására.

A fintech megoldások megjelenése komoly kihívás elé állítja a szabályozó hatóságokat is: sokszor egy-egy megoldás annyira innovatív, hogy a felügyeleti szervek nem is érthetik annak pontos működését. Szintén problémát okozhat a fintech vállalat gyakorlatilag globális aktivitása, így hatékony szabályozás csak határokon átnyúló egyezmények, irányelvek alkalmazásával lehet megvalósítható. Az előbbi kihívások miatt a pénzügyi kultúra kérdésköre is kiemelten fontos lesz.

Dolgozatom zárásaként azt vizsgáltam, hogy az S&P 500 index alakulása mennyiben magyarázza a Global Fintech Index alakulását. Lévén az első augmented Dickey–Fuller-teszt eredménye a stacionaritás hiányát mutatta az adatsorok esetében, az értékeket logaritmáltam, majd első fokú különbözöteket számítottam. Ezt követően a teszt újbóli elvégzése már igazolta a stacionaritás tényét. Regresszió elvégzését követően azt kaptam eredményül, hogy az S&P 500 és a Global Fintech Index korrelációja pozitív, 74%-os, az R^2 magyarázó ereje pedig 54,9%-ot tesz ki.

KRÁNICZ DÁNIEL

kradan22@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:

Dr. Horváth Attila

egyetemi docens, METU ÜKTF

PSD2 szabvány pénzügyi, gazdasági hatásai

Magyarország pénzügyi piacára is hatást gyakorolhatnak a Fintech cégek a PSD2 bevezetésével. PSD2 szabvány segítségével a Fintech cégek szigorú feltételek betartásával banki számlainformációs adatokhoz férhetnek hozzá, ezáltal egy újfajta innovatívabb szolgáltatást nyújtva a fogyasztóknak. A szakdolgozatom témája a PSD2 hatása a pénzügyi folyamatokra, a könyvelési folyamatokra és a banki szereplőkre milyen hatással lesznek a Fintech cégek. Bemutatásra kerülnek az új innovatív szolgáltatások, amiket a Fintech cégek nyújtanak a fogyasztóknak. A PSD2 szabvány bevezetésének célja, hogy létrejöhessen az Európai Unió belül a nyílt bankolás, megfelelő biztonsági szabályozás mellett. A Fintech cégeknek a fő gondja az volt, hogy amikor egy pénzügyi innovációt szerettek volna bevezetni, akkor a nagyon szigorú banki szabályozás mindig gátat szabott az innovációnak.

A szakdolgozatomban mély interjúkon keresztül sikerült világos képet kapni a hazai PSD2 helyzetről. Váradi Jánossal a Számlázz.hu PSD2 bevezetéséért felelős vezetővel készített interjú során rengeteg a dolgozatban keresett kérdésre kaptunk választ, továbbá készítettem interjút Hegyi Richárddal, aki a Magnet Bankot képviselte. Várgedő Lajos az Adriana Accounting Kft. tulajdonosa elmondta, hogy egy új könyvelést segítő szoftvert fejlesztenek, ami még automatizáltabbá tudja majd tenni a PSD2 a folyamataikat. Az interjú kutatás végén megkérdezésre került egyik ügyfelem, aki a számlázz.hu és Magnet Bank közös autokassza szolgáltatását használja, amivel teljes mértékben meg van elégedve. Az interjú során rengeteg következtetést tudtam levonni és ezáltal valóban sikerült bemutatni a hazai PSD2 helyzetét.

A kutatás során megállapítható volt, hogy már javában felforgatta a kereskedelmi és bankipiacot a PSD2 bevezetése. Egy olyan egyszerű példát kiemelve, amit mindenki tapasztalt az elmúlt hónapokban, amikor internetes vásárlás során bankkártyával fizet, akkor szükséges megerősíteni a vásárlást, ez már a PSD2-nek köszönhető változás. Azonban még az innovációs időszak elején vagyunk, így az innováció okozta pozitív hatások még hátra 5 vannak és az ehhez szükséges pár évnek még el kell telnie, hogy valóban érezhessük a PSD2 valódi pozitív hatását.

NAGY ODETT*odett.nagy@yahoo.com*Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
Osztatlan, 6. félévBudapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK**VÁGÓ ÁKOS***vagoakos98@gmail.com*Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
Osztatlan, 6. félévBudapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK*Témavezető:
Prof. Dr. Száz János
egyetemi tanár, BCE KTK***Banki likviditás, banksődök és bankszanálások stochasztikus modellezése**

Dolgozatunk célja, hogy egy új, sztochasztikus modellel szimuláljuk bankok likviditásának alakulását. Modellünkben figyelembe vesszük a bankméret és a kockázatvállalási hajlandóság likviditásra gyakorolt hatását. Mivel a bankszektor működésében erős rendszerkockázat figyelhető meg, és emiatt – mint ahogyan azt 2008-ban is láthattuk – egy bankpánik akár globális pénzügyi válsághoz is vezethet, ezért dolgozatunkban fontos szerep jut a bankok kapcsolatainak, a bankrendszer hálózatszerűségének, illetve a csődök és az állami kimentések jelenségeinek. A bankszektor összekapcsoltságának szimulálásához a banki likviditásokat magasan korrelált idősorokból generáljuk a Cholesky-dekompozíciós eljárás segítségével. A likviditás értékek legenerálása után meghatározzuk a csődök és kimentések feltételeit. Ezután megvizsgáljuk, hogy a modellünk mennyire képes megragadni a bankrendszer ismert jellemzőit: azt, hogy a nagybankok igen ritkán jutnak csődbe, a nagybankok csődjének rendszerszintű kockázatait, illetve, hogy a nagyobb kockázatvállalási hajlandóság valószínűbbé teszi a csődöt. Végül megvizsgáljuk, hogy milyen következményekkel jár, ha az kimentésekre vonatkozó várakozás beépül a kockázatvállalási stratégiába.



PAPP GERGELY

pgmarton@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 6. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Novák Zsuzsanna

adjunktus, BME GTK

A monetáris politikai szabályok változása, különös tekintettel a Bank of England politikájára

A dolgozat célja egyrészt a monetáris politikai szabályok történeti fejlődésének bemutatása, másrészt ezen szabályok gyakorlati alkalmazásának szemléltetése a Bank of England példáján keresztül. Ennek keretében először megvizsgáltam a szabálykövetés versus diszkréció vita alakulását, az uralkodó monetáris rezsimek tükrében. A dolgozat a vita kezdetétől, vagyis a currency-banking vitától dolgozza fel az elméleti diskurzust, melyben a 70-es évek játékelméleti modelljei, elsősorban a Kydland-Prescott elemzés jelentik a fordulópontot. Ezt követően az akadémiai környezetben nem kérdőjeleződik meg a szabálykövetés szükségessége, azonban a szabályok hatékony gyakorlati alkalmazására a 90-es évekig várni kell. Ekkor az inflációs célkövetés rendszere, valamint a jegybankok függetlensége, megteremti azt a környezetet, amelyben hatékonyan lehet alkalmazni egy egyszerű monetáris politikai szabályt.

A Hall-féle stratégia, illetve a mennyiségi szabályok, mint a McCallum- és a k-szabály, a monetáris aggregátumok változó szerepe miatt mára nehezen nyújthatnak útmutatót. A Taylor-szabály azonban az irányadó jegybanki kamatok és a kibocsátási rés, valamint az infláció összekötésével ad olyan fundamentumokat megragadó szabályt a jegybankok kezébe, melynek mentén sikerrel lehet elősegíteni a makrogazdasági stabilitást. E szabály alapján egyszerű regressziós modell segítségével az 1992-től 2020 első negyedévéig terjedő időszakra vizsgálom meg a Bank of England monetáris politikáját.

A kutatásban a Taylor-szabály alkalmasságát mutatom be a jegybanki politika kamattrendjének, és a brit jegybank monetáris politikai irányultságának elemzésére. Eközben arra a kérdésre keresem a választ, hogy hogyan változott a brit jegybank monetáris politikája az elmúlt évtizedekben. A kutatás rámutat, hogy az elmúlt harminc évben változó prioritásokkal ugyan, de bizonyítani lehet a jegybanki szabálykövető politikát.

REIZINGER KRISTÓF

reizingerkristof96@gmail.com

Biztosítási és pénzügyi matematika

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

*Badics Milán Csaba
tanársegéd, BCE GTK*

Big Data Analysis in Financial Networks: An Econometric Approach for the Detection of SIFIs and the Measurement of Systemic Risk

The financial crisis (2007-2009) has shed light on the instability of the financial sector. The bankruptcy of Lehman Brothers in 2008 signaled the existence of dense networks posing a high risk to the stability of the banking sector. In the beginning, the banks were characterized as the primary transmitters of spillovers. However, the bailout of the American International Group (AIG) indicated that the supervisory authority should also focus on insurance companies.

Despite the vulnerability of insurer companies, the systemic risk literature dedicated more attention to the risks of banks in the past decade. The sector was handled as a homogeneous industry, which radically contradicts the diversity of insurance branches. Different underwriting activities can be characterized, like life, accident and health, property and casualty (P/C), surety and financial guarantee insurance, and reinsurance. This division of traditional business models is essential, for the various covered risks have a considerable impact on the insurers' exposure.

The methodology used in this work utilizes the pairwise Granger-causality approach based on Hué et al. (2019) and extended by Song and Taamouti (2019), involving principal component analysis to filter out indirect and spurious edges from the network. This makes it possible to measure real connections among companies, sectors, and industries. The main finding of this research was that filtering out non-real connections resulted in a significant decrease in the number of edges in the insurance and banking industry during the financial crisis (2007-2009). However, the financial sector demonstrated growing connectedness from 2001 to 2019.

At an institutional level, some small banks were identified as SIFIs, which highlights the problem of concentrating only on big companies and can cause distortions in vulnerability rankings. At a sectoral level, the banks with high market capitalization were a dominating part of the network, while in the insurance sector, the most edges were detected on the North American market; especially, the P/C insurers were deeply embedded in the network. Moreover, the fast growth of interconnectedness was observed in the European life insurance and reinsurance sectors.

SZENTE DZSENI FER

szdzseni14@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Kovács Tamás
egyetemi docens, SOE LKK*

A fizetési rendszer sebességváltása a gazdaság és a hétköznapiok tükrében

Szakedolgozatom során a magyar azonnali fizetési rendszer kialakulását, működését és a gazdasággal és társadalommal való kapcsolatát vizsgáltam. E rendszer átfogóbb megismeréséhez a pénz alapjaitól kezdve tanulmányoztam a fizetési rendszerek fejlődési szakaszait, valamint megismertem a Magyarországon kívüli régebb óta fennálló fizetési rendszereket.

A magyar azonnali fizetési rendszer (AFR) 2020. márciusi bevezetésével jelentősen megváltozott a hazai pénzügyi struktúra, továbbá a rendszer gyorsaságával új elektronikus fizetési megoldások léptek színre. Ezekhez alkalmazkodnia kell a szereplőknek. Feltérképeztem és megvizsgáltam, vajon fel tudják-e venni a magyar polgárok a ritmust az új rendszer sebességével.

Szekunder kutatásom révén összehasonlítottam más kontinenseken található valós idejű fizetési rendszereket a magyar azonnali fizetési struktúrával. Megfigyeltem, milyen szolgáltatásokat nyújtanak ezek a hazánkon túli fejlett rendszerek és mivel tudná kamatoztatni a magyar AFR jelenlegi szintjét. Primer kutatásom a magyar lakosok és vállalkozók bankolási szokásaival, különös tekintettel az azonnali fizetési rendszerrel kapcsolatos tapasztalataival kapcsolatos. Feltártam azokat tényezőket, melyek segítségével megismerhető, hogy milyen mértékben használja ki a magyar társadalom az azonnali fizetési rendszer előnyeit, továbbá megfogalmaztam, hogy milyen további lehetőségek segítik elő az új rendszerhez való alkalmazkodásukat.

Elemzéseim végeredményeként megállapítottam, hogy a magyar AFR bár a bevezetésének szempontjából le van maradva a többi ország fizetési rendszeréhez képest, azonban felépítése és modern rendszere megállja a helyét a magyar fizetési környezetben és számos olyan tulajdonsággal rendelkezik, melyet a külföldi, régebb óta működő azonnali fizetési rendszerek sajátjuknak tudhatnak.

A lakossággal és a vállalkozókkal kapcsolatos kérdőíves kutatásom eredményei alapján az mondható el, hogy mindkét csoport nyitott a fizetési rendszer sebességváltásának alkalmazkodásához, azonban nem rendelkeznek elég felkészültséggel, tapasztalattal és ismerettel ennek teljes módú igénybevételehez. A Magyar Nemzeti Bank és a kereskedelmi bankok segíthetnék a lakosságot pénzügyi edukációs folyamatokkal bevonni a modern fizetési rendszer megismerésébe, illetve ösztönözhetnék a vállalkozókat, főleg a kereskedőket arra, hogy minél többen használják az elektronikus fizetési megoldásokat, így ezáltal utat törhetnek az azonnali fizetést nyújtó szolgáltatók a piacon.

TAKÁCS VIVIEN

tvivi0430@gmail.com

Pénzügy mesterszak

MSc, 4. félév

Szent István Egyetem Kaposvári Campus

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Bareith Tibor

tanársegéd, SZIE KC GTK

Közép-európai befektetési alapok teljesítményének értékelése

Az elemzés során céloim egy egymással összehasonlítható, befektetési alapokból álló csoport kialakítása volt, és a csoporttagok összehasonlítása. Emellett vizsgáltam a befektetési alapok viszonyát a piaci versenyhez a hatékony piacok hipotézisén (EMH) keresztül.

Az elemzésbe olyan nyilvános nyíltvégű részvényalapok kerültek, melyeknek földrajzi kiterjedése Közép-, és Kelet-Európa, és legalább 10 évnyi adatsor rendelkezésre állt. A vizsgált időszak 2009 januárjától 2020 szeptember végéig terjedt. Az alapfeltételeknek 10 befektetési alap felelt meg. Dolgozatomban a piaci hatékonyság elméletének tesztelését – a verseny jelenlétét és érvényesülését- mutatószám elemzéssel, és a profit perzisztencia vizsgálatával végeztem el. Piaci hozamként a CETOP 20 indexet jelöltem meg, mely a vizsgálat során nagyon alulteljesített az elemzésbe bevont befektetési alapokhoz képest. A CETOP 20 index mellett az elemzésbe további három saját számítással létrehozott benchmark index is bevonásra került, mely árnyaltabb képet nyújtott az összehasonlításhoz, a teljesítmények értékeléséhez.

Különböző mutatószámok alapján (Sharpe, Treynor, Jensen alfa, értékelési hányados) rangsoroltam, majd értékeltem a befektetési alapok teljesítményét. Az eredményekből megállapítható, hogy a HOLD, és a Generali alap teljesített a legjobban a vizsgált időszakban. A befektetési alapok, mint népszerű hazai befektetési lehetőségek vizsgálatánál fontos a piaci verseny mérése. A hatékony piacok elméletének igazolásához így az elemzésem második részében a profit perzisztenciát vizsgáltam. A profit perzisztencia elemzése megmutatta, hogy a piacon hatékonyan működik a verseny, az alapok hozamai gyorsan visszatérnek az egyensúlyi szinthez, nem lehet tartósan, átlag feletti hozamot elérni.

VIZI TÍMEA

vizitimi99@gmail.com

Pénzügy-számvitel

BSc, 3. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:

Balázsné dr. Lendvai Marietta

főiskolai docens, PE GKZ

Gyorskölcsönök kontra banki személyi kölcsönök

Örök aktualitása van a különféle hitelintézetek által kínált kölcsönfelvételi lehetőségeknek, mivel a fogyasztói társadalom térhódítása arra ösztönzi az embereket, hogy minél több pénzt költsenek, akár olyan termékekre is, amelyek meghaladják pénzügyi lehetőségeiket vagy nem feltétlenül van rá szükségük. Dilemma, hogy ezen költségek finanszírozására egy gyorskölcsön vagy egy banki személyi kölcsön a megfelelő, illetve valóban nélkülözhetetlen-e a választott termék.

A dolgozatomban felsorakoztatom a meghatározó nemzetközi és hazai piaci trendeket, majd a hitelintézetek által nyújtott hitelkonstrukciókat mutatom be elméleti síkon, ezután pedig gyakorlati fókusszal elemzem a gyorskölcsönöket és a banki személyi kölcsönöket. Nemzetközi kitekintéssel kitérek az Amerikai Egyesült Államok és Németország állampolgárainak hitelfelvételi hajlandóságára, figyelmet fordítva arra, hogy milyen a hitelfelvételi hajlandóságuk, s milyen hitelkonstrukciókban gondolkoznak.

Primer kutatásom keretében módszertanilag egyrészt összemérem a hazai, meghatározó szereplők kínálati palettáját, s a kapcsolódó kondíciókat, majd választ keresek arra, hogy melyik hitellehetőség igénybevétele bizonyul a legalkalmasabbnak a fogyasztók számára. Másrészt online kérdőíves felméréssel vizsgálom, hogy napjainkban milyenek találják az emberek a nem banki gyorskölcsönöket, mit tudnak róluk, milyen tapasztalatokkal rendelkeznek, és ezek fényében vajon vennének-e fel ilyen hiteleket, vagy nem.

Úgy gondolom, hogy a kutatásom több oldalról megközelítve járja körül a címadó témát, s amellet, hogy rendszerezi, és alaposan elemzi a főbb trendeket, összeméri a különféle lehetőségeket, kiemelt segítséget nyújthat ahhoz, hogy az ügyfelek felelős döntést hozhassanak.

Pénzügy – pénzügyi kultúra és tájékoztatás

Elnök: Prof. Dr. Belyó Pál Professzor Emeritus (EDUTUS)
Társelnök: Prof. Dr. Ábel István egyetemi tanár (BGE PSZK)
Tag: Dr. habil. Kovács Gábor egyetemi docens (SZE KGK)
Tag: Dr. Pataki László Zsolt egyetemi docens (MATE Szent István Campus)

BENCSIK MÁRTA ILDIKÓ

bemarta80@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 3. félév

Eszterházy Károly Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Baranyi Aranka

egyetemi docens, EKE GTK

Dr. Csernák József

adjunktus, EKE GTK

A háztartások megtakarítási attitűdjének vizsgálata

A magyar háztartások nagy része nem rendelkezik olyan mély pénzügyi ismerettel, hogy a magasabb kockázattal bíró, megtakarítási termékeket válassza, így számos esetben vagy otthon tartják a pénzüket vagy pedig a biztonságosabb opciókat választják. Tudományos Diákköri dolgozatomban célom volt ráébreszteni az embereket a megtakarítás fontosságára ugyanis, ha van egy meghatározott összegű megtakarításunk, akkor jövőben felmerülő váratlan kiadásokkal kapcsolatban lesz egyfajta biztonságérzetünk.

Primer kutatásom során összegyűjtött adatokat a Microsoft Office programcsomag Excel táblázatkezelőjével, valamint az IBM statisztikai programját az IBM SPSS Statistics programjával elemeztem. Ezek után a hipotéziseim alátámasztására, klaszterelemzést, faktor analízist, varianciaanalízist és khi négyzet próbát végeztem. Hipotéziseim az alábbiak voltak:

H1: Az iskolai végzettség befolyásolja a megtakarítási hajlandóságot.

H2: A lakosság a banki szolgáltatásokkal kapcsolatos attitűdjei alapján nem tekinthető homogénnek.

H3: A banki szolgáltatások között még mindig a klasszikus termékek vannak előtérben.

Kutatásomból kiderült, hogy még mindig a hagyományos banki szolgáltatások dominálnak a lakosság körében. A magas iskolai végzettség ellenére sem választják a speciális banki szolgáltatásokat, mert nem tartják ismereteiket elég mélynek, hogy igénybe vegyék azokat.

Véleményem szerint több információt kellene a háztartások rendelkezésére bocsájtani a bonyolultabb szolgáltatásokról, amennyiben felkeltette az érdeklődésüket az adott termék. Az oktatási gyakorlatot is lehetne színesíteni különféle gyakorlatközpontú felhasználó barát anyagokkal, az életben felmerülő valós esetekre vonatkoztatva. Egy másfajta megoldás lehet olyan applikációk kifejlesztése, amelyek azzal, hogy információt szolgáltatnak, segítséget nyújtanak bármilyen fajta pénzügyi probléma felmerülése esetén, hozzájárulnak ahhoz, hogy az tudatosabb döntéseket hozzanak meg a pénzügyek, megtakarítások vonatkozásában.

BODZSÁR-URBÁN ÉVA

bodzsarurbaneva@gmail.com

Pénzügy

MSc, 4. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Bárczi Judit

egyetemi docens, SZIE GTK

Dr. Bruder Emese

egyetemi docens, SZIE GTK

Különböző fizetési módok elterjedtségének vizsgálata a 18-65 év közötti munkavállalók körében

A kiválasztott téma aktualitása abban rejlik, hogy a modern gazdaságok nem képzelhetők el pénz nélkül. A gazdaság valamennyi szereplője naponta használja, mivel ebben kapják a munkabért, ezzel fizetnek a különböző termékekért, szolgáltatásokért, és még a megtakarításaikat is pénzben halmozák fel. A jelen pénzrendszerünk nagyban különbözik az elmúlt korokétól, mivel ez a pénz teljesen elszakadt az aranytól, vagy az ismert termékektől, belső értékkel már nem rendelkezik.

A gazdaság fogalma is megkettőződik a pénz használatával, mivel megkülönböztethetünk reáljavakat, és pénzjavakat. A vas, a gabona, és más hasonló termékek kereskedelme kézzelfogható, vagyis reáljavakra irányul, míg a modern piacgazdaságban piaca van a különféle értékpapíroknak, pénzeknek (devizáknak), pénzügyi kockázatoknak és jogoknak, illetve egyéb kézzel nem fogható tőkepiaci termékeknek.

Az USA-ban a XX. század második felében az elektronikus pénzáttalás elsődleges fizetési módként, a csekkek és készpénz helyettesítését szolgálta. Manapság kényelme, biztonsága, és gyorsasága miatt növekszik az elektronikus fizetés. A nagykereskedelemben a fizetések elsősorban elektronikusan történnek, ezzel szemben a kiskereskedelemben főleg a készpénz és a bankkártyás fizetés a legnépszerűbb. Már 2001-ben egy BIS felmérés előre vetítette, hogy „az elektronikus pénz átveszi a fizikai készpénz legtöbb, ha nem az összes kis értékű fizetés szerepét”, és „jelentős érdeklődés van az állami és különféle más hatóságok részéről is, beleértve a központi bankokat is e téren”.

A gazdaság megfelelő működéséhez megbízható fizetési- és értékpapír-elszámolási rendszerekre van szükség, ami összefügg azzal, hogy a pénzügyi tranzakciók az elvárt módon, időben, és költséghatékonyan valósuljanak meg. A hosszútávú megoldás elsősorban a készpénzmentesítést jelenti, amelynek egyik biztos pozitív hatása az adóbevételek növekedésében, és a feketegazdaság visszaszorításában mutatkozik meg. A kapott válaszok alapján megállapítható, hogy az emberek nyitottak az elektronikus fizetésekre, szívesen használják a bankkártyájukat, amennyiben van rá lehetőség. Az elektronikus fizetésekből látják a jövőt, mint a mobiltelefon, biometrikus fizetések, vagy a bőr alá beültethető chip. A kapott eredmények alapján az a véleményem, hogy a jövő fizetési módja, nem a készpénzben, hanem az elektronikus fizetésekből valósul meg, és ezzel kapcsolatban a továbbiakban is folytatnom a kutatómunkát.

BREGLOVICS VERONIKA

breglovicsveronika@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 2. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. habil. Széles Zsuzsanna
egyetemi docens, SOE LKK*

**Az emlékérmék lakossági befektetési lehetőségeinek vizsgálata az Egyesült Királyságban,
Ausztriában és Magyarországon**

A lakosságot régóta foglalkoztató kérdés az egyes befektetési lehetőségek közötti optimális választás, hiszen minden ember a lehető legnagyobb többletjövedelmet szeretné realizálni a befektetése után. Ezen gondolkodásmódból indultam ki a kutatásom során, mely elsődleges célja, hogy egy innovatív megtakarítási lehetőséggel ismertessem meg a gazdasági szereplőket, bővítve ezzel a megtakarítási lehetőségek tárházát. A dolgozatom központi kérdése, hogy az emlékérmék mint alternatív befektetési lehetőségek megállják-e a helyüket a lakossági megtakarítások között a vizsgált országokban.

Az Egyesült Királyság, Ausztria, valamint Magyarország közös tulajdonságai, hogy állami közreműködéssel bocsátanak ki emlékpénzérmekeket. Vizsgálataim alapját a 2018 és 2019 között kibocsátott angol, osztrák és magyar ezüst emlékérmék képezték.

A gyakorlati elemzés során megfigyeltem a 2019. májusában és októberében értékesített érmék sajátos tulajdonságait és IRR képlet segítségével megállapítottam a belső kamatlábak alakulásának nagyságát. Korrelációs vizsgálat során az egyes tényezők közötti kapcsolatok feltárását végeztem el, valamint a szakirodalom által megállapított értékalakító hatását a gyakorlati adatokon keresztül elemeztem. Végül pedig az infláció lehetséges hatásait figyeltem meg.

A kutatásom eredményeként megállapításra került, hogy az angol érmék értéknövekedése és belső kamatlába a legnagyobb a három ország közül, őket követik az osztrák érmék, majd a sort a magyar érmék zárják. Általánosságban elmondható, hogy az érmék ezüst anyagára piaci érték alakító tényező, míg a ritkaság nincs összefüggésben vele. Az inflációs hatás ellenére átlagosan minimum 20 százalékos hasznot lehet az érmékkel realizálni. Az alacsony kockázatú lakossági megtakarítási lehetőség közül kimagasló jövedelmet hozó emlékérmékbe történő befektetést érdemes lenne megfontolniuk a gazdasági szereplőknek.

BULEJSZA ALEXANDRA
alexandra.bulejsza@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 4. félév
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:
Dr. Takácsné prof. dr. György Katalin
egyetemi tanár, ÓE KGK

Fizetési szokások vizsgálata Rétság és Vác településen, illetve közvetlen vonzaskörzetükben

A készpénz, mint fizetési eszköz és a készpénzfizetés, mint fizetési mód életünk részét képezik. A megszokás, a kényelem, a biztonság, a fizikai kapcsolat mind azon tényezők közé tartoznak, amelyek hozzájárulnak ezen fizetési módhoz való ragaszkodásunkhoz. Ugyanakkor előtérbe került a készpénzfizetés megszüntetése. A téma jelentősége ellenére a gazdasági körforgásban résztvevők és a lakosság véleményéről kevés felmérés készült. A TDK dolgozat megírása során a céloom az volt, hogy szűkebb környezetben kérdezzem meg a lakosságot az adott témával kapcsolatban.

A kutatásba a főváros agglomerációjához tartozó Vác városát és a vidéki környezetben elhelyezkedő Rétság települést vontam be, melyek kiválasztásánál szerepet játszott a fővárostól való távolság. A primer vizsgálat során a kérdőív kutatást zárt és nyílt kérdésekkel folytattam le. A lakossági online kérdőívet 2018. november és 2019. január között 139 magánszemély töltötte ki, míg a mélyinterjúk során 11 egyéni és 12 társas vállalkozást kérdeztem meg. Az online elérhető kérdőívet nyomtatott, papír alapú formában 10 személlyel is kitölttettem főként az idősebb generáció miatt, akik nem rendelkeznek számítógéppel. A kérdőívek kiértékelésekor többek között céloom volt megtudni, hogy adott környezetben milyen fizetési szokások jellemzik a lakosságot, illetve milyen fizetési műveletek a vállalkozásokat.

A kapott eredmények jelzik, hogy a készpénzfizetés eltörlésével a megkérdezettek többsége nem ért egyet. Az emberek szeretik használni a készpénzt és biztonságosabbnak érzik, az elektronikus fizetőeszközökkel ellentétben. A két város nem reprezentatív mintaként tekintett lakosságának, csekély része, összesen 16 fő nem rendelkezik folyószámlával. Ennek oka, hogy nincs munkahelyük, továbbá a bank költség és a pénzfelvétellel járó kényelmetlenségek is hozzájárulnak ahhoz, hogy a lakosság vásárlásai során leginkább debit kártyával fizet. A bankkártya elfogadóhelyek számát és a városok méretét tekintve egyik város sem mondható elmaradottnak. Azonban a legtöbb vállalkozás nem rendelkezik terminállal és nem is tervezi annak bevezetését.

Mindez rávilágít arra, hogy a vizsgált települések (mind a vállalkozások, mind a lakosság) nincsenek felkészülve az elektronikus fizetési rendszer egyeduralmának bevezetésére. Vizsgálataim alátámasztják a hazai és a nemzetközi szakirodalmak, illetve felmérések azt, hogy a vidéki térségekben kevésbé alkalmazzák és inkább elutasítják a nem készpénzes fizetési módokat.

CSÚRY ÁGOTA*csuryagota@yahoo.com*

Bank és pénzügy

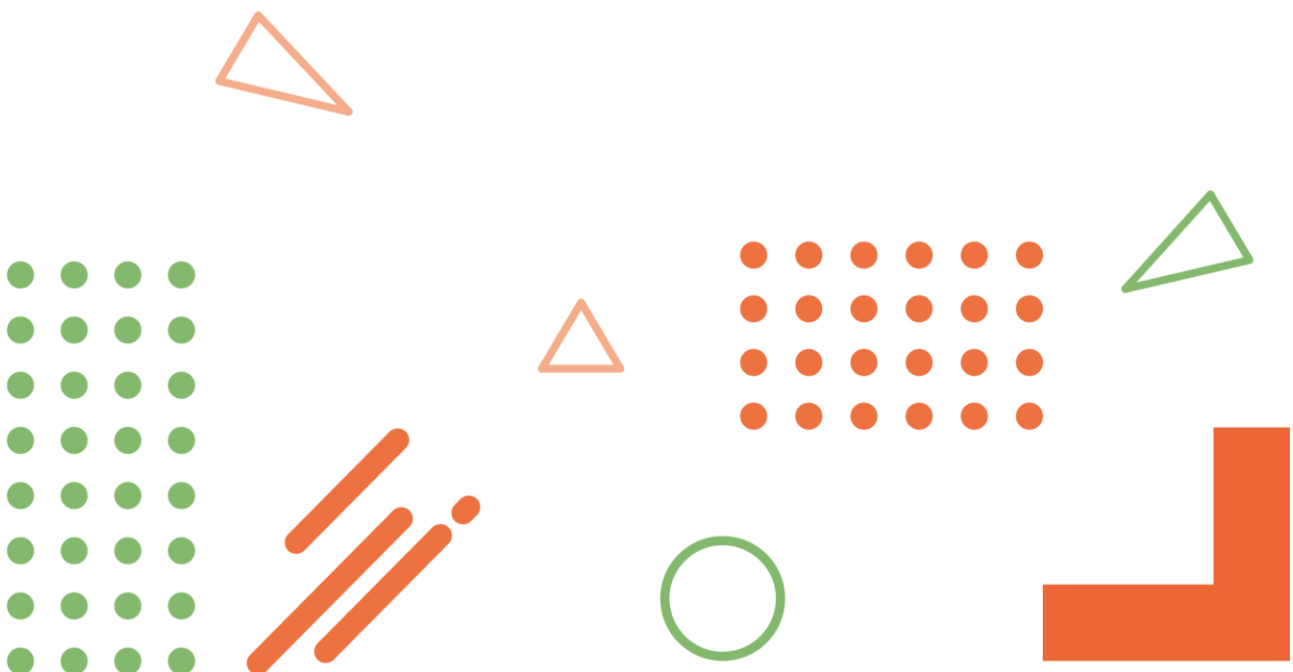
BSc, 5. félév

Partiumi Keresztény Egyetem

Témavezetők:
Dr. Gál Katalin
adjunktus, RO PKE
Dr. Veres Edit
adjunktus, RO PKE

Pénzügyi kultúra vizsgálata a Partiumi Keresztény Egyetem hallgatói körében

Dolgozatom célja a Partiumi Keresztény Egyetem hallgatói körében a pénzügyi kultúra felmérése és annak részletes elemzése. A pénzügyi kultúra összetett, több mindent foglal magába, például: pénzügyi tudás, pénzügyi folyamatok megértése, pénzügyi fogalmak ismerete, megalapozott vagy egyszerű pénzügyi döntések meghozatala, stb. A dolgozat kiindulópontja azon az észrevételen alapszik, hogy általában az oktatás és képzés során nem fektetnek elég hangsúlyt a fiatalok pénzügyi ismereteire, annak ellenére sem, hogy számos kutatásból kiderülnek ezek a hiányosságok. A kutatási eredmények számos megoldási lehetőséget foglalnak magukba. Az online kérdőíves technikán alapuló kutatás során célom, hogy felmérjem, a hallgatók, hogyan bánnak a kerestetükkel, bevételükkel, mennyire tudatosak a hétköznapi életükben, ami a pénzügyi döntéseket illeti. A pénzügyi kultúra vizsgálatában kitérek a megtakarításokra, hitelfelvételre, egyéb szokásokra. Az eredményekből kiderül, hogy milyen különbségek vannak életkor, szak tekintetében a pénzügyi kultúra vonatkozásában a hallgatók között. Felmérem, hogy a hallgatók családi műveltsége befolyásolja-e a pénzügyi magatartásukat, az is kérdés, hogy vajon a közgazdász hallgatók pénzügyi magatartása eltérő vagy sem a nem közgazdász hallgatókhoz képest.



FRIS ESZTER

friseszti@gmail.com

Pénzügy

MSc, 4. félév

Szent István Egyetem Kaposvári Campus

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. habil. Parádi-Dolgos Anett
egyetemi docens, SZIE KC GTK

Dr. Gál Veronika Alexandra
adjunktus, SZIE KC GTK

A Pénzügyi Tájékozottsági Mutató empirikus tesztelése egy Somogy megyei közép fokú oktatási intézményben

A pénzügyi kultúra fejlesztése egyre fontosabb feladat. Új pénzügyi termékek jelennek meg, az innováció és a digitalizáció elterjedésével még fontosabbá válik az ésszerű gazdálkodás, az öngondoskodás. Fejleszteni kell az emberek pénzügyi tudását és annak alkalmazási képességét, a pénzügyi összefüggések és definíciók ismeretét és a megalapozott pénzügyi döntések meghozatalának képességét.

2015-ben és 2016-ban az OECD/INFE pénzügyi kultúrát mérő vizsgálatában Magyarország egyedül a „pénzügyi hozzáállásban” végzett jó helyen, az öngondoskodás illetve a pénzügyi ismeretek terén a mezőny második felében, a „pénzügyi magatartásban” pedig az utolsó helyen teljesített. A pénzügyi tájékozottság hiányát és egyben szükségességét magam is hiszem, ezért középiskolai tanárként kutatást végeztem a 15-20 éves korosztályban, a közgazdasági képzésben tanulók körében. A mérést a Pénzügyi Tájékozottsági Mutató módszertana alapján (elméleti + gyakorlati kérdések) végeztem online kérdőíves megkérdezés formájában.

Hazai kutatásokból ugyan látható, hogy a szociodemográfiai tényezők döntően befolyásolják a diákok pénzügyi tájékozottságát, de pedagógusként igazolni szerettem volna az oktatás jelentőségét és hatékonyságát.

Míg Luksander (2013) szerint a középiskolában tanult pénzügyi-gazdasági ismereteknek nincs szignifikáns hatása a fiatalok pénzügyi tudásának szintjére, eredményeim azt mutatják, hogy a pénzügy szakirány képzése pozitív hatással van a diákok pénzügyi tájékozottságára. A magasabb óraszámú elsajátított ismeretek jól tükröződnek a diákok tudásában, bár a vizsgálatom megerősítette azt is, hogy a szociodemográfiai tényezők (lakhely, szülő foglalkozása) erősen meghatározzák a pénzügyi tájékozottság szintjét.

GÁL PETRA*hunstudent.99@gmail.com*

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

HORVÁTH KATA*horvath.kata06@gmail.com*

Kereskedelem és marketing

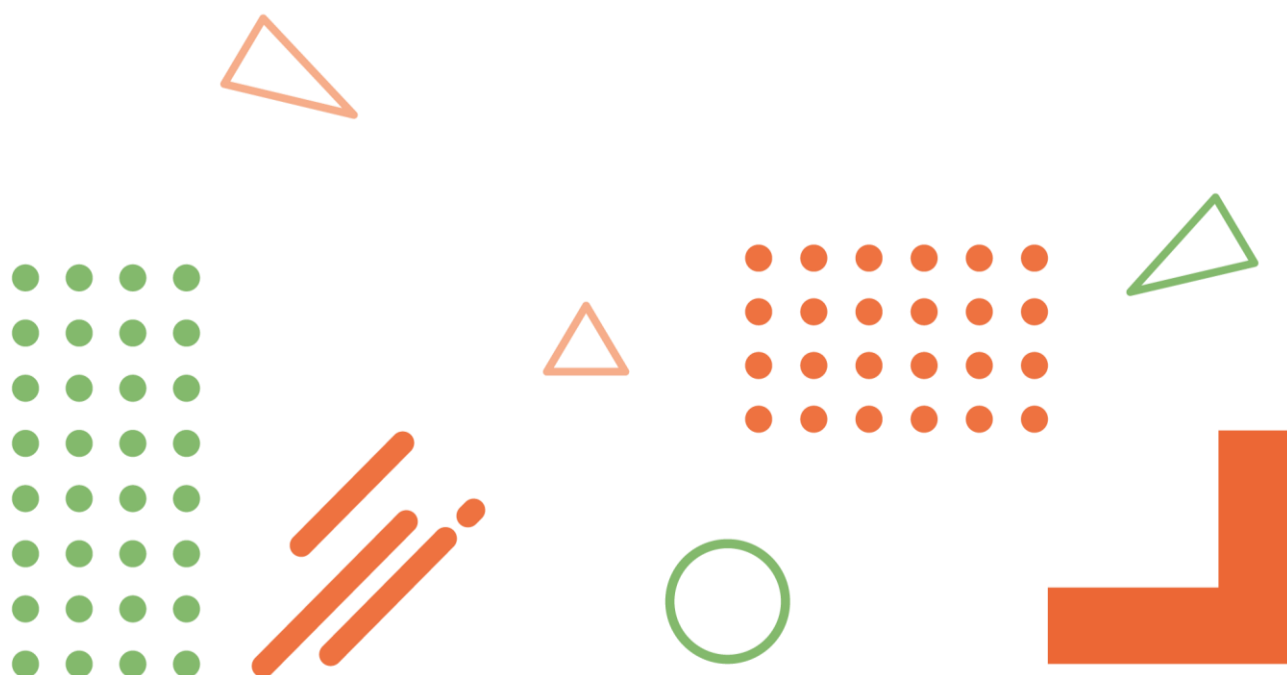
BSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Dr. Süveges Gábor**mesteroktató, ME GTK***Ingatlanpiaci tendenciák és a Z generáció**

Az ingatlanpiac az elmúlt évtizedekben talán az egyik legdinamikusabban formálódó területnek bizonyult. Változtak a tulajdonlási arányok, szokások, a támogatási rendszer egyre diverzifikáltabbá vált. Napjainkban egyre erősebben körvonalazódik lakáspiaci szempontból egyfajta markáns vonal nyugat és kelet között. Megszüntethető-e valaha ez a különbség, felzárkóz(hat)nak-e a keleti területek a fejlett nyugathoz – egyáltalán, ez lenne a vágyott mechanizmus a kelet-európai szereplők számára? Kutatásunk fő fókuszja ezen kérdésre releváns választ találni, továbbá tanulmányuk fontos elemét képezi a Z generáció lakásvásárlási ambícióinak vizsgálata, potenciális tendenciákkal és optimális támogatási konstrukciókkal kapcsolatos javaslattevés, valamint prognosztika kidolgozásának céljával. A vizsgálatot szakirodalom feldolgozásával, azon belül is az európai ingatlanpiac, a magyar ingatlanpiac keresleti és kínálati oldala, főbb trendjei és a Hofstede Teória ingatlanpiacra gyakorolt hatásával, szekunder kutatás elemzésével, valamint egy kérdőíves kutatás elvégzésével és annak kielemezésével végeztük. Ezekkel a vizsgálatokkal választ tudunk kapni a feltett hipotéziseinkre. Tehát, a tulajdonlási arány napjainkban várhatóan nem fog jelentősen változni, a nyugati trendek nem fogják markánsan befolyásolni a magyar lakáspiacot, a kulturális jellemzők miatt, a fiatalok közel fele itthon szeretne ingatlanhoz jutni, de ezen tervük meglehetősen nehezen megvalósítható, valamint, hogy a hitel-felvétellel kapcsolatos attitűd negatív. Emellett három javaslattevést sikerült megalkotnunk. Egy, amely a negatív attitűd feloldására irányul, egy, a fiatalok lakásmegtakarításával kapcsolatos, valamint egy egyfajta „önkormányzati hitelezési rendszert”.



KOVÁCS LILLA

kovacslilla1998@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Csordás Tamás Viktor

adjunktus, BCE GTK

Kézbe venni a pénzügyeket – A pénzügyi szolgáltatások fogyasztói élményének változása a kevert valóságok hatására – Az OTP HoloBank esete

A következő kutatás a kevert valóság alapú pénzügyi szolgáltatások felhasználói élményével foglalkozik. Az OTP HoloBank esettanulmányán keresztül keres választ arra, hogy: hogyan változhat az online pénzügyi szolgáltatások fogyasztói élményének érzékszervi dimenziója a szolgáltatások kevert valóság platformon történő használata esetén.

A szakirodalmi áttekintésben hangsúlyt kapnak a fogyasztói élmény dimenziói, melyek közül jelen dolgozat, a négydimenziós modell első elemét, az érzékszervi hatást, és annak a fogyasztói élmény kialakításában betöltött szerepét hivatott vizsgálni. Különböző iparágakból származó példák tárgyalásával kontextusba kerül, mi is az az érzékszervi marketing. A kiterjesztett, virtuális és kevert valóságok fogalmi tisztázását követően bemutatásra kerül a tiszta kevert valóság koncepciója is. A kevert valóságok és azok érzékszervi érintettségének tárgyalását követően az esettanulmány átvezetéseként szolgál a Microsoft HoloLens bemutatása. Az esettanulmány szekunder adatokra alapozott iparági bemutatással kezdődik, melyben több pénzintézet kiterjesztett, virtuális vagy kevert valóságon alapuló szolgáltatása kerül bemutatásra. Az OTP Bank két szakemberével készített mélyinterjúra épülő esettanulmány az OTP HoloBank példáján keresztül tárgyalja a pénzügyi szolgáltatások kevert valóság platformon történő használatát a hozzá kötődő fogyasztói élmény érzékszervi percepciójának aspektusából. A kevert valóságra épülő pénzügyi szolgáltatás három részének bemutatása – valós idejű kommunikáció, fizetések és banki utalások, adatvizualizáció – a szolgáltatás offline és online bankoláshoz viszonyított érzékszervi érintettségének tárgyalásával zárul. Az esettanulmány végén, a teljesség igénye nélkül, bemutatásra kerülnek a technológia bevonásának előnyei és hátrányai, valamint annak lehetséges nehézségei.

A kutatás eredményeként megállapítható, hogy a kevert valóság platformok, noha drágábbak, szabadabb fogyasztói élményt, esetenként erősebb és szélesebb érzékszervi percepciót tesznek lehetővé. A kevert valóság alapú pénzügyi szolgáltatásokra általánosságban elmondható, hogy érzékszervi percepciójukon belül felerősödik a tapintás szerepe. A kevert valóság alapú pénzügyi szolgáltatásokat kínáló vállalatoknak számolniuk kell az erősen szabályozott európai iparág jelentette korlátokkal, valamint a kiemelt fontosságú biztonság és adatvédelem megteremtésének kihívásával.

KOVÁCS LILLA ÁGNES

k.lilla0114@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:

Dr. habil. Széles Zsuzsanna
egyetemi docens, METU HFTGK

Életkezési támogatás és babakötvény vizsgálata mint befektetési lehetőség Magyarországon

Dolgozatomban vizsgált tudományos kérdés: a megtakarítások, az öngondoskodás, a hosszú távú befektetések és a babakötvény közötti kapcsolatok. Tartalmazza primer kutatásom bemutatását, annak eredményeit, mely egy kérdőív segítségével készült, több mint 100 megkérdezett fő válasza alapján. A kapott eredményeket különböző szempontok szerint csoportosítottam. Szerencsére – a téma érzékenysége miatt – a női válaszadók voltak többségben. A feltett kérdések alapján, alátámasztást nyert az a sajnálatos tény, hogy a válaszadók többségének nincs semmilyen befektetése, megtakarításaik jelentős részét készpénzben tartják, esetleg bankban folyószámlán. Többen élnének különböző befektetési lehetőségekkel, ha az egyszerűbb módon elintézhető lenne.

Dolgozatom célja az volt, hogy a családtámogatás rendszerén belül, a fiatalok életkezési támogatását és az arra épített Start-értékpapír számla és Babakötvény konstrukciót bemutassam. Befektetésnek kiváló, hiszen havi minimális megtakarított összeggel egy 18 éves fiatal milliós vagyonhoz juthat, ezzel is növelve a saját lakáshoz jutás esélyét.

A dolgozatomban 6 hipotézis került összefoglalásra az interjúk alapján, amiből kiderül, hogy sokaknak csak megtakarításuk van befektetésekre nem is gondolnak, ami elsősorban a tájékozottság hiányára vezethető vissza.

Mivel a gyermekek számára köthető különböző pénzügyi termékek, bár már 14 éve léteznek, sajnos ennyi idő is kevés volt a lakosság szélesebb körében történő elterjedésükhöz.

Állami támogatással lehet takarékoskodni a gyermekek részére olyan kedvező feltételek mellett, mint a kamatadó, járulék és illetékmentesség. Ehhez szükség lenne komolyabb marketingre a bankok és az állam irányából is. Reméljük az elkövetkezendő évek során a pénzügyi tudatosság bővülésével növekedni fog a befektetési kedv és lehetőség ezen befektetési formák iránt.

KRÁNICZ VIVIEN

vivien025@freemail.hu

Pénzügy és számvitel

BSc, 3. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezetők:

Balázné dr. Lendvai Marietta

főiskolai docens, PE ZEK

Dr. Jármai Erzsébet Mária

főiskolai tanár, PE GKZ

Banki digitális megoldások az iGen mérlegén

Egy digitális forгатagban éljük a mindennapjainkat, amelynek minden színterén turbó fokozatra kapcsolnak az innovatív törekvések. Különösen intenzív változásokon esik át a banki terület, amelyek még nekünk, a sokszor digitális nemzedékként emlegetett generációnak is meglepő. Dolgozatomban így három kulcskérdésre kerestem választ: A magyarországi bankok milyen módon tartanak lépést a digitalizáció gyors fejlődésével? A mai digitalizációs nemzedék milyen szinten veszi igénybe a banki digitális szolgáltatásokat, és mennyire elégedettek azok minőségével és biztonságával? Az iGen tagjai számára valóban annyira fontosak bankválasztás esetében az innovatív banki megoldások, mint ahogyan azt a generációs aspektusukból eredeztethetően elvárná a piac?

Kutatásom első pilléreként többirányú szakirodalmi feldolgozást végeztem, majd egy online kérdőíves felmérés során adatokat gyűjtöttem, s elemeztem a kapott eredményeket.

Magyarország digitális fejlettsége közepesnek mondható, más országokhoz viszonyítva, derült ki a Magyar Nemzeti Bank egy felméréséből. Ennek alapján összemérés technikájával igyekeztem megvizsgálni azt is, mely bankok hazai szinten a digitalizáció bajnokai, milyen szolgáltatásokat biztosítanak fiatalok számára és, milyen törekvések vannak a pénzügyi tudatosságra nevelésben, ami országos szinten nagy kihívást jelent.

Napjainkban megállapítható, hogy bár a Z generáció tagjai korábban a felnőtté válás útjára lépnek, ez a folyamat sokkal tovább tart, mint eddig bármikor. Ugyan sokkal informáltabbak, a szülői befolyás jelenleg is nagyon meghatározó a legfiatalabb generációk számára. A bankoknak meg kell találni a módját, hogy a lehető legnagyobb mértékben elnyerjék az ifjak bizalmát, ezzel pedig új dimenziókat teremtsenek a bankszektor jövőjében.

MAJOR FRUZZSINA

fruzsina.major48@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Dr. Jáki Erika
egyetemi docens, BCE*

A kockázati tőkebefektetők által keresett legfontosabb start-up menedzsment kompetenciák

A start-up vállalkozások folyamatos fejlődéséhez elengedhetetlen, hogy hozzájussanak további tőkebefektetésekhez. A tőkebevonás többek között a gyors növekedéshez, az ötlet megvalósításhoz, vagy akár a külföldi terjeszkedéshez szükséges, jellemzően kockázati tőkebefektetőktől. Sok kutatás foglalkozik azzal, hogy a befektetői tőkefinanszírozás elnyeréséhez mi a siker kulcsa. A jó ötlet? Az eladható termék? A megfelelően előkészített üzleti terv? A meggyőző prezentáció? Természetesen ezek közül mindegyiknek nagy jelentősége van, azonban sok esetben hallhatjuk a kockázati tőkebefektetőkről, hogy „a csapatba fektetnek”.

Kutatásom célja, hogy bemutassa, pontosan milyen jellemzőket keresnek a befektetők egy csapatban, amelybe szívesen investálnak. Számos tanulmány született már a kockázati tőkepiac működéséről és a befektetési célpontok kiválasztási folyamatáról. A dolgozatban irodalomáttekintés alapján bemutatom a döntési folyamatot, és meghatározom a befektetők által keresett csapat kompetenciákat, melyek mérésére létrehoztam egy egységes kódrendszert. Magyarországon 2019-ben forgatott, „Cápák Között” televíziós műsorban valós startupperek mutatkoztak be valós befektetőknek, melyek alapján tényleges befektetési döntések születtek. A műsorban szereplő zsűri saját, vagy cégének pénzét fekteti be a vállalkozásokba. Az itt bemutatott vállalkozói prezentációk, valamint az ezzel kapcsolatos interjúk részletes tartalmi elemzésén keresztül vizsgáltam, hogy a korábbi kutatások alapján meghatározott csapatjellemzők igazolhatók-e, mint sikerkritériumok. Sikeres vállalkozásoknak azokat tekintem a vizsgálatban, melyekbe befektetnek a zsűri tagok, sikerteleneknek pedig azokat, amelyeknek nem sikerül tőkét szerezniük a befektetőktől. A csapatjellemzők mérését, a kódrendszeren keresztül, leíró statisztikai módszerek segítségével végzem el.

Az induló vállalkozóknak, vagy vállalkozói csapatoknak sokféleképpen kell bebizonyítaniuk, hogy vállalkozási ötletük megfelelő a befektetők számára. Ennek érdekében ki kell dolgozni a terméket/szolgáltatást, az üzleti tervet, és magát a prezentációt. Azonban nem szabad arról sem megfeledkezniük, hogy saját magukat, valamint a vállalatban aktív szerepet játszó csapatot is fejleszteniük kell, ahhoz, hogy sikeresek legyenek. A dolgozatom empirikusan teszteli a szakirodalomban meghatározott alapvető kompetenciákat, amelyek kulcsszerepet játszhatnak a kockázati tőkebefektetők megnyerésében.

NÉMETH BALÁZS

baluka19980424@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kovács Tamás

egyetemi docens, SOE LKK

A mobiltelefonok fejlődése és hatásai a fizetésre

A dolgozatom témaválasztását az indokolta, hogy a mai világban nem lehet figyelmen kívül hagyni a mobiltelefonok bejárt útját, és az ezáltal gyakorolt hatásokat a társadalmunkra. Jómagam is rendszeres felhasználója vagyok az okostelefonoknak, és a hatásait tovább boncolgatva összefűztem a pénzügyi szakirányultságommal.

A mindennapi tényezőkön túl a mobilfizetést vizsgáltam meg. Napjainkban számos készüléken elérhető már az a funkció, ami által a bankkártyához hasonlóan érintéses alapon tudunk fizetni egy vásárlás után. Ennek köszönhetően kutattam azután, hogy a jövőbe tekintve mekkora esélye lehet a mobiloknak kiváltani a fentebb említett fizetőeszközt. Ezt egy kicsit tovább gondolva pedig még arra kerestem választ, hogy az elektronikus fizetési módszerek képesek lehetnek-e eltüntetni a készpénzt a fizetőeszközök választéka közül.

Ehhez kezdetben a szakirodalmakkal támasztottam alá a kutatásomat, és bemutattam azt, hogy a mobiltelefonok miként hatnak a modern életmódunkra, és felvezettem a fizetési funkciójukat. Elsődleges, saját kutatásomban pedig az általam felvetett kérdések vizsgálata volt a fő szempont, amit egy anonim kérdőívvel és mélyinterjúkkal abszolváltam.

A források feldolgozása és a primer kutatásom alapján elmondható, hogy a mobilok térhódítása jelentős, és a fejlődő országokban a készpénzmentes társadalom kialakításának folyamata már megkezdődött, azonban hazánkban ez még nem ért el arra a szintre. Negatív hatásait tekintve pedig a túlzott mobilhasználat függőséget okozhat. A kutatásomból levont konklúziók szerint hazánkban is hiába használnak az emberek minden társadalmi szinten rendszeresen mobiltelefont, azonban a fizetések terén még nem örvendenek akkora népszerűségnek, így a bankkártyák kiváltása nem fog a közeljövőben megvalósulni. Ami azonban megerősítésre került, hogy a magyar emberek többsége is fokozatosan kezdi elhagyni a készpénzt használatát, és az eredmények tudatában kijelenthetem azt, hogy a jövőben ezen fizetőeszköz szép lassan el fog tűnni a mindennapjainkból.

Javaslatként említeném, hogy minden bank tegye lehetővé az ügyfelei számára a mobiltelefonos fizetést, és a marketing tevékenységekben is jelenjen meg. Minden üzletben tegyék elérhetővé az elektronikus fizetést. Továbbá vezessenek be egy bizonyos összegkorlátot, ami felett már nem lehet készpénzzel fizetni, és az emberekben növeljék a biztonságérzetet, ha a terminálokat használják.

PÓTA CSERNE PANKA

pota.plazma@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Becsky-Nagy Patrícia
egyetemi docens, DE GTK*

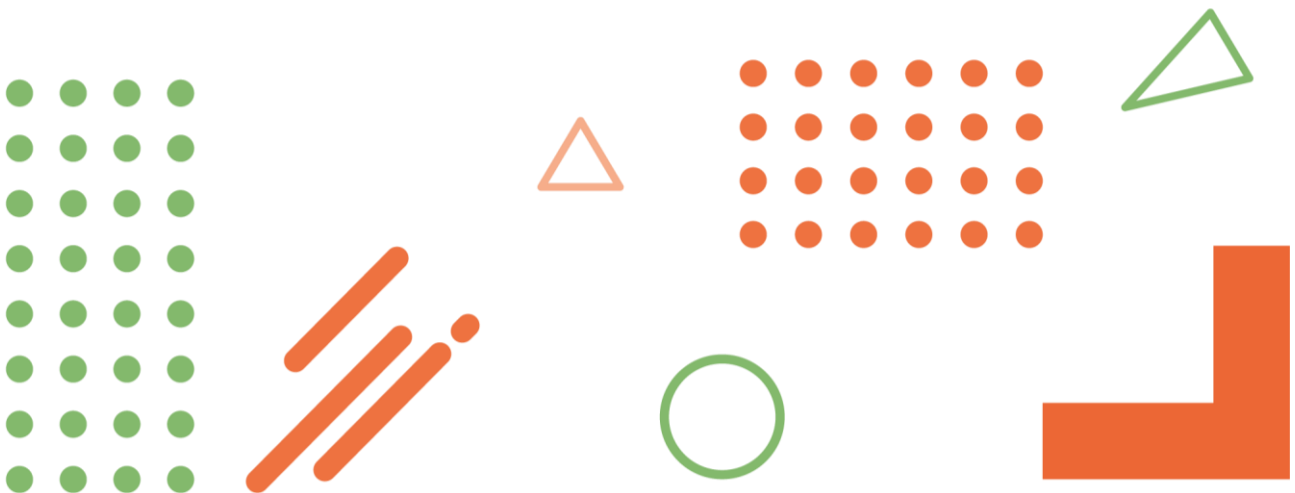
Alkalmazkodás a pénzügyi digitalizációhoz

A digitalizáció nemzetközi felfutásának lehetünk tanúi, melyben eltérő kihívásokkal szembesülnek a pénzügyi szektor szereplői és ügyfelei. Dolgozatomban szeretném bemutatni a pénzügyi szektorra ható körülményeket, különös tekintettel a digitalizáció terjedésére, az új piaci szereplőkre, a szabályozók követelményeire és a forradalmian új innovatív megoldásokra. A GAFJA jelenség, valamint az újszerű fizetési megoldások kezdenek begyűrűzni a hétköznapi pénzügyekbe, amely számottevő változást indukál a pénzügyi kultúrában.

A kutatási téma aktualitását az adja, hogy a digitalizáció és az innovátorok betörése a piacra felforgatta a pénzügyi szektort, fokozta szereplőinek versenyét, valamint egy kihívásokkal és lehetőségekkel teli új szabályozói környezet alakult ki. A pénzügyi szektor fejlődése és az innovációk elterjedése csak a fogyasztói igényekkel harmonizálva valósulhat meg.

A szakirodalmi források feldolgozása után összeállítom a bankrendszer SWOT-analízisét, azt követően pedig az Európai Bankhatóság által készített felmérés eredményeit értékelem. Első körben azt vizsgálom, hogy vajon mivel tudja egy pénzügyi szolgáltató magához csábítani, illetve megtartani az ügyfeleket. A dolgozat második részében egy átfogó magyarországi piackutatás eredményeit elemzem, majd azt összehasonlítom a nemzetközi felmérések eredményeivel. Dolgozatomban arra keresem a választ, hogy a fogyasztók – különösen az egymástól eltérő digitális kultúrával rendelkező generációk – ismerik-e és alkalmazzák-e az aktuális pénzügyi innovációkat, vagy tájékozatlanságuk és bizalmatlanságuk gátat szab a digitalizáció térnyerésének.

Megállapítható, hogy a fogyasztói döntések alapja az ügyfélélmény és a kiberbiztonság lett, a megváltozott fogyasztói elvárásokhoz pedig alkalmazkodnia kell a már meglévő és az új pénzügyi szolgáltatóknak is.



SZABÓ KRISZTINA

k.szabo.1108@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Kovács Tamás

egyetemi docens, SOE LKK

Dr. Hoschek Mónika

egyetemi docens, SOE LKK

A fiatalok pénzügyi tudatossága, vagy tudatlansága?

Dolgozatomban a fiatalok pénzügyi kultúráját vizsgálom, mivel az egy általánosan elfogadott álláspont, hogy a pénzügyi kultúra világszerte alacsonyabb az elvártnál. Ahhoz, hogy ezt fejleszteni lehessen, meg kell ismerni az egyének pénzügyi kultúráját, lehetőleg specifikusan, hogy minél jobb eredményeket lehessen a különböző pénzügyi kultúra-fejlesztő programokkal elérni. Mivel számomra meglepő volt, hogy milyen tájékozatlanok és érdektelen a fiatalok a pénzügyekkel kapcsolatban, és a legtöbb nemzeti stratégia is a fiatalokat célozza, úgy gondoltam a fiatalokat választom fő célcsoportomként.

A dolgozatom fő célkitűzése, hogy a fiatalok pénzügyi tudásáról egy átfogó képet adjak, melyet egy kutatás által dolgoztam fel. A primer kutatásomat egy kérdőíves felméréssel végeztem, melyet egyaránt töltöttek ki hallgatók, és azok, akik nem vesznek részt felsőoktatásban. A kapott adathalmazt az IBM SPSS programmal elemeztem, így a hipotéziseimet tudtam igazolni, vagy elvetni.

Legfőbb megállapításaim, hogy a kérdőívem kitöltői esetében nincs kapcsolat a pénzügyi tudás és a szülők iskolázottsági szintje között, illetve a nemek esetében sincs kapcsolat a két változó között. A fiatalok jövedelme és pénzügyi tudása között sincs szignifikáns kapcsolat. Azonban a hallgatók és a felsőoktatásban nem résztvevők pénzügyi tudása között van szignifikáns kapcsolat, tehát megállapíthattam, hogy azok, akik egyetemre járnak, magasabb pénzügyi tudással rendelkeznek. Végül a hipotézisemet, miszerint a fiatalok valós és vélt pénzügyi tudása között lényeges különbség van, elfogadtam.

A fiatalok pénzügyi tudásának fejlesztése elengedhetetlen, melyre a különböző oktatási programok akkor a legeredményesebbek, ha nem csak az elméleti tudást növelik. Úgy gondolom, hogy a gyakorlatorientált oktatás nagyban hozzájárulhat ahhoz, hogy a megtanult fogalmakat, illetve folyamatokat a későbbiekben is sikeresen tudják alkalmazni. Célszerű lehet kiterjeszteni az oktatást az általános iskolások körében is, de az iskolarendszerből kikerültek számára a felnőttképzés keretében is fontos lenne a hiányosságok csökkentése.

Pénzügy – vállalati pénzügyek

Elnök: Prof. Dr. Berlinger Edina egyetemi tanár (BCE)
Társelnök: Dr. habil. Baranyi Aranka egyetemi docens (MATE Károly Róbert Campus)
Tag: Dr. habil. Darabos Éva egyetemi docens (DE GTK)
Tag: Dr. Fellegi Miklós egyetemi docens (BGE PSZK)

BOSNYÁK KRISZTIÁN

bosnyak.krisztian.96@gmail.com

Pénzügy

MSc, 3. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Tóth-Pajor Ákos
tanársegéd, PTE KTK*

Hitelciklusok és tőkeszerkezet: empirikus elemzés európai tőzsdei vállalatokon

A kutatás célja az európai tőzsdei vállalatok tőkeszerkezetének vizsgálata a hitelciklusok mentén. Hitelciklus alatt a hitelkínálat váltakozását értjük, egy hitelciklus akkor ér véget, amikor a hitelkínálat beszűkül, a vállalati kötvények csődvalószínűsége (default rate) és felára pedig megnő. A kutatás során regressziós modellezéssel vizsgáltam a hitelciklusok és a tőkeáttétel alakulásának összefüggéseit. Két fő kutatási kérdésem a következő:

1. Van-e egyidejű kapcsolat a hitelciklusok alakulása és a könyv szerinti értéken számított tőkeáttétel között?
2. Előrejelezhető-e a tőkeáttétel alakulása a hitelciklusok segítségével?

A dolgozatban áttekintem a hitelciklusokkal és a tőkeszerkezettel kapcsolatos főbb szakirodalmat. Ennek során kitérek a hitelciklusok főbb jellemzőire és a tőkeszerkezettel kapcsolatos elméleti összefüggésekre, illetve a főbb tőkeszerkezeti elméletekre. Az elméleti áttekintést korábbi empirikus kutatások eredményeivel támasztom alá, és kitérek a tőkeszerkezetet befolyásoló vállalati tényezőkre.

A kutatáshoz felhasznált vállalati adatbázis forrása a Refinitiv, illetve a csődvalószínűségeket a Fitchratings.com oldalról töltöttem le. Az így kapott adatbázis 553 vállalat 14 évnyi (2004 és 2017 közötti) adatait tartalmazta. A regressziós elemzés során az általánosított momentumok módszerét használtam, három különböző modellen, az eredményváltozó mindhárom esetben a tőkeáttétel volt. Az első két modell magyarázó változói közé – a vállalati tényezők mellett – beépítettem a csődvalószínűséget, mint a hitelciklusok proxyját is, ami a trendváltozó szerepét töltötte be. A harmadik modell trendváltozó helyett az időhatásokat vizsgálta, és kontrollként szolgált a paraméterbecslések helyességéhez.

A dolgozat fő következtetése, hogy bár a csődvalószínűség és a könyv szerinti értéken vizsgált tőkeáttétel között nincs egyidejű kapcsolat, a csődvalószínűség emelkedése a tőkeáttétel csökkenését vetíti előre. Ennek oka, hogy válságok alatt, amikor a csődvalószínűség megnő, a vállalatok kockázatot csökkentenének, de nem tudják azonnal leépíteni az adósságállományukat, így ez a hatás csak késleltetve jelenik meg. Mindez 2020 áprilisában azt vetíti előre, hogy 2021-ben, vagy legkésőbb 2022-ben a vállalati tőkeáttétel csökkenésére kell számítani.

FÁBIÁNNÉ JÁTÉKOS JUDIT ILONA

fabianne.judit@vivamail.hu

Számvitel

MSc, 3. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Kovács Tamás

egyetemi docens, SOE LKK

Trenka Gyula

igazságügyi pénzügyi, könyv-, adó és járulékszaktörő, igazságügyi szakértő

Cégértékelési dilemmák

Emlékeznek Gordon Gekko számtalanszor idézett mondatára? „Ez nem arról szól, hogy elég-e, haver. Ez egy zéró végösszegű játék: valaki nyer, valaki veszít. Pénz önmagában nem vesz el, de nem is jön létre. Nem vesz el, csak átalakul.”

Emlékeznek a legendás Tőzsdecápák (1987) című film főbb jeleneteire, a technikákra, amellyekkel cégeket emelnek fel, vagy tesznek tönkre, vagy hogyan manipulálják a részvények értéket? Vajon ez csak egy film, vagy van ebben valamennyi igazság? Erről is szól a dolgozatom...

Mennyit ér egy vállalat, egyáltalán meghatározható-e a vállalat értéke? Meg lehet-e határozni, ha eladásra kerül egy társaság, vagy részvények kerülnek a piacra, a tőzsdére, hogy mi az az összeg, amely mindezekért kifizethető, és a piac által meghatározott ár azonos-e az értékkel?

Dolgozatomban arra keresem a választ, mit értünk „érték” alatt, hogyan játszódik le egy értékelési folyamat, milyen tényezők játszanak szerepet, melyek azok a külső és belső tényezők, amellyekkel számolni kell, és egyáltalán objektív vagy szubjektív-e ez a folyamat? Léteznek-e tudományosan alátámasztott módszerek, amelyek segítségével az érték meghatározható? És ha igen, akkor milyen pontossággal tudják ezek valaminek az értékét alátámasztani?

Kutatásom a fellelhető releváns szakirodalom, a szakmai ajánlások feldolgozásán és elemzésén alapul, és a téma aktualitását úgy gondolom, nem kell magyarázni, hiszen egy vállalati életciklus alatt számos olyan szituáció adódhat, amikor szükségessé válik a vállalatérték meghatározása. Ezen felül ma már a korszerűen működő vállalatok a tulajdonosi érték alapú mutatókat beépítik a stratégiai terveikbe, a teljesítményértékelésbe és ezen mutatók alkalmazása az értékközpontú vállalatirányítás egyik alappillérvé vált.

Összefoglalásként elmondható, hogy a modern értékelési szemlélet a modern vállalati pénzügyek, a vállalati stratégiák és a tőkepiaci elméletek fejlődése nyomán alakult ki, és ebből következik, hogy a vállalatértékelés nem csupán számviteli, hanem komplex közgazdasági feladat, amely magas szintű pénzügyi, közgazdasági és nemzetközi számviteli ismereteket igényel. Dolgozatom végső konklúziója, amely egyben mottója is:

„Az értékelés – Több, mint egy szám!”

FARKAS RICHÁRD MÁRK

farkas.richard.m@gmail.com

Pénzügy

MSc, 1. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Kiss Gábor Dávid
egyetemi docens, SZTE GTK*

Csődelőrejelző modellek fejlesztése és értékelése módszertani és egyéb szempontok alapján

A dolgozatomban az építőipari vállalatok fizetőképességét vizsgálom négy csődelőrejelző modell felállításával. A csődöt, azaz a fizetőképesség megszűnését egyszerűen a jogi lépések megkezdésétől számítom (csőd-, a felszámolási- és végelszámolási eljárások). A dolgozatnak két fő célja van. Az első cél a modell közti módszertani különbségre irányul. Két módszertant alkalmazok a négy modellnél: logisztikus regressziót és mesterséges neurális hálót. A nullhipotézis az, hogy ugyanazon empiriával és kezdeti mutatókkal rendelkező neurális hálónak erősebb a predikciós képessége, mint a logisztikus regressziónak.

A második fő cél a modellek különböző változókkal lefuttatott vizsgálatára irányul. Pontosán az, hogy a dinamikus mutatók alkalmazása jótékonyan hat a modell besorolási képességére. A négy modell a következőképpen épül fel: két statikus változót alkalmazó modell (egy logisztikus regresszió alapú és egy neurális háló alapú), illetve két dinamikus változót alkalmazó modell (az előzőhöz hasonló felosztás alapján). A dinamikus azt jelenti, hogy az adott építőipari vállalat nem egy, de négy pénzügyi évét vizsgálja szimultán a modell.

A dolgozatban megválaszolásra kerültek a kitűzött célok. Az első, amelynek nullhipotézise az volt, hogy hierarchikus kapcsolat van a két módszertan között, páronként teljesült. Tehát jobb eredményt ért el a statikus mutatókat alkalmazó neurális háló az ugyanezen mutatókat alkalmazó logisztikus regresszióval. Ugyanez jellemző volt a dinamikus mutatók alkalmazásánál.

A második kitűzött cél annak a vizsgálatára irányult, amely szerint a dinamikus mutatók használata pontosabban határozza meg egy vállalat fizetőképességét. Ez a nullhipotézis a modellek alapján megdőlt, mivel a mindkét módszertannal lefuttatott és dinamikus mutatókat alkalmazó modellek rendre rosszabbul teljesítettek a statikus párjuknál (százalékos végeredmény szempontjából).

Tehát megerősítést nyert az első cél nullhipotézise, azaz a neurális hálón futtatott modellek pontosabban a logisztikus regresszió futtatottaknál. Illetve cáfoltuk azt, hogy jótékony hatása lenne több pénzügyi év szimultán vizsgálatának egy építőipari vállalatokat mintaként felhasználó modellben.

FAZEKAS FLORANCE TITANILLA

florance1997@gmail.com

Bank és pénzügyek

BSc, 3. félév

Partiumi Keresztény Egyetem

*Témavezető:
Dr. Szász Erzsébet
egyetemi docens, RO PKE*

Adózási szokások (munkabér adóterhei) összehasonlító vizsgálata: Magyarország és Románia

Az adók fontosságát alátámasztja az a tény, hogy az adófizetési kötelezettség legtöbb ország alkotmányában megjelenik, mint az állampolgárok közteherviseléshez való hozzájárulásának kötelezettsége. A személyi jövedelemadóval, ezen belül pedig a munkabér adóterheivel szinte minden ember szembesül, az országhatárokon átnyúló munkavállalási lehetőségek pedig megteremtik azt az igényt, hogy ismerjük az érintett országok adózási szokásait, a szabályozásokat, és az ebből adódó személyes kötelezettségeket. A munkabér olyan jövedelemkategória, ami után a munkavállaló és a munkáltató egyaránt fizet adót. Mivel az elmúlt évek során sokszor változott úgy a minimálbér mértéke, mint a munkabér adóterhei, kutatásom célja megvizsgálni és bemutatni azokat a változásokat, amelyek Magyarországon és Romániában történtek az elmúlt években.

Kulcsszavak: adózás, járulékok, munkabér, minimálbér, Románia, Magyarország



FŐGLEIN GYULA

gyfoglein@gmail.com

Pénzügy

MSc, 4. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Pataki László

egyetemi docens, SZIE GTK

Egy nagyvállalat devizaárfolyam-kockázatának fedezése

Dolgozatom elsődleges célja, hogy egy nagyvállalati példán keresztül bemutassam a devizaárfolyam-kockázatokkal kapcsolatos fogalmakat, kifejezéseket, tisztázzam a devizaárfolyamok esetében tapasztalható devizaárfolyam-volatiliás okozta kockázatokat; valamint hogy részletesen megismertsem dolgozatom olvasójával a devizakitettségek kezelése kapcsán rendelkezésre álló banki termékeket, instrumentumokat, azok feltételeit, illetve az egyes ügyletek előnyeit, hátrányait és kockázatait.

Kutatásom során első lépésként a kitétség meghatározására volt szükség, ehhez megvizsgáltam az adott nagyvállalat likviditási terveit devizánkénti bontásban annak érdekében, hogy világossá váljon a társaság tényleges, (fedezendő) nettó devizakitettsége és a más devizanemekben rendelkezésre álló fedezet mértéke.

Ezt követően az egyes konkrét fedezeti ügyleteket vettem górcső alá: részletesen tanulmányoztam, hogy mely ügyletek, mely esetekben nyújthatnak megfelelő védelmet és biztonságot egy esetleges árfolyam-elmozdulás esetén, illetve áttekintettem az ezen fedezeti ügyletekhez tartozó jellemző kockázatokat. Az ügyletek értékeléséhez elsősorban az ún. „profit and loss” értékeket bemutató és a lejáratkor érvényes piaci árfolyamokhoz viszonyított ügyletértékeket bemutató grafikonokat hívtam segítségül és elemeztem azok értékeit.

A megfelelő ügyletekből megkíséreltem összeállítani a vizsgált társaság minden igényét kielégítő fedezeti stratégiát, ami a lehető legkisebb költség és kööttség mellett a legnagyobb biztonsággal nyújt védelmet a kedvezőtlen piaci folyamatokkal, árfolyam-elmozdulásokkal szemben.

Végül a fedezeti stratégia kialakítása során meghozott döntésemet megvizsgáltam a lejárat időpontjában abból a szempontból is, hogy a megkötött ügyletek milyen eredménnyel zárultak, azaz, hogy ezeken az ügyleteken milyen mértékű nyereséget vagy veszteséget ért el a vállalat mind a lejáratkori érvényes árfolyamok, mind a célárfolyam tükrében.

KLAUSZ ADRIENN

adriadrienn998@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Novák Zsuzsanna

adjunktus, BME GTK

Dr. Orlovits Zsanett

egyetemi docens, BME GTK

„Előrejelezhető-e a csőd? A pénzügyi mutatószámok szerepe a kimentési gyakorlatban a 2008-as globális válság tapasztalatai alapján”

A 2008-as válság hatásainak enyhítésére irányuló európai gazdaságpolitika a bankrendszer problémáira, különösen a rendszerszinten jelentős bankok megerősítésére egyrészt különböző támogatások nyújtásával, végső esetben pedig államosításukkal igyekezett megoldást találni. Németország élenjáró volt a kimentési gyakorlatban, uniós keretek közt is rengeteg német bank részesült valamiféle támogatásban a válság során. Más tagállamokban gyengébben teljesítő intézmények sem kaptak támogatást, illetve azok, amelyek kiadásai mérséklését tartották szem előtt a válságkezelésben, esetenként jobban teljesítettek, erősebb banki szférával vészelték át a válságot.

Dolgozatom célja, hogy megvizsgáljam valóban elkerülhetetlen volt az egyes bankok kimentése a német gyakorlatban. Más tanulmányokhoz hasonlóan logisztikus regressziós modell segítségével tesztelem egy konkrét pénzügyi intézmény csődvalószínűségét 1999-2019 között rendelkezésre álló éves beszámolókból számolt pénzügyi mutatók segítségével, különös tekintettel a 2008-as válságra. Választásom a Commerzbankra esett, mivel erről a hitelintézetéről elmondható, hogy kimentésben részesült a válság során, de nem volt olyan fajsúlyos hitelintézet a német bankrendszerben, amely esetében megkérdőjelezhetetlen lett volna a kimentés.

A modell tökéletes predikciós képességgel rendelkező változóinak megválasztásához, a klasszikus megközelítéssel összhangban, a különböző kockázati kategóriák szolgáltak segítségül. Az optimális magyarázóváltozók a sajáttőke-, költség/bevétel-, illetve a hitelezési veszteségekre képzett céltartalék, végül két különböző kategóriából kerültek ki. A megalkotott modell a Bazel III. szabályozással részben összhangban áll, mivel a recesszió után az ajánlás tovább szigorította például a tőkekövetelmény mutatókat, amelyek a modellben is releváns változóknak bizonyultak. Fontos azonban megjegyezni, hogy a szigorítások fő célja elsősorban a makroprudenciális szabályozás elősegítésére irányultak, új mutatók bevezetésével a transzparencia növelése és a befektetők védelme érdekében.

Összefoglalva, a válság alatt a Commerzbank kimentése a gyenge teljesítménye miatt volt indokolt, rendszerkockázati szempontból nem volt jelentős hitelintézet, számos mutatója azonban jelentős egyedi kockázatot tükrözött. A bank hitelkockázatának és likviditási kockázatának mutatószámaira épülő regressziós egyenlet végeredményben a kimentés valószínűségét reálisan átlagosan 65,3%-ra értékelte a válság alatt 2008 és 2012 között.

PLESZKÓ RENÁTA

pleszko73@gmail.com

Számvitel

MSc, 4. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Szemán Judit

egyetemi docens, ME GTK

A magyar vállalatok tőkeszerkezetét befolyásoló tényezők egyenlete

A kutatók sok esetben foglalkoztatja az optimumok megtalálása a vállalat működésével kapcsolatban. A tőkeszerkezeti elméleteknél sincs ez másként, mely esetben kérdés, hogy a vállalatok saját vagy idegen forrásból, illetve ezeknek milyen arányú összetételéből finanszírozza tevékenységét annak érdekében, hogy a vállalati érték a lehető legnagyobb legyen. Ennek megválaszolására születtek különböző tőkeszerkezeti elméletek, melyek elméleti síkon határozzák meg a követendő gyakorlatot. Ezen elméletek bizonyítására, valamint a vállalati gyakorlat jobb megértésére vállalati adatbázison végzett empirikus vizsgálatok is készültek. Nem született még konszenzus a tőkeszerkezeti optimumot kereső kutatók között.

Kutatásom alapjául a 2015-2018 évek Magyarországon beszámolót leadott vállalat adataiból álló adatbázis szolgál. Az adatbázis segítségével megválaszolhatók az általam megfogalmazott kutatási kérdések.

Vizsgálatom egyik fókuszában a klasszikus elméletek relevanciája áll. A magyar vállalatok tekintetében kutatásom alapján a csorda szellem, valamint hierarchia elmélet magyarázza legjobban a vállalati gyakorlatot. Ehhez szorosan kapcsolódva azt is vizsgáltam, hogy melyek a legfontosabb vállalati tényezők, amelyek befolyással bírnak a tőkeszerkezet kialakítása során. Az iparági hatás elemzésére varianciaelemzést, míg a többi mikrogazdasági tényező esetében korreláció és regressziószámítást alkalmaztam. A vizsgálatok igazolták az iparág befolyásoló hatását, valamint a vállalat jövedelmezőségének és likviditásának negatív, valamint az eszköz összetételének és néhány esetben az amortizációból eredő adómegetkarító hatásának pozitív befolyását. A vállalatok előbb belső forrást használtak fel finanszírozásra és átlagosan legfeljebb annyi, hosszú lejáratú kötelezettséggel rendelkeztek, mint amennyi átlagos tartós eszközük volt.

A vizsgálatom másik fókuszában az egyes tényezők aggregált hatásának kimutatása. Az egytényezős korrelációs kapcsolat elemzés eredményeiből kiindulva, a szignifikáns hatású változókból egy több tényezős korrelációs kapcsolat elemzését végeztem el, majd feltételek mentén egy több tényezős regressziós egyenest állítottam fel a közúti áruszállítás szakágazat kis méretű vállalataira. A függvény segítségével egy vállalat mikrogazdasági tényezőit jellemző mutatószámok birtokában megjósolható az általa kialakított tőkeáttétel.

SZÁNTÓ TÜNDE KATALIN

szanto.tundi97@gmail.com

Pénzügy

MSc, 3. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

*Dr. Kosztopulosz Andreász
egyetemi docens, SZTE GTK*

*Szládek Dániel
PhD hallgató, SZTE GTK*

Logisztikus regresszió alapuló csődelőrejelzési modellek alkalmazhatósága magyarországi építőipari vállalkozások körében

Az utóbbi évtizedekben egyre inkább előtérbe került a vállalati csődelőrejelzés fontossága, a japán és skandináv bankrendszerekben a 2000-es évek elején bekövetkező bankkrízisek okai ugyanis a hitelezett vállalkozások esetében bekövetkezett csőd volt. Jelenleg a koronavírus-válság következményeként az egész világgazdaságot egy bizonytalan állapot jellemzi, emiatt még fontosabb a vállalatok hatékony csődelőrejelzése.

Jelen tanulmány fókuszában a hitelezői scorecardok 95%-ának elkészítésekor is alkalmazott logisztikus regresszió módszere áll. A kutatás fő célja egy olyan logisztikus regresszió alapuló modell elkészítése, amely sikeresen alkalmazható magyarországi építőipari vállalkozások csődelőrejelzésére. További célkitűzés annak meghatározása, hogy a kiugró adatokra rendkívül érzékeny módszer alkalmazásakor a kiugró értékek kezelése mennyire javítja a modellek besorolási pontosságát, valamint hogy a kiugró értékek kezelésének mely módszere eredményezi a legmagasabb besorolási pontosságot. A kutatás arra a kérdésre is keresi a választ, hogy egy olyan minta esetében, amely nem egyenlő arányban tartalmaz fizetőképes és fizetésképtelen vállalkozásokat, milyen szempontok alapján kell meghatározni a modellek cut-off értékét.

A kutatási célkitűzések megválaszolása érdekében elsőként 3, már létező csődelőrejelzési modell (Ohlson-modell, Hajdu-Virág-modell, Mihalovic-modell) alkalmazhatósága kerül megvizsgálásra egy 1527 építőipari vállalkozásból álló mintán. Mivel a vizsgált modellek nem bizonyultak alkalmasnak magyarországi építőipari vállalkozások csődelőrejelzésére, a legfőbb célkitűzés egy olyan csődelőrejelzési modell megalkotása lett, amely sikeresen alkalmazható magyarországi építőipari vállalkozások csődelőrejelzésére. Ennek érdekében elkészítésre került egy olyan modell, amely a kiugró adatok kezelése nélkül épült, egy modell, amely a kiugró adatok helyettesítésével adódott, illetve egy kiugró adatok törlésével kapott modell. Ezen kívül egy olyan csődelőrejelzési modell is elkészült, amely dinamikus változókat is tartalmaz.

Az elkészült modellek pontossága egy független, tesztelő mintán is ellenőrzésre került. Ezek alapján a kiugró adatok kezelése jelentősen javította a modellek besorolási pontosságát, valamint magyarországi építőipari vállalkozások csődelőrejelzésére egy dinamikus változókat is tartalmazó modell a legalkalmasabb, amely a kiugró adatok törlésével jött létre.

SZEMERÉDI ANDRÁS

andrisszemeredi@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

*Témavezető:
Dr. Hegedűs Szilárd
adjunktus, BGE PSZK*

A tőkepiaci érték alakulása a Covid-19 pandémia során, a likviditás és pénzügyi mutatók tükrében

A COVID-19 járványhelyzet miatt kialakult gazdasági helyzet számos problémát hozott felszínre a cégek életében. A válságkezelésüket nagyban befolyásolta az, hogy milyen likviditási helyzettel rendelkeztek. Jellemzően a magasabb likviditású cégek könnyebben vészték át a válsághelyzetet. Fő kérdésem, hogy valóban van-e kapcsolat a vállalkozások tőkepiaci értéke és a működésük eredményességéről árulkodó mutatószámok között, továbbá mondhatjuk-e azt, hogy a likviditás hatással van a vállalatértékre? A dolgozatot a belső érték különböző dimenzióinak megfogalmazásával kezdtem, majd rátértem, hogy milyen mutatószám rendszer áll rendelkezésünkre ezek vizsgálatára. Itt kitértem a pénzügyi- és likviditási mutatók jelentőségére. Ezután a vállalatértékelés főbb módszereit ismertettem röviden, majd a hatékony piaci elmélet viszonylatában megfogalmaztam, kutatásomnak miért a tőzsde a legjobb forrás jelen esetben.

Ezután a következő a dolgozat fő kérdésének tesztelése. Saját adatbázist állítottam össze a Budapesti Értéktőzsdén kereskedett vállalatok árfolyamairól, valamint a tárgyalt pénzügyi és likviditási mutatószámairól. Ezt követően a hipotéziseimet teszteltem korreláció számításával. Itt azt vizsgáltam, hogy mutatkozik-e összefüggés a mutatószámok, illetve a COVID miatti piaci leértékelődés és azt követő korrekció között.

A kutatás eredményei alapján azt a következtetést vontam le, hogy a likviditási- és néhány pénzügyi mutató valóban összefüggésben van a vállalatértékkel. A mutatószámok tekintetében érdekes módon legtöbb esetben nem a legutolsó pénzügyi év aktuális értéke, hanem az utóbbi 4 év átlaga mutatott összefüggést a vizsgálatok során. Az eredmények ismeretében további fontos tanulságokat vontam le, melyet kis- és középvállalkozások is tudnak hasznosítani az üzletmenetük során.

Remélem, hogy rezümém olvasása felkeltette az olvasó érdeklődését dolgozatom iránt, valamint, hogy annak olvasása ugyanolyan izgalmat jelent majd, mint annak megírása volt számomra.

TÓTH RITA

tothrit@gmail.com

Számvitei mesterszak

MSc, 3. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Kovács Tamás

egyetemi docens, SOE LKK

Dr. Hegedűs Mihály

főiskolai tanár, SOE

A szokásos piaci ár vizsgálata jövedelmezőségi és egyéb elemzési módszerek során alkalmazott mutatók viszonylatában

A dolgozat témájaként a szokásos piaci ár meghatározásnak egy speciális módszertanának vizsgálatát választottam, mely a hatóságok és az adózók eltérő megítélése alapján fontos és releváns. A dolgozat első részében, a kapcsolódó fogalmakat fejtem ki.

A jövedelmezőségi mutatók alkalmazása a szokásos piaci ár meghatározásának egyik speciális módszere, melynek lényege, hogy nyilvános számviteli beszámolók alapján végzünk összehasonlító elemzéseket. Alkalmazása esetében mindig kérdéses az adatbázis használat, és hogy milyen mintahalmazt generáljunk, mely reprezentatív mintának számítson a későbbi elemzés során. Ezt követően, tekintettel arra, hogy a számviteli beszámolók alapján történik a vállalkozások összehasonlítása, nemzetközi és nemzeti szinten készítettem egy kitekintést, hogy a különböző országok esetében tapasztalható-e eltérés a számviteli szabályozások között. Arra a következtetésre jutottam, hogy mind nemzetközi mind nemzeti szinten a számviteli szabályok nem egységesek, sőt még nemzeti szinten is tapasztalhatók eltérések. Nemzeti szinten ezt követően megvizsgáltam, illetve levezettem, hogy az összes gazdálkodónak megközelítőleg 11%-a rendelkezik nyilvánosan lekérdezhető adatokkal.

A dolgozatom témája egy reprezentatív mintának a kiválasztására irányul, mely során külön figyelmet fordítok annak elemzésére, hogy az összehasonlító minta összeállítása során a tevékenység mellett milyen paramétereket, feltételeket szükséges vagy esetleg érdemes vizsgálni. Ilyen feltétel például, hogy a vállalkozás mérete és a vállalkozás jövedelmezősége, illetve a területi elhelyezkedése és a vállalkozás jövedelmezősége közt van-e összefüggés, azaz a minta megalkotása során tekintettel kell-e rá lenni?

A dolgozat során élelmiszer kiskereskedelmi egységeket üzemeltető vállalkozásokat elemeztem. Az összehasonlító minta leválogatását területi alapon, és árbevétel alapon is csoportosítottam, és elemeztem. Tekintettel arra, hogy a három területi alapon történő mintavétel alapján minimális eltérést tapasztaltam, megállapítható, hogy országos viszonylatban a budapesti mintavétel reprezentatív mintának tekinthető.

Abban az esetben, ha a budapesti vállalkozások országos szinten reprezentatív mintának tekinthetők, egyértelműen megállapítható, hogy az árbevétel szerinti szűkítés a megfelelő mintavétel esetében egy kulcsfontosságú tényező ezért javaslatom alapján az árbevétel szerinti szűkítést mindenképp alkalmazni szükséges a minta kiválasztása esetében.

VARGA-LENGYELTÓTI SZILVIA

szilvia.lengyeltoti93@gmail.com

Pénzügy

MSc, 4. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:

Balázsne dr. Lendvai Marietta

főiskolai docens, PE GKZ

Vállalati hitelcsalások a kockázati mérlegen

A tudományos diákköri kutatásom tárgyát képező téma kutatása már 2018. őszén megkezdődött, amelynek célja az volt, hogy felfedjem a vállalati hitelezési folyamat során alkalmazott megtévesztő csalási eseteket, s azokat rendszerezem. A kutatás során 12 mélyinterjút készítettem nagybanki- és takarékszövetkezeti szakemberekkel, amelynek eredményeként 36 csalási esetet azonosítottam. Jelen kutatás során a legfőbb motivációm, hogy átfogó képet kapjak arról, hogy a korábban felderített csalások közül valójában melyek azok, amelyek a legnagyobb veszélyt és kockázatot jelentik a hitelintézetek számára. Szekunder kutatás során elsőként a fehérgalléros bűnözést vizsgáltam, majd mélyebben elemeztem a gazdasági bűnözés és a csalás fogalmát, motivációját, pszichológiai hátterét. Információt kerestem arra vonatkozóan, hogy a hitelezéshez kapcsolódó bűncselekmények milyen számban fordultak elő az elmúlt évek viszonylatában Magyarországon, milyen nagyságú kárt okozva ezzel a hitelintézeteknek. Ezt követően a banki kockázatkezelési területeket vizsgáltam meg, kiemelve a compliance csoport és a fraud management fontosságát. A szekunder kutatás során szakönyvekből, online forrásokból, és különböző jelentésekből dolgoztam.

A primer kutatásomat kvantitatív technikával bonyolítottam le, egy kérdőíves felmérést végeztem, amelyben a korábban azonosított csalási esetek közül 25-öt vizsgáltam meg előfordulási valószínűség, gyakoriság és súlyosság szempontjából. Arra is választ kerestem, hogy a csalási eseteket a banki szűrők és védőrendszerek vajon mennyire tudják kivédeni. Ezeknek felderítéséhez egy 5 fokozatú Likert-skálás megkérdezést alkalmaztam, valamint nyitott kérdésként teret adtam a válaszadóknak, hogy további csalási eseteket írjanak le. A kutatásom célcsoportja a vállalati hitelezéssel és kockázatkezeléssel foglalkozó banki szakemberek voltak. Kutatásommal láthatóvá kívánom tenni, hogy a pénzintézetek ellen elkövetett hitelezéshez kapcsolódó bűncselekmények közül melyek a legtipikusabbak és a legsúlyosabbak. A felmérés eredményeit a jéghegy modellbe ágyazva helyeztem el, az egyes szintekre a csalási esetek kerültek bekövetkezési valószínűség, védhetőség és kockázati súlyosság alapján. A kutatásom legfőbb eredményeként elkészült egy olyan észlelési térkép, valamint jéghegy modell, amely útmutatóként szolgálhat a banki szakemberek és a rendőrség munkatársai számára egyaránt. Emellett jól hasznosítható a témában kutatók számára is.

Regionális gazdaságtan

Elnök: Dr. Péli László egyetemi docens (MATE Szent István Campus)
Tag: Dr. Borzán Anita egyetemi docens (BGE PSZK)
Tag: Dr. Mezei Cecília egyetemi docens (MATE Kaposvári Campus)
Tag: Dr. Hajdu-Smahó Melinda adjunktus (SZE)
Tag: Dr. Szabó Mariann adjunktus (BME)

BUSOEDOV ALEKSANDR

aleksanderbusoedov@mail.ru

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. Gáspár Tamás

tudományos főmunkatárs, BGE

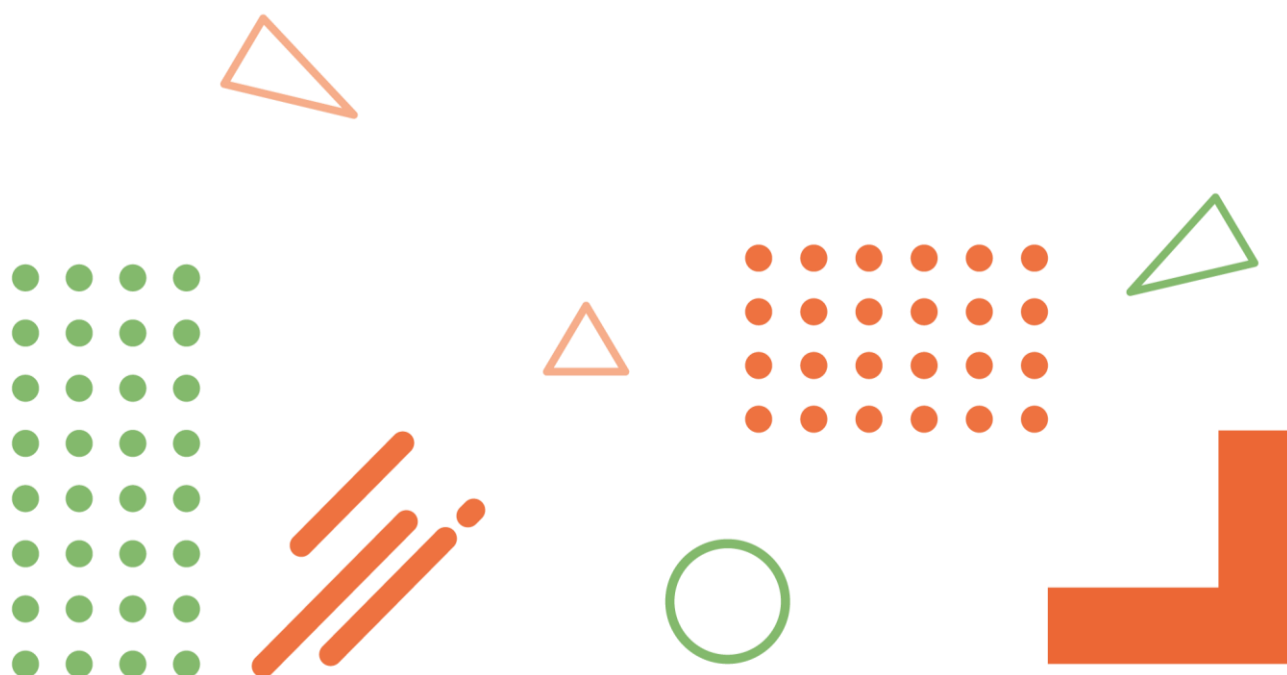
Russia – an Emerging Economy? Regional Clusters and Determining Factors

Gross domestic product of Russia is a general indicator of the country's economy, characterizing the process of production of goods and services for final use. Analysis of GDP reflects the realization of production potential. The analysis of this indicator has great practical interest and it is a prerequisite for making effective management decisions and successful development of the country.

The main problem is that international evaluation of the Russian economy takes it as one unit. However, it does not fully represent the current state of the economy, there are very huge differences both between districts and federate entities. The aim of this work to reveal the main hubs (both is space and industry) that boosts the Russian economy.

This work focuses on the following issues: Is there a relationship between the high share of extracting industry and high GDP? Is there a relationship between the level of Russia's GDP and other factors? Do the counties of Russia form clusters in terms of GRP.

As a result, the work will reveal the hubs that boosts the Russian economy, districts with the most obvious uneven distribution of the GVA will be determined. Finally, a regression analysis will be applied for determining the factors which influence on Russian GDP, and the 85 counties of Russia will be divided into clusters with cluster analysis.



CZVETKÓ TÍMEA

czvetko.tim@gmail.com

Kutatás és innovációs szakmenedzser

Egyéb, 1. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Prof. Dr. Abonyi János
egyetemi tanár, PE MK*

Regional Aspects of Industry 4.0 Readiness: Open Data Indicators of the Industry 4.0+ Model

This thesis aims to identify the regional aspect of Industry 4.0 (I4.0+). Although the regional background of a company significantly determines how the concept of I4.0 can be introduced, the regional angles of digital transformation are often neglected at the analysis of I4.0 readiness. Based on the analysis of the I4.0 readiness models, we determined the external regional success factors of the implementation of I4.0 solutions. Based on the resulted I4.0+ model, a specific indicator system has been developed. The indicator system is based on three types of data sources: (1) open governmental data; (2) alternative metrics like the number I4.0 related publications and patent applications; and (3) the number of news related to economic and industrial development. The indicators are aggregated to the level of statistical regions (NUTS 2), and their relationships were analysed with the Sum of Ranking Differences (SRD) and Promethee II method. The developed I4.0+ readiness index shows correlation with regional economic as well as innovation and competitiveness indexes, which indicates the importance of boosting regional I4.0 readiness.

This thesis is an excerpt from our book published at SpringerBriefs in Entrepreneurship and Innovation series, entitled: 'Are Regions Prepared for Industry 4.0? – The Industry 4.0+ Indicator System for Assessment' (Czvetko, 2020). Further information about the data involved is available at 'Data describing the regional Industry 4.0 readiness index' (Honti, 2020). A manuscript entitled 'Regional development potentials of Industry 4.0: Open data indicators of the Industry 4.0+ model'. Is made based on this thesis and received positive reviews. The manuscript now is under the second round reviewing process.

CSIZMADIA ADRIÁN*csizmadia.adrian@gmail.com*

Pénzügy

MSc, 4. félév

Kaposvári Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Bareith Tibor
tanársegéd, KE GTK*

A jövedelemre ható tényezők vizsgálata a Dél-dunántúli régióban

Kutatásom célja olyan tényezők azonosítása volt, amelyek jelentős hatással vannak a Dél-dunántúli régió településeinek a lakosság jövedelmi helyzetére. Hiszen a fejlettségi mutatószámok alapján a hazai és uniós viszonylatban is elmaradottabb régiók közé tartozó Dél-Dunántúl hatékony felzárkóztatása csak a pontos hatótényezők ismeretében valósítható meg. A vizsgálatba összesen 19 magyarázóváltozó került bevonásra, amelyeket főkomponens-elemzés segítségével 5 csoportba soroltam (gazdasági környezet; közüzemi ellátottság; elöregedési faktor; mezőgazdasági kistermelők; vándorlás/belső migráció), hogy az alkalmazott regressziós modellek ne váljanak túl bonyolulttá. A létrehozott struktúra a magyarázóváltozók eredeti információtömegének 67%-át tartalmazza.

A vizsgálatokhoz többféle regressziós módszert alkalmaztam: log-level (OLS), az általánosított ordinális regressziós, valamint a térbeli késleltetés (spatial lag) és térbeli hiba autokorreláció (spatial error) regressziós modellt. Az elemzésekben az eredményváltozó az egy lakosra jutó összes belföldi jövedelem illetve a települések medián jövedelemsávjai voltak. A regressziós modellek eredményei megerősítik, hogy a legnagyobb hatással a régió lakosságának jövedelmére a gazdasági környezet és a demográfiai helyzet (elöregedési faktor) rendelkezik. Az előbbi főkomponensbe tartozó változók közül az oktatás, a vállalati jelenlét, az infrastruktúra (internet és gázhálózat) megléte, fejlettsége pozitívan hat a jövedelmekre, a munkanélküliség minél magasabb szintje csökkenti a jövedelmi szintet. A települések elöregedése szintén kedvezőtlen irányba befolyásolja a jövedelmeket. Az eredmények kijelölik azokat a célterületeket, beavatkozási pontokat, ahol mindenképpen szükséges intézkedéseket hozni, a régió felzárkóztatását célzó programok tervezése, megvalósítása során.

A vizsgálatba bevont további tényezők (közüzemi ellátottság, mezőgazdasági kistermelők, vándorlás/belső migráció) kisebb hatással, és nem minden modell esetében vannak szignifikáns módon befolyással a régió lakosságának jövedelmi helyzetére a két legerősebb főkomponenshez képest. A területi autokorreláció jelenléte miatt lefutott térbeli hatásokat figyelembe vevő modellek (spatial lag; spatial error) alátámasztják, megerősítik az általános regressziós modellek (log-level, OLS; OGLM) eredményeit.

CSONKA NIKOLETT*nikolett.csonka98@gmail.com*

Pénzügy és számvitel

BSc, 3. félév

Szent István Egyetem Kaposvári Campus

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Dr. Bareith Tibor**tanársegéd, SZIE KC GTK*

Településszintű jövedelemegyenlőtlenségek vizsgálata a Dél-dunántúli régióban

A Dél-dunántúli régió különböző statisztikai kimutatások alapján az elmaradott térségek közé tartozik. Fontos az egyenlőtlenségek vizsgálata a felzárkózás érdekében. Az egyenlőtlenségek méréséhez a legtöbb esetben különböző jövedelmi adatokat használnak. A jövedelem, egy olyan komplex indikátor, amely az egyik legfontosabb mutató az életkörülmények meghatározásánál. Ennek tartalma 1988 óta nem változott és az adatok folyamatosan rendelkezésre állnak. Hazánkban már az ötvenes évek óta közkeletű téma a jövedelmi egyenlőtlenségek vizsgálata. Az egyenlőtlenségeket többféle mutató segítségével lehet vizsgálni, ilyen például a Theil-féle mutató, a Gini-index és a Hoover-index. Grafikusan szemléltetni a különbségeket a Lorenz-görbe segítségével lehet. A Gini-index értékkészlete 0-1 között van, az 1 értéket akkor veszi fel ez a mérőszám, ha a vizsgált ismérv egyetlen terület egységen összpontosul. A Theil-index numerikus eredménye negatív entrópiában van megadva, így a nagyobb szám, nagyobb rendezettséget jelez, tehát minél nagyobb a szám, annál közelebb vagyunk a jövedelemegyenlőséghez. A Hoover-index mértékegysége százalékos, képletében két mennyiségi ismérvet találhatunk, melyek felcserélhetők, ezért egy szimmetrikus mutatóról beszélhetünk. Ha a mutató a nulla értéket veszi fel, akkor a vizsgált mennyiségi ismérv területi eloszlása egyenletes. Dolgozatomban ezeket a mutatókat használva, a jövedelmi egyenlőtlenségek dinamikáját igyekeztem feltárni.

A Dél-dunántúli régió településeinek egyenlőtlenségét az Országos Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer (TEIR) adatbázisának adatai alapján tanulmányoztam, 2000-2018 közötti időintervallumban. Az így kapott eredmények szignifikanciáját ANOVA teszt segítségével vizsgáltam. Összeségében elmondható, hogy az egyenlőtlenségek mértéke stagnált a vizsgált időintervallumban. A régió megyéiben az egyenlőtlenség mértéke különböző, a lakosságot figyelembe vevő mutatók (Hoover-index, Gini-index) szignifikáns különbséget mutattak, míg a Theil-index alapján nincs különbség. A tesztek alapján Baranya megyében van a legnagyobb egyenlőtlenség, majd ezt követi Somogy és Tolna megye. Ezeket a megyénkénti egyenlőtlenségeket a Lorenz-görbe jól szemlélteti.

FIGURA BETTINA*betti.figura97@gmail.com*

Vállalkozásfejlesztés

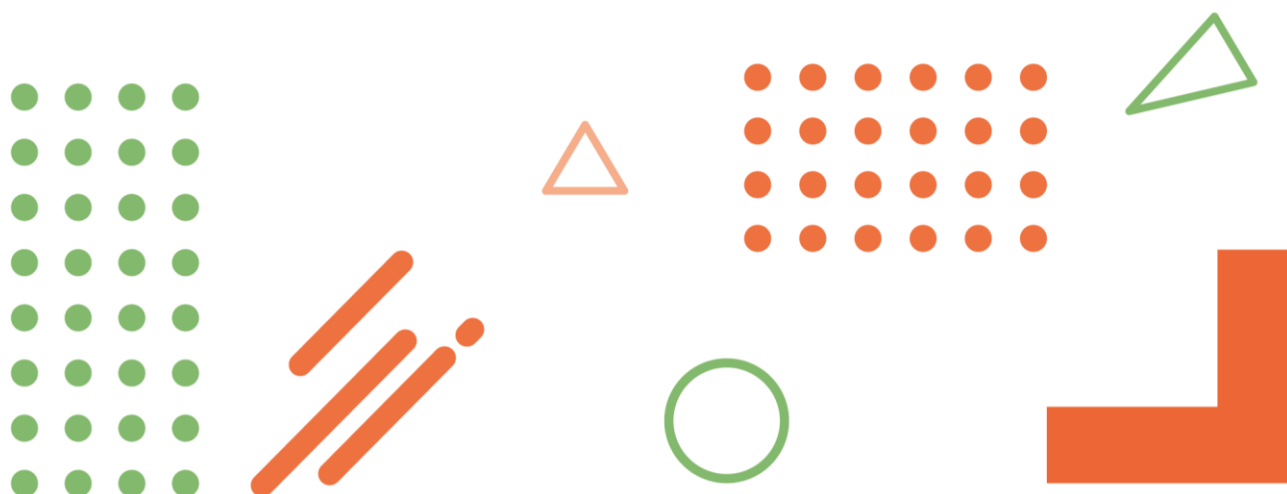
MSc, 3. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezetők:**Dr. Elekes Zoltán**tudományos munkatárs, MTA Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont**Dr. Vas Zsófia Boglárka**egyetemi docens, SZTE GTK***Az automatizáció hatása és térbelisége a diplomás munkavállalók körében**

Az elmúlt három évszázadban bekövetkezett ipari forradalmak és az elmúlt két évtizedben rohamosan fejlődött infokommunikációs technológiák következtében egyre inkább elterjedtebbé vált az automatizáció, vagyis a munkák, munkafolyamatok gépekkel, szoftverekkel történő helyettesítése vagy teljes kiváltása. Ennek okán mind akadémiai, mind szakpolitikai körökben egyre nagyobb figyelem irányul az automatizációval kapcsolatos kérdésekre. Ez a jelenség közvetlenül elsősorban a munkaerőpiacra gyakorol jelentős hatást, ugyanis a szoftverek és gépsorok nagyobb hozzáadott értéket adnak a termelésben, ezáltal a munkaerő relatív fontossága csökken. Ugyanakkor a különböző gazdasági tevékenységek egyenlőtlenül oszlanak szét a térben, így a munkavállalókat sem érinti ugyanúgy az automatizáció. Dolgozatom kutatási kérdése ezért az, hogy milyen a hazai diplomások által betöltött munkakörök automatizációs kockázata és ennek milyen térbeli sajátosságai vannak. A kérdést a NAV és az OEP foglalkozási adatait összekapcsolva Frey–Osborne (2017) automatizációs kockázati adataival több mint 15 ezer fős adatbázis alapján válaszoltam meg. Az eredmények alapján fele-fele arányban oszlik meg annak az esélye, hogy valaki magas automatizálhatósági kockázatú foglalkozásban dolgozik, vagy sem. Kiderül, hogy minél több szociális készséget igénylő diplomás végzettséghez kötött állásról van szó, az annál kevésbé automatizálható, illetve hogy a nők nagyobb eséllyel kerülnek automatizálható foglalkozásba, viszont csökkenti a kockázatot a fővárosi munkavégzés, valamint az, ha valakinek egyetemi végzettsége van. A vállalatok szempontjából a termelés miatt hosszútávon mindenképpen megéri automatizálni, ennek ára ugyanakkor a munkaerőpiacon mutatkozhat meg, egyes állások akár teljesen el is tűnhetnek.



GREUTTER-GREGUS ÉVA

greguseva77@gmail.com

Regionális és környezeti gazdaságtan

MSc, 4. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Szendi Dóra
adjunktus, ME GTK*

Okos városok környezeti dimenziójának vizsgálata

A városok a növekedés motorjaiként vannak jelen, a világ GDP-jének 80%-át adják és globális piaci versenyt folytatnak a fennmaradásukhoz és fejlődésükhöz szükséges erőforrásokért. Az „okos” (élhetőbb) várossá válás egy hosszú folyamat, mely az állandó változást foglalja magába, sosem tudhatjuk biztosan, hogy mikor zárul le és egyáltalán lezárul-e. Manapság a különböző globális folyamatok is (pl.: klímaváltozás, a technológia gyors átalakulása, megfelelő mennyiségű ivóvíz biztosítása stb.) magasabb alkalmazkodást, rugalmas ellenálló képességet és megoldást várnak el a térségektől, ország határokon belül és azon kívül egyaránt. Ezekre a problémákra nyújthatnak megoldást az okos város projektek. Az okos város koncepció egyik kulcsdimenziója az okos környezet.

Az okos környezet faktor alatt legtöbbször az okos energiagazdálkodást értjük, melynek részét képezi a megújuló energiaforrások hasznosítására irányuló technológiák alkalmazása, az IKT vezérelt smart grid rendszerek, a smart metering vagyis okos mérés, a szennyezőanyag kibocsátás monitoring, az épületek energetikai fejlesztése, zöld épületek, zöld város tervezés és az erőforrás felhasználás hatékonyságának növelése.

Az OTDK dolgozatom célja a környezeti dimenzió bemutatása az okos városok és falvak megvalósult vagy tervezett fejlesztésein keresztül, valamint a geotermikus energia hasznosíthatóságának elemzése és több településre vetítve a környezeti dimenzió indikátorainak számítása.

Az okos városok és falvak bemutatásán túl, a hatékonyságuk mérésére a Cohen (2014) féle mérési módszert alkalmaztam. A hazai megyei jogú városokra komplex környezeti indexet számítottam, míg a kistélepülések és falvak, valamint az európai városok esetében a különböző környezeti tényezőket elemeztem és hasonlítottam össze.

A komplex környezeti index számítás eredményeül azt kaptam, hogy Miskolc teljesített a legjobban. A nemzetközi összehasonlításból kiderült, hogy a legnagyobb arányban a lengyel és cseh városok rendelkeznek zöld felületekkel, a legtisztább levegő a vizsgált szlovák városokban azonosítható, az ózonszennyezettség Varsóban volt a legalacsonyabb.

A kistélepülések és városok energiahatékonysági összehasonlításánál a borsodi települések járnak élen.

A dolgozat zárásaként a geotermikus energia hasznosíthatóságával foglalkoztam. A célom ezzel az volt, hogy megmutassam többértékű felhasználhatóságát, rávilágítsak a fenntarthatóság elősegítésének erre a módjára.

HARTVIG ÁRON DÉNES

hartvig.aron@gmail.com

CEU – Pénzügy

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

OBERFRANK BALÁZS PÁL

oberfrank.balazs@gmail.com

Közgazdasági elemző

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

VÁSÁRHELYI BENCE

vasarhelyibence96@gmail.com

Közgazdasági elemző

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

*Témavezető:
Madari Zoltán
tanársegéd, BCE KTK*

**Munkaerőhiány vagy munkanélküliség? – A magyar járási munkanélküliség vizsgálata
térökonometriai módszerekkel**

A hazai gazdasági közbeszéd visszatérő témája a magyar munkaerő helyzete. Napjainkban is vannak olyan térségek, ahol az álláshiány nagy probléma, miközben azt is halljuk, hogy a nagyobb gyárak vonzáskörzeteiben egyszerűen elfogytak a potenciális munkavállalók. Az álláslehetőségek nagyban függenek a földrajzi helytől, és ez nemcsak a gyárak kötött elhelyezkedése miatt van így, hanem mert a magyar társadalom nem túlságosan mobilis, ritkán költöznek más városba az emberek.

Tanulmányunkban a Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján azt vizsgáljuk meg, hogy hazánkban mennyire koncentrált területileg a magas munkanélküliség jelensége, illetve milyen tényezők befolyásolják Magyarország járásainak munkanélküliségét. Ehhez számos járási szintű adatot és területi statisztikai eszközöket használunk. A területi autokorrelációt Moran I mutatóval, Geary szomszédsági hányadossal és Getis-Ord-féle G-statisztikával becsüljük meg. A járási szintű változókból képzett főkomponensek segítségével területi autokorrelációs (SAR) modellt futtatunk.

A pozitív területi autokorreláció létezését mindegyik mutatószám igazolja, az adatok alapján az észak-magyarországi és a dél-dunántúli járásokban koncentráliódik leginkább a magas munkanélküliség jelensége. A SAR-modell eredményei alapján még a magyarázó változók bevonása után is tapasztalható területi autokorreláció. A munkanélküliséget csökkentő legjelentősebb változók a jövedelem, az önkormányzati bevételek, a vállalatok száma, a mobilitás nagysága, valamint a távközlési infrastruktúra fejlettsége.

Végül az eredményeink alapján gazdaságpolitikai javaslatokat is teszünk, hogy milyen regionális fejlesztésekkel lehetne csökkenteni a járási munkanélküliség területi egyenlőtlenségeit.

KISS-KIRÁLY DÁNIEL MÁRK*daniel.kisskiraly@gmail.com*

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

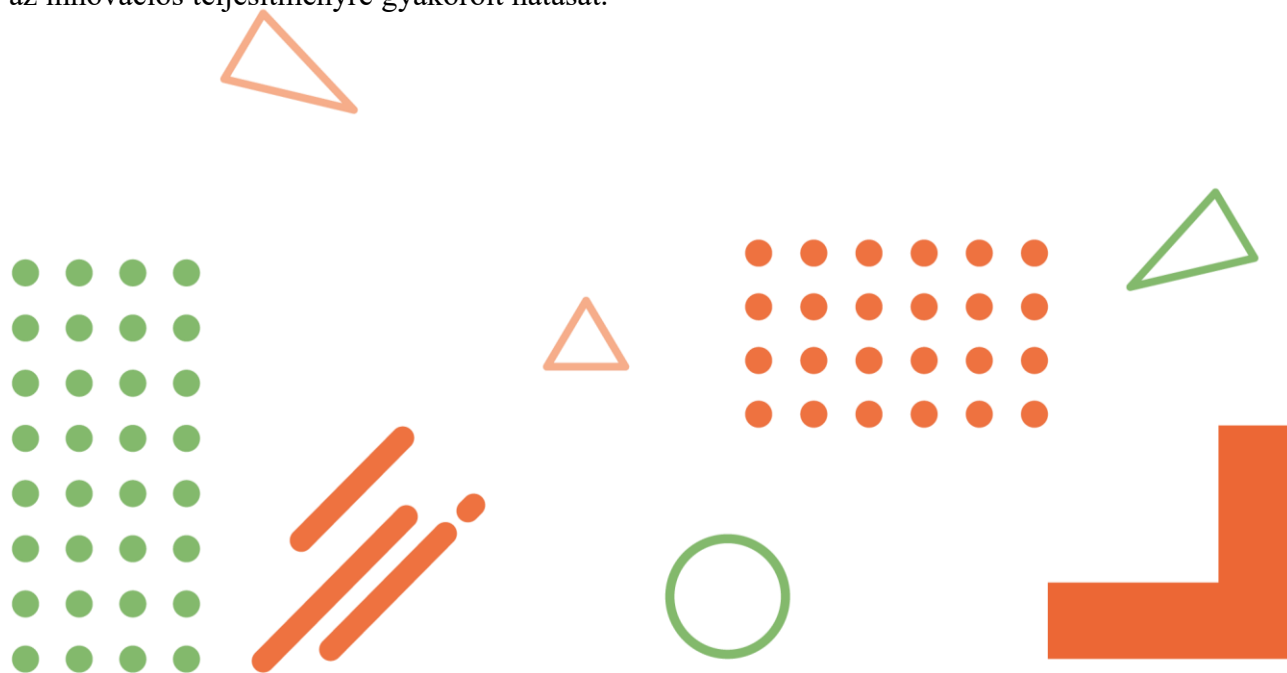
*Témavezető:
Dr. Bozóki Sándor
egyetemi docens, BCE KTK*

Az Európai Innovációs Eredménytábla földrajzi elemzése – A hely kötelez?

A dolgozat célja az Európai Unió országai innovációs képességének vizsgálata gazdaságföldrajzi adottságaik alapján a legfrissebb, 2018-ban kiadott Európai Innovációs Eredménytábla (European Innovation Scoreboard) segítségével. Az Európai Bizottság az Európai Unió tagállamainak verseny-, illetve innovációs képességének mérésére publikálja évről évre az Európai Innovációs Eredménytábla tanulmányt. Napjainkban nő az innováció fontossága, mivel a versenyképesség egyik fő hajtóerejeként meghatározza az országok sikerességét a nemzetközi piacokon. Az innováció terjedésében fontos szerepet játszanak a területi innovációs modellek, melyek magyarázatot adhatnak a tagországok eltérő innovációs eredményeire.

Dolgozatomban a teljesítménybeli eltéréseket kívánom megvizsgálni az IBM SPSS statisztikai programcsomagban elvégzett klaszterelemzések segítségével. Az innovációs képesség gazdaságföldrajzi határait keresem az országok hierarchikus, illetve nem- hierarchikus klaszterelemzésének elvégzésével. A kapott klasztereket térképen ábrázolva megvizsgálom az innovációs rendszereket, melyek egyesítik a tagállamokat. A vizsgálat célja, hogy választ adjon arra, mennyiben befolyásolja egy ország elhelyezkedése annak innovációs képességét, illetve a teljesítménye milyen hasonlóságot mutat a régió további országaival.

A kutatásom eredményei rávilágítanak az Európai Innovációs Eredménytábla rangsorolási folyamatának gyengeségeire, továbbá kiemelik az országok méretének, illetve az egymástól való távolságnak az innovációs teljesítményre gyakorolt hatását.



KOZÁK LUCA*lucckozak@gmail.com*

Programtervező informatikus

BSc, 7. félév

Miskolci Egyetem

Gépészmérnöki és Informatikai Kar

*Témavezetők:**Dr. Veres Laura**egyetemi docens, ME GÉIK**Dr. Házy Attila**egyetemi docens, ME GÉIK**Veresné prof. dr. Somosi Mariann**egyetemi tanár, ME GTK*

Mesterséges intelligencia alkalmazása településfejlesztés modellezésében

A fiatal generációt a legjobban a társadalmi problémák aggasztják, mint például a társadalmi egyenlőtlenség, a szegénység, az oktatás hiánya, a biztonság és a jólét, a gazdasági lehetőségek hiánya és a munkanélküliség. Ezek a problémák sok helyen lehetnek ismerősek Magyarország területén is, legfőképp a periférikus, vagy vidéki területeken. Dolgozatomban arra kerestem megoldást, hogy ezekre az aggasztó tényezőkre hogyan lehetne legegyszerűbben megfelelő társadalmi innovációt alkalmazni a közösségi jólét javítása érdekében, fejlesztve az adott térséget, és az ott élők életminőségét. Magyarországon a vidéki területek egyre inkább eltávolodnak a városi életszínvontól. Társadalmi innováció szükséges ezen területek fellendítéséhez, felzárkóztatásához.

Nem elég külön foglalkozni gazdasági, vagy műszaki innovációval, hanem fontos összehangolni a kettőt. A tudományterületek közötti együttműködés elengedhetetlen a fejlődéshez. A Miskolci Egyetemen több kar közös munkájával évek óta folyik kutatás a mesterséges intelligencia alkalmazhatóságát vizsgálva a településfejlesztésben, ennek a keretén belül jött létre a Falcon módszeren alapuló modell is. Ezen tudományos munka módszereinek alkalmazásával programtervező informatikus hallgatóként létrehoztam egy olyan eszközt, amivel a gyakorlatban segíthetem a koncepció megvalósítását.

A TDK dolgozatomban egy olyan keretrendszert készítettem, ahol hatalmas adatmennyiség kezelhető különböző szempontok alapján. Egy olyan támogató megoldás kialakítását értem el, amely online szolgáltatáson keresztül képes lemérni a település társadalmi innovációs lehetőségeit és segíti azok megvalósítását. Ezen webes alkalmazáson keresztül feltölthetők a felhasználó által ismert innovációk, amik közül egyet kiválasztva a program listázza a legalkalmasabb településeket a Falcon modellt felhasználva a súlyozáshoz. Dolgozatomban több szempontból vizsgáltam egy jó gyakorlatot, a Wifi falu programot, valamint bemutattam a webes alkalmazás működését. Véleményem szerint az elkészült munkám társadalom számára hasznos, új, és a gyakorlatban alkalmazható alkotás a közeljövőben alternatívákat kínál az eddig háttérbe szorult területek számára.

NÉMETH DÁNIEL

nemethdaniel1998@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Engelberth István

egyetemi docens, BGE PSZK

Nagyhatalmi befolyás a Nyugat-Balkánon

A Nyugat-Balkán történelme során mindig is valamelyik nagyhatalom érdekszférájához tartozott és ez napjainkban sincsen másképp. Maga a Nyugat-Balkán egy viszonylag újkeletű politikaföldrajzi fogalom. Napjainkban azokat az országokat jelölik így összefoglalóan, amelyek a félsziget többi államától eltérően lemaradtak az európai, illetve a transzatlanti integrációban.

A szakirodalom és a sajtó szerint az Európai Unió, az Amerikai Egyesült Államok, Oroszország, Kína és Törökország versengenek egymással a térségbeli befolyásuk növelése érdekében. Azonban a probléma az, hogy ennek nagyságára vonatkozóan nem rangsorolják a nagyhatalmokat. Kutatásom során arra vállalkoztam, hogy egy innovatív, általam kidolgozott módszerrel, mérhetővé tegyem a fent nevezett hatalmak befolyásának nagyságát és sorrendjét a régióban.

A dolgozatommal célom, hogy átláthatóbbá tegyem a Nyugat-Balkánon folyó hatalmi vetélkedést, és bemutatni, hogy az egyes nagyhatalmak melyik területen tudják jobban érvényesíteni az érdekeiket. Ezek ismerete hozzájárulhat ahhoz, hogy az Európai Unió és tagállamaként Magyarország is magasabb szintre emeljék a kétoldalú kapcsolataikat a térség országaival.

A fő kérdése a dolgozatomnak tehát az, hogy a Nyugat-Balkánra gyakorolt befolyásuk nagysága szerint, napjainkban milyen sorrendet lehet felállítani az Európai Unió, az Amerikai Egyesült Államok, Oroszország, Kína és Törökország között?

A kutatásom során legfőképpen szekunder forrásokkal dolgoztam, a témával foglalkozó szakkönyvek, folyóiratok, szakmai internetes oldalak szolgáltak hasznos információval. Munkámban segítséget nyújtottak a térségbeli országok jegybankjainak, pénzügyminisztériumainak, statisztikai hivatalinak, illetve nemzetközi szervezeteknek, kiemelten az Eurostat, az International Trade Center adatbázisai, jelentései. Az ezen forrásokból felhasznált adatok, információk alapján dolgoztam ki azt az indexáláson alapuló modellt, mely megmutatja a nagyhatalmak befolyásának nagyságát és sorrendjét a Nyugat-Balkánon.

Az úgynevezett nagyhatalmi befolyás indexben a gazdasághoz, politikához, kultúrához és valláshoz, valamint földrajzi közelséghez kapcsolódó tényezők kaptak helyet. Összességében az index által a nagyhatalmak befolyása mérhetővé, illetve rangsorolhatóvá vált aszerint, hogy mekkora a befolyásuk a Balkán-félsziget nyugati részén. A modell alapján legnagyobb befolyással az EU rendelkezik térségben, ezt követi sorrendben Oroszország, Törökország, az Amerikai Egyesült Államok és végül Kína.

PAULOVICS PÉTER

paulovics99@gmail.com

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés

Osztatlan, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

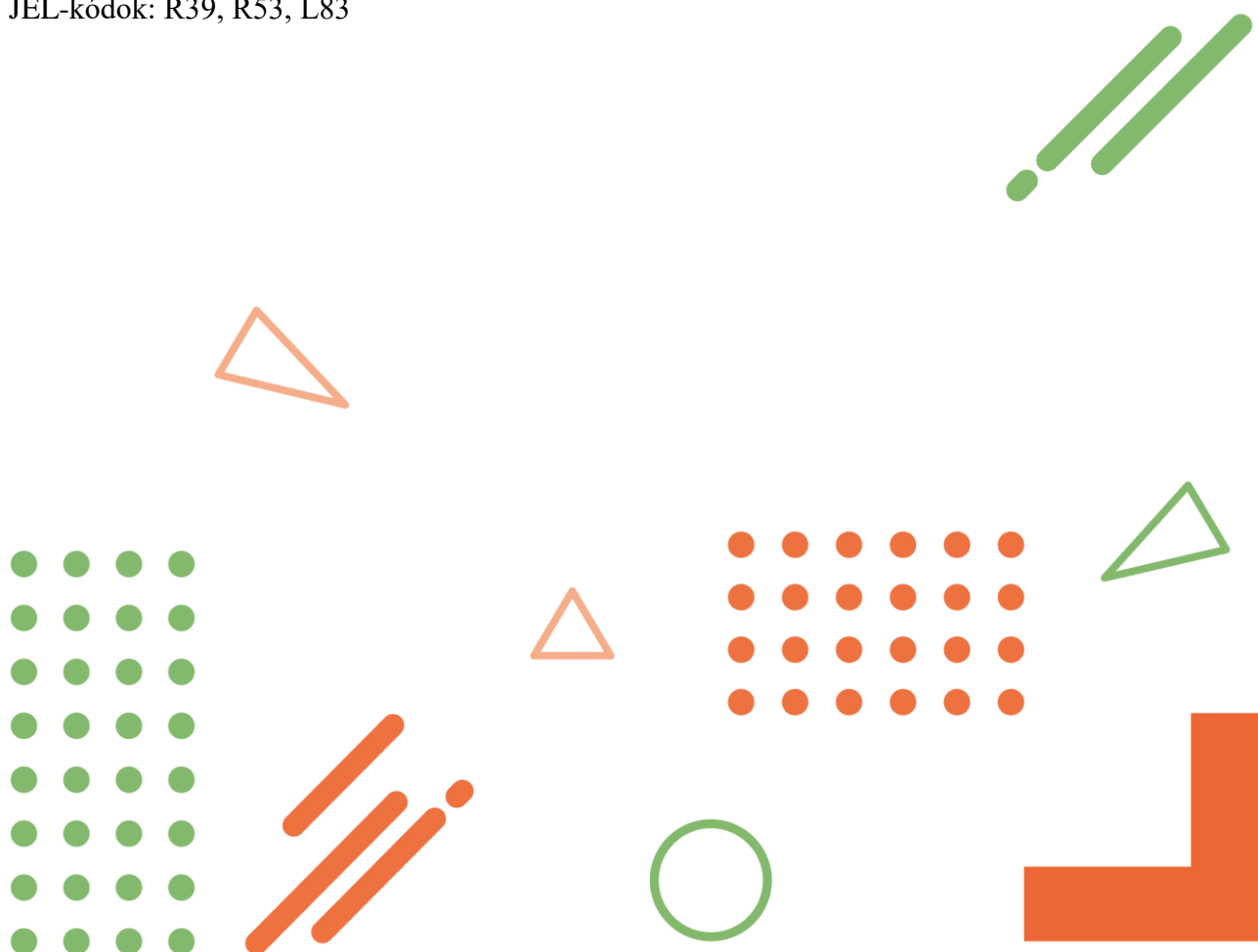
*El-Meouch Nedim Márton
elemző, Magyar Nemzeti Bank*

A londoni olimpia rendezésének hatása a lakásárakra

Kutatásom a lakásárak alakulását meghatározó tényezők megértésére irányul. Ennek érdekében azt vizsgáltam, hogy milyen hatással volt a 2012-es londoni olimpia rendezési jogának elnyerése a tervezett olimpiai parkhoz közeli ingatlanok áraira. Brit kormányzati szervek által közölt hivatalos adatbázisok egyesítéséből difference in differences és hedonikus regresszió módszerekkel elemeztem a rendezési jog elnyerése okozta meglepetés lakásárakban jelentkező hatását. Az eredményeim szerint a rendezési jog elnyerése megemelte olimpiai park tervezett helyének közelében lévő ingatlanok árait. Az eredmények azt támasztják alá, hogy a londoni lakáspiac szereplői előrelátók és a jövőben felépülő olimpiai park közelségét összességében kedvezőnek tartják, a londoni ingatlanpiac pedig bizonyos mértékig területileg szegmentált.

Kulcsszavak: olimpia, lakásár, lakáspiaci meglepetés, hedonikus ármódszer, London

JEL-kódok: R39, R53, L83



SZABÓ TAMÁS

szabotamas.pbj@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezetők:

Prof. Dr. Antalóczy Katalin
egyetemi tanár, BGE KKK

Dr. Keresztes Éva Réka
adjunktus, BGE KKK

Dr. Szilágyi Judit
adjunktus, BGE KKK

A negyedik ipari forradalom és a technológiák áttörései a 21. századi Európában

TDK-dolgozatom célja bemutatni a negyedik ipari forradalmat, valamint kielemezni az újonnan megjelenő technológiai áttörések gazdaságra, társadalomra és környezetre gyakorolt hatásait az európai társadalmak szemszögéből.

Dolgozatom elején a 21. századi Európa előtt álló legjelentősebb társadalmi, gazdasági és ökológiai problémákat kívánom példákon keresztül bemutatni. Innen kiindulva fogalmaztam meg ugyanis kutatási hipotéziseimet, amelyek a következők:

- Az új technológiák hozzásegítik Európát a folyamatos gazdasági növekedéshez és fejlődéshez, valamint növelik Európa termelékenységét és versenyképességét;
- Hozzájárulnak Európában olyan társadalmi kihívások leküzdéséhez, mint a népesedési problémák megoldása, a különböző betegségek gyógyítása, vagy az életminőség javítása;
- Elhosszítják Európa számára a fenntartható fejlődést, a környezetünk hatékonyabb védelmét, a megújuló energia- és nyersanyagforrások hasznosítását és a zöld gazdaság hatékony kiépítését.

Említést kívánok tenni a történelem során már lezajlott ipari forradalmakról is, majd azt követően részletesen bemutatom az Ipar 4.0 általános jellemzőit, a fejlődés új irányait, többek között a robottechnológiát, az additív gyártást, a kvantumszámítógépeket, illetve a nanotechnológiát. Ismertetem továbbá ezen új áttörések várható hatásait, végül a dolgozatom utolsó fejezetében Magyarország iparfejlesztési stratégiáit veszem górcső alá.

Az általam választott témakör kutatásához számos különböző internetes oldalt veszek igénybe, többek között az OECD, a Világbank és az Eurostat adatai is a segítségemre vannak. Ezen felül különböző, a témához közel álló szakirodalmakat is igénybe veszek. Íme, a legfontosabb könyvek:

- Kroó Norbert: A tudomány és technológia forradalma a 21. században;
- Pokol Béla: A mesterséges intelligencia társadalma;
- Ashlee Vance: Elon Musk és a fantasztikus jövő feltalálása;
- Dr. Meskó Bertalan: Az orvoslás jövője.

Kutatásomra vonatkozóan sajnos kénytelen vagyok szembenézni azon problémával, hogy az általam választott témából kifolyólag nem igazán áll rendelkezésemre primer kutatási forrás, mivel az Ipar

4.0 technológiai megoldásai a nem túl távoli jövőben fejtik ki hatásaikat, napjainkban csupán előrejelzésekből gazdálkodhatunk.

Mindazonáltal bízom benne, hogy választott témám izgalmas és érdekfeszítő lesz minden kedves olvasó számára. Az én személyes véleményem mindenképpen az, hogy a jelenkor kihívásainak megoldása érdekében Európának pontosan a negyedik ipari forradalomra van szüksége.



TARNÓCZI TAMÁS BENCE

tarnobeni@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Takács Viktor László
tanársegéd, DE GTK*

A Covid-19 vírus gazdasági hatása a debreceni székhelyű gazdasági társaságok foglalkoztatotti létszámára és nettó árbevételére, illetve Debrecen város helyi iparüzési adóbevételére

A Covid vírusnak rendkívüli hatása van a világ egészére, így a debreceni gazdaságra is, azonban Debrecen és vállalkozásai szempontjából még nem készült átfogó gazdasági elemzés ezzel kapcsolatban.

Dolgozatomnak három konkrét célkitűzése van: megállapítani mekkora mértékű bevétel kiesés jelentkezett 2020-ban a debreceni székhelyű gazdasági társaságoknál, ez mekkora iparüzési adó visszaeséssel járt, illetve hány alkalmazott kerülhetett elbocsátásra a debreceni cégek esetében a vírus hatására.

Hipotézisem szerint nagyjából 25%-os árbevétel kiesést szenvedhettek el a debreceni vállalkozások a 2020-as évet nézve, ebből kifolyólag a cégek által befizetett helyi iparüzési adó összegének csökkenése is hasonló mértékű lehet. Feltételezésem szerint a vírushelyzet alatt a debreceni cégek közel 3 000 munkavállalót kényszerültek elbocsátani.

Elemzésem 2012-től a jelenlegi 2020-as helyzetig követi végig a debreceni székhelyű gazdasági társaságok foglalkoztatotti létszámának és árbevételének változását. Ezek mellett a debreceni helyi iparüzési adóbevételekre is készítettem egy előrejelzést a 2020-as és 2021-es évre vonatkozóan, amely továbbításra került DMJV Önkormányzata számára, így ezen adónem előirányzata tényadatokon alapulva kerül be a következő évek költségvetésébe.

Az elemzésem során vállalati méretkategóriákra bontva vizsgáltam az említett tényezőket. A több mint 70 ezer soros adatbázisom tartalmazza a Debrecenben székhellyel rendelkező és működő vállalkozások beszámoló adatait 2012 és 2018 között. Az előzetes évek trendjei alapján extrapoláltam a 2019-es és 2020-as adatokat, így az adatbázis alkalmassá vált arra, hogy segítségével prognosztizáljam a következő két év iparüzési adóját, figyelembe véve a vírus gazdasági hatásait is.

A vírus hatásának felmérését egy a debreceni vállalkozások által kitöltött kérdőív alapján végeztem, amelyben a cégvezetők tájékoztatást adtak az elbocsátott dolgozók számáról, illetve az általuk elszenvedett bevételkiesés mértékéről. Az iparüzési adó előrejelzéséhez korreláció segítségével meghatároztam a debreceni gazdasági társaságok árbevételének és az iparüzési adó kapcsolatát, amely alapján igen pontosan megtudtam becsülni az iparüzési adó várható összegét.

A fentiek alapján a debreceni székhelyű gazdasági társaságok árbevétele 18%-kal eshet vissza 2020-ra a 2019-hez képest, ebből kifolyólag a helyi iparüzési adó 2 milliárd Ft-tal csökkenhet. A debreceni gazdasági társaságok által elbocsátottak száma pedig 1 500 főre tehető 2020-ban.

Stratégia és változásvezetés

Elnök: Dr. habil. Dóry Tibor egyetemi docens (SZE KGK)
Társelnök: Prof. Dr. Mészáros Tamás egyetemi tanár (BCE)
Tag: Prof. Dr. Dunay Anna egyetemi tanár (MATE Szent István Campus)
Tag: Dr. habil. Machová Renáta egyetemi docens (SK SJE)

BONCZ BETTINA

bettina.boncz@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Szabó Zsolt Roland
egyetemi docens, BCE GTK*

The Effect of Artificial Intelligence on the Labor Market

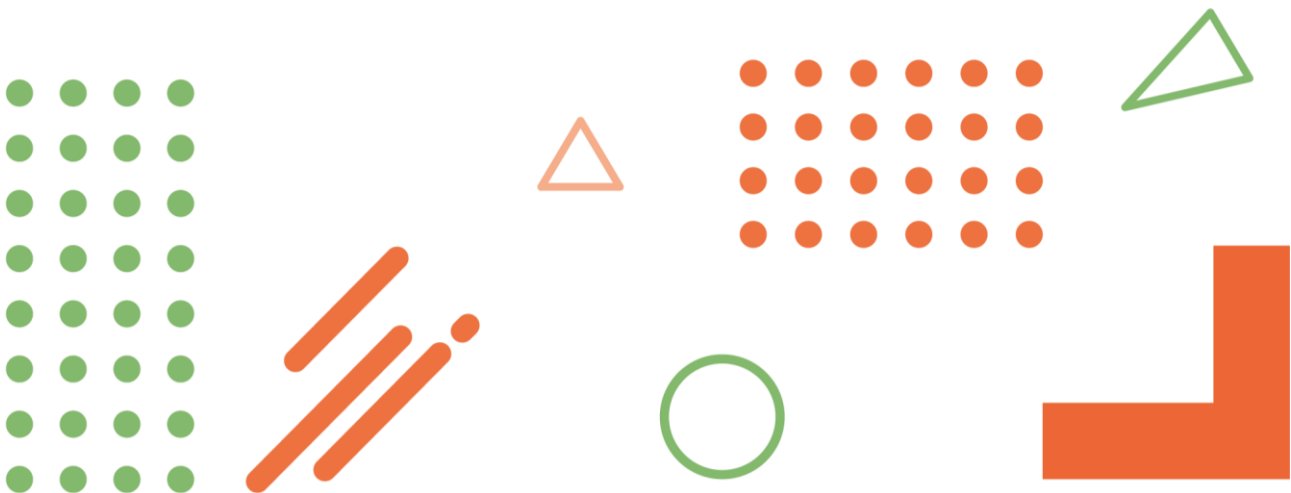
The most important issue of mankind through history is to ensure proper living through work. The labor market is constantly under transformation and is now facing the biggest change ever: the rise of artificial intelligence.

As previous automation techniques were mostly focusing on improving the productivity of human workers, future technology may leave them completely out from the equation, while performing their job faster, better and cheaper which leads to a dystopian (or utopian?) future without work and all of the social and economic dilemmas that come with it.

As artificial intelligence is a future technology approaching we have very few empirical data available but it sparkles lively discussion in the literature. The aim is to organize and show the results of these scientific works in a new way.

As a result I discuss whether technological unemployment is coming or not. If yes, can it be delayed what is more treated completely and if so in this process what will be the role of education or universal basic income. The power of business and political leaders, leading scientists and every manager is undisputable in this change. Business leaders have the responsibility to adapt to the changes and reshape their companies to be more human-friendly. Scientists have to work on safe-AI solutions while political leaders have to set limits to protect human labor. Change also have to come from the level of the individual by engaging in life long learning and personal development.

Using the works of Frey and Osborne, David Autor and Erik Brynjolfsson this thesis sends one final message: the future of the labor market and maybe the whole humanity depends only on us.



GRESÓ ESZTER

greso.eszter@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Hubert József
adjunktus, BCE GTK*

A magyar divat lehetőségei a külföldi piacokon – Nemzetközi piacra lépési stratégiák vizsgálata az elérhető-luxus dimenziójában

Dolgozatom témafelvetése egy nagyon aktuális, ugyanakkor igen változó iparágat, a divatot állítja középpontba. Fogyasztói szemszögből nézve trendjeit aligha lehet követni, annyira változékony a piac. Mit vegyünk meg? Mi az aktuálisan trendi? Kiket kövessünk? Mit hordanak a szupersztárok és influenszerek? Ezek a kérdések gyakran foglalkoztatják a kor emberét.

A fast fashion ipar negatív visszhangjai, a sokak által hajszolt luxus életminőség hozza felszínre, hogy a fogyasztók egyre inkább a magas minőségű, időtálló és márkaimázssal, vonzó karakterrel rendelkező luxustermékek piaca felé fordulnak.

A kutatás egy speciális, úgynevezett elérhető luxus dimenzióját vizsgálja, hiszen szerettem volna felhívni a figyelmet olyan hazai márkákra, melyek karakterességükkel, egyedi értékajánlatukkal potenciális szereplői a külföldi piacoknak. Ezen márkák ugyanis a luxus szélesre nyitható skálájának leginkább erre a fokára pozícionálhatók. Mindezek tükrében dolgozatomban az elérhető luxus dimenziójába sorolható magyar márkák nemzetközi piacra lépési stratégiáiról értekezem, közelebbről megvizsgálva a flagship store-ok szükségességét, mint a stratégia egy lehetséges elemét.

Fő kutatási kérdésem, hogy milyen stratégiát érdemes implementálnia az elérhető luxus dimenziójában lévő magyar divatmárkáknek a sikeres külföldi piacra lépéshez. A pontosabb körüljárhatóság érdekében ezt három alkérdésre bontottam. Első körben a márkaépítésre fektettem hangsúlyt, hogy megismerjem, milyen elemeknek kell teljesülnie ahhoz, hogy a márka életképes legyen a külföldi piacokon. Ezt követően a disztribúciós csatornákat vizsgáltam. Végül pedig flagship store-ok fontosságának mértékét igyekeztem megismerni.

A szakirodalom részletes tanulmányozása és a primer kutatás piaci körképének felvázolása után kvalitatív szakértői mélyinterjúk segítségével a piaci szereplők jelentős hányadát lefedve készült el a primer kutatási anyag, olyan neves márkák bevonásával, mint például a Nanushka, a NUBU vagy az ÁERON.

Dolgozatom eredményeként sikerült az alkérdésekre egyértelmű, hasznosítható eredményeket, válaszokat adni, ezen felül pedig menedzseri javaslatokat tenni az érintett piaci szereplők számára.

Céлом, hogy az elkészített kutatás a már meglévő, tevékenykedő márkáknek iránymutatóként szolgáljon a külföldi terjeszkedési törekvés során, illetve hogy kezdő vállalkozásoknak is segítséget nyújtson. Mindezek mellett alapja lehet további kutatási kérdésköröknek is a témában.

HORVÁTH REBEKA DORINA

horvathrebekadorina@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

*Dóra Tímea Beatrice
tanársegéd, BME GTK*

Gondolkodj globálisan, cselekedj lokálisan: Környezettudatos stratégia implementálásának lehetőségei az ESTIEM esetében

A környezeti fenntarthatóság csupán egyike annak a számos globális kihívásnak, melyek hatására fokozódnak a vállalatokkal szemben támasztott elvárások, mint például a környezeti felelősségvállalás és a környezettudatos stratégia kidolgozása. Bár a környezettudatos stratégiai menedzsment egy új, kialakulóban lévő terület, ugyanakkor jelentősége szignifikánsan növekszik, sajátosságai pedig a vállalatokon kívül több nonprofit szervezet életében is fellelhetők. Egyike ezen szervezeteknek az európai műszaki menedzser hallgatók diákszervezete, az ESTIEM is, mely környezettudatos stratégia kialakításán dolgozik, amiben szervezeti tagságból kifolyólag szeretnék aktívan szerepet vállalni.

Dolgozatom célja a környezettudatosságot illető intézkedések és attitűdök kérdőíves kutatás általi feltárása az ESTIEM-ben, valamint ennek függvényében a környezeti fenntarthatósághoz kapcsolódó stratégiai döntési változatok előterjesztése, különös tekintettel a belső kommunikációra.

A téma kifejtése során szekunder információkra alapozva bemutattam a stratégia kialakításának folyamatát, a szervezetek környezetét elemző módszereket, valamint a nonprofit-és kommunikációs stratégiákat. Utóbbi részeként az AIDA nevű válaszhierarchia modellel foglalkoztam, mely bár a kommunikáció sikerességének felmérésére szolgál, ám dolgozatomban inverz módon arra alkalmaztam, hogy segítségével felmérjem a szervezet tagjainak véleményét a környezettudatos intézkedésekkel kapcsolatban. Továbbá a fenntarthatósággal és a vállalati felelősségvállalással kapcsolatos legfontosabb tudnivalókat dolgoztam fel. Emellett részleteztem az ESTIEM szerepét és küldetését, illetve szervezeti tulajdonságain túl a társadalmi-és környezeti felelősségvállalásra szakosodott Bizottság, a SERC munkásságát. Ezt követően egy vezetői interjút és a nemzetközi tagság körében közzétett kérdőív eredményeit elemeztem, végül pedig a szervezeti működés környezeti fenntarthatóságra vonatkozó fejlesztéséhez kapcsolódó javaslatokat fogalmaztam meg, megjelenítve az ezek megvalósításához szükséges erőforrásokat.

Eredményeim alapján a SERC-nek mindenképpen érdemes környezettudatos stratégiát kidolgoznia, melynek fókuszát az ESTIEM által leginkább fontosnak vélt értékek egyikére, a részvételre és a cselekvésre való ösztönzésre javasolnám helyezni. Ennek elérésére vonatkozó, következtetéseken alapuló javaslataimat az inverz módon alkalmazott AIDA-modell segít megfogalmazni, melyek részletes bemutatására a dolgozat részeként kerül sor.

KELEMEN KINCŐ

kelemen.kincso13@gmail.com

Vállalkozásmenedzsment

MSc, 2. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

Témavezető:

Dr. Szász Levente

egyetemi tanár, RO BBTE

Opportunities to Improve Customer Retention in the Hospitality Sector by Using Big Data Analysis

The goal of my research was to determine the answers to the following questions:

1. How can companies in the hospitality sector improve customer retention by using Big Data Analysis?
2. What type of resources are needed to implement such a system? What are the steps of the implementation?
3. What are the advantages and difficulties of introducing a similar system in the case of a small or medium-sized enterprise?

Throughout my research, I examined the operation of a restaurant in Cluj-Napoca, first analyzing the processes that characterize the current consumer loyalty program. I also tested a Big Data-based feedback system, in which I examined how effective such a system is and how much more efficient than traditional methods of collecting consumer feedback. Based on interviews with the company leadership, a case study, and data from the system, I developed a similar system and then analyzed the resulting data using econometric methods. Throughout my research, I formulated two main hypotheses:

1. The system tested is more efficient than the traditional methods currently used by different catering units.
2. In the case of the tested system, the data can be processed easier, faster and more efficiently, and as a result, the decision-making process is also accelerated.

My research is based on a case study consisting of secondary data collection, semi-structured interviews, and pilot testing of a Big Data-based feedback system I designed and implemented. The pilot test of the system showed that the new system provides greater efficiency (120 fills in 2 weeks, with a traditional system, 100 pieces on paper in 5 years), the data is easier to process even using Big Data analysis methods, and I noticed that for consumers it is also a more convenient, accessible, and easier way to give feedback. At the same time, it turned out that the main challenges of the full implementation of the system: the management mindset - “firefighter” attitude, lack of data-driven culture, and employee attitude - react negatively to innovations. In order to be able to determine which factors influence overall satisfaction with the restaurant, I used econometric modeling (Rstudio), however, due to the size and non-representative nature of the sample, no relevant conclusions could be drawn in such a dimension.

KOCSIS ANDRÁS
and98ris@gmail.com
Gazdaságinformatikus
BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

PEMMER BÁLINT
pemmerbalint@gmail.com
Gazdaságinformatikus
BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:
Dr. Gubán Ákos
főiskolai tanár, BGE PSZK
Birkás Petra
kockázatkezelési menedzser, Széchenyi Tőkealap-kezelő Zrt.

MOB adatrendszer feltérképezése és kialakítása

A professzionális sportélet szervezése komoly kihívások elé állítja a sportszövetségeket, sportszervezőket és a központi szervezeteket. Ismerni kell a sportolók legfontosabb aktuális és korábbi paramétereit, fejlődésüket, mérhető eredményeiket, tehát mentális és fizikai állapotukat. Emellett ismerni kell a felkészülésre vonatkozó adatokat és jellemzőket. Nem mellékesen a felkészüléseikben, versenyeken közreműködőkről is komoly ismeretekkel kell rendelkezni. Magyarországon az olimpiával kapcsolatban a legfontosabb szervezet a Magyar Olimpiai Bizottság (MOB). A MOB egyik vezetője keresett meg bennünket, hogy sajnos nem áll rendelkezésükre olyan egységes adatrendszer, amely támogatná döntéseik meghozatalában.

A kutatás olyan szempontból lényeges, hogy milyen ismert módszertant tudunk erre a speciális „társadalmi közege” alkalmazni. Itt felvetődhet az agilis szemlélet, azonban mivel sajnos a sportvezetők és sportközegben munkálkodó menedzserek sokat utaznak, a velük való kommunikáció nagyon nehézkes, ezért egy hibrid módszertant célszerű alkalmazni. További probléma, hogy erre a helyzetre szakirodalomban nem találni javaslatokat vagy megoldásokat. A kutatócsoportunknak kell erre megoldást létrehozni, és azt egy általános módszertanná kialakítani.

Másrészt nagyon érdekes vizsgálni, hogy az egyes sportágak, sportszövetségek teljesen eltérő adatokat, paramétereket, KPI-okat tartanak nyilván, illetve különböző módon kezelik versenyzőik adatait és felkészülési, illetve versenyeredményeiket. Ezért teljesen homogén központi adatrendszer nem hozható létre, csak abban az esetben, ha magas redundanciával kezeljük az IT adatrendszert. Ily módon kutatási szempontból nagyon fontos, hogyan lehet ilyen teljesen inhomogén adatközegekben strukturált adatbázist létrehozni. Tovább tetézi a problémát, hogy a sportszövetségek, inhomogén csatornákon, adathordozókon keresztül juttatják el a MOB dolgozóikhoz a teljesen eltérő szerkezetű adataikat.

A kutatás első fázisában a legfontosabb lépés a sportszövetségekkel kompetens kapcsolat kiépítése, annak a céljából, hogy a teljes részletesgű adatmodelljeiket rendelkezésre bocsátsák.

Ennek érdekében a MOB felelős vezetőinek közbenjárásával feltérképezzük a szövetségeknél található adatrendszereket és annak az elektronikus útvonalát, hogyan lehet eljuttatni az adatokat biztonságosan, sérülésmentesen és a személyi adatbiztonság szem-előtt tartása mellett.

LAUFER ZOLTÁN

zolilaufer@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

MATOS BENCE

matos.bence@gmail.com

Vezetés és szervezés

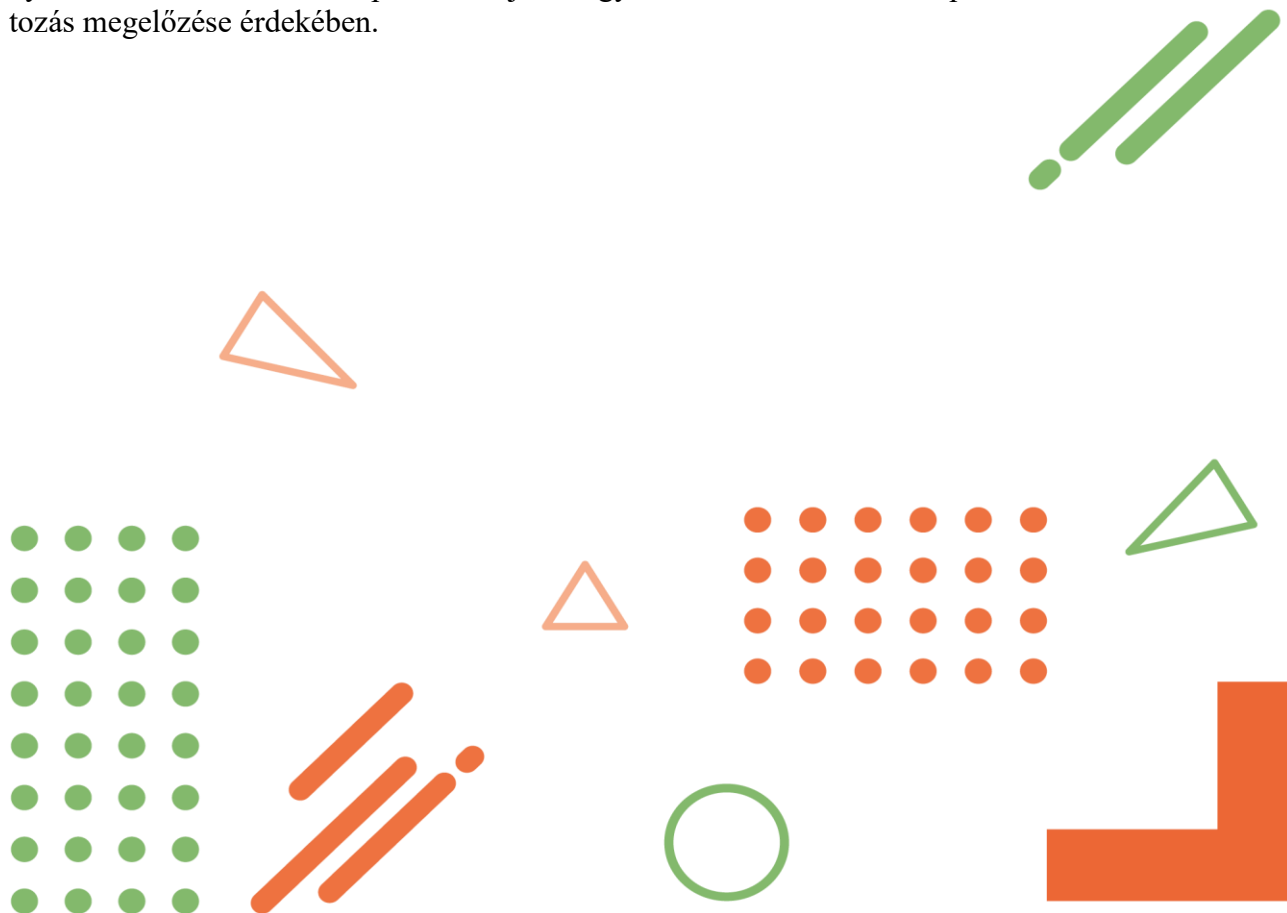
MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:**Hidi János**chief analyst for energy, MOL***Zöldebb utakon? – Olajvállalatok stratégiái a klímaváltozás tükrében**

A dolgozat célkitűzése, hogy feltérképezze az olajvállalatok klímaváltozásra adott válaszlépéseit, és ezek megjelenését a vállalati stratégiában. Az elméleti rész elején bemutatjuk a klímaváltozás témájának relevanciáját, majd ismertetjük a legnagyobb tanácsadó cégek iparági előrejelzéseit és vállalatoknak szóló javaslatait. Ezek közül kiemelkedik a gáztermelés és a megújuló energiaforrások egyre növekvő térnyerése, valamint a petrokémiai tevékenység és a digitalizáció fontossága. A gyakorlati elemzés során általunk kiválasztott hat vállalat (BP, Shell, Eni, Total, OMV és MOL) klímavédelemi kezdeményezésekhez kapcsolódó intézkedéseit esettanulmányokban foglaljuk össze, a vállalat maga által kialakított kommunikációja alapján. A dolgozatban az elméleti részben megalkotott klímaváltozáshoz való viszony és az erőforrás allokáció mátrixa alapján megkülönböztetünk proaktív és reaktív, illetve kiaknázó és felfedező kezdeményezéseket. Ez alapján végül három fő témakör köré csoportosítottuk a vállalatok tevékenységét (célkitűzések, energiavállalatként pozicionálás, egyedi megoldások) és értékeltük őket. Az olajtársaságok ugyan kifejezetten erősen kommunikálják a zöld kezdeményezéseket, de ezekből csak párról találjuk, hogy kockázatvállaló módon, proaktívan tesz a klímaváltozás megelőzése érdekében.



PÁNCSICS ZSOMBOR

zsombor.pancsics@gmail.com

Villamosmérnök

MSc, 3. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Villamosmérnöki és Informatikai Kar

Témavezető:

Dr. Prónay Gábor

címzetes egyetemi docens, BME VIK

Szervezeti hatékonyság növelése projektmenedzsment érettség vizsgálattal

A komplex világ nagyvállalatainál az erős funkcionális működés mellett fontos a projektek szervezetbe történő integrációja is. A globális versenyben a vállalatok egyre több olyan komplex feladat megoldására kényszerülnek (termék, szolgáltatás és szervezet fejlesztés), amit a hagyományos, elkülönülő funkcionális szervezeti egységekkel nem tudnak megoldani. Szükségük van az integrációt megvalósító projektmenedzsment-módszertanra. Ennélfogva a projektek minősége nagyban befolyásolja a vállalat versenyképességét, kihatással van a költségekre, a hatékonyságra, a minőségre, és egyben a vevők elégedettségére is.

A szervezet hatékonysága nagyban függ a projektmenedzsment hatékonyságától, ezért kritikus kérdés a projektmenedzsment vállalati szervezetbe integrálása. Ennek fejlesztése érdekében a szervezeti projektmenedzsment érettség vizsgálata szükséges, azaz a projektek vállalati szervezetbe és kultúrába való beilleszkedésének hatásosságát méri, és ezen keresztül fejleszti. A fejlesztéshez két dolog ismerete, illetve felmérése szükséges: az elérni kívánt, optimális állapoté és a jelenlegi, kiindulási helyzeté.

A jelen TDK dolgozat a szakirodalmak, nagyvállalati konzultációk, Prónay Gábor irodalmi és mélyinterjúi, valamint Szalay Imrével és Bálint Ákossal készített interjúim felhasználásával készült. Nagyvállalatoknál alkalmazható és vágyott projektmenedzsment érettség felmérési és fejlesztési alapot dolgoz ki, amely segít a projektmenedzsment érettségi modellek átfogó megértésében és a modellekből kiindulva a projektmenedzsment érettség mérés indításában nyújt segítséget. Az eszköz megmutatja, és támogatja a felmérés előkészítését, azaz a projektmenedzsment érettségi modellek céges kultúrához való illesztését, hogy ezáltal a cég számára valóban fontos aspektusok kerüljenek vizsgálatra. Támpontot biztosít az így előállt modell érettség-felmérésben történő alkalmazásához. Az alap felhasználásával láthatóvá fognak válni a cégen belüli fejlesztési szükségletek, ismétlődő használatával pedig a projektmenedzsmenten keresztül az egész szervezet működésére lesz kihatással.

A TDK eredménye, az összehasonlítási alap egy keretrendszert határoz meg, a projektmenedzsment érettségi vizsgálat előkészítéséhez, a projektmenedzsment érettségi modell vállalathoz illesztéséhez.

SIMON DÁNIEL

simon.daniel277@gmail.com

Műszaki menedzser

BSc, 7. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

*Témavezető:
Gombaszögi Ildikó
mestertanár, ÓE KGK*

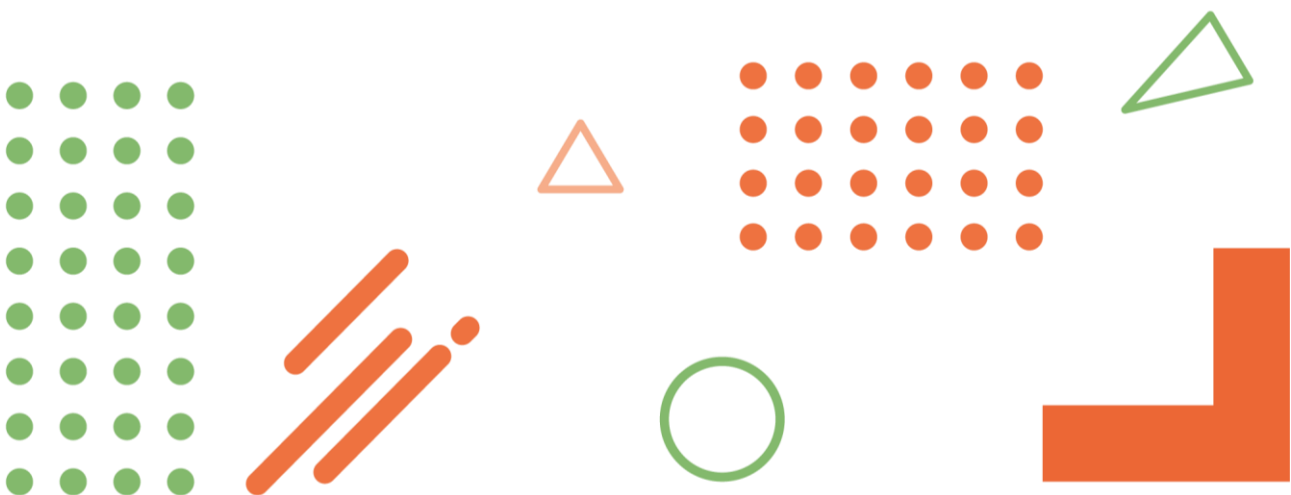
A kockázatmenedzsment fontossága a gyakorlatban

A vállalatok napjainkban egy folyamatosan változó és innovációt igénylő környezetben találják magukat. Annak érdekében, hogy megtarthassák piaci pozíciójukat, kényszerítve vannak a változásra és a rugalmas vezetési technikák alkalmazására. Bár a projektek, mint fogalom körülbelül először csak 60 évvel ezelőtt jelent meg a köztudatban, azóta egyre több vállalat választja, hogy fejlesztéseit vagy akár az egész vállalat működését projektek keretein belül bonyolítsa le.

A jövő azonban mindig ködbe burkolódik, a vállalatoknak sokszor kockázatos döntéseket kell meghozniuk annak érdekében, hogy milyen irányba változzanak, milyen projektekbe vágjanak bele. Ez azonban nem jelenti azt, hogy a jövő eseményeire nem lehet akár előre felkészülni, vagy a projekt kivitelezése közben folyamatosan reagálni.

Kutatásom során bemutatok számos kockázatmenedzsment elméletet és gyakorlati technikát, amelyek a projektmenedzserek munkáját támogatják annak érdekében, hogy a szervezet a lehető legrugalmasabban tudjon reagálni a külső környezet pozitív vagy negatív hatásaira. Megvizsgálom, hogy ezek az elméletek a gyakorlatba átültetve is működnek-e. Primer kutatásom során nagy tapasztalattal rendelkező projektmenedzserek véleményét kérem ki a témakörben, és egy konkrét multinacionális vállalaton belül elemzem a kockázatmenedzsment gyakorlati működését.

Dolgozatom célja, hogy pontos elméleti képet adjak a kockázatmenedzsment ideális működéséről, és a gyakorlatban jelentkező problémákról, amelyek megnehezítik ennek követését. Javaslatot teszek, hogy a dolgozatban elemzett multinacionális vállalat, hogyan tudná a projektek kivitelezését hatékonyabbá tenni a kockázatmenedzsment megfelelő alkalmazásával.



VARGA VIVIEN

vargavivien9@gmail.com

Vezetés-szervezés

MSc, 1. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Sipos Norbert
adjunktus, PTE KTK*

Sikeres informatikai fejlesztési projekt megvalósítása a waterfall, agile és lean projekt metodológiák segítségével

Az OTDK dolgozatban egy startup vállalkozást vizsgáltam, amely a PTE Simonyi Inkubációs Program keretében jött létre. A csapat egy platformot hozott létre, amely segít az egyetemi hallgatók, alumnik, oktatók és külsős partner cégek képviselőinek együttműködésében. Arra is lehetőséget ad, hogy az ötletekkel teli fiatalok projekteket hozzanak létre, melyekhez mások is csatlakozhatnak, és az oktatók is láthatják a kezdeményezéseket, így segítséget tudnak nyújtani. Emellett a külsős cégeknek is van lehetőségük, hogy segítsék a projektek megvalósulását.

A kutatást egy szakirodalmi áttekintéssel kezdtem, amelyben átfogóan írtam a projektmenedzsment történetéről az 1950-es évektől napjainkig. Emellett ismertettem a lean, a waterfall és az agile projektmenedzsment módszereket. Továbbá a kis-, mikro- és startup vállalkozások legfontosabb ismérveit is összegyűjtöttem. A dolgozatban szereplő informatikai fejlesztési projekt ismertetését a megrendelő és a külsős fejlesztő cég szerződéskötésének bemutatásával kezdtem, melynek keretében bemutattam, hogy a két csapat miben állapodott meg, és milyen határidőket rögzítettek a feladatok elvégzéséhez. Bemutattam, hogy milyen fő funkciókat várt a megrendelő a platformmal kapcsolatban és egy Gant diagram segítségével ábrázoltam a projekt megvalósításának időtervét is. Majd a startup vállalkozás létrehozására tértem át, ahol a Hackathon típusú startup megvalósítás lépéseit írtam le, és azt, hogy ennek segítségével hogyan valósult meg a projekt. Majd vizuális eszközök segítségével bemutattam a megvalósult projekt megjelenését és funkcióit. Ezután tértem rá arra, hogy technikai szempontból hogyan jött létre az informatikai fejlesztés. Itt megvizsgáltam, hogy a szoftverfejlesztő cég milyen projektmenedzsment technikát alkalmazott a megvalósítás során. Majd a szakirodalmi áttekintés alapján egy másik megvalósítási lehetőséget vázoltam fel. A kétféle megközelítés eredményeit elemeztem és megállapítottam, hogy melyik metódus lett volna a legcélravezetőbb az adott projekt megvalósításához.

Azt a megállapítást, hogy fejlesztési projekt megvalósítása során a fejlesztő cég a waterfall módszert alkalmazta, teljes mértékben eddigi szakmai tapasztalataimra és tanulmányaimra alapoztam, és szintén ezek segítségével vázoltam fel a lehetőséget az agilis megvalósításra. A két lehetőség alapos összevetése és elemzése után döntöttem amellett, hogy az agilis, ezen belül is a scrum segítségével hatékonyabb eredményt érhetek volna el.

VERES DOMINKA

domi.veres@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment

BSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Kucsma Daniella
tanársegéd, ME GTK*

Stratégiai terv – Egy kisvállalkozás reagálása a COVID-19 -re

Az Egészségügyi Világszervezet (WHO) 2020. március 11-én világméretűvé minősítette az új koronavírus (SARS-CoV-2) okozta COVID-19 (Corona Virus Disease 2019) betegséget. Jelenleg hétféle koronavírus ismert, ami emberi megbetegedést tud okozni. Ezek közül négy fajta enyhe tüneteket produkál, viszont a MERS-CoV, a SARS-CoV1 és a SARS-CoV2 súlyos tünetegyüttest alakíthat ki, főként légzőszervi megbetegedéseket okozva. (Egészségügyi Világszervezet új koronavírus weboldala, Elérhető: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>)

Az őszi, téli időszakban az esetszámok további emelkedésére számíthatunk, ezért különösen fontos a felkészülés, és védekezés. A gazdaság működése szempontjából kiemelten fontos, hogy mindenki a saját eszközével is hozzájáruljon a védekezéshez, hogy elkerülhetők legyenek a tavaszihoz hasonló, központi korlátozások, szigorítások. Dolgozatom megírásakor arra törekedtem, hogy bemutassam, mit tehet védekezésként egy hazai kisvállalkozás, nevezetesen a(z) Unify Kft., még ha stratégiaileg nem is kiemelt ágazatban tevékenykedik.

Kis lépések is csökkentik a fertőzések kockázatát, a társadalmi felelősség vitathatatlan. Ugyanakkor a munkaadók egyik legfontosabb kötelezettsége az egészséget nem veszélyeztető és biztonságos munkakörnyezet fenntartása, aminek járványhelyzet idején kiemelt fontossága van. Egyértelmű, hogy a vállalatok nem tudják alkalmazottaikat és a céget elzárni a vírus elől, de mindenképpen tehetnek a veszélyeztetettséget csökkentő, megelőző intézkedéseket. Mindezek mellett a folyamatos és biztonságos működés elemi érdeke minden gazdálkodó szervezetnek. A COVID-19 pandémia kapcsán kialakuló helyzet messze túllépi a vállalati krízishelyzetek kezelésére vonatkozó, folyamatos, biztonságos működésre irányuló, eddig alkalmazott tervek kereteit. Elsődleges célom az, hogy egy korábban eredményesen működő kkv számára olyan stratégia tervet készítssek, mely segít túlélni a szervezetnek a következő krízis időszakot. A munkaerő megtartás mellett a feladatok lehetséges átalakítására is megoldást keresek.

A világ nagyon gyorsan változik, így minden területen alkalmazkodni szükséges. Az elmúlt félév a radikális változások jegyében zajlott, azonban azt gondolom, hogy nem minden a kidolgozottság alapján lépett életbe. Javaslataim úgy dolgozom ki, hogy a vállalkozás számára hasznosak legyenek és segítségül szolgáljanak a következő hullám túlélésében.

Stratégia, tanulás- és tudásmenedzsment

Elnök: Dr. Györfy Lehel-Zoltán egyetemi docens (RO BBTE)
Társelnök: Prof. Dr. Balaton Károly Professor Emeritus (ME)
Tag: Dr. habil. Juhász Csilla egyetemi docens (DE GTK)
Tag: Dr. Réthi Gábor főiskolai docens (BGE PSZK)

FARAGÓ TEODÓRA

farago.dorci@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

FEKETE ANETT

feketeanett96@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Harmat Vanda Daniella

tanársegéd, BCE GTK

„Nálunk egyetlen egy dolog állandó, a változás” – A digitalizáció okozta változás megélésének vizsgálata egy munkaerő-közvetítő szervezetnél

A digitalizáció napjainkban egyre fontosabb fogalommá válik és a vállalatok legtöbb tevékenységére is egyre komolyabb hatással van (Pulinka, 2016; Takács, 2015; Morgan, 2019). Megjelenik a magánéletünkben, a mindennapi munkánk során, sőt már a vállalatok felépítését is befolyásolja (Morgan, 2019).

Az ember és a technológia kapcsolatával több kutatás is foglalkozik, különböző dimenziókat vizsgálva, amelyek széles spektrumú kutatási teret biztosítottak számunkra és a jövőbeni munkáinkhoz is inspirációt szolgáltatottak (Kohnke, 2017; Pulinka, 2016; Venkatesh et al., 2012).

Az ehhez tartozó szakirodalmi háttérből válogatva, munkánkhoz menedzseri (pl.: John Kotter Változásvezetés 8 lépése) és munkavállalói szemszöveget képviselő (pl: technológiai elfogadás modell (TAM)) elméleteket dolgoztunk fel.

Társas konstruktivista szemlélet mentén elemeztük ezt a témakört, így kutatási kérdésünk annak a vizsgálata lett, hogy az egyének hogyan élik meg a digitalizáció okozta változást a SZERVEZETBEN menedzseri és munkavállalói szemmel. Ennek feltáráshoz kvalitatív kutatást végeztünk. A kutatási terv elkészítéséhez Maxwell (1996) modelljét vettük alapul. Az adatgyűjtéshez félig strukturált interjúkat készítettünk, az adatfelvételre a SZERVEZET munkaerőkölcsönző cégnél került sor 2020 január-februárjában.

A minta elemszáma 7 volt, ami arányaiban kielégítő. Az adatokon kvalitatív tartalomelemzést végeztünk induktív kódolás alkalmazásával. Az induktív elemzés során 10 fő kategóriát alakítottunk ki, amik az eredményeink alapját szolgáltatták.

Összességében elmondható, hogy a kutatási kérdéseinkre sikeresen választ találtunk. A SZERVEZETNÉL az elképzelt és a tényleges menedzseri és munkavállalói megélések különböznek, ennek kiküszöbölésére, a bevonás mértékére tettünk javaslatokat.

GOSSLER ENIKŐ

gossler.eniko@gmail.com

Emberi erőforrások

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:

Dr. Csizmadia Péter

tudományos munkatárs, BGE PSZK

Dr. Németh Szilárd

főiskolai docens, BGE PSZK

Se veled, se nélküled? – avagy tudásmenedzsment a szakkollégiumban

A tudás nem csak az egyének, de a szervezetek, így a szakkollégiumok életében is meghatározó erőforrás, ezért fontos, hogy fokozott figyelmet szenteljenek neki.

A karon működő szakkollégium vezetőségének tagjaként az előző évben nehezen tudtam megkezdeni a munkámat, ugyanis voltak olyan helyzetek és feladatok, amikor csak magamra számíthattam. Ennek fő oka az, hogy a szervezetben meglévő tudást nem megfelelően, vagy egyáltalán nem kezeljük. Emiatt határoztam el, hogy kutatást végzek a szakkollégiumok tudásmenedzsmentjével kapcsolatban.

Kutatásom célja az volt, hogy megértsem, hogyan működik a szakkollégiumoknál a tudás átadása és kezelése, valamint mit tekintenek tudásnak. Ezek alapján kísérletet tettem arra, hogy megállapítsam, mi lenne az optimális tudásmenedzsment stratégia számukra, különös tekintettel a Lámfalussy Sándor Szakkollégiumra.

Ehhez primer kutatást végeztem, mely során négy szakkollégium összesen tizenegy jelenlegi és volt tagjával készítettem interjút a témában, annak érdekében, hogy mélyebben megismerjem a szervezetekben működő folyamatokat. Ezek alapján elmondható, hogy jelentős különbség van a frissen alakult és nagy múltú szakkollégiumok működésében, és a felhalmozott tudás kezelésében. A régebbi szakkollégiumoknál már bejáratott rendszerek működnek, míg az újabbak még keresik az útjukat. Ugyanakkor mindről elmondható, hogy habár törekednek a tudás átadásra, ennek nincsenek formális eszközei, így a tudás kezelése egyéni szinten zajlik, tudásmenedzsment stratégiáról pedig semelyik esetben sem beszélhetünk.

HALPERT ERIK

halpert.erik@ktk.pte.hu

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Sipos Norbert

adjunktus, szakmai vezető – Tehetségpont, PTE KTK

Dr. Jarjabka Ákos

egyetemi docens, intézetigazgató (VSZI), PTE KTK

Játékosítás a gazdasági szervezetekben

A dolgozatomban a játékosítást, egy alkalmazott példán keresztül, a tudásmegosztást, és a változás-menedzselés témáját dolgoztam fel. A játékosítás az utóbbi években, mint a kutatások terén (Reiners, Wood, 2015), mint az üzleti körökben (Narayanan, 2014) nagy érdeklődésre tett szert. Számos területen jelent meg a banki megoldások (Rodrigues et al., 2014), a turizmus segítőkjeként is. (Negruşa et al., 2015) Habár a gamifikáció, azaz a játékosítás erős kritikákat szült „nyomorék” megvalósítása révén. (degenerált ponthasználatok miatt pontifikációként is csúfolják). (Robertson, 2010) Etikai szempontból is érték kritikák, a manipuláció, a kihasználhatóság miatt (Bogost, 2014). Mindezek ellenére úgy gondolom, hogy a gamification képes bizonyítani a hatékonyságát, s ezt elismert kutatási eredmények is bizonyítják. (Hamari et al., 2014) Következésképpen a következő kutatási kérdések merültek fel a kutatásom során:

Fő kérdés:

- Milyen hatással vannak a kísérleti alapon kiválasztott gazdasági szervezetekre az általuk használt, a primer kutatásomban leírt játékosított nem játékrendszerek?

Alkérdeések:

- Segít-e a primer kutatásomban leírt játékosított nem játékrendszer a kísérleti alapon kiválasztott gazdasági szervezeteken belüli tudásmegosztásban?
- Segít-e a primer kutatásomban leírt játékosított nem játékrendszer a kísérleti alapon kiválasztott gazdasági szervezeteken belüli változásmenedzsmenben?

A kutatásom három különböző, legalább 15 főt foglalkoztató cégre épült. A szervezetek neveit nem osztom meg, a vezetőségek kérésére. Ezek a szervezetek a piac különböző ágazataiban tevékenykednek: a kereskedelem és vendéglátás, információ kommunikáció, valamint művészet, szórakoztatás – egyéb szolgáltatás. A kutatói kérdések vizsgálata az LPC, LMX, és TIPI tesztek számszerűsíthető eredményei, és egy véleményezésre adott kérdőíves teszt diskurzus elemzésével történt. Viszonyítási alapként a teszteket a játékosított nem játékrendszer bevezetése előtt is kitölttettem. Úgy gondolom, hogy a tesztek nagy száma nélkül nagyon nehezen értettem volna meg az emberi szociálpszichológiai faktorokat. Nem tudtam volna kellőképpen elmélyülni a kutatásom összegzésében. A függő változó az, hogy elfogadják-e a szervezetek a játékosítást a mindennapi munka során. A független változók egyrészt maguk a személyek, és jellemzőik, másrészt a környezeti tényezők a vizsgált szervezetekben. A kontroll biztosítása érdekében több szervezetet vizsgáltam.

KISS RÉKA*rekakiss01@gmail.com*

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Dr. Lőrincz Katalin**egyetemi docens, általános dékánhelyettes, PE GTK*

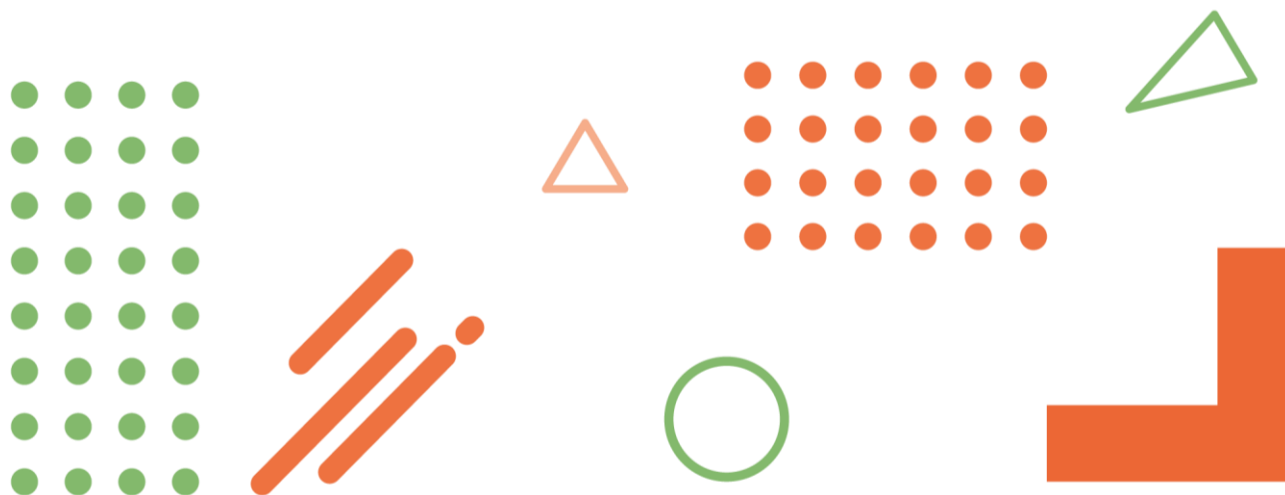
Az Erasmusos hallgatók turisztikai lábnyoma és a nemzetköziesedés folyamata a Pannon Egyetemen

A nemzetközi mobilitást kihasználva nem léteznek akadályok a világ, jelen esetben Európa felfedezésére, a különböző nációk kultúrájába való asszimilálódásra és nem utolsósorban azon mikroszinten hatékonyan működő rendszerek megismerésére, melyek lehetővé teszik az integrálódást.

Egyaránt Erasmus, Campus Mundi és egyéb mobilitási tapasztalatokkal rendelkező hallgatóként a Pannon Egyetem befogadói és integrációs folyamatait vizsgáltam, melyek kihatással vannak az ide érkező elsősorban Erasmusos diákok turisztikai keresletére és a nemzetközi iroda hatékonysági szintjére. Ezen adott tényekre kivetítve olyan cselekvési alternatívákat kívánok felvázolni, melyek növelik a befogadási folyamatok produktivitását és együttműködve a magyar hallgatókkal olyan közösségi tereket és hálózatot hoznak létre, melyek gördülékennyé teszik a nemzetköziesedés folyamatát. Ehhez elsősorban hozzá járultak a külföldi hallgatókkal végzett asszociációs fókuszcsoportos interjúk, valamint az intézményi mobilitási koordinátorokkal és a PEHÖK Külügyi Bizottságának tagjaival végzett mélyinterjúk. Emellett esettanulmányként az olaszországi University of Macerata ESN (Erasmus Student Network) rendszerét térképeztem fel, mind a saját tapasztalataim, mind pedig a Maceratan tanulmányait végző diákok és a hálózatban résztvevő mentorok kérdőívemre adott válaszai alapján. Az ott effektíven működő rendszer bizonyos elemeit kivetítettem a Pannon Egyetemre, figyelembe véve annak pozícióját és a létszámbeli különbségeket.

Összességében a felvázolni kívánt megoldási javaslatok egy olyan kapcsolatrendszer megteremtésére lehetnek képesek, mely a kulturális differenciából adódóan pozitív lehetőségeket teremthet a felsőoktatási intézményünkben.

Kulcsszavak: Erasmus, integráció, nemzetköziesedés, mobilitás, nemzetközi iroda



KONDÁS VIVIEN

kondasvivi@stud.uni-obuda.hu

Gazdaságinformatikus

BSc, 4. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

*Témavezető:
Dr. Szikora Péter
adjunktus, ÓE KGK*

Online jobb? E-learning kurzusok hatékonysága

Az e-learning kurzusok célja a tanulás és tanítás minőségének javítása. Számos előnye közé tartozik, hogy lehetővé teszi az információcserét egymástól távoli pontok között is, megszűnik az időbeli kötöttség és a tanulók egyéni tempóban és módszer szerint sajátíthatják el a tananyagot. Az Óbudai Egyetem célkitűzésének tartja, hogy a hallgatói igényeknek elébemenve minél több e-learninges tárgyat hirdessen meg. Sajnos ez több esetben még nem az elvárásoknak megfelelő, leginkább azért, mert nincs egységes elvárás.

A kutatásom fő célja, hogy megvizsgáljam a már elkészült tananyagokat, készítsek egy egységes értékelési rendszert. Megkérdezve a hallgatókat, hogy ők milyen elvárásokat támasztanak az ilyen anyagok felé, és összehasonlítva a már kész kurzusokkal, ezek felülvizsgálatát javasolva, minél inkább olyan tananyagokat eredményezve, ami ténylegesen segítheti a sikeres felkészülést.

A kutatás első fázisában alapvető értékelési szempontokat állítottam össze egy fókuszcsoport segítségével. A második részben, amelyről a dolgozatom készült, egy hallgatótársaimhoz eljuttatott kérdőív segítségével ennek pontosításával foglalkoztam, valamint az első részben felmerült kérdésekre kerestem a választ.

A kutatás alapján megfelelőnek tekinthető egy e-learning tananyag, ha:

- heti egységekre bontott;
- tartalmazza az oktató konzultációs elérhetőségét;
- tartalmaz videót, amely maximum 30 perc (ez lehet narrált prezentáció is) és a tananyag maximum 50%-át teszi ki;
- tartalmaz prezentációt és ehhez kapcsolódó magyarázatot (ez lehet videó is), nagyjából 20-40 dia terjedelmű;
- (amennyiben a tárgy tematikája indokolja) tartalmaz kidolgozott feladatokat, típuspéldánként 2-3 részletesen, lépésről lépésre kidolgozott minta;
- (amennyiben a tárgy tematikája indokolja) tartalmaz gyakorló feladatokat, típuspéldánként 4-5 példa, megoldással az ellenőrzéshez;
- tartalmaz tesztet 2-3 hetente vagy témakörönként, 10- 20 kérdéssel;
- tartalmazza a kötelező és ajánlott irodalmak listáját, esetleg elérhetőségét.

MATOS BENCE*matos.bence@gmail.com*

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

PAPIK RÉKA*r.papik97@gmail.com*

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 8. félév

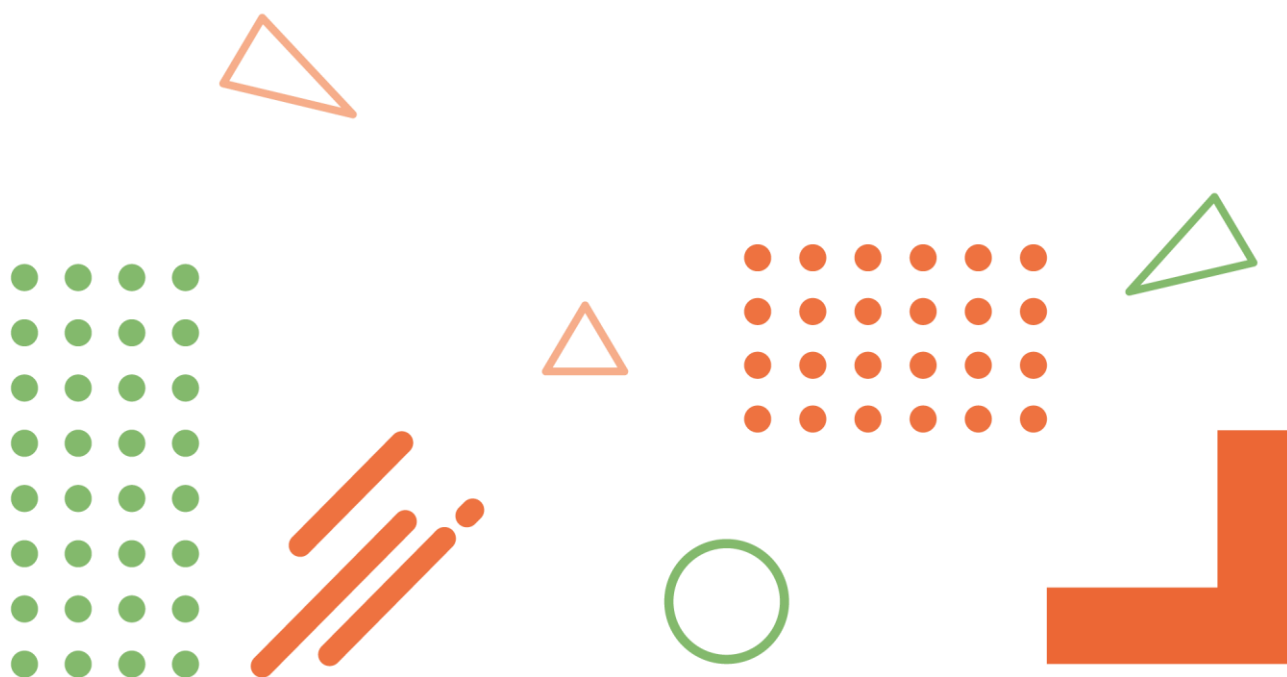
Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Bakonyi Zoltán
vezető tanácsadó, IFUA*

**Kicsi a bors, de erős – Nagyvállalatok és startupok közötti együttműködések vizsgálata
stratégiai nézőpontból**

A dolgozat a különböző nagyvállalatok és startupok együttműködési lehetőségeit és azok korlátait tárja fel hazai esettanulmányok vizsgálatával. A téma relevanciáját az adja, hogy a felgyorsult környezet folyamatos stratégiai megújulást és innovációs tevékenységet kíván meg minden üzleti szereplő részéről, melynek egy formája lehet startupokkal való együttműködés. Célja, hogy a továbbiakban gyakorló szakembereknek nyújtson betekintést a témába és fogalmazzon meg javaslatokat e témakörben. A dolgozat bemutatja azt, hogy a szereplők közötti együttműködés formájára mely tényezők hatnak a leginkább. A kutatás módszertanát tekintve félig strukturált szakértői interjúkra épít, melyekből esettanulmányokat készülnek. Összesen nyolc esettanulmány összehasonlításával következtetéseket von le az együttműködések időbeliségére, formáira és céljaira vonatkozóan. A dolgozat hozzáadott értéke, hogy jövőbeli javaslataikat hasonló együttműködések kialakítására a startup együttműködések élelciklus-modelljében foglalják össze, ahol az idő előrehaladtával a stratégiai irányvonalak változásával, iterációs folyamat során az együttműködések szervezeti beágyazottsága nőhet.



PAPIK RÉKA

r.papik97@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

VIG ÁDÁM

vig1396@gmail.com

Gazdaság és pénzügy-matematikai elemzés
BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Bakonyi Zoltán
tanácsadó, IFUA Horváth & Partners Kft.*

Lifelong Learning: The Power of Networks

Knowledge transfer within organizations, and the knowledge-based view has gotten broad attention among scientists and practicing managers as well. This paper investigates the knowledge transfer in higher education institutions, and it seeks to address the following question: what are the obstacles of knowledge transfer in universities based on Social Network Analysis. This paper follows a case study design, with in-depth analysis of the informal social network of a Hungarian university. The units of observation are the faculties. The paper uses basic network visualisation and Exponential Random Graph Models on the university's informal social network to find the structural factors which determine knowledge transfer. The paper shows that formal hierarchy shapes the network in a way, that everyone tends to connect informally to higher hierarchy levels. On the employment level members connect to each other satisfactorily, also at the top of the hierarchy, deans and vice deans have relatively close connections. However, horizontal connections are poor at the institute director and head of department level. The research shows that on top of the hierarchy, deans from different faculties connect to each other through weak ties, thus there is some kind of informal communication among faculties. Also, the level of deans and vice deans are isolated from the other layers of hierarchy, which can be a barrier for knowledge transfer. At the end of the paper, the authors suggest policy implications in the light of the results.

PAPP BERNADETT

pappbernadett98@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás (angol)
MSc, 2. félév

Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

SZEKERES NIKOLETT

szekeresn.97@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés
MSc, 2. félév

Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Vilmányi Márton
egyetemi docens, SZTE GTK*

**Szervezetek kapcsolati alkalmazkodása: stratégiai és humán rugalmassági mintázatok
dinamikus megközelítésben**

Dolgozatunk középpontjában az üzleti hálózatokban működő szervezetek szervezetközi együttműködései és azok menedzsmentje áll. A szervezetek sikerességét befolyásolja, hogy a vállalatok hogyan tudnak más szervezetek specializált erőforrásaihoz hozzáférni, illetve hogyan tudják azokat saját folyamataikhoz, erőforrásaikhoz illeszteni.

A vállalatok nem egymástól elkülönülten működő szervezetek, folyamatosan hatással vannak egymásra, befolyásolják egymás mindennapi működését. A szervezeti siker megőrzéséhez stratégiai szempontból nagy jelentőséggel bírnak a partnerkapcsolatok, amelyek fenntartása számos feladatot generál a szervezet működése során. Dolgozatunkban ezek alapján a következő kérdéseket vesszük górcső alá:

- Hogyan változtatják meg a szervezetek a hálózati mozgásterüket? Hogyan fejlesztik a vezetők ennek érdekében saját maguk és kollégáik képességeit, hozzáértéseit?

Kutatási kérdéseink megválaszolásához 12 esettanulmányt készítettünk és elemeztünk az általunk felállított vizsgálati modell alapján, mely Teece (2007, 2011) dinamikus képességek csoportosítását leíró megközelítésére és a kapcsolati képességek folyamatorientált megközelítésére (Mitrega et al. 2012, McGrath et al. 2018) épül. Vizsgálatunkban a kapcsolati stratégiai megváltoztatásának és a kapcsolattartást támogató humánmenedzsment hozzáértések megváltoztatásának sensing, seizing és transforming rutinjait, eljárásait, mintázatait figyeltük meg.

Eredményeink alapján a kapcsolati stratégia megváltoztatását támogató hozzáértések között 8 sensing, 5 seizing, és 3 transforming kategóriába soroltuk a megjelenő rutinokat. A kapcsolattartást támogató humánmenedzsment hozzáértések megváltoztatása tekintetében 7 sensing, 6 seizing, és 3 transforming kategóriát azonosítottunk. Eltérések mutatkoztak az 50 főt megközelítő, illetve meghaladó, és az ettől kisebb foglalkoztatotti létszámú szervezetek között. Mindkét vizsgált dimenzióban eltérések jelentek meg az alkalmazott rutinok kiterjedését illetően.

SZIGETI TÍMEA*szigetitimi0.1@gmail.com*

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

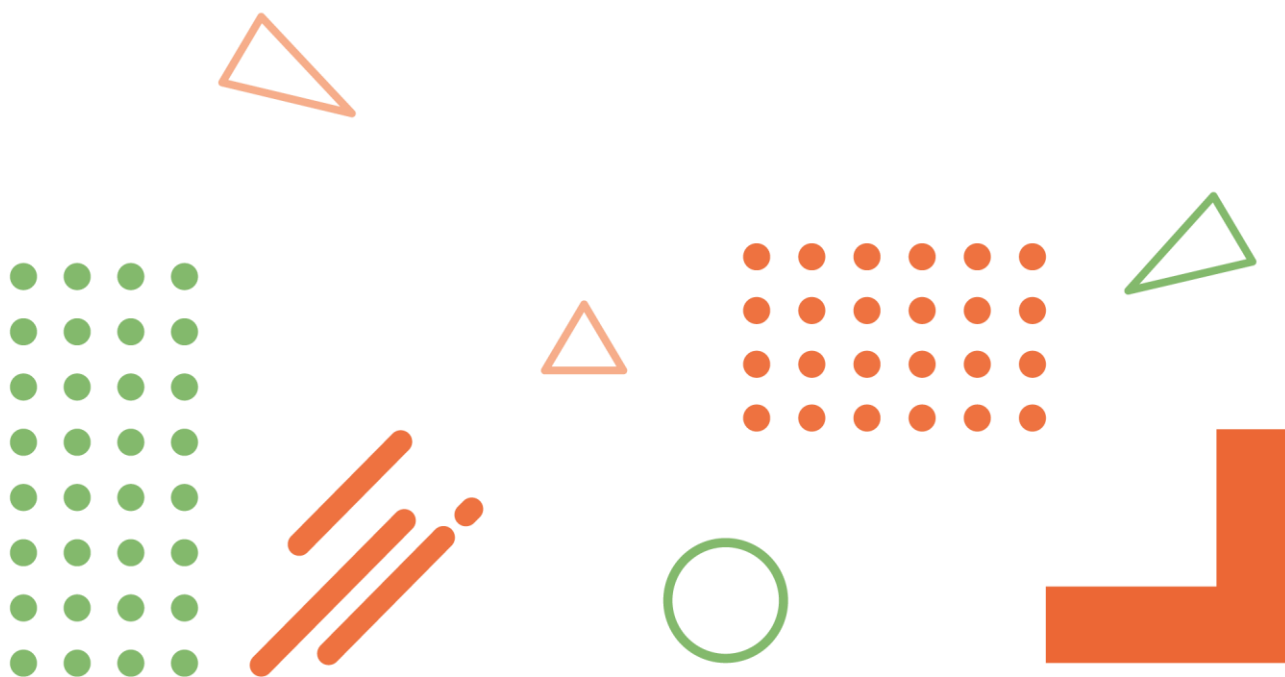
Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Hornyák Miklós
adjunktus, PTE KTK*

Az agilis oktatás iránti nyitottság a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Karán

A szakdolgozatom az agilis oktatás iránti nyitottságot vizsgálja a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Karának nappali tagozaton tanuló alapszakos hallgatói körében. A hagyományos oktatással szemben egy sokkal gyakorlatiasabb, önfejlesztésre fókuszáló, csapatmunkára összpontosító tanulási módszer, amelynek számos változata ismert. Kutatásom során arra a kérdésre kerestem a választ, hogy a hallgatók mennyire lennének nyitottak az agilis oktatás által használt módszerekre, mennyire szívesen dolgoznának együtt a hallgatótársaikkal és működnének együtt a tanárokkal. A fókusz a hallgatókra szegeztem, ugyanis a célom az volt, hogy a hallgatók szemszögéből nézve választ kaphassak az agilis módszertannal kapcsolatos kérdésekre. A vizsgálatom lehetővé tette, hogy megismerjem a hallgatók nyitottságát, az ideális csapatlétszámról alkotott véleményüket, készségeik és kompetenciáik fontosságát a szakmájuk során, az általuk vélt akadályait az agilis tanóra megvalósulásának, valamint, hogy milyen kapcsolattartási formákat preferálnak. Jelen tanulmányban csak az alapszakos és nappali tagozatos diákokat vizsgáltam és azért döntöttem így, mert én is alapszakon tanuló és elsősorban az évfolyamtársaim nyitottságára voltam kíváncsi. Egy online közösségi platform évfolyamcsoportjain keresztül sikerült elérnem a hallgatótársaimat és pozitívan tapasztaltam, hogy mennyire nagy az együttműködés és a segítőkészség az összes évfolyamcsoportban. Összesen 131 kitöltött sikerült elérnem. Hasznos következtetéseket sikerült levonnom a kutatás során kapott eredményekből és közülük a legfontosabb, hogy a hallgatók nyitottak az agilis oktatásra és szívesen megismernék ezt a számukra új és gyakorlatias tanulási módszert.



Számvitel, kontrolling

Elnök: Dr. Musinszki Zoltán egyetemi docens (ME GTK)
Társelnök: Prof. Dr. Lukács János egyetemi tanár (BCE)
Tag: Prof. Dr. Fenyves Veronika egyetemi tanár (DE GTK)
Tag: Dr. habil. Borbély Katalin egyetemi docens (SZE KGGK)
Tag: Dr. Bán Erika főiskolai docens (BGE PSZK)

BOROS BETTINA*bettka999@gmail.com*

Számvitel

MSc, 4. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

*Témavezető:**Madarasiné dr. Szirmai Andrea**egyetemi docens, BGE PSZK*

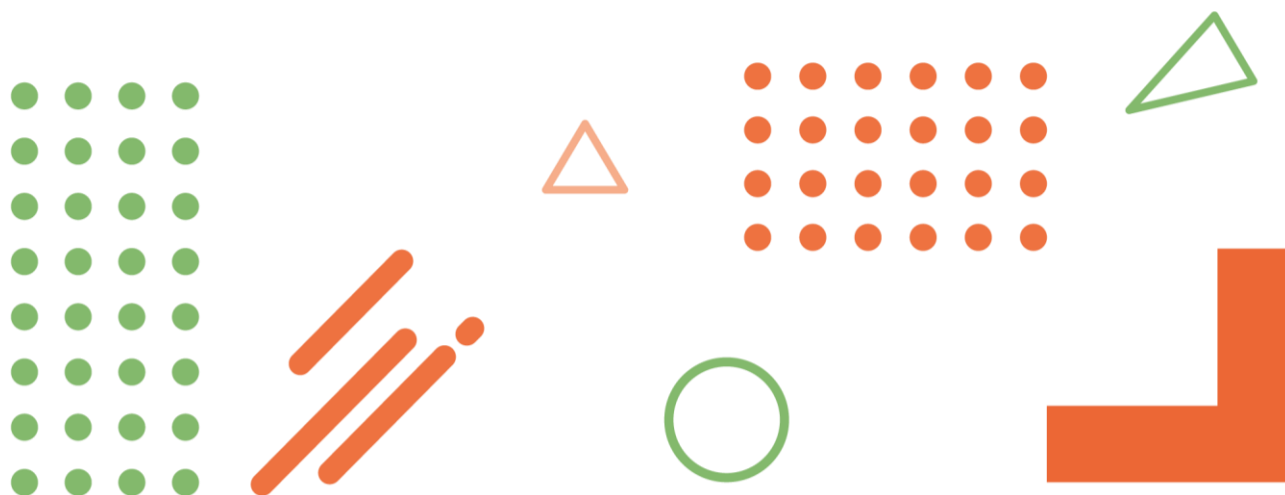
Integrált beszámoló bemutatása – valóban megéri alkalmazni a vállalkozásoknak?

A jelenleg Magyarországon alkalmazott beszámolási formák adattartalma elég kevés, nem adnak elegendő információt a vállalatról, legfőképpen, ha egyszerűsített beszámolóról beszélünk. Ezekből nem tudjuk meg igazán, mi a vállalat célja, mit tervez elérni a jövőben, és ehhez milyen lépéseket tett már meg eddig. Éppen ezért, az integrált beszámolót a vállalati jelentések evolúciójának mondják. Eddigi vélemények alapján az integrált jelentéstétel a beszámolóban szereplő információk minőségének javítása mellett magasabb szintű, eredményesebb jelentési folyamatot is létrehoz.

Mivel az integrált beszámolás elterjedése jelenleg is folyamatban van, így ez egy aktuális téma napjainkban.

A dolgozat primer és szekunder kutatás keretében arra keresi a választ, hogy mi is az integrált beszámoló, valóban érdemes-e alkalmazni a vállalkozásoknak, és hogy többletmunkát, vagy éppen egy jobb együttműködést eredményez az egyes részlegek között. Gyakorlati tapasztalatok és elemzések kapcsán keresi a pozitív és a negatív oldalait egyaránt az új beszámolási forma bevezetésének. Továbbá mélyinterjún keresztül betekintést nyújt az integrált jelentéstétel jelenlegi magyarországi helyzetébe.

A dolgozat abból a feltételezésből indul ki, hogy Magyarországon még kevés vállalat hallott az integrált jelentésről, és azon cégek, akik már ismerik, költséghatékonyság miatt nem alkalmazzák. Összességében megállapítható, hogy Magyarországon tényleg kevésbé terjedt még el ez a beszámolási forma, azonban azon vállalatoknál, akik alkalmazzák, jelentősen jobb kommunikáció, és együttműködés alakult ki a vállalat egyes részlegei között, valamint a befektető számára sokkal hasznosabbnak bizonyult, mivel az integrált beszámoló nem csak pénzügyi adatokat tartalmaz, hanem szemlétebben bemutatja a vállalkozás fő tevékenységét, elért eredményeit, célkitűzéseit és jövőbeli stratégiáját.



BUJTOR EVELIN

bujtor.evelin@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 5. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Budai Eleonóra
adjunktus, PTE KTK*

A számviteli szakma jelene és jövője – a jövő számviteli szakembere

A gazdasági és technikai fejlődés felgyorsulása életünk minden területére kihatással van. Nincs ez másképp a számviteli szakemberekkel, illetve a számviteli szolgáltatókkal és az erre a pályára készülőkkel sem, mindez új kihívások és problémák elé állítja őket is. Ennek kapcsán indult kutatásomban a következő 6 kérdésre kerestem a választ:

- Milyen módon válaszolható fel és milyen jellemzőkkel bír a számviteli szolgáltatások piaca Magyarországon?
- Mi motiválta a jelenleg számviteli szolgáltatóként tevékenykedőket a pályaválasztás során, miért szerezték meg a mérlegképes könyvelői képesítést?
- Hogy vélekednek a magyar számviteli szakemberek a mérlegképes végzettségről? Szükség van-e rá szerintük a jövő számviteli szakemberének?
- Hogy látják idehaza a számviteli szakemberek a számviteli szakma jelenét és jövőjét?
- Szerintük mi fogja jellemezni a jövő számviteli szakemberét? Milyen készségek, képesítés szükségesek valamint milyen keretek között fog megvalósulni a számviteli tevékenység?
- Melyek azok a problémák, melyek leginkább veszélyeztetik a szakmát és megoldásra várnak?

Az első kérdésre szekunder kutatás segítségével kerestem a választ, melynek során szakirodalmi, jogszabályi, statisztikai besorolási háttér, valamint hivatalos nyilvántartások adatai kerültek feltérképezésre. A második kérdéshez kapcsolódóan a motiváció elméleti háttérét szekunder kutatás keretében tártam fel. Ennek és a további kérdéseknek a megválaszolásához pedig primer kutatást végeztem, önállóan összeállított kérdőív elektronikus platformon történő lekérdezésével. A kérdőívet 125 hazai, számviteli szakember töltötte ki, mely lekérdezés a szakemberek korösszetétele alapján reprezentatívnek minősül.

A kutatás eredményeképpen mind a hat kutatási kérdésre választ kaptam, amely alapján a hazai számviteli szolgáltató piacról egy elsődleges tényvázlatot sikerült elkészíteni, valamint a hazai számviteli szolgáltatók pályaválasztási motivációjára, a szakma mérlegképes könyvelői végzettségről alkotott véleményére, a szakma jelenlegi megítélésére, önértékelésére, valamint a jövő számviteli szakembereinek jellemzőire vonatkozó elképzelése is összefoglalásra került. Ezek együttes ismeretében a számviteli szakma jelenlegi problémái is körvonalazódtak. A kutatás eredménye hasznos segítséget jelenthet mind a szakmai szervezetek, mind a jogszabályalkotók számára.

FEHÉR GÁBOR*fegabor19@gmail.com*

Számvitel

MSc, 3. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Gazdálkodástudományi Intézet

*Témavezető:
Dr. Karai Éva
egyetemi docens, ELTE GTI*

A magyarországi IFRS-bevezetés társasági adózási szempontból

A társasági adózás és a nemzeti számviteli rendszerek közt országonként eltérő erősségű kapcsolat áll fenn. A fennálló nemzeti szabályrendszerek számára új kihívást jelent az IFRS egyedi beszámolók európai elterjedése. Tanulmányom elhelyezi a magyarországi IFRS-áttérést a társasági adózás szempontjából az Európai Unió példákkal összehasonlítva, valamint vizsgálja, hogy az áttérés miatti szabályok okoznak-e adókiesést az államnak, érinti-e hátrányosan az áttérőket. Ehhez vizsgáltam, milyen eltéréseket kellett áthidalni az áttérés során, hogy a kívánt adósemlegességet elérjék. Ennek érdekében elemeztem különböző IFRS-alkalmazók nyilvánosan elérhető beszámolóiban található társasági adó-levezetését, valamint az az adóhatóság által közölt adatgyűjtéseket. Az adatokat vizsgálva arra jutottam, hogy a kívánt adósemlegességet elérte a jogalkotó, és az államháztartás bevételeinek stabilitását is sikerült fenntartani.



HORVÁTH SZILVIA MÁRIA
horvath.szilvia.maria@gmail.com
Pénzügy és számvitel
BSc, 5. félév
Milton Friedman Egyetem

*Témavezető:
Szegediné dr. Lengyel Piroska
tanszékvezető főiskolai tanár, MILTON*

A vevőkövetelésekből származó bevétel elszámolása a nemzetközi számvitelben

OTDK-dolgozatomban az IFRS 15, „Vevői szerződésekből származó bevétel” standarddal foglalkoztam. Témaválasztásom oka, hogy az árbevétel elszámolása minden vállalatot érint, és a 2018 óta használt standard sok esetben okozott nehézséget az értelmezés és alkalmazás kapcsán. Érdekesnek találtam tehát megvizsgálni a standard elemeit, és a legfontosabb részeket példákkal is illusztrálni, hogy alátámasszam hipotéziseimet, melyeket röviden úgy tudnék összefoglalni, hogy az IFRS 15 standard egységesebbé tette nemzetközi viszonylatban a bevételelszámolást, de bonyolultabbá is, mivel szövege néhol igen nehezen értelmezhető.

Kérdéseim megvizsgálásához elsősorban a standard szövegét, illetve a témában megjelent szakkönyvek és szakmai folyóiratok értelmezést segítő leírásait használtam fel. Mindezt kiegészítettem az IASB és a KPMG által készített példák tanulmányozásával, amellyel a standard tartalmának értelmezését kívántam megkönnyíteni.

Dolgozatomban tehát végigvettem a bevételelszámolási standard által meghatározott öt lépést, amelyen egy gazdálkodónak is végig kell mennie az árbevétel elszámolása közben. Minden lépés során bemutattam az elméleti háttérrel és a gyakorlati használatot is, mindezt lehetőségeimhez mérten saját példákra alapozva.

Megítélésem szerint a dolgozatommal elértem a kitűzött célt, megerősítettem, hogy standard szövege néhol tényleg nehezen értelmezhető, és a példákkal bizonyítottam, hogy ugyan az IFRS 15 a többi standardhoz hasonlóan ad választási lehetőségeket a gazdálkodó számára, hogy optimálisan számolhassa el a bevételét, és az a valóságot a lehető leginkább tükrözze. Utóbbinál jobb megerősítést nem is kívánhattam volna arra, hogy a standard nemzetközi viszonylatban egységesítette a bevételelszámolást.

KAPIN EMŐKE

emoke343@gmail.com

Nemzetköz gazdálkodás

BSc, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Darabos Éva
egyetemi docens, DE GTK*

A Master Good Kft. fejlődési tendenciái, a nemzetköziesedés folyamata az alapítástól napjainkig

Dolgozatomban a Master Good Kft. elemzését tűztem ki célul, mely egy belföldi tulajdonban lévő családi vállalkozás. Alaptevékenységét az élelmiszeriparon belül végzi, mára egy sikeres vállalatná nőtte ki magát, jelentős külpiazi, nemzetközi tevékenységet folytatva. Az elmúlt közel húsz évben jelentős növekedésen, fejlődésen ment keresztül. Elemzésem célja, hogy bemutassam hogyan, miből, és milyen ösztönzők hatására tudott tevékenysége megkezdésének évétől, 2001-től folyamatosan fejlődni napjainkig.

A szakirodalmi feldolgozásban bemutatom az élelmiszeriparon belül a baromfifeldolgozó ipar főbb jellemzőit a világban, az Európai Unióban és Magyarországon. Ismertetem továbbá a vállalatok tőkeszerkezetének elméleteit, a vállalatok optimális finanszírozási struktúráját, valamint a nemzetköziesedés főbb modelljeit.

Az elemzés során komplexitásra törekszem, először azokat a növekedésgeneráló beruházásokat vizsgálom meg, amelyek megmutatják, hogy milyen fejlődési utat tett meg a vállalat változó piaci környezetben az alapítás évétől kezdve napjainkig. Bemutatom, hogy a beruházásokhoz honnan, milyen fajta erőforrások álltak rendelkezésre, hogyan változott a vállalat tőkeszerkezetének összetétele a vállalat elmúlt, 18 éves működését tekintve, melyben megjelenik a 2008-as gazdasági világválság. Részletesebben a vállalat vagyoni, pénzügyi, jövedelmezőségi helyzetét vizsgálom 2011-től kezdve, kiemelve azt, hogy a válság után milyen dinamikus tudott helyt állni és megerősíteni piaci pozícióját.

Kutatásom végén összehasonlítom, hogy a Master Good a hazai piacon, saját szakágazatán belül (baromfiszekor) milyen pozíciót foglal el versenytársaihoz viszonyítva. Ezt követően bemutatom a vállalat nemzetköziesedésének folyamatát, mely ösztönzők hatására lépett ki a külpiacra, milyen módon, és ez mennyiben járul hozzá a vállalat fejlődéséhez.

A dolgozat készítése során a témához kapcsolódó hazai és nemzetközi szakirodalmat dolgoztam fel, az ágazat sajátosságainak ismertetéséhez az Agrárgazdaság Kutató Intézet kutatási eredményeit, az elemzéshez a vizsgált vállalat 2001-2018. évi beszámoló adatait, a versenytársakkal való összehasonlításhoz az EMIS adatbázis szolgáltatásait használtam fel. A hipotéziseim alátámasztására MANOVA (Multivariate Analysis of Variance) variancia-analízis többváltozós formáját alkalmaztam, végül személyes, mély interjú segítségével a nemzetköziesedés folyamatának tényezőit foglaltam össze.

KIFFER DORINA LILLA

kiffer.dorina@gmail.com

Számvitel

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
László Norbert
adjunktus, BCE GTK*

A 2017-es IFRS átállást vizsgáló összehasonlítás a magyar tőzsdei cégek körében

Kutatásom célja az IFRS átállás megvalósítási folyamatának bemutatása, a nehézségeket, kihívásokat, előnyök, sikertényezők megismertetése, az átállt társaságok tapasztalatainak elemzése, iránymutatás a jövőben IFRS-t alkalmazóknak és választásuk elősegítése. Jelentősebb hangsúlyt fordítottam az IFRS 1 gyakorlati bemutatására, így kutatásom fő kérdése a standard alkalmazásának átállás napi hatása.

A bevezetésben szekunder módszerrel azonosítottam az átállás előnyeit, hátrányait, sikertényezőit, és a kihívásokat. Ezután a számviteli nehézségek szemléltetése érdekében illusztratív példákkal ismerttettem az IFRS 1-et, majd három, 2017-ben áttérésre kötelezett magyar tőzsdei társaság (Richter, MOL, Telekom) első IFRS kimutatását elemeztem. A kutatási kérdésem az IFRS 1 nyitómérlegre gyakorolt hatására vonatkozott, így a kimutatás elemzési részének fókuszában az alapelvek érvényesülése, a választott könnyítések bemutatása, és az átállás napi egyeztetések számszerű hatásainak elemzése állt, kiemelve a saját tőke módosítás összetételének vizsgálatát, amely a tulajdonosi érdekeltség miatt fontos. A társaságoknál az áttérés miatti saját tőke változás $[(-13\%)-(+22\%)]$ intervallumban mozgott. Az elemzések összegzésénél ábrázolt diagramokon látható, hogy az eltérések mely alapelv mely tételéből adódtak. (Az eltérés legnagyobb hányadát tette ki a Richternél: az osztalék kivezetése, a MOL-nál: a hiteltranzakciós költségek értékelése, a Telekomnál: a részesedések értékelése). A 3. melléklet a kutatás összegzéseként szemlélteti az IFRS 1 alapelveinek hatását az elemzett társaságok nyitómérlegére, kiemelve a többször előforduló tételeket (pl. mentesség befektetések értékelésére, halasztott adó eszköz, kötelezettség megjelenítése, részesedések értékelése). Összegezvén az elemzés rávilágít a két szabályozás eltéréseire, az alapelvek mentén rendszerezi a módosításokat, és kiemeli a gyakran előforduló tételeket az első átállóknál, elősegítvén a megértést a standardot átlatni kívánóknak.

Végül a 2017, 2018. évi átállók tapasztalatait mutattam be. Szekunder módon összegeztem a kritikus számviteli területeket, kérdéses témaköröket. Mindezt igazolja a dolgozat is, amelyben az említett kérdéskör számos pontja került bemutatásra. A primer és szekunder interjúk is alátámasztják a kutatást. A tőzsdei társaságok vezetői igazolták a felmérések eredményeit, pozitívan nyilatkoztak az áttérésről, míg kisebb társaságok nem választanák az IFRS-t a hasznokat meghaladó költségek miatt.

KONTICS ZOLTÁN MÁTÉ

kontics.zoltan@gmail.com

Pénzügy

MSc, 3. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Szóka Károly

egyetemi docens, SOE LKK

IoT technológiák a vállalkozások kezében, különös tekintettel a controlling támogatású RFID megoldásokra

A dolgozat és a kutatás az Ipar 4.0 alapjairól, azon belül is az „Internet of Things and Services”-re épülő technológiák bemutatásáról szól, különös tekintettel az RFID-re (RadioFrequencyIdentification – rádiófrekvenciás azonosítás).

Munkám első felében, főleg külföldi szakirodalom feldolgozásával, bemutatásra kerül a vizsgált témakör története, kialakulása, a hardver és szoftver oldala is. Ebben a részben nem csak e konkrét technológiára fókuszálok, hanem igyekszem átfogó képet adni az Ipar 4.0-ról mint mindennapjainkat átható jelenségről

Dolgozatom második, gyakorlati felében, esettanulmányokon keresztül elemzem a konkrét megvalósítási lehetőségeket és gazdasági számításokat a controlling szakterület támogatásával. A vizsgált négy vállalatból három esetében, interjúkra és az ott látottakra tudtam támaszkodni, mivel adatvédelmi szempontokra hivatkozva nem jutottam hozzá számolt, mért adatokhoz. Munkahelyemen, ezzel ellentétben már konkrét adatokkal tudtam dolgozni, így el tudtam végezni a szükséges számításokat, elemzéseket a gyakorlati megvalósulás kapcsán.

A megszerzett adatok támogatásával rámutatok, hogy a bemutatott technológia gyakorlatba implementálása már rövidtávon jelentős pénzügyi eredményekkel és előnyökkel járhat, melyet a controlling szakterület segítségével bizonyítok, illetve mutatok be. A már megvalósult technológiai bevezetés tekintetében számszerűsített megtérüléseket számoltam, mely több területen elért kedvező hatásból tevődik össze. Végül felvázoltam egy megvalósíthatósági tervet, egy modernebb eszköz nyilvántartás megvalósításával. Ez esetben is számokkal támasztottam alá, hogy milyen megtérülés tervezhető a bevezetéssel.

A kutatás eredményeként megállapítható, hogy a technológiába rejlő lehetőségek még koránt sincsenek kihasználva a vizsgált vállalatoknál, azonban a látottak és a beszélgetések alapján kijelenthető, hogy a modern, jövőbe mutató gondolkodásmód jelen van e vállalkozások életében.

MONA ZSUZSA

monaszuzsi@gmail.com

Számvitel

MSc, 3. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Gazdálkodástudományi Intézet

*Témavezető:
Dr. Rózsa Ildikó
adjunktus, ELTE GTI*

Az IFRS 16 bevezetésének hatásai a magyar tőzsdei társaságoknál

Dolgozatomban az IFRS 16 új lízingstandard bevezetésének hatásait mutattam be a magyar tőzsdei társaságok mintáján keresztül. Az új szabályozás a 2019. üzleti évtől hatályos, így 2020-ban kerültek ki az első olyan beszámolók, melyek eszerint készültek. Előzetes hatásvizsgálatok készültek ugyan már a témában, a tényleges hatások vizsgálatára, empirikus elemzésre korábban még nem volt lehetőség.

Dolgozatomban az általános bevezetés és szakirodalmi kitekintés után bemutattam az új standard elszámolási szabályait, összehasonlítva az eddigi szabályokkal. Ezután bemutattam az IASB – azaz a nemzetközi számvitel egyik legfőbb szervének – előzetes hatásvizsgálatát, az általuk használt mintavétel menetét, a vizsgált szempontokat és a várt hatásokat. A magyar társaságok mintáját a legjobb összehasonlítás érdekében szintén ezzel az elemzéssel összhangban szűrtem, majd elemeztem. Különös tekintettel a pénzügyi mutatók alakulását vizsgáltam, hiszen ezek szolgálnak legtöbb esetben az egyes vállalatok elemzésének, összehasonlításának alapjául. Az első várakozásom az volt, hogy a magyar társaságok mintáján végzett elemzés eredménye nagyrészt összhangban lesz az IASB által előzetesen várt globális eredményekkel. Ez az olyan alapvető mutatók és értékek tekintetében, mint az eszközök értéke vagy a kötelezettségek értéke, teljesült is, azonban nagy átlagban nem beszélhetünk egyértelmű egyezéstről. Sok esetben nem volt egyértelmű a hatás, néhány esetben pedig pont a várakozásokkal ellentétes irányú változás volt megfigyelhető. Látható, hogy a magyar társaságok mintája rendkívül kicsi volt, illetve a lízingek értéke is sok esetben nagyon kicsi volt, így a mentesítések hatása meghatározóbb volt ezen a területen.

Összességében azonban kijelenthető, hogy sok esetben nem egyezett meg az előzetes várakozás a tényleges eredményekkel. További vizsgálatra és kutatásra ad lehetőséget az, hogy megvizsgáljam, hogy ennek az eltérésnek milyen okai és – leginkább hosszútávú – következményei vannak. További elemzések lehetővé tehetik azt is, hogy kiemeljem a magyar tőzsdei társaságok sajátosságait a számviteli elszámolások tekintetében, melyek egy jövőbeni esetleges standardváltozás során megkönnyíthetik a felkészülést. Az IASB az ilyen standardváltozások után egy utólagos hatásvizsgálatot is ki szokott adni, ezzel is érdemes lenne később összehasonlítanom a saját eredményeimet, amint erre alkalom nyílik.

NESZVECSKÓ PETRA ESZTER

neszvecskopetra4@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

*Témavezető:
Simonné Romsics Erika
mesteroktató, BGE GKZ*

Gördülékeny átállás vagy araszolás egyesben? – az IFRS 15 nyomában

Kutatásom tárgyát a Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardok kérdésköre jelentette, hiszen az egységes számviteli keretelvek alkalmazása az internacionálódás útjára lépő vállalatok körében számos kérdést vet fel. Ennek tükrében dolgozatomban különös tekintettel vizsgáltam az IFRS 15 alkalmazásának hatásait, hiszen a standard hatályba lépésével kapcsolatban számos gazdálkodó fejezte ki aggályát arra vonatkozóan, mi szerint már a tervekből látható volt, hogy azt nem azon külföldi anyavállalatok leányvállalataira szabták, amelyek az említett standardot csak az anyacégnek készített, ún. IFRS „reporting package” összeállítása érdekében alkalmazzák.

Bár úgy tűnhet, hogy az irányelv nem hozott lényegi változást a bevétel elszámolásának elvében és gyakorlatában, alaposabban megvizsgálva érzékelhető, hogy azon iparágak, melyek hosszú távú szerződésekkkel dolgoznak, jelentős nehézségeknek vannak kitéve. Az IFRS 15 ugyanis azontúl, hogy összerendezi a korábbi bevétel elszámolási standardokat és azok értelmezéseit, pontosítja az eddigi terminológiákat és mélyebb módszertani útmutatást ad, mely megkönnyíti, vagy éppen az ellenkezője, azaz megnehezíti az árbevétel elszámolás folyamatát.

Mindezek hatására fogalmazódott meg bennem a kérdés, hogy valóban volt-e valóságalapja annak, hogy a gazdálkodók ódzkodtak a standard alkalmazásától, illetve, hogy miként tudtak megbirkózni az általa hozott kihívásokkal. Kutatásomban főként ezekre a felvetésekre kerestem a választ egy közös – külföldi – tulajdonban lévő vállalatkonzern, két magyarországi leányvállalatának gyakorlatán keresztül.

A teljesség érdekében a kutatási folyamatot két fő részre osztottam. A primer kutatás során a megkeresett társaságokkal készített strukturált interjúk feldolgozásával vizsgáltam a standard azon speciális területeit, ahol a bevételek elszámolásának folyamata leginkább módosult. A szekunder kutatás keretein belül pedig az IFRS 15 implementálásának alapvető követelményeit tártam fel, vázat adva ezzel az elsődleges kutatás eredményeinek.

Kutatómunkám eredményeképpen körvonalazódtak azok a kihívások, melyekkel a nemzetközivé nőtt vállalatok „leányainak” számolniuk kell a nemzetközi számviteli harmonizáció következtében. Azok a területek, melyek leginkább érintettek az IFRS 15 által, valamint azok a megoldások és javaslatok, melyek alapul szolgálhatnak azon hazai leányvállalatoknak, akik csak ezt követően kezdik el alkalmazni az IFRS-eket az anyavállalatnak történő megfelelés érdekében.

RÉVAI JÚLIA*revai.julia@gmail.com*

Pénzügy-számvitel

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

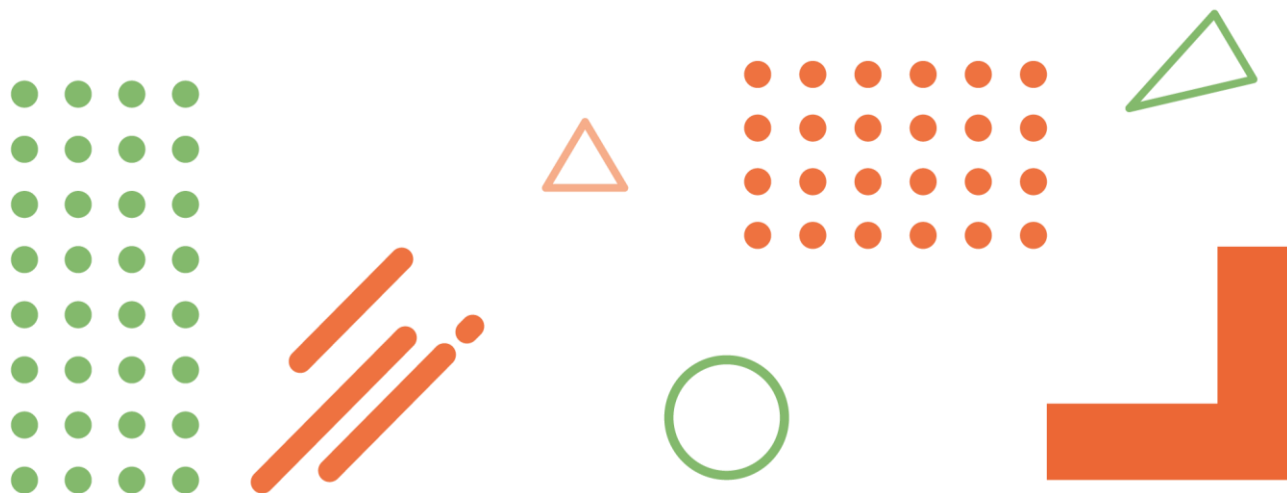
*Témavezető:
Szabóné Veres Tünde
adjunktus, BCE GT*

Lakáspiaci tendenciák az építési vállalkozások beszámolóinak tükrében

A 2008-as gazdasági világválság hatása érezhető változásokat hozott a magyar építőiparban, és az ingatlanpiacon. A válságot követően az újonnan épített lakások száma egy évtizedig nem közelítette meg azt a volument, ami korábban megfigyelhető volt annak ellenére, hogy a kereslet indokolta volna új beruházások elindítását. Ez hozzájárult ahhoz, hogy az elmúlt 5 évben az országban megfigyelhető áremelkedés Európában is kiemelkedő szintet ért el.

Kutatásomban a lakáspiacon végbemenő változásokat keresem az árbevétel szerint legnagyobb hazai építőipari vállalkozások beszámolóinak vizsgálatával. Az elemzésbe bevont társaságok éves beszámolója alapján, azok vagyoni, pénzügyi és jövedelmi helyzetük áttekintésével mutatok rá építőipari sajátosságokra, valamint vizsgálom, hogy a 2017-től megfigyelhető lakáspiaci fellendülés milyen módon jelenik meg az építőipari vállalatok pénzügyi kimutatásaiban. A vizsgálat során felismert trendeket statisztikai adatokkal magyarázom, így kitérek arra, hogy milyen szerepe van az építőipari vállalatok teljesítményében a lokációnak, vagy az alapanyagár növekedésének.

Az elvégzett vizsgálatok rámutatnak arra, hogy a megfigyelhető építőipari trendek megjelentek a vállalatok beszámolóiban is. A lakáspiaci fellendülés hatását az árbevétel változásában figyelhetjük meg, mely 2017-ben a vizsgált vállalatoknál jelentősen nőtt az előző évek árbevételéhez képest. Mindezt befolyásolja a lokáció is, ugyanis azok a vállalatok, melyek az ország olyan területén tevékenykedtek, ahol az átlagnál nagyobb négyzetméterár növekedés volt megfigyelhető, jobban teljesítettek a vizsgált időszakban. Kutatásomban hangsúlyos az építőipari sajátosságok meghatározása is, így az elemzés során rávilágítok az előlegek jelentőségére az iparban, valamint arra, hogy a vizsgált vállalatok nem saját dolgozóikkal végzik a lakóépületek építését, hanem alvállalkozókkal dolgoznak együtt. Emellett jellemző az építőiparban az osztalékfizetés is, ugyanis a vizsgált időszakban az adózott eredmény visszaforgatására nem volt szükség a megfigyelhető fellendülés miatt.



SÁGI ROLAND

sroli0630@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

*Témavezető:
Debreceni János
tanársegéd, BGE KVIK*

A bérköltség és a profitabilitás közötti összefüggés vizsgálata a vendéglátásban

2019-re Magyarország nemzetgazdaságának egyik meghatározó ágazatává vált a turizmus vendéglátás. Ez nem csak az ágazat teljesítményében, de a munkaerőpiacon betöltött szerepében is megmutatkozott. Becslések szerint közel félmillió főt foglalkoztattak az ágazatban, akik közül több mint százezren a vendéglátásban dolgoztak. Míg az elmúlt években a kereskedelmi vendéglátás bevétele dinamikusan, addig a szektorban mérhető átlagos kereset alig nőtt, az üzletek száma pedig mérsékelten, de folyamatosan csökkent. A közmegítélés a vendéglátás ágazatát úgy jellemzi, hogy abban a munkavállalók bejelentett, és valós munkaideje, valamint bérezése között jelentős eltérések vannak. Ezt a kedvezőtlen képet támasztja alá, hogy a különböző rangsorokban rendre a vendéglátásban dolgozóké az egyik legalacsonyabb átlagkereset. Míg a bejelentett keresetek alig vagy egyáltalán nem haladják meg a törvény által előírt minimálbért, és garantált bérminimumot, addig a vendéglátásban dolgozók településtől, munkakörtől és az üzlet forgalmától függően több százezer forintot is megkereshetnek havonta. Mind az ágazat megítélését, mind a kedvező tendenciákat segítenék átfogó, tudományos igényességgel készült elemzések, de ilyenek nem, vagy nem kifejezetten vendéglátás fókuszszal készülnek. A dolgozat tudományos célkitűzése a kereskedelmi vendéglátóhelyek profitabilitása és bérköltsége közötti összefüggések vizsgálata. A témaválasztást a vendéglátásban szerzett tapasztalat, szakmai beszélgetések, és a vendéglátás folyamataira való szélesebb rálátás indukálta. A szakmai célt pedig valódi célgadatok elemzése és a lehetséges következtetések levonása jelentette.

A mintát ötven, magyarországi, kereskedelmi vendéglátást folytató vállalkozás nyilvánosan elérhető adata képezte. A vállalkozások kiválasztásának területi szempontjai mellett fontos volt, hogy ne induló vállalkozások legyenek, és rendelkezzenek két, egymást követő évre vonatkozó eredménykimutatással és vagyonmérleggel. A valódi üzleti adatokból készített vezetői számviteli mutatók egyrészt összehasonlíthatóvá tették a vállalkozásokat, másrészt az ágazatra vonatkozó következtetések megfogalmazására adtak lehetőséget. Jelen dolgozathoz hasonló eredmények elősegíthetik az ágazat további fehéritését, növelhetik az induló vállalkozások tervezésének pontosságát, és javíthatják az ágazat megítélését.

A kutatás során bebizonyosodott, hogy amíg a vendéglátás üzemeltetése során nagyobb a haszon, mint a kockázat addig a szürkegazdaság tovább virágzik.

TÓTH MÁTÉ

mtth206@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 3. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

*Témavezető:
Simonné Romsics Erika
mesteroktató, PE GKZ*

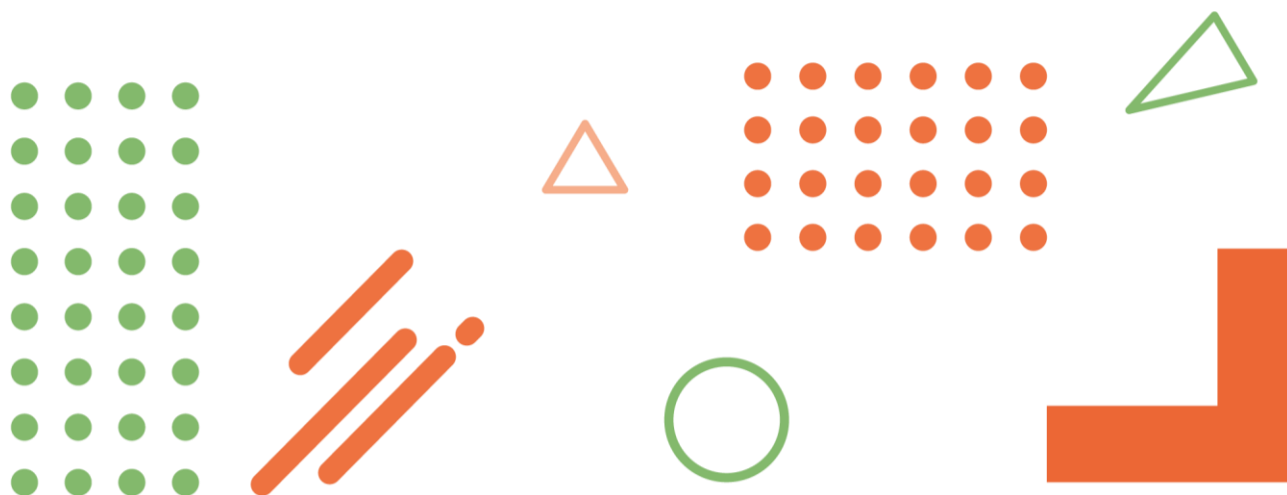
Korlátozás vagy egyszerűsítés? – A mikrogazdálkodói beszámoló első öt éve

2017. évi adatok alapján a Magyarországon működő vállalkozások 99,1%-a volt kis- és középvállalkozás. A kkv-körön belül legnagyobb arányban a mikrovállalkozások képviseltetik magukat. Ez utóbbi vállalkozási forma 2013 óta jogosult a mikrogazdálkodói egyszerűsített éves beszámoló típus választására, amely mérleg főcsoportokat és mérlegcsoportokat tartalmaz. Fontos megjegyezni, hogy a mikrogazdálkodói egyszerűsített éves beszámolót a 398/2012 (XII.20.) kormányrendelet által előírt szabályrendszert követve lehet elkészíteni, aki alkalmazza a mikrogazdálkodói egyszerűsített éves beszámolót, az kizárólag e rendelet szerint járhat el.

Felmerül a kérdés, hogy a leendő partnerek, vagy akár hitelintézetek a mikrogazdálkodói egyszerűsített éves beszámolóból, azaz egy csökkentett adattartalmú mérlegből és eredménykimutatásból, amiknek ráadásul még részletezése sincs, nem jutnak elegendő információhoz. További fontos szempont, hogy a mikrogazdálkodói egyszerűsített éves beszámoló elősegíti-e az adminisztrációs terhek csökkentését és hozzájárul-e a vállalkozások elvárásaihoz, amelyek közé tartoznak az egyszerűség és az átláthatóság.

Az egyszerűbb megoldás egyben jobb megoldást eredményez? Vajon a mikrogazdálkodói egyszerűsített éves beszámoló látszólagos előnyöket tartalmazó, ellentmondásos, kizárólagos szabályozás, vagy tényleges könnyítésekkel járó alternatíva a mikrovállalkozások számára?

Kutatásomban az elméleti háttér, valamint a kkv-k európai uniós és magyarországi helyzetének áttekintése után a fentebb említett kérdésekre keresem a választ interjúk és kérdőív segítségével, amelyekbe számviteli szakembereket sikerült bevonnom.



VÉGH VIVIÁNA ANNA

veghvivianaanna@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

*Témavezető:
Simonné Romsics Erika
mesteroktató, PE GKZ*

A globalizáció rögs útján – Avagy az IFRS 16-ra történő átállás

Az elmúlt évtizedekben a világgazdaságban rendkívül gyors fejlődést figyelhattunk meg. Egyre több cég lép nemzetközi szintre, melyből következik, hogy a befektetők sem csak az országhatáron belül kötnek üzletet. Ahhoz, hogy a piac szereplői megfelelő képet kapjanak a külföldi vállalatok vagyoni, pénzügyi és jövedelmi helyzetéről szükség volt egy olyan rendszer létrehozására, mely lehetővé teszi a különböző pénzügyi kimutatások összehasonlítását.

Jelenleg a világon közel 140 országban alkalmazzák már az IFRS-t (International Financial Reporting Standard), azaz a Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Rendszert valamilyen módon. Magyarország is célul tűzte ki az IFRS széleskörű hazai bevezetését, így egyre több vállalatnak kötelező, illetve még többen választhatják ezt a módszert éves pénzügyi kimutatásaik elkészítéséhez. Azonban a magyar és nemzetközi számvitel harmonizációja során komoly nehézségekbe ütköznek a vállalatok, és további problémát okoz, hogy folyamatosan új standardok kerülnek bevezetésre. Ilyen az IFRS 16 lízing standard is, mely a korábbi IAS 17-et váltotta fel 2019. január 1-től.

Célom, hogy felfedjem és bemutassam, milyen változásokat hoz az IFRS 16, hogyan jelennek meg a bevezetése után a könyvekben a lízingügyletek mind a lízingbeadóknál, mind a lízingbe vevőknél. Továbbá szeretném szemléltetni, hogy milyen nehézségekkel kell számolniuk azoknak a vállalkozásoknak, melyek a nemzetközi pénzügyi beszámolási standardok szerint készítik a beszámolójukat.

Módszertant tekintve munkám során alkalmazok mind primer, mind szekunder kutatást. Számos magyar, illetve idegen nyelvű szakirodalom, cikk segítségével mutatom be a téma elméleti hátterét, majd IFRS 16 standard által érintett külföldi cégek Magyarországon működő leányvállalatával készített interjúm feldolgozásával prezentálom, hogy milyen formában érinti őket az IFRS 16, hogyan történik az átállás? Merülnek-e fel plusz költségek, illetve van-e, és ha van, milyen hatása van az új standard alkalmazásának a vállalkozás működésére, pénzügyi helyzetére?

VERES LAURA

lauraveres98@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Filyó Janka
adjunktus, BCE GTK*

Mit árul el a goodwill a világgazdaságról? – Az üzleti kombinációk és a goodwill vizsgálata az európai telekommunikációs szektorban

A „Mit árul el a goodwill a világgazdaságról? – Az üzleti kombinációk és a goodwill vizsgálata az európai telekommunikációs szektorban” című pályamunkámban az üzleti kombinációk és a goodwill immateriális eszköz kérdését járom körbe az IFRS 3 Üzleti kombinációk standard alapján. Megvizsgálom az üzleti kombinációk céljait és számviteli elszámolásuk sajátosságait. Összefoglalom goodwill elszámolásának lehetséges eseteit, illetve azokat az eseteket, amikor a goodwillt értékvesztési teszt alá kell vetni, majd értékvesztést elszámolni.

Kutatásom során négy tőzsdén jegyzett, beszámolóit IFRS standardok alapján készítő vállalatot figyelt meg. Ez a Deutsche Telecom, Telefónica, és Vodafone és Orange. Ezeknél a vállalatoknál évente vizsgáltam 2008 és 2018 között az üzleti kombinációk számát, az egy akvizíció során elszámolt goodwill átlagos értékét, illetve a goodwillrel kapcsolatban elszámolt értékvesztések nagyságát. Kutatásomban arra a kérdésre keresem a választ, hogy ezen három érték alakulása és az évi globális gazdasági teljesítmény (globális GDP) között számszerűsíthető kapcsolat van-e, és hogy ezt a jelenséget mi okozhatja. A kapcsolatok felfedéséhez Pearson-féle korrelációs együtthatókat használtam fel, illetve ahol azt szükségesnek tartottam, ott parciális korrelációs együtthatót is használtam.

Kutatásomból kiderül, hogy a globális GDP és az éves M&A tranzakciók (vállalat összeolvadások és felvásárlások) száma közötti kapcsolat 2008 és 2018 között a vizsgált vállalatok körében pozitív irányú és közepesen erős. A dolgozatom második eredménye a megfigyelt negatív, közepesenél gyengébb kapcsolat az éves globális GDP és az egy M&A tranzakció során elszámolt goodwill között a 2008-tól 2018-ig terjedő időszakban a vizsgált vállalatok körében. Itt szükségesnek találtam a parciális korreláció használatát is. A tranzakciók száma és az egy tranzakcióban elszámolt goodwill nagysága közötti parciális korrelációs együttható közepesen erős, negatív irányú kapcsolatot mutat. Az egy tranzakcióban elszámolt goodwill értéke és a globális GDP közötti parciális korreláció pedig gyengének mondható, negatív kapcsolatot mutat. Dolgozatom harmadik eredménye az elszámolt goodwill értékvesztések és a globális GDP alakulása közötti kapcsolatot számszerűsíti, amely azt mutatja meg, hogy 2008 és 2018 között a két változó közötti kapcsolat negatív és közepesenél gyengébb erősségű a vizsgált vállalatoknál.

Termelés- és szolgáltatásmenedzsment, logisztika, ellátásilánc-menedzsment

Elnök: Dr. Horváth Annamária főiskolai docens (BGE KKK)
Társelnök: Prof. Dr. Demeter Krisztina egyetemi tanár (BCE)
Tag: Dr. Csonka Arnold egyetemi docens (MATE Kaposvári Campus)
Tag: Dr. Süle Edit egyetemi docens (SZE KGK)
Tag: Dr. Antoni Alfonz főiskolai docens (METU)

AL-RAJOUB RAID

raidalrajoub@gmail.com

Műszaki menedzser

BSc, 7. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

*Témavezető:
Gombaszögi Ildikó
mestertanár, ÓE KGK*

Minőségellenőrzési folyamatfejlesztés a villamos elosztó hálózaton

A XXI. században életünk meghatározó részévé vált az elektromos energia, napjaink tendenciái egy megnövekedett fogyasztás felé mutatnak (okos-otthonok, elektromos autótöltők, ipartelepek). A dolgozat egy elosztói engedélyes által üzemeltetett hálózaton bemutatja a villamos energia keletkezését és útját egészen a fogyasztóig, az ehhez szükséges általános berendezéseket, a szervezet minőségirányítási rendszerének elemeit, a kiválasztási kockázatelemzéstől egészen a kész adatok elemzéséig. Kitekintek az alkalmazott szabványokra és törvényekre, melyek beépítésre kerültek a jelenleg alkalmazott minőségirányítási rendszerbe.

A villamos energia az erőművektől a fogyasztóig nagy távolságot tesz meg, számos esetben történik feszültség szintjének átalakítása, amelyet több, különböző berendezés és objektum tesz lehetővé. Így elmondhatjuk, hogy az elektromos hálózat bonyolult és összetett rendszer. A minőségellenőrzés és minőségirányítás létszükségletté vált az elosztóhálózatokon, hiszen a rendszerek terhelése időben folyamatosan növekvő trendet mutat, tehát ellenőrzésükre egyre nagyobb hangsúlyt kell fektetni.

Primerkutatás keretében felmértem folyamatban résztvevő dolgozók jelenlegi tapasztalatait és szak tudását a minőségellenőrzés folyamataival kapcsolatban, külön kitérve az eszközök és a technológiák ismeretére. A feltárt problémákat és hiányosságokat összevetem a felállított hipotéziseimmel, elemzem a résztvevők szakmai tapasztalatait és képzettségeit alapján, és következtetéseket vonok le a folyamatfejlesztésre vonatkozóan.

Végezetül a kutatás alapján folyamatjavító intézkedéseket dolgozok ki a minőségellenőrzési tevékenység fejlesztésére. Az eszközparkhoz kapcsolódó fejlesztések megvalósításához javaslatot teszek a minőségellenőrzési folyamat fejlesztése révén megtakarított pénzügyi források felhasználására.

ANGYALOS ZSANETT
zsanett.angyalos@gmail.com
Ellátásilánc-menedzsment
MSc, 4. félév

Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Szilágyi Róbert
egyetemi docens, DE GTK

Mikro vállalkozások számára használható on-line raktározási rendszer fejlesztése

Napjainkban a gyártók, a szállítványozók, és a kereskedők is olyan kiélezett versenyhelyzetbe kerültek, amelyben a megítélésük számottevő mértékben azon múlik, hogy milyen gyorsan, pontosan és rugalmasan tudják kiszolgálni a vásárlók igényeit. Mindeközben a különböző típusú (ügyfelek közvetlen kiszolgálására fenntartott, intralogisztikai, területi elosztó, disztribúciós) raktárakat működtető vállalatok teljes erővel küzdenek a humán erőforrás hiányával, az egyre növekvő bérek terhével, az egyre hosszabb betanítási költségekkel és idővel. Számukra a raktári folyamatok hatékonyságának növelése kulcsfontosságú teendő, melyet automatizálással igyekeznek megvalósítani, ebben az innovatív technológiai megoldások minden eddiginél hatásosabb segítséget nyújtanak.

A vállalatirányítási rendszerek minden olyan folyamatot integrálnak, melyek egy vállalat életében előfordulnak, számos különböző modulokból állnak, általában már raktár-irányítási egységük is van. Azonban ezek a komplex ERP rendszerek beszerzése, bevezetése igen nagy költséggel jár, így a mikro vállalkozások túlnyomó többségben nem engedhetik meg maguknak, holott számukra is jelentős előnnyel járhat akár egy alaprendszer használta is.

A dolgozatom célkitűzése, egy olyan alaprendszer fejlesztése volt, mely képes a felhőalapú készletnyilvántartásra, vevő, beszállító, raktár nyilvántartására, beérkező/kimenő/folyamatban/befejezett rendelések nyilvántartására, lekérdezések készítésére. Továbbá egy olyan funkciója is van a rendszernek, ahol az Arduino és a hozzákapcsolt szenzorok segítségével megfigyelhetünk a rendszer felhasználójának releváns környezeti változókat, jelen esetben, szemléltetésképp csatlakoztattam egy hőmérséklet és páratartalom érzékelő szenzort, de bármiféle más egyéb szenzor csatlakoztatása megoldható némi programozással, akár mozgásérzékelő kamerát/infrakamerát is ráköthetünk a rendszerre, vagy akár valós idejű helyzetmegosztást is megvalósíthatjuk.

A rendszerem kétségkívül még számos változtatást, és fejlesztést igényel, azonban ehhez további munkaórákra van szükség, de az eddig elkészített verziót bármikor áttudom alakítani, testre tudom szabni a saját, vagy esetleg bárki más elképzelései szerint.

Végül pedig büszkeséggel tölt el, hogy egy számomra új programozási nyelv alapjait ismerhettem meg a kutatómunkám keretei között, rengeteg idő és erőfeszítés kellett ahhoz, hogy egy működő web adatbázisra épülő rendszert valósítsak meg.

BÁN BERNADETT

banberni98@gmail.com

Gazdálkodási és Menedzsment

BSc, 7. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Viharos Zsolt
egyetemi docens, NJE GTK*

Mozdulatelemzésen alapuló módszerek összevetése egy autóiipari példán keresztül

A dolgozat fő kutatási kérdése, hogy a kiválasztott autóiipari átcsomagolási folyamathoz melyik az a Mozdulatelemzésen alapuló folyamatfejlesztő módszer, mely az előzetes szakirodalom kutatások és a valós tapasztalatokon alapuló összehasonlítás alapján a legalkalmasabb. Ennek a kutatási kérdésnek a megválaszolására a dolgozat folyamán többfajta kutatási módszertan is használatra kerül.

Ahhoz, hogy a kiválasztott Mozdulatelemzésen alapuló módszereket (MTM-1, MTM-2 és BasicMOST) effektíven össze lehessen hasonlítani, szükség volt egy szakirodalmi kutatásra, mely az összehasonlításhoz használt szempontrendszer kidolgozására szolgált. Ennek a szempontrendszernek a kidolgozásáról egy külön cikk is készült, melyet a dolgozat során többször is hivatkozok.

A második kutatási módszertan a szakirodalmi kutatáshoz kapcsolódik, ugyanis az átcsomagolási folyamat optimalizálását, ezáltal a valós tapasztalatokon alapuló összehasonlítást segíti az a javaslatrendszer, mely szakirodalmon alapul és a tipizált mozdulatokra ad fejlesztési javaslatokat. Ezen javaslatok segítségével a folyamaton belül megtalálható mozdulatok fejlesztése effektívebb volt. A dolgozat harmadik kutatási módszertana egy valós autóiipari átcsomagolási folyamat elemzése és optimalizálása. A kiválasztott módszerekkel történő elemzés és optimalizálás lehetőséget ad arra, hogy a módszerek tulajdonságai még jobban kiütközzenek, és egy immáron valós tapasztalatokon alapuló összehasonlítás jöhessen létre. Az összehasonlítás során minden szemponton belül kiválasztásra kerül egy módszer, mely az adott szemponton belül a legjobb, illetve az összehasonlítás végén egy módszer is megállapításra került, mely az adott folyamathoz a legalkalmasabb.

Az elemzés és optimalizálás segítségével látni lehet, hogy MTM-1 volt az a módszer, mely az optimalizálás során a legtöbbet segített részletességével, azonban egy ilyen (3 perces) hosszú folyamatnál túlságosan pontatlan. Optimalizálás után 21%-kal javult a folyamatidő.

BasicMOST az elemzés fázisban nagyon pontos volt, azonban az optimalizálás során nem bizonyult nagy segítségnek, optimalizálás után a folyamatidő csak 6%-kal csökkent.

MTM-2 került kiválasztásra az adott folyamathoz, mint legalkalmasabb módszer, mert mind pontosságával és az optimalizálásban való segítségével kiemelkedett a három módszer közül (22%-ot javult vele a folyamatidő és csak 0,8%-os eltérés volt az eredeti stopperórás méréshez képest).

BOLOG MONICA*b.monika27@yahoo.com*

Menedzsment

BSc, 6. félév

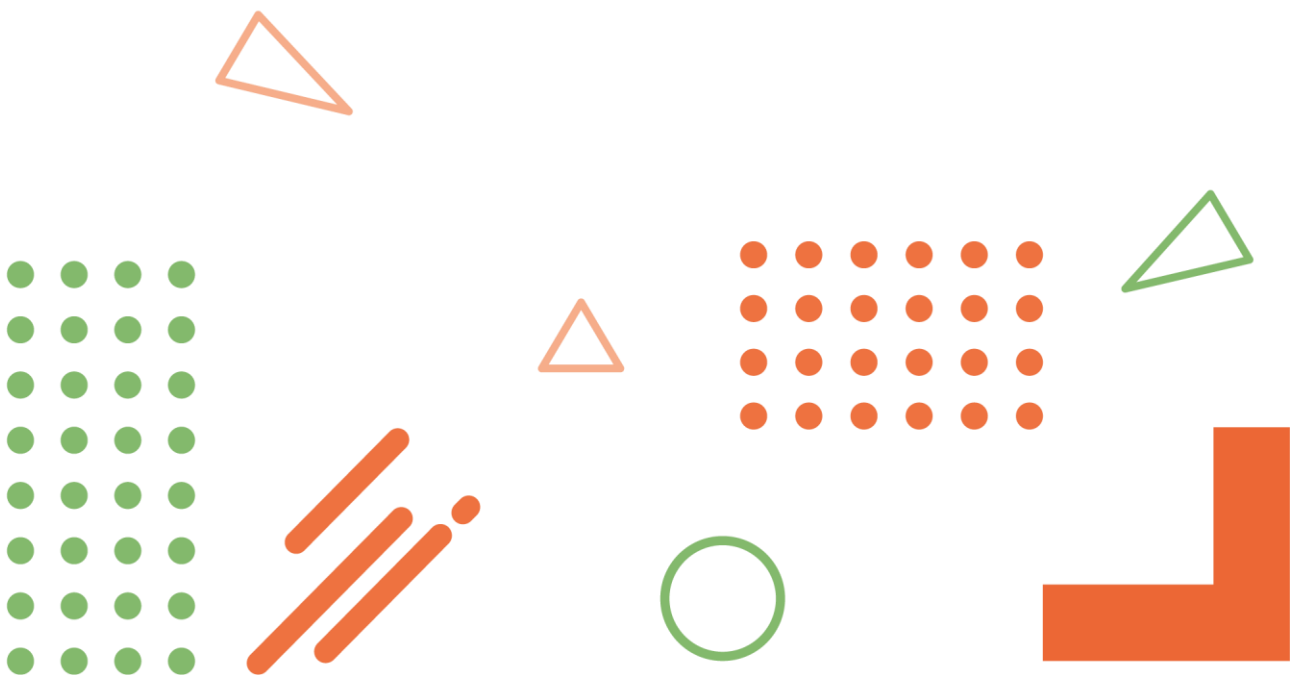
Babeş-Bolyai Tudományegyetem

*Témavezető:
Dr. Szász Levente
egyetemi tanár, RO BBTE*

Holisztikus szolgáltatásélmény és a közös értékteremtés fejlesztése egy erdélyi fesztiválon

Tanulmányom megalkotásának célja, hogy a zenei és diákfesztiválok esetén azonosítsam a szolgáltatás és élmény fejlesztésénél alkalmazható menedzsmenteszközöket, majd ezeket egy konkrét fesztiválra is gyakorlatba ültessem. Vitathatatlan a szolgáltatások fokozott térnyerése, melynek eredményeként a világgazdaság alapvető átalakulásokon megy keresztül. A jelenség kifejezetten fontos aspektusát képezi a fogyasztói érték középpontba helyezése. Ez az érték ma már leginkább a vállalat által nyújtott holisztikus élményszolgáltatásokban mutatkozik meg.

Jelen kutatásban bemutatásra kerül majd az élmény és a fogyasztói érték versenyképességgel való elméleti összefüggése. A dolgozat gyakorlati részében elemzésre kerül majd a marosvásárhelyi Vibe Fesztivál által nyújtott szolgáltatás, amely a különböző részek teljesítményének szinergikus hatásán nyugszik. Az empirikus elemzés során a vállalati és a fogyasztói percepciót egyaránt ismertetni fogom, feltérképezve a fogyasztói utazást és a szolgáltatási alaprajzot. A kutatás módszertanának szempontjából esettanulmányt készítek, melynek alapját a stratégiai interjúk, az online kérdőíves kutatás, továbbá pedig a vállalati dokumentációk és a külső szervezetek fesztiválfelméréseinek elemzése képezi majd. Az esettanulmány eredményeként olyan fejlesztési lehetőségeket kívánok indítványozni a vállalat számára, amellyel növelheti a szolgáltatásminőség színvonalát valamint az általa teremtett fogyasztói értéket.



BURJÁNNÉ SZANISZLÓ VIVIEN

szaniszlo.vivien@gmail.com

Ellátásilánc-menedzsment

MSc, 4. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Gyenge Balázs

egyetemi docens, SZIE GTK

Az ellátásilánc-menedzsmentben bemutatott modellek és játékelméletek elemzése egy esettanulmányon keresztül

Napjainkban az ellátási lánc menedzsment fontos szerepet tölt be a vállalatok helyes működésében, hiszen a kapcsolatok komplexitása a folyamatok strukturált megszervezését igényli minden egyes résztvevő együttműködésével. A láncban szereplő tagok kooperációja leírható és optimalizálható a játékelmélet segítségével.

A téma aktualitása, hogy szükséges olyan több aspektusú döntéstámogató módszerek alkalmazása, amely elősegíti a résztvevő felek választásait. A folyamatos fejlődés elvárja olyan programok létrehozását, amely elősegíti és megkönnyíti a döntéshozók munkáját.

A téma újszerűségét az adja, hogy az ellátási lánc szereplőinek a döntéshozatalát játékelméleti alapok segítségével az általam írt Python program végzi el. A dolgozatban bemutatott BPMN folyamatmodellezés segítségével vizuálisan mutatom be az általam készített rendszermodellt. A program szubjektív paraméterek alapján képes döntést hozni az általunk meghatározott inputok változtathatóságával, megalapozva választásunkat. A program aktualizálható a döntéshozatali problémára, ezáltal az egyéni igényeknek megfelelővé alakítható.

A szimuláció és rendszermodell megvalósítása során blokkdiagram, illetve logikai feldolgozás segítségével kaptam egy működőképes, rendszerdinamikai modellt. A szimuláció során a Python programom a kapott bemenetek alapján játékelméleti függvénycsomagok felhasználásával eldöntötte, hogy érdemes-e kooperálnia a vállalatnak valamelyik beszállítójával. A formalizálás során a Python nyelvi környezetnek megfelelő specifikáció szerint módosított rendszerprogramozást alkalmazva egy olyan formalizáló algoritmust hoztam létre a Nashpy függvénycsomag segítségével, amely a keretrendszer paramétereitől függően futtatható. A kísérletezés során iterációs ciklust alkalmazva, a futási eredmények alapján következtetéseket vontam le a rendszer működésére vonatkozóan, illetve megvizsgáltam véletlenszerű paraméterek esetén a kimeneti értékek lehetséges értékeit, változásait.

Kulcsszavak: játékelmélet, döntéstámogatás, programozás, ellátási lánc, kooperáció, stratégia, Python, Nashpy.

GÖBLYÖS CINTIA LAURA

cintia.goblyos@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

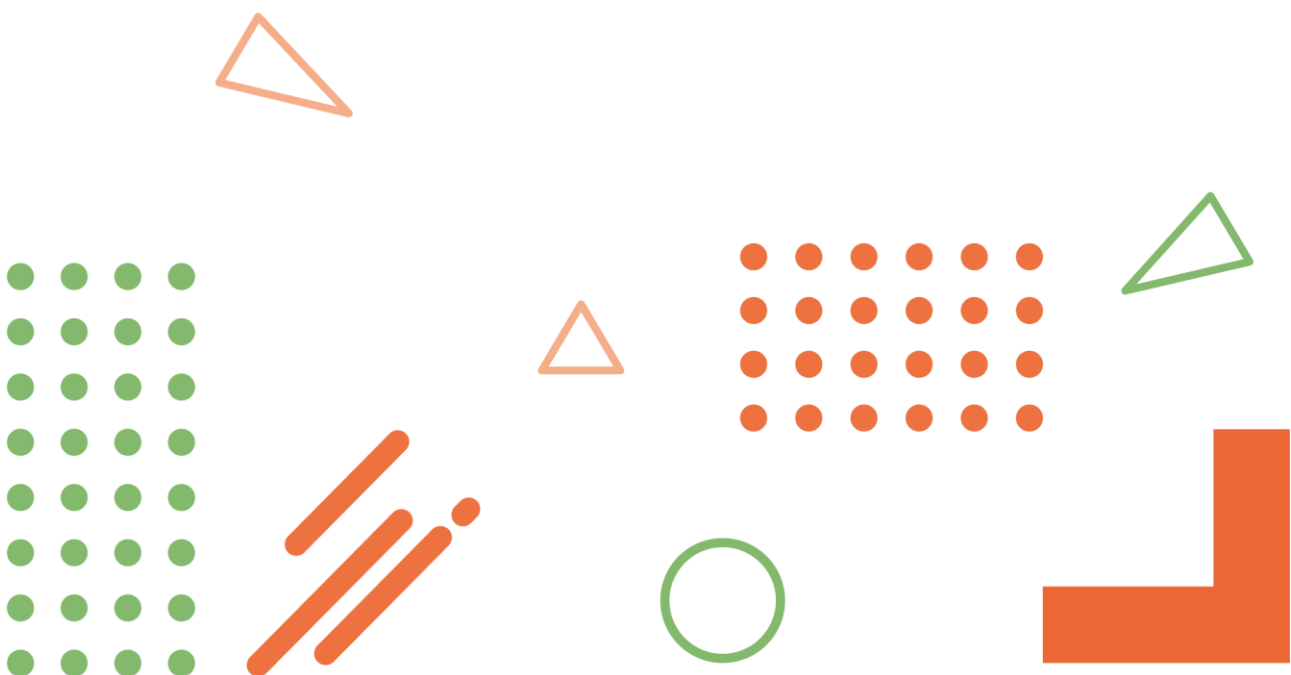
Dr. Viharos Zsolt

tudományos főmunkatárs, NJE GTK

Nagyvállalati ERP rendszer váltásának támogatása folyamatmenedzsment eszközökkel

A dolgozatban bemutatásra kerülnek a vállalatirányítási rendszerek jellemzői, szerepük a vállalatok működésében és a használatukkal realizálható előnyök, majd a nemzetközi szakirodalmakban fellelhető néhány fontosabb modellen keresztül vizsgálom meg az ERP rendszer bevezetés különböző sikertényezőit. Mindezek tudatában egy adott vállalati folyamat részletes elemzésének segítségével az egyik rendszerről a másikra való átállás folyamatát, megvalósítását és annak hatását mutatom be. Mindehez az átláthatóság és a minél pontosabb bemutatás érdekében folyamatábrát és különböző táblázatokat használok fel.

Mivel jelenleg szakirodalmi szinten kis különbség van egy ERP rendszer bevezetése és váltása között, így a választott folyamaton keresztül, egy újonnan kialakított folyamatmenedzsment módszerrel kerül szemléltetésre a két IT rendszerbeli leképezés és megvalósítás hatásának összehasonlítása. Az új módszer segítségével az elméleti részben leírt tulajdonságok a gyakorlaton keresztül nyerhetnek bizonyosságot. Az így kapott eredmények ismeretében a vállalat munkatársai még a végtermék leszállítás előtt felkészülhetnek a szervezeti változásokra, tisztázhatják a felelősségi körüket vagy akár fejlesztési javaslatokat fogalmazhatnak meg a jövőre nézve.



KALÁCSKA ESZTER

eszter.kalacska@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Drótos György

egyetemi docens, BCE GTK

Prediktív karbantartási lehetőségek vizsgálata magyar termelővállalatok esetén

Az aktuális gazdasági-technológiai környezetben a vállalatok számára stratégiai fontossággal bír a termelékenység fokozása, a kapacitások minél nagyobb mértékű kihasználása. A váratlan meghibásodások a kiszállítások mellett a termékminőséget és akár a munkavállalókat is veszélyeztetheti. A berendezések, eszközök karbantartásával a meghibásodások elkerülhetők, előfordulásuk gyakorisága csökkenthető. A vállalatok általában megelőző karbantartással igyekeznek megoldani ezt a kérdést, azonban ennek hatékonysága vitatható. A megelőző karbantartás feleslegesen elvégzett munkafolyamatokat, alkatrészek túlkészletezését, valamint a tényleges élettartam vége előtt kivont eszközöket jelenthet. A prediktív karbantartás célja a nem indokolt beavatkozások számának, az ezzel járó többlet anyag-, energia- és munkabér költségek csökkentése, valamint az adott alkatrész / berendezés élettartamának maximalizálása. A prediktív karbantartás alkalmazása mellett egyes alkatrészek akár a tervezett karbantartási ciklusokon túl is költségtakarékosan működtethetők. Annak ellenére, hogy a prediktív karbantartás alkalmazása számos előnnyel jár, Magyarországon alkalmazása jelenleg kevésbé elterjedt.

Kutatásom célja a technológia szélesebb körű alkalmazásának elősegítése. A kutatás során három magyar termelővállalatnál vizsgáltam meg a karbantartás jelenlegi működését és elemeztem a prediktív karbantartás bevezetésének lehetőségeit és korlátait. Félig struktúrált mélyinterjúkat készítettem a szervezetek vezetőivel, illetve a karbantartási vezetőkkel. Az interjúk során a szervezeteknél tett gyárlátogatások alapján értékelttem a vállalatoknál alkalmazott technológiák relevanciáját a prediktív karbantartás szempontjából. A karbantartási vezetőkkel együttműködve a releváns berendezéseknél, eszközöknél feltártuk a kulcsfontosságú paramétereket illetve ezek vizsgálati lehetőségeit. A prediktív karbantartás bevezetésére költség-haszon elemzést készítettem.

A kutatás körvonalazódó eredményei alapján megállapítható, hogy a prediktív karbantartás nem feltétlenül releváns megoldás olyan technológiák esetében, ahol a kulcs gépalkatrészek készlettartási költsége magas és a nem tervezett gépállás nagy kockázattal jár. Olyan esetekben viszont, ahol a tervezetlen állás kevésbé kockázatos, azonban a tervezett karbantartásokat az indokoltnál többször végzik, a karbantartási személyzet idejének 20-30%-a is megtakarítható.

KIRÁLY TÜNDE

kiraly.tunde99@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

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

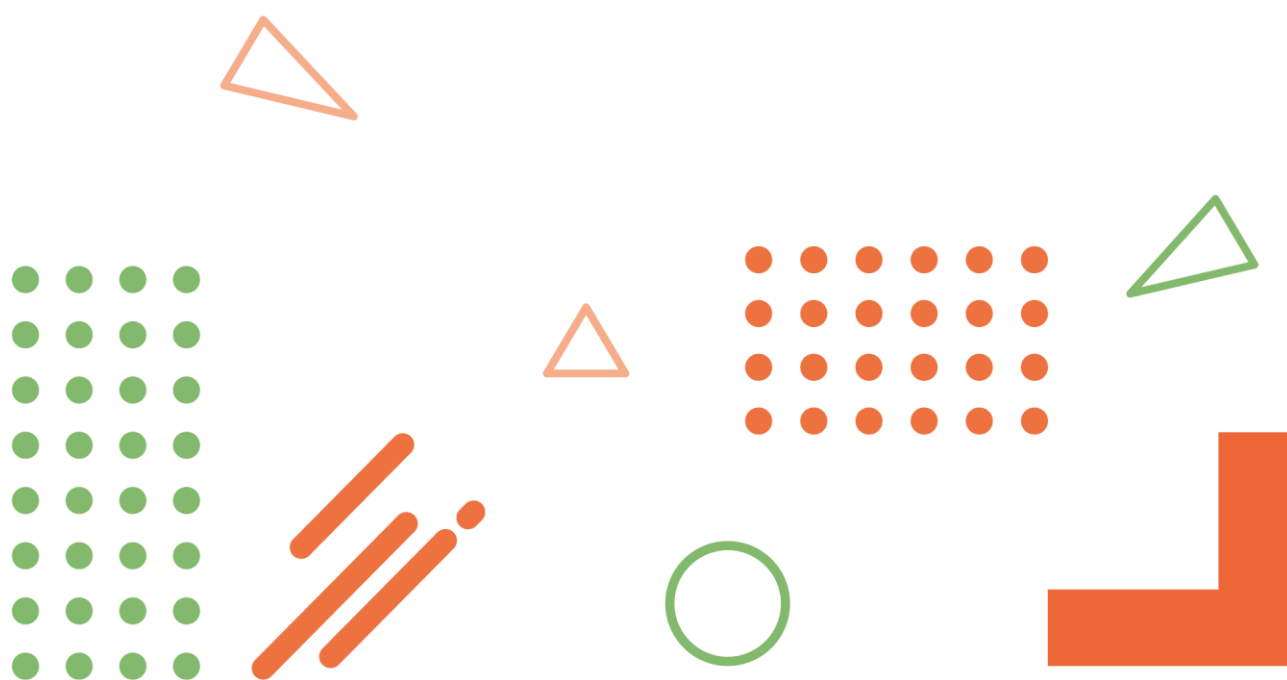
Ellátási láncok földrajzi rövidülésének vizsgálata idősoros elemzéssel

Az ellátási láncok rövidülése már korábban is megfigyelhető volt, amely a kutatók szerint SARS-CoV-2 pandémia hatására felgyorsult. Az ellátási láncok rövidülése földrajzi értelemben és az ellátási láncok szereplőinek csökkenésében is megmutatkozhat.

Az ellátási láncok földrajzi rövidülését vizsgálom, azzal a feltételezéssel, hogy amennyiben a földrajzi rövidülés az ellátási láncokban megfigyelhető, az a bilaterális kereskedelmi kapcsolatokban is megmutatkozik, főleg olyan esetekben, amikor a termékbehozatal országokon is átível. Elemzéseimet idősoros klaszterezéssel és gravitációs modell segítségével végeztem el OEC (The Observatory of Economic Complexity) adatok alapján. Célom volt, hogy kiderítsem, mely iparágakban történtek földrajzi rövidülések.

Gravitációs modell segítségével megvizsgáltam, hogy a távolság mint tényező hogyan változott az évek alatt. Ezeket az idősoros karakterisztikákat pedig klaszterezés segítségével csoportosítottam, így meg tudtam állapítani, hogy ez a földrajzi rövidülés mely iparágakra jellemző.

Kulcsszavak: ellátási lánc, földrajzi rövidülés, idősoros klaszterezés, gravitációs modell



KISS TIBOR

kiss.tibor0302@gmail.com

Ellátásilánc-menedzsment

MSc, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Felföldi János
egyetemi docens, DE GTK*

A milkrun folyamat elemzése és kialakítása egy gyógyászati eszközök gyártó vállalkozás logisztikai folyamataiban

A fenntartható folyamatokkal történő munkavégzésre és a hatékonyságra az idő múlásával egyre nagyobb hangsúlyt helyeznek a vállalatok. A versenyképesség megléte gyakran csupán nüanszokon múlik, a globalizáció során felgyorsult világhoz alkalmazkodni szükséges. Így van ez az anyagáramlásban is, amelyre már a múlt század során is számos megoldás született, amelyek között létezik hatékonyabb és kevésbé hatékony procedúra is. A körjárat, avagy milkrun rendszer egy olyan optimalizálási tervzet, amely hazánkban folyamatos változásokon megy keresztül. Habár van néhány multinacionális vállalat, amely már évek óta alkalmazza, a hazai üzemegységeken belül még innovációnak számít. Ez a rendszer lehetővé teszi a szállítási költségek, illetve az idő, mint erőforrás csökkentését, továbbá a humán erőforrás ráfordításának alacsonyabb volumenben tartását. Véleményem szerint a húzó elvű gyártásban a milkrun rendszer telepítése és az anyagáramba történő beépítése jelenti a fejlődés helyes irányát, hiszen alkalmazásával csökkenthetjük költségeinket, illetve a szupermarketek használatával – amely a rendszer egyik alappillére – a rendszer sajátosságaiból adódóan, a FIFO-elvet is egyszerűbben követhetjük.

Munkám során, miután elvégeztem a primer és szekunder adatgyűjtést, a célkitűzésem egy gyógyászati eszközök gyártó cég korábbi, illetve jelenlegi folyamatainak vizsgálata volt. Primer kutatás keretein belül két éven keresztül mértem a folyamatok idejét az egyes és kettes csarnokban, amely alatt olyan mennyiségű adatra tettem szert, amely megalapozta dolgozatom relevanciáját. Gyakornokként volt szerencsém átlátni a korábbi, azaz targoncákkal való raktárból és raktárba történő anyagmozgatást, a folyamat elsőlépcsős fejlesztését, illetve a jelenlegi folyamatot. Megvizsgáltam a rendszer hatékonyságát, kihasználtságát, a rendszer terhelhetőségét. Miután elvégeztem a szükséges vizsgálatokat, megterveztem a milkrun rendszer útvonalát és műveleti sorrendjét a cég ugyanazon telephelyének hármass csarnokában is, ahol még nem került telepítésre a rendszer.

Vizsgálataim alapján a rendszer megbízhatónak tekinthető, illetve beruházás esetén megnövekedett terheléssel is fenntartható.

KOZMA NÓRA

kozmanora99@gmail.com

Menedzsment

BSc, 6. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

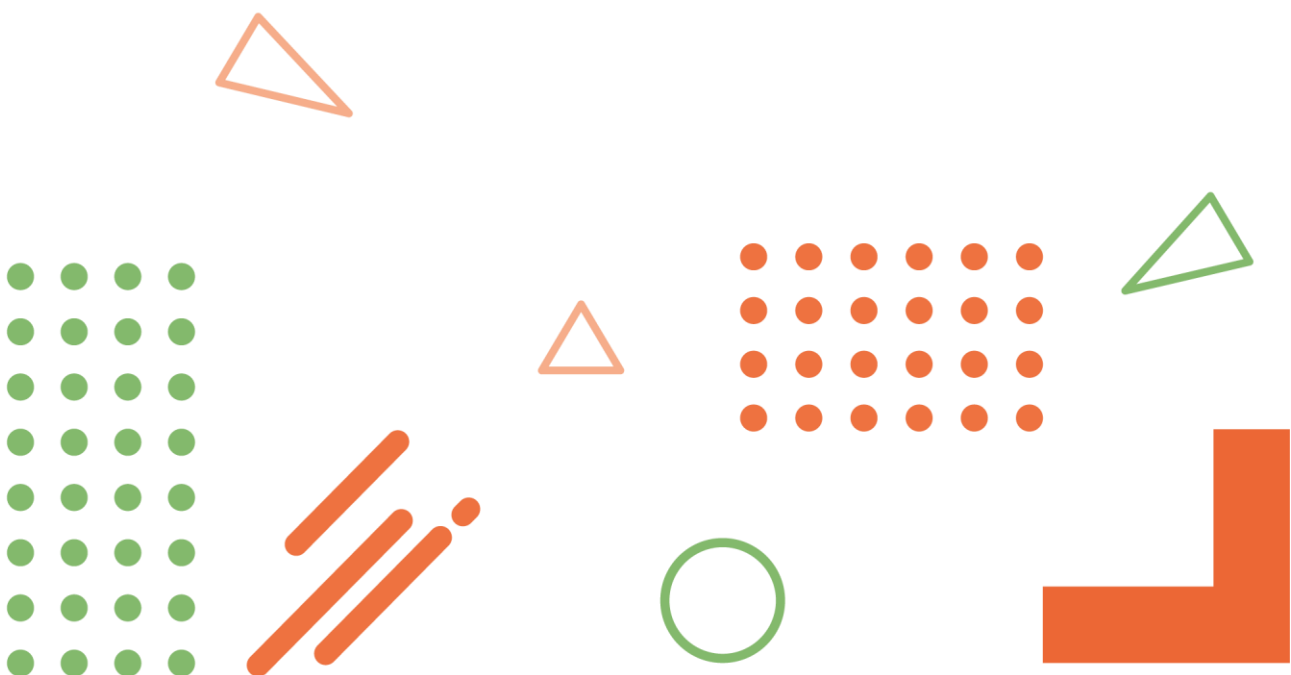
*Témavezető:
Dr. Szász Levente
egyetemi tanár, RO BBTE*

A termelési stratégia fejlesztése egy több tevékenységet végző termelővállalatnál: a Top Invest vállalat esete

A kiélezett piaci versenyhelyzetben a termelővállalatok dinamikusan kell, hogy kialakítsák termelési stratégiájukat és építeniük kell azokra a megkülönböztető kompetenciákra, amelyek alapján versenyelőnyt alakíthatnak ki. Különösen releváns kérdés ez a stratégiai megközelítés az olyan vállalatoknál, amelyek egyszerre több különböző termelési tevékenységet is végeznek.

Kutatásom fő célja a Top Invest, egy reklámanyag-tervező és -kivitelező, valamint kiadói és könyvkötészeti munkálatokat végző termelővállalat tevékenységi területeinek (digitális nyomda, kötetzet, dekoráció) vizsgálata kapacitáskihasználtság és eredményesség szempontjából. Mindehhez a termelési stratégia, a termelési folyamatok és a kapacitástervezés szakirodalmát használom fel, kialakítva egy olyan stratégiai fejlesztési tervet, amely elősegíti a hatékonyabb működést és a profitabilitást. A kutatás módszertanát illetően esettanulmányt végzek, amelyben mind kvalitatív, mind pedig kvantitatív módszereket alkalmazok, így a vállalat vezetőségével folytatott rendszeres interjúk mellett kérdőíves felmérést végzek, statisztikai kimutatásokat, illetve vállalati dokumentációt is elemzek.

A kutatás elvárt eredménye, hogy megmutassam, milyen termelés-stratégiai eszközök segítségével lehet elérni a különböző tevékenységi területek nagyobb kihasználtságát, és hogy milyen előnyökkel jár az új stratégiai fejlesztési terv alkalmazása a vállalat jövőbeli eredményessége szempontjából.



SZABÓNÉ FORGÁCS GABRIELLA

szfgabi@gmail.com

Emberi erőforrások

BSc, 7. félév

Károli Gáspár Református Egyetem

Állam- és Jogtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Pónusz Mónika
egyetemi docens, KRE ÁJK*

Egy közigazgatási szerv folyamatainak fejlesztése – A lean menedzsment eszköztárát felhasználva

A közigazgatási tevékenységek is leírhatók a folyamatmenedzsment fogalmaival, és a közigazgatásban is központi kérdés az értékteremtés, illetve a szolgáltatásnyújtás fejlesztése mind a minőség, mind a hatékonyság terén. A magyar közigazgatásra az elmúlt évtizedek nemzetközi reformirányzatai mellett a vállalati folyamatfejlesztésben népszerűvé vált módszertanok is hatással voltak. Ezek közül is a lean menedzsment az értékteremtő folyamatokra, az állandó tökéletesítésre fókuszál, gyors, látványos veszteségcsökkentést ígér, mindemellett pedig az emberek tisztelete áll a középpontjában, amely a közszférában különösen fontos szempont.

A kutatás azt igyekszik igazolni, hogy a lean eszköztára sikeresen alkalmazható egy hazai közigazgatási szervezet folyamatainak fejlesztésére, annak ellenére, hogy a témában született korábbi – elsősorban külföldi – tanulmányok nem számolnak be osztatlan sikerről. Ehhez három megközelítést alkalmaz: először azt vizsgálja, hogy a lean fogalmak értelmezhetőek-e a szervezet működésére, másodszor a szervezet egy kulcsfolyamatának fejlesztésében segítséget nyújtanak-e a lean módszerek, végül pedig a vezetőkkel készített félig strukturált interjúk alapján a szervezeti kultúra és mentalitás megfelelő alapot teremthet-e a lean rendszerszerű bevezetésére.

A tapasztalatok alapján nem csak a szervezetre vonatkozóan lehet a jövőben megvalósítható további fejlesztésekre javaslatot tenni, de az elemzések adalékul szolgálhatnak a területen folytatott eddigi, szűk körű kutatásokhoz, egyben ösztönzést is jelenthetnek a lean közigazgatási területen való további, szélesebb körű hasznosítására.

TOLVAJ MÁRTON

marton.tolvaj@gmail.com

Kereskedelem és Marketing

BSc, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kovács Sándor

egyetemi docens, DE GTK

Szünet ütemezési problémák a szolgáltató szektorban

Nagy létszámú csapatok közös munkája esetén fontos feladat, a munkarend elkészítése, hiszen a munkavállalóknak szünetet kell biztosítani. A szolgáltatások esetén talán még fontosabb, hogy a munkavállalók jókor legyenek jó helyen, hiszen a nem teljesített szolgáltatások, igények későbbi teljesítésére nincs lehetőség. A szolgáltatás „romlékonysága” miatt kiemelten fontos, hogy lehetőségeinkhez mérten a lehető legpontosabban meghatározzuk, mikor mekkora létszámra van szükség. Bár a beosztások készítéséhez léteznek online programok, ezek gyakran magas költséggel járnak, ezért sok cég mai napig manuálisan, vagy alternatív eszközökkel oldja meg a munkarendkészítést. Folyamatos szolgáltatás esetén kritikus probléma lehet a szünetek rossz ütemezése, amely negatívan befolyásolhatja a napi teljesítményt.

Dolgozatomban adott szabályok alapján, a lehetséges szünetverziók közül próbálom megtalálni a lehető legjobbat, ezzel maximalizálva a beosztás hasznosságát.

A szabályok között szerepelnek kemény (nem áthágható) és puha (minőségi különbséget okozó) feltételek is. Az utóbbi puha feltételek esetén figyelembe veszem a várható szolgáltatási színvonalat, azaz a várható várakozási időt az ügyfelek oldalán, a szünetek egyenletességét a munkavállalók szempontjából, valamint a létszám folytonosságát a munkáltató oldaláról. A megoldás keresése több különböző algoritmus segítségével és összehasonlításával történik meg.

A számítógép használata nélküli manuális szünetbeosztás lesz a kiinduló lépés, amelyről áttérek a lokális szélsőértékek keresésére a szomszédos lehetőségek vizsgálatának segítségével. Ezután az operációkutatás ismertebb algoritmusainak használatával próbálkozok, mint szimulált hűtés és genetikus algoritmus, amelyek már bizonyítottak az utazó ügynök és a nővérbeosztás problémák megoldásánál.

Az eredmények értékelése során bemutatom, hogy hogyan képes a szomszédos elemeken mozgó egyszerű megoldás átlagosan 1,8%-al jobb eredményt elérni, mint a második legeredményesebb szimulált hűtés módszer, valamint hogy a második mégis miként jeleskedik időben való skálázhatóság tekintetében.

Végül összefoglalom, hogy a folyamat automatizálása mennyi munkaidőt spórol a cégnek, és hogy hogyan alakulna vele és nélküle hosszú távon a szolgáltatás színvonala.

Területfejlesztés

Elnök: Prof. Dr. Rechnitzer János egyetemi tanár (SZE KGK)
Társelnök: Dr. Tánczos Tamás egyetemi docens (EKE)
Tag: Dr. Jeney László egyetemi docens (BCE)
Tag: Dr. habil. Koltai Zoltán egyetemi docens (PTE KPVK)
Tag: Dr. Lipták Katalin egyetemi docens (ME GTK)

BOZSOKI FRUZZSINA

bozsifruzzsi@gmail.com

Regionális és környezeti gazdaságtan

MSc, 4. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Szabó Mariann
adjunktus, BME GTK*

Barnamezős területek Budapesten – Közvágóhíd és környékének fejlesztési koncepciója

Mára a világ népességének több mint 55% mondhatja magát városlakónak a WHO felmérései alapján. A gyorsütemben történő városiasodásra azonban a több százéve kialakított vagy maguktól kialakuló városok nincsenek felkészülve, ami nagy kihívásokat jelent a jövő városainak életére nézve. A megfelelő várostervezéssel és irányítással a jövő városai fenntarthatóvá, befogadóvá és biztonságossá válhatnak.

A tudatos várostervezés alapját képezhetik a használaton kívüli vagy alul használt városi területek városi szövetbe való becsatolása, amellyel a városi terülés csökkenthető lenne és a zöldmezős beruházások mérsékeltebbé válhatnának. Általában ezek a területek megfelelő helyzeti potenciállal rendelkeznek és megfelelő ösztönzésekkel vissza állíthatóak lehetnek a városi szövetbe.

A barnamezős területek érdekes és igen izgalmas részei a városoknak. Újrahasznosításukra, revitalizációjukra többféle megoldás is létezik azonban a múltjuk miatt ezek igen költségesek lehetnek. Dolgozatomban a fővárosban lévő barnamezős területek lehetőségeit vizsgálom és azon belül is kiemelve a Közvágóhíd területén lévő barnamezős beruházásokat és fejlesztési lehetőségeket.

Vizsgálataimban példákat mutatok be arra vonatkozóan, hogy egy barnamezős terület milyen jövővel rendelkezhet, ami újra visszaállíthatja a városi szövet mindennapi körforgásába. Milyen többfunkciós központokkal és köztér kialakítási lehetőségekkel lehet felhasználni az imént említett cél eléréséhez?

Cél bemutatni, hogyan jelennek meg a barnamezős területek fejlesztésének vagy épp alul használatának ténye a kognitív tudatban, ennek társadalmi percepciójának felmérésével. Kutatásaim során a megfigyelés módszere mellett Középső-Ferencváros közvágóhídi fejlesztéseinek történő változások kognitív tudatban keletkező képeinek vizsgálatára a regionális tudomány területén több esetben alkalmazott mentális térkép módszerét használok, amely megmutatja, hogy milyen szubjektív benyomások, attitűdök rejlenek a potenciális térhasználókban.

DANCZ ÁKOS GYULA
akosdancz@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 5. félév
Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Lukovics Miklós
egyetemi docens, SZTE GTK

Lehet MaaS a közlekedés? A városi mobilitás új dimenziói egy magyar nagyvárosban

A hagyományos közlekedési rendszerek fokozódó nyomásnak vannak kitéve, hiszen a városiasodás miatt a közlekedni vágyók aránya drasztikusan megnövekedett, mely tendencia várhatóan a következő évtizedekben is folytatódni fog.

Olyan megoldásra van szükség, amelyek mérséklék a környezeti problémákat, kielégítik a fogyasztói igényeket, valamint biztonságosan fenttarthatók. A rendszer, amely ötvözi az alternatív és hagyományos meghajtású járműveket, valamint a felhasználók egyéni igényeinek megfelelően integrálja a kor közlekedési lehetőségeit, a mobilitás, mint szolgáltatás nevet viseli. Napjaink legmodernebb MaaS rendszerei egyéni igényekhez igazodó kombinált utazási szolgáltatásokat nyújtanak, és környezetbarát meghajtással ellátott járműveket is alkalmaznak. A világban működő MaaS rendszerek használata azonban nem kellően széleskörű, így a nagy volumenű változások eléréséhez több felhasználó bevonása szükséges, mely az egyéni személygépkocsit birtoklók arányának csökkentésével érhető el. E problémára az önvezető technológia elterjedése jelentheti a megoldást.

Dolgozatomban arra keresem a választ, hogy miként implementálható egy jól működő MaaS rendszer Szeged városában. A kutatás érdekessége, hogy a jelenleg működő integrált mobilitási rendszerek a világszinten is nagyvárosnak számító fejlett térségek metropoliszaiban működnek, és kevés információval rendelkezünk arról, hogy miként adaptálható egy ilyen rendszer egy elmaradott régió közepes méretű városára.

Kvantitatív kutatásomban kérdőíves vizsgálatot végeztem el, majd a lakosság mögöttes válaszainak megértése érdekében kvalitatív kutatásom során edukatív fókuszcsoportos interjút készítettem. Fontosnak tartottam megismerni a közlekedési szolgáltató ágazatnak a véleményét is, ezért egy tömegközlekedési szolgáltató felsővezetői interjút is elvégeztem.

A nemzetközi példák és a primer kutatásom eredményei alapján egyaránt látható, hogy pozitív a társadalmi elfogadottság egy ilyen rendszer használatát illetően, ezért dolgozatomban végén egy javaslatcsomagot fogalmazok meg, hogy egy szegeden jól működő mobilitási rendszer alap gondolatait összefoglaljam, melyben ábrázolom a MaaS rendszer lehetséges felépítését Szeged városában. Kitérek többek között a rendszer irányításának lehetőségeire, a működtetéshez szükséges feltételekre, a mobilitási csomagok bevezetésére és új árazási módszer kialakítására, valamint a belvárosi torlódások megoldhatósági kérdéseire, és a háztól-házig történő utazás biztosíthatóságára is.

FARKAS ATHÉNE*athenej@gmail.com*

Üzleti gazdaságtan

MSc, 1. félév

Újvidéki Egyetem

*Témavezető:
Prof. Dr. Muhi Béla
egyetemi tanár, RS EDUCONS*

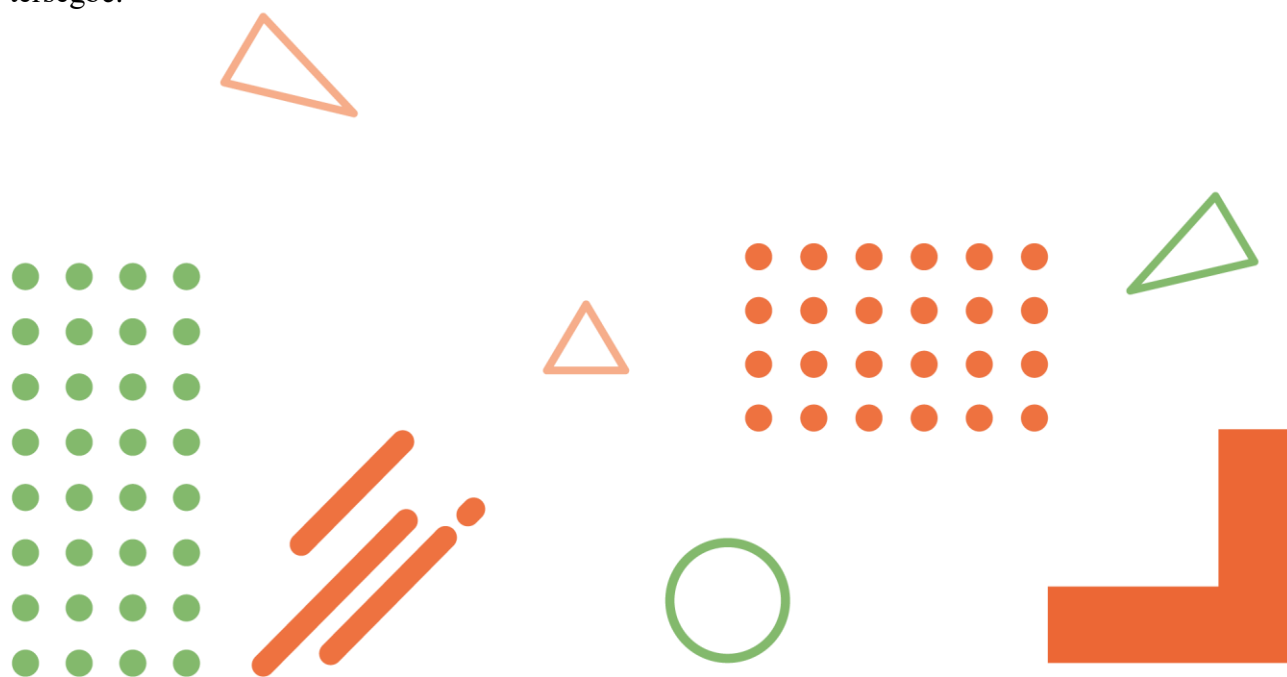
Határon átnyúló gazdaságfejlesztési lehetőségek Észak-Bácskában

A dolgozat bemutatja az észak-bácskai régiót, amely Vajdaság Magyarországgal határos része, majd részletesebben bemutatja Palicsot, amely mintegy 20 kilométerre található a magyar-szerb autópálya határátkelőtől. A település a róla elnevezett tó partján fekszik, kiemelt üdülőhely, ahol jelenleg több ipari és turisztikai nagyberuházás is folyamatban van.

Szabadka Város, peremterületeivel együtt – tehát Palics is, 2019 júniusában első kategóriás turisztikai státuszt kapott a szerbiai Kereskedelmi, Idegenforgalmi és Távközlési Minisztériumtól. Ezzel olyan szerbiai városok és helységek közé került, mint a főváros Belgrád, a vajdasági székváros Újvidék, vagy a Zlatibor-hegység.

A településen egy határon átnyúló program keretében Magyar Művelődési Ház épült, továbbá egy olyan nagyszabású program valósul meg németországi támogatással, amelynek célja a Palicsi- és Ludasi-tó biodiverzitásának megőrzése. Ennek részeként bővítik a szennyvízelvezető-csatornahálózatot is, amely gazdasági szempontból is jelentős. Emellett a magyar kormány vajdasági gazdaságfejlesztési programja által is számos palicsi termelő, vállalkozó nyert támogatást beruházásai megvalósításához.

Palics a határon átnyúló fejlesztési célok megvalósításának egyik fontos helyszíne, amelyek által új munkahelyek jönnek létre, fejlődnek a kis- és középvállalkozások, és további befektetők érkeznek a térségbe.



INCZÉDI IVETT NATASA

ivike29@gmail.com

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök

BSc, 7. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Bakos Izabella Mária
tanársegéd, SZIE GTK*

A Smart City program aspektusainak vizsgálata Debrecen példáján keresztül

Pályamunkámat Debrecen Smart City programjairól, valamint bővebben ezen fejlesztések társadalmi hatásairól írtam. Azért választottam a Hajdú-Bihar megyei nagyvárost, mert családi kötelék fűz a városhoz gyermekkorom óta, valamint a „mai napig lelkes látogatója vagyok a városnak amikor lehetőségem adódik rá.

Elsősorban átfogó képet szeretnék mutatni Debrecen jelenlegi helyzetéről, mind gazdasági, mind társadalmi szempontból. . Dolgozatommal szeretném alátámasztani azt a tényt, hogy Debrecen elindult azon az úton, hogy élhetőbb, okosabb legyen, illetve hogy az életminőséget tekintve kiemelkedő város legyen mind országos, mind európai szinten.

Személyes tapasztalatokkal szeretném színesíteni a dolgozatom, hogy minél realisztikusabb helyzetfeltárást tudjak nyújtani. Kutatásomban kérdőíves lekérdezés volt segítségemre, elsősorban a fiatalok voltak a célcsoportom, hiszen ők azok, akik tudnak azonosulni az efféle digitális és elektronikus világgal, de az idősebb korosztályt is meghallgattam, hiszen ők azok, akik el tudták mondani, hogy milyen volt a város a rendszerváltást követően, valamint hogy milyen változások következtek be a város életében, aminek szemtanúi voltak.

Azt gondolom, hogy a téma valóban aktuális, hiszen mindennapjaink résztvevőjévé váltak a különféle digitális és okos eszközök. A legfontosabb kutatási kérdés azonban az, hogy az említett beruházások és fejlesztések jó hatással vannak-e a városban élő társadalomra, főleg a fiatalabb generáció tekintetében.

Javaslatom a város fejlesztéseire felelős szakembereknek és a Debrecen Smart City csapatának, hogy továbbra is olyan fejlesztéseket helyezzenek előtérbe, amik a társadalom mindennapjait könnyíti meg, és teszi hatékonyabbá a napi teendőket. Fontos azonban, hogy ezen fejlesztések a későbbiekben olyanok legyenek, hogy azok ne gyakoroljanak negatív hatást a gyermekekre valamint a fiatalabb korosztályra. A város fejlesztéseit illetően a javaslatom, hogy azon a városi funkciók legyenek fejlesztve, amik a város lakói szerint fontosak és nem tűrnek halasztást. Ilyen városi funkció például az egészségügy, hiszen a helyiek döntő többsége szerint szükséges lenne fejleszteni a helyi egészségügyi helyzetet.

Levontam a megfelelő következtetéseket, miszerint nem szabad hagyni a társadalomnak és a város vezetőségnek, hogy a digitalizáció teljesen átvegye fejtünk felett az irányítást, hiszen ez valóban az elbutulást segítené elő a társadalom rovására.

KELEMEN RÉKA

k.reka0430@gmail.com

Vidékfejlesztési agrármérnök

BSc, 5. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Urbánné Malomsoki Mónika

tanszéki mérnök, SZIE GTK

Székelyudvarhely városfejlesztése és a térséggel való kapcsolata

Kutatásom elsősorban Székelyudvarhely városfejlesztéseiről és vonatkozásairól szól. Szakirodalmi áttekintésem európai uniós és romániai regionális politikákat, székelyföldi fejlesztési esélyeket, Udvarhelyszék és Székelyudvarhely fejlesztési tanulmányainak és koncepcióinak elemzését és a Smart city romániai jelenlétét is tartalmazza.

Vizsgálatom célja, hogy szakmai és civil szemszögből egyaránt megismerjem és átlássam a város erősségeit, nehézségeit, jelenleg folyamatban levő fejlesztéseit és a további benne rejlő, még kiaknázatlan lehetőségeket, mindezt az érintett emberek bevonásával összhangban.

Alapkérdéseim és hipotéziseim leginkább az érintett térségi lakosság elégedettségi-felmérés során fogalmazódtak meg szerződéskötések folyamatáról, köz-civil közötti információáramlásról, lakossági fejlesztési igényekről, történelmi városképről, „okosváros”-adaptációról, közlekedésinfrastruktúráról, és Csíkszeredával való összehasonlításról.

Saját vizsgálatomban kitérek a város és a térség történelmi, földrajzi, demográfiai, gazdasági bemutatására, SWOT-elemzésére, Udvarhely városi költségvetésére és fejlesztéseire 3-4 évre visszatekintve, a lakossági ötletprogramra, és röviden Csíkszeredára is a lakossági elégedettség-összehasonlítás vizsgálata céljából.

A felvetett kérdéseim többoldalú vizsgálata érdekében egyrészt primer kutatásként kérdőívet készítettem Székelyudvarhely (n=146) és Csíkszereda (n=137) városfejlesztéseiről az érintett lakosság számára, másrészt szakmai szempontból a székelyudvarhelyi önkormányzat Urbanisztikai és Kataszteri Osztály szakértőjével, Csáki Gergellyel interjút készítettem. Szekunder kutatásomat a Romániai Statisztikai Hivatal, romániai internetes jogszabálytár, Kicsid Attila infógrafikái és Székelyudvarhely város internetes honlapján lévő adatok segítették.

Eredményeim azt tükrözik, habár bizonyos korlátokba ütközik a városvezetőség, mégis jelenleg pozitív változásokon megy át a város, folyamatos és tapasztalható a fejlődés sok téren. A kétirányú információáramlás is többnyire jól működik, továbbá igyekeznek megőrizni, feleleveníteni a történelmi városképet. A legnagyobb problémát a város forgalmi zsúfoltsága, egyéni- és tömegközlekedésinfrastruktúra okozza, de mégis élhetőbbnek tartják Székelyudvarhelyt Csíkszeredánál.

A KUTATÁS AZ INNOVÁCIÓS ÉS TECHNOLÓGIAI MINISZTERIUM ÚNKP-20-1-I. KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK A NEMZETI KUTATÁSI, FEJLESZTÉSI ÉS INNOVÁCIÓS ALAPBÓL FINANSZÍROZOTT SZAKMAI TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT.

KIRÁLY ÁRMIN ERIK

kiraly.armin.erik@gmail.com

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök

BSc, 7. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Ritter Krisztián

egyetemi docens, SZIE GTK

Áldorfai György

ügyvivő szakértő, SZIE GTK

A hegyikerékpáros infrastruktúra létesítésének vidékfejlesztési aspektusa Sátoraljaújhelyen és térségében

Dolgozatom témája egy olyan leendő hegyikerékpáros élménykomplexum megvalósításának folyamata a Sátoraljaújhely mellett álló Magas-hegyen, mely jelenleg a „Zemplén Bringapark” fantázia nevet viseli a tervezők körében. A projektben való részvételre 2017-ben kaptam lehetőséget, egykori hegyikerékpár versenyzőként, leendő területfejlesztési szakemberként és a hazai hegyikerékpáros közösség egyik informális képviselőjeként.

A regionális tudományok terén folytatott tanulmányaim kezdete során, mely a projekt indulásával csaknem egy időpontra esett, hamar ráéreztem a hegyikerékpáros komplexum, a szakzsargonban csak „bringapark”, létesítésének jelentős vidékfejlesztési vonatkozására. Úgy gondolom, hogy a projekt nem kevesebb, mint az ország egyik leginnovatívabb aktív turisztikai attrakciója lehet a jövőben, mely, a látogatók által, jelentős jövedelem keletkezését generálhatja a térségben. Véleményem szerint ez az értékteremtő folyamat érdemben járulhat hozzá a térség gazdasági szerkezetének modernizálásához, a helyi vállalkozások működőképességének fenntartásához, ezáltal a Zemplén vonzerejének folyamatos növekedéséhez.

A leendő hegyikerékpáros parkot tehát elsősorban turisztikai attrakcióként, másodsorban Magyarország hegyikerékpáros sportinfrastruktúrájának hiánypótló elemeként értelmezem. Ezt követően igyekszem tanulmányom során a terület- és vidékfejlesztés, valamint a turizmus, majd a turizmus és a sport, végül az aktív turizmus és az extrém sportok között felmerülő kapcsolódási pontokra rámutatni, ezen okfejtés jegyében pedig a „Zempléni Bringaparkot” az említett térségben elhelyezni. Az Olvasó számára a projekt értelmezését, a téma áttekinthetőségét számos ábra segítségével, valamint egy részletesebb települési vizsgálat eredményeinek bemutatásával igyekszem támogatni.

MAYER BALÁZS

01maybal@gmail.com

Survey statisztika és adatanalítika

MSc, 2. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Váradi Balázs

tudományos munkatárs, ELTE TÁTK

A szegedi Tisza-part fejlesztésének előzetes hatásvizsgálata

Város és folyó – számos hazai és nemzetközi jógyakorlatot találhatunk egy folyó és annak két partjára épült település harmonikus, kiegyensúlyozott viszonyára. A rekreáció, a sport és a kultúra egy természetközeli környezetben olyan potenciált jelent a helyi lakosok, a turisták, valamint az üzleti befektetők számára, amely Szegeden jelenleg kihasználatlan. Ha szemügyre vesszük a Tisza szegedi hullámterét, partvonalát, inspiráló, de alulhasznosított területeket láthatunk. Ezért választottam dolgozatom témájaként a szegedi Tisza-part fejlesztésének előzetes hatásvizsgálatát. Célom rámutatni ennek üzleti alapú fellendítésének lehetőségeire.

Eredmények (óvatos becslés alapján):

- Új fogyasztás (helyettesítési hatással korrigált): 303 440 000 Ft
- Egészségnyereség (3000 lakos 40-600 méteres körzetben): 4 703 520 Ft
- Ingatlan-felértékelődés (1000 lakás 40-600 méteres körzetben): 1 938 268 000 Ft

Az ingatlanárak és az új fogyasztás növekedéséből kiindulva megéri a terület átfogó fejlesztése a kormányzati szférának (állam, önkormányzat), illetve a magántőke bevonása is megtérül pénzügyi szempontból.

Az elemzést a beavatkozás bemutatásával kezdem, majd ismertetem a projekt hatásait és értékelem azokat. Ezt követően a hasznokat számszerűsítom, érzékenységvizsgálatot végzek, és értelmezem a kapott eredményeket.

Vállalkozásom során remélem, felhívhatom a döntéshozók figyelmét arra, hogy számos közgazdasági érv szól a Tisza-part fejlesztése mellett. A dolgozat során nem célom kitérni a kérdés urbanisztikai vonatkozásaira, közpolitikai hatásvizsgálati elemzést végzek. Az ex-ante hatáselemzés 2019. július 10-i állapotokat tükröz. Dolgozatom az EU Útmutató (2015), HÉTFA (2013), HÉTFA (2016) és HÉTFA (2017) hatásvizsgálatok elemzési struktúrájának, módszertanának felhasználásával készült, azok reprodukciója.

MORVA ATTILA

attila.morva@ksh.hu

Közgazdálkodás és közpolitika

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Prof. Dr. Kádár Krisztián Sándor

egyetemi tanár, BCE KTK

Där idéer blir verklighet – KPI alapú smart city vizsgálati modell

A XXI. században a városi lakosság markáns növekedésével és a szűkülő erőforrások következtében egyre jelentősebb kérdéssé vált a városok hatékony és fenntartható működése, így az elmúlt évtized során számos város tett kísérletet arra, hogy az előző célkitűzések megvalósítása érdekében ún. „smart city”-vé váljon.

A nemzetközi törekvésekot követve hazánkban is számos önkormányzat vette napirendre a különféle smart city koncepciók kidolgozását és megvalósítását, azonban a magyar városok eddig jellemzően nem tudtak jelentős eredményeket felmutatni. Az elért eredmények javításában kulcsfontosságú szerepet kaphatnak a különböző smart city modellek, amelyek hatékonyan támogathatják a városfejlesztés folyamatát, valamint a szakpolitikai koordinációt. Az elmúlt évek során számos mérési-értékelési modell került kidolgozásra, amelyek révén szakértők, kutatócsoportok vagy intézmények igyekeztek leírni egy területi egység fejlettségét és fejlesztési potenciálját. A modellek közös jellemzője, hogy nagyszámú puha indikátort tartalmaznak, használatuk idő- és költségigényes, valamint alkalmazásuk komplex módszertani ismereteket követel.

Dolgozatomban egy olyan újszerű smart city modell kidolgozását tűztem ki célul, amely kizárólag kisszámú kemény indikátorra épít, így könnyen használható, idő- és költséghatékony eszközként funkcionálhat a városfejlesztési stratégiák kidolgozása során.

Kutatásomban arra kerestem a választ, hogy a nagyszámú puha indikátoron alapuló rendkívül komplex smart city modellek kiválthatók-e az általam felvázolt egyszerűbb, kizárólag kisszámú kemény indikátorból álló ún. KPI-moddellel, így a modell alkalmas lehet-e arra, hogy a korábbiakhoz konvergáló eredményt adjon, és hatékonyan támogassa a szakpolitikai koordinációt.

A KPI-moddellel segítségével 18 európai város teljesítményét értékeltem és rangsoroltam, majd az összeállított smart city rangsort statisztikai módszerek segítségével hasonlítottam össze a Giffinger-moddell eredményeivel és arra a megállapításra jutottam, hogy a KPI-moddell a Giffinger-moddell által felállított rangsorhoz közelítő eredményt ad és így hatékonyan járulhat hozzá a fenntartható városfejlesztést célzó politikák eredményességének javításához.

NAGY STELLA

nagystella98@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 7. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Nagy Zoltán

egyetemi docens, ME GTK

Lukács Zsolt

autóbuszközlekedési igazgató, MVK Miskolc Városi Közlekedési Zrt.

Miskolc és az okos mobilitás: fókuszban a közösségi közlekedés

Napjainkban az urbanizációs és digitalizációs változásokkal komplex problémakörök is megjelentek, melyek átfogják a társadalmi, gazdasági, kulturális és környezeti dimenziókat. Az okos városok ezen kihívásokra igyekeznek megoldást találni lokális szinten, segítségül hívva a modern technológia vívmányait. A városok lehetnek a fejlődés mozgó rugói, így a jelenkorban kiemelt szerephez juthatnak, azonban ehhez elengedhetetlen a megfelelő közösségi közlekedés megléte is.

A téma aktualitása és fontossága miatt esett a választásom az okos mobilitás témakörére. Ezen belül pedig kiemelten a miskolci közlekedés elemzését helyezem előtérbe, hiszen napjainkban egyre több fejlesztést valósítanak meg ezen a területen.

Dolgozatom fókuszában tehát okos mobilitás vizsgálata áll európai és magyarországi viszonylatban, valamint kifejezetten a miskolci közlekedési rendszerre fókuszálva. Egy szakirodalmi áttekintés után bemutatásra kerül az okos mobilitás jelenlegi helyzete Európában és Magyarországon. Ezt követően a közösségi közlekedés fő kihívásait határozom meg, majd a közlekedési rendszer fejlesztését elemzem Miskolc esetében. Végezetül egy jövőképet fogok ismertetni, a további fejlesztési irányok felvázolásával.

NÁHLIK ANDRÁS*andras.nahlik@gmail.com*

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Bazsóné dr. Bertalan Laura
adjunktus, SOE LKK*

Kerékpárhasználati szokások és a kerékpáros közlekedés fenntartható fejlesztése Sopronban

A dolgozat célja a soproni és a Sopron környéki kerékpáros közlekedés fejlesztési lehetőségeinek vizsgálata, a kerékpáros infrastruktúra jelenlegi állapotának felmérése, a kerékpárhasználati szokások feltárása, illetve megoldási javaslatok megfogalmazása a város autósforgalmának tehermentesítésére és a kerékpározás feltételeinek fejlesztésére.

Kutatásomnak három alkotóeleme van: mélyinterjúkat készítettem témában jártas személyekkel, több városrészben is terepi bejárást tartottam, majd a városi kerékpárhasználók körében empirikus felmérést végeztem, melyre 624 kiértékelhető válasz érkezett. A felmérés során a helyi kerékpárhasználati szokásokat vizsgáltam, illetve hogy miként vélekednek az emberek a városi kerékpáros infrastruktúráról, valamint a motivációs tényezők feltárása is kutatásom részét képezte. A kapott eredményeket SPSS program segítségével is elemeztem.

A város bejárása közben feltárt hiányosságokra alapozva javaslatokat fogalmaztam meg. Fontosnak tartom, hogy a Belváros és a külvárosban is egyaránt jó minőségű, biztonságos kerékpárutak legyenek. Bár kutatásaim rávilágítanak arra, hogy a kerékpáros balesetek száma a városban nem jelentős, mégis fontos lenne, hogy még jobban elkülönítsék a gyalogos, kerékpáros és autós közlekedést, különösen a frekvenciátaltabb útszakaszokon. Ráműtattam a város kerékpározással kapcsolatos hiányosságaira és néhány átgondolatlan beruházására.

Az eredményekből látszik, hogy kérdőívet kitöltők jelentős hányada legalább hetente felül a kerékpárjára. A helyiek igénylik és használják a jobb kerékpáros infrastruktúrát, illetve vélhetően emelkedne a kerékpárhasználók aránya, ha további infrastrukturális és balesetvédelmi szempontú fejlesztések történének a városban. A közösségi kerékpármegosztó rendszer bevezetését bár jó ötletnek tartanák a kitöltők, de az eredmények alapján félok, hogy nem lenne eléggé kihasználva. A város autósforgalmát nagyban tehermentesítené, ha a közoktatásban tanulók közül többen járnának kerékpárral intézményeikbe, de a jelenlegi, nem túl jó feltételek mellett szüleik féltik őket. Mindent egybevetve a fenntartható városi közlekedés érdekében szükségesszerű a biztonságos kerékpárúthálózat fejlesztése, és nem elhanyagolható az ehhez társuló szemléletformálás sem.

SÜLI MARTIN

martinsuli97@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 1. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Lukovics Miklós

egyetemi docens, SZTE GTK

A XXI. század mobilitási trendjeinek hatása a városfejlesztésre

Az utóbbi évek technológiai áttörései nagyszabású átalakulást vetítenek előre a mobilitási szektorban, amelynek középpontjában az önvezető járművek és a mobilitási szolgáltatások állnak. A közlekedés és a városi élet szoros kapcsolata, illetve az érintettek rendkívül széles köre miatt a városok és polgárai új, eddig soha nem látott kihívásokkal néznek szembe. Ezekből adódóan a dolgozat célja a XXI. század közlekedési megatrendjeihez kapcsolódó városfejlesztési kihívások feltárása.

A cél eléréséhez szakirodalmi áttekintést és nemzetközi jó gyakorlatok felkutatását választottam eszközként. A nemzetközi szakirodalom rávilágított arra, hogy az önvezető járművek telepítése a városi környezetbe előkészületeket igényel a városok részéről. Léteznek városok, amelyek megkezdték a felkészülést, azonban ezek jellemzően Európán kívül helyezkednek el.

Az önvezető járművek megjelenése a városi környezetben nem garantálja a mobilitás helyzetének javulását, így ez semmiképp nem lehet spontán folyamat. Egyértelmű, hogy a városok proaktív magatartása és beavatkozása szükséges a társadalmi hasznok maximalizálása érdekében. A fejlesztési tervek vizsgálata során meghatároztam azokat a szempontokat, amelyek mentén a városok a jövőbeli fejlődésüket elképzelik, ezeket a dolgozatban célként jelöltem meg. Ez alapján a városok célja elérhető, multimodális, fenntartható, hatékony és aktív mobilitási rendszer kialakítása. Kijelenthető, hogy az önvezető járművek használata megfelelő körülmények mellett (például: megosztott járműhasználat, közösségi közlekedés kiegészítése) hozzájárulhat a városok által kitűzött célok eléréséhez. Azonban ezzel összefüggésben a városoknak számos kihívásra kell megoldást találniuk. A városoknak fel kell készülniük az önvezető járművek fogadására, amellyel kapcsolatban feladatok merülnek fel a technológia, az infrastruktúra, a törvényi szabályozás és a fogyasztói elfogadás területén is. Ezen felül meg kell kezdeniük a mobilitási szolgáltatások alapjainak lefektetését és kiemelt figyelmet kell fordítaniuk az aktív mobilitás népszerűsítésére. Az azonosított kihívások a robottaxi szolgáltatás árazása, a városlakók autófüggőségének feloldása, a közlekedés során termelt személyes adatok kezelése és védelme, a közúti infrastruktúra átalakítása és a felszabaduló városi terek felelősségteljes felhasználása. A dolgozat eredményei további kutatások alapjaként szolgálhatnak.

Kulcsszavak: önvezető járművek, mobilitás, jövő városa

Tőke- és pénzpiacok – hazai piacok és módszertani elemzések

Elnök: Dr. habil. Tarnóczy Tibor egyetemi docens (DE GTK)
Társelnök: Prof. Dr. Takács István egyetemi tanár (ÓE KGGK)
Tag: Prof. Dr. Varga József egyetemi tanár (MATE Kaposvári Campus)
Tag: Dr. Szemán Judit egyetemi docens (ME GTK)
Tag: Dr. Radnai Márton (Ramasoft Zrt.)

BABOTÁN MÁRK LÁSZLÓ

babotan.mark98@gmail.com

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
Osztatlan, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

JAKÓ FANNI

fannijako@gmail.com

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

*Témavezető:
Neszveda Gábor
adjunktus, BCE KTK*

Negyedéves bejelentések hatása a magyar tőzsdén

Dolgozatunkban a magyar piac hatékonyságát, valamint a piacon megfigyelhető befektetői viselkedést vizsgáljuk. Kutatásunk középpontjában a negyedéves bejelentések hatása, az azokra való befektetői reakció áll.

Ilyen jellegű kutatás magyar adatokon még nem született, valamint a magyar piacot hatékonyság szempontjából elemző tanulmányok eltérő eredményeket mutattak, ezért is találtuk fontosnak a kérdés vizsgálatát.

A témát többen vizsgálták már a nagyobb részvénypiacokon, ahol megfigyelhető volt a hírek alulreagálása. Az empirikus megfigyelés összeegyeztethető Daniel Kahneman és Amos Tversky által felállított kilátásmelélettel, mely a 2002-es Nobel-émlékdíj óta több piaci abnormalitás magyarázatában játszott már szerepet.

Hipotézisünk szerint a magyar piacon is megfigyelhető az említett jelenség, miszerint a befektetők alulreagálnak a negyedéves bejelentéseket, ezáltal a piac nem hatékony.

Az általunk használt módszertan az event study, melynek lényege, hogy az elvárt hozamtól való eltéréseket vizsgálja a különleges események, esetünkben a negyedéves bejelentések környezetében. Dolgozatunkban 1991 és 2020 között a BÉT 136 olyan részvényén vizsgáljuk a kutatási kérdésünket, melyek elsődleges piaca a magyar, és emiatt a BUX indexszel becsülhető a várható hozama.

Eredményeink alapján megállapítjuk, hogy a magyar tőzsde nem hatékony, azonban az alulreagálás hipotézisét elvetjük, és a piaci túlreagálásra mutatunk empirikus bizonyítékokat. Megmutatjuk továbbá, hogy csupán a negatív hírek hatására jelentkezik szignifikáns abnormalis hozam, amely összeegyeztethető a kilátásméleti állításokkal. Mindezek mellett vizsgáljuk a piacon megjelenő bennfentes kereskedést, azonban erre csak az extrém hírek esetében találunk jeleket. Az eredmények utat nyitnak egy újabb kutatásnak.

Kulcsszavak: Eseményelemzés, piaci hatékonyság, magyar tőzsde, kilátásmélet, negyedéves bejelentések

JEL-kódok: G02, G11, G14

BENE SÁRA

bsara96@gmail.com

Műszaki menedzser

MSc, 4. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezetők:

Póra András

tanársegéd, BME GTK

Szabó Bálint

tanársegéd, BME GTK

Tőzsdei vizualizációk értékelése szemkövetéses módszerrel

A modern pénzügyi piacok hatalmas mennyiségű adatot generálnak naponta, amelynek feldolgozása a korszerű számítógépek nagy számítási kapacitása mellett is komoly kihívást jelent. Az információ-tömeg emberi megértéséhez és a helyes befektetési döntések meghozatalához elengedhetetlen vizualizációk alkalmazása.

Az egyik legkorábbi tőzsdéhez köthető ábrázolási technika a japán gyertyák módszere, illetve már hosszú ideje alkalmazzák a tradicionális vonal- és oszlopdigramokat is részvényárfolyamok reprezentálására. Az elmúlt évtizedekben a hagyományos diagramok mellett egyre nagyobb teret nyernek a műszaki-informatikai területeken már széles körben alkalmazott, úgynevezett Visual Analytics módszerek, amelyek alapja az automatikus, intelligens adatelemzési eljárások és interaktív ábrázolási technikák kombinálása, így alkalmazásuk jelentősen megkönnyítheti pénzügyi elemzők, vagyongkezelők, befektetők munkáját az előnyös beruházási döntések meghozatalához.

Fontos, hogy a gyakorlatban alkalmazott tőzsdei vizualizációk ne csak informatívak, hanem felhasználóbarátok, könnyen értelmezhetőek legyenek, azonban az ábrázolási módszerek e szempontból történő értékeléséről nincs kiterjedt szakirodalom. Munkánk során ezért vizualizációk felhasználók általi minősítését tűztük ki célul. Mivel az elérhető tőzsdei adatszolgáltatók körében továbbra is dominál a japán gyertya diagram és a vonaldiagramok alkalmazása, e két megjelenítési módszert hasonlítottuk össze egy szemkövetéses kísérletsorozattal.

Eredményeinkből az a következtetés vonható le, hogy mindkét ábrázolási forma ugyanolyan jól értelmezhető, akár laikus, akár tapasztalt felhasználókról van szó.

HARTVIG ÁRON DÉNES

hartvig.aron@gmail.com

CEU – Pénzügy

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

*Témavezető:
Badics Milán Csaba
tanársegéd, BCE GTK*

DY Spillover Index in Cointegrated System: A Simulation Study

The connectedness of the banking system has often been analysed through Diebold-Yilmaz framework, a VAR based approach using the forecast error variance decomposition to measure the strength and direction of the relationships between financial institutions. The framework has spread widely, still the application of VAR on multiple time series can be problematic.

Most analysis include dynamic rolling-window estimation, but the stationarity of the processes or the VAR lag selection test is not executed on the distinct windows. Furthermore, most often the cointegration tests are also missing. Through DGP I build a simulated system of multiple time series to measure the error caused by ignoring cointegration. In addition, I test another multiple time series model, VECM, on the system that is able to capture cointegrating relationships. Based on the simulation, ignoring cointegration leads to higher standard error and inconsistent estimation that can be handled through applying VECM framework rather than VAR.



KALMÁR BENDEGÚZ

kalmarbende@gmail.com

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés

Osztatlan, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Neszveda Gábor
tanársegéd, BCE KTK*

Likviditási faktorok és a keresztmetszeti részvényhozamok kapcsolata a Budapesti Értéktőzsdén

Dolgozatomban a Budapesti Értéktőzsdét, a közép-kelet-európai régió egyik jelentős fejlődő piacát vizsgálom. Célom feltárni, hogy a piac megfelelően árazza-e az eszközök likviditását a Budapesti Értéktőzsdén. A fejlődő piacokon kiemelt szerepe van a likviditásnak, illetve a legalább ugyanannyira fontos fogalommal, a piaci hatékonysággal is igen szoros a kapcsolata. Induló feltételezésem az, hogy a likviditás megfelelően hatékonyan van árazva, a korábbi nemzetközi kutatási eredményekkel összhangban a Budapesti Értéktőzsde kevésbé likvid részvényeinek magasabb hozamot, likviditási prémiumot kell produkálnia.

Elemzéseimhez három, egyszerűen számítható, könnyen értelmezhető faktort használok a likviditás számszerűsítésére, a turnover faktort, az Amihud által megalkotott illikviditási mutatót, illetve a hónapokon belüli zéró kereskedési aktivitású napok arányát. A likviditási faktorok hozamra gyakorolt hatását mind portfóliósinten, mind egyéni, vállalati szinten tesztelem, ehhez egy-, illetve kétváltozós sorbarendezést, valamint Fama–MacBeth regressziót alkalmazok.

Az empirikus vizsgálatok eredménye ellentétes a kiinduló hipotézisemmel, a piac nem árazza a leírt módon a likviditást, egyik vizsgált faktor sem gyakorol szignifikáns hatást az eszközök által produkált hozamra, amely mögött az húzódhat meg, hogy a piac nem hatékony, az illikvid részvényeket nem megfelelően árazza, egyéb, jelen kutatásban nem vizsgált hatások befolyásolják az eredményeket.

KOVÁCS BOGLÁRKA BIANKA*kovacs.boglarka.bianka@gmail.com*

Gazdaság- és pénzügy matematikai elemzés

Osztatlan, 6. félév

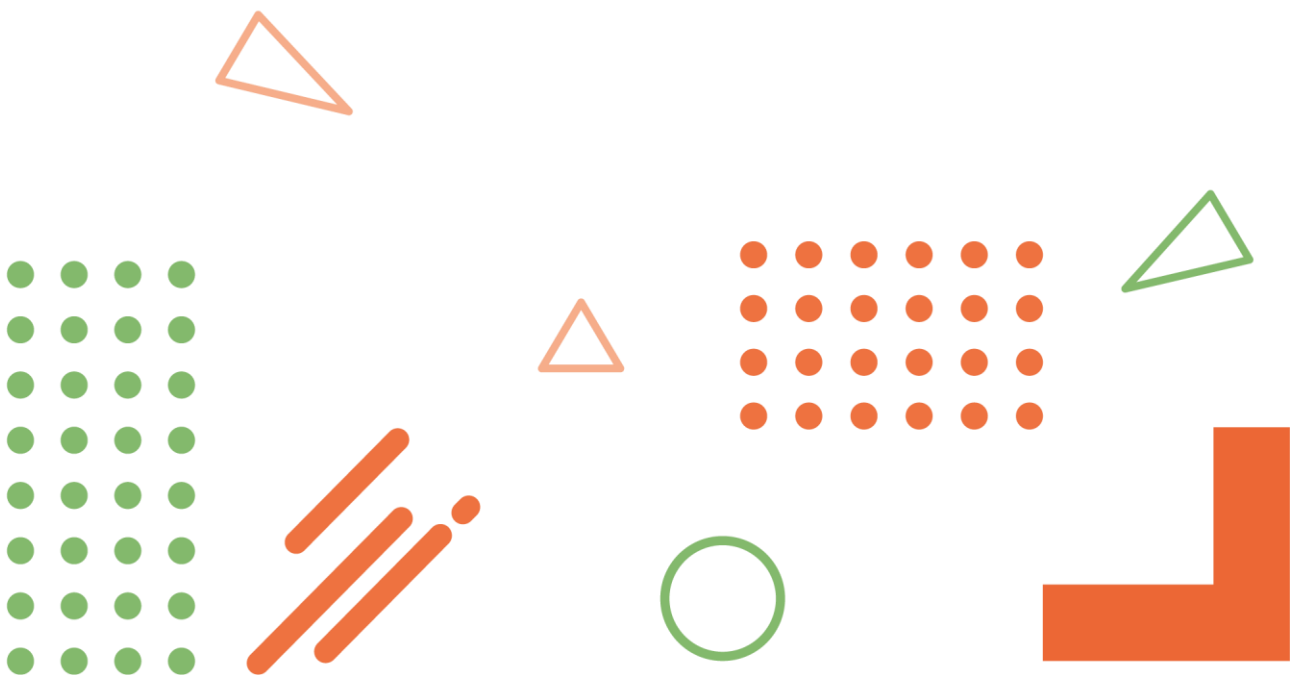
Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

*Témavezető:
Badics Milán Csaba
tanársegéd, BCE GTK*

Eszközosztály összekötöttség ökonometriai elemzése

Az utóbbi időben egyre nagyobb figyelmet kap a hálózatelemzés, ezért vizsgálom én is a pénzügyi hálózat összekötöttségét egy ökonometriai modellel. A dolgozat célja, hogy megfigyeljük, hogy hogyan alakult az egyes eszközosztályokon belül és azok között az összekötöttség, és ez a válság után, hogyan változott. Lineáris Granger-okság segítségével megvizsgálom dinamikusan az elmúlt 20 év valutapiac-, részvényindexek-, kötvénypiac- és árupiac záróárfolyamaiból számolt loghozamok és volatilitások alapján az összekötöttségét, osztályonként öt-hat pénzügyi eszköz adatait felhasználva. Arra a következtetésre jutottam, hogy a részvényindexek és a valuták kiemelten fontosak az eszközosztályok közötti kapcsolatok szempontjából. A volatilitások összekötöttségi szintje 2008 őszén hirtelen megemelkedett, majd a válság ezt követő éveiben nem volt kiemelkedő, ezzel szemben a loghozamok összekötöttségi szintje 2008-ban hirtelen csökkent, majd a pénzügyi és az európai szuverén hitelválság alatt fokozatosan megnőtt. Kivételt képez a valutapiac loghozamainak az eszközosztályán belüli összekötöttsége, ami kivételesen alacsony szinten van a válságok ezen időszakában. Közgazdasági következtetést is levonhatunk az eszközosztályokon belüli kapcsolatokról, így csökkenthetjük diverzifikációval egy-egy portfólió kockázatát, amennyiben figyelembe vesszük az egymás volatilitásait és loghozamait magyarázó eszközöket.



KREITL KITTI

kitti.kreitl@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Molnárné dr. Barna Katalin

intézeti tanszékvezető egyetemi docens, PE GTK

Rochlitzné Sajben Ágnes

mesteroktató, PE GTK

**A tőkeszerkezeti elméletek vizsgálata angol, holland, magyar és német vállalatokon keresztül
figyelembe véve a pénzügyi közvetítő rendszer jellegének szerepét**

A vállalatok működésében a beruházási döntések mellett fontos szerepet játszanak a finanszírozási döntések, vagyis a pénzügyi források megszerzésére irányuló döntések is. Az egyes forrás fajták eltérő feltételekkel állnak a vállalkozások rendelkezésére, így eltérő a vállalatok vagyoni, pénzügyi helyzetére gyakorolt hatása is.

A vállalatok forrásainak megoszlásával, tehát a vállalatok tőkeszerkezetével foglalkoznak a tőkeszerkezeti elméletek. A modern tőkeszerkezeti elméletek szerint a vállalatok piaci értékét a beruházási döntések mellett a finanszírozási döntések is befolyásolják, tehát a vállalat piaci értékének maximalizálása céljából érdemes az optimális tőkeszerkezetet megközelítve működtetni a vállalatot. Dolgozatomban négy európai ország: Anglia, Hollandia, Magyarország és Németország nagyvállalatain keresztül vizsgáltam a tőkeszerkezeti elméletek gyakorlati megvalósulását. Kutatásaim során figyelembe vettem az egyes országok pénzügyi közvetítő rendszerének jellegét és megvizsgáltam, hogy eltérően valósulnak-e meg a tőkeszerkezeti elméletek (információs aszimmetria elméletek, adó-megtakarító hatás) a vizsgált országokban a pénzügyi közvetítő rendszer jellegétől függően. A kutatásom során felhasznált adatokat az Amadeus adatbázisból töltöttem le, melyekből különböző statisztikai módszerekkel (mutatószámok, átlagok, két- és többtényezős korreláció- illetve regressziószámítás, variancia-analízis) végeztem számításokat.

Az eredmények rámutattak arra, hogy a vizsgált országokban az adó-megtakarító hatás nem magyarázza a vállalatok tőkeszerkezetének különbözőségét, sokkal inkább az információs aszimmetria elméletek érvényesülnek. Az információs aszimmetria elméletek vizsgálatakor néhány esetben jelentkezett különbség az egyes országok vállalatainak tőkeszerkezetében a pénzügyi közvetítő rendszer jellegétől függően, más esetekben azonban nagyon hasonlóan viselkedtek.

LÉBER DÁNIEL*leberdani93@gmail.com*

Pénzügy

MSc, 5. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Víg Attila András
tanársegéd, BCE GTK*

Útvonalfüggő opciók kvantummechanikai árazása

A dolgozatom céljaként útvonalfüggő egzotikus opciók árazását tűztem ki. A dolgozat elején bemutatatok pár származtatott terméket és a hatékony piacok elméletét (EMH), amely segítségével modellezhetjük pénzügyi termékek rövidtávú piaci megváltozását. A dolgozatban bemutatom az alaptermék dinamikáját vezérlő sztochasztikus analízist és az Ito-Lemmat, amely segítségével kifejezhetjük az alaptermék transzformáltjait is, tehát származtatott termékeket. Ezt követően Black és Scholes (1973), valamint Merton (1973) cikkei alapján bemutatom az általuk konstruált modell feltevéseit, valamint részletesebben levezetem a Black-Scholes-Merton parciális differenciálegyenletet.

Ahhoz, hogy útvonalfüggő egzotikus opciókra kiterjeszthessem a Black-Scholes-Merton parciális differenciálegyenletet és annak a megoldását, felkutattam egy technikailag hasonló problémakörrel foglalkozó tudományágot, a kvantummechanikát. A dolgozatban röviden bemutatom a kvantummechanika axiómáit, a Hilbert teret, mint komplex vektorteret és a benne megtalálható kvantumállapotok tulajdonságait. Míg a pénzügyi matematikában a Black-Scholes-Merton parciális differenciálegyenlet vezérli egy európai opció értékének az időbeli fejlődését, addig a Black-Scholes-Merton parciális differenciálegyenlethez hasonlóan a kvantummechanikában a Schrödinger parciális differenciálegyenlet vezérli egy kvantumállapot időbeli fejlődését. A dolgozatban az európai opció adott időpontban értelmezett értékét egy kvantumállapotként azonosítom és az opció értékét vezérlő Black-Scholes-Merton parciális differenciálegyenletet pedig egy időfejlesztő operátorral helyettesíttem, amely eleget tesz a Black-Scholes-Merton által leírt dinamikának.

Összességében a dolgozatban arra jutottam, hogy az egzotikus származtatott termékek árazásának a problémái visszavezethetők különböző ismert kvantummechanikai problémákra, amelyekkel megoldhatjuk őket. Ezért a dolgozatban bemutatott kvantummechanikai módszertanok a származtatott termékek árazásának egy alternatív módszertanát képezhetik. A pénzügyi matematikában is léteznek a bonyolultabb egzotikus termékek árazására kidolgozott megoldások: például a backward Kolmogorov egyenletek megoldásaira léteznek tisztán matematikailag kidolgozott metódusok, azonban az útvonalfüggőséget okozó feltételek a kvantummechanikában bizonyos esetekben könnyebben interpretálhatóak a kvantummechanikai potenciális energián keresztül.

MOLNÁR LILLA ÍRISZ

mollillam@gmail.com

Pénzügy

MSc, 2. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Szládek Dániel
PhD hallgató, SZTE GTK*

ESG szemlélet a befektetések körében

Dolgozatomban arra kerestem a választ, hogy milyen szerepet játszik az ESG feltételrendszer alkalmazása a fenntartható befektetési alapok kialakításában és teljesítményében. Vizsgálataim során két-féle adatelemzési módszert alkalmaztam. Kvalitatív kutatás keretében mélyinterjút készítettem, ahol a gyakorlat igazolta a dolgozatban leírtakat mind a szűrési kritériumokra, mind az ESG pontszámok felhasználására vonatkozóan. Az alapkezelők elsősorban szakmai és pénzügyi alapokon nyugvó döntéseket igyekeznek hozni a befektetési stratégia megválasztásakor vagy az alap összetételének meghatározásakor, ugyanakkor az ESG szempontok figyelembevételével kapcsolatos motivációk igen változók lehetnek. Kvantitatív kutatásom alapjául a Refinitiv adatbázisa szolgált. A hagyományos és az etikus alapok hozamai között jelentős különbségeket találtam annak függvényében, hogy rendelkeztek-e ESG minősítéssel az adott alapok vagy sem. A 10, az 5 és 3 éves loghozamok kb. 0,68-0,72-1,14 százalékponttal magasabbak azon hagyományos alapok esetében, amelyeknek van ESG pontszámuk, az etikus alapoknál ezek a különbségek alacsonyabbak, kb. 0,66-0,38-0,88 százalékpont körül alakultak. A hagyományos alapokat összehasonlítva az etikus alapokkal, arra a megállapításra jutottam, hogy minden időtávon az etikus alapok teljesítettek jobban, a különbségek szignifikánsnak mondhatók 5%-os szignifikanciaszinten. Regresszióanalízissel vizsgáltam meg azt, hogy található-e szignifikáns kapcsolat a vállalatok által elért pénzügyi teljesítmény és az ESG pontszám között. Dummy változóként kezelve az ESG pontszámot az mondható, hogy azok a vállalatok, amelyeknek volt közzétett ESG pontszáma, jobb teljesítményt értek el. Az ESG minősítés 2,73%-os magyarázóerővel rendelkezett abban a modellben, ahol eredményváltozóként a vállalatok által elért 10 éves loghozam, magyarázóváltozóként pedig az ESG pontszám szerepelt, mint dummy változó. Az átlagos loghozamokat összehasonlítva azt kaptam, hogy annak a 42.519 vállalatnak, amelynek nem volt ESG minősítése, átlagos loghozama -1,04% volt, míg az ESG pontszámmal rendelkező 7.134 vállalat ugyanezen mutatószáma 8,32%-os érték körül alakult. Az ESG feltételrendszer alkalmazása önmagában pozitívum, a számok azt mutatják, hogy igenis lehetünk a pénzügyeinken keresztül felelősek a környezetünkért, a társadalomért és ezért nem feltétlenül kell a hozam egy részét feláldoznunk, de a magasabb ESG pontszám elérésének a jövedelmezőség szempontjából lehetnek negatív hatásai is.

MURATOV-SZABÓ KIRA*muratov.kira@gmail.com*

Pénzügy

MSc, 4. félév

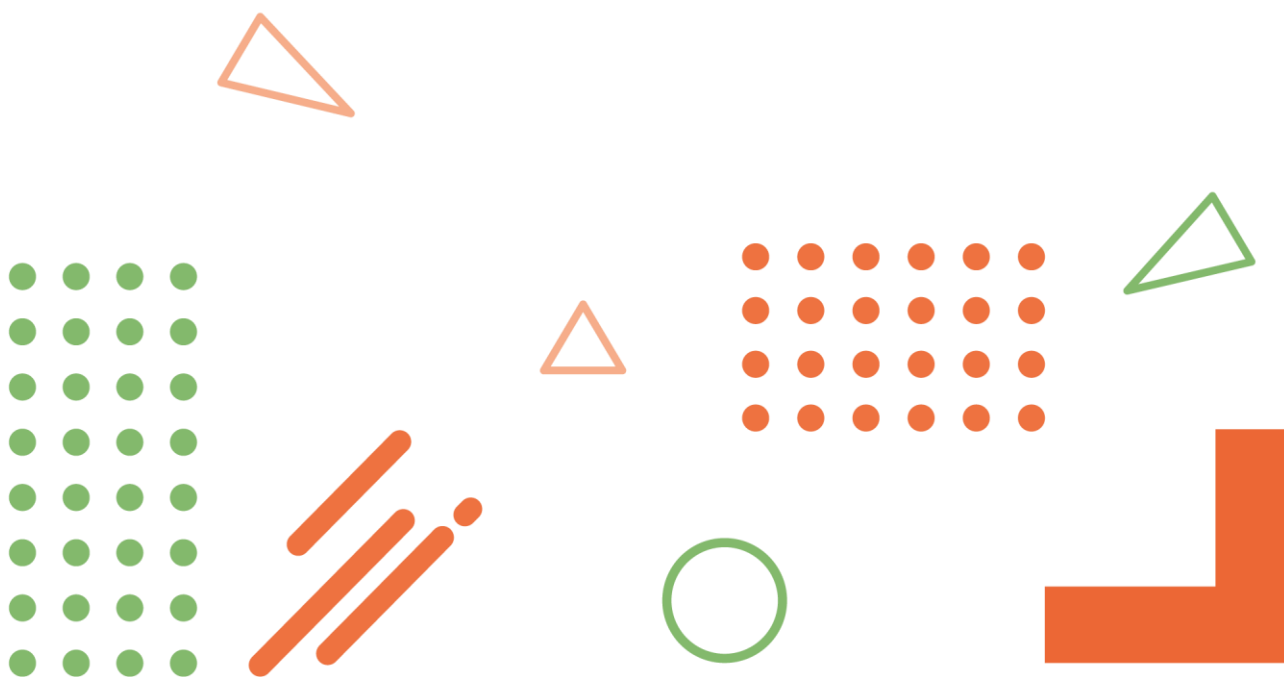
Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Dr. Váradi Kata
egyetemi docens, BCE GTK*

Megváltozom, és minden más lesz! (Vagy nem?) – A margin követelmény változásának hatása a piacra és likviditásra

A 2008-as válság felhívta a figyelmet a pénzügyi rendszer sebezhetőségére. Az elmúlt évtized szabályozási változásai eredményeképpen a központi szerződő felek (KSZF) szerepe fokozatosan megnövekedett. A novációs folyamat által a KSZF fokozza a transzparenciát, s szerepe betöltéséhez olyan pénzügyi forrásokat kell fenntartania, amikkel fedezni tudja az ügyfelek nemteljesítéséből fakadó veszteségeket. A KSZF ehhez egy többszintű garanciarendszert működtet, melynek elemei a klíringtagok által befizetett alapbiztosíték (margin), garancia alap hozzájárulás és a KSZF tőkéjének egy ilyen célból elkülönített része. Dolgozatom a hazai tőkepiacra – ezen belül a blue chipekre – és a hazai központi szerződő félre (KELER KSZF) fókuszál. Tanulmányozom, hogy milyen kapcsolat van az alapbiztosíték és a részvények piaci likviditása között, eseményelemzéssel vizsgálom, hogy az alapbiztosíték változása visszahat-e az adott eszköz árára. A szabályozás nagy hangsúlyt fektet a prociklikusság elleni védekezésre, a motivációm ezen prociklikus hatás empirikus adatokon való alátámasztása volt az elmúlt évek normál piaci körülményei között. A vizsgált időszakban az eredmények megkérdőjelezzik a margin prociklikus hatását, amit magyarázhat a KELER KSZF által alkalmazott módszertan prudenciája, vagy pedig csak az egyszerű tény, miszerint nincs ilyen fajta visszahatás a piacra.



PAPP LÁSZLÓ*pappaszlo.fakt@gmail.com*

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

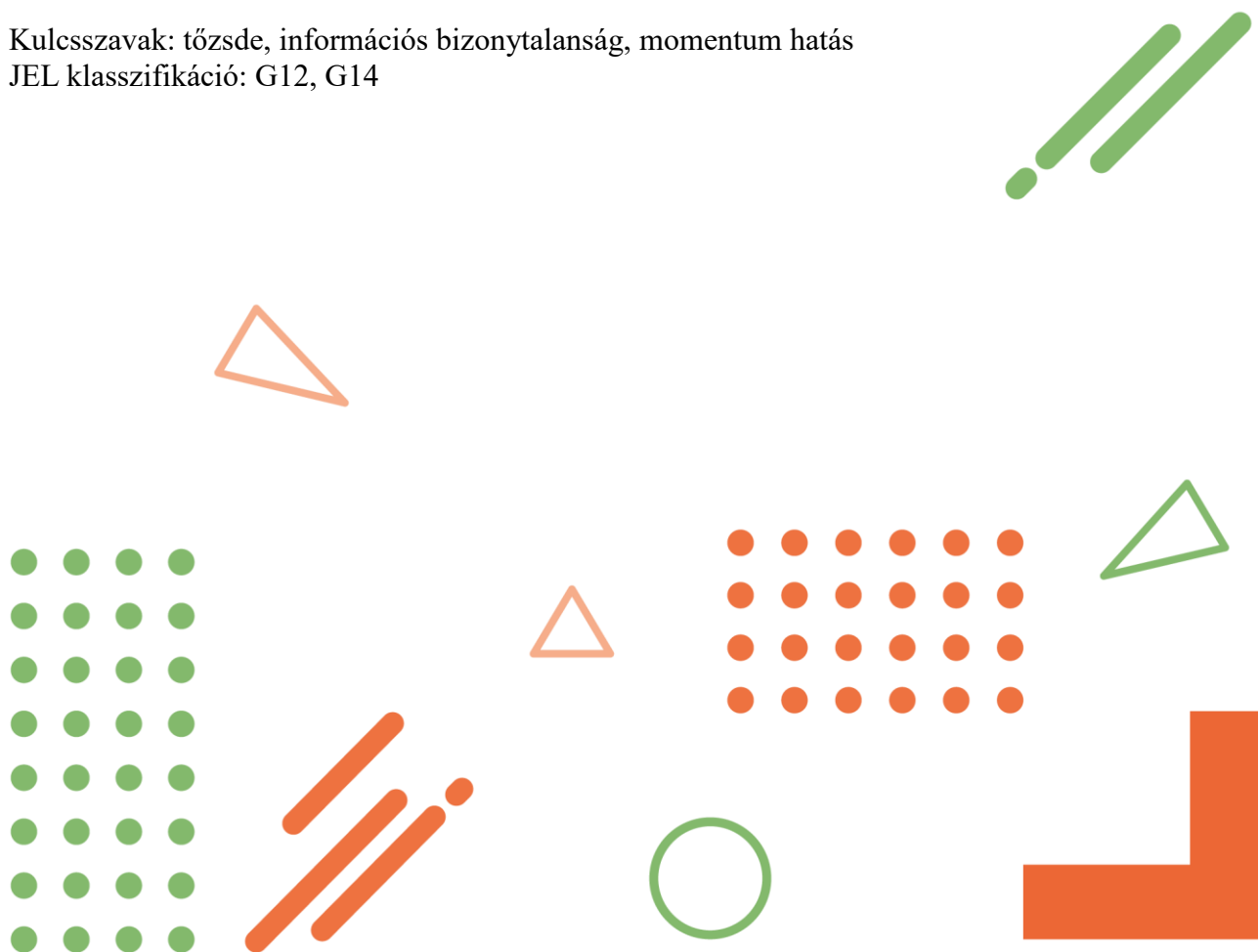
*Témavezető:
Neszveda Gábor
adjunktus, BCE KTK*

Erősebb alulreagáláshoz vezet az információs bizonytalanság?

A tanulmányom az információs bizonytalanság szerepének hatásával foglalkozik a londoni tőzsdén. Korábbi kutatások azt bizonyították, hogy információs bizonytalanság esetén jelen van momentum hatás, amiből arra lehet következtetni, hogy a kereskedők alulreagálják a híreket magas információs bizonytalanság mellett. Kutatási kérdésem az, hogy alulreagáláshoz vezet-e az információs bizonytalanság a londoni tőzsdén? A kérdésre empirikus elemzés segítségével kerestem a választ. Portfólió szintű elemzéssel, valamint Fama-MacBeth féle regresszióval vizsgáltam meg a londoni tőzsde adatait. Eredményeim ellentmondásba ütköznek az elmélettel, ugyanis nagyobb információs bizonytalanság esetén a portfólió elemzések használatánál nem szolgált szignifikáns hozamnyereséggel a momentum stratégia, valamint a Fama-MacBeth regresszió esetében ugyan az információs bizonytalanság és a momentum között szignifikáns a kapcsolat, de az eredmények azt mutatják meg, hogy minél kisebb a bizonytalanság, annál kifizetődőbb a momentum stratégia.

Kulcsszavak: tőzsde, információs bizonytalanság, momentum hatás

JEL klasszifikáció: G12, G14



PREPUK ANDREA

prepuk.andrea@gmail.com

Pénzügy mesterszak

MSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Váradi Kata

egyetemi docens, BCE GTK

Együtt boldogabb? Az alapbiztosíték és a garancia alap méretének és felépítésének vizsgálata elkülönített és egyesített tőkepiaci elszámolások esetén

A 2008-as válság számos olyan jogszabályt hívott életre, melyek célja a pénzügyi rendszer stabilitásának és átláthatóságának növelése. A központi szerződő felek (KSZF) jelentősége ekkor ugrott meg. Szerepük a pénzügyi piacokon az, hogy a novációnak nevezett folyamat révén átvállalják a kereskedés során felmerülő partnerkockázatokat. Ennek érdekében a KSZF-eknek olyan pénzügyi forrásokat kell fenntartaniuk, amelyek egy klíringtag nemteljesítése esetén elegendőek ahhoz, hogy fedezzék a felmerülő veszteségeket.

A dolgozat a KSZF-ek által működtetett garancia rendszer két elemére, az alapbiztosítéki követelmény és a garancia alap felépítésére, méretére, és utóbbi meghatározására szolgáló stressz tesztekre fókuszál. A dolgozat ennek két lehetséges struktúráját mutatja be az alapbiztosíték és a garancia alap méretét, valamint a klíringtagok közötti keresztgaranciát elemezve abban az esetben, amikor egyesített, illetve amikor elkülönített garancia alap vonatkozik a spot és derivatív piacokra. Ha elszámolás szempontjából összekapcsoljuk az azonnali és származékos piacokat, akkor a KSZF-nek lehetősége van alacsonyabb marginkövetelményt támasztani klíringtagjai felé. Ezzel forrást hagy partnereinél, élénkítheti a piaci likviditást, és emelkedhetnek a bevételei. Ezzel párhuzamosan viszont csökkenhet az ellenállóképessége nem várt, extrém piaci események hatásaival szemben. Az alacsony marginkövetelményt ellensúlyozza a garancia alap: mérete jellemzően nagyobb abban az esetben, amikor a garancia rendszer közös a spot és derivatív piacokra. Az alapvetően különálló elszámolások egyesítésével növekszik a keresztgarancia mértéke, hiszen ekkor a vétkes fél kisebb arányban felel saját biztosítékaival a nemteljesítése okozta veszteségekért és nagyobb arányban finanszírozzák a károkat a vétlen tagok.

Azok számára, akik csak a spot piacon vannak jelen, az egyesített garancia alap nem előnyös, míg azok a klíringtagok, akik a derivatív piacon is kereskednek, haszonélvezői az egyesítésnek.

TEREMY ZSOMBOR

teremyz21@gmail.com

Pénzügy

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Badics Milán Csaba
tanársegéd, BCE GTK*

Connectedness of Financial Markets and Real Economies – Analysis of Yield Curve Factors and Commodity Markets

Commodity markets have a special attention within the topic of financial connectedness due to their direct links to the real economy and central role among markets. Many countries are dependent on goods that are important element of their production or export activity. If the natural operation of these markets is changed abruptly then the stability of economies can be in danger. My paper investigated the connectedness between commodities and yield curve factors as level, slope and curvature by U.S., United Kingdom, France, Germany, Norway, Japan and Australia from 2000 to 2020. The commodity group consisted of crude oil, heating oil, wheat, corn, copper, aluminum, silver and gold. An emphasis was put on the nature of connections between financial variables whether those linear or non-linear. My finding is that both types of relations react intensively to the shocks. Commodities work as a catalyst in the system and behave sensitively to the raised information flow in the system. Those exploited more connection during shocks than the other three groups. Furthermore, the nature of their outgoing links is mainly non-linear, but those internal connections mainly are dominated by linear edges. Additionally, during hard times the magnitude of the number of non-linear links increase. By different factors the different crises can have a different effect because the Great Financial Crisis caused the increase in the proportion of non-linear links until the European Sovereign Debt Crisis favored the number of linear links. It means that one must consider that different shocks can cause the increase in the proportion various types of links by different financial assets. To obtain these results, the three factors yield curve decomposition was applied. The pairwise linear and non-linear connections are identified by Granger causality and transfer entropy, respectively. Based on these results, networks are built up where one edge is equal to one significant relation between two time series. Static analysis is done for the whole, pre-crisis, crisis and post-crisis periods and it is extended by dynamic analysis using rolling window technique.

TÓTH MÁTÉ

mtth206@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:

Balázné dr. Lendvai Marietta

főiskolai docens, PE GKZ

Felelős befektetések a mérlegen

A gazdaság mechanizmusa szoros összefüggésben áll az utóbbi években tapasztalt drasztikus környezeti változásokkal, klímavész helyzettel. A pénzügyi szolgáltató szektor, ezen belül is a bankrendszer stratégiai kihívásai közé tartozik a digitális transzformáció, illetve a fenntartható és felelős szemlélet jegyében működtetett üzleti modell, amelynél fontosak a profiton túli társadalmi és környezeti kihívások is. A zöld finanszírozás gondolatisága a pénzügyi szolgáltatásokat egyre jobban áthatja, a nemzetközi trendek is abba az irányba mutatnak, hogy mind a tőkepiac, mind a banki és biztosítói termékportfóliók kizöldülnek, és a bankok olyan befektetéseket kínálnak, amelyek a pénzügyi kritériumokon túl erős környezeti, társadalmi és igazgatási elkötelezettséggel rendelkeznek (ESG).

A fenntartható fejlődést támogató projektek banki finanszírozása számos lehetőséget rejt a pénzügyi intézmények számára – hírnév, új ügyfélbázis, kockázatcsökkentés, jövedelmezőség növelése –, amennyiben a bankok a fenntarthatóság alappilléreit megfelelő módon integrálják működési stratégiájukba.

Pályamunkámban kitekintést teszek a nemzetközi és hazai befektetési trendekre, és részletesen bemutatom a társadalmilag felelős befektetéseket (SRI). Kutatásom legfontosabb célja, hogy mélyrehatóan elemezzem a magyar bankok azon termékkínálatát, amelyek a fenntartható fejlődés megvalósulását támogatják, valamint feltárjam a magyar lakossági bankok vonatkozásában, hogy a társadalmilag felelős befektetések (SRI) mennyire elterjedtek, mekkora népszerűséggel bírnak, illetve igénybevételük során milyen tapasztalatokat észleltek a banki tanácsadók. Ezenkívül felmérem, hogy az ügyfelek milyen szempontokat, tényezőket részesítenek előnyben egy-egy befektetési portfólió kialakítása során, illetve azt is, hogy generációs bontásban, mely korcsoport befektetési hajlandósága a legmagasabb a felelősség jegyében.

Mindezek mélyebb feltárásához és elemzéséhez kvalitatív technikával mélyinterjúkat bonyolítok le a zala megyei lakossági bankok befektetési, pénzügyi tanácsadóival, s mutatom be azok eredményeit és tapasztalatait.

VÁGÓ ÁKOS*vagoakos98@gmail.com*

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés

Osztatlan, 6. félév

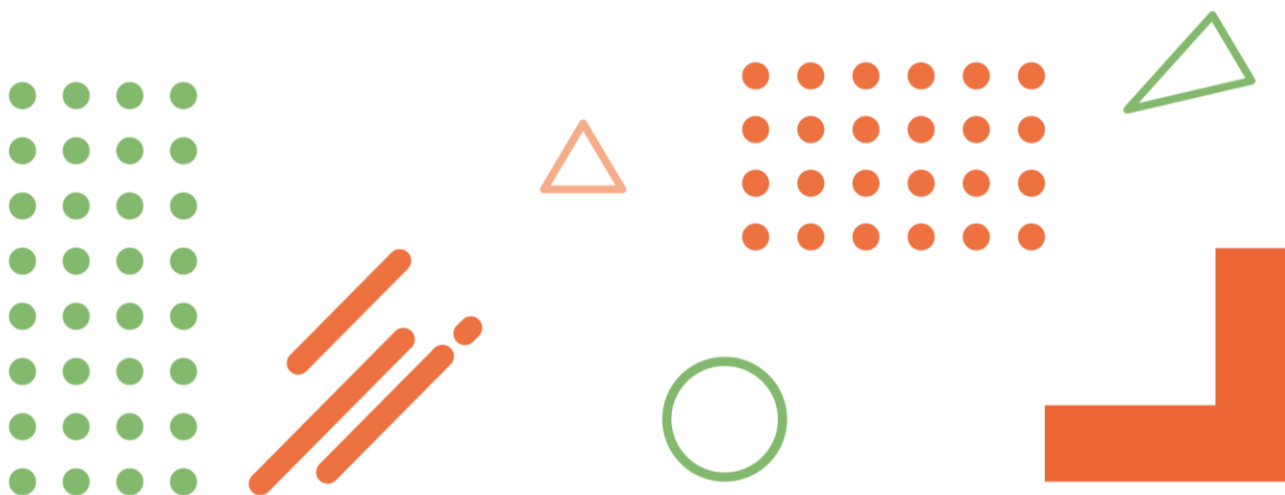
Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

*Témavezető:
Neszveda Gábor
adjunktus, BCE KTK*

Megéri-e likviditást nyújtani a magyar tőkepiacon? – A likviditás nyújtás kereskedési stratégia hozamainak vizsgálata a magyar részvényt piacon

A tanulmányban azt vizsgáltuk, hogy érhetünk-e el a magyar részvényt piacon a likviditás nyújtás stratégiát alkalmazva szignifikánsan pozitív hozamot. A likviditás nyújtás stratégiát kétféle megközelítéssel is vizsgáltuk. Az első a Fama-tól és French-től (1992) származó egyváltozós sorrendezésen alapul. Ezt a módszert gyakran alkalmazzák különböző mutatókon, faktorokon alapuló kereskedési stratégiák hozamainak tesztelésekor. A második megközelítés speciálisan a likviditás nyújtásra vonatkozik. Ezt az interpretációt többek között Lehmann (1990), Nagel (2012) illetve Hameed és Mian (2015) elemezték. A témához kapcsolódó szakirodalom szerint a likviditás nyújtás hozamai együtt mozognak a befektetői várakozásokat jellemző mutatókkal, ezek alapján kell időzítenünk. A likviditás nyújtás hozamait más tőkepiacon elemző kutatók konkrétan azt kapták, hogy pesszimista befektetői várakozások esetén érhetünk el szignifikánsan pozitív hozamot a kereskedési stratégia alkalmazásával. Ezért a befektetési stratégia hozamait mindkét felfogás esetén összehasonlítottuk különféle befektetői várakozásokat jellemző mutatókkal. Összesen 9, a befektetői vélekedéseket jellemző mutatót vettünk figyelembe, hazánkra és más országokra, országcsoportokra vonatkozókat egyaránt. A likviditás nyújtás mindkét értelmezésével a várt eredményt kaptuk, vagyis, hogy pesszimista befektetői várakozások esetén érhető el szignifikánsan pozitív hozam a stratégia alapján befektetve. A legjobb előre jelző képességgel a Magyarországra vonatkozó mutatók közül a GKI üzleti bizalmi index, a külföldre vonatkozó mutatók közül pedig a német CCI és a VIX index rendelkezik. Ez az eredmény kedvező, mert a stratégiát alkalmazó befektetők a piac működését is segítik, a tanulmányban leírtak alapján pedig pozitív hozammal tehetik ezt meg.



Tőke- és pénzpiacok – nemzetközi piacok

Elnök: Dr. habil. Kiss Gábor Dávid egyetemi docens (SZTE GTK)
Tag: Dr. Bethlendi András egyetemi docens (BME GTK)
Tag: Dr. habil. Sági Judit egyetemi docens (BGE PSZK)
Tag: Dr. Csapi Vivien adjunktus (PTE KTK)
Tag: Dr. Králik Lóránd adjunktus (RO PKE)

BIRÓ DÁNIEL*birodaniel8@gmail.com*

Biztosítás és pénzügyi matematika

MSc, 6. félév

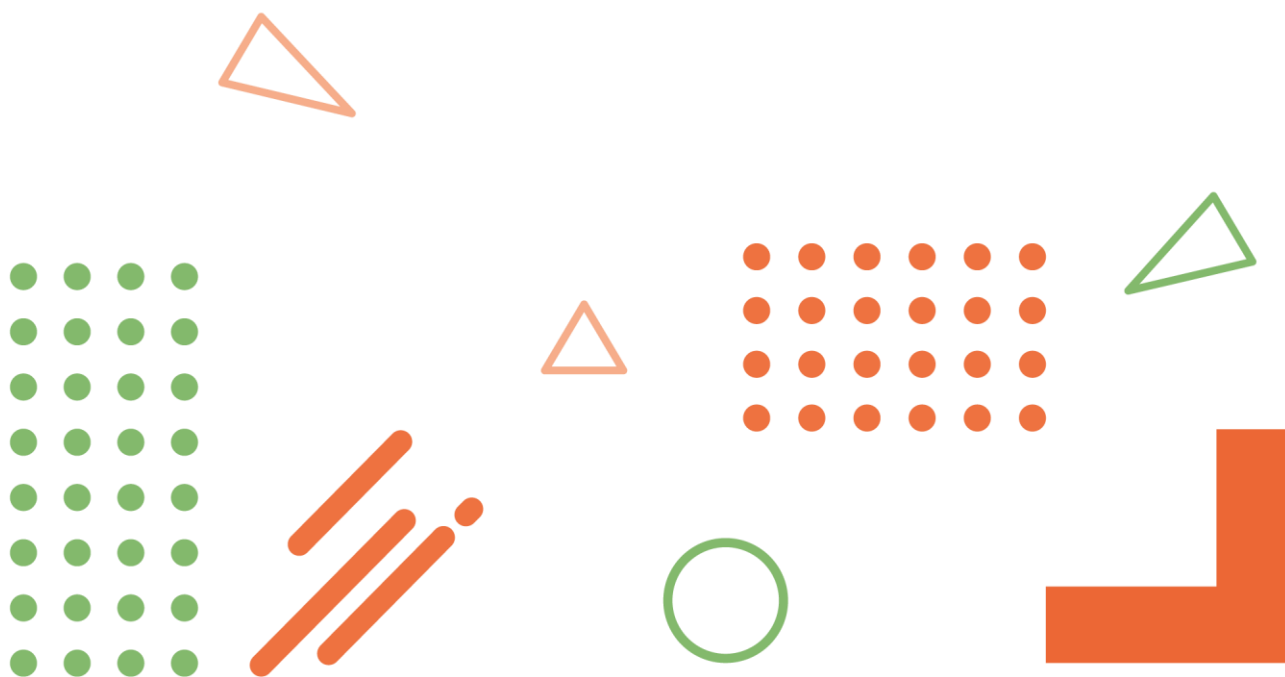
Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Badics Milán Csaba
tanársegéd, BCE GTK*

Contagion and Interdependence on the CDS Market: A Bayesian Factor Model Approach

The Credit Default Swaps played a highlighted role in the last financial and debt crises, therefore several studies have been done to understand their dynamics. After the Lehman Brothers has collapsed and the Greek debt crisis has revealed, the literature became focused on the contagion and interdependence phenomena. These concepts show how the financial markets are connected, and how these linkages are changing after different shocks occur. Our contribution to the existing literature is the application of an advanced methodology to investigate the contagion and independence effects on sovereign CDS market, namely the estimation of a Bayesian Dynamic Factor model with time-varying parameters and stochastic volatility on a large dataset containing credit spreads from 2005 to 2018 for 40 countries. In line with the existing literature, we find a high degree of commonality between the CDS spreads, while we estimate a significant global and European factor with clear economic interpretation, but no regional factor for the Latin American and Asian countries. We observe strong interdependence on the global and European credit risk market, while contagion is also present for a certain group of countries. We find contagion for Spain, Italy, and Portugal as their connectedness to the global factor is increased permanently after the global financial crisis, while a significant increase in the linkage between Eurozone member states is present during the European sovereign debt crisis, which poses interesting opportunities for future research.



CSEPREGI DÁNIEL*daniel.csepregi10@gmail.com*

Pénzügy

MSc, 5. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

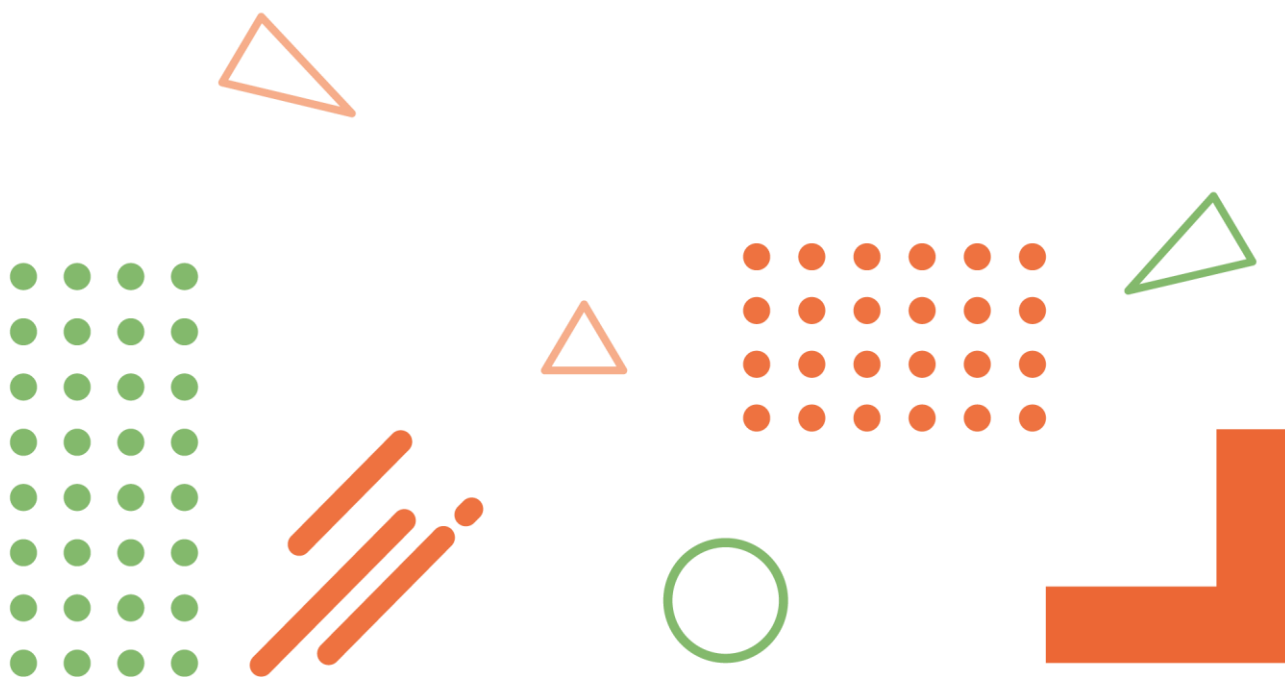
*Témavezető:
Badics Milán Csaba
tanársegéd, BCE GTK*

Residual Trading with WTI Futures Using the Four-factor Diebold-Li Method

Crude oil is an essential material for industrial production and its price is determined by geographical, political, and economic factors globally. In the literature much of interest has been paid to understand its price movements. The Author's hypothesis is that the model fitted WTI futures' residual returns might have positive autocorrelation, thus the residual momentum strategy yields surplus compared to the traditional momentum strategies. Furthermore, the author investigated whether the additional fourth factor extension to the original Diebold & Li (2006) model can be leveraged in the residual trading strategy.

The present findings confirm that the two residual trading strategies overperformed the benchmark strategies. Moreover, the fourth factor – second type of curvature – adds value to the residual trading strategy on the WTI futures as the four-factor model has the highest Sharpe ratio among the four strategies and its Sharpe ratio is 37% higher than the second best original three-factor Diebold-Li model's.

These results are derived from total 3 200 trials. The four trading models have been tested 50 times on 16 different trading scenarios. To investigate the robustness of the model, each trial started on a randomly assigned day between 1st February 1991 and 1st February 2017.



ERŐS GÁBOR

gaboreros@edu.bme.hu

Mechatronikai mérnök

MSc, 3. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gépészmérnöki Kar

Témavezető:

*Dr. Kovács Edith Alice
egyetemi docens, BME TTK*

Gazdasági válság elemzése és előre jelezhetősége a valutaárfolyamok rejtett információi alapján

A 2008-ban bekövetkezett pénzügyi válság után számos kritika érte a pénzügyi szakértőket, hogy a válság előre jelzése, illetve a védelmi stratégia kidolgozása az ő feladatuk lett volna. Ennek ellenére sokan azon az állásponton vannak, hogy a válság előre jelzése tisztán az adatok alapján nem is lett volna lehetséges. Az okok sokkal összetettebbek, melyekre választ mind a politikai, a szociológiai és a gazdasági háttér együttesében találhatunk.

Jelen kutatásban a pénzügyi krízist, illetve a kialakulásához vezető utat a valutaárfolyamok elemzésével vizsgálom meg. A feltételezésem az volt, hogy a pénzügyi válságra utaló jelek a valutaárfolyamok közti összefüggésrendszer komplex hálózatában, annak változásában fellelhetőek. A kutatásom ezen információk feltárásával, elemzésével és értelmezésével foglalkozik.

A dolgozatomban egy fejezetet szánok a releváns kutatások feltérképezésével, rövid bemutatásukkal. Majd a 2000-2019 valutaárfolyamok idősorait figyelembe véve felhasználtam, illetve kidolgoztam új matematikai modelleket az együttes elemzésükre. Ennek alapja az adatok közötti összefüggési háló, melyet kezdetben a korrelációs mátrix, majd később a pseudo eloszlás szerinti parciális korrelációs mátrix alapján építettem meg. A következtetésekhez az így megépített Markov hálózatok kvalitatív ismérveinek időbeli megváltozását vizsgáltam meg. Mindegyik modell elméleti leírása után megtalálható a valutaárfolyamokon való alkalmazása és a gazdasági mutatókkal való összevetése.

Az utolsó előtti fejezet egy kitekintést tartalmaz, amelyben a jelenlegi gazdasági állapotot tárgyalom a bevezetett modellek tükrében, amelyeket más előrejelzéssel is összevetek. A munkámat egy következtetéseket tartalmazó összefoglaló résszel zárom, melyben bemutatom az általam épített összefüggési háló jellegzetes változásait, annak információ tartalmát mind a krízis, mind az azt megelőző, mind az azt követő időszakokban.

HORVÁTH ZSÓFIA*zsofia.horvath96@gmail.com*

Pénzügy

MSc, 4. félév

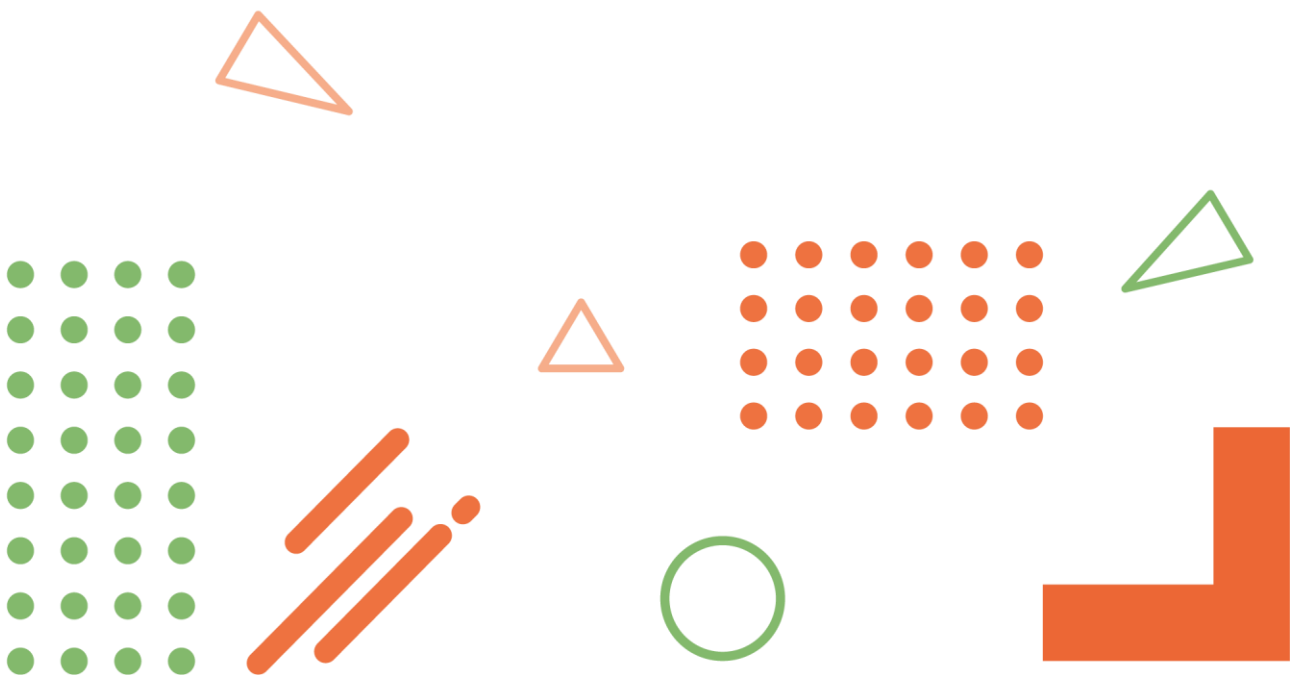
Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Neszveda Gábor
adjunktus, BCE KT*

Ha Kína köhint, a világ beteg lesz? – A koronavírus ázsiai pénzügyi piacokra gyakorolt hatása

A világ gazdasági folyamatait leginkább befolyásoló esemény napjainkban a koronavírus járvány. Dolgozatomban a járvány Kína, Szingapúr és Hong Kong tőzsdéin jegyzett vállalatok iparágainak teljesítményére gyakorolt hatását vizsgálom az eseménelemzés módszerével 2019. december 31. és 2020. április 10. között. A járvány kitörése óta eltelt időszakot öt időintervallumra bontom, majd az ezen időintervallumokban megfigyelhető kumulált abnormális hozamokat tesztelem t-próbával azok szignifikanciájának megállapítása érdekében. Két kutatási kérdést azonosítottam, az egyik, hogy az adott országban az iparágak valamelyikében megfigyelhető-e abnormális hozam, és ha igen, melyikben. A második kutatási kérdésem pedig az, hogy azonosan hatott-e a járvány Kínára, Szingapúrra és Hong Kongra. A kutatás eredményeként elmondható, hogy a vizsgált időszakban jelentős részben a veszteségek bizonyultak szignifikánsnak és azok túlnyomó többsége a 2020. március 11 és 23 közti szakaszban keletkeztek. Ezen túl a három vizsgált országot összevetve néhány iparágban azonos tendenciákat lehet azonosítani, ugyanakkor az iparágak nagy része eltérő volumenben és esetenként eltérő irányban reagált az egyes szakaszokban. A vizsgált időszak során a járvány legnagyobb vesztese az olajipar, míg egyértelmű nyertest az adatok alapján nem tudtam azonosítani.



JAKÓ FANNI

fannijako@gmail.com

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

TÖRÖK BORBÁLA CECÍLIA

torok.cili@gmail.com

Pszichológia
BSc, 6. félév

Károli Gáspár Református Egyetem
Bölcsészettudományi Kar

*Témavezető:
Madari Zoltán
tanársegéd, BCE KTK*

Az elektromos autók iparágának vizsgálata a Tesla szemszögéből

Dolgozatunkban a Tesla árfolyamát és hozamát vizsgáljuk abból a szempontból, hogy milyen kapcsolatban van a versenytársaival, és hogy hatással vannak-e rá a médiában megjelent hírek és azok hangulatai. A téma aktualitását mutatja, hogy az elmúlt évben szinte nem telt egy úgy hónap, hogy ne jelent volna meg a vállalat vagy Elon Musk a vezető híroldalak címlapján. Emellett erősíti a médiafigyelmet az, hogy a vállalat a figyelem középpontjában álló New Yorki tőzsdén jegyzett.

Első kutatási kérdésünk arra vonatkozik, hogy milyen kapcsolat fedezhető fel a NASDAQ, a BMW, a BRENT olaj és a Tesla volatilitása között. Hipotézisünk szerint az olaj esetében tapasztalt magasabb volatilitású időszak az autók piacán alacsonyabb volatilitású időszakot eredményez, hiszen a versenytársak működési feltételeit bizonytalanabbá teszi. A T-GARCH in mean modellből becsült volatilitásokra illesztünk VECM modellt, ennek segítségével modellezzük a volatilitások kapcsolatát. Eredményeink alapján a volatilitások között felfedezhető a hosszú távú kapcsolat, az idősorok kointegráltak, valamint a feltételezett negatív kapcsolat kimutatható.

Második kutatási kérdésünk arra vonatkozik, hogy milyen hatással vannak a Tesla árfolyamára a vállalattal kapcsolatban megjelent hírek és azok hangulatai. Hipotézisünk szerint a pozitív és a negatív hírek is hatással vannak az árfolyamra, azonban a negatív hírek hatása nagyobb. A hírek befolyásoló erejét kétféleképpen vizsgáljuk. T-GARCH in mean modellt alkalmazunk, hogy a hozam előrejelzésétől való eltérések hatását vizsgáljuk, a médiában megjelent hírek hangulatát szövegelemzéssel állapítjuk meg, majd ezt használjuk külső változóként a modellekben. Eredményeink alapján a GARCH modellben magyarázó erővel bír a jelzett volatilitás és a hírek hatása is. A pozitív és a negatív hírek eltérő hatása az árfolyamon azonban nem kimutatható. A médiában megjelent hírek magyarázó erővel bírnak a hozam tekintetében, azonban a híreknek nem az abszolút szintje, hanem az előző napi értékhez viszonyított változás a mérvadó.

Kulcsszavak: Tesla, GARCH, volatilitás, hírhatás, kilátáselemzés
JEL-kódok: C32, L62

JUHÁSZ KRISTÓF ATTILA

juhasz.kristof@heller.uni-corvinus.hu

Pénzügy mesterszak

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Badics Milán Csaba
tanársegéd, BCE GTK*

Stock Market Prediction Using Google Trends Data

Since the 2000s sentiment analysis is getting a more and more popular field of research in many areas. My paper examines whether measuring investor attention has a place amongst the investment decision-supporting tools as well. Based on the research of Preis et al. (2013) I will be conducting a case study on how effectively Google search volume could be utilized for stock market predictions. Also, my intention is to create a well-documented and reliable methodology for this fairly new type of prediction technique. While developing my modeling framework, I thoroughly analyze the possibly untouched limitations and overlooked biases involved in the seminal article, and shape a prudent framework for my research accordingly, supported by other best practice examples from this area. To prove the validity of my model (and its results), I will also perform a robustness testing in the end. Finally, I will be listing several points and recommendations which should be considered if one decides to utilize the model in real-time day-to-day trading.



KISS DOMONKOS

kissdomonkos1@gmail.com

Pénzügy

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Badics Milán Csaba
tanársegéd, BCE KTK*

Applying Time Series Momentum and Moving Average Indicators in a Hybrid ANN and ARX Model to Forecast Cryptocurrency and Commodity Returns

The popularity of commodities and cryptocurrencies in trading has rapidly increased recently, and a large number of studies examined their price dynamics. However, due to their unique characteristics, it is very challenging to forecast the time series of these asset classes. Previous studies have suggested that both commodity and cryptocurrency prices are prone to contain a considerable speculative component and bubble-like behavior. Technical indicators that are based on a security's past returns are often used to capture these characteristics. Therefore, in this paper time series momentum (TSMOM) and moving average indicators are used to forecast commodity and cryptocurrency returns. However, unlike in Moskowitz, Ooi, and Pedersen (2012)'s and Huang et al. (2020)'s study, several MA and TSMOM indicators for different time horizons are applied simultaneously. Multiple indicators are applied in three different models, in a simple multivariate ARX, in an ANN, and in a hybrid method in order to find out whether each of these models can capture a time series momentum effect that is more complex than a one-year TSMOM signal in a linear model. The results suggest that whereas the predictive power of the ARX and the hybrid model decreases when more than just a 1-year time series momentum is used as input, on some of the assets the ANN can uncover more complex TSMOM effect and hence provide a better predictive ability than a simple univariate time series regression.

LÁNG ANDRÁS

andras.lang6500@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. Vallyon Andrea

főiskolai docens, BGE KKK

Uber IPO elemzése

Dolgozatomban az Uber cégértékét vizsgálom a tőzsdére vezetésének pillanatában különböző vállalatértékelési módszerek segítségével. Mivel egyre több és több újonnan tőzsdére bevezetett vállalat kerül a piacra, ez a téma manapság kiemelt fontosságú. Sok befektető számára az IPO (elsődleges részvénykibocsátású) vállalatok érzékeny terület, mivel ilyenkor kerül az adott cég a nagyközönség elé, azaz lehull a lepel. Ilyenkor derül ki, hogy a piac hogyan reagál a cég helyzetére, ez valószínűleg szélsőséges eseteket eredményez. A piac vagy jelentősen túlárzza az adott papír részvényét, vagy az ellenkezőjét teszi. Ez függ a cég profiljától, hogy mennyire kap figyelmet és az adott piaci hangulattól is. Például, ha a szabályozott pénzügyi szektorban történik a tőzsdére való bevezetés, melyben számos szereplő található, a piac könnyen be tudja árazni az adott bank új papírját. Ha viszont egy innovatív startup vállalatnak – amely egy teljesen új szektort képez – történik a bevezetése, a piac nem tudja hova tenni, így előfordulhat az is, hogy az árfolyama akár évekig bolyong. Az elemzőknek ez nagy fejtörést okoz, mivel nincs múltbéli árfolyam, nem tudják a szektorban lévő cégekkel összehasonlítani, ráadásul egy tipikus startup cégnek növekedési szakaszában negatívak a bevételei, illetve a cash flow-i, ezért sok befektetési vállalkozás kimarad ezen részvények megvásárlásából. Ez okokból kifolyólag egy IPO értékelése számos befektetési lehetőséget és magas hozampotenciált hordoz magában, ha azt megfelelő módszerekkel és kellő odafigyeléssel viszi véghez az adott elemző. Az Uber különleges helyzete miatt (negatív hozamok, összehasonlíthatóság hiánya) a DCF hagyományos módszerei helyett innovatívabb megoldásokat kell keresni, annak érdekében, hogy az elemzés realisabb képet nyújtson a vállalat értékéről.

Így kutatásomban az alábbi kérdésekre keresem a választ:

- Milyen módszerek szükségesek egy IPO vállalat értékeléséhez?
- Miben tér el egy IPO vállalat értékelése egy rég óta tőzsdén lévő cégtől?
- Miért nem tanácsos számviteli adatok alapján értékelni?

Hipotézisem pedig a következő:

A vállalat túlzott népszerűsége miatt a bevezetési árfolyama jóval magasabb az Uber tényleges értékéhez képest.

Ezt igazolja az elemzésem, amely szerint az Uber cégértéke tőzsdére való bevezetésekor 60 milliárd dollárt ér, ami 35 dolláros részvényenkénti értéknek felel meg. Ez 22%-kal alacsonyabb, mint a cég első tőzsdei napján jegyzett árfolyama.

MOLNÁR ALBERT

treblaranlom@gmail.com

Műszaki menedzser

BSc, 5. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:

*Dr. habil. Csiszárík-Kocsir Ágnes
egyetemi docens, ÓE KGK*

Forecasting Financial Crises-How Global Economies Cope with Modern Recessions

In recent months the global economy has witnessed the sharpest economic contraction since the Great Depression due to significant supply chain disruptions, lockdowns caused by the COVID-19 crisis. Indeed, as Nassim Nicholas Taleb put it – the “Black Swan” has struck. While the governments worldwide are using monetary and fiscal stimuli on unprecedented scales pushing debt to GDP ratios well over one hundred percent, bankruptcies, layoffs are still at historically high levels. Global supply chains have shattered, lockdowns have frozen economies, and while new vaccine tests generate some optimism among the public, there is still a long way ahead before the global economy can fully recover from the crisis.

It is well known that some economic and sociological indicators have the property of predicting specific macroeconomic trends. So far, research papers have been studying the quality of those indicators through their signal-to-noise ratio. This research paper shall examine the predictive power of economic indicators with a cross-correlational analysis and a threshold signaling indicator method. By determining the cycle shifts between two time-series, the research paper demonstrates its novelty. Furthermore, the research paper features an accurate and up-to-date description of the current macroeconomic environment, thereby enhancing the scope of the study. In retrospect, together with a detailed description and critique of the method provided, it was found that, regardless of its inherent disadvantages, the cross-spectral analysis could be successful in measuring the timeframe between the leading indicator giving off a signal and the crisis happening, thus enabling governments to act upon the matter. Additionally, the Hungarian economic research community, in particular, must take into account the applicability of the method in the national EWS.

For the analysis to be complete, we must address the following questions: was the pandemic a cause or a mere trigger of the near financial collapse? Is it possible to have a universal set of economic indicators based on which macroeconomic trends are predicted? How accurately can we forecast a possible recession based on the proposed cross-correlation method? What are other ways of qualitative and quantitative modeling of indicators?

The contribution of such a research paper would be that of an independent forecasting system that would give an estimate of the likelihood of a recession.

STEMPLER BALÁZS*stemplerbalazs@gmail.com*

Pénzügy

MSc, 3. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

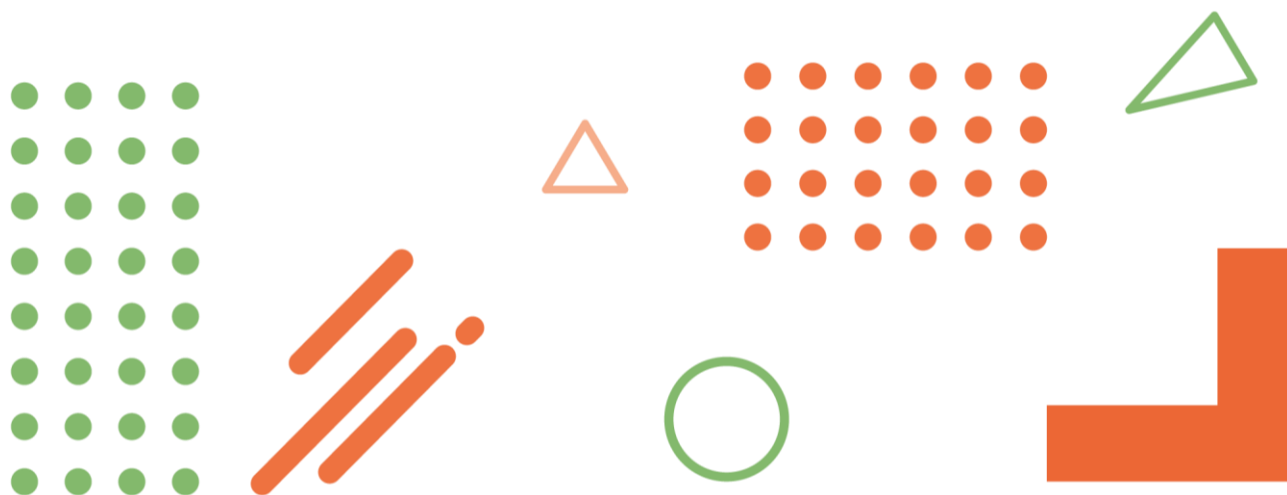
*Témavezető:
Póra András
tanársegéd, BME GTK*

Smart Green Investing: How to Make Sustainability a More Profitable Choice

ESG investments have been growing in popularity in recent years. However, my hypothesis is that the range of valuable investment products available could still be widened. After having examined the potential advantages and disadvantages of such investments, I found that one possible approach would be the combination of ESG ratings and the smart beta strategy which modifies an index based on a factor; thus, it contains elements from both active and passive fund management. I refer to this method as Smart Green Investing.

The theoretical funds created in this paper with such method achieved a return of 50.98 percent and 59.24 percent in the period between 2015 and 2019, while the benchmark EURO STOXX 50 could only provide a 19.03 percent profit for investors during the five-year period. Based on this finding I examined indices from different continents and found significant differences between developed and emerging markets, not necessarily in terms of returns but regarding the availability of data and the average ESG rating of components. The benchmarks were outperformed by the Smart Green funds three times out of the four cases, and in the year when the general market was falling, all benchmarks were beaten.

Smart beta allows fund managers to offer new products for their clients, while due to the characteristics of the approach, the construction and the management of such funds are not as costly as those of actively managed funds, making Smart Green Investing an attractive option for both parties. It was also identified that currently in Hungary the possibilities for sustainable investment are limited but with the suggested approach, new investors could be lured in by funds.



TILL GÁBOR

gabort.255@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Neszveda Gábor
adjunktus, BCE KTK*

Az árfolyam-nyereség arány szerepe a német tőzsdei kereskedésben

A részvényárfolyamok bolyongásának a megértése, illetve a hozamok előrejelzése képi a pénzügyi elemzés mozgatórugóját. Rendkívül elterjedt módszer a hozam és a kockázat kapcsolatának megmagyarázására a historikus hozamok extrapolációja, azaz a CAPM (Capital Asset Pricing Model). A modellt azonban számtalan előnye és szokásos használta ellenére az empirikus adatok megcáfolják, így a részvényhozamok mögött rejlő adatgeneráló folyamat máig vitatott. Többek közt a modern pénzügyi közgazdaságtanban ez okból születtek meg a faktormodellek, amelyeket már a múltbeli adatok jobban alátámasztanak.

A tanulmány arra a kérdésre keresi a választ, hogy a frankfurti értékpapírpiacra az egyik legrégebbi eredményességi mutató, az árfolyam-nyereség arány szignifikáns magyarázóerővel bír-e a hozamok előrejelzésében. A vizsgálatkor kontrolláltam az irodalomban elfogadott Fama-French-Carhart-féle négy faktorra (BETA, SIZE, BTM, MOM), továbbá a P/E ráta teljesítményét időszakos bontásban is számszerűsítettem. Az empirikus teszteléshez a Deutsche Börse AG. harminc éves panel adatbázisán először egyváltozós-, majd kétváltozós sorbarendezést hajtottam végre, amelyek portfóliósinten tesztelik a bemutatott változókat. Ezenkívül Fama-MacBeth részvény szintű regressziókat is futtatam, hogy biztosan meggyőződjek arról, hogy nem egy másik ismert összefüggés átgyűrűző hatását fedeztem fel az árfolyam-nyereség arány faktorban.

Végeredményeim szerint a P/E ráta szerepe a hozamok tekintetében statisztikai és gazdasági értelemben is rendkívül erős prediktív erővel bír. A mutató magyarázóereje az ismert faktorokra kontrollálva sem csökken, sőt az ár-érték arányt megragadó mutató tovább javítja a szokásos modellek regressziós egyenesének illeszkedését. A P/E rátán alapuló kereskedési stratégia időszakos bontásban a volatilis válság időszakot leszámítva minden időszakban erősen szignifikáns hozamot generált, amely napjainkra az automatizált kereskedés tényerése miatt enyhén veszített jövedelmezőségéből.

Kulcsszavak: Fama-French-Carhart-féle négy faktor, Németország, P/E.

TIMÁR BARNABÁS

tbarna119@gmail.com

Gazdaságinformatikus

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Neszveda Gábor
adjunktus, BCE KT*

A jól menedzselt cégek valóban jobb hozamot biztosítanak? (Faktormodellek a londoni tőzsdén)

A tanulmányban két alapvető kérdésre kerestem a választ, arra, hogy hogyan modellezhető a londoni tőzsde működése (működnek-e az egyszerűbb faktormodellek)? Illetve, hogy a jól menedzseltnek tekinthető cégek valóban jobb hozamot hoznak-e?

A kérdéseket a faktormodelleken keresztül elemzem a tanulmányban, az irodalomban elfogadott módszertan segítségével. Melyek az egyváltozós sorbarendezés, a kétváltozós sorbarendezés és a Fama-MecBeth regresszió. Ezek a vizsgálatok egy átfogó képet biztosítanak a kérdéskörrel, ezen felül külön vizsgálom a 2008-as válság időszakát is. Az elvégzett vizsgálatok alapján a következőket kaptam eredményül: Az első kérdésre válaszként elmondható, hogy a CAPM modell működését és alapvető állításait sikerült megcáfolnom, így kijelenthető, hogy nem működik a londoni tőzsdén. Ezt az állítást azzal tudom alátámasztani, hogy a bétát semmilyen formában nem találtam szignifikáns magyarázó változónak, továbbá az elért többlet hozamokat sem tudta a CAPM magyarázni. A faktorok már ennél jobb előrejelzők, a piaci méret (Size) önmagában nem szignifikáns, de a legtöbb esetben hasznos eleme a modelleknek. A könyvszerinti érték és piaciérték hányadosa (B/M) szignifikáns. A momentum (MOM) hatás is egyértelműen megfelel a várakozásoknak és szignifikáns. A Novy-Marx [2013] tanulmányban leírt bruttó jövedelmezőség (Gross profitability) is szignifikánsnak tekinthető, de fontos a momentum és a ROE hatásától külön választani. A sajáttőke arányos nyereség (ROE) magában ugyan nem minden esetben rendelkezik szignifikáns magyarázó erővel mégis biztosan több mint a pusztán véletlen hatása. Ezekkel a faktorokkal már jobban előrejelezhetők a jövőhavihozamok a vizsgált időszakban. A második kérdésre, a bruttó eredményezőségi mutatóra épülő kereskedési stratégián elérhető szignifikáns pozitív hozam tükrében elfogadhatjuk a hipotézist, hogy a jól menedzselt cégek jobb hozamot hoznak. A sajáttőke arányos nyereség (ROE) alapján képzett portfóliók esetében is valamelyest kimutatható extra profit és az egyéb tényezők, a hozamok és a sajáttőke arányos nyereség közötti kapcsolat bizonyítást nyert. Ezek is megerősítik a hipotézis elfogadását. Azonban ebben az esetben ez nem olyan egyértelmű, mint a bruttó jövedelmezőség tekintetében.

A válság időszakának külön való vizsgálata is alátámasztja az eddigi eredményeket és rámutat arra, hogy ilyen időszakokban még fontosabbak a vizsgált mutatók.

VAJDICS ATTILA

attila.vajdics4@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 3. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Bugár Gyöngyi

egyetemi docens, PTE KTK

Mennyiségi enyhítés hatása a Dow Jones ipari átlagon a kockázatelemzés szemszögéből

A dolgozatomban a mennyiségi enyhítés hatásait vizsgáltam a Dow Jones Ipari Átlagon a kockázati tényezőire koncentrálva. Különös tekintettel a VaR sokkokra, vagyis a piaci veszteségek hirtelen és nagymértékű megnövekedésére rövid időtáv alatt. Továbbá arra, hogy a pénzügyi kockázatelemzés népszerű mutatói, hogy alkalmazhatóak ilyen szokatlan gazdasági helyzetben.

A számításokhoz szükséges adatokat a www.finance.yahoo.com-ról töltöttem le 1000 napra visszamenőleg. A hagyományos makrogazdasági mutatók (infláció, munkanélküliség, államadósság) helyett a Dow Jones Ipari Index hozamsorát vizsgáltam. Azért ezt használtam, mert tulajdonságait tekintve alkalmazhatók rá ezek a mutatók és jellegéből adódóan maga is makrogazdasági mutatóként szolgál. A továbbiakban pedig a logaritmikus megtérülések alapján számoltam, mivel, ha egy idősort követő adatok viselkedésére vagyunk kíváncsiak, akkor ez a fajta a kedvező a logaritmus függvény tulajdonságai miatt. Ezeket a pénzügyi matematika kockázati mutatóival (VaR, CVaR) vizsgáltam. Kezdetben egy egyszerű kvantilis számításra alapuló historikus megközelítéssel. Majd pedig a paraméteres, normális eloszláson alapuló változatokkal. Végül pedig a szokatlan piaci helyzetre való tekintettel, a normális eloszlástól elszakadva, a Cornish-Fisher expanzió alapuló momentum számítási módszerrel. Kezdetben bemutattam a „traffic light” tesztet, a saját mintaméretemhez igazítva. Ez egy egyszerű és egyértelmű binomiális eloszláson alapuló módszer. Majd pedig a Join tesztet használtam, ami a függetlenségi teszt egy megújított változata. Azért ezt választottam, mert nagy mintaméret esetén ez megfelelő, azonban további probléma volt a függetlenségi tesztnek megfelelni a szokatlan helyzetre való tekintettel. Mivel emiatt a kivételek többsége egymáshoz közel, koncentráltan fordult elő.

Arra jutottam, hogy szokatlan gazdasági helyzetben a historikus adatokon alapuló 99%-os konfidenciaszintű VaR jobb, mint a hagyományos normális eloszláson alapuló paraméteres verziója. Továbbá, hogy a Cornish-Fisher expanzió alapuló CVaR kifejezetten alkalmas a VaR sokkok mérésére/előrejelzésére. Bár a dolgozat nem a modellek validációjára koncentrál azonban fontos észben tartani, hogy egyfajta teszt egyfajta tulajdonságot mér. Illetve, hogy a validáció különösen nehéz ilyen szokatlan helyzetben. Mindezeket saját számpéldákon keresztül mutattam be.

VARGA MARCELL

varga.marcell96@gmail.com

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Neszveda Gábor
tanársegéd, BCE KTK*

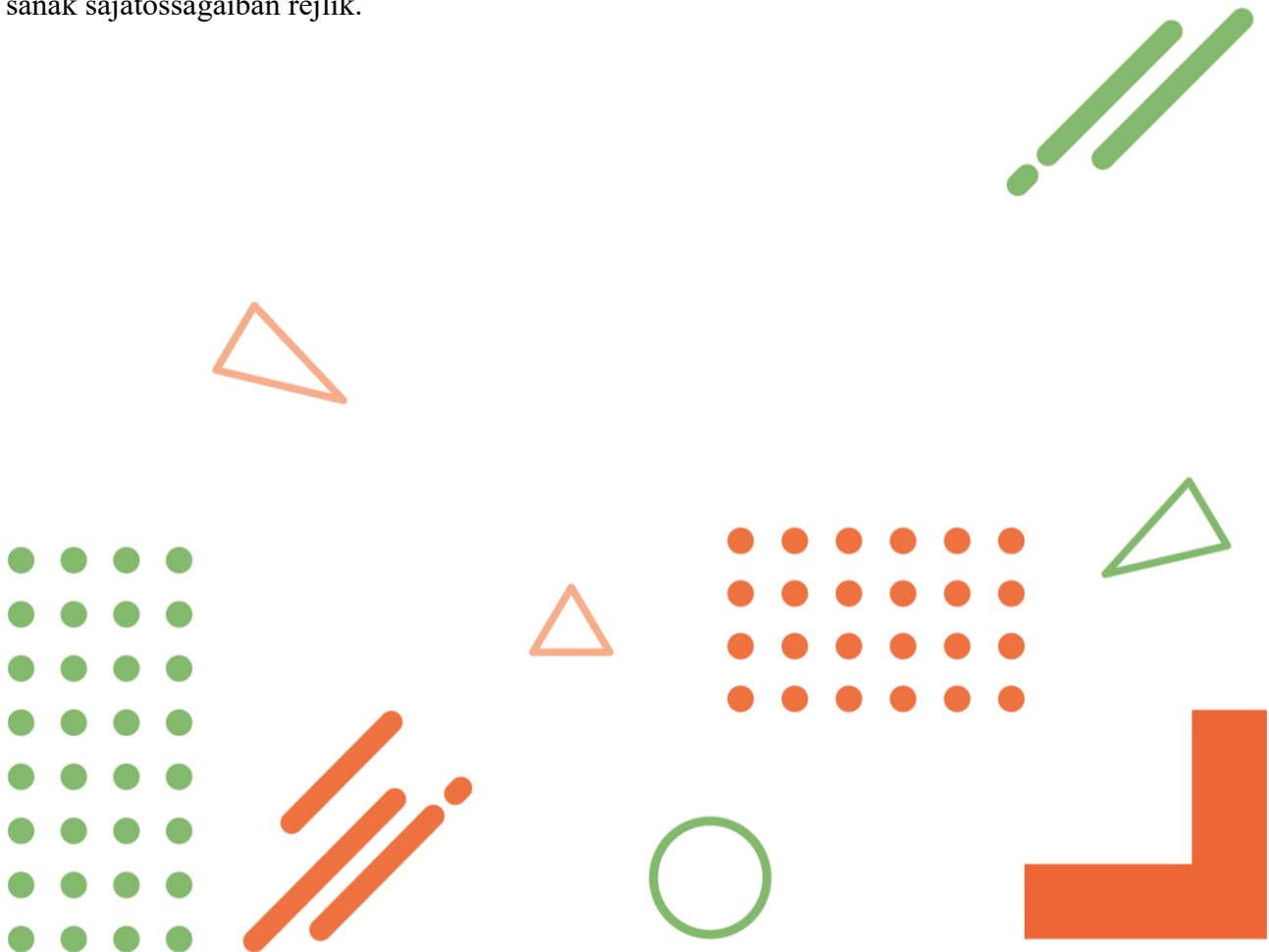
A kutatás-fejlesztés abnormális részvényhozamokra gyakorolt hatásának vizsgálata Kína értéktőzsdén

Tanulmányom során a 2009 és 2017 közötti időszakban vizsgálom a Shanghai- és Shenzeni Értéktőzsdén jegyzett részvények hozamait. Arra a kérdésre keresem a választ, hogy hogyan alakultak a rövid-, és hosszú távú részvényhozamok annak függvényében, hogy az adott vállalat mennyi pénzt költött kutatás-fejlesztésre. A szükséges adatokat a Datastream adatbázisból értem el, amelyeken egyváltozós-, és kétváltozós portfóliószintű analízissel, Fama-French [1996] modellel, valamint Fama-MacBeht [1973] regressziókkal végeztem el az elemzést. Az empirikus tesztek alapján konzisztens bizonyítékot találtam arra, hogy a vizsgált időszakban mind rövid-, mind pedig hosszú távon átlagosan szignifikánsan pozitív többlethozamot értek azon vállalatok részvényei, amelyek a könyv szerinti értékükhöz képest relatíve sokat költöttek kutatás-fejlesztésre. A piaci méret, a könyv szerinti érték / piaci érték hányados, a likviditás, a piaci béta, és a momentum változók segítségével azt is megmutattam, hogy ez a hatás teljes egészében nem magyarázható más tényezőkkel.

Az eredmények szerint átlagosan megéri nagy összegű kutatás-fejlesztésbe fektetni a vállalatoknak, ugyanis ez egyedi pozitív hatást gyakorol a várható többlethozamokra, ami vonzóvá teszi a vállalat részvényeit a befektetők számára, és a vállalat értékét is növeli. Ugyanakkor a fejlesztés kockázatos, így az ebbe fektetett pénz nem minden vállalatnál térül meg, és a megtérülések nagysága is kérdéses, valamint a különböző iparágak között is nagy különbségek lehetnek. Mindazonáltal a vizsgált időszakban a vállalatok kutatás-fejlesztési tevékenysége átlagosan pozitív hatást gyakorolt a részvényhozamokra.

VARKOLY ÁDÁM*adam.varkoly98@gmail.com*Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
BSc, 6. félévBudapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi Kar*Témavezető:
Neszveda Gábor
adjunktus, BCE***A MAX előrejelző képessége a kínai piacon és a publikáció hatása erre**

Bali et al. [2011] tanulmánya megmutatta, hogy az amerikai piacon negatív és szignifikáns reláció van az elmúlt havi maximális napi hozam (MAX) és a várható részvényhozamok között. Ebben a tanulmányban Nartea et al. [2017] -hoz hasonlóan ezt a hatást vizsgálom a kínai piacon és azt találok, hogy ott is fennáll. Az átlagos nyers és korigált hozamkülönbségek az első és tízedik MAX decilist alkotó részvények között egyenlően súlyozott portfóliókra meghaladják az 1%-ot havonta. Az eredmények szignifikánsak maradnak miután a kétváltozós sorbarendezés módszerével, valamint a Fama-MacBeth [1973] regressziók segítségével is kontrollálok a legismertebb kontrollváltozókra. Kutatási kérdésem, hogy eltűnik-e a MAX hatás az öt publikáló cikk megjelenése után, valamint ha nem akkor gyengül-e, esetleg elveszti szignifikanciáját? Megvizsgálom miként hat a MAX faktor magyarázó képességére az öt publikáló cikk megjelenése, és azt találok, hogy a kínai piacon nem befolyásolja a hatást a publikáció. Ennek több oka is lehet, de legvalószínűbb magyarázata a kínai piac szabályozásának sajátosságaiban rejlik.



Turizmus – a turizmus tendenciái

Elnök: Dr. Happ Éva egyetemi docens (SZE KGK)
Társelnök: Dr. Kóródi Márta főiskolai tanár (DE)
Tag: Dr. Lőrincz Katalin egyetemi docens (PE)
Tag: Dr. Zsarnóczky Martin egyetemi docens (KJE)

DEME GYÖNGYI

demegyongyi@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Jászberényi Melinda
egyetemi docens, BCE GTK

A Z generáció szabadidős utazóként a légi közlekedésben

Turizmus-vendéglátás szakos hallgatóként, Z generációs fiatalként számomra vonzó és izgalmas a repülés, a légi közlekedés.

A dolgozatban a légi személyszállítással, ezen belül is, a Z generáció tagjainak szabadidős utazási szokásaival foglalkozom, vizsgálom ennek a korosztálynak a repüléshez való viszonyát, preferenciáit. A téma fókuszában a világszerte növekvő környezettudatossági szempontok kerültek. Mennyire lényeges szempont a fiatalok számára ez, tudatosult-e bennük, amikor utaznak szabadidejükben. A dolgozat elkészítése közben megjelenő COVID-19 világjárvány némileg változtatott az eredeti terven. Mivel a világgazdaság szereplői közül elsőként a légi közlekedést bénította meg a járvány ezért mindenképpen foglalkozni kell vele. Az ezzel kapcsolatos statisztikai adatok és hatások ismertetése is az értekezés tartalma. Ez kiemelt jelentőségű, hiszen ma 2020. április 20-án a turizmus átmenetileg szinte teljesen megszűnt. Nincs légi közlekedés, bezártak a repülőterek, szállodák. Rengeteg szolgáltató ment már csődbe és vált helyzete és jövője kilátástalanná. Nagyon sok dolgozó vesztette el a munkahelyét ebben az ágazatban. Pontosan senki sem tudja mi lesz ezután, hogyan változik meg globálisan a turizmus. Azért ezt a kutatási témát választottam, mert Én magam is rengeteget utazom, valamint, mint jövőbeli turisztikai szakember fontosnak tartom, hogy átlássam a légi közlekedés piacának legújabb trendjeit és változásait, mivel el tudom képzelni a jövőbeli karrieremet ebben a szolgáltatás-szektorban. Szeretnék részt venni a légi közlekedés újra indításában. Primer kutatást végeztem, melynek keretein belül elkészítettem és lekérdeztem egy 32 kérdésből álló online kérdőívet a Z generáció körében. Azért ezt a módszert választottam, mert így tudtam a fiatalokat legkönnyebben elérni. A kérdések a témával kapcsolatosak (utazási szokások és légi közlekedéssel kapcsolatos választási preferenciák).

Eredmény: A Z generáció szabadidős utazóként, abban az esetben, ha a légi közlekedést választja: a rövid, néhány napos utak, közeli desztinációk, alacsony árfekvésű utazások. Repülőjegy vásárlásnál az elsődleges választási szempont az ár, sok esetben ez meghatározza a desztinációt is. A többi preferencia eltörpül emellett. Ennek fő oka a korlátozott jövedelem. Szezonalitás nem jellemző. A növekvő a környezettudatosság egyelőre kevésbé jelenik meg a légi közlekedéssel kapcsolatos döntéseikben. Talán a jelenlegi világjárvány okozta sok megváltoztatja a fiatalok gondolkodását.

JÁSZ JERNE SAROLTA

jaszj1998@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Sipos Erika

mestertanár, BGE KVIK

Utazom, tehát vagyok: még az Instagramon is

Kutatásom középpontjában a social media utazási szokásainkra gyakorolt hatása áll, illetve az ehhez kapcsolódó influencer marketing és annak turizmusban betöltött szerepe az Y és a Z generáció tagjai között. Hipotézisem szerint fontos a Z generáció tagjainak az, hogy utazásaikról is megosszanak tartalmakat különböző felületeken. Vizsgáltam továbbá az influencerek által megosztott tartalmak befolyását az utazási szokásainkra. Kutatási kérdéseim közt elsősorban arra voltam kíváncsi, hogy elutazunk-e csak azért, mert utazással kapcsolatos posztokat látunk. Ebből következően vizsgáltam az élményszerzés és a virtuális életünk közti kapcsolatot. Olyan kérdéseket is felvettem, miszerint csak azért utazunk, hogy képeket megosszunk, ilyen módon háttérbe szorul-e az élményszerzés virtuális életünk ápolása miatt, illetve, hogy minden esetben saját akaratunkból utazunk-e vagy észrevétlenül ugyan, de a social media befolyása alatt állunk.

Primer kutatásként kérdőív módszerét alkalmaztam a vizsgált csoporton, illetve interjút készítettem egy Instagram influencerrel és egy utazós bloggerrel. A kérdőívet az X generáció tagjai is kitöltötték, így a generációk közti különbségeket is vizsgálni tudtam. Az interjúk során elsőként egy influencer szemszögéből ismerhettem meg az Instagramot, mint lehetséges pénzkeresési és marketing eszközt, illetve ennek az árnyoldalairól, de óriási potenciáljáról is beszélünk. Az utóbbi interjú alkalmával beszélünk a social media jövőjéről és annak sikeréről a Z generáció körében. Szekunder kutatásként a téma jellegéből adódóan előnyben részesítettem a Youtube videókat, de számos szakkikk, mely influencerekkel, generációs internetezési szokásokkal foglalkozik állt rendelkezésemre. Témám aktualitását mutatja, hogy nincs megfelelő mennyiségű magyar szakkönyv, így dolgozatomban néhány, már külföldön elterjedt, de itthon még nem ismert Instagramhoz kapcsolódó szakkifejezést lefordítottam és definiáltam.

Eredményeim alapján a Z generáció 86,2%-a használ social media felületet az utazásainak különböző aspektusaihoz. A Z generáció többségét már az utazás előtt befolyásolja az Instagram, míg az Y generáció inkább az utazás utáni posztolásban jeleskedik. Ha nem is minden fázisában, de valamilyen szinten nyomott hagyunk az interneten egy-egy utazásunkról, kezdve a desztináció kiválasztásától egészen a hónapokkal későbbi tartalmak megosztásáig.

JÁSZ JERNE SAROLTA

jaszj1998@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Sipos Erika

mestertanár, BGE KVIK

Mikor csukódik a házunk ajtaja, de nyílik az online világ kapuja, avagy a social media és az influencer marketing térnyerése a pandémia idején

Kutatásomban a karantén időszaktól kezdve egészen napjainkig vizsgálom a megváltozott social media fogyasztási szokásokat, illetve az ehhez kapcsolódó influencer marketing megerősödését és ennek a turizmusra gyakorolt hatását. Hipotéziseimet két fő cél érdekében fogalmaztam meg. Elsősorban kíváncsi voltam arra, hogy a turizmusban dolgozók milyen social media eszközökkel és új felületeken való részvétellel igyekeztek a vállalkozásukat népszerűsíteni. Másodsorban, a fogyasztói szokások megváltozásának mérése érdekében számos kutatási kérdést is megfogalmaztam. Legfontosabb ezek közül, hogy a karantén időszak alatt mennyivel több időt töltöttünk social media platformokon, külön figyelmet fordítva az idősebb generáció tagjaira és szokásaira. Továbbá számos kutatási kérdésem a turizmus új, digitális termékeinek jelentőségére irányul.

Primer kutatásként a szakértői mélyinterjúk mellett a kérdőív és a megfigyelés módszerét is alkalmaztam. A kérdőívet a karantén időszak közepén osztottam meg. Célom az akkori social media használat, a jövőbeli utazási szokások és az utazási kedv felmérése volt. Megfigyelésemet 8 hónapon át folytattam, mely során három nagy budapesti szálloda Instagram oldalát követtem. Az első interjút egy budapesti szállodában dolgozó recepciósval készítettem és a megváltozott utazási szokásokról kérdeztem. A másodikat egy influencerrel, aki a vírushelyzetet egy teljesen más szemszögből vázolta fel. A harmadikat pedig egy cukrászda tulajdonosával, aki a social mediara, mint fontos marketing-eszközre hívta föl a figyelmet. Szekunder kutatásom során főként szakcikkekből és folyóiratokból dolgoztam, valamint ehhez kapcsolódó podcastokból és YouTube videókból. A karantén ideje alatt létrehozott digitális újításokról nemcsak passzívan olvastam, hanem aktívan ki is próbáltam őket, legyen szó egy városnéző applikációról vagy virtuális utazásról.

Eredményeim alapján jól látszódik, hogy lényegesen több időt töltöttek karantén alatt a social media platformokon, mert átlagosan 68,25%-kal nőtt a 2 óránál több időt eltöltőek száma. Az idősebb generációról megállapítható, hogy a Facebookon kívül vannak más platformok, melyeknek szintén aktív felhasználói lettek. Az interjúeredményeimmel összehasonlítva pedig elmondható, hogy mind az influencerok, mind maga a social media egy olyan szerepbe került nemcsak a turizmus, de más szakmák számára is, mely mellett nem lehet elmenni szó nélkül és egy vállalkozás sikere nagyrészt egy minőségi Instagram profilon múlhat.

JUHÁSZ ANNA

annajuhasz23@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 4. félév

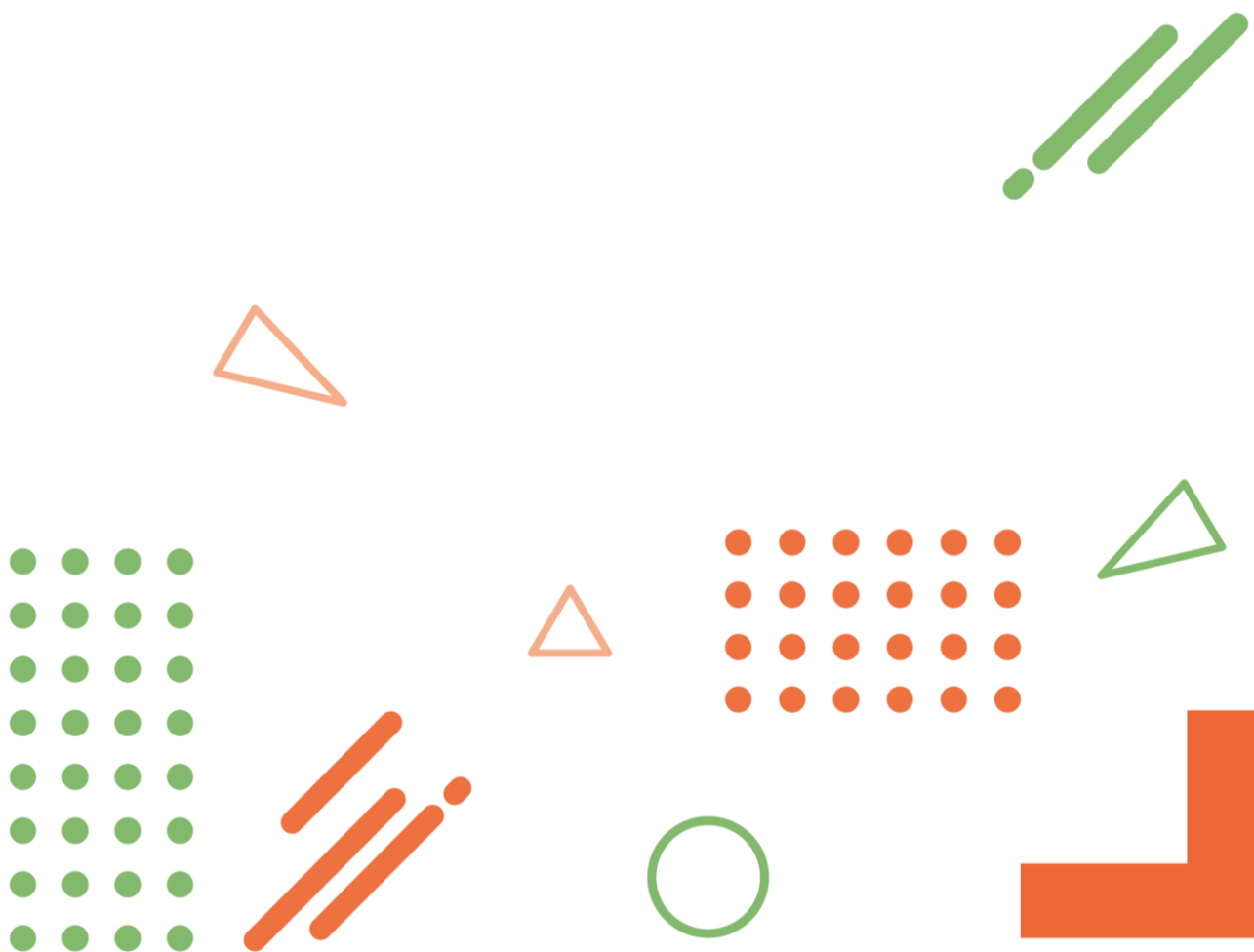
Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Strack Flórián
PhD hallgató, PE GTK*

A katasztrófaturizmus, mint turisztikai termék – motivációk a sötét turizmusban

Dolgozatom témája a meglehetősen sokrétű, ugyanakkor megosztó sötét turizmus, amely hírhedt bűncselekmények, katasztrófák, háborúk vagy éppen népiirtások helyszíneinek meglátogatására épül. A sötét turizmus gyakran erős reakciót vált ki a maga nem mindennapi háttérével, de nem szükségszerűen a halálról és a tragédiákról szól, a történelem feltárásában és az ismeretterjesztésben is nagy jelentőséggel bír a látogatók számára. Ezen attrakciók etikus módon történő bemutatása a turistákat is arra sarkallhatja, hogy felelősen viselkedjenek. A sötét turizmus úticéljainak felkeresése értékes módszer lehet a napjaink társadalmára is kiható rémtettek megismerésében. Egy téma lehet sötét, de ez nem jelenti azt, hogy meg is kell róla feledkeznünk. A sötét turizmus mögött meghúzódó nevelő szándék segíthet okulni a múltbéli szerencsétlenségekből, hogy azok ne fordulhassanak elő többé.



KARDOS SZILVIA MIRTILL

kardos.mimi975@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Hiezl Kitti

PhD hallgató, PE GTK

A digitalizáció és a generációk kapcsolata, az NTAK bevezetésének hatása a négycsillagos szállodákban a Balaton turisztikai régióban

A jövő vendégei már a digitális nemzedék tagjai közül kerülnek ki, így a szolgáltatók, például a kereskedelmi szálláshelyek számára is fontos, hogy szolgáltatásaikat technológiai értelemben is megújítsák. Ezen innovációkat azonban a korábbi generációknak nem csak ismerniük, de kezelniük is kell, hogy megfelelő szolgáltatás tudjanak nyújtani.

Szakterületemben a Balaton északi partján elhelyezkedő négycsillagos besorolású kereskedelmi szálláshelyek a digitalizációval történő mindennapi kooperációját vizsgáltam, különösképpen a 2019 decemberében országosan bevezetésre került NTAK adatszolgáltatási rendszerre fókuszálva.

Célom, hogy a feldolgozott háttéranyag megértése után dolgozatomban további kutatások alapjaként szolgáljon, valamint betekintést nyújtsak a digitális innovációk és az azokat kezelő humán erőforrás kapcsolatára.

Dolgozatomban a szekunder kutatás útján összeállított szakirodalmat követően kvalitatív, primer kutatásom kerül bemutatásra. Az elsődleges kutatásom személyes és online interjúk útján valósult meg, melynek célcsoportját a kereskedelmi szálláshelyek recepcióján dolgozó alkalmazottak alkották. Kutatásom eredményének összefoglalásához az általam feldolgozott szakirodalom tekintetében összeállított interjúkat elemeztem, mellyel a következő megállapításokat tettem: A digitális eszközök nagyobb létszámban vannak jelen és nagyobb szerepet töltenek be a magánéletben, mint a munka során.

A szoftverváltás mellőzésének okai:

- Az alkalmazottak jellemzően ezt ismerik
- Kiszámítható, megbízható a vezetők számára is
- Elérhetőek rá frissítések, amelyek nem teszik szükségessé az egész rendszer leváltását, mely nagy költséggel járna.

A hipotéziseim közül beigazolódott: A HotelStars Union által 4 csillagos kategóriába besorolt kereskedelmi szálláshelyeken dolgozók recepciósként esetében minél fiatalabb valaki, annál könnyebben kezelik a digitális eszközöket – A Spearman-rangkorreláció alapján negat

A mindennapi recepciósként munkafolyamatok elvégzése során az NTAK rendszer bevezetése óta gyakrabban éri stressz a recepciósként dolgozó alkalmazottakat.

Nem igazolódott be: A HotelStars Union által 4 csillagos kategóriába besorolt kereskedelmi szálláshelyeken dolgozók recepciósként esetében a fiatalabb generációk életének nagyobb százalékát teszi ki a digitális eszközökkel töltött idő, mint a korábbi nemzedékek esetében.

KISS VIRÁG ANNA*kiss.viraganna@gmail.com*

Turizmus-vendéglátás

BSc, 8. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Madarász Eszter
egyetemi docens, PE GTK*

A dunaújvárosi Építészeti Emlékek Tanútjának gamifikációs fejlesztési lehetőségei

Dolgozatomban a Dunaújvárosban működő Építészeti Emlékek Tanútjának fejlesztési lehetőségeit vizsgáltam. Célom, a már meglévő tanösvény színesebbé és interaktívabbá tételére. Elsőként a tematikus utak gamifikálási lehetőségeinek néztem utána a fellelhető szakirodalomban. Ez követően kutatásom során arra voltam kíváncsi, hogy a javasolt fejlesztésekre a fogyasztók hogyan reagálnak, valamint a hagyományos, papír alapú körbejárási lehetőséget vagy egy mobil applikációt választanának útitársul Dunaújváros felfedezéséhez. A válaszadók többsége mobil interpretációs technikát részesítette előnyben és egyetértett fejlesztési javaslataimmal. Fontosnak tartom, hogy a város elfeledett értékeit megfelelő formában közvetítsük a világ felé, amelynek segítségével a város előkelőbb helyre tud kerülni a turisztikai desztinációk versenyében, és ezáltal magasabb turisztikai bevételt képes elérni.



KOCSIS RÉKA

rexa999@vipmail.hu

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Gerdsesics Viktória
adjunktus, PTE KTK*

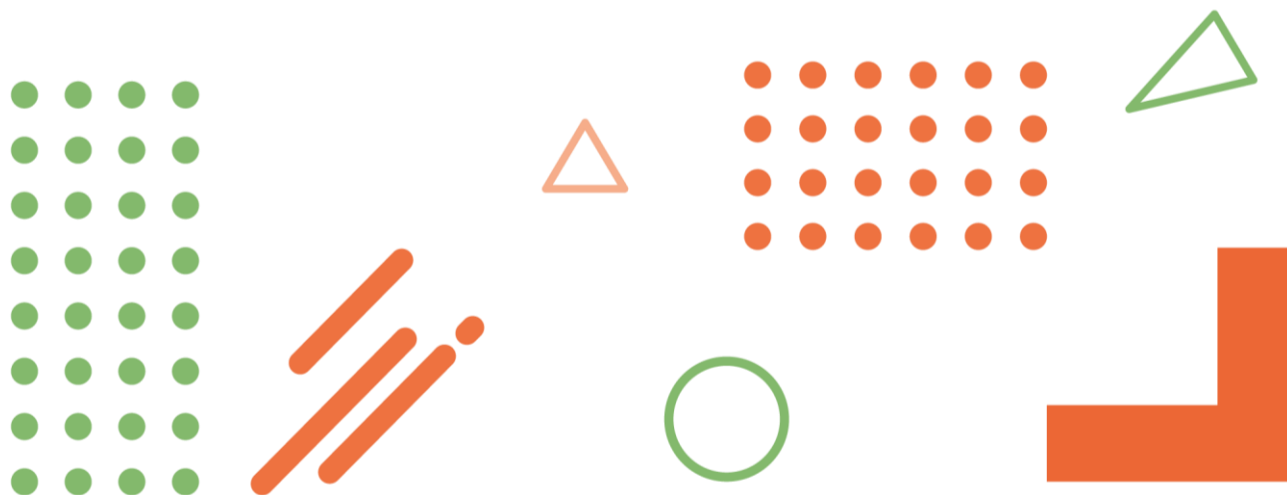
Film, katasztrófa, turizmus, avagy a Csernobil című sorozat berobbanása

Dolgozatom mozgatórugója a Csernobil című amerikai-brit televíziós sorozat, amely 2019. májusában indult hódító útjára. A hódítás hatására egy nem várt esemény történt: megindult az embertömeg Csernobilba. Kutatásom egyik alapgondolata a katasztrófaturisták motivációjának feltárása, illetve, hogy egy film/sorozat mennyire tudja ezt befolyásolni. A másik, hogy az adott turisztikai desztináció, és az ország, hogyan profitálhat egy nem várt keresletre.

Szekunder adatgyűjtésemet a marketing és turizmus kapcsolatrendszerének feltárásával kezdtem, hangsúlyt fektetve az országmárkázás témakörére. Ezen belül két fontos fogalmat is megnéztem: a desztinációmárkázást és a desztinációmárkázást. Ezek után a filmturizmust, és az egyik specifikumát, a filmes desztináció marketinget vizsgáltam meg. A szekunder kutatás első blokkját a katasztrófaturizmus, és a katasztrófaturisták motivációjának felkutatásával zártam. A szekunder kutatás másik fele (és izgalmasabb része), ahol mindez találkozik: Csernobil. A sorozat, és a történelmi bevezető után, feltérképezem Csernobilt, mint turisztikai desztinációt, és végül a sorozat hatását vizsgálom meg keresleti és kínálati szempontból.

Primer kutatásomban három előfeltételezést alkottam meg a szekunder kutatás, és a korábban megfogalmazott alapgondolatok alapján. Az első előfeltételezés a sorozat hatását vizsgálja, a második a helyszínre való utazási hajlandóságot. Az utolsó előfeltételezésnél arra voltam kíváncsi, hogy a különböző csernobili túrák közül, hogyan alakul a választás, mi a visszatartó ok (pénz, lelki-megterheltség, egészség féltése). A kutatást online kérdőív segítségével végeztem.

Összességében elmondható, hogy a sorozat sikerének hatására a helyszínre való utazási hajlandóság nőtt, annak ellenére, hogy egy katasztrófa sújtotta helyszínről beszélünk. A kereslet mellett a kínálat is reagált erre, és profitált is belőle.



LUSTÁK DÁNIEL

lustakdaniel@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Kodolányi János Egyetem

*Témavezető:
Dr. Régi Tamás
főiskolai docens, KJE*

A terrorcselekmények hatásai a turisztikai mobilitásra Európa nagyvárosaiban a 21. században

A dolgozatom első felében megvizsgáltam a terrorizmus eredetét, kialakulását és fejlődését, ahol kiderül, hogy a terrorizmus egy hatalmas átalakuláson ment keresztül.

Ezt követően kronologikusan hoztam párhuzamba a turizmus növekedését, a terrorizmus cselekményekkel, ahol igyekeztem megfigyelni olyan eseteket, ahol a turizmusra hatást gyakorolt a terrorizmus. Globálisan nagyon nehéz kimutatni ezeket a változásokat, így európai országokon belüli változásokat is megnéztem. A terrorcselekmények kiszámíthatatlan célpontját és céljait kevésbé tudjuk megakadályozni, de csökkenteni lehet a terrortámadások által okozható károk mértékét. Az elkövetett terrortámadásokat követően elkezdett fejlődni a biztonság technológia, ami a terroristák kiszűrését vette célba szigorúbb utazási feltételekkel. Későbbiekben a kiszámíthatatlan támadásokat követően a biztonságos terek megteremtése volt a cél. Különböző eszközökkel, technológiával igyekeznek gátolni és megfékezni a terrorakciókat, valamint biztonságot nyújtani az arra járó emberek számára. A terrorcselekmények fizikai megvalósulása mellett van egy másik támadási felület, amire hatást gyakorolnak a terroristák. Ez az emberek biztonság- és félelem érzetének a manipulálása. A dolgozatom második felében arra keresem a választ, hogy befolyásolja-e a turisták utazási szokásait egy terrorcselekmény végbemenetele. Ugyanis ez megváltoztathatja a turisták utazási feltételeit. Például a kiválasztott úticélt, a közlekedési eszközt, avagy az utazás időbeni módosítását. A kutatásomat egy kérdőív segítségével végeztem el, ahol a magyar turistákat kérdeztem meg az utazási szokásaikról, valamint a terrorizmussal kapcsolatos véleményükről és élményeikről.

A kutatásomban különböző eredményeket figyelhetünk meg, ahol az emberekhez a terrorizmus különféleképpen kapcsolódik, és különböző reakciókat váltanak ki belőlük. Az eredmények összességéről viszont megállapíthatjuk, hogy a válaszadók csoportja megoszló volt, ennek köszönhetően nagyon szélsőséges válaszokat is megismerhettünk. Azonban azt leszögezhetjük, hogy a terrorcselekmények mindenféleképp hatást gyakorolnak az emberekre, azonban ennek a hatása különböző mértékben hat embertársainkra, nemtől és korosztálytól függetlenül.

MÁJER ANTÓNIA*majer.antonina99@gmail.com*

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

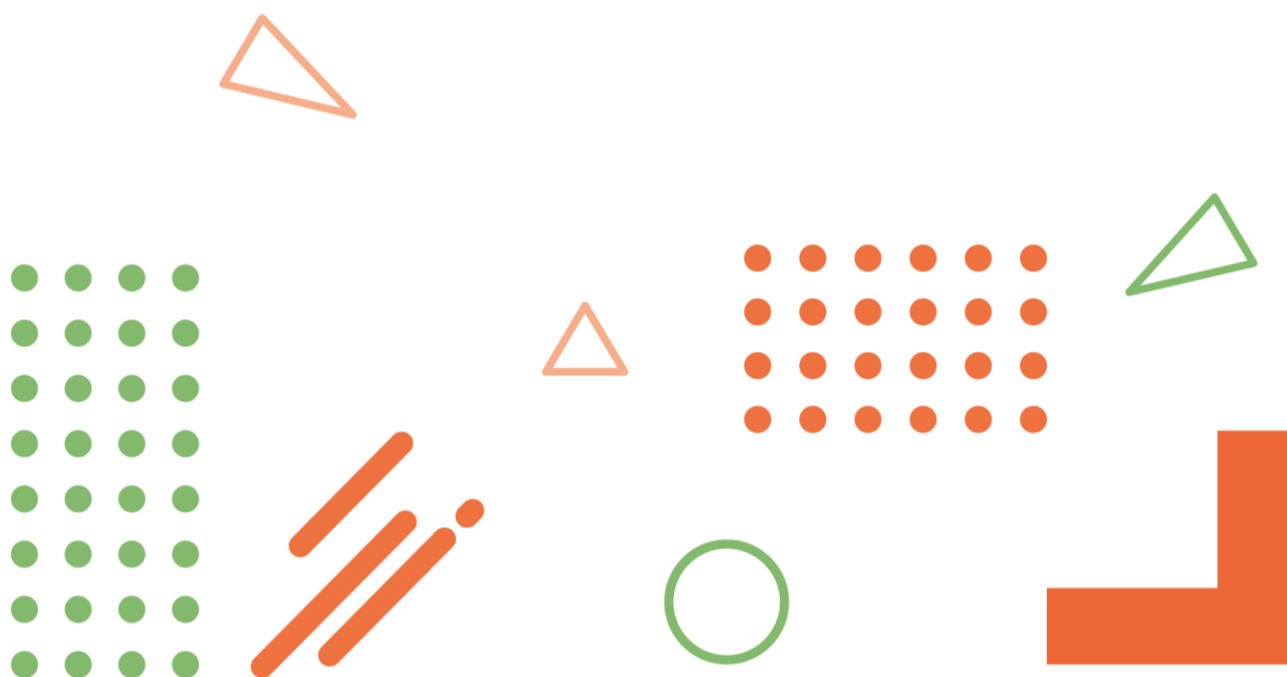
Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

*Témavezetők:**Dr. Kulcsár Noémi**egyetemi docens, METU ÜKTF**Dr. Behringer Zsuzsanna**főiskolai docens, METU ÜKTF*

Boldogító turizmus, avagy az utazás jótékony hatásai a turisták élményének alakulására

Manapság egyre több ember engedheti meg magának, hogy utazzon. Ez a fajta mozgás kizökkent minket a hétköznapiokból és lehetőséget ad arra, hogy megismerjük a bennünket körülvevő világot. Az új élmények szerzésével gazdagodhatunk, és ezáltal önmagunkat is megismerhetjük. A turisztikai trendek állandó váltakozása szerepet játszik a maradandó élmények elérésében, ezért szakdolgozatom legfőbb célja, hogy elemezzem, és szignifikáns eredményekkel alátámasszam a turizmus által generált boldogságérzés kialakulását. A dolgozatom első részében bemutatom a boldogság aspektusait, hogy a materiális világ mellett megjelenik az ember maga. Mindemellett áttekintést adok a turizmus és a boldogság kapcsolatáról, a turizmus társadalmi hatásairól és ismertetem a keresleti és a kínálati tényezőket. Erre alapozva a mélyinterjúk és a fogyasztói kérdőíves kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy a magyar szabadidős utazók legnagyobb részének megvan a kellő motivációja az utazáshoz. Kutatásomban megállapítottam azt is, hogy általában a természeti csodák látványa okozott maradandó élményt és ezeket a célterületeket jelölték ki boldogsággeneráló helyként. Az eredmények azt mutatták, hogy a szubjektív életminőségre nagy hatást gyakorol az új élmények szerzése és a biztonság, illetve az egészség az elsődleges tényező, ami befolyásolja az utazási hajlandóságot. A következtetéseket levonva elmondható, hogy az utazás egyfajta boldogságot és belső gazdagságot ad, ami által az életminőségünk is megemelkedhet, ugyanis új tapasztalatok szerzésével, más szemlélettel nézhetjük a világot.



SEBESI PETRA

sebesipetra@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Oláh Péter Károly

mesteroktató, BGE KVIK

Az online utazási iroda elméleti definíciójának hazai és nemzetközi kutatása

A tanulmány célkitűzésének, vagyis a különböző, az online utazási irodákra (továbbiakban: OTA) vonatkozó fogalmi meghatározásokat alapul véve egy szakmailag helytálló meghatározás kialakításának teljesítése a téma multidiszciplináris létéből fakadóan kifejezetten alapos, átfogó kutatómunkát igényel. Korábbi kutatásaim során feltérképezésre került a turizmus ágazatainak álláspontja a definíciót illetően, mely jelen tanulmány alapját alkotja. Az előző kutatás központi témáját az jelentette, hogy célszerű-e a hagyományos és az online utazási irodák egyelőre még ki nem alakult egyértelmű elkülönítése. Mára már látható, hogy nem csak célszerű, de időszerű is lenne a különböző típusú utazási irodák működési elveit és szabályrendszerét – elkülönülten – összefoglalni, ezzel is követve és figyelembe véve a fogyasztói szokások változásait. Ennek létjogosultságát alátámasztja a Thomas Cook, a világ egyik legrégebbi utazási irodájának csődje, melyet követett számos leányvállalata is Európa-szerte.

A tanulmányban a szekunder elemzés után primer módszerek (kvalitatív és kvantitatív) kerültek felhasználásra. A téma megalapozásához a hazai és nemzetközi szakirodalmak, cikkek és kutatások elemzése mellett szükségessé vált az online utazási irodák keresleti oldalának vizsgálata, valamint kapcsolatok keresése az OTA-k ismertsége és turizmus szakmában való jártasság közt. A Thomas Cook csődje, annak lehetséges okai is elemzésre kerültek. Ezen túlmenően a szakma jeles képviselőivel (többek között MUISZ, MSZÉSZ, MTÜ) folytatott interjúk a grounded theory (megalapozott elmélet) módszer alapján kerültek elemzésre.

A kutatás eredményeivel kapcsolatban a fő törekvés a feltérképezett elméleti és gyakorlati megközelítést, valamint a jogi háttérrel is figyelembe vevő definíció kialakítása volt, mindezt az utazási irodák magyar piacára vonatkoztatva. Habár nehézséget okozott a szakmában dolgozók véleményének differenciáltsága, abban túlnyomórészt egyetértés volt, hogy szükséges egy egzakta OTA-definíció megfogalmazása, mely használata által az utazásszervezők és utazásközvetítők teljesítményére irányuló statisztikák megbízhatóbbá válnak, ami által könnyebben vizsgálható lesz a fogyasztói magatartás és annak folyamatos változása.

(Az Innovációs és Technológiai Minisztérium ÚNKP-19-1-BGE-16 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának szakmai támogatásával készült.)

SZOLNOKI FERENC

szolnoki.ferenc98@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Molnár Csilla
egyetemi docens, SZIE GTK*

Az LMBTQ célcsoport megjelenése az egészségturizmusban

Kutatásom az LMBTQ közösség turizmusban betöltött szerepének vizsgálatára irányult. A témaválasztást indokolja, hogy a célcsoporttal magyar és nemzetközi viszonylatban is keveset foglalkoztak napjainkig, így megláttam a lehetőséget egy úttörő és aktuális témát boncolgató munka készítésében. A célcsoport utazási és fogyasztói szokásain belül az egészségturisztikai szokásokra helyezem a hangsúlyt, mivel ezt tartom a magyar turizmus húzóágazatának.

A szakirodalmak segítségével ismertettem az LMBTQ célcsoport fogalmát, megvizsgáltam a közösség magyarországi helyzetét, majd feltártam a nemzetközi trendeket és utazási szokásaikat. Értelmeztem az egészségturizmust és annak rendszerét és bemutattam az egészségturizmusnak irányt adó trendeket.

Primer kutatásom során arra kerestem a választ, hogy Magyarországon mennyire nyíltan van jelen az LMBTQ közösség a turizmusban, illetve, szerettem volna felmérni a célcsoport utazási szokásait és motivációit. Kérdőíves megkérdezést végeztem az LMBTQ közösség az egészségturisztikai szolgáltatók és a nagyközönség körében. A nagyközönség és a célcsoport válaszait jellemzően összehasonlító ábrák segítségével szemléltettem. A szolgáltatóknak szánt kérdőív segítségével szerettem volna megismerni elsősorban gyógyszállodák és gyógyfürdők álláspontját. Egy-egy interjú keretein belül megkérdeztem Latin-Amerikai LMBTQ személyeket is a témával kapcsolatosan. A kutatási eredményeimből levonható következtetések és megfogalmazható javaslatok ismertetése előtt személyes tapasztalataimat is ismertettem.

Az eredmények ismertetése során megállapítottam, hogy hazánk LMBTQ barát voltának kommunikációjában még vannak hiányosságok nemzetközi és európai viszonylatban is, melyet jelentősen befolyásol, hogy Magyarország évről évre rosszabbul teljesít az LMBTQ közösség jogait és megítélését vizsgáló nemzetközi kutatásokban. A felnövő generációk egyre többet tanulnak a körülöttük lévő világból, kevesebb előítéllettel szemlélik azt, melynek köszönhetően az LMBTQ közösség tagjai közül egyre többen, bátrabban, nyíltabban vállalják fel másságukat. Eredményesnek tartom a kutatást, mivel bemutatja a célcsoportban rejlő lehetőségeket és a társadalom érzékenységét ugyanakkor nyitottságát is a téma iránt.

A jövőre vonatkozóan szeretnék gazdasági, társadalmi és pszichológiai szempontokon alapuló nemzetközi összehasonlító vizsgálatokat folytatni. Szintén szükségesnek tartom az érintett turisztikai szolgáltatók aktívabb részvételét egy jövőbeli kutatásban.

VAIDA CYNTHIA-BIANCA

vaidacynthia@gmail.com

Turizmusföldrajz

BSc, 6. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

*Témavezető:
Benedek István
tanársegéd, RO BBTE*

Álhírek és félrevezető információk jelenléte a turizmusban

Az elmúlt néhány év során sikerült az álhíreknek igazán a köztudatba kerülniük, ezek felismerése és megfelelő módon való kezelése sosem volt még aktuálisabb. Mindennapjainkba beépülve jelentős befolyást gyakorolnak az élet összes aspektusára, gondoljunk csak a 2016-os amerikai elnökválasztásokra, a 2019-ben kitörő koronavírus járványról nem is beszélve. Ha az álhírek politikai, egészségügyi, közéleti kérdésekre is képesek hatni, tételezzük fel azt, hogy bármilyen társadalmi folyamatra, tendenciára befolyásoló erejük van, így az idegenforgalomra is. E kutatás elsődlegesen két kérdésre épül, miszerint „Jellemző-e az álhírek alkalmazása a turizmusban?” és „Ha igen, hogyan jelennek meg?”

A turizmus a terciér szektor egyik legdinamikusabban fejlődő ágazata, melyet úgy tűnik, csak nagyon rendhagyó körülmények között lehet visszafogni. A média mégis egy olyan tényező, amely képes a fogyasztók és érdekeltek döntéseit befolyásolni egyben pozitív, egyben negatív irányba. Az "Álhírek és félrevezető információk jelenléte a turizmusban" című felderítő kutatás célja összefüggéseket találni az álhírek megjelenése és a turizmus között, keretein belül sor kerül az álhír, mint fogalom ismertetésére, ezek terjedésének és előfordulási környezetük rövid bemutatása. Ezt követően konkrét, turizmust érintő példák segítségével tárgyalja milyenségüket, esettanulmányok segítségével. Ezzel párhuzamosan a turizmus személyekben kiváltott mozgatórugóját elemezve, a turizmus rendszeréből kiindulva, vizsgálja azt, hogy hogyan, és milyen módon képesek az álhírek a turisták döntéseit befolyásolni és hogy milyen formában jelennek meg az álhírek a turizmusban.

Mivel egy újszerű, de annál aktuálisabb témáról beszélünk, mely még a tudományos közegekben is gyerekcipőben jár, a kutatás célja elsősorban egy, mint bebizonyosodott, valós problémára való figyelem felhívása. A dolgozat rávilágít arra, hogy az álhírek problematikájával a turizmusnak is számos, változatos esetben is meg kellett már küzdenie.

A turizmus által foglalkoztatottak nem kerítenek kellő figyelmet a média hatásának mértékére, az álhírek fogalma pedig számos esetben teljesen tárgyitalan. Mégis, mint kiderült a kutatás során, egy valós nehézségről beszélünk, mely, bár még nem kézzelfogható vagy konkrétan mérhető, a probléma megjelenésétől helyénvaló kezelésének köszönhetően kevesebb negatív hatással bírna. Ehhez viszont arra van szükség, hogy a foglalkoztatottak megfelelően tájékozottak és felkészültek legyenek bármilyen esetre.

Turizmus – nemzetközi turizmus

Elnök: Dr. habil. Bujdosó Zoltán főiskolai tanár (MATE)
Társelnök: Dr. Rátz Tamara főiskolai tanár (KJE)
Tag: Dr. Fehérvölgyi Beáta egyetemi docens (PE GTK)
Tag: Dr. Kiss Kornélia egyetemi docens (BCE)
Tag: Dr. habil. Raffay Zoltán egyetemi docens (PTE KTK)

ALI FADI*fadi.ali.syru@gmail.com*

Turizmus menedzsment

MSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

*Témavezetők:**Karakasné dr. Morvay Klára**főiskolai docens, BGE KVIK**Dr. Szabóné dr. Erdélyi Éva**egyetemi docens, BGE KVIK*

Food Waste Management, the Best Practices of Accor Hotels in Hungary

Food wastage is nowadays one of the hidden threats against reaching sustainable practices and industries especially in the hospitality sector where a huge amount of food is being produced, and unfortunately also wasted. According to the European Union survey from 2017, source of food waste is 12% coming from catering industry and about 30% in total coming from production of food itself. Many firms and companies try to follow and apply the sustainable approaches in their marketing plans and practices.

Essential question is the volume of consumption, which is the contrary of sustainability. So, if we want to act more responsible, it's needed to focus on the hospitality sector as one of the biggest areas of consumption. The aim of this paper is to focus on the food waste management practices in the hotels belonging to the Accor group, with an attempt to compare and analyse the similarities and differences with regard to the categories of hotels, and types of the sources of food consumption in these hotels, looking for patterns which can help food waste management. Information is coming from in-depth interviews the Chef General of Sofitel and Mercure Budapest Krona also with the F&B director of Mercure Budapest Korona and the databases from monitoring at these hotels. In order to understand the situation and find the critical points where food waste can be reduced, statistical methods were applied. Based on these evaluations we can distinguish the following categories of food waste: avoidable, possibly avoidable and unavoidable. Thinking of food waste management hierarchy, we have to focus on prevention first. New technology, and the help of IT tools (applications, software) can be a solution for reducing and treating the amount of wastes produced. The effort hotels show is not enough, consumers habits also must be changed towards sustainability. Staff and consumers both have to be educated.

This paper reports the most important finding of this study and highlights the importance of every small step and efforts for food waste reduction, and the responsibility of everyone in the food-chain. Our responsibility is not only towards the nature, but also towards the society because there are thousands of people suffering from hunger while we generate huge amounts of food wastes.

BÁNFI DOROTTYA

banfidorottyaa@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás (angol)

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

*Prof. Dr. Kenesei Zsófia
egyetemi tanár, BCE GTK*

One-touch Away from the Ordinary – The Rise of Mobile Applications among Hotel Marketing Strategies

The effect of the constantly evolving and ever-changing technological achievements has already taken its toll in the hotel industry. The primary objective of my research is examining the elements that have an effect on the acceptance of hotel mobile technology. My research question examines whether the implementation of this trending technological solution will enhance overall guest experience in the hotel environment.

Regarding my research methodology, the UTAUT2-Model does not only formulate the basis of the questions for my in-depth interviews with hotel industry professionals, but functions as a strategic guideline for summarizing my findings. My research includes exploring the connection between the performance expectancy and effort expectancy of the applications, furthermore, the effects of social influence and hedonic motivation in respect to behavioral intention is considered.

The results of my research suggested that the appliance of mobile technology is able to enhance guest experience, however, its implementation was rather inspired by hotel technology modernizing motives, instead of taking advantage of this modern advertising tool. In respect to behavioral intention, the strongest variables were performance expectancy and effort expectancy. Hedonistic motivation was also a key element of the acceptance, while social influence turned out to be a less significant one.

Further consideration of this research topic could be examining the opinions of hotel guests directly. My research opened new perspectives in respect to subjects such as restructuring the scope of employee activities or their relationship with hotel guests. These dimensions can be applied as a basis for further and more detailed empirical studies.

This research would not only aim to be useful for those working in the hotel industry sector as far as the implementation of hotel mobile technology is concerned, but would also give the reader a complex overview of one of the trending hotel technology solutions nowadays.

HORVÁTH FRUZSINA*fruzsinahorvath97@gmail.com*

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Gyurácz-Németh Petra
egyetemi docens, PE GTK*

Comparison of the High Seasons of 2019 & 2020 Affected by the Covid-19 on the Grandar Hotels

COVID-19. An unfortunate gauge of the 2020's year's success with respect to the hotel industry and as to tourism as a whole. Whether or not it could be jumped may be reasoned and may refer to the observations, interviews and questionnaires I have done in the sake of understanding the present impact on the hotel sector. This paper is going to examine the contribution of this year to tourism and the guest satisfaction whether it had a complete negative factor or despite the situation, it had something positive as well. The examination is going to happen in the Grandar Hotels, to be more precise: Prémium Hotel Panoráma**** in Siófok and Vital Hotel Nautis****Superior in Gárdony. By the end of this paper it is going to be clear how this whole crisis situation affected guests and guest satisfaction, how a relatively "new" customer group seen the light and we are going to dig deep into the hotel staff's judgements.

Keywords: COVID- 19, tourism, hotel industry, guest relations, satisfaction



IBRAHIM ASADOV

ibrahim.asadli@gmail.com

Turizmus menedzsment

MSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

Témavezető:

Dr. Szabóné dr. Erdélyi Éva
egyetemi docens, BGE KVIK

Ecotourism in Shahdag National Park of Azerbaijan: Opportunities, challenges and population's viewpoint of ecotourism

In this research paper I have discussed one of the most popular and sustainable type of tourism – ecotourism, more precisely ecotourism inside Shahdag National Park (SNP) of Azerbaijan. Born and started to gain a significant importance during 1960s as a result of the growing environmental concern coupled with negative causes and growing dissatisfaction with mass tourism, ecotourism had become a major tool for achieving conservation and sustainable development goals by a number of developing countries by the mid. 1980s. Today it is a major source of income for a number of developing countries across the world with being less destructive in the usage of natural resources than alternative economic sectors such as agriculture and logging. This study is concentrated on investigating and deep researching ecotourism within context of national parks, more precisely within Shahdag national park of Azerbaijan. Main research questions are: What are the existing challenges in ecotourism system of SNP?; What are the further development opportunities in ecotourism of SNP?; What are Azerbaijani people's viewpoint of ecotourism?

First, secondary research was conducted for covering the questions, issues and aspects of the research. Besides reviewing traditional literature it is including credible websites, reports, and case studies. The methodology of this research aims to find the existing gaps and disadvantages or challenges in the ecotourism system of SNP, identifies opinions and level of education of people of Azerbaijan about ecotourism and sustainability in general. To identify these, data was collected, and both quantitative and qualitative methods implemented. Primary research included questionnaire survey and interview. These together revealed to the research questions and proved the answer for hypotheses which are described in research findings and conclusion sections of the paper. As the main result we can conclude that Shahdag national park of Azerbaijan has immense ecotourism potential but this potential is not utilized to its fullest capacity.

In conclusion, main challenges and hardships in the development of successful ecotourism system of SNP have been identified. Nevertheless, we have a clear insight into the viewpoint of Azerbaijani people to ecotourism in general. Subsequent recommendations and development plan for the future are showcased.

KOVALENKO MARIYA

meri_kovalenko@mail.ru

Turizmus

MSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Kovács Edina

tudományos segédmunkatárs, BGE

Gamers as specific group of tourists

Gamer's community all around the world includes millions of people of different ages, different backgrounds but one main hobby, for some of them that is even profession which identifies them and characterizes their preferences as tourists as well. This shows the huge target group for research. My goal is to examine differences between the tourism related preferences of gamers and non-gamers.

For reaching the goal of the research primary and secondary resources of the information were used. For instance, author's questionnaire (115 participants) and SWOT-analysis.

Research questions:

1. What attract this type of travelers?
 2. Are there any new ways for marketing promotion according to the research of this group?
- Hypothesis: exploration of this group can open new marketing suggestions for unknown destinations, attract more tourists, the results can be useful in reducing seasonality.

For collecting the primary qualitative and quantitative information, survey, interview and direct observation were used as tool. Questionnaire was constructed in Google forms which contains closed and open-ended questions.

Residents from Eurasia, North America, Africa and Australia continents took part in survey. Excel was used for counting responses, calculating percentages of the different answers and generating a final report for analyzing. SWOT-analysis was used for the examination of internal (strength and weaknesses) and external (opportunities and threats) factors.

The results of the research are presented by statistical data and author's suggestions. According to the Global Games Market Report of 2020 as gamers considered all people that have played games on PC, console or mobile device in the past six months. And in 2020 when a lot of industries are in a hard financial situation because of COVID-19, game market is expanding. According to predictions, by the end of 2020 the number of players will be 2.7 billion, which is 135 million more than in 2019. And by the end of 2023 the number will exceed 3 billion people. And expected revenues at the end of this year are 159.3 billion dollars, which shows 9.3% growth relative to 2019. Personal experience shows that this group of people has some extra interests in tourism than the main ones. Research proves that this sphere has a gap in scientific research and results open new opportunities in tourism marketing and promoting, reallocation of the tourist flow, creating new work places.

MOLNÁR BENCE

bence.molnar.mail@gmail.com

Turizmus menedzsment

MSc, 2. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Raffay-Danyi Ágnes Nóra
egyetemi docens, PE GTK*

Matching Student Skills and Industry Needs: A potential Orientation and Talent Management Event “Carrier Opportunities Based on Your Personal Skills”

I believe that an Internship serves as a great way to gain real world experience from the labour market and could be the very beginning of a successful carrier. The obligatory twelve weeks’ true potential can only be exploited if the employer finds the suitable person for the position. I would like the hundreds and hundreds of talented students at the University of Pannonia to take advantage of this possibility and get a position in which they can truly excel and flourish. I would like to provide help for the talented members of the university’s community by organising a talent management and orientation event that will help participants to get to know each other and themselves better. In today’s competitive labour market one can stand out by having the confidence from being aware of one’s set of skills, strength and even weaknesses. Through personality tests I would collect data about the participants personality, conflict management or motivating factors to be able to find the most suitable internship position tailored for them. On the other hand I would reach out to nearby companies and collect the positions that they are willing to offer for interns. After analysing the demand for workforce and the offer, the students themselves, I would be able to match the right positions would be dedicated to the right personality.

During my Erasmus experience in Malaga I encountered several well organised forms in the topic, which I will present and take inspiration of. I would like to shed light on the importance of these techniques and how they could be implemented in the Hungarian system using empirical studies and own research as a baseline.

MOLNÁR-HORVÁTH DANIELLA

hdancsi97@gmail.com

Turizmus menedzsment

MSc, 2. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

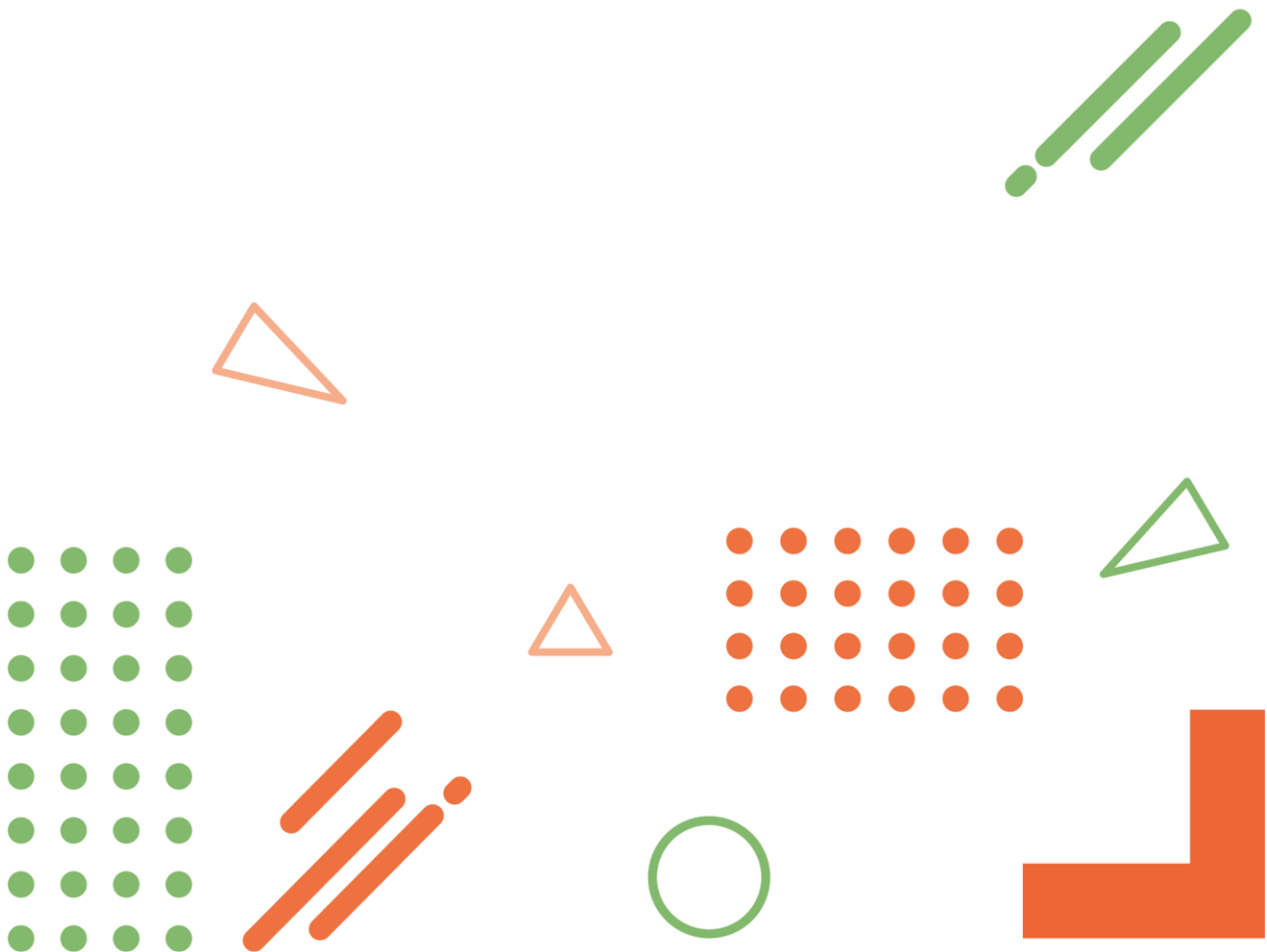
Témavezető:

Dr. Raffay-Danyi Ágnes Nóra
egyetemi docens, PE GTK

The Instagramability Phenomenon: The Impacts of the Social Media Platform on the Travel and Tourism Industry

This essay analyzes the possible implications Instagram has on the travel and tourism sphere and presents a fairly new concept, Instagramability. Nowadays, people cannot imagine their life without social networking sites and the online presence as there has been a huge shift in society. Platforms that focused on visuals became immediately popular. They have become crucial communication and business tools for many travel and tourism brands. The relevance of this topic demands further researches with emphasis on Instagram and the social media induced tourism. The lack of scientific studies and my own experiences with the platform contributed to my decision to select the Instagram fueled tourism and its impacts on the travel sector as the topic of my research.

Keywords: Social Media, Instagramability, tourism, FOMO, destinations.



NIGAR VALIZADA

nigarvalizada@gmail.com

Business Administration and Management

BSc, 8. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Udvari Beáta

egyetemi docens, SZTE GTK

Sustainable Tourism Management Mediterranean Basin at a Glance

There are two different perspectives of the paper: “Sustainable Tourism Projects under Interreg Mediterranean Transnational Cooperation Program” (secondary research) and “The role of tourists among Generation Y and Generation Z (as consumers) in Sustainable Tourism” (primary research), while based on each, the research questions are: 1. How to manage and maintain Sustainable Tourism in Mediterranean? 2. Are Generation Y and Generation Z responsible/ conscious towards sustainability actions/ sustainability challenges and the role of actors in sustainability challenges?

As a secondary research the science of tourism, the concept of sustainable tourism, the interconnection among tourism/ sustainable tourism, globalization and development are discussed, while the consumer behaviour in tourism, the role of Generation Y and Generation Z is tourism, the sustainability intelligence among tourists are studied. In addition, the Mediterranean basin in the light of tourism connected with its history and geography, employment and economy, tourism at World Heritage Sites, corporation programs towards sustainability, the main issues and interrelationships in tourism and the projects towards sustainable tourism under INTERREG MED in Mediterranean basin are widely described. Due to the sustainable Tourism projects in Mediterranean region under INTERREG MED, the key concepts for the management and maintenance of sustainability in Mediterranean tourism are discussed.

While the main factors of holiday and purchase simulation are identified to better understand the motivators of the tourists among Generation Y and Z, the recommendations are given to improve the attractiveness of destinations, satisfaction of tourists, to avoid the negative impacts of tourism in Mediterranean basin due to the study of Sustainable Tourism projects and results of the research. The insufficient number of respondents is also considered to improve the directions for future research.

PÓCSA KRISZTINA

pocsakriszti11@gmail.com

Turizmus menedzsment

MSc, 4. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Gyurácz-Németh Petra

egyetemi docens, PE GTK

Analyzing Hungarian Green Hotels' Financial Challenges and Customers' Willingness to Pay a Premium for Green Hotels' Initiatives

In today's business environment the demand for the firms to be environmentally sustainable is increasing and hotel guests are more and more environmentally conscious. Green initiatives of a hotel are important not only from marketing- but also from financial point of view. When a hotel is committed to sustainability and environmental consciousness it means a number of benefits but also threats regarding the financial status of the hotel.

The aim of the dissertation is on one hand to examine how can the environmental initiatives of green hotels in Hungary influence their financials, which challenges they have to face. On the other hand, to identify the factors which can influence the hotel guests' willingness to pay a premium for green hotels' initiatives.

To thoroughly understand the topic, it was necessary to analyze it from the demand- and also from the supply-side and thus, two types of research were made. The investigation of green hotels' financial challenges was made with qualitative method in form of interview. The interviewees were managers of hotels which won Green Hotel Award for the years 2019-2020. By the examination of the customers' willingness to pay a premium for green hotels' initiatives quantitative method was used in form of an online customer survey.

The results show that however the hotels can generate earnings with the help of green initiatives, on the other side the new solutions need significant investment and even in today's developed economy the hotels face many challenges if they want to be environmentally sustainable. The results of the quantitative research also give a lot of information regarding the customers' willingness to pay a premium for green initiatives. The guests still have some doubts at different levels regarding hotels' green practices.

The outcomes of the research can help hotel leaders to understand better the needs, attitude of their guests regarding green initiatives and also let some insight for customers into a green hotel's operation.

QI JIE

qijie802@gmail.com

Tourism

BSc, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Hiezl Kitti

PhD hallgató, PE GTK

Research on the Problem of the Loss of Hotel Interns and Countermeasures

In recent years, the problem of high employee turnover rate in the global hotel industry has become a bigger problem, and the problem of employee turnover in China is regarded as an important reason for organizing hotel development. Hotel management schools are also considering taking internships in hotels as a compulsory course, arranging for students to go to hotels for internships to strengthen students' sense of belonging and professional ability in hotels. At the same time, it can also train high-quality professional talents in the hotel. However, most interns are unwilling to continue working in the hotel industry after the internship period is over, and some interns may even change jobs during the internship period. So, my research question is after the interns finish their internship period, how can they continue to work in the hotel? What changes should the hotel make?

The first method of investigation is the questionnaire about the satisfaction of interns because some scholars pointed out that the satisfaction of interns is the key to retaining them. And I came from China and studied this major China for four years, and then came to Hungary to continue studying this major. Therefore, students from a college in China and a university in Hungary who majored in tourism were selected to fill in the questionnaire. China is the Qingdao Hotel Management Vocational Technical School in Shandong Province because I used to study here, and I still keep in touch with some classmates who major in the hotel. In Hungary, I choose Pannonia University because I am studying here now. A total of 84 questionnaires were collected, of which 40 were from China and the remaining 44 were from Hungary. In addition, there is an article also indicating that school management will also affect the loss of students, I also interviewed the teachers of these two schools who manage the interns, which contained six questions.

By collecting the data, compare and analyze the differences between the two parties, and whether there are some problems and aspects in each country, or whether students have different problems in different environments. Finally, conclusions and opinions are given based on this series of investigations.

RODGERS ISAAC KISIANGANI

rkisiangani1@gmail.com

Turizmus menedzsment

MSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

*Dr. Szabóné dr. Erdélyi Éva
egyetemi docens, BGE KVIK*

Climate-friendly Urban Tourism in Hungary

Tourists move from their home or residence through transit regions to destination regions. With the current level of urbanization in the developed economies, it is not surprising that most of the destinations are urban areas. This steady urbanization, according to the United Nations is attributed to human population growth and immigration. Tourism in addition to population growth and immigration is increasing pressure on city natural and manmade resources. The origin and the transit may or may not be affected, but the destination's environment will always be affected. In the city, the environment comprises of human, social-cultural, economic, technological, legal, nature and climate. All these dimensions of city environment are affected by tourism. These impacts can be summarized into three categories; social-cultural effects which can be loss or preservation of culture, economic effects which are mostly seen as positive, such as the source of revenue as well as employment and environmental impacts which include and not limited to carrying capacity of the city, water & air quality and contribution to greenhouse gas emission. Environmental-friendly urban tourism tends to mitigate these effects in the city.

This study used content analysis technique to evaluate urban tourism sustainability so as to shed light on environmental integrity for tourism in urban areas. The selected cities were Budapest, Győr, Debrecen, Pécs and Szeged. Analysis of the city and tourism-related development strategies reveal, increasing cities' green belt, intelligent mobility and tourism product diversity. Ranking based on these factors could be compared with other rankings. In-depth interviews were conducted which confirm the tourism environmental assessment of tourism strategies and projects, as well as restructuring and redefining tour packages.

It is a challenge to develop, live and visit cities under the changing climate conditions, they need both adaptation and mitigation strategies. The objective of this study was to help this procedure. The evaluation process can be adapted to other urban destinations, as well.

SZÜCS ZOLTÁN*zoltan.szucs.kv@gmail.com*

Marketing

MSc, 4. félév

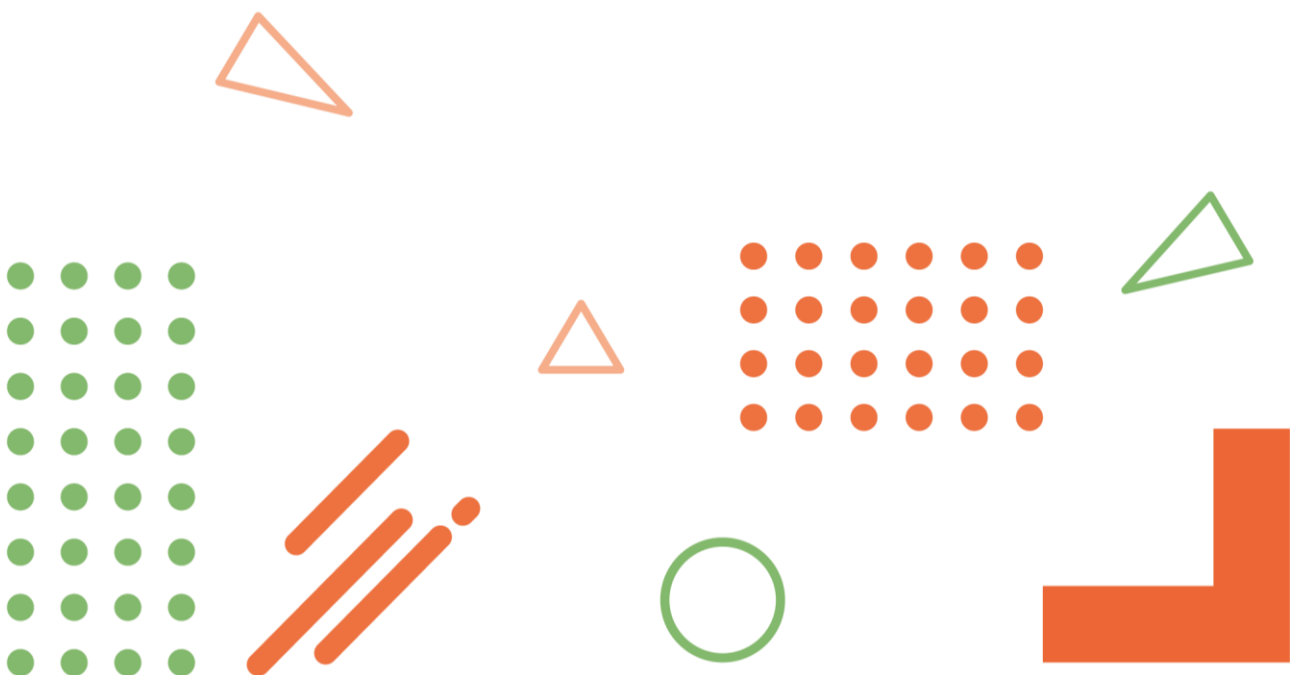
Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:**Dr. Keszezy Tamara**egyetemi docens, BCE GT*

Diamonds and Rust: The Destination Image of Industrial Heritage Sites as Targets of Tourism

How are destination image factors, place attachment, destination attractiveness and behavioral intentions related in the context of industrial heritage tourism? How can the sample population be segmented based on the destination image it holds about industrial heritage? These are the questions that my study undertakes to answer with an online questionnaire, which was filled in by Hungarian university students (n=425). Based on previous empirical results, the connections between destination image, place attachment, destination attractiveness and behavioral intentions were validated for the context of revitalized industrial heritage as well: the positive effects of destination image factors and place attachment on destination attractiveness were proved. The positive significant effects of place attachment and destination attractiveness on behavioral intentions were also confirmed. The second research question was answered using Ward's clustering method, where segments were created based on destination image, and characterized by individual traits, preferred activities, travel motivations and nostalgia sentiment. The analysis presents five clusters (the so-labelled day time enthusiasts, night time enthusiasts, scepticals of value, the neutral uninformed, hardcore deniers), and concludes the general overweight of the two enthusiast clusters in the present research sample. The biggest cluster (n=130) is that of day time enthusiasts, who can be characterized by a higher preference for cultural activities, confirmed by the Welch and Brown-Forsythe (with Games-Howell) tests, and stronger intellectual motivations for tourism.



TAMÁSI EVELIN

tamasi.evelin@gmail.com

Turizmus és vendéglátás

BSc, 9. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Karakasné dr. Morvay Klára

főiskolai docens, BGE KVIK

**The Importance of Quality Department in Terms of Quest Satisfaction in the Hotel Industry –
Through the Example of Dreamplace Hotels&Resorts**

The importance of quality is greater than it has ever been. Quality management has been revealed as an indispensable condition for the subsistence of companies and as a tool to achieve competitive advantages. This impulse of quality has reached tourism companies, which see it as an opportunity to retain their clients, satisfying their needs better than competing companies do.

This paper attempts to identify each dimension of quality in the field of tourism industry from the perspective of both guests and hotel professionals. The major issue raised in this work is that whether that is really a necessity to have a separate quality department just to measure the satisfaction of the clients in the tourism industry or not.

A primary research was conducted in the form of several interviews, focusing on the example of DreamPlace Hotels&Resorts. The purposes of my research are to understand the function of the quality department better, find the advantages and disadvantages of this department - if there is any -, and making a cost-benefit analysis. Moreover, three case studies will be used in order to reach these objectives.

As a predictable outcome, the research clearly states that DreamPlace Hotels&Resorts has a well-functioning quality department that helps the hotel chain achieve customer satisfaction and be aware of the opinion of the clients, which also can help them to follow the established level and standards of the hotels or to improve even more in the long run.

I would like to highlight that this work does not wish to argue with the efficiency of other perceptions and systems regarding quality control, it merely suggests that hotels could see the example of DreamPlace Hotels&Resorts as a good one, as an example to follow.

Turizmus – területfejlesztés és turizmus

Elnök: Dr. habil. Csapó János egyetemi docens (PTE)
Tag: Dr. Formádi Katalin egyetemi docens (PE)
Tag: Ivancsóné dr. Horváth Zsuzsanna egyetemi docens (SZE KGK)
Tag: Dr. Petykó Csilla egyetemi docens (BGE KVIK)

BOHÁK KORNÉLIA BLANKA

lovaskori97@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

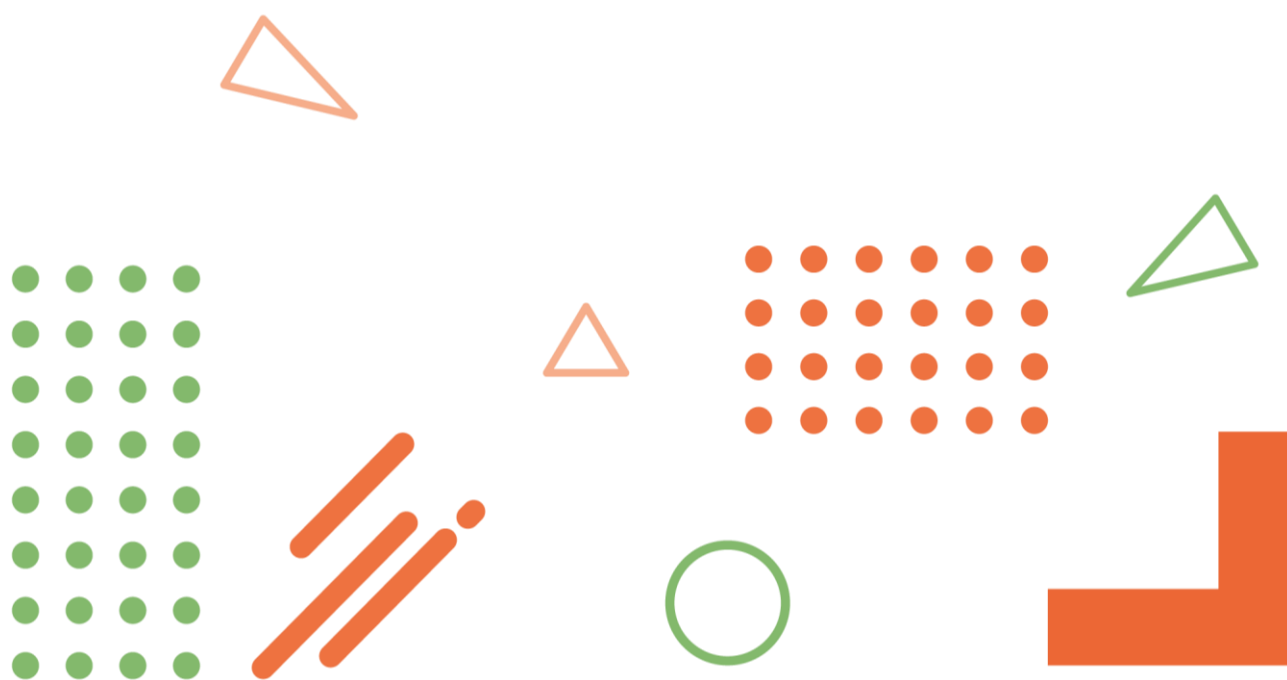
Dunaújvárosi Egyetem

*Témavezetők:**Fejes Csilla**tanársegéd, DUE**Dr. Petrovickijné dr. Angerer Ildikó**külső társtémavezető, Dunaújváros Polgármesteri Hivatal*

A Duna valós vagy feltételezett vízminőségének hatása a ráckevei turizmusra

Dolgozatom Ráckeve város vízi idegenforgalmára, és az idegenforgalmat feltételezéseink szerint jelentősen befolyásoló vízminőségi adatokra fókuszál. Külön figyelmet fordítok arra, hogy a valós vagy vélt vízminőség illetve környezetszennyezés összefüggésben áll-e a helyi idegenforgalom népszerűségével. Dolgozatom feltételezése, hogy a folyamatos, megbízható forrásból származó kommunikáció hiánya, és a hiedelmek, városi legendák jelenléte legalább annyira meghatározó tényező a szabadidő eltöltésével kapcsolatos döntéshozatal során, mint a Duna vélt vagy valós vízminősége. Kérdőíves megkérdezés segítségével felmérem, milyen mértékben tájékozottak a lakosok az előző években lezajlott vagy jelenleg is zajló fejlesztésekkel, azok hatásaival kapcsolatban, illetve, hogy véleményük szerint mire lenne szükség ahhoz, hogy jó szívvvel és félelmek nélkül választhassák a Duna-parti kikapcsolódás lehetőségét. Megvizsgálom azt is, hogy a lakosok számára milyen mértékben meghatározó (ha egyáltalán meghatározó) a Duna vízminőségének alakulása akkor, amikor Duna-parti kikapcsolódásukról döntenek, illetve döntéshozatalukat mennyire befolyásolják saját korábbi tapasztalataik, vagy a környezetükben élők véleménye.

Kulcsszavak: víziturizmus, Ráckeve, vízminőség, negatív hiedelem, fejlesztések, kommunikáció



CSUNYÓ NOÉMI

csunyo.noemi97@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Eszterházy Károly Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. habil. Kovács Tibor
egyetemi docens, EKE GTK*

Turisztikai tendenciák változása az Európai Unió gazdasági folyamatainak tükrében az új millennium óta

Kutatásomban az új millennium kezdete óta lezajlott, Európai Uniót is érintő legjelentősebb társadalmi, gazdasági tendenciákra fektettem a hangsúlyt, melyek mind befolyást gyakorolhattak az egyébként is érzékenynek mondható turisztikai ágazatra, valamint a társulás gazdaságának egészére. A téma aktualitását tekintve elmondható, hogy a globalizáció hatására csökkenő utazási korlátok kedvezően hatnak a turizmusra, azonban a túlzott nyitottsággal kapcsolatban felmerülhet a biztonság szerepkörének fontossága is, kiemelten az elmúlt évek során végbement bevándorlási hullámot, illetve terrortámadásokat tekintve, mely tényezőket az Európai Unió jelenleg is prioritásként kezel.

A dolgozatban két kutatási kérdést fogalmaztam meg, melyekhez hipotéziseket társítottam az adott témához vonatkozóan.

1. Kutatási kérdés: A 2008-as gazdasági válság, a migráció és a terrorizmus hogyan hatott az EU turizmusára?

H1: A 2008-as válság negatívan hatott az EU turizmusára.

H2: A megnövekedett migráció negatívan hatott az EU turizmusára.

H3: Az elmúlt évek terrorcselekményei negatívan hatottak az EU turizmusára.

H4: A biztonság felértékelődik, és a biztonságosnak vélt országok esetében a turisztikai kereslet növekedése figyelhető meg.

2. Kutatási kérdés: A 2000 után csatlakozó 13 új tagállam hogyan hatott az Európai Unió turizmusára?

H5: A csatlakozások kiszélesítették a turisztikai kínálatot az EU-n belül, ami pozitív hatással volt a társulás gazdaságára.

Ami a módszertant illeti, elsősorban szekunder adatelemzés során kerestem a választ az alapfeltevésekre. A migrációra, terrorizmusra, illetve a biztonság szerepkörére vonatkozóan egy három nyelven (magyar, angol, német) elkészített kérdőívet osztottam meg online felületen, mely esetében külön kerültek kiértékelésre a magyar, valamint a külföldiek által adott válaszok. Az egyes ismérvek közötti összefüggések vizsgálatát továbbá statisztikai korrelációs számítás alkalmazásával végeztem el.

Az elemzések eredményeként az összes hipotézis elfogadásra került. Mindazonáltal nem elhanyagolható az a tény, hogy a trendek nem okoznak hosszútávú hatást a vizsgált ágazatban, ugyanis jelenleg az EU-ban nincs jelen olyan állandónak és folyamatosnak vélhető fenyegetés, amely után egy-egy érintett tagállam ne tudna talpra állni egy csökkenő tendencia után.

Az adott témakörben javasoltnak tartom a kutatás folytatását, hiszen jelenleg is több olyan világgazdasági trend említhető, mely jelentős hatást gyakorol az Európai Unió gazdasági ágazataira.

FARKAS ATHÉNE*athenej@gmail.com*

Üzleti gazdaságtan

MSc, 1. félév

Újvidéki Egyetem

*Témavezető:
Prof. Dr. Muhi Béla
egyetemi tanár, RS EDUCONS*

Külföldi és belföldi forrású gazdasági fejlesztések hatása a turizmusra Palicson

Palics első számú turisztikai desztináció – nem csak Vajdaságban, Szerbia-szerte is egyre nagyobb népszerűségnek örvend. A Szerbiai Statisztikai Hivatal adatai alapján folyamatosan nő a látogatottsága és az itt eltöltött vendégéjszakák száma is.

A járványhelyzet azonban, a világ szinte minden szegletéhez hasonlóan, itt is megtörte az érdeklődést – vagy mégsem? A térség turisztikai jellemzői után a dolgozat a Palicson megvalósuló külföldi és belföldi forrású gazdasági fejlesztéseket vizsgálja, majd a Palicsra és Szabadkára érkező turisták és az itt eltöltött vendégéjszakák számát veti össze és elemzi. Ezután a változások közvetlen hatását helyi panziótulajdonosokkal készített interjúkból ismerhetjük meg.

A helyzet vizsgálata kapcsán megállapítható, hogy a munkahelyek megtartása mellett szükség lesz új munkahelyek létrehozására is, további befektetők idevonzására, valamint a kis- és középvállalkozások fejlesztésére.



GAÁL DOROTTYA KAROLIN

dorottya.gaal@stud.uni-corvinus.hu

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Harangozó Gábor
egyetemi docens, BCE GTK

Az ökoturizmus fejlődése és hatásai az afrikai kontinensen

A fenntartható fejlődés fogalmának meghatározása és alapelveinek lefektetése óta számos a fenntarthatósággal összefüggő turizmusfogalom ütötte fel a fejét és örvend egyre nagyobb népszerűségnek, így az alternatív turizmus részeként az ökoturizmus is, amely a turizmus környezetvédelmi, társadalmi és gazdasági kihívásaira adott egyik lehetséges válasz. Az ökoturizmus eddig elért eredményeiről a vélemények azonban megoszlanak. Bevált gyakorlatok mellett léteznek példák olyan esetekre is, mikor a helyi közösségek és kultúrájuk, valamint az élővilág szenvedik el a néhol tömegturizmussá nőtt jelenség káros hatásait. Az általános tapasztalatok alapján a helyi közösségek nem részesülnek a kívánt gazdasági előnyökből, a természeti örökség és a biodiverzitás fenntartása súlyos veszélybe kerülhet.

A kutatás célja az ökoturizmus fenntarthatósági hatásainak vizsgálata az afrikai kontinensen, a tevékenység során érintett csoportok szerepének, egymáshoz való viszonyuk feltárása során. Az alkalmazott kutatásmódszertan legfőbb eszköze a különböző érintett csoportok képviselőivel készített kvalitatív szakértői interjúk, amelyeket az ökoturizmus afrikai jelenségének átfogóbb megértése céljából bemutatott esettanulmányok egészítenek ki. A kutatás az így gyűjtött empirikus tapasztalatokkal kíván hozzájárulni a terület szakirodalmához. Az interjúk során megismerhetjük az ökoturizmus több érintett csoportját, a helyi természetvédelmi szakértő és a magánszféra képviselőjének, valamint egy Afrikába rendszeresen látogató ökoturista tapasztalatai nyomán. Ez lehetőséget adott a különböző érdekcsoportok szerepének megismerésére, válaszaik alapján mélyebb betekintést nyerhetünk az ökoturizmus valóságába. Az eredmények alapján látható, hogy az afrikai ökoturizmust a fenntarthatósági előnyök ellenére az érintettek közötti számos konfliktus és dilemma terheli, amelyek feloldása elengedhetetlen ahhoz, hogy az afrikai ökoturizmus a jövőben valóban hozzájárulhasson a fenntartható fejlődéshez.

HAJTÓ CINTIA

hajto.cintia23@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 3. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Jankó Ferenc

egyetemi docens, SOE LKK

Kétkerékkel előre: A kerékpározási adatok összevetése a közlekedésben és a turizmusban

TDK dolgozatom célja, hogy megvizsgáljam és alátámasszam tudományos feltevésemet, miszerint azokban az országokban, amelyekben a mindennapi életben nagyobb arányban van jelen a kerékpározás, ott a turizmusból is nagyobb szeletet hasít ki. Ezen túl utána járok mind a kínálati, mind pedig a keresleti oldali trendeknek a témában, hogy miként változtak ezek az idők folyamán, hogy hol tartunk most, illetve, hogy mik a kilátások a jövőre nézve. Kutatásom teljes mértékben szekunder alapokon nyugszik, statisztikai adatokat, illetve kerékpáros beszámolókat is elemeztem a világ különböző részeiről.

Dolgozatomat szakirodalmi elemzéssel kezdem, kitérve a kerékpározás (kerékpáros turizmus) kialakulására, hatásaira, valamint csoportosítására. Ezután bemutatom a piaci jellemzőket általánosságban, majd európai és magyarországi viszonylatban. Ezt követően, több szempontot figyelembe véve, hazánk és Hollandia ismérveit és sajátosságait állítom párhuzamba. Végül pedig az útibeszámolók alapján, kerékpáros országok, illetve útvonalak összehasonlítását kíséreltem meg. Ebben az alfejezetben kettő hazai, kettő külföldi és egy vegyes túravonal szemlélteti a különbségeket és a hasonlóságot az egyes országok között.

Az első bekezdésben megfogalmazott feltevésem a vizsgálataim alapján igaznak bizonyult, több szempontból is sikerült alátámasztanom. Emellett rávilágítottam azoknak a tényezőknak (közlekedés, kiépítettség, látnivalók, vendéglátóhelyek, szállások stb.) a szerepére, melyek befolyással bírnak az egyes országok kerékpáros turizmusban elfoglalt helyére. Választ kaptam arra is, hogy Hollandia miért rendelkezik ekkora előnnyel ezen a piacon, illetve fény derült Németország kerékpáros nagyhatalmi mivoltának hátterére is.

Végeredményben elmondható, hogy rengeteg befolyásoló tényező (fejlesztések, közlekedés, infrastruktúra stb.) hat arra, miképpen tudja egy ország vagy desztináció kiépíteni kerékpáros turizmusát és kultúráját. Sokan vannak, akik több szempontot is figyelembe vesznek, mielőtt elindulnak útjukra, ám úgy gondolom, aki igazán a kerekezés szerelmese, mindenhol meg tudja találni azt a motivációját, amiért érdemes biciklijére pattannia.

HERCZEG MIKLÓS

herczeg.miki5@gmail.com

Turizmus – vendéglátás

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

Témavezető:

Farkas Balázs

tudományos tanácsadó, BGE KVIK

Az Oroszlán a Budapesti Luxus szálloda piacon

Dolgozatomban a The Ritz-Carlton szállodalánc filozófiáját, megjelenését vizsgáltam a The Ritz-Carlton Budapest szálloda piaci pozícióján keresztül, a következő kérdések alapján:

1. A The Ritz-Carlton mint, brand miért is különleges a luxusmárkák piacán?
2. A Budapesti luxus szálloda piacon a The Ritz-Carlton Budapest hol helyezkedik el?
3. A The Ritz-Carlton Budapest piaci helyzete hogyan változik az új piaci belépők következtében?

A kutatás módszereként tartalom elemző módszer segítségével vizsgáltam a The Ritz-Carlton szállodalánc történelmét, a szállodalánc különleges világát a brand szztenderdeken és a vállalati kultúrán, filozófián keresztül. A kutatás során felmerült kérdésekre a The Ritz-Carlton Budapest Quality managerével kerestem a válaszokat.

Továbbá ugyan ezen módszer segítségével kutattam a budapesti 5*-os szálloda piacot és a luxus szálloda piacot. A kutatás folyamán felmerült kérdésekre félig struktúrált interjú segítségével kerestem a válaszokat a The Ritz-Carlton Budapest Revenue managerével, Marriott Hotels Budapest Cluster Revenue managerével, valamint a The Ritz-Carlton Budapest pénzügyi igazgatójával. Az interjúk és az elvégzett kutató munka következtében felmerült további kérdéseket a The Ritz-Carlton Budapest szálloda igazgatójával egy kötetlen beszélgetés formájában vitattuk meg.

Kutatásom alapján megállapítottam a The Ritz-Carlton Budapest piaci pozícióját Rate-Value mátrix alkalmazásával. Feltártam a budapesti 5*-os és Luxus szállodapiachoz kapcsolódó szállodák minősítésének problémakörét. Továbbá a The Ritz-Carlton Budapest megjelenése és az általa nyújtott szolgáltatások minősége és mennyisége alapján megállapítottam, hogy az oroszán hol helyezkedik el a budapesti Luxus szálloda piacon.

KERTÉSZ ANNA RITA

kertesz.anna.rita@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

*Témavezető:
Petrik Anna
adjunktus, METU HFTGK*

A Magyar Udvar hatása a budapesti agglomeráció turizmusára, avagy attrakciófejlesztés Kistarcsán

A mai modern társadalmunkban már alapvető igényként jelentkezik az utazás, mint a szabadidő eltöltésének egyik lehetősége. Jelenleg Magyarország legjobban látogatott területe Budapest és Balaton, ám vannak, illetve lehetnek azonban olyan kisebb városok, amelyek mind rendezvény helyszínek, mind turisztikai attrakcióval vonzó alternatív úti célt kínálhatnak.

Megálmodott projektem Kistarcsán, a budapesti agglomerációban valósulna meg, vonzva a Budapestre érkező turistákat és a belföldön kirándulni kívánó családokat.

A Magyar Udvar tematikus parkban az élményt pedig a múlt és a jelen kultúrája, történelme, a hagyományai, ünnepeinek felidézése és ennek interaktív megismerése adhatja. Elképzelésem szerint több célt szolgálna az Udvar: kulturális központként a helyiek ünnepi eseményei számára, turisztikai attrakcióként belföldi és külföldi turisták fogadására és rendezvényhelyszínként hagyományos lakodalmak lebonyolítására.

A fogyasztói csoportok igényeit, valamint a jövőbeli Magyar Udvarral kapcsolatos elvárásait igyekeztem feltérképezni, és a kérdőívek, valamint az interjú módszerével megtudni azt, hogy az ötlet megvalósítható-e.

Az eredmények azt mutatják, hogy a felmérésben szereplő magyar és külföldi jövőbeli vendégek ténylegesen igénylik az ilyen fajta kikapcsolódást és szívesen részt is vennének a programokban. A megálmodott Magyar Udvar a modern igényeknek megfelelő marketinggel kell elindítani, illetve kialakítását a mai kor technikai lehetőségeit messzemenően kihasználva célszerű létrehozni, hiszen ez biztosítja a fizetőképes keresletet.

MÁRKUS ZITA*zita.markus@stud.uni-corvinus.hu*

Turizmus-vendéglátás

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:**Dr. Jászberényi Melinda
egyetemi docens, BCE GTK***Overtourism Budapesten? – A városi turizmus és az overtourism jelenség kapcsolatának vizsgálata a fővárosba látogatók szemével**

A turisztikai iparág egyik leggyorsabban növekvő terméke a városi turizmus, amely nagyban hozzájárul a települések bevételeihez. A városokba áramló turistákkal egyidejűleg azonban számos probléma is megjelent. A turizmus negatív hatással lehet mind a helyi lakosok életminőségére, mind pedig a turisták élményére. Ezt a jelenséget az overtourism kifejezéssel illetik. A dolgozat központi kérdése, hogy érzékelték-e a turisták Budapest kiemelt turisztikai attrakciónál az overtourism jelenséget. A Tripadvisor utazási oldal véleményeinek tartalomelemzése után a végső eredmények azt mutatják, hogy a vizsgált attrakciók kapcsán a turisták nem érzékelték a jelenség negatívumait. Továbbá a szakértői interjúk révén megállapítható, hogy Budapest esetében a VII. kerület belvárosi része tekinthető az overtourism által leginkább érintett területnek, de kiemelendő, hogy már vannak figyelmeztető jelek máshol is.



MARSI EDINA

marsiedina@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 5. félév

Eszterházy Károly Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Domjáné dr. Nyizsalovszki Rita
egyetemi docens, tanszékvezető, EKE GTK

A tematikus utak komplex hatása az Észak-Magyarországi Régió turizmusára

A TDK dolgozatom célja a tematikus utak szerepének és hatásának elemzése az Észak-Magyarországi régió turisztikai kínálatában, a magyar tematikus utak versenyképességi kérdéseinek vizsgálata, területfejlesztési vonatkozások elemzése. A tudományos munka megírásában a személyes érdeklődés motivált.

A téma aktualitása abban rejlik, hogy a tematikus utakban, mint turisztikai termékekben nagy turisztikai potenciál van, azaz színesíteni tudják a kínálatot, valamint javíthatják a desztináció imázsát, és turisztikai teljesítőképességét is. A tudományos munka fő kérdései, hogy a tematikus utak milyen társadalmi, gazdasági hatással vannak, illetőleg hogy milyen marketingeszközöket lehetne még alkalmazni a népszerűsítésükre. A TDK dolgozatom kapcsán négy hipotézist állítottam fel, melyek a következők: A tematikus utak komplex hatással vannak az Észak-Magyarországi régió turizmusára, a tematikus utak elsődleges motivációt jelentenek az ideérkező turisták számára, a tematikus utak népszerűbbek lennének, ha turisztikai csomagként kerülnének értékesítésre, valamint, hogy a tematikus utakban lenne turisztikai potenciál, ha erősebb lenne a marketingjük, illetőleg szerepelnének a hazai turisztikai marketingben, turizmusfejlesztési dokumentumokban. A mélyinterjú során kiderült, hogy mind a három tematikus út, azaz a Csodarabbik útja, Palóc út, és a Mária útnak is van egységes logója. Tervezik az új attrakciók létrehozását, és a meglévők fejlesztését, illetőleg infrastrukturális fejlesztéseket is. Emellett megállapítható, hogy valamennyi tematikus út von be pályázati forrásokat a fejlesztésekhez. A kérdőívnel pedig az rajzolódott ki, hogy a kitöltők nem ismerik a tematikus út fogalmát, az úti cél kiválasztásánál fontos a szájreklám, és az internetes reklám.

Összegzésként pedig azt lehet mondani, hogy a tematikus utaknak van hatása ugyan a régió turizmusára, de ez a hatás komplexnek nem nevezhető. Ahhoz, hogy ezt el lehessen érni szükséges lenne a folyamatos pénzügyi háttér, marketing erősítése, a munkaerő megtartása, vagy bevonása a térségbe, valamint a célcsoport-orientált értékesítés lendítene sokat a tematikus utak helyzetén.

NAGY DÓRA

nagy.dora.12.27@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Molnár Csilla
egyetemi docens, SZIE GTK*

Gyula kulturális turizmusa

Kutatási témaként szülő- és lakóhelyem, Gyula kulturális turizmusát választottam. Fő céljaim között szerepelt, hogy Gyula város kulturális örökségének bemutatásán keresztül megvizsgáljam az e turisztikai termékhez kapcsolódóan az elmúlt években megvalósult fejlesztéseket és a további lehetőségeket. Érdekelt, hogy Gyula megállja-e helyét kulturális desztinációként, mennyire kiegyenlített a város iránt megnyilvánuló turisztikai kereslet, mennyire jelenik meg Gyula turisztikai imázsában a kultúra, továbbá milyen a turisták és a Gyulán élők városról alkotott képe.

Tudományos diákköri pályamunkámban a hazai és nemzetközi szakirodalmak megismerése után először ismertettem a turizmus és a kultúra kapcsolatát, valamint a kulturális turizmus trendjeit. Gyula kulturális kínálatából kiemeltem azokat az értékeket, amelyek véleményem szerint meghatározzák a város ismertségét és imázsát, illetve a kulturális turizmus fejlesztésének alapját jelenthetik.

Primer kutatásaim során kérdőíves megkérdezést végeztem a gyulai lakosok, illetve a nem Gyulán élők – a várost már ismerő turisták és az ott még nem jártak – körében hogy megismerjem Gyula lakosságának és az ide érkezőknek az aktuális igényeit, érdekeit, elégedettségüket a város kínáلتa lehetőségekről, magáról a városról, fejlődéséről, elmaradottságáról, illetve a turisták magatartásáról a városban és visszatérésüknek az esélyét. Strukturált kérdéssor alapján interjút készítettem a TDM szervezet vezetőjével, továbbá dolgozatomba beépítettem saját tapasztalataimat is, melyeket egyrészt mint Gyulán élő, másrészt mint leendő turisztikai szakember igyekeztem megfogalmazni. A kutatás előtt felállított 5 hipotézisem közül 3 teljes mértékben, 2 viszont csak részben igazolódott be.

Pályamunkám készítése kapcsán megerősödött bennem az a vélemény, hogy szülővárosomnak kiváló adottságai és lehetőségei vannak a turizmusban nemcsak belföldi, de nemzetközi viszonylatban is, melyek kihasználásához azonban a turizmus hazai és nemzetközi trendjeit figyelembe vevő, innovatív és kreatív turisztikai és infrastrukturális fejlesztésekre van szükség. További kutatási terveim között szerepel a pályamunkámban megfogalmazott fejlesztési javaslatok részletes kidolgozása, további termékfejlesztési alternatívák megfogalmazása, valamint annak vizsgálata, hogy szülővárosomnak milyen lehetősége lenne az UNESCO világörökségi listájára való felkerüléshez.

NÁTRÁN ADÉL

adel.natran@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Egyed Krisztián

egyetemi docens, SOE LKK

Az overtourism jelenség társadalmi-kulturális hatásai

Dolgozatom témájául az overtourism jelenség társadalmi és kulturális hatásainak vizsgálatát választottam, elméleti és gyakorlati szinten egyaránt. Témaválasztásomat az indokolja, hogy véleményem szerint ez egy nagyon aktuális téma, viszont eddig kevesen végeztek a jelenségre vonatkozó tudományos vizsgálatokat. Ezt az magyarázza, hogy viszonylag fiatal a jelenség, mindössze pár éve alakult ki. Ennek ellenére nagyon nagy figyelmet kapott az utóbbi időkben, a médiában. Számos nemzetközi desztináció példája igazolja, hogy ez a jelenség már egy valódi probléma, amely kezelést igényel. A kezeléséhez úgy gondolom, hogy először meg kell vizsgálni a jelenség ismérveit, sajátosságait, kiváltó okait, annak érdekében, hogy megfelelő stratégiai megoldásokat tudjunk kidolgozni. Ezek alapján arra törekszem, hogy a tényezők és összefüggések elemzésével egy teljes körű ismertetést adjak a témáról.

Dolgozatom célja, hogy egy átfogó elemzést adjon, amelyben pontosítom a jelenség fogalmát, a kialakulásához vezető tényezőket, és az egyes hatásait társadalmi és kulturális szinten egyaránt. Emellett igyekszem feltárni a helyi lakosság attitűdváltozásait és az overtourism közti összefüggéseket, és ezek alapján modellezni az egyes viselkedéscsoportokat. A kutatásaim során szeretném igazolni a feltevésemet, miszerint az overtourism egy olyan kedvezőtlen hatásokkal járó folyamat, amely nehezen visszafordítható.

Alkalmazott kutatási módszereimként a szakirodalmak feldolgozása, az elméleti rendszerek vizsgálata és felállítása, a mélyinterjúk készítése, valamint a lakossági felmérés összeállítása említhető meg. Emellett az overtourism hatásainak vizsgálatát egy esettanulmány keretein belül is elvégeztem, amely Budapestre, és azon belül is a 7. kerületre vonatkozik.

A legfontosabb eredményemnek azt tekintem, hogy bebizonyosodott, hogy az overtourism hatásai rendkívül sokfélék lehetnek, és leginkább kedvezőtlen változásokat okoznak. Emellett egyértelműen kirajzolódott, hogy a jelenség hatásai által bekövetkezett változások jelentős mértékben befolyásolják a helyi lakossági attitűdöket. Minél negatívabb hatások érték az adott társadalmat, annál ellenszenvebbé vált a turistákkal és a turizmussal szemben. Az elemzéseim arra is rámutattak, hogy azon lakosok, akik rossz benyomásokat szereztek a turizmussal kapcsolatban, hajlamosabbak az elköltözésre.

SOÓS ESZTER

sseszter82@gmail.com

Turizmus vendéglátás

BSc, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Lőrincz Katalin

egyetemi docens, PE GTK

A fenntartható turizmus aspektusainak vizsgálata a Veszprém-Balaton2023 Európa Kulturális Fővárosa program tükrében

Mindennapjaink során egyre nagyobb szerepet tölt be a fenntarthatóság, hiszen környezetünk romló állapota változtatásra hívja fel figyelmünket. Korunk egyik környezetszennyező komponense a turizmus, azonban ennek mérséklésére számtalan lehetőség adott.

Az Európa Kulturális Fővárosa címet Veszprém és a Balaton térség viselheti a 2023-as évben, mely erősen hatással lesz Veszprém jövőjére, mind fejlettség, mind ismertség, de a környezeti kihívások és hatások terén is, hiszen egy ekkora volumenű program által magas vendégforgalmat feltételezhetünk az elkövetkezendő években. A program számos kulturális rendezvény, infrastrukturális fejlesztés megvalósítását tervezi, így azok kivitelezése sem mindegy, hogy mekkora szennyezéssel jár, azonban a veszprémi program egyik fő célkitűzése a fenntarthatóság.

Kutatásom alapvetően két pilléren nyugszik. Egyrészt a projekt fenntarthatóságért tett/tervezett lépéseit vizsgálom, melyhez interjút készítettem a projektben illetékes személyekkel. Célom volt különböző aspektusokból értelmezni a fenntarthatóság fogalmkörét. Kutatásom másik részében a veszprémi szálláshelyek fenntarthatóság irányába mutatott törekvéseket és azok mértékét tártam fel, kérdőíves módszerrel.

Kutatásom alapján beigazolódott, hogy a Veszprém-Balaton2023 Európa Kulturális Fővárosa program prioritásként kezeli a fenntarthatóságot, különösen rendezvényei tekintetében. A felmérés során megkérdezett veszprémi szálláshelyek is törekvést mutatnak a környezeti fenntarthatóság irányába, ennek ellenére számos fejlesztendő területre derült fény.

Kulcsszavak: fenntarthatóság, fenntartható turizmus, Európa Kulturális Fővárosa, Veszprém

SZABÓ BALÁZS

szbalazs0301@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Szent István Egyetem

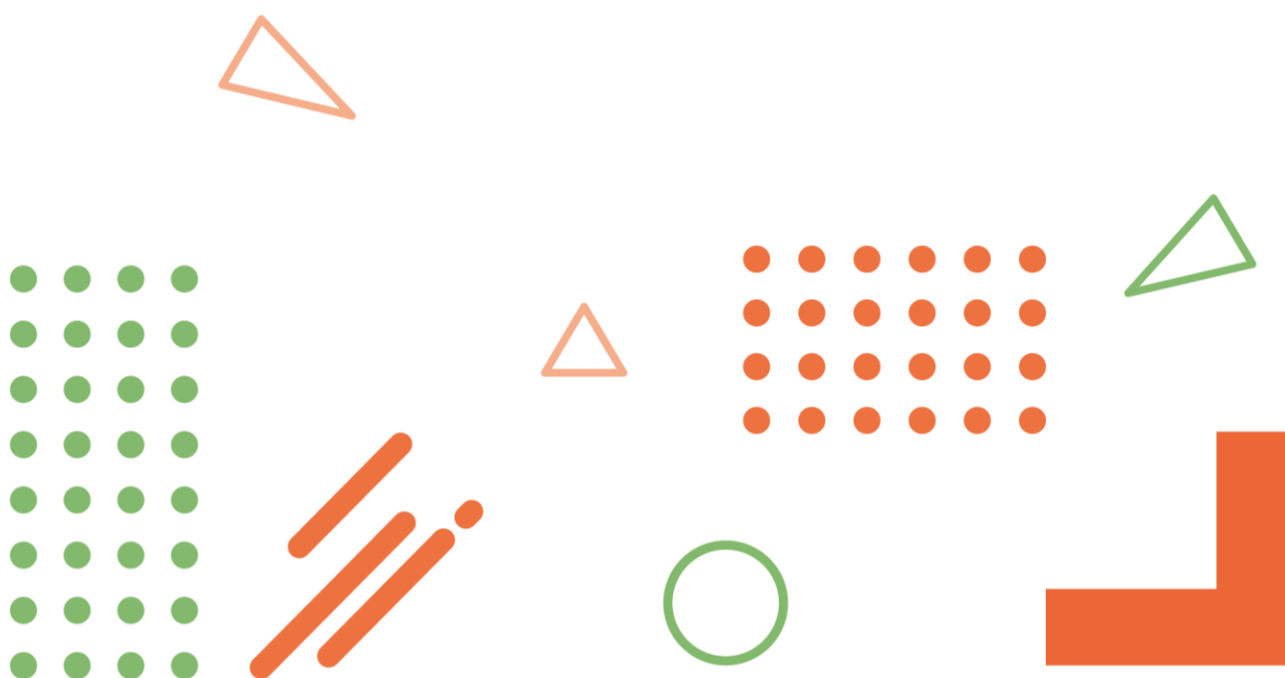
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:**Prof. Dr. Szabó Lajos**Professor Emeritus, SZIE GTK*

Aktív turizmus a Dunakanyarban

Pályamunkámon keresztül a Dunakanyar aktív turisztikai kínálatáról szeretnék áttekintést adni az olvasónak. Munkámat a térség történelmének rövid áttekintésével kezdem, majd természetföldrajzi szempontból, valamint a turizmushoz szükséges infra-és szuprastruktúra szempontjából mutatom be a területet. Az aktív turisztikai kínálatból a természetjárást és ökoturizmust, a lovas turizmust, a golf-turizmust, a vízi turizmust, illetve a síturizmust emelem ki, mivel ezen termékek rendelkeznek legbővebb kínálattal a Dunakanyarban.

Mivel pályamunkám elsődleges célja a térség aktív turisztikai kínálatának áttekintése, egy leíró jellegű munka, amihez nem tartom szükségesnek hipotézis felállítását. Ugyanakkor szekunder kutatásom során a térség aktív turisztikai termékeire irányuló keresletről és az ide látogató turisták motivációjáról alig találtam információt, így a primer kutatásommal – vagyis elektronikus kérdőíven és négy szakmai interjún keresztül – a keresleti oldalt térképezem fel. Kutatásom ezen részének eredményeit kör és oszlop diagrammokon szemléltetem. A következtetések levonásához elkészítettem a térség PEST és SWOT elemzését, utóbbi jól tükrözi a fejlesztendő területeket.



SZÖLLŐS-TÓTH ANDREA

andesz.andika@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Vargáné dr. Csobán Katalin

adjunktus, DE GTK

A túlzott mértékű turizmus („overtourism”) vizsgálata nemzetközi viszonylatban és hazánkban

Mivel a turistaérkezések száma az elmúlt években, évtizedekben folyamatosan nőtt, egyre több területen problémát okoz a túlzott mértékű turizmus, a zsúfoltság, a tömegturizmus, az „overtourism”. A turisztikai túltelítettség különféle konfliktusokat és vitákat vált ki a desztinációkban arról, hogy miként lehetne kezelni a kialakult helyzetet. A turisztikai túltelítettség világít rá arra, hogy a különböző érdekeket képviselő csoportok hogyan működnek együtt, és hogyan konvergálnak egy olyan döntés felé, mely mindenki által elfogadott és előnyös.

Számos nemzetközi példa igazolja a jelenség fontosságát, melyet egyrészt a helyi lakosság, másrészt a turisták is érzékelhetnek. A projekt során a felmerülő problémák esetében alkalmazott megoldási kísérletek közül többet is bemutatok.

A turisztikai túltelítettséget hazánkban még kevés desztináció esetében mutatták ki a szakemberek, azonban annak jelei országszerte több településen észlelhetők. A külföldi és a magyarországi tapasztalatokat esettanulmányok segítségével mutatom be, emellett kérdőíves megkérdezést végeztem Hajdúszoboszló lakossága körében.

A városlakók elégedettek a közbiztonsággal és az infrastruktúra kiépítettségével. Kiderült továbbá, hogy a válaszadók mindössze negyede érzi úgy, hogy a város turizmusának fejlődése számottevő volt az előző években.

A kapott adatok rávilágítottak arra, hogy a város lakosságának számottevő része csak elviseli a turisták jelenlétét, azonban nem örül neki. A helyi közösség jelentős hányadát zavarja a zsúfoltság, tömeg, mely főként a nyári időszakra jellemző. A városlakókat leginkább nyugtalanító tényező a turizmus negatív hatásai közül az ingatlanárak és az albérletárak emelkedése.

Azon településeken, melyek életében a turizmus szerepe meghatározó, érdemes a turizmus okozta negatív jelenségeket figyelemmel kísérni, tudományosan mérni, hiszen a lakosság visszajelzései alapján könnyebben megfékezhető a turizmus életszínvonalra és környezetre gyakorolt káros hatása.

Turizmus – vendéglátás, kultúra, sport

Elnök: Dr. habil. Bakucz Márta nyug. egyetemi docens (PTE KTK)
Társelnök: Dr. habil. Jászberényi Melinda egyetemi docens (BCE)
Tag: Dr. Raffay-Danyi Ágnes egyetemi docens (PE)
Tag: Dr. Albert Tóth Attila adjunktus (SZE KGK)

BUCSI ANNA

bucsianna@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:

Dr. Grotte Judit

egyetemi docens, METU ÜKTF

Gasztrológia

Ez a dolgozat a gasztroturizmus helyzetének vizsgálatát tűzte ki célul, hogy teljesebb képet nyerhessünk arról, hogy a gasztroturizmus trendjei hogyan alakulnak a nemzetközi és hazai piacon. Azt vizsgálja, hogy a jelenlegi megváltozott vírushelyzetben, illetve attól függetlenül is, mennyiben jelenthet ez piaci potenciált és versenyelőnyt a szolgáltatóknak, a turizmus és a vendéglátó-, illetve szállodaipar résztvevőinek. Lehet-e létjogosultsága ma Magyarországon például egy gasztro szállodának? Hozzájárulhat-e a gasztroturizmushoz igazodó kínálat a látogatottság és a bevétel növeléséhez? Munkám során ezért kutattam a turisták étterembe járási és utazási szokásait, gasztronómia iránti érdeklődési szintjüket, illetve a véleményüket egy gasztronómia tematikájú szállodával kapcsolatban. Dolgozatomnak ugyanakkor nem volt célja, hogy egy egész koncepciót, illetve egy esetleges megvalósíthatósági tanulmányt fedjen le.

A teljesebb kép kialakításához áttekintettem a hazai és nemzetközi szakirodalmat és elemeztem a mai piaci helyzetet. A hazai piac megismerése érdekében egy kvantitatív és egy kvalitatív kutatást használtam, melynek eredményességéhez 212 online kitöltő (különböző életkorú és képzettségi szintű) és hat elismert szakmabeli személy mélyinterjú adatszolgáltatása járult hozzá.

Az egyik figyelemreméltó eredmény, hogy a magyar fogyasztók számára fontos az újdonság, szeretnek felfedezni, élményekkel gazdagodni, ezért jelentős számban érdeklődést mutatnak például egy olyan gasztro szállodára, – ahol a minőségi kulináris élmények mellett – különböző tematikák mentén tanfolyamokon vehetnek részt, illetve bővíthetik a gasztronómiai ismereteiket, tapasztalataikat.

A kutatómunka során beszerzett piaci információk hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a vizsgált célközönségről és piaci igényekről teljesebb képet kaphassunk, jobban megismerhessük a gasztroturizmus piaci trendjeit és mérlegelhessük annak gyakorlati alkalmazását – mint piaci versenyeszköz és bevételi forrásnövelő eszköz- a hazai idegenforgalomban, turizmusban és szállodaiparban. Az általam nyert adatokból megállapítható, hogy a hazai regionális és központi turisztikai helyek, szolgáltatók és szállodák kínálatának fejlesztésében feltételezhetően számottevő forgalomművelő tényező lehet a gasztroturizmusra szakosodás is. Ez pedig egyaránt versenyelőnyt jelenthet a hazai szállodaipar és idegenforgalom résztvevőinek.

CZILLAHÓ KRISZTINA

kriszti.czillaho@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Dr. Pinka-Sziva Ivett
egyetemi docens, BCE*

A fesztiválok napos oldala – Fenntarthatósági szempontok vizsgálata hazai nagyfesztiváljaink esetében

A pályamunkám témája a hazai nagyfesztiválok környezeti fenntarthatóságával kapcsolatos kínálati és keresleti oldalra vonatkozó jelenlegi kezdeményezések értékelése és a potenciális fejlesztési lehetőségek feltárása, amely új utakat és ötleteket is adhat a hazai fesztiválok környezeti lábnyomának csökkentése érdekében.

A témaválasztáshoz a hazai fesztiválok egyre nagyobb térnyerése, valamint az utóbbi évtizedben a környezet védelme és a rendezvények ökológiai lábnyomának csökkentése érdekében indított hazai és külföldi jó kezdeményezések szolgáltak kiindulási alapként.

A fő kutatási kérdésként azt fogalmaztam meg, hogy milyen szempontokat kell figyelembe venni a hazai fesztiválok környezeti fenntarthatóságának növelése érdekében a keresleti oldali igények és a kínálati oldali lehetőségek tükrében. Az ehhez kapcsolódó alkérdések a fesztiválok kínálati és keresleti oldalát együttesen vizsgálták.

A szekunder kutatásaim során az alapfogalmak definiálása után feltérképeztem a fesztiválok esetében felmerülő közvetlen és közvetett környezetszennyező tényezőket, a minőségbiztosítási rendszereket, valamint a hazai és nemzetközi viszonylatban alkalmazott jó gyakorlatokat.

A primer kutatás keretein belül a kínálati oldal vizsgálatára szakértői mélyinterjúkat készítettem, a keresleti oldal véleményének feltárásához pedig kérdőíves megkérdezést alkalmaztam.

A dolgozat újdonságértékének számít, hogy a keresleti és a kínálati oldalt egyszerre vizsgálja, a kapott eredményeket pedig párhuzamba állítja, ezáltal összekapcsolva a keresleti oldalon felmerülő igényeket a kínálati oldal lehetőségeivel, amelynek eredményeként kínálkozó reális, a környezeti fenntarthatóságot növelni célzó megoldások azonosíthatóak.

A dolgozat eredménye, hogy a cél elérése érdekében esszenciális lépés a közönség igényeinek felmérése és a tőlük elvárható magatartásformák megfelelő kommunikálása. Ezt követhetik az infrastrukturális háttér kiépítettségét, a hulladékgazdálkodást, a közönség és az érintettek utazási szokásait, valamint a fesztivál edukációs szerepének növelését célzó projektek. Ezen tevékenységek pedig összességében a fesztiválok környezeti terhelésének csökkentését eredményezhetik.

FALVI ZSÓFIA

falvi.zsofia@kodo.hu

Turizmus-vendéglátás

BSc, 4. félév

Kodolányi János Egyetem

*Témavezető:
Dr. Füreder Balázs
főiskolai docens, KJE*

Hagyományok, vendégszeretet, sör: Hofbräuhaus

Legfőbb kutatási kérdéseim:

1. Mit jelent a hagyománytisztelet a bajorok életében, különös tekintettel a bajor gasztronómiára?
 2. Mit jelent a sör és a sörturizmus a bajorok életében?
 3. Mekkora szerepe van a Hofbräuhausnak a sörfogyasztó müncheniek életében?
- +1 Hogyan befolyásolja a sörfogyasztási kultúrát a Covid vírus?

Primer és szekunder kutatásra alapozom munkámat. A szekunder kutatás részeként online és nyomtatott forrásokat is felhasználtam. A kutatás jelentős részét képezi a három félig strukturált interjú, amit készítettem. A turisztikai helyzet, a város marketingje és imidzse feltárásához Ralf Zednik volt segítségemre, a Landeshauptstadt München munkatársa, a bajor kultúráról, a sör jelentőségéről és történelemről beszélgettem Brandt Máriával a Süddeutsche Zeitung nyugalmazott újságírójával és természetesen a Hofbräuhaus sajtóreferense sem maradhatott ki a kutatásból. Tobias Ranzineg a ház jelentőségéről, a sör fonotsságáról számolt be beszélgetésünk folyamán. A kérdőíves kutatás során célom volt feltárni a bajorok viszonyát a sörhöz. A kérdőívet 363 fő töltötte ki 3 hét alatt.

Hagyománytiszteletük hétköznapijaik minden mozzanatában megnyilvánul: a tradicionális bajor konyha receptjei évszázadok óta változatlanok, a sörházakban népviseletben szolgálnak fel és gyakran a látogatók is ezt viselik.

A sör jelentőségét véleményem szerint a német mondás remekül összefoglalja egyetlen mondatban: A komlót és a malátát őrizze meg az Isten! A látogatók egyértelműen a sörrrel, a sörös rendezvényekkel, a jó ételekkel azonosítják a bajor fővárost. A kérdőíves kutatás megmutatta: a bajorok kétharmada fogyasztja heti vagy napi szinten az italt és jár el rendszeresen sörkertbe.

A város legfontosabb turisztikai stratégiája a hozzá tartozás érzésének keltése. Münchenivé teszi a látogatót, befogadja. A müncheniek éppúgy megtalálhatók a sörházakban, parkokban, éttermekben, mint a turisták. Konkrét példám, a Hofbräuhaus melynek legtöbb látogatója és törzsvendége helyiekből áll, így az ide érkező turisták valóban a bajor attitűdöt ismerhetik meg.

Természetesen itt sem zajlott nyomtalanul a koronavírus első hulláma. Ennek a turizmusra, gasztronómiára és a sörkultúrára gyakorolt hatása egyértelmű. Jelentős a gazdasági kiesés és az emberek távoltagebbak, ami a hangulatra is rányomja a bélyegét.

HADHÁZI VIKTÓRIA

hadhazi.viki97@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Ráthonyi Gergely

adjunktus, DE GTK

A római- és török kori fürdőemlékek hatásai napjaink fürdőkultúrájára

Az elmúlt évben rekordokat döntött a hazai turizmus, így egyértelmű, hogy továbbra is a gazdaság egyik fontos ágazatának tekinthető. Ezen belül egyre jelentősebb szerepet játszik napjainkban az egészségturizmus, mely magába foglalja a wellness- és gyógyturizmust, valamint a hozzájuk tartozó területeket. Dolgozatomban elsősorban a fürdőkultúra, és a történelmi múlt jelentőségét vizsgáltam a fürdőlátogatók és a szolgáltatók körében.

A specializálódott wellness szolgáltatásoknak köszönhetően, a római- és török fürdők olyan egyedi termékeként jelennek meg, ahol a római és török kori fürdőzés hagyományait a mai napig ápolják. Kíváncsi voltam napjainkban hogyan viszonyulnak a fürdőlátogatók a történelmi fürdőkhoz, a műemlék jellegű fürdők mennyire tartják fontosnak történetük hangsúlyozását és megismertetését. Célkitűzéseimmel összhangban az alábbi hipotéziseket fogalmaztam meg:

H1: A fürdőlátogatók számára a történelmi múlt fontos befolyásoló tényező.

H2: A fürdő a közösségi élet meghatározó helyszíne a fürdőlátogatók számára.

H3: A történelmi múlt a szolgáltató szempontjából kiemelt fontosságú.

Kutatómunkám folyamán szekunder és primer adatgyűjtést végeztem. Szekunder adatgyűjtés során hazai és nemzetközi statisztikai és folyóirat adatbázisokban, adatgyűjtést és kulcsszavas keresést végeztem. Primer kutatásom során kérdőíves megkérdezést alkalmaztam. Az általam vizsgált fürdőket e-mailen keresztül kerestem meg, azt remélve, hogy ebben a formában nagyobb lesz a válaszadási arány, valamint egy tanulmányi kirándulás során lehetőségem nyílt személyes megkérdezésre is. A fogyasztói lekérdezés során tematikus csoportokban, valamint ismerőseim körében osztottam meg az online kérdőív elérhetőségét, illetve papír alapú kérdőívet is készítettem.

Az elemzés során kiderült, hogy a fürdőlátogatók számára a történelmi múlt nem befolyásoló tényező, még abban az esetben sem választják a fürdőt, ha tudják róla, hogy több évtizedre, vagy akár több évszázadra visszanyúló múlttal rendelkezik. A hagyományos fürdőkultúra és fürdőzési szokások, valamint a fürdőkultúra megőrzése sem játszanak fontos szerepet a fürdőlátogatók körében. Azonban a fürdők által nyújtott szolgáltatások mellett, fontosnak bizonyult a társaság. A szolgáltatók mindegyike kiemelt fontosságúnak tartotta, hogy a történelmi múltjuk megjelenjen a fürdő épületének kialakításában és a kommunikációjuk során is, amely hozzájárul a hagyományos fürdőzési szokások fennmaradásához és így szélesebb körben is ismertté válhatnak.

ILLÉS MÁRIA

maria.illes@yahoo.co.uk

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

*Témavezető:
Tütünkov-Hrisztov Jordán
adjunktus, METU HFTGK*

A sportturizmus jelentősége a wimbledoni teniszbajnokságon keresztül bemutatva

A sportturizmus a turizmus egyik legdinamikusabban növekvő ága. Szakdolgozatomban a sportturizmus jelentőségét a wimbledoni teniszbajnokságon keresztül mutatom be, mint különleges sportrendezvényt és turisztikai attrakciót. Azért erre a témára esett a választásom, mert hivatásos idegenvezetőként egyike lehetek azon akkreditált idegenvezetőknek, akik körbevezethetik a látogatókat a világ-hírű teniszklubban.

A dolgozat első felében bemutatom a tenisz és Wimbledon történelmi múltját. Majd a sportturizmus fogalmát, rendszerét és a látogatói motivációkat elemezem. Kutatásomban megvizsgáltam a magyar lakosság sportrendezvényekhez való viszonyát egy kérdőíven keresztül, amelynek eredményeit ismertetem. Továbbá fény derül arra is, hogy miben más és különleges a wimbledoni teniszbajnokság. A klub múzeuma és a vezetett túrák pedig mint turisztikai attrakciók külön említést kapnak a stadiontúrák kínálatában betöltött jelentős szerepükért. Mélyinterjúban Andy Charlton, a wimbledoni vezetett túrák egyik alapító tagja avat be minket a stadiontúrák kezdeti nehézségeibe és sikereibe. A hagyományőrző teniszklub modern lépéseket tesz a fenntarthatóság jegyében, amelynek fő elemeit a zárófejezetben vázolólok fel.

Összegzésként megismerhetjük, hogy mi mindent tanulhatunk Wimbledontól, mint üzleti modell, mint sportrendezvény és mint turisztikai attrakció.

KOVÁCS DÓRA

dora.kovacs9784@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Kiss Kornélia

egyetemi docens, BCE GTK

Nekünk MUNKA, másnak ÁLOM! Értelmi fogyatékos munkavállalók foglalkoztatásának lehetőségei és korlátai a vendéglátásban

Dolgozatom célja annak vizsgálata, hogy milyen lehetőségek és korlátok övezik az értelmi fogyatékosokkal élő munkavállalók foglalkoztatását a vendéglátásban Magyarországon. Az akadémiai irodalom feldolgozása megmutatta a téma kiforrotlanságát: az értelmi fogyatékosok vendéglátásban való foglalkoztatásának különböző aspektusait feltáró szakirodalmi kutatások – a téma gyakorlati relevanciája ellenére – mind nemzetközi berkekben (bár számuk a magyar kutatásokét meghaladja), mind pedig hazai terepen gyérnek mondható.

A kutatásom első lépéseként gyűjtést végeztem a Magyarországon fellelhető, a fővároson belüli és kívüli értelmi fogyatékosokkal élő munkavállalókat alkalmazó ún. védett munkaerőpiaci vendéglátóegységekről. A továbbiakban – követve a korábban alkalmazott kutatások módszertanát, illetve a téma komplexitásából és érzékenységéből adódóan – kvalitatív kutatást végeztem. Három munkaadói és két munkavállalói mélyinterjú keretein belül kerestem a választ a kutatási kérdésekre, tehát a témát munkaerőpiaci-kínálati és -keresleti oldalról is megvizsgáltam.

Kutatásom szerint az intellektuális képességzavarral élő munkavállalók precízen és lelkiismeretesen végzik munkájukat. Betölthetnek közvetlenül vendéggel érintkező pozíciókat is, vannak azonban olyan feladatkörök is, ilyen például a pénztárkezelés, vagy teremfőnöki pozíció, amelyeket nem tudnak ellátni. A munkavégzés során akadályokba ütközhetnek, ilyenek lehetnek a váratlan szituációk, a konfliktusok, az érzelmi problémák, az elfáradás, illetve a róluk elterjedt hiedelmek és tévhitek.

A szakirodalom és a saját kutatási eredményeim alapján elmondható, hogy bár vannak korlátozó tényezők az értelmi fogyatékosokkal élők vendéglátásban történő alkalmazása során, a megfelelő körülmények biztosításával egyes problémák megelőzhetővé, mások könnyen áthidalhatóvá válnak, így nyerhetünk új, lojális és magas munkamotivációval rendelkező munkaerőt. Annak érdekében, hogy az integrációt megvalósíthassuk, idő- és erőforráskapacitást kell felszabadítani, alkalmas munkakörülményeket kialakítani, valamint szükség van a menedzsment és a többi munkavállaló szemléletmód-váltására és képzésekkel való felkészítésére.

SZABÓ CSENGE KRISZTINA

szabocsenge33@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

*Dr. habil. Lugasi Andrea
főiskolai tanár, BGE KVIK*

Megosztjuk a receptjeinket! Megosztjuk a kockázatot is?

Mit főznek a magyarok?

Őseink életmódjától kezdve a vallási változásokon át a média befolyásáig számos tényező befolyásolja, hogy mi kerül manapság egy magyar ember asztalára. A digitalizáció növekedésével a hagyományok szerepe egyre inkább csökken. A főzési és így a táplálkozási szokásokra egyre nagyobb hatással vannak az interneten megosztott receptek, melyekre az emberek sokszor követendő ideaként tekintenek. Kutatásom célja, hogy egy hazai, magyar nyelvű, népszerű receptmegosztó felületen található főételek receptjei és az azok alapján publikált tápanyagösszetételi adatok alapján következtéseket vonjak le arra vonatkozóan, hogy a lakosság által beküldött és megosztott recepteknek megfelelő ételek mennyire elégítik ki az egészséges táplálkozásra vonatkozó ajánlásokat; mennyire felelnek meg az ajánlott energia- és tápanyagbeviteli értékeknek és arányoknak, azaz táplálkozásélettani szempontból kockázatosak-e vagy sem.

Elemzéseim alapját a nosalty.hu receptmegosztó oldalra feltöltött több, mint tízezer főétel alkotja. Az ételek általános és tápanyagösszetételi adatainak összegyűjtése webscraping-gel történt. Elemzéseim kitérnek a receptek általános jellemzőinek meghatározásán kívül azok energia- és tápanyagtartalmi adataira, valamint ezeknek az ajánlásokhoz való viszonyára. Az összefüggések vizsgálata khi-négyzet próbával, azok jellemzése a Cramer-féle V értékkel, a hipotézisvizsgálatok pedig egymintás T próbával történtek.

Az eredmények alapján megfogalmazható, hogy az egyik legnépszerűbb hazai receptmegosztó oldalon megtalálható főételek tápanyagtartalmi aránya jól tükrözik a magyar lakosságra jellemző táplálkozási kockázatokat. A főételek sokkal nagyobb mértékben tartalmaznak zsírokat, mint az ajánlásokban meghatározott maximális érték. A vizsgált főételek fehérje-, telített zsír- és cukortartalma szintén meghaladja az ajánlott értéket, mely összefüggést mutat azzal is, hogy mely ételek tartalmaznak húst. Az ételek szénhidrát- és rosttartalma az ajánlottnál kevesebb.

Összességében elmondható, hogy a népszerű receptmegosztó oldalon található ételek tápanyagösszetételük alapján táplálkozástani szempontból kockázatosak lehetnek.

SZÁNTÓ PÉTER

szanto.peter998@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezetők:

Dr. Végh Ágnes

egyetemi docens, BGE KVIK

Debreceni János

tanársegéd, BGE KVIK

A turizmus-vendéglátás közép- és felsőfokú oktatásának jellemzői és kapcsolata, a szakmai gyakorlat szerepe és piaci jelentősége

Az oktatás évtizedes viszonylatban állandó téma hazánkban. A képzési formák jellemzőinek folyamatos változása azonban nehezíti a terület vizsgálatát.

A dolgozat négy egységre tagolható. Az első szakaszban az oktatást meghatározó keretrendszert mutatom be, összehasonlítom és elemzem a jogszabályokat. A tanulmány második részének fókuszában a képzési szintek közötti elméleti kapcsolat áll. Azt vizsgáltam, hogy miképp valósul meg a képzési átmenet a jogszabályi szinten. A harmadik egységében tanulmányi adatelemzésre került sor, melynek során a BGE hallgatóinak osztályzatait hasonlítottam össze, a hallgatók korábbi tanulmányai alapján előképzett (turizmus-vendéglátás vagy közgazdaságtan), és nem előképzett csoportokra bontva. A leíró statisztika eszköztárára túlmutatóan kapcsolatvizsgálatot végeztem. Dokumentumelemzés során összevettem az egyetemi és a középiskolai követelményeket, kapcsolódási pontokat keresve. Az eredmények értelmezésének elősegítéséhez interjút készítettem dr. Fenyvesi Éva dékánhelyettes- és dr. Szalók Csilla intézetvezető asszonnyal. Dolgozatom negyedik egységében a szakmai gyakorlatra helyeztem a hangsúlyt, ez mind a két szinten az oktatás fontos eleme.

A szakmai gyakorlat kereteinek ismertetése után annak gazdasági jelentőségét mutatom be a rendkívül alacsony bérköltségen keresztül. Négy – gyakornokokért felelős szállodai vezetővel készített – interjúm alapján összegzem, hogy milyen elvárásokat támasztanak a gyakorlóléhelyek, illetve, hogy milyen előnyöket élveznek a gyakornokok foglalkoztatásából és mit változtatnának meg az oktatás ismeretanyagán.

A hallgatói elvárásokat és várankozásokat online kérdőív formájában (n=201) mértem fel. Ez alapján átfogó képet igyekszem adni arról, hogy a gyakorlat előtt állók milyen vállalatnál, milyen munkakörben szeretnének dolgozni, milyen ismeretanyag megszerzését tartanák fontosnak és miképp ítélik meg az egyetemen megszerzett tudásuk hasznosságát. A változók közötti kapcsolatot statisztikai próbával teszteltem.

Eredményeim alapján az mondható, hogy a képzési átmenet az elméletben megjelenik, de a Budapesti Gazdasági Egyetem turizmus-vendéglátás képzésén tanuló hallgatók eredményeiben ez annak ellenére is csak csekély mértékben mutatható ki, hogy a kapcsolódási pontok egyértelműen kirajzolódnak.

A gyakorlóléhelyek jelentős előnyöket élveznek a gyakornokok foglalkoztatásából, de a képzéssel nem elégedettek. A hallgatók pozitívan néznek a gyakorlat elébe, de közgazdaságtani területen nem szívesen dolgoznának.

TANI VIVIEN

vivitani02@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Témavezetők:

Hidvégi Hedvig

tanársegéd, BGE KVIK

Dr. Lenkovics Beatrix

főiskolai docens, BGE KVIK

Zöldségpárlatokban érlelt szürkemarha hátszín érzékszervi változásai hagyományos és szuvid technológia során

Dolgozatom és kutatásom során elsődleges célom a francia konyhai szuvid technológia használatának és a különböző zöldségpárlatokban érlelt szürkemarha húsának az érzékszervi vizsgálata, a kapott eredmények kiértékelése és hasznosíthatósága a gasztronómiában. Fő kutatási kérdéseim, hogy vajon a zöldségpárlatok aromaanyagai a hagyományos vagy a szuvid hőkezelést követően érezhetőek jobban a húson, valamint, hogy milyen pozitív vagy netán negatív hatással vannak a különböző zöldségpárlatok a marhahús érlelésére.

A tanulmány folyamán, szekunder kutatásként feldolgozásra kerülnek a modern és innovatív konyhatechnológiák alkalmazásának fontossága és kiemelkedő szerepe, mindamelllett, hogy kitérek a velük járó betegségek, kockázatok kialakulásának veszélyeire, valamint a higiéniai előírások betartásának létfontosságú odafigyelésére.

A középpontban a szuvid hőkezelési mód áll, így sor kerül ennek részletes ismertetésére. A 21. század fogyasztói szokásaira támaszkodva ez az eljárás tökéletesen biztosítja az elvárt igényeket, így a hétköznapi fogyasztóknak lehetőségük adódik arra, hogy ne csak a közép- és magas kategóriás éttermekben kóstoljanak minőségileg kifogásolhatatlan ételeket, hanem akár saját háztartásukban is. A magyar szürkemarha, mint hungarikum, igen régre visszanyúló történetének és az állat európai szintű fontosságának, majd napjaink kedvelt húsfeldolgozási és elkészítési módozatainak ismertetését követően az érleléshez felhasznált négy különleges zöldségpárlatról esik néhány szó, illetve kitérek ezeknek a gasztronómiában rejlő lehetőségeik szemléltetésére is.

Primer kutatásom alapját, egyrészt két interjú készítése, másrészt egy csoporton elvégzett organoleptikus vizsgálat szolgáltatta. Az érzékszervi vizsgálat során felhasznált alapanyag a szürkemarha hátszín, mely az eltérő zöldségpárlatokban került érlelésre, ezt követően hagyományosan serpenyőben és innovatív módon, szuvidolva készítettem el. A bírálat 20 pontos, súlyozófaktoros értékeléses módszerrel történt, a kiértékelést követően levontam a következtetéseket a két technológia között felmerülő eltérések tekintetében.

Kutatásom legfőbb eredménye, hogy felfedjem az érlelés és szuvidolás pozitív hatásait a különböző zöldségpárlatokban érlelt marhahúsra, valamint az eredményekre támaszkodva igazoljam, netán cáfoljam azon hipotézisemet, mely szerint az érlelt és szuvidolt szürkemarha hátszín összességében jóval magasabb minőséget, és kedvezőbb élvezeti értékeket biztosít a fogyasztók számára.

VÖRÖS FRIGYES

vfrigyes8@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 7. félév

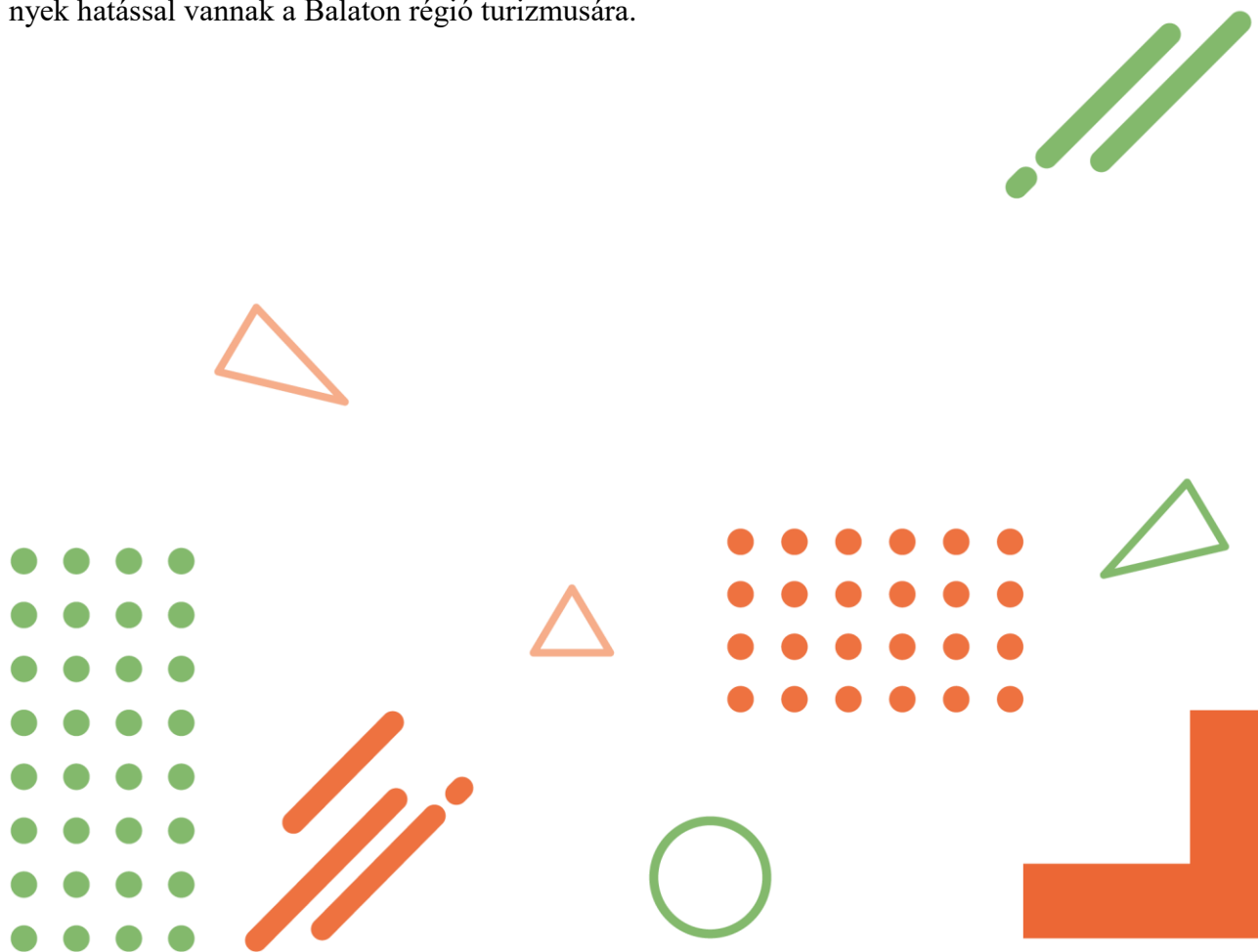
Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Lőrincz Katalin
egyetemi docens, PE GTK*

A futóturizmus térnyerése a Balaton régióban

Sportturizmus egyre nagyobb népszerűségnek örvend a világon. A sport sok turista esetében elsődleges motiváló tényező az utazási döntés meghozatalában, ami többnyire valamilyen rendezvényhez kötődik. A sportturizmus témakörén belül a futóturizmus és az ahhoz kapcsolódó rendezvények kerülnek a dolgozat középpontjába. Bemutatásra kerül a futóturizmus jelentősége és magyarországi helyzete, hangsúlyt fektetve a Balaton régióban megrendezésre kerülő futórendezvényekre, futással kapcsolatos programokra. Kapcsolódó szakirodalom a sportturizmus és futóturizmus helyzetét, illetve magyarországi vonatkozásait mutatja be. Kutatási munkám segítségével a Balaton régió futóturisztikai jellemzőit részletezem futó és szervező oldalról is egyaránt. A térség fontosabb rendezvényei, azok időbeli és térbeli koncentrációja, illetve a jellemző futótrendek is ismertetésre kerülnek. Személyes tapasztalatok, egy online kérdőív és egy strukturált interjú segítenek a témával kapcsolatos, dolgozatot megelőző felvetéseim értékelésében. A kutatási eredmények szerint a futórendezvények hatással vannak a Balaton régió turizmusára.



Vállalatgazdaságtan – innováció és vállalkozás

Elnök: Dr. Kiss Ferenc egyetemi docens (METU)

Tag: Dr. Deutsch Nikolett egyetemi docens (BCE)

Tag: Dr. Piricz Noémi egyetemi docens (ÓE KGK)

Tag: Dr. Pónusz Mónika főiskolai tanár, egyetemi docens (KRE ÁJK)

GÁBOR BRIGITTA

g.brigitta5@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 3. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Lukovics Miklós

egyetemi docens, SZTE GTK

Önvezető autók és elutasító csoportok: speciális attitűdök VR szemüvegen keresztül

Az önvezető autók itt vannak és a technológiai fejlesztések elképesztő dinamikával zajlanak: globálisan közel 150 város közútjain folynak önvezető autós tesztelesek. Látszik, hogy egyre több fejlesztő jár a technológiai fejlesztés utolsó fázisaiban a piaci bevezetés előtt. Bár az önvezető autókkal kapcsolatos technológiai fejlődés gyors ütemben halad nemzetközi szinten, továbbra is fontos kérdések merülnek fel az önvezető autók piaci elterjedésének tekintetében. Látható, hogy nem kizárólag a technológiai fejlesztésre kell fókuszálni, hanem egyéb tényezőkre is. Ezen tényezők a következők: a jogszabályok, az állami szabályozások, az infrastrukturális viszonyok, a technológia, és a társadalmi elfogadás. Hiába rendkívül fejlett a technológia, ha a másik három pillér nem teljesül, akkor gátat szab a lehetséges globális piacra kerülésben.

Kutatásom célja, hogy speciális fókusszal és módszertannal megvizsgálja a magyar társadalom önvezető autókkal kapcsolatos attitűdjeit: az elutasító csoportokra fókuszálva hajtottam végre vizuális kísérleteket is magában foglaló elemzés sorozatot. A kutatásom fókuszában áll, hogy vajon a feltárt elutasító csoportok más módszerekkel is elutasító attitűdöt tanúsítanak vagy az egyre több információ és egyre finomabb módszerek hatására megszüntethető?

A kutatás több rétegből, idiografikusan közelíti meg az elutasító attitűdöket, hogy komplexebb képet alakíthassunk ki: 1) netnográfiai kutatással feltártam az attitűdöket, majd egy csoportosítást hoztam létre bizonyos jellemzők alapján, 2) online kérdőíves megkérdezéssel feltártam a konkrét kérdésekre adott társadalmi válaszok elutasító attitűdjeit hazai viszonylatban, 3) mozgóképes érzelmekutatással bemutattam a kiváltott, azonnali érzelmeket, 4) virtuális valóság segítségével szimulált önvezető autós kísérletben az alanyok azonnali reakcióinak, ítéleteinek felmérését hajtottam végre.

Az eredmények felhívják a figyelmet a társadalmi folyamatok innovációra gyakorolt hatására. Kirajzolódott, hogy minél több információjuk van az alanyoknak, minél finomabb módszerekkel dolgozunk, a fennálló attitűdbeli különbségek elhalványulnak, az elutasító csoportok kevésbé tanúsítanak elutasító magatartást. A módszerek hozzáadott értéke a valódi érzelmek feltárásában, a személyes vélemények kinyilvánításában az érzelmekutatás, a virtuális valóság kísérlet segítséget nyújtott, így érdemes lenne nagyobb mintán is elvégezni a kutatást.

HOFFMANN KAMILLA*hoffmannkamilla@gmail.com*

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

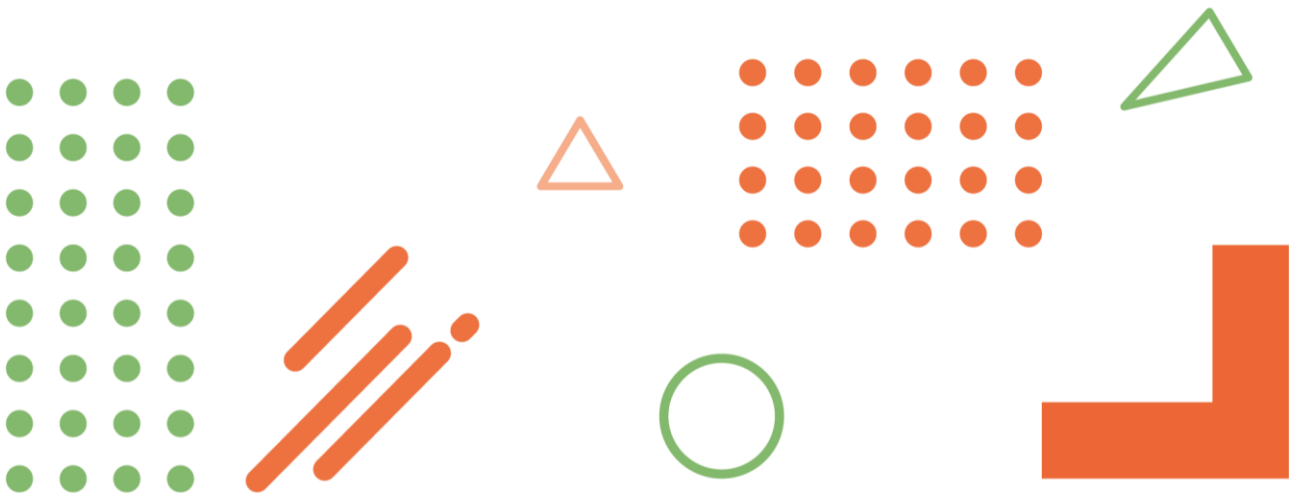
*Témavezető:**Dr. Móricz Péter**tanszékvezető egyetemi docens, BCE GTK*

Digitális megoldások a shop floor szintű kiszolgálás fejlesztésére a magyar vendéglátásban

Dolgozatomban egy olyan területet vizsgáltam, amely folyamataiban mindennapi életünk során mi is részt veszünk, mint érintettek: a vendéglátást. Arra a kérdésre kerestem választ, hogy a magyar vendéglátásban milyen digitális megoldások segítségével fejlesztik különböző vendéglátói egységek a shop floor szintű kiszolgálás folyamatát, legyen szó a hatékonyság vagy az ügyfélélmény növeléséről.

Először szakirodalmi kutatást végeztem. Megvizsgáltam a hagyományos vendéglátás folyamatait, megnéztem, hogy milyen digitalizációs fejlődésen ment át máig az iparág és milyen általános kihívásokkal néznek szembe az éttermi egységeket üzemeltető vállalatok, amikor technológiai fejlesztések bevezetését mérlegelik. Második lépésként az általam kiválasztott vendéglátói egységeknél felmértem a shop floor szintű kiszolgálás folyamatát és beazonosítottam azokat a folyamatlépéseket, melyeknél a vállalatok használnak valamilyen digitális megoldást. A dolgozatban szereplő adatokat internetes kutatás, dokumentumelemzés és személyes megfigyelés által gyűjtöttem, a vizsgált vállalatokról mini-esettanulmányokat készítettem.

Kutatási eredményeim összefoglalva a következő részekre bonthatók: Összehasonlító elemzést készítettem arról, hogy a vizsgált vendéglátói egységek esetében melyik folyamatlépésnél szerepel valamilyen (és milyen) digitális megoldás; a beazonosított kilenc technológia előnyeit és hátrányait ismerttettem, összehasonlító elemzést készítettem a magyar és nemzetközi gyakorlatokról, végül pedig az eredményeimből következtetéseket vontam le azzal kapcsolatban, hogy egy adott típusú étteremnek (pl. gyorséttermi vagy hagyományos ügyfélélményt nyújtó) milyen digitális megoldást javasolnék ahhoz, hogy fejlesszék a kiszolgálás folyamatának hatékonyságát.



KOVÁCS ESZTER

kovacs.eszti97@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 4. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Kurucz Attila
egyetemi docens, SZE KGK*

Hagyományos és új értékek a negyedik ipari forradalom korában – hogyan látják a változást a fiatalok?

A negyedik ipari forradalom korában a vállalati értékteremtés új megközelítésben kap helyet. A Porter-féle értéklánc modell átalakulását tapasztaljuk, az ipar 4.0 hatására mindegyik területet fejlesztenie kell egy vállalatnak, ha versenyképes akar maradni. Dolgozatom célja, hogy bemutassam, a vállalatoknak milyen tulajdonságai azok, amelyek a legfontosabb szerepet játsszák a fiatalok értékítéletében. A digitalizáció korában a technológiai fejlődés felfoghatatlan változásokat hoz a vállalkozások életébe – felmerül a kérdés, hogy mit éreznek ebből a digitális kor fiatal fogyasztói.

Primer kutatásomban egy kérdőív segítségével vizsgáltam az Y és Z generáció tagjait, az 1980 és 2000 között született egyetemistákat olyan szempontból, hogy mi az, amit ők egy vállalatban értékesnek látnak. A kérdések a hagyományos, és az ezek mellett a negyedik ipari forradalom hatására megjelenő új vállalati értékekre is vonatkoznak, így a két csoport összehasonlíthatóvá válik. Írásomban vizsgálom többek között a modernizációhoz és robotizációhoz való hozzáállást, a minőségi előírások fontosságát, illetve a termékeket, szolgáltatásokat kiegészítő funkciók (garancia, mobilalkalmazás a vállalatnál) szerepét.

A kapott válaszok alapján megállapítható, hogy a fiatalok közötti különbségek sok esetben a modern értékekhez való hozzáállásukban is szignifikáns különbségeket jelentenek.

Mivel a vevő mondja ki a végső értékítéletet, a vállalatoknál elengedhetetlen vevőközpontú stratégia kialakítása. A tapasztalatok szerint a fiatal fogyasztók még a hagyományos értékeket érzik fontosabbnak, lényeges, hogy a vállalatok ezeket szem előtt tartsák, miközben a versenyképességük megtartásához szükséges innovációval foglalkoznak.

KOVÁCS ESZTER*kovacs.eszti97@gmail.com*

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

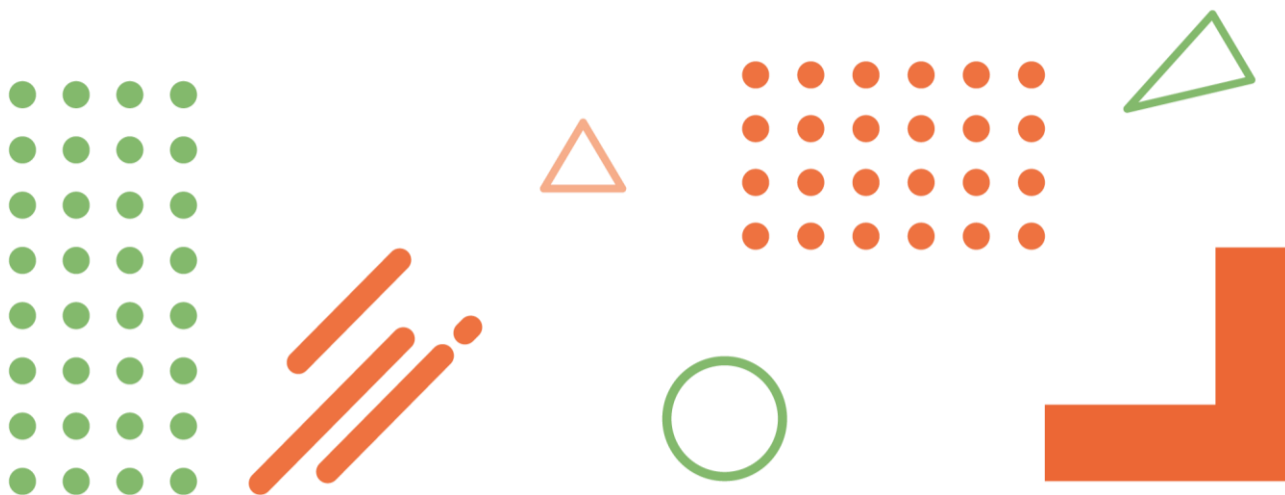
*Témavezető:
Dr. Kurucz Attila
egyetemi docens, SZE KGK*

Az északnyugat-dunántúli KKV vezetők hozzáállása a negyedik ipari forradalomhoz

A negyedik ipari forradalom korát éljük, ez a tény a szakirodalomban széleskörűen elfogadott. Erre a magyar kis- és középvállalkozásoknak is fel kell készülniük, amennyiben fel akarják venni a versenyt a nagyobb vállalatokkal, illetve, hogy partnerként együtt tudjanak dolgozni velük. A negyedik ipari forradalom a gépek és rendszerek összekapcsolását jelenti, fontos szerepet kap benne többek között az automatizáció, az okos gyárak, az IoT és a Big Data – milyen lehetőségei vannak ezek bevezetésére a magyar KKV-knak, hogyan fognak ezzel megbirkózni? Fontos, hogy ha egy vállalat ilyen újításokat vezet be, ezt vevői felé közvetítse is, hiszen egy olyan vállalattól, amely innovatívnak mutatja magát, általánosságban sokkal szívesebben vásárolnak.

Dolgozatom primer kutatási részében északnyugat-dunántúli KKV vezetőket kérdeztem arról, mi a véleményük a negyedik ipari forradalom értékeiről, mit tartanak fontosnak a jövő szempontjából. Hozzáállásuk mellett vizsgáltam, hogy milyen összefüggés van a vezetők életkora és a negyedik ipari forradalomhoz való attitűdjük között, illetve, hogy hogyan gondolkodnak a vállalatvezetői cégük jövőjét illetően a témában. A hozzáállás mellett hangsúlyt fektettem arra, hogy milyen módszereket alkalmaznak a vizsgált vállalatok negyedik ipari forradalommal kapcsolatos értékeik közvetítésére.

A kutatás során megállapítottam, hogy a vállalatvezetők nagy része nyitott a negyedik ipari forradalom által megjelenő új világra, illetve tisztában van azzal, hogy szükséges ezzel törődni, azonban eszközeinek, módszereinek bevezetésére még állnak fenn akadályok. A vezetői attitűdök színes és összetett képet mutatnak, amelyeket több aspektusból is megvilágítom (vezetői vízió, vezetői tapasztalat és életkor, vállalkozás életkora).



LÉGRÁDI ATTILA

a.legradi1@gmail.com

Gazdálkodási és Menedzsment

BSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Kozma Miklós

egyetemi docens, BCE GTK

Hogyan készülhet fel egy magyar bank a fintech start-upok fenyegetése ellen? – Stratégiai esettanulmány a banki üzleti modellről

A magyar bankszektor a közeljövőben diszruptív innováció áldozatává válhat, hiszen nemzetközi példa alapján láthatjuk, hogy a kevésbé szabályzott fintech start-upok a fejlett piacokon már jelentős piaci részesedést értek el bizonyos banki termékek körében (B. Czimer, 2018).

Dolgozatom fókuszja a magyar bankszektor szereplőinek stratégiájára irányul, hiszen azt fogom elemezni, hogy hogyan tud felkészülni egy magyar bank a fintech start-upok piaci veszélyére, amely a kutatási kérdésként is szolgál. A dolgozatom eredménye a bankpiaci döntéshozóknak és kutatóknak jelenthet lényeges tartalmat. Az elméleti keretet tudományos cikkek és tanácsadó cégek anyagai biztosítják. A dolgozatom alanya az Omega Bank volt, amelynek a keretein belül végeztem az elemzést. A fő kérdést három alkérdésre bontottam, amely alapján három részben elemeztem a kérdést, amely során mélyinterjúk segítségével megkérdeztem a bank érintettjeit. Az elemzéshez az Üzleti Modell Vászonn, úszósávós folyamatábra és DICE módszer elemzési eszközöket alkalmaztam. Ez alapján arra jutottam, hogy a bankok a belső folyamataik egységesítésével lesznek képesek felvenni a versenyt, amivel javulhat az ügyfélélmény, amit a bank biztosít.

A digitálisan lemaradó bankoknál jellemzően az IT infrastruktúra elavult, ami nem támogatja a működést szükségszerűen. A nagy bankok esetében ráadásul a kiterjedt fióki hálózat miatt a folyamatok eltérőek lehetnek. Az eltérő folyamatok egységesítésére szükséges bevezetni workflow IT rendszereket. Az új rendszerek bevezetésénél figyelni kell arra, hogy a változás által érintett munkavállalói csoportok kerüljenek bevonásra a rendszer tervezési fázisába, hogy a változás szervezeti támogatottságot élvezzen.

MOSES AMANOR PADI

mpadi35@gmail.com

Management and Leadership

MSc, 4. félév

Eszterházy Károly Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Szabóné dr. Benedek Andrea

adjunktus, EKE GTK

The Examination of the Current Higher Educational System in Hungary in the Wake of the Fourth Industry Revolution (Industry 4.0)

The subject of education is of universal interest and importance. The investigation and analysis of the education system in the wake of high technological advancement is therefore of a concern to a whole variety of researchers and planners as well as to those directly involved in the operation of the education system and the recipient of education. The variety and complexity of issues involved, however, is that no single researcher can realistically be expected to cover the subject as a whole. This study describes the examination of the current higher education system in the wake of the fourth industry revolution in Hungary, Central Europe.

This study is aimed at examining the education system from the view point of lecturers/educationist and students in the wake of the fourth industry revolution (industry 4.0) as well as educationists and students' knowledge and awareness of industry 4.0, students' chances of securing job with the current education background, the relevance of current higher education courses in the wake of industry 4.0 and the impact of the fourth industry revolution on the educational system and some challenges which lecturers might encounter in the new trend of education and the pending challenge of the education system which has led to maintaining the status quo of the system.

The study revealed that the growing trend in artificial intelligence, the use of robots or robotic technology, and in common forms the high use of smart devices in recent years is affecting every aspect of society and changing the way we live, work and relate each and that the educational system must respond to the changing situation with an equal complexity.

The study also revealed that most education stakeholder especially students, lecturers and education policy-makers are very much aware of the new industry revolution with its driving forces which is creating disruption in all spheres of our society today and admit that this disruption will affect the training programs offered to students in their quest for the future. Students affirm that the current higher education system do not adequately prepare them to face the future of work due to the delivery and content models and or approaches used by the system in their training. They considered the current higher education system as too traditional and maintaining the status quo, the research revealed.

PELSŐCI BALÁZS LAJOS

balazs.pelsoci@gmail.com

Ellátáslánc-menedzsment

MSc, 2. félév

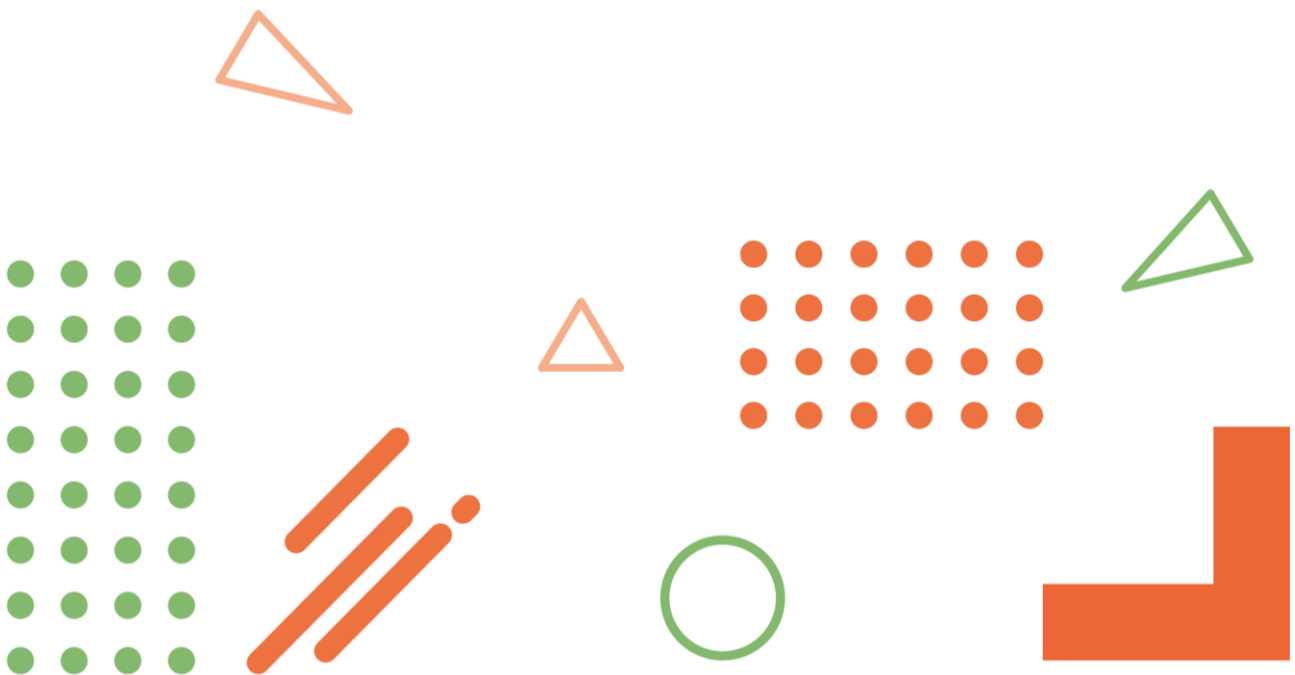
Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Dr. Gyulavári Tamás
intézetigazgató, BCE*

Innovatív értékteremtés – Az innováció-elfogadás és az értékteremtés kapcsolatának feltáró elemzése a FinTech innovációk példáján keresztül

Jelen kutatás célja, hogy feltárja az innováció-elfogadás és az értékteremtés folyamatai között fennálló kapcsolatot, különös tekintettel a fogyasztói és tulajdonosi érték, valamint az innovációs ökoszisztéma befolyásoló szerepére, mindezt a FinTech innovációk példáján keresztül. A kutatás megalkotásának érdekében áttekintésre kerül az innováció, az értékteremtés és a technológia-elfogadás szakirodalmi háttere, legfontosabb elméleti konstrukciói majd ezek szintetizálásával létrejön egy javasolt konceptuális modell. A kutatás egyaránt támaszkodik primer és szekunder adatforrásokra. Szekunder adatforrásként az MNB 2020-as (jelenleg az egyetlen ilyen típusú átfogó jegybanki elemzés) FinTech és Digitalizációs Jelentése jelenik meg, amely elsősorban a vizsgált innováció és annak ökoszisztémájának megismerését szolgálja. Primer kutatás során szakértői mélyinterjúk elemzése biztosítja a téma alapos megismerését. A kutatás eredményei alapján a szerző szintetizáló jelleggel kiegészíti az eredetileg javasolt konceptuális modellt, amely a felvetett kutatási kérdések további elemzését teszi lehetővé. A végső elméleti konstrukcióval kapcsolatban megfogalmazásra kerülnek a kutatási korlátok és lehetséges jövőbeni kutatási korlátok, valamint a menedzseri implikációk is.



POLGÁR ZSÓFIA

szofi79@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Bozóki Sándor

egyetemi docens, BCE KTK

Van-e élet a fast fashion mellett? – #viseljmagyart

A divat mint iparág mindenkit érint, így azokat is, akik alapvetően közömbösek iránta. A divatipar átszövi a mindennapjainkat és mára már Európai Unió szinten is meghaladja a 180 milliárd eurós forgalmat. Dolgozatom arra keresi a választ, hogy eme turbulens divatipari környezetben mi állhat a magyar divattervezők sikerességének hátterében és mi jellemzi az ő termékeiket vásárló fogyasztók magatartását, illetve milyen különböző fogyasztói csoportokat különböztethetünk meg.

Célom, hogy megértssem a tervezői és a fogyasztói gondolkozást, a tervezők sikerességének mibenlétét, illetve, hogy javaslatot tegyek arra, hogy mivel lehetne ösztönözni a hazai fogyasztókat, hogy a fast fashion boltok mellett a hazai tervezők kínálatából is vásároljanak.

Mindezek feltárására különböző módszereket használtam. A kínálati oldal megismerésére céljából interjút készítettem öt hazai tervezővel, míg a keresleti oldal feltérképezése 562 érvényes kitöltő részvételével zajló online kérdőívvel történt. Amely révén megfelelő és mélyreható információt szereztem a hazai fogyasztókról, valamint a számukra fontos ruha és kiegészítő vásárlási szempontokról.

A kutatás eredményeként megállapítható, hogy a fogyasztók véleménye szerint a hazai termékek magas minőségűek, egyediek és időtállóak, amelyek a termékválasztás fontos aspektusait is képezik. Az interjúk alapján mindezzel a hazai tervezők is tisztában vannak és felmérték, hogy ezen karakterisztikák mentén elérhetik el a vásárlókat. A kérdőíves eredmények azonban nem minden esetben álltak összhangban a tervezők által meghatározott célcsoportokkal. A megkérdezett fogyasztók számára a termék minősége és a kényelem a legfontosabb szempont ruhavásárlás esetén, nem pedig az egyediség, amit a tervezők mindegyike kiemelt. Elmondható, hogy a hazai terméket már vásárolt fogyasztók kevésbé érzékenyek. Összességében a tervezőknek a 30-40 évesekre és ennél idősebbekre lenne érdemes fókuszálni, hiszen ebben a korosztályban volt legmagasabb a hazai terméket vásárlók aránya. Fontos konklúzió, hogy a hazai termékek gyártása és előállítása rendkívül nehézkes, a szakemberhiány és az alacsony bérek miatt, így ezen a területen elengedhetetlen a változás, ellenkező esetben a hazai divatipar könnyen válságba kerülhet.

Mindezek alapján a siker kulcsa abban rejlik, hogy a tervezők megfelelő alapossággal figyeljenek a vevőikre, pontosan tisztában legyenek az elvárásaikkal és ezen szempontok mentén alakítsák a márkájukat, de saját személyiségüket is mutassák meg.

PORKOLÁB PATRÍCIA FANNI

patricia.fanni98@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Dániel Zoltán András

egyetemi docens, PE GTK

Egyetemi inkubátorok tipizálása és összehasonlító vizsgálata

A gyorsan változó gazdasági körülmények és technológiai fejlődés a vállalkozásokra is hatást gyakorolnak, számukban és fejlődési lehetőségeikben egyaránt. Ugyanez igaz az egyetemek gazdasági és társadalmi szerepvállalására is. A gyors fejlődésnek köszönhetően egyre több innovatív ötlettel állnak elő az egyetemek hallgatói, oktatói, kutatói is, azonban e tudás átadására, eredményeinek gyakorlati hasznosítására nem mernek/nem tudnak belekezdeni a vállalkozói készségeik hiánya miatt; vagy ha vállalkozásukat el is kezdik, az ilyenfajta tudás hiánya miatt korán elbukhatnak. A vállalkozás-indítás ösztönzése, a kezdeti nehézségek leküzdésében való segítség, illetve az egyetemek gazdaságban betöltött szerepük fokozódása miatt jöttek létre az egyetemi inkubátorok.

Az egyetemi inkubátor az üzleti inkubátornak egy olyan speciális fajtája, amely összekapcsolja a felsőoktatási intézményt, a helyi üzleti szférát és az államot, ennek következtében a gazdaságfejlesztésre kifejtett hatása is jelentős lehet. A speciális szolgáltatások nyújtása mellett ugyanolyan fontoságú a vállalkozói készségek fejlesztése, átadása; a vállalkozói gondolkodás és kultúra támogatása, valamint a vezetői és intézményi fejlődés. Az egyetemi inkubátorokat is megpróbálták a lehetséges módokon tipizálni, tükrözve azok sokszínűségét, eltérő funkcióikat.

Dolgozatomban e tipizálások alapján kiemeltem a számomra leginkább jelentős szempontokat, mint például kik lehetnek az érdekelt felek, mi(k) az elsődleges célja(i) az inkubátornak, milyen szolgáltatásokat és képzéseket tud nyújtani a részt vevő vállalkozások számára, stb. Majd e szempontok figyelembe vételével megvizsgáltam és összehasonlítottam az általam gyűjtött egyetemi inkubátorokat, megmutatva mely tényezők tehetik sikeressé őket.

Kulcsszavak: vállalkozás, vállalkozásfejlesztés, inkubáció, egyetemi inkubátor, spin-off

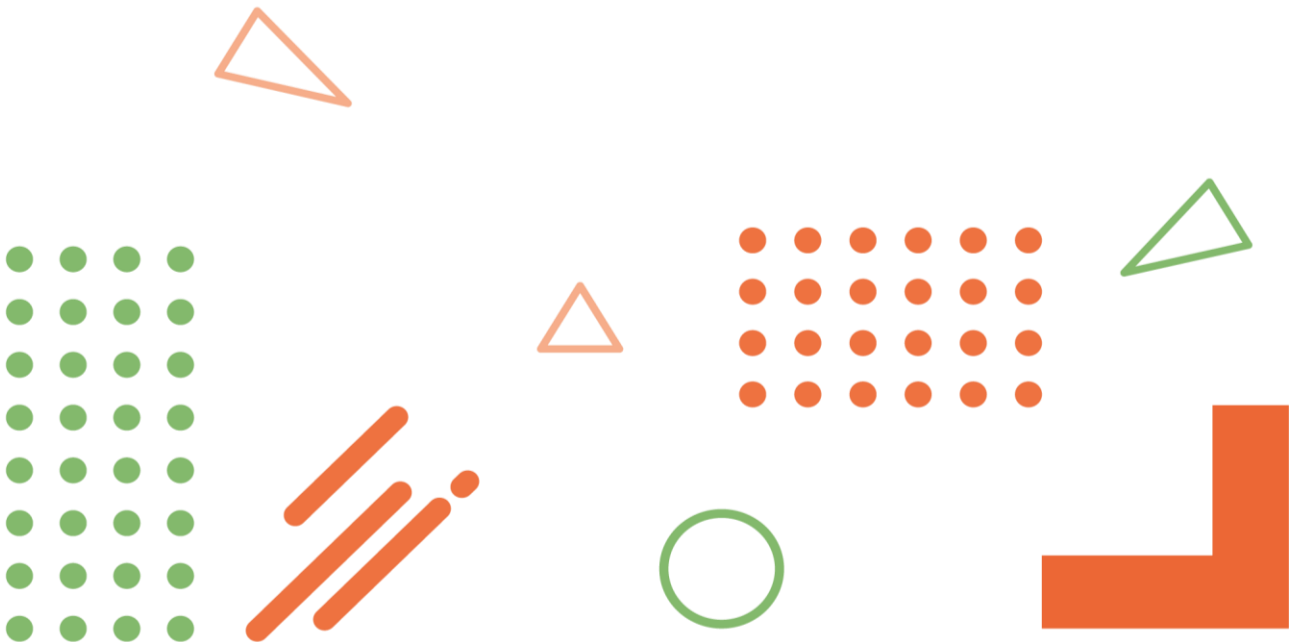
VÁNTUS KATALIN*katakata1015@gmail.com*Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 2. félévBudapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi Kar*Témavezető:
Prof. Dr. Wimmer Ágnes
egyetemi tanár, BCE KTK*

Az e-könyvek és nyomtatott könyvek viszonya Magyarországon

Az e-könyvek és nyomtatott könyvek viszonyát vizsgálom Magyarországon mind a fogyasztói, mind a kínálati oldalról.

Kutatási kérdésem, hogy hogyan viszonyulnak a fogyasztók az e-könyvekhez a nyomtatott könyvekhez képest és mi befolyásolja őket a döntésben. A témát azért gondolom relevánsnak napjainkban, mivel az e-könyvek egyre elterjedtebbek, népszerűbbek a világon, viszont Magyarországon még csak most kezdenek egyre ismertebbé válni. Érdekes kérdés, hogy vajon nálunk, hogy fogadják a fogyasztók az újdonságot és mindez hogyan hat a könyvpiacra. Munkám első szakaszában a Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Egyesülése által és más forrásokból összegyűjtött adatokat, statisztikákat felhasználva vizsgáltam meg a magyar könyvpiac kínálati oldalát az e-könyvek és a nyomtatott könyvek viszonyában, majd a második szakaszban az általam készített kérdőívből szerzett adatokat felhasználva elemeztem a fogyasztói oldalt a könyvpiacon.

Összességében a kutatásom végére arra az eredményre jutottam, hogy az általam vizsgált, főként fiatalokból álló csoportban jobban preferálják az emberek a nyomtatott könyveket, viszont elég nyitottak az e-könyvekre. Két fő befolyásoló tényező merült fel: az emberek egyéni, emocionális szempontjai és az ár. Az e-könyvek árát a nyomtatott könyvek kedvezményes áfájához képest magas, 27 százalékos áfa is befolyásolja. Az e-könyvekre kivetett magas áfa miatt a kiadók nem tudják jelentős mértékben csökkenteni az e-könyvek árait és ez az ár még nem egyezik meg a legtöbb könyvvásárló által megfelelőnek vélt árral, pedig egyébként nyitottak lennének az újdonságra.



VÉGH MARTIN

martinveghx@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Székely Klára
adjunktus, ELTE SEK*

Az autómegosztás és annak magyarországi vizsgálata 2019

Az autómegosztás, más néven közautózás az autóiipart formáló nagy trendek egyike és a közösségi közlekedés új eleme. A gépkocsijukat ritkán használóknak egy, az autókölcsönzésnél rugalmasabb, egyszerűbb alternatívát nyújtó szolgáltatás, ami potenciállal rendelkezik a nagyvárosi zsúfoltság és légszennyezettség mérséklésében. Igénybevevői a sajátjaiknál általában kisebb károsanyag-kibocsátású modelleket vezethetnek, kihasználatlan autóikat pedig eladhatják, csökkentve a parkolóhely-szükségletet.

Tekintettel a szolgáltatás globális és hazai térhódítására, valamint a magyar nyelvű szakirodalom hiányosságára, e munka hiánypótló jelleggel áttekintést nyújt az autómegosztásról, annak fejlődéséről és hatásairól. Egyúttal kísérletet tesz felhasználóinak mélyreható ismertetésére nemzetközi és hazai viszonylatban egyaránt, továbbá a felhasználói összetétel okainak feltárására, megértésére.

A munka nagyrészt szekunder kutatáson, a nemzetközi szakirodalom kiterjedt vizsgálatán és összegzésén alapul. A hazai autómegosztás-használat jobb megismerése céljából egy önbevallásos, véletlen mintavételre alapuló kérdőívvel végzett primerkutatás eredményeit is prezentálja, összevetve azokat hasonló, külföldi felmérések eredményeivel.

A kutatás során sikerült meghatározni, hogy mi jellemzi a szolgáltatás felhasználóit. A tipikus közösségi autózó fiatal vagy középkorú, jól képzett, illetve jól kereső város lakó, aki vezetni is szeret. Az is kiderült, hogy a felhasználók csoportja nem homogén, attitűdjeik és közlekedési szokásaik között markáns különbségek figyelhetők meg.

A szerző, a saját magának tulajdonított kettő eredmény közül elsőként a hazai közösségi autózás jobb megismeréséhez való hozzájárulást emelné ki. Megállapítást nyert, hogy a magyar felhasználók hasonlóságot mutatnak külföldön élő társaikkal, továbbá úgy tűnik, hogy a fővárosi közlekedésre kedvező hatással van az autómegosztás.

A másik eredmény a felhasználói összetétel elsődleges okainak leírása. Ezek a szolgáltatás korai fejlődési szakaszban léte, a szolgáltatási területek elhelyezkedése, illetve az idősek és a családostok által tapasztalt sajátos nehézségek.

VERHÁS ALEXANDRA

verhasalexandra@gmail.com

Pénzügy

MSc, 3. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Pataki László
egyetemi docens, SOE LKK*

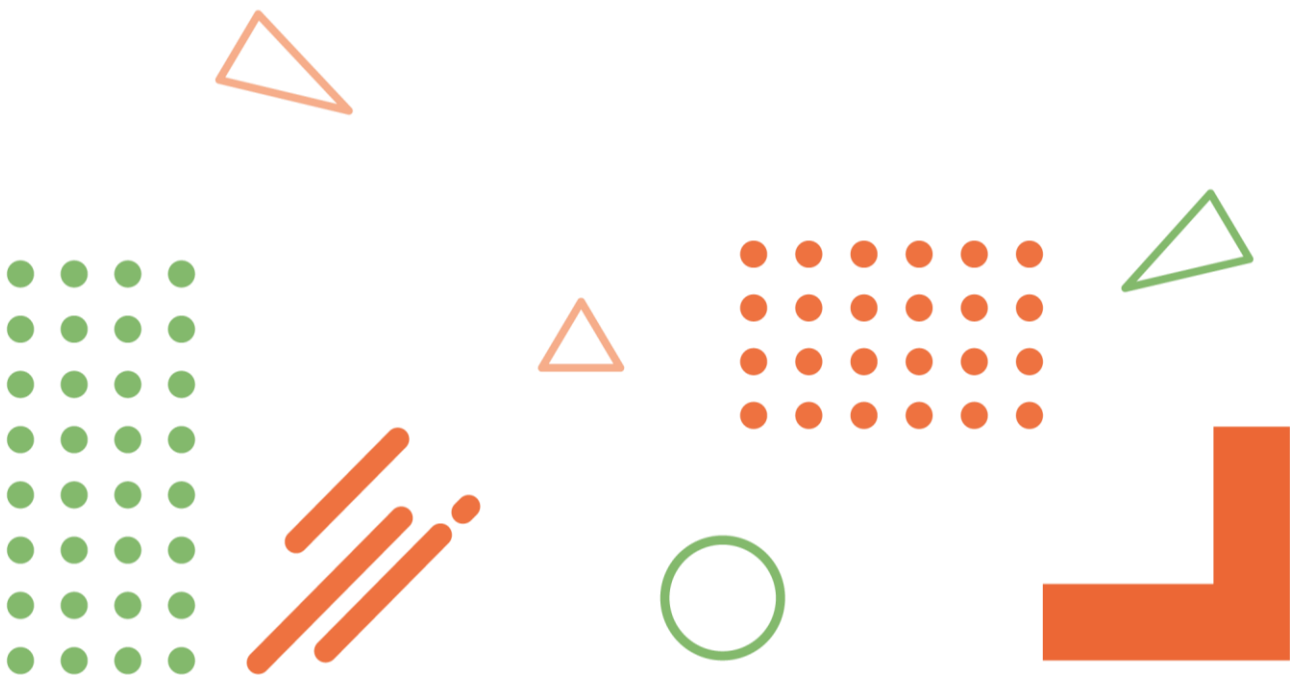
A magyar nagyvállalati szektor innovációs – pályázati tevékenységének attitűd vizsgálata, összehasonlítása a KKV-szektorral

A Magyarországon működő vállalkozások csupán 0,2%-a nagyvállalkozás, ők adják a foglalkoztatottak 31,2%-át és a hozzáadott érték 46,3%-át. A nagyvállalatok gazdasági szempontból meghatározó szerepet töltenek be az ország versenyképességében. A gazdaság fő mozgatórugóinak is tekinthetjük őket. Fejlesztésük egyben a magyar versenyképesség kulcstényezője is.

A kormányzati politika szempontjából ezért kiemelt haszonnal bír a vállalkozások vezetőit felölelő vizsgálat, amely a pályázatokkal és az innovációval kapcsolatos meglátásokat tárja fel.

A szakirodalom áttekintése alapján primer kutatásomban a nagyvállalatok innovációs és pályázati attitűdjeit tanulmányoztam. Kérdőívek segítségével megvizsgáltam a szektorban rejlő motivációkat, félelmeket, tapasztalatokat és nehézségeket. Ezek alapján megfogalmazhatók azok a kritikus tényezők, a pályázást, illetve a pályázástól való tartózkodást eredményező okok, melyek segítségével a pályázatok hatékonysága javítható, és az innovációs tevékenység ösztönözhető.

Az eredmények hozzájárulhatnak a pályázati és innovációs lehetőségek olyan jellegű kialakításához, mely szélesebb körben fejtheti ki hatását, növelve a szektor, ezáltal a magyar gazdaság versenyképességét.



Vállalatgazdaságtan – vállalkozás és piaci siker

Elnök: Dr. Borbély Csaba egyetemi docens (MATE Kaposvári Campus)
Társelnök: Dr. Kiss János egyetemi docens (BCE)
Tag: Dr. Horváth Ágnes egyetemi docens (ME GTK)
Tag: Dr. Kárpáti-Daróczi Judit adjunktus (ÓE)
Tag: Dr. habil. Kozma Tímea egyetemi docens (BGE PSZK)

BABOS ANDRÁS

bandras2000@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Havran Zsolt
adjunktus, BCE GT*

Az utánpótlás-nevelés, a játékospiaci stratégia és a nemzetközi eredményesség kapcsolata a FK Crvena Zvezda példáján keresztül

Jelen dolgozat témája a közép-kelet-európai régió hivatásos labdarúgóklubjainak nemzetközi sikeressége és az azt elősegítő gazdasági tényezők meghatározása.

A tanulmány a szerb klubcsapatok, azon belül pedig a Crvena Zvezda (Red Star Belgrade) példáján keresztül mutatja be egy nemzetközileg sikeres sportszervezet működését, amely akár útmutatóként is értelmezhető a hasonló sikerekre törekvő magyar klubok számára. A dolgozat arra a kérdésre keresi a választ, hogy a szerb futballklub esetében hogyan kapcsolódik össze az értékteremtő tevékenység (különös tekintettel az emberierőforrás-menedzsmentre), és a játékospiaci stratégia a gazdasági, illetve a nemzetközi szakmai eredményességgel. A kutatás módszertana elsősorban kvantitatív: az értekezés az elérhető átigazolási adatok alapján vizsgálja a belgrádi sportvállalat utánpótlás-nevelésének és játékospiaci stratégiájának szakmai, illetve gazdasági vonatkozásait. A dolgozat legfontosabb eredménye a sikeres gazdasági működés, a nemzetközi szereplés, valamint a játékospiaci eredményesség közötti pozitív irányú kapcsolat kimutatása, melyet a Crvena Zvezda példája egyértelműen alátámaszt. A belgrádi sportszervezet fiatal tehetségek értékesítésén, valamint versenyképes játékoskeret fenntartásán alapuló stratégiája lehetővé tette a rendszeres nemzetközi szereplést, hosszú távon is fenntarthatóvá téve a klub szakmai és gazdasági sikereit.

A kutatás eredményeit elsősorban a közép-kelet-európai és magyarországi élvonalbeli klubok használhatják fel értékteremtő tevékenységük és transzferpiaci stratégiájuk fejlesztéséhez, mely a sportszervezetnél zajló szakmai munka pénzügyi eredményeinek realizálását segíti. Ugyan az eltérő gazdasági, történelmi és kulturális hatások miatt a Crvena Zvezda által alkalmazott stratégia nem tekinthető általános érvényűnek, legfontosabb alapelvei jó kiindulási alapot jelenthetnek a közép-kelet-európai futballklubok számára szakmai és üzleti fejlődéshez egyaránt.

BÍRÓ JÁNOS*janos.biro93@gmail.com*

Közgazdasági elemző

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

GYENES JÁNOS MÁRK*gyenesmark13@gmail.com*

Pénzügy és számvitel

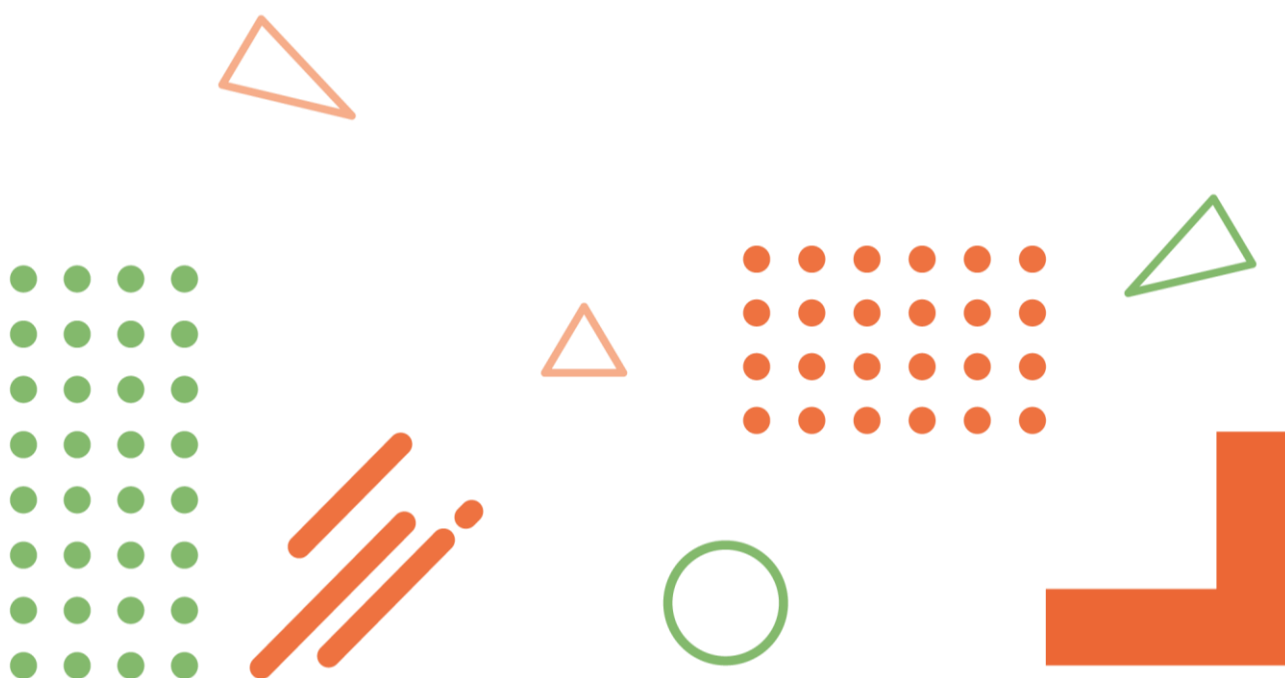
BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:**Bakonyi Zoltán**külsős, IFUA Horváth & Partners***Az exportálók versenyképesebbek, vagy a versenyképesebbek exportálnak? – Az exportálás vállalati versenyképességre gyakorolt hatásának elemzése**

A dolgozat célja, hogy megvizsgálja milyen kapcsolatban áll az exportálás és a vállalati versenyképesség. A dolgozat a Versenyképességi Kutató Intézet által készített 2019-es versenyképességi felmérés kérdőívének adatait használja fel a kérdés megválaszolásához. A dolgozat a vizsgálathoz egy két lépcsős identifikációs stratégiát alkalmaz, mely első lépcsője egy párosítási metódus (Propensity Score Matching), második lépcsője pedig a többváltozós lineáris regressziók módszere. Az önszelekció kiszűrése után továbbra is lényeges különbség tapasztalható az exportáló és nem exportáló vállalatok között, így az első hipotézis elvetésre kerül, amely szerint a versenyképesebb vállalatok exportálnak és ezért annak nincs hatása a versenyképességre. Ezt követően, az elemzés felfedi, hogy az exportálás mely csatornákon keresztül hat a vállalatok versenyképességére. A második lépcsőben többváltozós regressziók segítségével vizsgálja, milyen csatornákra bontható le az első lépcsőben megfigyelt különbség. A dolgozat eredménye, hogy az exportáló vállalatok versenyképességi többletéért nagyrészt a versenyhelyzetből fakadó tanulás, a piaci szereplőktől történő tanulás és kisebb részben a pénzügyi stabilitás a felelős. A dolgozat további eredménye, hogy magyar adatokon megvizsgálja a szakirodalomban vitás oksági kapcsolat irányát, valamint empirikus úton rávilágít ennek lehetséges csatornáira. Az elemzés egyediségét a hatásfelbontás képezi, melyben sikeresen identifikálja az egyes csatornák hozzájárulásának mértékét a vállalati versenyképességhez.



BODORICS KITTI JÚLIA

bodoricskitti@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kovács László

egyetemi docens, ELTE SEK

Kérdőíves felmérés egy fiktív sárvári étterem marketingtervének elkészítéséhez

Dolgozati témaköröm kiválasztásánál elsődlegesen azt tartottam szem előtt, hogy melyik az a terület, amely nem csak szakmai hozzáértést és kutatómunkát, de kreatív gondolkodást is igényel. Manapság egy jó marketingstratégia nélkül szinte lehetetlen sikeres vállalkozást működtetni. Elemi részét képezi a vállalat életének és rendkívül meghatározó a siker szempontjából is. Ebből kifolyólag esett a választásom egy olyan kérdőíves felmérés készítésére, mely feldolgozott eredményei egy fiktív sárvári étterem marketingtervének alapjaként szolgálnának. Ezen a területen kielégíthetem a kreativitás iránti igényem, de ugyanakkor az évek során elsajátított szakmai ismereteimet is kamatoztathatom.

Témaköröm releváns szakirodalmi áttekintése után ismertetem empirikus kutatásom adatait. Ezeket összehasonlítom és diagramok segítségével szemléltetem. A beérkezett adatok elemzése után megvizsgálom feltett hipotéziseimet, majd egy rövid összefoglalóban értékelem felmérésem eredményeit és kitérek az esetleges további, szükséges lépésekre is.

Célom, hogy a megszerzett tudásomon és kutatásaim eredményein keresztül szemléltessem melyek azok a lépések, amelyek elengedhetetlenek egy újonnan létrejövő vállalkozás marketing tervének megalkotásához. Emellett egy olyan koncepciót szeretnék létrehozni, mely a közeljövőben piacképesse is formálódhat.

BÖRÖCZKY DEZSŐ

b.dezsi5@gmail.com

Pénzügy

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Mikesy Álmos
vezérigazgató-helyettes, Hiventures Zrt.*

Pre-seed vállalkozások sikerének nyomában

A dolgozatomban már tőkebefektetést kapott pre-seed vállalkozások sikerét próbálok előre jelezni logisztikus regressziós modellek segítségével. Munkámban két kutatási kérdést tettem fel:

- Milyen tényezők magyarázzák meg leginkább a tőkebefektetést kapott pre-seed vállalkozások sikerét?
- Milyen mértékben képesek a befektetési szakemberek előrejelezni a tőkebefektetést kapott pre-seed vállalkozások sikerét?

A pre-seed vállalkozások olyan innovatív startupok, amelyek esetében a termék vagy szolgáltatásötlet már létezik, azonban a koncepció továbbgondolása és véglegesítése, üzleti tartalommal történő megtöltése még folyamatban van. A pre-seed lét egyik legnagyobb kihívása a finanszírozási forrásokhoz való hozzáférés. Ezen vállalkozások számára elégséges fedezetek híján sokszor nem elérhetők a bankhitelek, és az egyetlen szóba jöhető alternatíva a tőkeági finanszírozás. A pre-seed vállalkozások sikerét biztosító faktorokkal nemcsak vállalkozóként, de befektetői-, és gazdaságpolitikai szempontból is érdemes foglalkozni.

A kérdéseket a Hiventures Zrt.-től kapott adatbázis segítségével kísérlem meg megválaszolni. A társaságtól összesen 74 pre-seed fázisú, tőkebefektetést kapott vállalkozás adataihoz jutottam hozzá.

Sikeresnek azokat a vállalkozásokat tekintetem, amelyek a Hiventures első 9 milliós nagyságú tőkebefektetése után az inkubációs időszakban vagy legfeljebb az inkubációs időszak lejártát követő második hónap végéig újabb finanszírozási forrásban részesültek vagy amelyekből a Hiventures a hozamelvárásainak megfelelően exitált.

Az első kutatási kérdésre válaszolva elmondható, hogy a vizsgált tényezők közül egyedül az ügyvezető korábbi üzleti bukásának a sikerre gyakorolt negatív hatását sikerült szignifikáns módon bizonyítani, ez az egy tényező azonban önállóan nem alkalmas arra, hogy segítségével egy modell keretében előre lehessen jelezni a sikert.

A második kutatási kérdés esetében a befektetési szakemberek előrejelző képességét a befektetési folyamat során elvégzett értékeléseken adott pontszámaik segítségével próbáltam meg mérni. A pontozás mindössze 6,8%-ban határozta meg a siker esélyét.

Az eredmények azt mutatják, hogy ebben az életszakaszban jellemzően korábbi működést felmutatni nem tudó vállalkozások a jövő szempontjából „fekete dobozként” viselkednek, és nem lehet előre látni, hogy mely vállalkozásokról nőhetnek ki a következő sikerstartupok.

BUJÁKI JÁNOS

bujakijani@yahoo.de

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Vinogradov Szergej
egyetemi docens, SZIE GTK

A magyarországi mikro- és kisvállalkozások üzleti környezetének vizsgálata – különös tekintettel a digitalizációra

A dolgozat célja a magyarországi mikro- és kisvállalkozások üzleti környezete néhány aspektusának, digitális felkészültségük szintjének és ezek összefüggéseinek vizsgálata. A dolgozat egy 255 vállalkozó által kitöltött kérdőívből készült adatbázis feldolgozására épül, melynek során a következő kérdésekre keresem a választ. Hogyan minősítik a vállalkozók üzleti környezetüket? Milyenek a külső finanszírozási forráshoz jutási lehetőségeik? Milyen a beruházási hajlandóságuk? Milyen innovációkat valósítottak meg az elmúlt években? Van-e statisztikailag igazolható jelentős különbség az előbbi kérdések eredményeit illetően a két méretkategória (mikro- és kisvállalkozások) között? Milyen fokú a digitális felkészültségük?

Az érzékelt üzleti környezet és annak részterületei megítélésében, a forráshoz jutási lehetőségekben, a vállalkozások tervezési és beruházási gyakorlatában, a sikeres működésüket akadályozó tényezőkben és a digitális felkészültségük színvonalában a méretkategóriák között esetlegesen fennálló eltéréseket khi-négyzet próbával és Mann-Whitney próbával vizsgáltam. Az alapítás éve alapján képzett cégek kategóriák közötti különbségek vizsgálatához az üzleti környezet megítélésében varianciaanalízist alkalmaztam. A vállalkozások digitális felkészültsége és az általuk érzékelt üzleti környezet minősége közötti összefüggés számszerűsítésére korrelációs számítást végeztem.

A vizsgálatok számos esetben jelentős különbséget igazoltak a mikro- és kisvállalkozások között. A kisvállalkozások a mikrovállalkozásokhoz képest jelentősen jobbnak ítélik üzleti környezetüket, kevésbé tartják piaci helyzetüket függőnek a kapcsolatrendszerüktől, továbbá jelentősen jobbnak tartják a külső finanszírozási forráshoz jutási lehetőségeiket is. A két méretkategória közötti különbség tervezési időhorizontjukban és beruházási és innovációs gyakorlatukban is jelentős. A kisvállalkozások hosszabb időre képesek tervezni üzleti életükben, magasabb a jelenlegi és a jövőbeli beruházási hajlandóságuk, valamint az elmúlt években megvalósított innovációk száma esetében is jelentősen meghaladják a mikrovállalkozásokat. Digitális felkészültségük színvonala több szempont szerint szintén jelentősen magasabb a mikrovállalkozásokénál: honlappal, ERP-rendszerrel és webáruházzal a kisvállalkozások jelentősen nagyobb hányada rendelkezik. A varianciaanalízis eredménye alapján bizonyítást nyert, hogy a digitális felkészültség statisztikailag is igazolhatóan befolyásolja az üzleti környezetük megítélését.

FEJES BALÁZS BENEDEK

balazs0624@gmail.com

Közgazdasági elemző

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Dr. Losonci Dávid

egyetemi docens, BCE GTK

A vállalati versenyképesség erőforrás-, és driver alapú megközelítésének vizsgálata, az ezek közti összefüggések feltárása

Az esszé témája a vállalati versenyképesség, célja a dinamikus képességelmélet kiválasztott pontjainak (marketing, technológia, innováció és fogyasztóorientáltság) kapcsolatának meghatározása a vállalati versenyképességgel. Az esszé egyik fő kérdése, hogy mely dinamikus képességek hatnak a versenyképességre.

A modellem eredmény oldalán a Chikán Attila Vállalati Versenyképességi Indexe szerepel. A változó oldalon működési terület szerinti csoportosításban vizsgáltam a dinamikus-, és működési képességeket. Hipotézisem szerint a kiválasztott képességek főként a vállalati erőforrásokra hatnak, és hatásuk az erőforrásokon keresztül gyűrűzik be a vállalati versenyképességbe.

A dolgozat elméleti keretrendszerét Chikán Attila versenyképességi kutatása-, illetve Erwin Danneels, a dinamikus képességek hatásait vizsgáló tanulmánya jelentette. Ezt a keretrendszert egészítettem ki a vizsgált dinamikus képességi területek fontosabb szakirodalmával. A dolgozat empirikus elemzésihez a Versenyképességi kérdőív alapján felállított adatbázisból vett adatokat használtam. Az adatbázisban 234 vállalat adatai szerepelnek, melyek felvétele 2018-2019-ben zajlott. Ezek közül a vállalatok közül 62 vállalat önbevallásos kérdőíven alapuló eredményeit vizsgáltam a kutatás során.

Az elemzések során több statisztikai módszerrel is megvizsgáltam, hogy van-e kimutatható kapcsolat a Vállalati Versenyképességi Index (VVI) eredménye, és az ebbe a struktúrába beépíteni kívánt, dinamikus képességeket mérő mutatók között. Ennek során azt találtam, hogy a dinamikus képességek és az erőforrások között van összefüggés, a képességek meg tudják magyarázni az erőforrás alapú mutatók egy részét, valamint ezeken keresztül hatnak a vállalati versenyképességre.

A dolgozat egyik limitációja, hogy nem vizsgálok az összes dinamikus képességterületet, illetve az ezek közötti lehetséges kapcsolatokat. A dolgozatban használt dinamikus képességek vizsgálata során azt a fontos megállapítást tettem, hogy ezeknek a képességek szerkezete, és hovatartozása nem tisztázott, a szakirodalomban sok ellentétes megközelítés létezik.

A dolgozat második egysége a vállalati adatokra alapozott elméleti megállapítások nemzetgazdasági manifesztációjáról, és ezen keresztül validációjáról szól. Ennek eredménye, hogy a vállalati és nemzetgazdasági megközelítés nagyon hasonló eredményt ad.

KORHECZ RÉKA*rkorhecz@gmail.com*

Agroökonómia és agrobiznisz

BSc, 5. félév

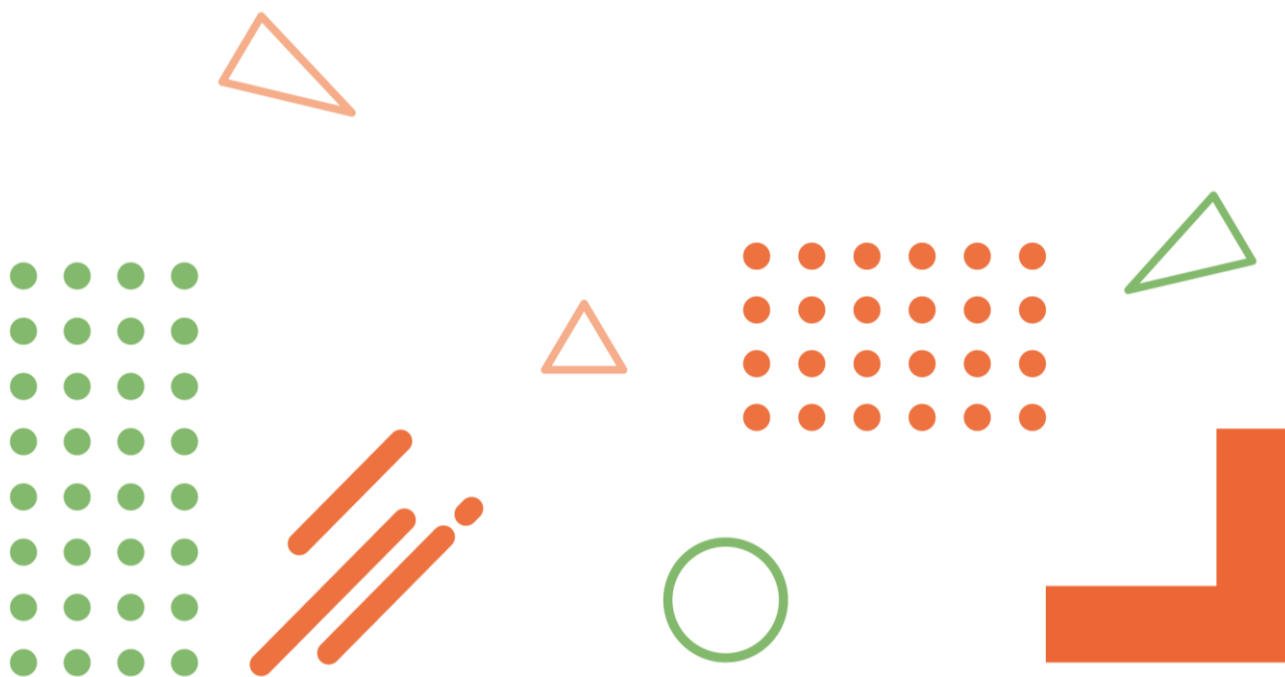
Újvidéki Egyetem

*Témavezető:
Dr. Kiss Ferenc
tudományos munkatárs, RS UE*

Vállalati életciklusmodellek elemzése és alkalmazása

Ezen szakdolgozat elsődleges célja a vállalkozások fejlődési életciklusainak, az egyes életszakaszok sajátosságainak feltárása, valamint stratégiáiknak és a stratégiák kialakulásának vizsgálata az ún. életciklusmodellek segítségével.

Az életciklusmodellek elsősorban a vállalatok életpályájának nyomon követését foglalják magukban az idő függvényében. Az életutat egymásra épülő szakaszokra bontva tárják fel. Ezen modellek felvázolják az egyes szakaszokra jellemző tulajdonságokat, szervezési és irányítási problémákat, illetve válasszal szolgálnak a szakaszok közti átmeneti periódusban jelentkező kérdésekre. Ezek mellett segítségül szolgálnak az üzleti szervezetek fejlődési perspektívájának megismerésében, valamint hozzájárulnak egy-egy konkrét vállalkozás vállalati életgörbében való elhelyezésében. A dolgozatban összesen nyolc életciklusmodell kerül bemutatásra, melyek különböző megközelítésben, változó szakaszszámokban és részletezettségben reflektálnak a vállalat életpályáján fellépő sajátosságokra. A munka szerves részét képezi Adizes által megalkotott életpályamodell részletes magyarázata, illetve annak gyakorlatba helyezése egy vajdasági középvállalat példáján keresztül. Az adott cég szervezeti struktúrájának, az általam kiválasztott menedzser érzelmi és szociális kompetenciájának, valamint a meglévő vállalati problémák felvetésének és megoldási alternatíváinak felkutatása által valósul meg a szervezet esetében érvényben lévő életciklus definiálása. A felsorolt elemek segítségével konkrétan megállapítható a Serdülőkor életszakasz jelenléte. A cégen belül központi szerepet tölt be a profit minél magasabb szintre való emelése, a további növekedés és a minőségi gyarapodás lehetővé tétele.



LENTNER BALÁZS

lentnerbalazs@gmail.com

Pénzügy

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

VELKEY ARTÚR

velkeyartur@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Dr. Losonci Dávid

intézetvezető egyetemi docens, BCE GTK

Verseny a jövőért! Hogyan hat az iparági verseny élessége a magyar vállalatok jövőorientációjára?

A dolgozat azzal foglalkozik, hogy hogyan hat a verseny intenzitása a vállalatok változóképességére. A kutatási kérdésünk az, hogy azokban az iparágakban (szektorokban), ahol nagy a verseny, ott fontosabb-e a környezeti változások előrejelzésére fordított erőforrások mértéke és a változások befolyásolása, mint a kevésbé versenyzőkben?

A kérdés elméleti szintű vizsgálata foglalkozik stratégiai menedzsment elméletekkel, amik a felfedezés, a kiaknázás és a dinamikus képességek elméletén keresztül felépít egy változóképesség indikátort (VAF), amit később az elemzésben célváltozóként felhasznál. A kutatás empirikus elemzési részeként faktorokat képez faktoranalízis módszertanával, így előállítva iparágra, versenyre és környezeti hatásokra adott reakciókat leíró változó csoportokat. Az OLS regresszióban fő magyarázó változóként alkalmazzák a szerzők a verseny intenzitást mérő indikátorokat, melyek a 2008-as HHI, CR3 és 2017-es ROS mutatók mellett még a faktoranalízis alapján előálló verseny intenzitást mérő faktorkok.

A kutatás eredményeképpen megállapítható, hogy a ROS, HHI és CR3 indexek szignifikáns pozitív hatással befolyásolják a VAF mutatót. Az eredményeink így alátámasztották a hipotézisünket, miszerint az iparági versenynek pozitív hatása van a vállalatok változóképességére.

MADAI RÉKA

madai.reka96@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Prof. Dr. Nábrádi András
egyetemi tanár, DE GTK*

A debreceni Csokonai Étterem üzleti terve

Egy 28 éve jól működő cég, a Csokonai Étterem üzleti tervének elkészítését tűztem ki célul. Továbbá az elemzéseknek köszönhetően olyan lehetőségeket véltem felfedezni, amik „megújíthatják a vállalkozást.”

Elsőként megfogalmaztam a Csokonai Étterem jövőbeli célkitűzéseit és a mélyinterjún alapozott vezetői összefoglalóját, melyből kiderül, hogy szükség van további fejlesztésekre, beruházásokra. Az adatgyűjtést kvantitatív és kvalitatív kutatások előzték meg, meghatároztam a vállalkozás vízióját és misszióját és ismertettem a cég alapadatait. A korábban tanult ismereteim alapján elemeztem a vendéglátás ágazatát, a piacot, illetve a versenytársakat is. A külső környezet elemzése során (PESTEL, Porter – féle öt tényezős modell) azonosítottam a jövőben várható lehetőségeket és veszélyeket, mely alapján elmondható, hogy a vállalat felkészült a kínáló lehetőségek kiaknázására és a veszélyhelyzetek kivédésére és hogy megfeleljen a misszióban és vízióban foglaltaknak. A belső környezet vizsgálatánál a SWOT elemzés segítségével felmértem a vállalat jelenbeli erősségeit és gyengeségeit, mely szerint a stratégiai célkitűzésben megfogalmazott misszióknak és vízióknak átlag felett megfelel, a belső környezet hozzájárul a célkitűzések eléréséhez. Azonosításra kerültek a vállalkozás legnagyobb versenytársai, mint az IKON, a Flaska vagy a folyamatosan fejlődő Palma Étterem. A lehetséges stratégiákat a cég tőkeerőségének mérlegelésével fogalmaztam meg. Véleményem szerint a K+F, azaz új termékek bevezetésére van lehetősége a cégnek, amely irányba már el is mozdultak. A marketing tervben részleteztem a cég jelenleg is alkalmazott marketing eszközeit, módszereit, majd javaslatokat tettem a jövőbeli lehetőségekre is, mint az új termékek belföldi vagy akár külföldi piacra vitele és népszerűsítése különböző marketing stratégiák alkalmazásával. Az üzleti terv következő pontja a pénzügyi elemzés volt, amit a Bunda Betéti Társaság mérleg-és eredmény kimutatására alapoztam. Végső soron megbecsültem a vállalkozás esetében felmerülő kockázatokat és a lehetséges cselekvési alternatívákat. A kutatás során felhasználtam a Bunda Bt. adózott eredmény felhasználására vonatkozó hivatalos határozatot.

A dolgozatomban ismertetett eredmények is azt mutatják, hogy a Csokonai Étterem egy jól működő, jelentős árbevételű termelő vállalkozás, aminek szüksége van a fejlesztésekre és beruházásokra.

NÁDASDI ANDREA

n.andrea3918@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 4. félév

Eszterházy Károly Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Csernák József
adjunktus, EKE GTK*

Nógrád megye a felzárkózás útján? – avagy a térségfejlesztés hatásai a KKV szektorra Nógrád megyében

Az elmúlt időben Nógrád megyének megadatott a lehetőség, hogy gazdasági szempontból ráléphessen a felzárkózás útjára. Ahogy az évek és a rutin is mutatja, nem volt egy sima, kitaposott út, hanem tele volt akadályokkal, amiket többek között a megyei vállalkozások tudnak ledönteni közös erővel. Kutatásomban erre is keresem a választ.

Fő vizsgálati céloknak a megyében jelenleg zajló és megvalósuló térségfejlesztési beruházásokat tűztem ki, illetve azt, hogy ehhez hogyan tudnak idomulni a nógrádi KKV-k. Tekintettel arra, hogy Magyarország egyik legelmaradottabb megyéjéről van szó, így egyebek mellett fontosnak tartottam, hogy belelássak az itt működő vállalkozások ügyvezetőinek fejébe. Tudni akartam, hogy a fiatal vagy a régebb óta vállalkozók alkalmazkodnak-e könnyebben a térségfejlesztési beruházásokhoz és egyáltalán van-e indíttatásuk, hogy ebből hosszútávon előnyt tudjanak kovácsolni maguknak. Kutatásomban nemcsak a térségfejlesztési beruházásokra, mint külső környezeti tényezőkre térek ki, hanem több aspektusból megvizsgálom a megyei KKV-k működési és fejlődési szándékát, mint például adózás vagy az állami informatikai innovációs fejlesztések. Primer kutatásomat kérdőíves megkérdezéssel végeztem, amit kifejezetten csak Nógrád megyében működő vállalkozások ügyvezetői által kerültek kitöltésre. A válaszadóim között östermelők, egyéni vállalkozók és társas vállalkozások működtek közre. Kutatási hipotéziseimet módszertanilag varianciaanalízissel (ANOVA), faktor-és klaszterelemzéssel, illetve keresztábra-elemzéssel vizsgáltam.

Várokosságaim szerint a Nógrád megyei KKV-szektorban csak megcsillanni látszik a depresszív üzletszemléletből való kilábalás lehetősége, ugyanakkor remélem, hogy az eddigi attitűd nem zárja ki teljesen az új lehetőségekhez való alkalmazkodást, a rugalmasságot. Kutatásom fő célja, hogy vizsgáljam jelenleg milyen a Nógrád megyei vállalkozások attitűdje a kooperációkkal kapcsolatban, illetve, hogy ezen szemléletek hogyan formálódnak olyan külső változások hatására, mint például a térségfejlesztési beruházások.

SUHAYDA VIOLA

suhaydaviola@gmail.com

Műszaki menedzser

BSc, 6. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

*Témavezető:
Gombaszögi Ildikó
mestertanár, ÓE KGK*

Mikrovállalatok pénzügyi kockázatai

A XX. század elején Gibrat megalkotta törvényét, – miszerint a vállalatok mérete és növekedési ütemük függetlenek egymástól – megrengetve ezzel a nagyvállalatokról szóló kutatások uralmát. Ezt cáfolva, a század végén elterjedtek azon cikkek és tanulmányok, melyek a KKV-szektor számára nagyobb fejlődési ütemet igazoltak, elindítva ezzel a róluk szóló tanulmányok sokaságát. Mára, vitathatatlanra vált szerepük fontossága nem csak a világgazdaságban, hanem a magyar gazdaságpolitikai célkitűzésekben is, hála rendkívüli rugalmasságuknak és növekedési lehetőségeiknek.

Tudományos Diákköri dolgozatom a szektor legkisebb képviselőivel, a mikrovállalkozásokkal és pénzügyi kockázataikkal foglalkozik. Szekunder kutatásom során a vonatkozó hazai és nemzetközi szakirodalom alapján vizsgálom a hazai mikrovállalkozások jelenlegi pénzügyi helyzetét. Primer kutatásom három részből áll, először mikrovállalati vezetőkkel készítettem mélyinterjúkat, melyek alapján megfogalmaztam a további kutatás főbb irányvonalait. Ezután a kínálati oldallal, a hazai kereskedelmi bankok mikrovállalati szegmens szakértőivel, vezetőivel készítettem mélyinterjúkat, ahol az ő helyzetmegítélésüket tártam fel. Végül, az összegyűjtött gondolatok alapján megfogalmaztam a kérdőívem kérdéseit és nagyjából 200 mikrovállalattól kaptam választ rájuk.

Az információk alapján áthatóbb képet alkotok ezen vállalatok által, nap mint nap tapasztalt pénzügyi nehézségekről. Kutatásom során az egyik legnagyobb és legfontosabb törekvésem, hogy releváns és a gyakorlati életben alkalmazható javaslatokat és jó gyakorlatokat fogalmazzak meg, ezzel megkönnyítve a mikrovállalatok mindennapos működését, illetve gazdasági súlyuk növekedését.

SZÜCS VIKTÓRIA*szucs.viki5@gmail.com*

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 8. félév

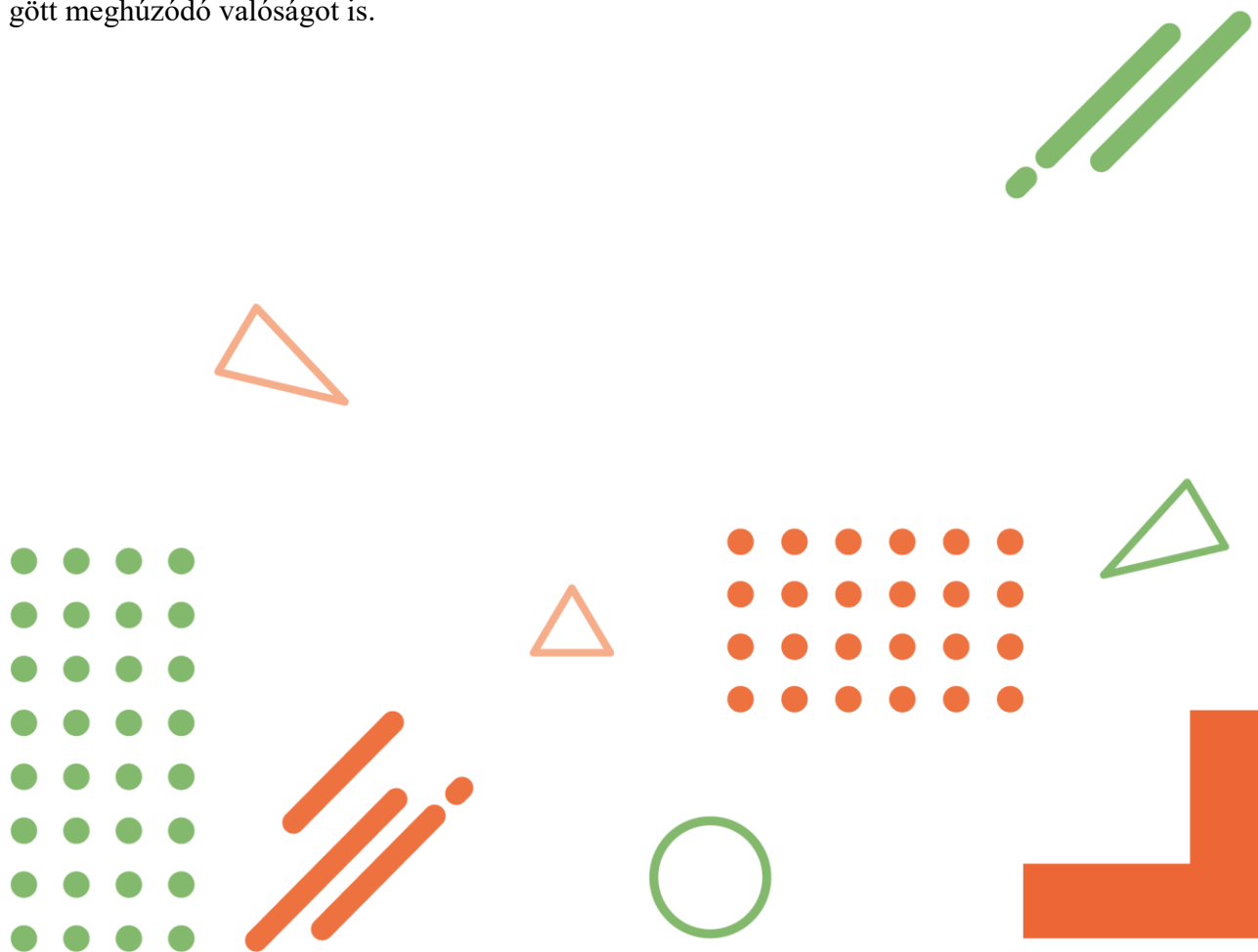
Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Prof. Dr. Zsóka Ágnes
egyetemi tanár, BCE GTK*

Mekkora az érték egy pohár kávéban? – A társadalmi értékteremtés vizsgálata a Starbucks esettanulmányán keresztül

A dolgozat a Starbucks társadalmi értékteremtését vizsgálja a CSV (Creating Shared Value) keretrendszerének az alkalmazásával. Ehhez felhasználja a hálózatos vállalatelmélet alapvetéseit, valamint az ellátási lánc elemzés eszközeit. A dolgozat bemutatja a Starbucks ellátási láncát, majd ennek két pontját – a kávétermelői és az értékesítési területeket – kiemeli és ezeken részletesen végig járja a CSV általi értékteremtési lehetőségeket. Megvizsgálja, hogy a vállalat által jelentéseiben jelenleg bemutatott társadalmi értékteremtés mennyiben felel meg a CSV-nek. Arra a következtetésre jut, hogy a Starbucks kávétermelők felé végzett tevékenységeinek jelentős része eleget tesz a CSV által elvártnak, azonban értékesítési oldalon több, a vállalat működésébe szorosan nem integrálható tevékenységet is folytat. A szerző egy újszerű üzleti megközelítést alkalmaz a világ egyik legjelentősebb befolyással rendelkező kávéfelhasználó vállalatára, valamint górcső alá veszi az üzleti jelentések mögött meghúzódó valóságot is.



TAJTI KITTI

tajtikitti@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 1. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Dániel Zoltán András

egyetemi docens, PE GTK

Innovációs tevékenységhez pályázati forrást igénybe vevő KKV-k közép- és hosszú távú eredményessége

Az innovációs tevékenység a vállalkozások esetében stratégiai gondolkodásmód és napi szintű gazdasági döntések összességé jelent. Az utóbbi években, évtizedekben az innovációs tevékenység vizsgálata fontos területté vált. Kutatások támasztották alá, hogy az innovációs tevékenység a vállalkozások életben maradásának biztosítója, növekedésének egyik mozgatórugója lehet.

Dolgozatomban azt vizsgáltam, hogy a hazai KKV szektor egy olyan szegmense, amely innovációval kapcsolatos tevékenységre pályázati forrást vett igénybe, hogyan hasznosította ezt és ez milyen hatással volt a vállalkozás közép és hosszú távú eredményességére. Ehhez a kutatás mintájának meghatározását követően legyűjtöttem az adott forrást lehívó vállalkozások listáját, majd pedig az eredményességet mérő mutatószámokhoz az elemezhető beszámolóadatok adatbázisát építettem fel. Definiáltam a vizsgálat időtávjait, hiszen a felépített adatbázis 12 év beszámoló adatait tartalmazta.

A vizsgálat során törekedtem arra, hogy az infláció hatásait kiszűrjem, valamint, hogy számoljak a 2008-ban kezdődő gazdasági válság hatásaival is. Igyekeztem továbbá, hogy a kapott eredményeimet más vállalkozások eredményességi adataival is összevetthessem.

Vizsgálati eredményeim alátámasztották az innovációs tevékenység fontosságát, a kapott eredményességi mutatók számszerű adatokkal is igazolták feltételezéseim.

Vállalatgazdaságtan – vállalkozások

Elnök: Dr. Vilmányi Márton egyetemi docens (SZTE)
Társelnök: Prof. Dr. Gelei Andrea egyetemi tanár (BCE)
Tag: Prof. Dr. Illés Bálint Csaba egyetemi tanár (MATE Szent István Campus)
Tag: Dr. Horváth Attila egyetemi docens (METU)

ANTAL BIANKA CSILLA

antal.bia97@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 2. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

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

A hazai férfi és női vállalkozók motivációinak, nemi szerepükből eredő azonosságainak és különbözőségeinek vizsgálata

Ki a vállalkozó és mi a vállalkozás lényege? Van, aki azt mondja, a vállalkozó egy ötlet, mások szerint a vállalkozó mindig kitalál újabb és újabb termékeket és szolgáltatásokat, melyekkel kielégíti a piaci igényeket. Egy azonban közös: a vállalkozó olyan ember, aki pénzből még több pénzt csinál.

Azonban fontos megemlíteni, hogy általánosságban, ha meghalljuk azt a szót, hogy „vállalkozó”, egy férfi személyt képzelünk magunk elé, pedig – leszámítva az építőipart – egyre több női vállalkozó jelenik meg a munkaerő piacon. Ez a gondolat vezérelt tudományos kutatásom megkezdésénél, melynek témája a női vállalkozók szerepe a mindennapi gazdasági életben, különös tekintettel a férfi és női vállalkozók közti különbségekre. Kiemelt figyelmet szeretnék fordítani a nők speciális helyzetére, a családban betöltött szerepük, és a gyermekneveléssel járó plusz feladatok tükrében. Kíváncsi vagyok, hogy nőként mennyivel másabb vállalkozni, ki vagy mi motiválja, illetve támogatja őket döntésükben.

Vállalkozó szüleimnek köszönhetően módomban állt betekintést nyerni mind egy férfi, mind egy női vállalkozó mindennapjaiba, így mára már egy átfogó képet kaptam arról, hogy mik azok az előnyök és hátrányok, melyekkel nap, mint nap szembe kell nézniük. Átlagosan az emberek bélyeget tesznek azokra a nőkre, akik vállalkoznak, mert úgy gondolják a vállalkozás világa nem nekik való, ugyanakkor azt nagyon sokan elfelejtik, hogy nőként számos más feladattal is szembe kell nézniük a vállalkozás vezetése mellett, legyen ez akár az anya szerep, akár más, melyekről a férfiak többségének fogalma sincs. A női vállalkozók száma egyre csak nőni és szerepük erősödni fog a folyamatosan és gyorsan változó gazdasági körülményeknek, a technológiai fejlődésnek, és a média hatásának köszönhetően. Éppen ezért is fontos, hogy a női vállalkozókról is egyre több szó essen, foglalkozzunk a nők helyzetéről a vállalkozói szférában.

Dolgozatomban a kutatási kérdéseimet férfi és női vállalkozókkal végzett interjú segítségével, illetve ezt követően egy szélesebb körben kiterjesztett vállalkozói kérdőív kitöltésével válaszolom meg. Igazoltam, hogy nőként ugyanolyan sikeres lehet a vállalkozó, még ha a kezdeti motivációk és az akadályok másként is alakulnak.

BÍRÓ JÁNOS

janos.biro93@gmail.com

Közgazdasági elemző

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

KÖVESDY MIHÁLY

mihaly.kovesdy@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

KOVÁCS DÓRA

kovacsdora5@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

*Prof. Dr. Chikán Attila
egyetemi tanár, BCE GTK*

Az öregedés és a vállalati teljesítmény kapcsolata a magyar középvállalati szektorban

Napjainkban a magyar gazdaság egyik legfőbb kihívása a hazai cégek generációváltása. A téma aktualitását az adja, hogy a rendszerváltást követően vállalkozásba kezdő generáció tagjai az elmúlt években tömegesen érték el a nyugdíjkorhatárt. Ez azt is eredményezi, hogy jelentős méretű vállalatok is szembesülnek a problémával, ami a magyar gazdaság egészére hatással van.

A dolgozat célja, hogy feltárja a magyar magántulajdonban lévő közép-és nagyvállalati vezetők korának hatásait a különböző vállalati jellemzőkre. Az elméleti keretrendszer a korlátozott racionalitás döntéshozatali aspektusából indul ki, illetve az erre nagyban támaszkodó „Upper Echelons” elméletből, amely bemutatja, hogy a menedzsment megfigyelhető jellemzőinek jelentős befolyása van a vállalati teljesítményre. Ezt követően elemzi az életkor és a vállalati teljesítmény kapcsolatát vizsgáló korábbi kutatások eredményeit. A dolgozatban felállított hipotézisek azt vizsgálják, hogy a vállalatvezetők kora hogyan hat a vállalat 1) árbevételének növekedésére, 2) árbevételének volatilitására, 3) eredményességére, 4) tőkeáttételére, illetve 5) likviditási rátájára.

Hipotéziseinket a Bisnode Magyarország Kft. által rendelkezésünkre bocsátott 750 vállalat pénzügyi beszámolóinak elemzésével, regressziós módszertannal teszteljük. Eredményeink alapján a magyar magántulajdonban lévő közép-és nagyvállalatok tulajdonosi életkorának növekedése szignifikáns és jelentős negatív kapcsolatban áll az adott vállalat növekedési rátájával; szignifikáns, ám kevésbé jelentős negatív kapcsolatban áll az adott vállalat növekedésének volatilitásával; illetve szignifikáns, ám ugyancsak kevésbé jelentős pozitív kapcsolatban áll az adott vállalat likviditási rátájával. A dolgozat végén bemutatjuk a kutatásunk korlátait és annak lehetséges további irányait.

GERICS DOROTTYA BORBÁLA

gerics.dorka@gmail.com

Sportközgazdász

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kozma Miklós

egyetemi docens, BCE GTK

Milyen hatást érhet el a Minimotor projekt?

Dolgozatomban a Minimotor elnevezésű általános iskolásokra fókuszáló, biztonságos közlekedést oktató projektet vizsgálom, melynek különlegessége, hogy nem csupán a közlekedés szabályait tanítja meg a gyerekeknek, hanem mindezt gyermekmotorokon, a motorozás alapjait is elsajátítva mutatja be számukra. Ezzel nem csak a helyes közlekedésre hívja fel a figyelmet, de céljuk, hogy a motorsport tömegbázisát is növeljék.

Kutatásom során arra a kérdésre kerestem a választ, hogy miért éri meg Magyarországon elindítani a Minimotor projektet. Ennek megválaszolásához Költség Hatékonysági Elemzést készítettem, valamint a projekt Társadalmi Befektetés Megtérülését (SROI) vizsgáltam, melyhez mélyinterjúkat készítettem a projekt ötletgazdáival és tulajdonosaival, általános iskolai tanárokkal, gyermekek szüleivel és KRESZ oktatókkal, illetve a gyermekek szüleinek körében kérdőíves felmérést is alkalmaztam. Kutatásom eredményeképpen összehasonlítottam a Minimotor program várható hatékonyságát és hatásosságát a jelenleg alkalmazott közlekedésbiztonsági oktatásokéval, figyelembe véve, hogy ez a program a szabályok megismertetése mellett sportági alapokat is oktat a tanulóknak. Kutatásom eredményeként elmondható, hogy a magas társadalmi megtérülés és a jelenlegi programoknál magasabb hatékonysága miatt éri meg elindítani a Minimotor programot és befektetni a programba. A SROI vizsgálata során kapott eredményem megmutatja, hogy a Minimotor programba befektetett 1 Forint várhatóan, a jelenlegi feltételek mellett 8,89 Forintot termel az érintettek összességének számára. A Költség-hatékonysági elemzéssel a jelenleg futó projektek általános hatékonyságát a Minimotor program várható hatékonyságával összehasonlítva a jelenleg futó programok mutatószáma 0,022, míg a Minimotor programé, ugyanazon tényezők vizsgálata mellett 0,32, amely alapján elmondható, hogy várhatóan vizsgálatom fókuszában lévő projekt fok hatékonyabban működni. Ez alapján tehát ugyanaz az elköltött összeg a Minimotor programban résztvevő gyerekek számára nagyobb hatással lesz és hosszabb és mélyebb tudást, nagyobb élményt és a balesetek számának jelentősebb csökkenését eredményezi, mintha a gyermek a jelenlegi oktatások egyikében részesülne ugyanazért a költségért.

Dolgozatom aktualitását és jelentőségét adta, hogy a kézirat zárásakor a projekt tulajdonosok a próbaalkalmon voltak túl és támogatást kerestek a projektre, melyhez az általam készített elemzések eredményeit is felhasználhatták.

KALMÁR LAURA

kalaura98@gmail.com

Gazdaságinformatikus

BSc, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

*Témavezető:
Nagyné Halász Zsuzsanna
adjunktus, PE ZEK*

Hagyományos szerződés modern köntösben – elektronizálás

A technológia rohamos fejlődése megköveteli a vállalkozások innovációs tevékenységét, amellyel a versenytársakhoz viszonyítva előnyre tehetnek szert.

Dolgozatom célja duális gyakorlati helyem internet szolgáltatásához kapcsolódó Egységes Egyedi Szerződés elektronizálásának bemutatása. Az eddig papír alapon kitöltendő szerződést felváltó rendszer környezetvédelmi hatása mellett biztosítja a folyamat felgyorsítását a kitöltési, valamint feldolgozási idő redukálásával. Továbbá költséghatékony megoldást jelent a cég, és a szerződés kitöltését kezdeményező ügyfelek számára egyaránt.

Az elektronikus szerződés kitöltése fizikai jelenlét, valamint speciális eszközök igénybevétele nélkül hajtható végre. A felület átlátható, könnyen kezelhető, valamint az idő és a tér korlátja nélkül vehető igénybe.

A projekthez kapcsolódó logikai rendszerterv a rendszer által megvalósítandó funkciókat írja le olyan szinten, hogy a leírásból azok tervezése, programozása, majd tesztelése megkezdődhessen.

A cég honlapján elhelyezett domain kereső ellenőrzi annak foglaltságát. Amennyiben az adott név nem foglalt, elkezdhető a vásárlásra vonatkozó szerződés kitöltésének folyamata. A személyes adatok kitöltését a szolgáltatásra vonatkozó információk, az előfizetés időtartamának megadása követi. Megfelelő kitöltést követően generálható az adott domain vagy domainek igénylésére vonatkozó szerződés.

Ezeken felül dolgozatomban kitérek a fejlesztés folyamatára, az adott projektekre vonatkozó szoftver-környezetre, valamint a járványhelyzet okozta nehézségek sikeres áthidalására.

MALÁTI DALMA

dalmamalati@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Sipos Norbert
adjunktus, PTE KTK*

Pályázati lehetőségek induló vállalkozások számára Magyarországon

Ma a vállalkozásoknak rengeteg lehetősége van különféle támogatásokat igénybe venni ahhoz, hogy fejlődhessenek, és előre léphessenek. Ezek a támogatások több forrásból is érkezhettek, mint pl. bankoktól hitelezésen keresztül vagy akár pályázatokon keresztül, melyek lehetnek visszatérítendőek és vissza nem térítendőek. Ezen lehetőségek tárháza nagyobb a már jól működő vállalkozások számára. De mi van azokkal a vállalkozásokkal, akik még nem érték el az érettségi fázist. Az induló vállalkozások előtt is áll még néhány lehetőség az előbbieken túl, mint az üzleti angyalok, a joint venture és a crowdfunding is. A kutatási tapasztalatok alapján, sajnos nagyon kevés az a támogatás, ami egy induló vállalkozásnak szól. A kérdés tehát melyre a dolgozat épül, milyen pályázati lehetőségek adóttak az induló vállalkozások számára Magyarországon.

A terület, mely a pályázatokra fókuszál és azok koordinálására, a projektmenedzsment. A releváns szakirodalmak áttekintésének segítségével definiálásra kerülnek az alapfogalmak, majd a projektmenedzsment megértését szolgáló elmélet bemutatása következik. Ahhoz, hogy a kutatás a magyarországi pályázatokra fókuszáljon, meg kell vizsgálni az Európai Unió politikáját, támogatási prioritásait mind Uniós szinten, mind Magyarországon, majd a magyar pályázati rendszer részletezésére kerül sor. Miután mindez tisztázásra került, fókuszba kerülnek azok a programok, melyeken keresztül az induló vállalkozások támogatásokat vehetnek igénybe, és néhány konkrét pályázat bemutatásának segítségével pontosabb képet kapunk a lehetőségekről.

Sajnos a kutatást néhány korlátozó tényező is befolyásolta. Az eddig támogatási időszak végéhez érünk 2020. december 31-én. Nem csak a támogatási időszaknak, de az évnek is a végéhez közeledve, nem újabb és újabb támogatási lehetőségek nyílnak, hanem a már meglévő keretek kerülnek kihasználásra. 2021-ben indul a következő támogatási időszak, mellyel kapcsolatos előrejelzésekre is kitékint a dolgozat. A 2014-2020-ig tartó periódus végére és a 2021-2027-ig tartó időszak első felére is nagy hatással van a koronavírus járvány. A kutatás során ez nem egy elhanyagolható tényező, hiszen nem csak az emberek életére, de a gazdaságra is nagy hatással van. Számítani lehet tehát, hogy a jövőben történő intézkedések és támogatási programok magukban hordozzák majd a járvány okozta nehézségek kiküszöbölését és a vírus okozta károk helyreállítását.

NEUHOLD DÓRA ÁGNES

doora199@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 4. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Koloszar László

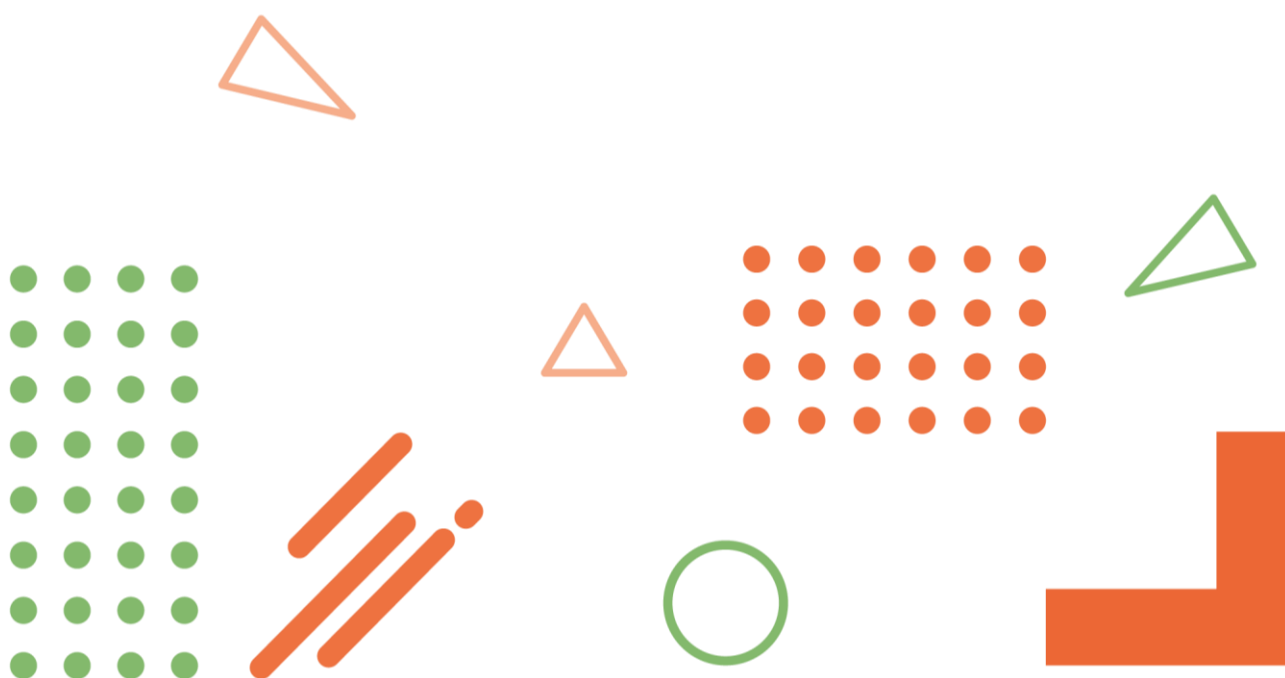
egyetemi docens, SOE LKK

Vállalkozói kompetenciák fejlesztése a magyar oktatásban

A kis és középvállalkozások alkotják az európai gazdálkodás gerincét. Ezért kutatásom a vállalkozóvá válás kérdéskörét vizsgálja. Széles körben elfogadott, hogy az oktatási intézmények szerepe kiemelkedő a fiatalok vállalkozói elképzeléseinek alakításában.

Kutatásomban azt vizsgálom, hogy a különböző korcsoportú fiatalok miképp vélekednek a vállalkozói létről, szeretnék a későbbiekben esetleg saját vállalkozást indítani. Céлом, hogy megvizsgáljam, milyen kapcsolat van a magyar oktatási rendszer és a fiatalok vállalkozási hajlandósága között. Rávilágítok a diákok vállalkozói léttel kapcsolatos fő motivációira és félelmeire. Vizsgálatom kiterjed az óvodás gyermekektől az egyetemista hallgatókig, melyhez kérdőíves módszert alkalmaztam.

A főbb eredmények szerint a 14-24 év közötti fiatalok vállalkozásalapítási motivációi között az önmegvalósítás, a függetlenség megteremtése és a nagyobb jövedelemre való kilátás szerepel. A megkérdezett egyetemisták 23%-a vállalkozó szeretne lenni jelenlegi tanulmányait követően. Kutatási eredményeim alapján alakítottam ki következtetéseimet és javaslataimat.



PATAKI JÁNOS BALÁZS

j.balazspataki@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. András Krisztina

egyetemi docens, BCE GTK

„Contract year hatás” az NBA-ben

Dolgozatomban arra keresem a választ, hogy igaz-e, hogy azok az NBA játékosok, akik szerződésük utolsó évében vannak, jobban játszanak-e, mint a többi szezonjukban. Ehhez először megnézem, hogy melyek azok a változók, amelyek magyarázzák egy játékos fizetését, majd megnézem, hogy ezekben a kategóriákban visszaesik-e a teljesítményük az új szerződés évében.

Kutatásom során az hoopshype.com és a basketball-reference.com adatbázisaiban megnézem, hogy melyek azok a játékosok, akik egy adott évben szabadúszók voltak, és letöltöm az adataikat a szerződésük lejártának előtti évéből, a szerződés lejártának az évéből, és az új szerződés évéből. Ezeket különböző statisztikai módszerekkel elemzem.

Az a hipotézisem, hogy a szerződés lejártának az évében a játékosok tudatosan vagy tudat alatt, de jobb teljesítményt nyújtanak, mint az azelőtti szezonjukban, ezt pedig egy teljesítménybeli visszaesés követi az új szerződés évében.

Ez a hipotézis részben igaznak bizonyult, ugyanis voltak olyan változók, amelyek alapján felfedezhető ez a jelenség. Tehát, ma is megfigyelhető az NBA-ben ez a jelenség.

SZAMMER ANETT

szammera@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Mihalkovné Szakács Katalin

adjunktus, BCE GTK

A rendszeres sportolás befolyásoló szerepe a vállalkozói attitűd kialakulásában: Egy felmérés a BCE GTK alapszakos hallgatói között

A fiatalok a diploma megszerzése után nagy döntés előtt állnak: merre tovább? Legtöbbjüket a multik világa vonzza be, de páran az ismeretlenbe indulva vállalkozást alapítanak. Az így kialakuló vállalkozói léthez egyaránt szükséges a megfelelő motiváció és a vállalkozói kompetenciák megléte. Leginkább a függetlenség vágya és a pénzszerzési lehetőség motiválja a vállalkozásindítókat, miközben az értékteremtés folyamata is hajtja őket. A sikerhez nem feltétel, de bizonyítottan előny, ha rendelkeznek bizonyos készségekkel, melyek a velünk született és az évek alatt formálódott személyiségjegyeinket és viselkedésformáinkat foglalják magukba. Ezek fejlődésére sok tényező hatással van, többek között a sportolás is. A rendszeres sportolásnak az egészséget érintő hatásai közismertek, viszont személyiségformáló volta kisebb ismeretségeknek örvend.

Kutatásom során a következő kérdésre szeretnék választ kapni: Hogyan befolyásolja a rendszeres sportolás a fiatalok vállalkozói attitűdjének alakulását? A Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Karának alapszakos hallgatói részvételével végeztem tanulmányomat. Eszközül a kérdőíves megkérdezést választottam és a kitöltésekből egy 60 fős mintát kaptam. Felmérve a vállalkozói attitűdöt, kirajzolódott a rendszeres testmozgás pozitív hatásai. Az emberi tulajdonságok és viselkedésmódok képesek változni, melyet az eltérő ideje sportoló és eltérő típusú sportot végző fiatalok eredményei is alátámasztanak. Kiderült, hogy a hosszabb ideje sportolók, valamint a csapatsportot űző személyek erőteljesebb vállalkozói attitűddel rendelkeznek és ezáltal hajlamosabbak saját vállalkozás megalapítására karrierjük során. Megállapítottam továbbá, hogy a sztereotípiáknak megfelelően a férfiak átlagosan magasabb vállalkozói attitűdbeli értékekkel rendelkeznek a nőknél.

Összességében a céloom tehát a rendszeres mozgás és a vállalkozói attitűd kialakulása között fennálló kapcsolat bemutatása. A dolgozat egy aktuális és kevésbé felderített témát dolgoz fel, ezentúl egyben a sport személyiségfejlesztő szerepére való felhívásként, valamint egyéni visszajelzésként is egyaránt használható.

SZMULAI ÉVA ADRIENN

szmulaieva97@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment

BSc, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Dániel Zoltán András

egyetemi docens, PE GTK

A vállalkozásindításhoz szükséges készségek fejlesztése gyermekkorban

Az Európai Unió, valamint Magyarország gazdasági motorjának a kis-, és középvállalkozások (továbbiakban kkv-k) számítanak. Ezt alátámasztják a statisztikák is, amelyek szerint a kkv-k aránya hazánkban az összes vállalkozáson belül 99%, miközben alkalmazottaik aránya az összes vállalkozáson belül 66%. (KSH, 2020)

Ebből az okból kifolyólag helyzetük, fejlesztésük kiemelt szereppel rendelkezik, amely számos kutatót, gazdaságfejlesztőt és kormányt foglalkoztat. Központi szerepben a növekedési ütemük, illetve a fenntartható fejlődés áll.

Az Európai Unió szintén kiemelt ügyként kezeli a kis-, és középvállalkozásokat, hiszen a 2014-2020 közötti időszak prioritásaként szerepelt a kkv-k versenyképességének növelése is. (Európai Unió, 2014)

Ahhoz azonban, hogy hosszú távú eredményt érjünk el, az alapoknál kell elkezdni a kkv-k fejlesztését.

A sikeres vállalkozás alapításához és menedzseléséhez megfelelő személyiségjegyekkel kell rendelkezni. Számos kutató és a témában jártás szakember is keresi a választ, hogy a vállalkozói készségek tanulhatóak vagy pedig velünk született tulajdonságnak bizonyulnak. Az azonban biztos, hogy annak érdekében, hogy a jövőben minél több versenyképes kis-, és középvállalkozás jöhessen létre, motiválnunk, valamint fel kell ruháznunk a megfelelő készségekkel és kompetenciákkal a jövő nemzedékét. Ezt a fajta vállalkozói szellemre nevelést érdemes minél előbb, akár az óvodában elkezdni és a későbbi tanulmányok során konzekvens módon folytatni.

Ennek megfelelően én is kiemelt fontosságúnak érzem, hogy a kkv-k fejlesztését elsődlegesen annak „magjában” kezdjük el, vagyis a vállalkozói szellemre nevelés során, amelynek eredményeül egy olyan generáció nőhet fel, akik sokkal nyitottabban kezelik a változást, bátrabban megragadják az adódó lehetőségeket ezáltal minél több versenyképes vállalkozást létrehozva, mindezt a gazdasági növekedés jegyében.

WEINHOFFER PETRA*weinhofferpetra@gmail.com*

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

*Témavezető:
Jámbor Balázs
adjunktus, PE ZEK*

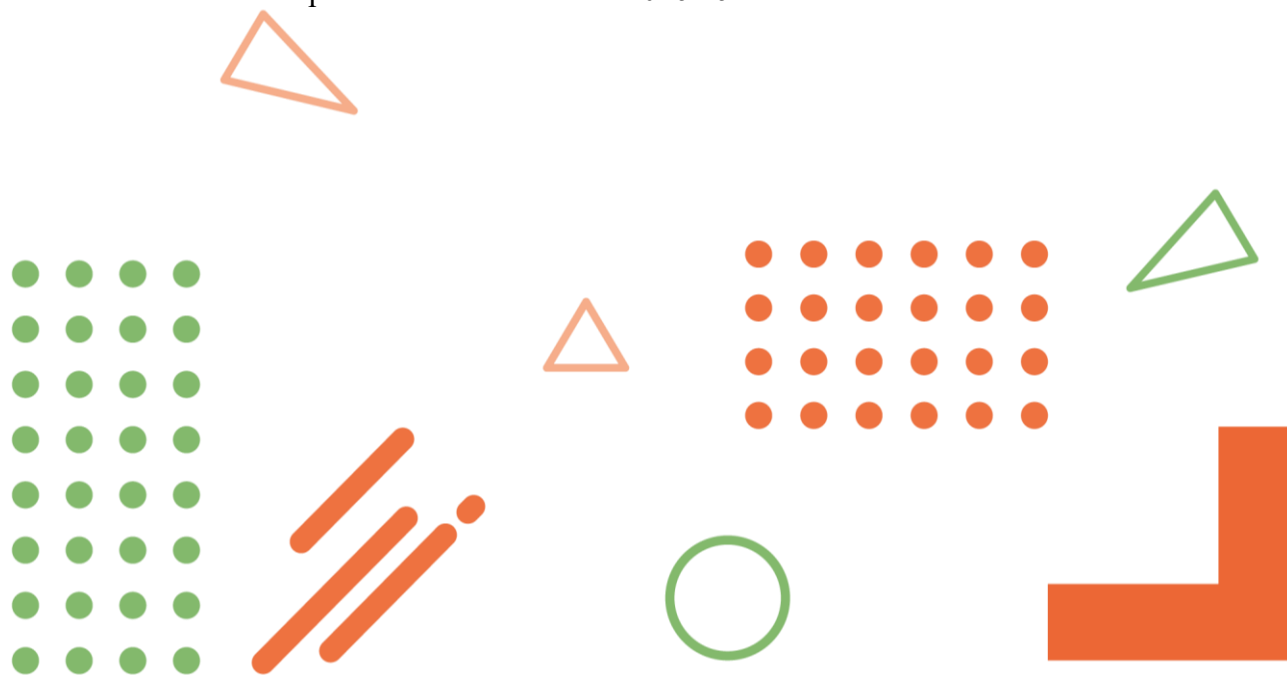
A magyar felsőoktatásban tanulók vállalkozóvá válásának motivációja

Tudományos Diákköri dolgozatom kutatási témája a vállalkozóvá válás motivációja a magyar felsőoktatásban tanulók körében. Magam is sokat gondolkodom azon, hogy később egyéni vállalkozásba fogok, és érdekel, hogy ez milyen elterjedt elképzelés a magyar egyetemistáknál. A vállalkozóvá válás és a vállalkozói tevékenység ösztönzése kiemelt gazdaságpolitikai kérdés a munkahely-teremtésre és a gazdasági növekedésre gyakorolt hatásuk miatt. A fiatal korosztály magas munkanélküliségi rátájának csökkentésére is a vállalkozói tevékenység lehet az egyik kulcs. [1]

Dolgozatomat két kutatási cél köré építettem fel. Első kutatási célom az volt, hogy feltárjam a Magyarországon tanuló egyetemi hallgatók legjelentősebb vállalat alapítási motivációs tényezőit, különös tekintettel arra, vajon növeli-e a vállalkozási hajlandóságot az, ha a családban, baráti körben már van vállalkozó. Második kutatási célomként pedig azt tűztem ki, hogy feltérképezzem, milyen vállalkozói ismeretekkel, tudással rendelkeznek a vállalkozni vágyó magyar felsőoktatásban tanulók, ezeknek mi a forrása, a hallgatók honnan informálódnak a vállalkozói létről.

A kutatásom során kérdőíves megkérdezésen alapuló statisztikai módszereket alkalmaztam, ahol a kérdések összeállítása során figyelembe vettem a szekunder kutatásom során összegyűjtött és feldolgozott hazai és külföldi tanulmányokban taglalt eredményeket is.

[1] S. Gubik A., Farkas Sz. A karriermotívumok változásának hatásai a magyarországi hallgatók vállalkozásindítási elképzeléseinek alakulására. 2016 46



Vezetés és kultúra

Elnök: Prof. Dr. Bencsik Andrea egyetemi tanár (PE)
Társelnök: Dr. Szabóné Benedek Andrea egyetemi docens (MATE Károly Róbert Campus)
Tag: Dr. Szabó Katalin egyetemi docens (MATE Szent István Campus)
Tag: Dr. Ujhelyi Mária egyetemi docens (DE)

BORSZÉKI LEVENTE

borszeki.levente@gmail.com

Kereskedelem és marketing

FSz, 6. félév

Károli Gáspár Református Egyetem

Állam- és Jogtudományi Kar

*Témavezető:
Alpár Vera Noémi
tanársegéd, KRE ÁJK*

Az értékesítés ideális irányítási és ösztönzési módszerei a pénzügyi szektorban

A dolgozatomban bemutatom az alapvető vezetői stílusokat és ösztönzési rendszereket. Céloom a vezetői stílusok és ösztönzési rendszerek összegzése, és a már ismert kutatások alapján azok ideális párosításának következtetése. Tapasztalatom szerint a környezetben lévő vezetők magatartása sok külső tényezőtől függ, ugyanakkor a vezetők jellege örök. Meglátásom szerint a mai vezető felé elvárás, hogy képzett, a vezetési stílusa pedig minimum helyzetfüggő legyen. Beosztottjaik kedveljék, barátságos légkört teremtsen és tartson fent, ösztönző és a változásokra inspiráló legyen.

Hipotézis 1. A helyzetfüggő vezetés megfelelőbb és hatékonyabb, mint az feladatorientált vezetői stílus a bankfiókban dolgozók menedzselésére.

Hipotézis 2. A teljesítményalapú ösztönző rendszer anyagilag és erkölcsileg is jobban motiválja a bankfiókban dolgozót, mint az input elvű bérrendszerek.

Tapasztalatom szerint a beosztottak a vezetőik értékelésénél leginkább a nem megfelelő vezetői magatartást veszik figyelembe, valamint a feladatuk ellátása közben felmerült nehézségekért is könnyen a vezetőt okolják. A vezetői visszajelzésekben az elmarasztalásokat sokszor közömbösen fogadják, az okokat külső tényezőknek tudják be, leginkább áldozatként élik meg és fogják fel a kialakult helyzetet. Dicséret kapcsán az elért eredményeket elsősorban kizárólag a maguk érdemének, másodsorban a helyzetnek olykor a szerencsének tulajdonítják.

A fentiek okán a dolgozatom készítésénél az értékesítői környezetben dolgozó kollégákat szándékosan nem arról kérdeztem, hogy szerintük milyen az ideális vezető, hanem az általuk küldött pozitív, ügyfélkiszolgálásról szóló történeteket elemeztem tartalomelemzés módszerével. A történetek küldői mind ugyanazon bank fiókhálózatában dolgoznak.

A kutatásom eredményéből következik, hogy az értékesítők ideális vezetője demokratikus alapelveket képvisel, beosztott-centrikus, helyzetfüggő vezetést alkalmaz, mindezt pedig a teljesítmény alapú ösztönzési rendszer támogatása mellett teszi.

CSABA ZSÓFIA

csazsoaa@gmail.com

Emberi erőforrások

BSc, 7. félév

Károli Gáspár Református Egyetem

Állam- és Jogtudományi Kar

Témavezető:

Alpár Vera Noémi

tanársegéd, KRE ÁJK

Külföldi diákok integrálásával foglalkozó francia és magyar szervezetek kultúrájának és hatékonyságának analízise

Az elmúlt évtizedekben a nemzetközi mobilitás az hallgatók körében nagy népszerűséggel bírt. Így az olyan szervezetek, amelyek a külföldi hallgatók integrálódását segítik, fontos szerepet töltenek be az utazó diákok életében. Vizsgálódásomat francia és magyart szervezeteknél tettem meg, azzal a céllal, hogy szervezeti kultúrájukat elemezzem, és működésük hatékonyságát felmérjem.

Feltevéseim a következők: A francia nemzeti kultúrában működő szervezetek munkája produktívabb. A hatékonyság összefügg a szervezet méretével. Az önkéntesek meghatározó szerepet játszanak a szervezetek működésében.

Online interjúim során fókuszáltam a két nemzet szervezeti kultúrájának különbségeire és hasonlóságaira, és a szervezetek hatékonyságát vizsgáltam. A szervezeti kultúra elemzésénél hasonlóságot fedeztem fel, a felépítéssel, jövőbeni célokkal, tervekkel, beilleszkedést segítő programokkal és a tagok közti viszonyokkal kapcsolatban. A vizsgálódás eredményei magyarázhatóak azzal, hogy mindegyik szervezet külföldi hallgatókkal foglalkozik, ezért a nemzetközi környezet nagy befolyással van a működésre. A hatékonyságot illetően terheltségi értéket számítottam oly módon, hogy 1 önkéntesre hány külföldi hallgató menedzselése jut. A módszert, azért tartottam hatásosnak, mert a magyar és a francia szervezetekben ugyanazokat a tevékenységeket végzik a tagok, egyezést tapasztaltam célkitűzésben és vezetői stílusban és az beilleszkedést elősegítő módszerekben. Számításaim alátámasztásához a szervezetek által kapott elégedettségi szintek értékét használtam alkalmaztam. A hatékonysági mutatók alapján, a középmezőnyű szervezetek értek el magas eredményt, de egyértelműen nem kijelenthető, hogy a szervezetek mérete és a hatékonyság között összefüggés lenne. A vizsgált társaságok mindegyikében önkéntesek dolgoznak, így megállapítható, hogy meghatározó szerepük van a szervezetek működésében.

Következésképpen, a nagy nemzetközi hatás miatt a szervezeteknél a nemzeti sajátosságok kevésbé észlelhetőek. Ellenben eredményeim alapján szükség van ezeknek a társaságoknak a működésére. Ugyan, a jelenlegi koronavírus járvány miatt, korlátozottabban lehet utazni, jelentős számmal utaznak más országokba az egyetemi hallgatók tanulmányi céllal. A jövőre nézve, feltételezem, hogy a járvány elmúlásával, még nagyobb jelentősége lesz, ezeknek a szervezeteknek, mert többen fognak Erasmus ösztöndíjra pályázni.

DEME GÁBOR*demegabor13@gmail.com*

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

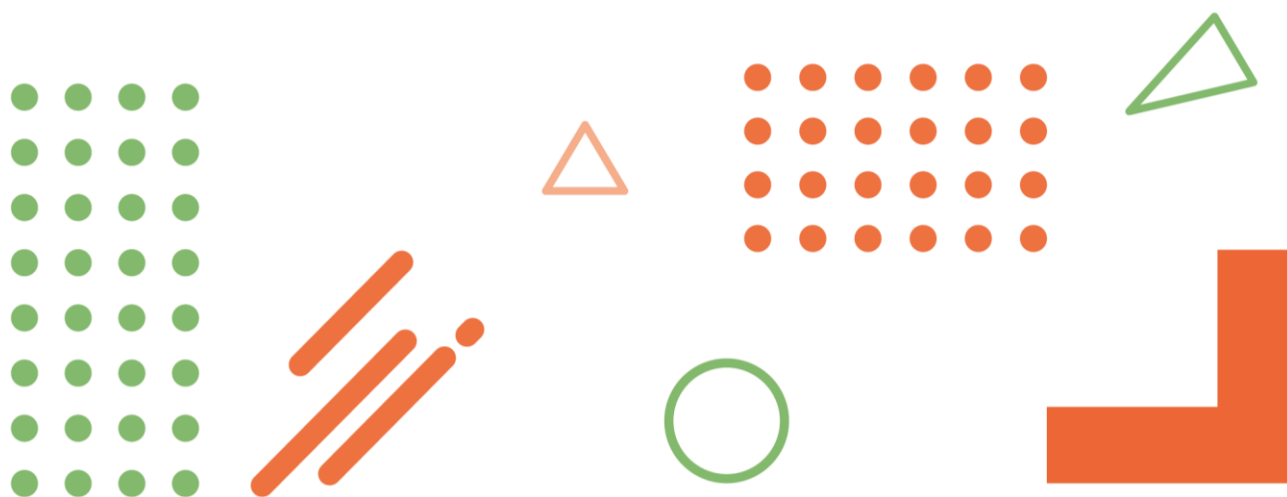
Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:**Kiss Julianna**tudományos munkatárs, BCE GTK***Társadalmi vállalkozások indításához és működtetéséhez szükséges kompetenciák**

A dolgozat arra keresi a választ, hogy milyen kompetenciákra van szüksége Magyarországon egy társadalmi vállalkozónak. Módszertana főként kvalitatív, társadalmi vállalkozások szakértőivel és gyakorló társadalmi vállalkozókkal készített interjúkon alapszik, melyet kiegészít egy kérdőíves felméréssel, amelyben társadalmi vállalkozókat kérdez a birtokukban lévő és az általuk fontosnak vélt kompetenciákról.

A kutatás valamelyest feltáró jellegű, és gyakorlati hasznosíthatósága egyrésztől társadalmi vállalkozásba fogók számára a szükséges kompetenciák bemutatásában jelentkezik, másrésztől pedig az eredmények a társadalmi vállalkozásokkal kapcsolatos képzések, programok hatékonyságát, az igényekhez való illeszkedését javíthatják majd. A kutatás eredményeként megnevezi a dolgozat, hogy az Európai Bizottság definíciójából kiindulva, az interjúalanyok véleménye szerint a gazdasági és társadalmi dimenzió erősebben van jelen, mint az irányítási. A két megkérdezett csoport, a szakértők és a gyakorlók által megfogalmazott kompetenciák között átfedést fedezhetünk fel (1) a vállalkozói készség, (2) üzleti gondolkodás és (3) vezetői készség kapcsán. Az azonosított társadalmi vállalkozói kompetenciák az Európai Bizottság definíciójához hasonlóan gazdasági és vállalkozói, társadalmi és irányítási dimenzióba tartozó csoportokba rendezhető, így pedig azt láthatjuk, hogy a szakértők főként gazdasági és vállalkozói, míg a társadalmi vállalkozók mindhárom dimenzióhoz tartozó kompetenciákat fontosnak tartottak. A kérdőíves felmérés szerint a legjellemzőbb kompetenciák a társadalmi dimenzióba tartoznak, míg az általuk legfontosabbnak tartottak megoszlanak a gazdasági, vállalkozói és társadalmi dimenzió között.

Ez azt mutatja, hogy igenis fontos lenne a vállalkozói, gazdasági dimenzióba tartozó kompetenciákkal rendelkezniük, de ezek a társadalmi vállalkozóknak kevésbé állnak rendelkezésére. Ezt az eredményt az interjúk is alátámasztják.



GYÖRKI JÁNOS

gyorkijanos@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 2. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Hidegh Anna Laura

főiskolai docens, BGE PSZK

Egy multinacionális vállalat vezetői kézikönyvének kritikai elemzése

Dolgozatomban egy multinacionális vállalat vezetői kézikönyvét vizsgálom kritikai nézőpontból. A kézikönyvben leírt vezetési elvek, valamint előírt szervezeti struktúrák a vállalat minden vezető beosztású munkatársára kötelező érvényű iránymutatást jelentenek. A vizsgálat középpontjában a vezetői kézikönyv, mint írott dokumentum áll, kizárólag annak tartalmára reflektálok. A kritikai nézőpontból levezetett vizsgálat a vállalat vezetői kézikönyvének transzparensabb megértését szolgálja, ezen felül azonban a főáramú leadership elméletekkel kapcsolatban is álláspontra alakítok ki.

A különböző szervezetelméleti paradigmák és a kritikai menedzsmentelméletek rövid bemutatása után részletesebben foglalkozom a kritikai realizmussal, mely dolgozatomban episztemológiai és ontológiai alapját adja. Tartalmát tekintve, a vállalat vezetői kézikönyve a főáramú leadership elméletek logikáját követi, ezért mind a mainstream leadership elméletek, mind pedig azok kritikai megközelítései az elméleti háttér fontos részét alkotják.

Kutatási módszerem a kvalitatív tartalomelemzés, melyet a Grounded Theory alapján végeztem el. Strauss és Glaser közösen alkotott, ám később két külön irányba fejlődő módszertanából én Strauss és Corbin előzetes elméleteket is beemelő módszerét választottam. A kutatás során induktív és deduktív kódolás kombinációjával tárom fel és értelmezem a vezetői kézikönyvben található jelentés-tartalmakat.

Kutatásom eredménye a vezetői kézikönyvben leírtak kritikai értelmezése, mely alapján kísérletet teszek különböző hatásmechanizmusok feltárására. Nem célom a leadership elméletek általános kritikájának megfogalmazása, ugyanakkor a vezetői kézikönyv vizsgálata által alkotott értelmezésem egy tágabb kontextusban, a főáramú leadership elméletek bizonyos elemeinek kritikai megközelítéseként is értelmezhető.

HATSCHER DOROTTYA*hatscher.d11@gmail.com*

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

MUCSI NIKOLETT SZANDRA*mucsinikolettszandra@gmail.com*

Gazdálkodás és menedzsment

BSc, 5. félév

Óbudai Egyetem

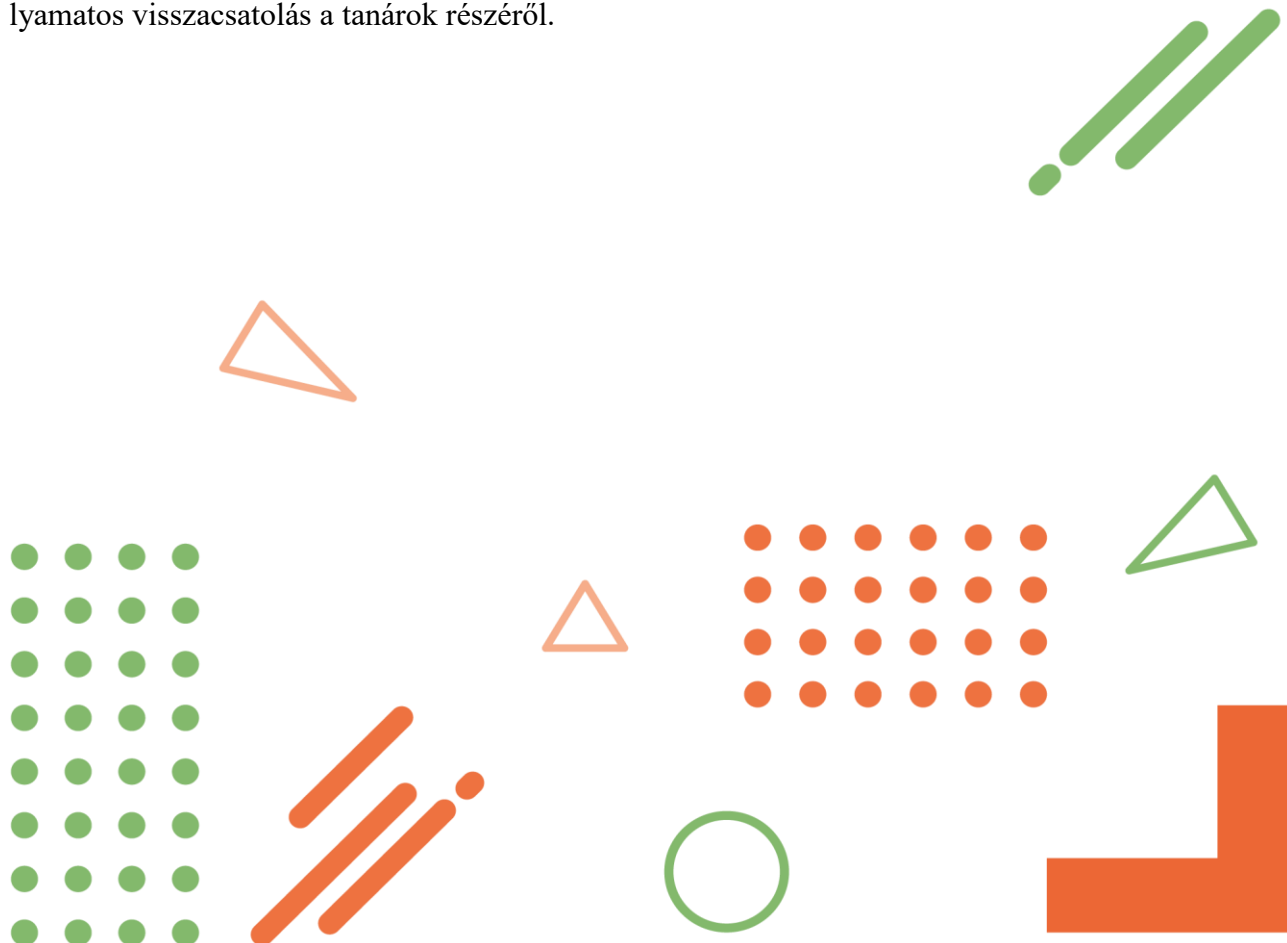
Keleti Károly Gazdasági Kar

*Témavezető:
Szűcs Diána
tanársegéd, ÓE KGK*

Mivel motiválható a diák?

Napjaink egyik legnagyobb problémája, amivel az oktatási rendszernek szembe kell néznie, az a diákokból folyamatosan eltűnő továbbtanulási és az eredményesség iránti motiváció. Mi az, ami motiválja a diákokat a tanulásra? Milyen ösztönző rendszerek segítenek? Ezeket a kérdéseket sok kutatás vizsgálta, ahol megállapították, hogy a tanár karaktere az egyik legfontosabb tényező a motivációban. Kutatásunkat J. K. Rowling művére alapozva végeztük el, amelyhez Survio, illetve Google kérdőívet alkalmaztunk. Célcsoportunk az általános iskola felső tagozata, középiskolások, illetve a felsőoktatásban résztvevő diákok voltak. Fontos megemlíteni, hogy mintánk nem reprezentatív, így általánosítható következtetéseket levonni nem lehet.

A kutatásban résztvevők szerint fontos a diákok számára a gyakorlatias, jól felszerelt oktatás és annak intézménye. Emellett kiemelendő, hogy rendkívül központi szerepet tölt be egy jól felkészült karizmatikus, következetes oktató a diákok motivációjában. A tanulók fejlődéséhez elengedhetetlen a folyamatos visszacsatolás a tanárok részéről.



KISS BALÁZS

somogyország@gmail.com

Emberi erőforrás tanácsadó

MSc, 3. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:

*Dr. habil. Szabó Szilvia PhD
egyetemi docens, METU ÜKTF*

A parancsnok mint humán erőforrás menedzser

Dolgozatomban a célom, hogy a katonai parancsnokok munkáját és felelősségét a hagyományos katonai megközelítésen túl az emberi erőforrás menedzsment szempontjából is vizsgáljam, hiszen meggyőződésem, a 21. században minden vezető egyben emberi erőforrás menedzser is. Tekintettel arra, hogy a Magyar Honvédség egy hierarchikus, parancsuralmi szervezet, a parancsnok személye sokkal inkább hat a szervezeti kultúrára, mint a foglalkoztatás más szereplői esetében.

Témaválasztom aktualitását az adja, hogy Magyarország Kormánya 2017-ben elindította a „Zrínyi 2026 Honvédelmi és Haderőfejlesztési Programot,” amely a modernkori Magyar Honvédség legátfogóbb és legkomplexebb védelmi fejlesztési programja. Nyilvánvaló, hogy a technológiaváltás szemléletváltás nélkül nem valósulhat meg, de a teljes Magyar Honvédség személyi állományát nem lehet és nem is szabad a haditechnikai eszközökhöz hasonlóan egyik napról a másikra lecserélni. A program sikerének kulcsa egy új, az évezredes magyar katonai hagyományokra alapozó, de 21. századi szemléletű professzionális szervezeti kultúra kialakítása lehet, amely egyszerre lehet csábító a jelen és jövő katonái számára, de nem engedi el azonnal a rendszerből a civil élet irányába tartók kezét sem.

A haderő hierarchikus felépítéséből következően a legkisebb alegységtől kezdődően a Magyar Honvédség felsővezetéséig mindenki közvetlen parancsnokság alatt áll. A cél szempontjából fontos, hogy a teljes parancsnoki lánc minden szereplője azonos értékrend mellett vezesse a rábízott katonákat, és egységes szervezeti kultúra alakuljon ki a haderőn belül (ami természetesen nem zárja ki azt, hogy egyes haderőnemek, fegyvernemek, szakcsapatok vagy állománykategóriák saját hagyományai is tovább éljenek a rendszeren belül).

A fentiekre tekintettel a haderőreform sikerének kulcsát a parancsnokok kiválasztásában és felkészítésében, továbbképzésében látom. Dolgozatomban a különböző szintű parancsnokok attitűdjét és elvárásait, valamint a parancsnoki állomány utánpótlásának lehetséges forrásait igyekeztem megvizsgálni. A dolgot saját parancsnoki tapasztalatomra alapozva (a COVID-19 helyzetet is figyelembe véve) a legfrissebb szakirodalmi és tudományos kutatások figyelembevételével, valamint más parancsnokokkal készített félig strukturált interjúkkal és kérdőíves kutatás alapján készítettem el. A kutatás pontos eredményeit és elemzését az utolsó fejezet tartalmazza.

KRUPÁNSZKI KORNÉL*kornel970829@gmail.com*

Közgazdaságtan és vállalati menedzsment

MSc, 3. félév

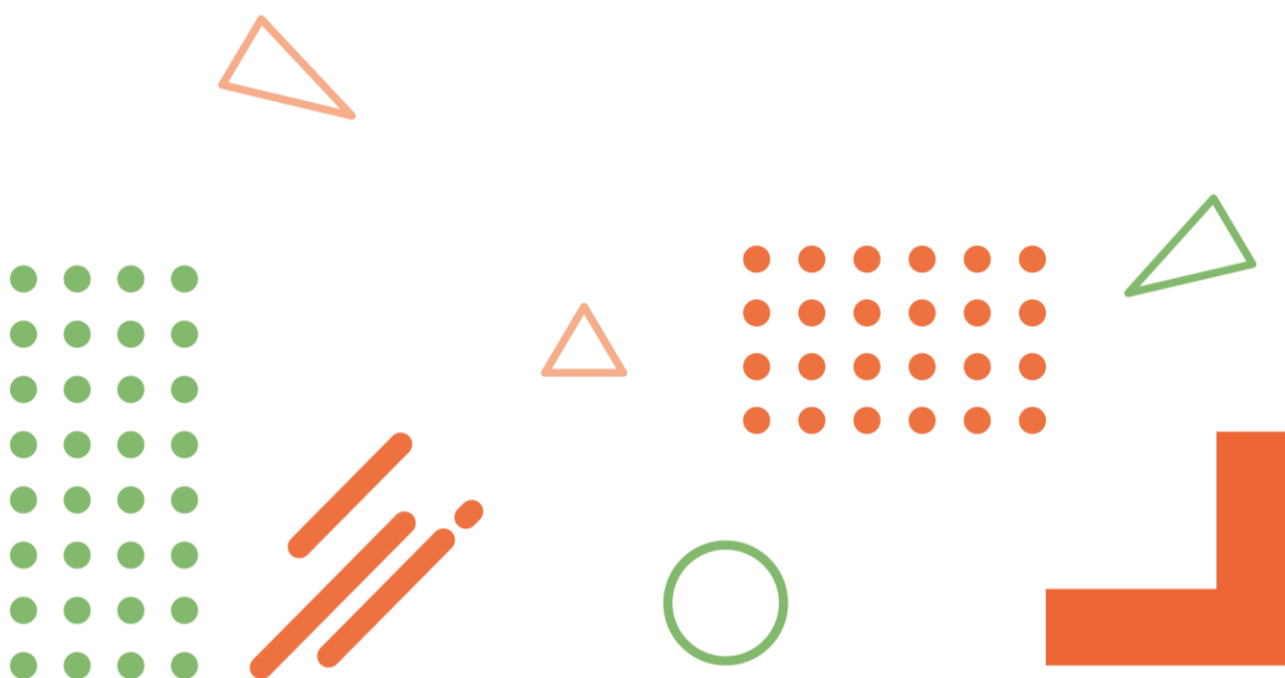
Selye János Egyetem

*Témavezető:
Dr. habil. Péter Karácsony
egyetemi docens, SK SJE*

A vezető és a beosztottak viszonyának vizsgálata kis- és középvállalkozásoknál

Kutatásunk célja a vezető és beosztottjának vizsgálata volt kis- és középvállalkozásoknál. A témában való jártasság elsajátításához először megvizsgáltuk a szakirodalmat. Itt vizsgáltuk a vezetés fogalmát, a döntésközpontú vezetési elméleteket, majd válaszokat kerestük arra, hogy milyen is valójában a jó vezető, végül a munkavállaló és munkaadója kapcsolatát ismertettük a konfliktusokra koncentrállva. Ezt követően célokat és módszereket határoztunk meg. Kutatásunk célcsoportja a munkavállalók voltak, vezetőik véleményét nem kértük ki. A gyakorlati rész során elemeztük a kapott eredményeket. Az adatsokasághoz viszonyítottuk a kis- és középvállalkozásokat, mivel kérdőívünk nem kizárólagosan ezt a szektort célozta meg. Ezen eredményeket a következőkben összegeztük és megállapításokat tettünk.

A vezetők megítélése minden szervezetnél más. Általánosságban elmondható, hogy igény van a megfelelő vezetőre. A vezetőnek pedig rendelkeznie kell a megfelelő tulajdonságokkal, ezen tulajdonságok között pedig kapcsolat mutatható ki, mely a vezetőt jó vezetővé teszi. A teljesség igénye nélkül a kutatás eredményei alapján pozitív szoros korreláció mutatható ki a vezetővel való elégedettség – vezetőbe vetett bizalom vezetővel való elégedettség – vezető következetessége vezető megfelelő képességei – vezetőbe vetett bizalom vezető megfelelő képességei – vezető következetessége között. A korreláció mértéke a dolgozatban olvasható.



NÉMETH HENRIETTA ELVIRA

nhetti1974@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 3. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Keresztes Gábor
adjunktus, SOE LKK*

Sikeres vezető – Sikeres vállalat

Jelen dolgozatomban arra keresem a választ, hogy a vezetési stílusok gyakorlati alkalmazása mennyiben járul hozzá a vállalatok eredményességéhez, kiemelve az egyes vezetői eszközök szerepét. Vizsgálatom célja, hogy lássam, a vezetői tevékenység hogyan hat a vállalatok működésére, segíti, vagy gátolja azokat a célok elérésében. Elemzem, hogyan érinti ez a vállalatok munkavállalóit, illetve a munkahelyi atmoszférát.

Ennek vizsgálatához irodalomkutatást végzek, az alapfogalmak, mint a siker vagy a vezetés megismertetésén túl elemzem, mi a siker egy vállalat életében, melyek a sikeres vezető ismérvei. A vezetési szintek és funkciók, illetve a vezetői szerepek bemutatása segít megismerni a vezetés sokszínűségét. Érintve olyan kulcstényezőket, mint motiváció, hatalom, kommunikáció vagy érzelmi intelligencia bemutatom az egyes leadership modelleket annak érdekében, hogy párhuzamot vonhassak elmélet és gyakorlat között, és rávilágítsak a sikeres vállalattá válás vezetői aspektusból történő vizsgálatára. Elemzem, hogyan lehet egy vezető eredményes, melyek is a sikerrecept apró részletei. Kvalitatív kutatási módszerrel, mélyinterjúkkal kívánom erősíteni illetve cáfolni, hogy a jó vezető segíti a cég elképzeléseinek teljesülését és a hatékony vezetői tevékenység hatással van a szervezet működésére. Primer kérdőíves kutatás keretében arra keresem a választ munkavállalók körében, milyen véleményekkel vannak a vezetőkről, mely vezetői tulajdonságokat tartják fontosnak, milyen kommunikációs és motivációs eszközökkel találkoztak már. Vizsgálom, fontosnak tartják-e az érzelmi intelligencia szerepét, véleményük szerint a férfiak vagy a nők a jobb vezetők, tisztelhető-e a vezető. Az interjúk és a kérdőív eredményét felhasználva következtetések vonhatók le a munkavállalók által fontosnak ítélt értékekről és a vezetői magatartásról, szélesebb nézőpontból szemlélve a vállalat sikerét.

A dolgozat utolsó részében javaslatokat teszek a sikeres vezetői tevékenység megvalósítására. A vállalatok hatékony működése érdekében a vezetők érzelmi intelligenciáját, motivációs és kommunikációs képességét fejleszteném a munkavállalók elégedettségének fokozása érdekében. Dolgozatom célja, hogy kutatásommal rávilágítsak a vezetők ösztönző, motiváló szerepének fontosságára, miközben feltárom, hogy valóban része-e a vállalat sikereinek a vezető iránti tisztelet, a vezetők által kialakított munkahelyi légkör és a gyakorlatban is megvalósítható javaslatot teszek a tipikus vezetői hibák megszüntetésére.

Vezetés és magatartás

Elnök: Prof. Dr. Bakacsi Gyula egyetemi tanár (BGE)
Társelnök: Prof. Dr. Veresné dr. Somosi Mariann egyetemi tanár (ME GTK)
Tag: Dr. habil. Berke Szilárd egyetemi docens (MATE Kaposvári Campus)
Tag: Dr. Kurucz Attila egyetemi docens (SZE KGK)

BIRINYI LAURA

birinyi.laura@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Varga Krisztina
tanársegéd, ME GTK*

(Fr)agile?: avagy az agilis szervezeti transzformáció kihívásai Magyarországon

A 21. században a vállalkozásoknak olyan kihívásokkal kell szembenéznie, mint a gyorsan és kiszámíthatatlanul változó környezet és vevői igények. Erre reagálva jelent meg az agilis keretrendszer. Globálisan megfigyelhető tendencia, hogy a szoftverfejlesztő szervezetek a legsikeresebbek a módszer implementálásában, a tradicionális iparágak viszont számos kihívással szembesülnek.

A kutatásom céljával tűztem ki az olyan magyar vállalatok tapasztalatainak megismerését, akik elindultak az agilitás útján. Átfogó képet szerettem volna nyújtani arról, hogy milyen kihívásokkal kell/kellett szembenézniük, milyen sikertényezőket tapasztaltak ezek a vállalatok. Az empirikus kutatás során nem teljesen új tudományos eredmények levonása a volt a cél, hanem a korábbi külföldi kutatások, szakirodalmak alátámasztása, valamint összehasonlítása a magyar mintával. A kutatás fő kérdése, hogy „Az agilis átalakulásnál mik okozzák a sikert és milyen kihívásokat jelent a munkavállalók és a vezetők számára?”.

A szakirodalom feldolgozása mellett kvalitatív kutatási módszerrel vizsgáltam a kérdéskört. Félig strukturált interjút készítettem három különböző csoporttal, amelyeket agilis coachok, munkavállalók, és olyan tanácsadók alkottak, akik agilis szervezetfejlesztéssel foglalkoznak. Így három szempontból tudtam felmérni azokat a tényezőket, amelyekre a kutatásom épül. Az interjúban kapott eredményeket végül összehasonlító elemzéssel vizsgáltam tovább a szakirodalomban találtakkal.

A kutatás eredményeként meghatároztam azokat a kihívásokat és sikertényezőket, amelyeket a leggyakrabban tapasztaltak az interjú alanyok, valamint olyan hibákat tártam fel, amik gátat szabhatnak a sikeres átalakításnak. Kitértem annak bemutatására is, hogy léteznek-e magyar specifikus kihívások, vagy a globálisan megfigyelhető tendenciáknak felelnek meg. A hibák csökkentésére, feloldására a javaslataim is megfogalmaztam.

CZÉKUS PATRÍCIA

czepati@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 4. félév

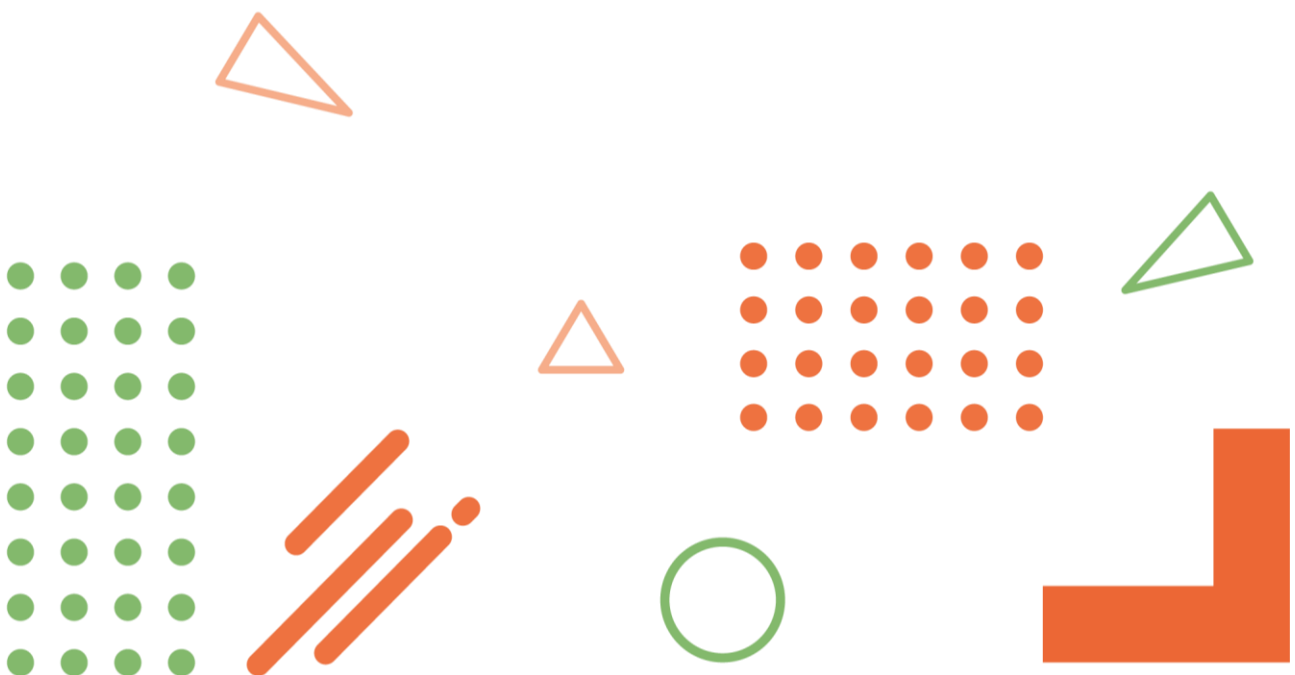
Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezetők:**Dr. Vas Zsófia Boglárka
egyetemi docens, SZTE GTK**Tarjányi Margit
tanársegéd, SZTE GTK***A vezetői stílusok hatása az innováció „front end” szakaszában**

Napjainkban a vezetők egyre nagyobb célokat tűznek ki maguk elé, ugyanis nem elégednek meg pusztán azzal, hogy javítsanak vagy módosítsanak a már létező termékeken, inkább új és eltérő értékű termék, illetve üzletifolyamat innovációt próbálnak megvalósítani (Bhattacharyya 2006). A vezető a szervezet irányítása során, olyan készségekkel és képességekkel rendelkezik, amelynek tudatos alkalmazása az egyes szituációkban, képes befolyásolni a beosztottakat egy feladat vagy egy tevékenység elvégzésére, jelen esetben egy innovatív ötlet létrehozására. Kutatásom során arra keresem a választ, hogy adott szituációban melyik a legeredményesebb vezetési stílus, amely az innováció „front end” szakaszát előre tudja lendíteni.

Kutatásomban Zuraik és Kelly (2018) módszertanát vettem alapul, akik tanulmányukban faktoranalízist alkalmaztak. Empirikus elemzésem keretében egy, a vezetőkkel végzett kérdőíves felmérésre került sor, amelyben 71 innovatív kis- és középvállalkozás felső- és középvezetője által adott válasza szerepel. Empirikus elemzésem a megkérdezettek vezetői stílusának különbségeire, eredményeire, valamint az innováció ötletgenerálásának eredetére, módjára és az összefüggések fontosságára világított rá az innováció „front end” szakaszának kialakulásában.



DEME GÁBOR

demegabor13@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

TERÉK BALÁZS

terekbalage@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Porubcsánszki Katalin

ügyvezető, IFUA Nonprofit Partner

A társadalmi vállalkozások kritikus sikertényezői, avagy milyen szempontokra fordítson különös figyelmet a SUHANJ! Fitness

Jelen dolgozat kutatásának középpontjában a társadalmi vállalkozások sikeressége áll. A dolgozat esettanulmányi jelleggel foglalkozik a társadalmi vállalkozások kritikus sikertényezőivel. Azt a célt tűzi ki, hogy a SUHANJ! Fitness társadalmi vállalkozás számára kialakítson egy olyan mutatószám-rendszert, amely segíti stratégiájának megvalósítását és fenntartja versenyképességét a wellness, egészség és fitness iparágban. A dolgozat alkalmazott módszertana a mélyinterjú és a Social Business Model Canvas. A dolgozat a kritikus sikertényezők szakirodalmának áttekintését két csoportra bontotta. E szerint a profitorientált vállalatokat a vezetői információs rendszerek, a menedzsmentkontroll-rendszerek, valamint a stratégiaalkotás témakörök szakirodalmait vizsgálta, míg a nem profitorientált szervezetek kritikus sikertényezőit hazai és nemzetközi szakirodalmakra bontva. A dolgozat a kutatás eredményeként megfogalmaz tehát 64 darab sikertényezőt a szakirodalom-elemzés és a készített mélyinterjú alapján, amelyeket az Európai Bizottság társadalmi vállalkozásokra vonatkozó meghatározása szerint csoportosította vállalkozói, társadalmi és irányítási dimenziókba. A szerzők ajánlása szerint ezekre a tényezőkre kell nagyobb figyelmet fordítania a SUHANJ! Fitness társadalmi vállalkozásnak a stratégiájának megvalósítása és versenyképességének fenntartása érdekében.

HAJDU FRANCISKA
franciska.hajdu@hotmail.hu
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 4. félév

Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Barizsné dr. Hadházi Edit
adjunktus, DE GTK

A Debreceni Egyetem közgazdász és gazdaságinformatikus hallgatóinak motivációs jellemzői

Napjainkban a szervezetek egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek a munkavállalók motiválására, hiszen a szervezet eredményességét nagyban befolyásolja a dolgozók motivációs szintje, ismervén azt, hogy motivált dolgozó jobban teljesít és hűségesebb maradhat a szervezethez.

A munkavállalók eredményes motiválásához elengedhetetlen, hogy a vezetők ismerjék a különböző ösztönzési lehetőségeket. Dolgozatomban elsősorban a belső motivációval foglalkozom, hiszen egyre inkább bebizonyosodik, hogy a külső motivációs eszközök önmagukban nem elegendők a munkavállalók kívánt motivációs szintjének eléréséhez. Általános célkitűzésem, hogy felmérjem a környezetben lévő hallgatók motivációs jellemzőit, azon belül is a külső és belső motiváció viszonyát.

A dolgozat első részében bemutatom a belső motivációval kapcsolatos szakirodalmat, mely a jelen kor igényeihez alkalmazkodva egyre gyakorlatiasabb módon mutatja be a témát. A folytatásban a kutatásomat ismertetem, melyhez az Aspirációs Index rövidített változatát használtam fel. Kvantitatív kutatásomban összesen 470 Debreceni Egyetemen tanuló közgazdász és gazdaságinformatikus hallgató vett részt. Az eredmények értékeléséhez leíró és matematikai (magasabb szintű) statisztikai módszereket egyaránt felhasználtam.

A válaszok elemzése után arra a következtetésre jutottam, hogy az intrinzik motiváció nagyobb hatással van a hallgatókra, mint az extrinzik, ám a pénz továbbra is egy nélkülözhetetlen motivációs eszköz. Különbséget véltem felfedezni a férfiak és a nők, valamint a különböző szakokon tanulók válaszaiban, mely által arra a megállapításra jutottam, hogy nem szabad a generációt egy séma szerint kezelni, érdemes az egyéni jellemzőket figyelembe véve kialakítani az ösztönzési módszereket, technikákat.

Összegzésként a kutatási eredmények alapján levont következtetésekre építve próbálok javaslatokat megfogalmazni a vezetők számára. Így reményeim szerint a jövőben nagy tömegben a munkaerőpiacra lépő Z generációt a vezetők hatékonyabban tudják majd motiválni és alkalmazni.

HARTA PÉTER

peterharta96@gmail.com

Műszaki menedzser

MSc, 4. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

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

Agilis projektcsapat optimális kiválasztásának vizsgálata szoftver projekt környezetben

Napjaink folyton változó, bizonytalan, komplex és gyakran kétértelmű (angolul: Volatility Uncertainty Complexity, Ambiguity = VUCA) világában egyre népszerűbbé vált a projektek agilis megközelítése – különös tekintettel a szoftverprojektek területén – amellyel a vállalatok gyorsan képesek reagálni a változásokra, ezáltal hatékonyabban kielégítve a vevők igényeit. Manapság az egyik legfontosabb és aktívan kutatott terület az agilis projektek sikeressége nagyban függ azok sikerkritériumainak (idő, költség, minőség, vevői elvárás) teljesülésétől. Ez bizonyítottan kapcsolatban áll az agilis projektcsapatok kiválasztásának módszerével. Két fő irányvonalat különböztethetünk meg: a Belbin és társai¹ szerinti megközelítés a tagok személyiség típusainak különbözőségét és ezáltal a szinergiaközpontú csapatot, míg egy másik megközelítés a csapat tagjainak magas szintű soft képességeit és ezáltal a képességközpontú csapatot tartja fontosnak, illetve csapat esetén sikeresebbnek agilis környezetben.

A dolgozatom fő céljaként kiindulási alapot adtam az agilis projektcsapatok optimális kiválasztásához a két fő irányvonal modellezésével. A modellezés során megvizsgáltam, hogy az agilis projektcsapat személyiségközpontú, illetve képességközpontú kiválasztása hogyan befolyásolja a projektek sikerességét a projekt sikerkritériumain keresztül, továbbá arra adtam választ, hogy a csoport tagjai közötti szinergikus, illetve strukturális hatások mennyiben magyarázzák a projektek sikerességét. A modellem alapvetően egy szinergikus szoftver projekt ütemezési problémán alapul. A strukturális hatások feltérképezését variancia-analízissel, a tagok közti szinergiák megváltozásának hatását a projekt sikerességére pedig regresszióelemzéssel vizsgáltam.

A modell eredményének tükrében célzott kérdőívvel azonosítottam egy lehetséges agilis projektcsapat tagjainak személyiség típusait és soft képességeinek szintjét egy szoftverprojekt környezetben a veszprémi Continental Hungary Kft.-nél. Az azonosítás után a megvizsgált tagokat csoportosítottam a modell eredményei szerint, valamint azt is meghatároztam, hogy az egyes tagok személyiség típusai milyen kapcsolatban állnak azok soft képességeivel agilis környezetben, így javaslatot adtam a vállalat számára az agilis projektcsapatok optimális kiválasztására.

¹ Dr. Meredith Belbin, angol kutató

HORVÁTH NIKOLETT

horvniko2205@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 3. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kópházi Andrea

egyetemi docens, SOE LKK

Sikeres vezetés kulcsa – az érzelmi intelligencia szerepe és fejlesztésének jelentősége a vezetésben

A dolgozat témáját az érzelmi intelligencia vezetésben betöltött szerepe adja. Célja feltárni, hogyan tud az érzelmi intelligencia a sikeres vezetéshez hozzájárulni, illetve ismerteti az érzelmi intelligencia hatékony egyéni és szervezeti fejlesztési lehetőségeit.

A téma háttérének bemutatására a szakirodalmi áttekintés szolgál, mely alapján bemutatásra kerül az érzelmi intelligencia történeti áttekintése, a különböző meghatározásai, valamint a legismertebb modelljei és mérőeszközei.

A dolgozat harmadik fejezete részletes áttekintést ad az érzelmi intelligencia és a vezetés összefüggéseiről. Egyrészt bemutat számos érzelmileg intelligens vezetési stílust és ismerteti, hogy a sikeres vezetők milyen érzelmi kompetenciákkal rendelkeznek, másrészt felhívja a figyelmet arra, hogy milyen károkat okozhatnak a vállalatok számára az alkalmatlan vezetők. Továbbá bepillantást enged az érzelmi intelligencia és a szervezeti kultúra kapcsolatába és az érzelmi intelligencia leghatékonyabb fejlesztési módszereibe.

A negyedik részben online kérdőív segítségével vizsgáltam, hogy mutatható-e ki különbség az emberek érzelmi intelligenciájában életkor, nem és beosztás alapján, hogy milyen szerepet töltenek be az érzelmileg intelligens vezetők a vállalat életében, illetve mennyire elterjedt az érzelmi intelligencia fejlesztésének gyakorlata. A vizsgálati eredmények ismeretében komplex javaslatokat fogalmaztam meg a vezetők kiválasztására és értékelésére vonatkozóan, valamint a vezetők érzelmi intelligenciájának fejlesztésével kapcsolatban.

Konklúzióként megállapítottam, hogy már a vezetők kiválasztásánál fel kell térképezni, milyen érzelmi kompetencia követelmények elengedhetetlenek az adott munkakör betöltéséhez, az érzelmi intelligencia szemlélet szerves része kell, hogy legyen a teljesítményértékelésnek, illetve a vállalatoknak nagyobb figyelmet kell fordítaniuk az érzelmi intelligencia központú vezetésfejlesztésre is. Az érzelmi intelligencia szempontrendszerének efféle beépítése a mindennapi HR tevékenységbe pedig jelentős mértékben hozzájárulhat ahhoz, hogy a vállalatok ebben a dinamikusan változó versenyhelyzetben és a prognosztizált szakemberhiány ellenére is, hosszútávon versenyképesek és sikeresek maradhassanak.

KRAFT ROLAND

roland_kraft@yahoo.com

Műszaki menedzser

BSc, 8. félév

Óbudai Egyetem

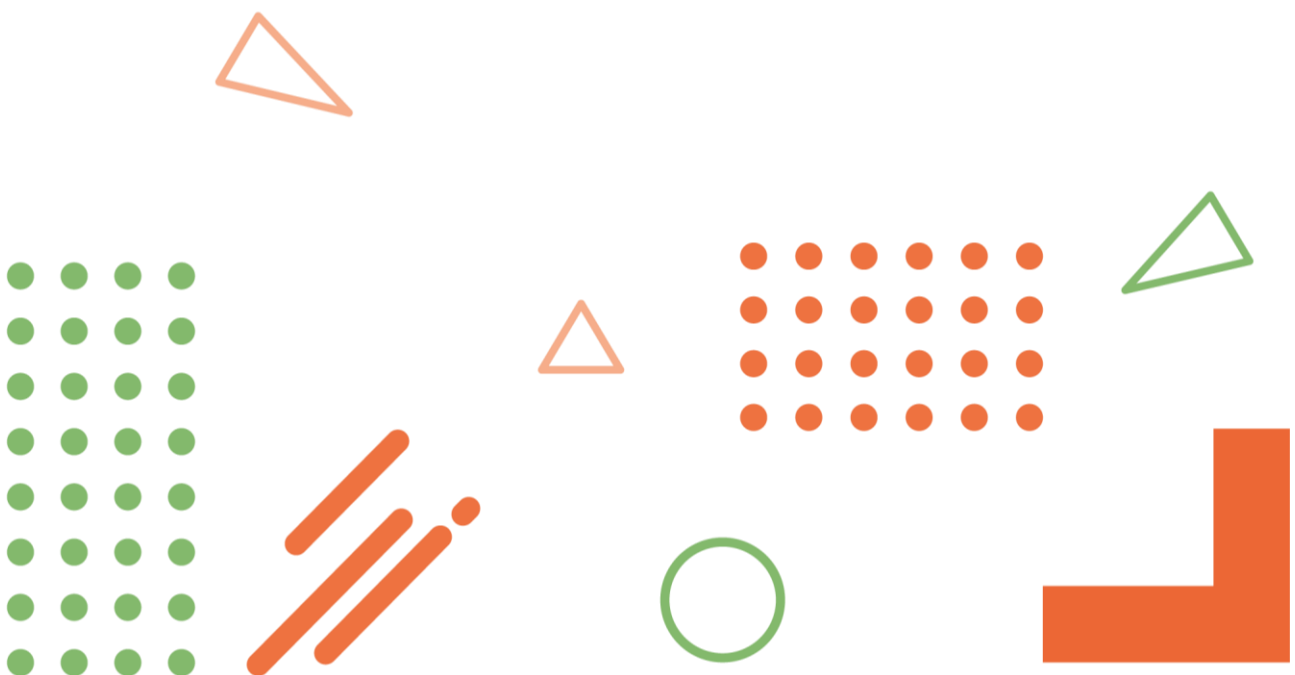
Keleti Károly Gazdasági Kar

*Témavezető:
Dr. Varga János
adjunktus, ÓE KGK*

A projektvezetés megítélése a projektcsoportok projektsikerhez való hozzájárulása tekintetében

A dolgozat bemutatja azokat a céltudatosan kiválasztott szakirodalmakat, melyeknek témája a projektek emberközpontúsága, illetve a projektcsoportok szocializálódása. Az elméleti háttér áttekintése mellett, a dolgozat, a téma gyakorlati oldalával is foglalkozik, melyben egy multinacionális autópári cég projektmenedzsmentje és projektorientációja van leírva. Annak érdekében, hogy a szervezet, projektekhez való viszonyulása komplexebb módon és több szemszögből legyen szemléltetve, egy kutatást is prezentál a dolgozat, melyben a szervezetben dolgozó projektagok lettek megkérdezve a kutatott témáról.

A begyűjtött információ össze lett hasonlítva a szakirodalomban írtakkal, így látható lett, hogy melyek az összefüggések az elméletben és a gyakorlatban megjelent projektmenedzsment között, melyek a hasonlóságok és melyek a különbségek. Az elemzés által, a dolgozat bemutatja, hogy mi szükséges egy hatékony projektcsoport kialakításához, és hogy mennyire fontos a projektcsoport a projektsiker eléréséhez.



SEDLÁK RICHÁRD

sedlak.richard.96@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Topár József

c. egyetemi docens, BME GTK

Korszerű vezetési filozófiák és eszközök megjelenése a hazai vállalkozásnál

Dolgozatomban a magyar nagyvállalatok alkalmazkodó képességét vizsgáltam az üzleti környezetben történő változáshoz, vizsgáltam, hogy mennyire rugalmas felépítésű az adott szervezet. A korszerű vezetési filozófiák ugyanis mind-mind a rugalmas szervezeti felépítés irányába mutatnak. A rugalmas felépítés esetén a vállalat a lehető leggyorsabban és legmegfelelőbben reagál az üzleti környezet változásaira. Ezen felépítés viszont gyökeres átalakulást hoz a szervezet életébe, amely gyakran nem zökkenőmentes.

Ahhoz, hogy ezen átalakulás sikerrel végződhesen, több kulcsfontosságú tényezőre is hangsúlyt kell fektetni. Ezen általam megállapított tényezők: a Vállalati kinyilatkoztatások, a Felhatalmazás, a Szervezeti motiváció, a Dolgozói tréningek, az Ügyfél szolgálata, valamint a Total Quality Management alapelvek és W. Edwards Deming pontjai

Dolgozatom gyakorlati részében tizenhárom magyar vállalati vezetőivel készítettem interjút, melyben kérdéseimmel a hazai vállalatok vezetés és alkalmazkodásbéli problémáira kívántam rávilágítani. Előszörként a vezetők demográfiai adatait elemeztem és kérdeztem meg őket róla. Úgy véltem, hogy a dolgozat objektivitása és több szemszögűsége végett kritikus az, hogy minél heterogénabb legyen a kérdezett csoportom.

Ezután a vezetőket kérdeztem kihívásaik terén. Kérdeztem őket az üzleti környezetben történő változásokról, a dolgozók bevonásáról, motivációs szintjéről, elkötelezettségéről, de rátértem arra is, hogy értékeljék a különböző motivációs eszközöket hatásosságuk terén, valamint megkérdeztem őket, szervezetüknél mi a jutalmazás kritériuma és mi lenne a megfelelő kritérium. Utolsó kérdéskötegem a vállalatok érintettjeire vonatkoztak.

Végül értékeltem vezetőim válaszait és ajánlásokat fogalmaztam meg a magyar vállalatok számára a Total Quality Management alapelvei Deming pontjai segítségével.

A fent említett filozófiák több, általam talált problémára is gyógyírt jelenthetnek: arra, hogy a munkavállalók későn érnek meg vezetői pozíciók betöltésére, hogy a magyar vállalatok kevésbé tudnak alkalmazkodni a változásokhoz. Megoldást találtam továbbá a vezetőség túlterheltségére, a bevonás megfelelő alkalmazására is, valamint arra, hogy a vállalatok dolgozóikat sokkalta elégedettebb szinten tudják tartani.

SZABÓ ZOÉ JÚLIA*zoe.j.szabo@gmail.com*

Kereskedelem és marketing

BSc, 3. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Gazdálkodástudományi Intézet

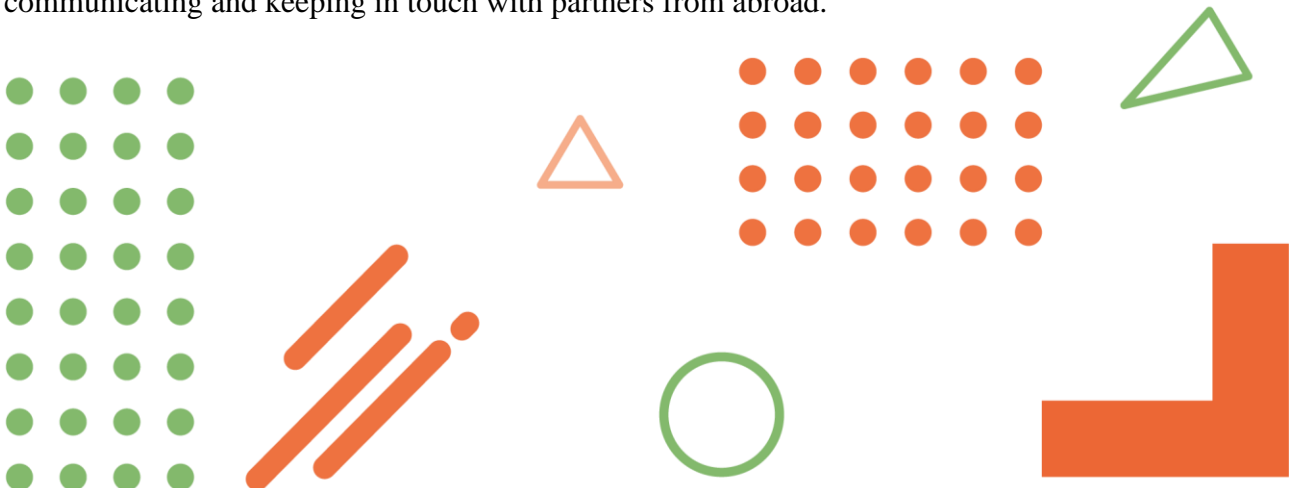
*Témavezető:
Pádár Katalin
tanársegéd, ELTE GTI*

Essential Skills and Competencies of Arts Managers in the 21st Century: Results of a Survey and a Comprehensive Literature Review

This research explored the skills and competencies that enable managers to carry out arts/cultural projects successfully in often intercultural collaborations. The following three research questions were determined:

1. What are the expectations of arts organisations and institutes in Budapest and in its agglomeration about the skills and competencies of arts managers?
2. How did the circumstances due to the COVID-19 pandemic affect the view on the needed skills of arts managers?
3. To what extent do educational institutes teaching arts management devote material, time and opportunities in their programme to implant skills and competencies in their students?

A special focus was on the comparison of the viewpoints of the various stakeholders of the arts sector, including educational institutions that train future arts managers, students, current arts managers, and cultural institutions as employers of arts managers. To support these aims, a systematic literature review was carried out focusing on the relevant articles of the Web of Science database published between 2010 and 2020. The inspected 86 articles mentioned 12 skills (e.g., understanding of the audience, leadership skills, passion) often. These were tested with regard to their level of necessity via four questionnaires sent to the four groups of stakeholders – to 205 individual recipients from 50 institutes in Budapest. The questionnaire was sent out via e-mail and included point-allocation, scaling and open-ended questions. The comparison and evaluation of the answers gave the base for the results of the empirical research. It turned out that the heads of institutes have in some cases different opinions about the needed skills than their colleagues working as arts managers. Problem solving skills, flexibility, and the knowledge of languages were frequently mentioned skills that are expected from arts managers. Cultural awareness appeared rather to be subsidiary than a key competence in communicating and keeping in touch with partners from abroad.



VÉGHNÉ KOHUT DOROTTYA

kohut.dorottya@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezetők:

*Dr. Vinogradov Szergej
egyetemi docens, SZIE GTK*

*Dr. Szalay Zsigmond
egyetemi docens, SZIE GTK*

Versenyképességre ható innovációs hajlandósági index az egyéni időperspektíva szempontjából

Jelen tanulmány összefoglalja a versenyképesség különböző aspektusait és jelenkori megközelítéseit nemzeti és vállalati szinten. Az innováció szerepe is megjelenik a dolgozatban, mint a versenyképességet biztosító fundamentum. Ami bemutatja vállalati szempontból, hogy melyek azok az irányítási modellek és szervezeti képességek, amelyek segítik az innováció kialakulását. A dolgozat ráerősít arra a tényre, hogy a szervezeti struktúra és a benne rejlő egyéni képesség is befolyásolja az innováció létrejöttét.

Kutatásomban a szervezeti képességhez köthető egyéni időperspektívák innovációra való hajlandóságát mértem a kérdőív kutatáson keresztül, amelyhez Zimbardo és Boyd eljárását egészítettem ki az általam kidolgozott saját módszertannal az innovációra vonatkozóan. A kutatás eredményei alapján az emberek a jelen-hedonista és jövőorientált dimenziókon keresztül hatással vannak az innováció kialakulására. A jelen-fatalista időprofil, pedig negatív irányba mutat összefüggést az innovációval. Az életkorhoz tartozó időperspektívák és az iskolai végzettség is befolyásolja az innováció kialakulását támogató ismérveket.

A vizsgálat alapján nem szabad figyelmen kívül hagyni a vállalatoknál és a nemzeti gazdaságpolitikai fejlesztéseknél az innováció és az egyének időperspektívája közötti összefüggést, mert befolyásolja az innovációs aktivitást. Ez a kapcsolat magyarázatot ad a nemzet alacsony innovációs aktivitására a többi tényező mellett. Amennyiben az egyének oldaláról nézzük az innovációt, mint a társadalmi jóléthez szükséges versenyképességi feltételt, akkor az emberek időprofilját érdemes az innovációmenedzsment, motivációs rendszer és tudásmenedzsment segítségével formálni, úgy hogy az támogassa az új vagy újszerű ötletek megjelenését, ezáltal az innovációt. Ennek sikeréhez elengedhetetlen a megfelelő szervezeti kultúra és vezetői attitűd. Az előző megállapítások a munkahelyi környezetre voltak igazak, viszont nem szabad megfeledkezni a diákokról sem az innovációt illetően. Az ő esetükben az oktatási rendszernek kell olyannak lennie, hogy megkapják azt a tudást, képességet és kompetenciát a jövőre vonatkozóan, amely támogatja az innováció létrejöttét.

Világgazdaság – EU és magyar KKV-k a globális értékláncban

Elnök: Dr. Éltető Andrea tudományos főmunkatárs (KRTK VGI)
Tag: Dr. habil. Erdey László egyetemi docens (DE)
Tag: Dr. Vigvári Gábor egyetemi docens (BCE)
Tag: Dr. Fikó László adjunktus (PKE)

FEJES CSONGOR

fejes.csongor@heller.uni-corvinus.hu

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 6. félév

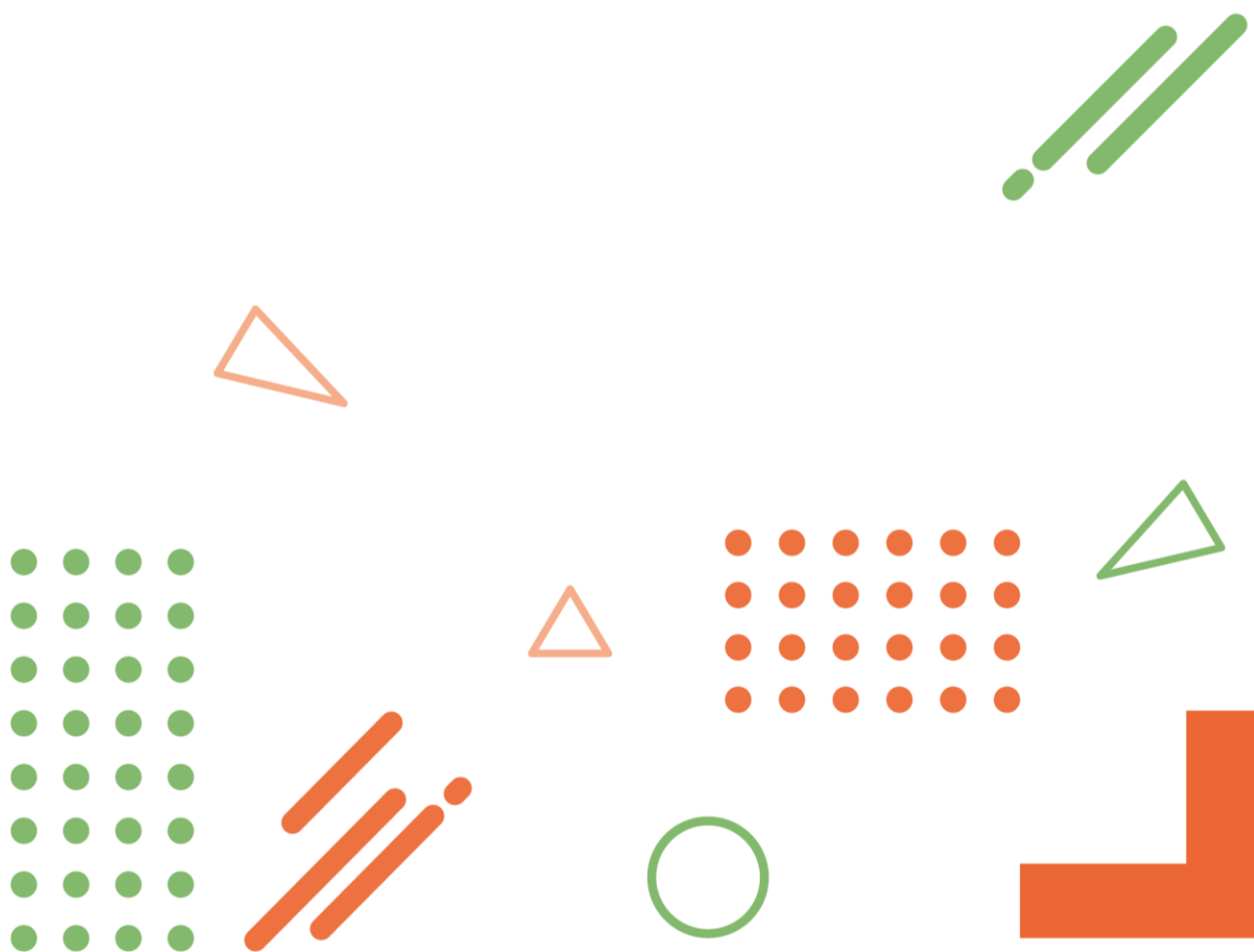
Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Mészáros Ádám
adjunktus, BCE GTK*

Magyarország versenyképességének elemzése a megnyilvánuló komparatív előnyök alapján

Az országok gazdaságának összehasonlítása Adam Smith óta foglalkoztatja a közgazdászokat. Az évek során számos módszer kutatja és elmélet magyarázza egyes gazdaságok sikerességét, mások hanyatlását. Ebben a dolgozatban én is egy hasonló kísérletet teszek. A megnyilvánuló komparatív előnyök módszertanával megvizsgálom Magyarország gazdasági szektorait és összehasonlítom őket az Európai Unió, illetve a V4-es értékekkel. Az elemzés során három fontos elméleti területet érintek. A versenyképesség elmélete az első, a hozzáadott érték fontossága a második és végül a komparatív előnyök és mérésük a harmadik.



HARSÁNYI HENRIETTA

henrietta.harsanyi26@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 4. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Neumanné dr. Virág Ildikó
egyetemi docens, PE GTK*

A magyar KKV-k világpiacon helyzete és nemzetköziesedésük

Munkámban először röviden bemutatom a hazai kis- és középvállalati szektor jellemzőit, majd a nemzetközi piacra való kilépés lehetőségeit, kitérve az innovációs tevékenységekre, a versenyképességre, valamint a finanszírozási forrásokhoz való hozzájárásra, hiszen a megfelelő tőkeszerkezet nélkül a vállalat nemzetköziesedése könnyen kudarcba fulladhat.

Ezt követően pedig a nemzetköziesedés modelljeinek bemutatása és rendszerezése után vezetem elő saját kutatásomat, amelyben a jelenlegi helyzetet vizsgálom meg. Arra a kutatási kérdésre keresem a választ, hogy vajon a hazai szektor melyik más állambeli vállalkozásokkal mutat hasonlóságokat, illetve hogy ezen hasonlóságok érződnek-e a vizsgált országok egész gazdaságára vonatkoztatva is az európai országok kis- és közepes vállalkozói szektorának elemzésével.

A vizsgálatom tárgyát a 2012-2016-os periódus, valamint 21 ország képezte. Dolgozatomban két hipotézis került megfogalmazásra a magyarországi KKV szektor világ-viszonylatú teljesítményével kapcsolatban, amelyek a K-középpontú klaszteranalízis vizsgálatom alapján legalább részben megerősítésre kerültek.

LIKVÁCSIK DÁVID

likvacsik.david@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

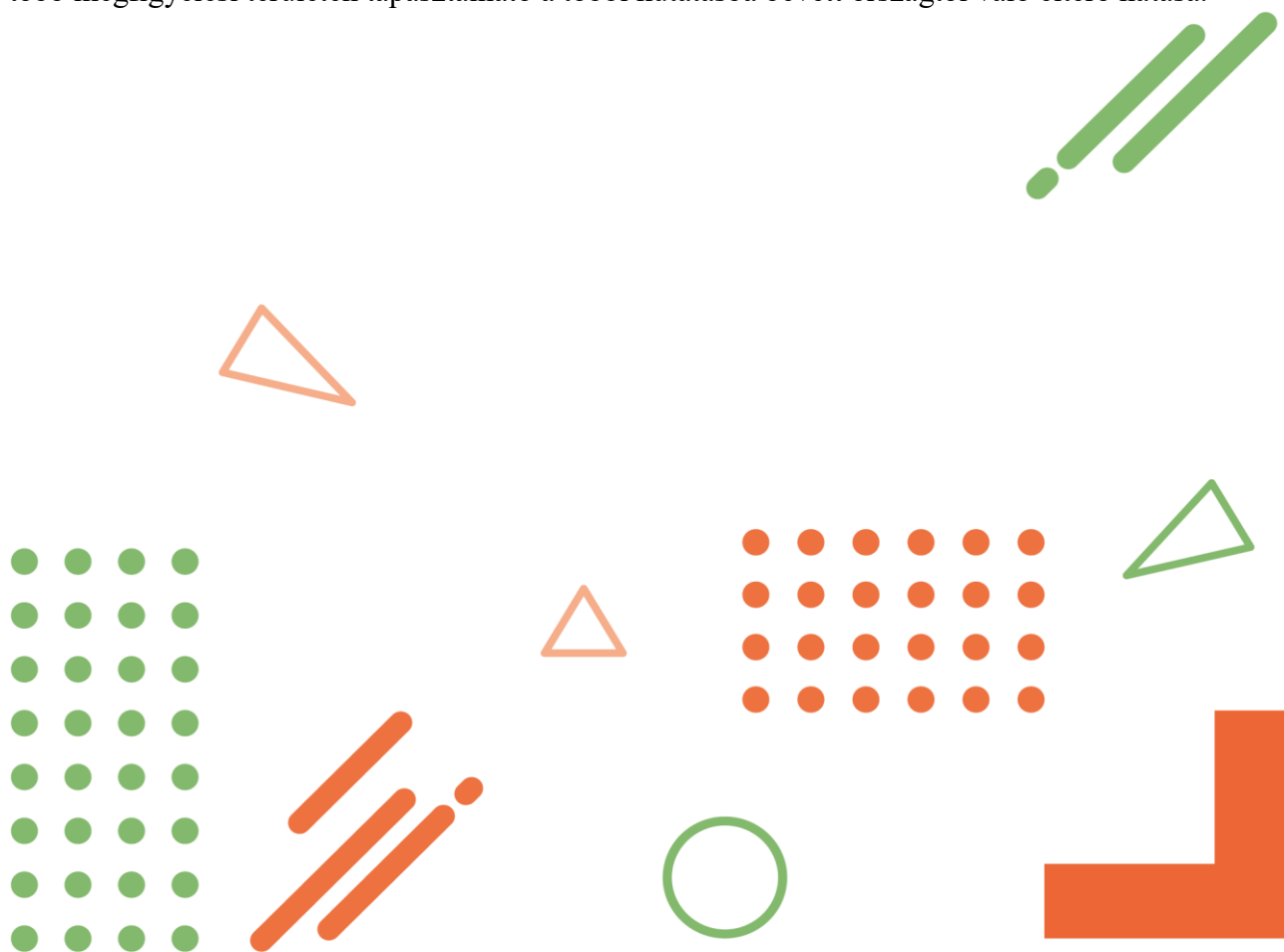
Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Neszveda Gábor
egyetemi tanársegéd, BCE KTK*

A nemzetközi gazdaságpolitikai bizonytalanság hatása Magyarországra

A dolgozatom fő kérdésköre a nemzetközi gazdaságpolitikai bizonytalanság hatása Magyarországra. Ennek vizsgálatára én egy kvantitatív elemzési módszert választottam. A kutatásom lényege, hogy a gazdaságpolitikai bizonytalanságot az Economic Policy Uncertainty index és a magyarországi tőzsdén lévő részvényhozamok közötti statisztikai, számszerű kapcsolat kimutatásával igyekszem megvizsgálni. Dolgozatom fő célja az, hogy ezáltal a kvantitatív kutatás során, egy újfajta szemszögből próbáljam megvizsgálni hazánk viszonyát más országokkal. Az elemzésemhez négy országot választottam, ezek nem másak, mint az Egyesült Államok, Oroszország, Kína és Németország, emellett pedig egy európai és egy globális indexet is a felhasználtam. A statisztikai t-tesztek és a regressziós eredmények ugyan kevés szignifikáns eredményt adtak, ami betudható az adatbázis méretének és zajosságának, azonban a negatív kapcsolat a bizonytalanság és a részvényhozamok alakulásában megfigyelhető, valamint további érdekes eredmény Oroszország „kívülálló” szerepe, ugyanis a legtöbb megfigyelési területen tapasztalható a többi kutatásba bevett országtól való eltérő hatása.



NEUMANN ESZTER

eszterneumann@gmail.com

Számvitel

MSc, 4. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Molnárné dr. Barna Katalin
egyetemi docens, PE GTK*

Az EU kkv-k globális és regionális értékláncokban történő részvételének lehetőségei

Az értékláncok nemzetközivé válása és a globalizáció kéz a kézben járnak. A kereskedelmi árak és korlátozások fokozatos csökkentése, a gyors technológiai fejlődés és a beruházások liberalizációja együttes következményeként napjaink gazdaságai minden eddiginél integráltabbak és összekapcsoltabbak. Az értékláncokban történő részvétel előnyös lehet a vállalatok növekedésének és nemzetközivé válásának folyamatában, mert ezek a vállalatok az innováció magasabb szintjét képviselik. A nemzetközi értékláncokat hagyományosan a nagy, multinacionális vállalkozások határokon átívelő termelési és működési folyamatainak szakosodása jellemzi, amely a termelési feladatok lebontásához (szétválasztásához) vezetett és a határokon belüli és kívüli kisebb vállalkozások szintjén is megjelent. A helyzet egyben új lehetőségeket is kínált a kis- és középvállalkozások számára a globális gazdaságba való integrációra, magasabb hozzáadott értéket képviselő feladatok elérésére illetve az értékláncokban vezető szerep megszerzése révén. A nemzetköziesedés a kkv-k termelékenységének fokozását, a műszaki és vezetői know-how továbbgyűrűzési folyamatának megkönnyítését is eredményezi. Az Európai Unió évek óta egyre több erőfeszítést tesz az innováció ösztönzésére, a versenyképesség előremozdítására annak érdekében, hogy az egyik legversenyképesebb globális gazdasággá váljon. Az intelligens szakosodási stratégia segíti a kutatási, fejlesztési és innovációs folyamatok hatékonyabb támogatását. Az EU-n belüli klaszter-együtműködési hálók eszközként szolgálhatnak a regionális, innováció-alapú növekedés fokozására. Az erős klaszter-struktúrával rendelkező régiók, országok az innováció és a tudás bázisaivá válnak, melyek aztán fokozzák a regionális, nemzeti, vagy akár nemzetközi együtműködést. A klaszterek feltérképezésének egyik legjobb módszere a hálózat-elemzés. Az OECD WTO-TiVA adatok alapján egy olyan kapcsolatrendszer feltárása, felrajzolása a célom, mellyel a kereskedelmi kapcsolatok erősségét, az adott ország hálózatban elfoglalt helyét vizsgálhatom Gephi program segítségével. A kutatás eredményeként megállapítható, hogy Németország kiemelkedő szerepet tölt be az EU hálózatában.

PAIL MILÁN

pailmilan98@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Rideg András
adjunktus, PTE KTK*

Magyar kis- és középvállalatok nemzetköziesedése

Dolgozatom a hazai kis- és középvállalatok nemzetköziesedését vizsgálja 2010 után.

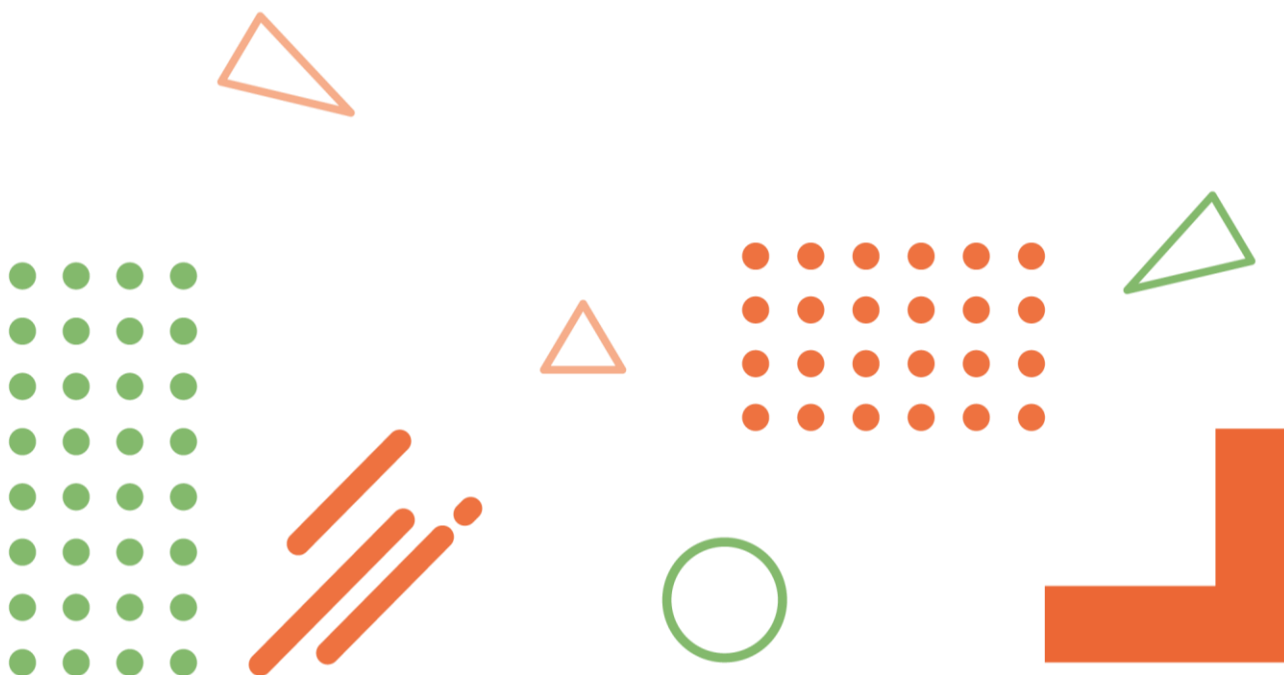
Elemzésem szekunder forráselemzésen és empirikus vizsgálaton alapul.

Célom rámutatni arra, hogy nemzetgazdaságunk számára mennyire is meghatározó a KKV-k sikeresége és napjainkban mely külső és belső hatások és piaci változások hatnak a KKV szektor nemzetköziesedésére.

Kutatási kérdéseim a dolgozat készítésekor a következők:

- Merre halad a magyar kis- és középvállalati szektor a nemzetközi, globalizálódó versenyben?
- Mennyire sikerül nekik nyitni külföldi piacok felé és milyen szinten tudják megállni a helyüket a hazai piacon a külföldi vállalatokkal szemben?
- Mennyire képesek külföldi munkavállalókat hatékonyan alkalmazni?
- Hogyan alakul a KKV szektor exportpotenciálja?

A dolgozatban a kérdések mentén a két vizsgálati módszerrel igyekszek az olvasónak minél több friss és releváns információt átadni, akár érdeklődőként, akár kisvállalati menedzserként, vagy tulajdonosként olvassa az elemzést.



STEFANOVICS VIKTÓRIA
viki.stefanovics1223@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BSc, 7. félév

Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Nagy Zoltán
intézetigazgató egyetemi docens, ME GTK*

A német gépjárműipari vállalatok szerepe és jelentősége a magyar gazdaságban

TDK-dolgozatom célja az, hogy bemutassam, hogyan változott az elmúlt évtizedek során a gépjárműipar magyar gazdaságban betöltött szerepe. Ezen belül a középpontba a németországi működőtőke-befektetések, a német multi- és transznacionális vállalatok szerepének vizsgálatát helyezem.

Az első fejezetben arra keresem a választ, hogy hogyan változott az 1990-es évektől kezdve egészen napjainkig a Németországból származó FDI mértéke, földrajzi és iparágak szerinti megoszlása?

A második fejezetben a magyar autóipart veszem górcső alá. Vizsgálataim célja az, hogy megállapítsam hányadik helyen áll Magyarország – a környező országok között – a közúti járműgyártás gazdasági jelentőségét tekintve. Ezt egy összetett mutatószám, a Bennett-féle komplex mutató segítségével fogom megválaszolni. A Balassa-féle megnyilvánult komparatív előny index alkalmazásával pedig világviszonylatban is megvizsgálom, hogy megfelelően szakosodott-e hazánk az autóipari termékek előállításra, vagy sem?

A harmadik fejezetben a német autóipari befektetések jelentőségét kutatom. Céлом az, hogy ismeressem a német vállalatok arányát hazánk közúti járműgyártásában és feltárjam azokat a tényezőket, melyek elősegítették a külföldi befektetések hazánkba áramlását. Végül a korreláció és regressziószámítás segítségével választ adok arra a kérdésre, hogy milyen összefüggés található a német autóipari befektetések jelenléte és a magyar gazdasági növekedés között?

Kutatásom során, a felhasznált adatok és statisztikai modellek segítségével a következő eredményekre jutottam. A Bennett-féle komplex mutató végeredménye szerint Magyarország a 3. helyet foglalja el a vizsgálatba bevont hat kelet-közép- és délkelet-európai ország között a közúti járműgyártás gazdasági jelentőségét tekintve. A Balassa index eredménye szerint 1997-től kezdve hazánk számára komparatív előnyt jelent az autóipari termékek előállítása. Németország 2017-ben a világ hatodik legnagyobb tőkebefektető országa volt. 2016-ban a hazánkban telephellyel rendelkező, külföldi irányítású autóipari vállalatok 40%-a német ellenőrzés alatt állt. Ez az arány egyértelműen jelzi a németek dominanciáját a magyar gépjárműiparban. A lineáris korrelációs együttható és a regressziószámítás segítségével végzett számításaim pedig igazolták, hogy hazánk gazdasági fejlődése és a német ellenőrzésű vállalatok jelenléte közötti kapcsolat szoros és pozitív irányú. Ez a kapcsolat azonban egyszerre jelent nagymértékű függőséget és sebezhetőséget is.

VLADÁR VERONIKA FANNI

vladarveronika@gmail.com

Nemzetközi tanulmányok

MSc, 3. félév

Nemzeti Közszerológáti Egyetem

Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar

Témavezető:

Dr. Pásztor Szabolcs

egyetemi docens, NKE ÁNTK

Külföldi tőkebefektetések a visegrádi régióban, fókuszban az amerikai tőke

Dolgozatomban a külföldi működő tőke-beáramlást vizsgálom a visegrádi országokban az 1990-2019 közötti időszakban. Az FDI fontos szerepet játszik az országok gazdasági növekedésében Közép- és Kelet-Európában. A dolgozat rövid elemzést nyújt az FDI szerepéről a visegrádi országokban, valamint a következő kérdésekre keresi a választ: Melyek azok az intézkedések, amelyekkel ösztönzik az országok az FDI beáramlását? Mely szektorokat érinti leginkább az FDI? Ezt követően kitérek Lengyelország, Magyarország, Csehország és Szlovákia USA-val való gazdasági kapcsolatára a külföldi tőkebefektetések szempontjából.

A négy visegrádi országot gyakran hasonlítják össze különböző aspektusokból. A négy ország hasonló fejlődési folyamaton ment keresztül a II. világháborút követően, emellett a V4-ek földrajzi kiterjedése jó alapot szolgáltat az összehasonlításhoz.

A nemzetközi szakirodalom sokszor egymás vetélytársaiként utal a visegrádi országokra. Ennek ellenére a V4 csoport növekvő gazdasági, kulturális és politikai szerepvállalása bizonyítja hatékony működőképességét, eredményes, közös érdekképviseletét nemzetközi szinten. Az együttműködést segítik a regionális és történelmi tapasztalatok is. A V4-nek sikerének alapja, hogy komoly lépéseket tesz az Európán kívüli országokkal és a távolabbi partnerekkel való kapcsolatépítés érdekében. A visegrádi országok egyik legfontosabb célkitűzése gazdasági téren a nyugathoz való felzárkózás, amelynek elengedhetetlen feltétele a külföldi tőke hatékony abszorpciója. Kutatásom célja, hogy megállapítsam, hogyan változott a külföldi tőke-befektetések aránya a visegrádi országokban az 1990-2019-es időszakot tekintve, továbbá, hogy megvizsgáljam a V4-es országokba érkező amerikai külföldi tőke-befektetések arányát, majd következtetéseket vonjak le a négy országra vonatkozóan, hogy milyen egyedi és ország-specifikus jellemzőkkel rendelkeznek az országok a külföldi tőkebefektetések terén. További célom, hogy egy rövid elemzést készítssek arról, hogy milyen gazdasági kapcsolatokkal rendelkeznek a visegrádi országok az Egyesült Államokat tekintve.

Világgazdaság – Európai Unió

Elnök: Dr. Szemplér Tamás egyetemi docens (NKE ÁNTK)
Társelnök: Prof. Dr. Losoncz Miklós egyetemi tanár (BGE PSZK)
Tag: Dr. Nagy Zoltán egyetemi docens (ME)
Tag: Dr. Majoros Pál főiskolai tanár (BGE)

HARTVIG ÁRON DÉNES

hartvig.aron@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Madari Zoltán
tanársegéd, BCE KTK*

A Brexit lehetséges hatása Magyarországra

Az Egyesült Királyság Európai Unióból való kiválásával olyan kereskedelmi és gazdasági kérdések merülnek fel, amelyek az összes tagállamot érintik. Az Egyesült Királyság nem tartozik Magyarország jelentős kereskedelmi partnerei közé, de a külkereskedelmen keresztül nagyon erősen kötődünk Németországhoz, amelynek legfontosabb partnerei közé tartoznak a britek. Kutatásom célja azonosítani, hogy a Brexit milyen közvetlen és közvetett hatással lesz a magyar külkereskedelemre. Közvetlen hatásnak nevezem a magyar–brit kereskedelemben beálló változásokat, közvetettnek pedig a német gazdaságon keresztül begyűrűző hatást.

Elemzésemben külkereskedelmi valamint az erre leginkább ható makrogazdasági mutatókra építettem vektor autoregresszív modellt. Az eredmények alapján a Brexit várhatóan közvetetten gyakorol nagyobb hatást Magyarországra. A modell eredményei igazolják, hogy a brit és német gazdasági teljesítmény jelentős mértékben befolyásolja magyar gazdaság exporttevékenységét. Ez annak köszönhető, hogy a három ország egymással szembeni külkereskedelme erősen a gépjárműiparhoz és annak teljesítményéhez kötött. Azonban az Európai Unió és az Egyesült Királyság jövőbeli kereskedelmi kapcsolata egyelőre tisztázatlan, így a hatások mértékét nem lehet egzaktan megbecsülni.

JAKUS VIKTOR MÁRK

jakusviktor09@gmail.com

Középiskolai tanuló

Szent István Egyetem

Károly Róbert Campus

Deák Ferenc Gimnázium

Közgazdasági és Informatikai Szakgimnázium

Témavezető:

Kisfaludy Irén

közgazdász tanár, Deák Ferenc Gimnázium Közgazdasági és Informatikai Szakgimnázium

Az Egyesült Királyság 47 éve az EU-ban és a BREXIT

Problémafelvetés: Az Egyesült Királyság 2016. június 23-án hivatalosan is megkezdte a jogviszony felbontását az Európai Unióval, amelynek sorsdöntő procedúrája 2020. január 31-én a CEU-s időzóna szerint éjfélkor következett be: megszűnt a brit uniós tagság. Kérdés, hogyan alakul Nagy-Britannia és az EU kereskedelme, a külföldi munkavállalók helyzete és milyen globális gazdasági hatást gyakorol az érintettekre.

Kutatási célkitűzés: A szakdolgozat célja, a Brexit lehető legfrissebb adatok alapján történő elemzése, az Egyesült Királyság, az Európai Unió és benne Magyarország gazdaságára gyakorolt hatása. Választ keres arra, hogy a középiskolásokat foglalkoztatja-e ez a téma és milyen mélységekben ismerik. Emellett megoldásokat kínál arra, hogy ezen jövőjüket befolyásoló tényező iránt érdeklődjenek. **Anyag és módszer** (a kutatás adatbázisa, módszertana): A vizsgálathoz a jászárokszállási székhelyű Deák Ferenc Gimnázium, Közgazdasági és Informatikai Szakgimnázium diákjai által, primer kutatás kereteiben kitöltött kérdőíveket használtam fel.

Kutatási eredmények: A diákok érdeklődnek az életüket befolyásoló európai kilátások iránt, viszont a középiskolai tananyag nem nyújt ehhez elegendő ismeretet, felkészítést.

Következtetések, javaslatok: A Brexit tárgyalások kimenetele bizonytalan, hogy egy teljes körű kereskedelmi megállapodás felváltja-e év vége után az EU-brit kapcsolatokat, vagy ennek hiányában válnak ki a Britek a közös piacból és a vámunióból.

A cél elvben egy olyan megállapodás, ami nem vámunió ugyan, de lehetővé teszi az áruk és szolgáltatások kereskedelmét zero vámtételekkel, kvóták nélkül, ha lehet, minél jobban megkönnyített tőke- és korlátozott, de nem túlságosan nehezített munkaerőmozgások mellett.

A jövő év első napjától azonban az EU-országokból és az unión kívülről újonnan érkezőkre a brit kormány tervei szerint egységes bevándorlási szabályozás lép életbe, amely – főleg a jelentkezők szakképzettsége és angol nyelvtudása alapján – pontozásos kritériumrendszer alapján bírálja majd el a letelepedési kérelmeket.

Ezek a változások olyan hatással lesznek minden érintettre, amely mellett a középiskolás generáció sem mehet el.

KISS DÉNES

denes921120@gmail.com

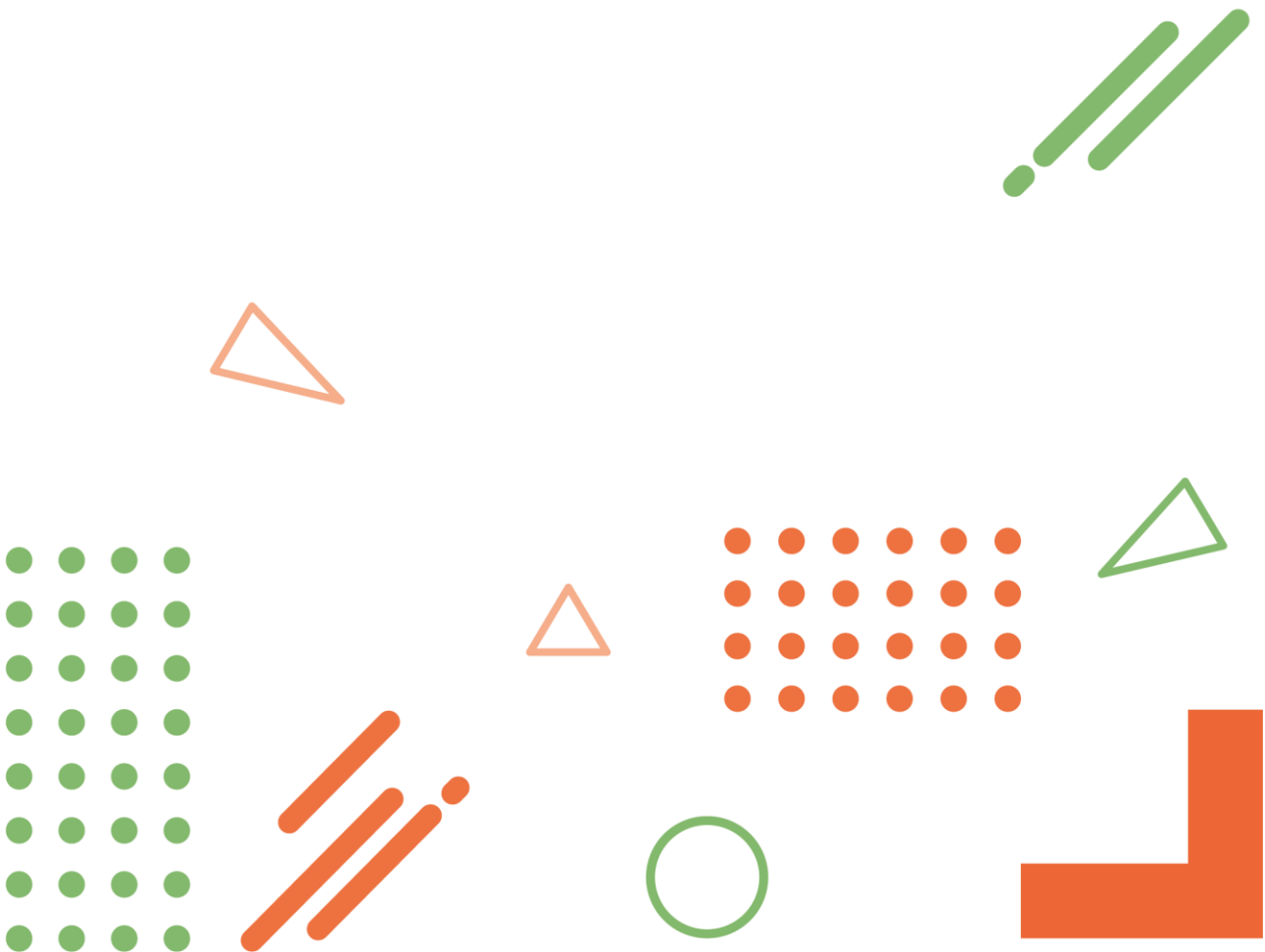
Gazdálkodás és menedzsment
BSc, 4. félév

Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Kosztyán Zsolt Tibor
egyetemi docens, PE GTK*

Effects of Student and Teacher Mobility on Higher Education Institutions

This study is about the higher education institutions' third mission and how they collaborate and affect one another through exchange programs such as ERASMUS. The 300 selected, mainly European, and examined higher education institutions were chosen with the help of EU ODP, FP7 projects, ETER database and the CWTS Leiden Ranking from 2013. Bibliographical and publication information were used to see how well they collaborated with each other. The purpose of this examination is to see what effect does teacher and student mobility has on publications, and thus the degree of engagement which is the third mission of higher education institutions. According to (Adams, 2013) the future of research is the collaboration of large institutions and therein lies the importance of this study. According to previous publications on the subject no other research group investigated the connection between collaboration and mobility networks apart from the Department of Quantitative Methods (University of Pannonia).



KOVÁCS VIKTÓRIA

kovacsviksa@gmail.com

Nemzetközi tanulmányok

BSc, 6. félév

Károli Gáspár Református Egyetem

Állam- és Jogtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Becsey Zsolt

tudományos főmunkatárs, KRE ÁJK

Dél-Korea és az Európai Unió közötti kereskedelmi megállapodás és hatásai

A témaválasztásban az motivált, hogy egyetemi tanulmányaim során az Európai Unió és Dél-Korea közötti kapcsolatok érdekeltek a legjobban. Szerettem volna mélyebben bele látni az Európai Unió és a Koreai Köztársaság kereskedelmi kapcsolataiba és a témaválasztásomban erősen befolyásolt a koreai nyelvismeretem, valamint tanulmányaim során megszerzett ismeretanyag.

Fontosnak tartom azt, hogy az Európai Unió a jövőben kötendő szabadkereskedelmi szerződések fejlesztése szempontjából megvizsgáljuk a korábbi, de a 2006 után született szabadkereskedelmi szerződéseket.

Dolgozatomban a témához kapcsolódó fogalmak, ismeretek tisztázása után szeretném bemutatni a két ország között létrejött szabadkereskedelmi megállapodás koncepcióját, célját, fontosságát, Dél-Korea szabadkereskedelmi stratégiáját, a szerződés jelentőségét, a kapcsolatok gazdasági súlyát, a szerződés hátterét, vagyis a szerződést megelőző folyamatokat, valamint az Európai Unió és Dél-Korea közötti politikai kapcsolatot, továbbá a szerződés részleteit, valamint a következményeit. Az Európai Unió és Dél-Korea közötti megállapodást Dél-Korea szempontjából is górcső alá vettem. Feltételeztem, hogy kutatásaim során arra jutok, hogy az Európai Unió és Dél-Korea között létrejött szabadkereskedelmi megállapodás hozzájárul a gazdasági növekedéshez mindkét fél számára és elősegíti a kulturális és gazdasági együttműködés mélyülését.

Fontos megemlíteni, hogy a szerződés nem jöhetett volna létre a két fél közötti történelmi előzmények és a folyamatosan épülő gazdasági kapcsolatok nélkül. Ebben sokat nyomott a latba a koreai vezetés nyitottsága az európai integrációs partnerek irányába, illetve az EU figyelme a demokratizálódó Dél-Korea iránt. Dél-Koreának az Európai Unió a második legnagyobb behozatali forrása és az Európai Unió Dél-Korea negyedik legnagyobb export célterületének számít, amiben a szerződés maga is nagy szerepet játszik. A szerződés hatálybalépését követően a Koreából való uniós behozatal 2019-ben érte el a maximumot 47 milliárd euró értékben. Magyarországot tekintve a szerződés előmozdította a koreai cégek magyarországi letelepedését, 2019-ben ők voltak hazánkban legnagyobb befektetők.

Összességében megállapítható, hogy a megállapodás mindkét fél számára úttörő jellegű szerződés volt az új típusú kereskedelmi szerződési politikájában, de most már egy évtized távlatából látható, hogy eredményesnek bizonyult és pozitív hatása volt a kereskedelemre és azon túl a gazdaságra.

MOLDRICH MÁRK BENCE

mark.moldrich.31@unibge.hu

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. Antalóczy Katalin

tanszékezető főiskolai tanár, BGE KKK

A hosszú csatlakozás

A délszláv háborút követően Szerbia külgazdaságpolitikai célja igen változékony volt. A térségben ugyanis jelen volt az Egyesült Államok (NATO), az Európai Unió, valamint Oroszország. Bár a NATO hamar kivonult a Balkánról, az EU és az oroszok továbbra is fontos szerepet játszanak a szerb politikában. Az elmúlt 20 évben Szerbia sokat tett az európai integráció irányába, azonban még mindig felvetődnek kétségek a lehetséges csatlakozásról, főleg Koszovó kérdése, illetve az Oroszországhoz fűződő sajátos kapcsolat miatt.

Tanulmányomban két kutatási kérdésre szeretnék választ találni. Első kérdésem, hogy vajon milyen gazdasági hatásokkal járna Szerbia számára az Unióhoz való csatlakozás? A második pedig, hogy az Unió szemszögéből az új taggal való bővítés előnyösnek mondható-e gazdasági és politikai oldalról? A válaszok megtalálására Szerbia kül- és belpolitikáján keresztül kívánom bemutatni, hogyan is alakultak a csatlakozási törekvések az Európai Unióhoz, az elmúlt közel 25 évben, valamint keletről milyen hatások érik az országot mind gazdaságilag, mind politikailag. Kutatásom során az Európai Unió szerződéseit, valamint szervezeteinek a különböző kutatásait és kiadványait használom, illetve a Világbank, Szerb Nemzeti Bank gazdasági mutatóit helyezem előtérbe. Ezek mellett több magyar szakértő (Juhász József, Losoncz Miklós) témában írt tanulmányait, könyveit is igénybe veszem a válaszok felleléséhez.

Terveim szerint a tanulmányom kidolgozása során válaszokat kapok a fent említett kutatási kérdésekre, mélyebben és átfogóbban megismerve az összefüggéseket. Úgy vélem Szerbia számára az Unióhoz való csatlakozás gazdaságilag pozitív hatással lesz, ugyanis már az elmúlt években is jelentős támogatást kapott a különböző előcsatlakozási alapokból és ezeknek a mennyisége még nagyobb mértékben nőne, ha tagállammá válna. Ezzel szemben az EU oldaláról nézve a nyugat-balkáni ország felvétele előnyökkel és hátrányokkal egyaránt járhat. Bár nagyobb befolyásra tenne szert az Unió a térségben, de a szerb csatlakozás tovább növelné az Európai Parlamentben az eurószkeptikus csoportok számát, ami további konfliktusokhoz vezethet. Gazdaságilag gyarapodna a befizetések száma a közös költségvetésbe, de összességében jelentős nettó kiadást jelentene az EU számára Szerbia felvétele.

NAGY KINCSÓ LILLA

nagykincsu@hotmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. Gáspár Tamás

tudományos főmunkatárs, BGE KKK

How can the Rankings of the Development Indicators of Austria be Improved?

In the world, there are countries which are more, and which are less developed, however this development gap can be assessed in many ways and with different measures. The different evaluations of the “widening” gap aims to provide a base for comparison of different countries. The most common indicators that are offering an alternate method of ranking the different states regarding the levels of development are GDP, GNI per capita, HDI, GCI and HPI. In this research paper, firstly, the author aims to analyze and compare the rankings of the different development indicators of a chosen country which is Austria. Moreover, the top 3 countries of each development indicators are also compared to Austria. These two analyses are essential in order to discover the reason behind the changing rankings of the different development indicators of Austria. Several online databases and websites were selected as references where the statistical data could be found. Based on the collected data and analysis, recommendations were suggested on how the different rankings can be improved. This outcome provides a basis for Austria for further examination and also for other countries (e.g. Hungary) for analysis and comparison of the rankings.



NEMÉNY DORKA VIRÁG

nemenyd@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás (angol)

BSc, 5. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Tóth Balázs István
egyetemi docens, SOE LKK*

Monitoring the Headline Targets of the Europe 2020 Strategy by Different NUTS Levels

During the past ten years, with the emergence of smart, sustainable and inclusive growth, the Europe 2020 Strategy has played a chief role in promoting socio-economic growth, quality of life and economic and environmental sustainability in the European single market, the European Union. As the Strategy was planned to be finished by the end of 2020, revealing its main achievements is a contemporary issue with scientific and policy-making relevance.

The main purpose of this work is to provide a monitoring on the headline targets of the Europe 2020 Strategy on two spatial levels, on the level of countries (NUTS 0) and the level of regions (NUTS 2).

After presenting its predecessor, the Lisbon Strategy, with special regard to the main motivations behind it, its main purpose and the reasons for its unsuccessfulness, I create an overview on the Strategy's priorities, targets and some of its main features, such as the flagship initiatives and guidelines, the country-level targets, supporting institutions, the role of the European semester, and the budgetary framework.

In order to answer to questions, such as how much progress has been made by the Member States towards the national targets, the degree of target fulfilment is monitored in the form of quantitative data analysis based on Eurostat data. In order to illustrate the main findings, maps were created through the classification of the EU-27 countries and the EU NUTS 2 regions. Two advanced analyses, an analysis of correlation and hierarchical cluster analysis, were also performed to recognise similarities and differences among Member States, as well as to show common features concerning the headline targets.

The main conclusion of the work is that the Europe 2020 Strategy improved upon some of the shortcomings of the Lisbon strategy, the EU managed to make progress towards the headline targets on country-levels, although the level of the implementation of the Strategy and the picture within all three priorities are relatively diverse. Concerning the performance of NUTS 2 regions, very similar tendencies can be observed within the Member States: the dichotomy among regions is obvious from at least three aspects: north vs. south, west vs. east, capitals vs. countryside.

Based on the results, I believe that my findings may help the discourse deepen and contribute to the work of policy- and decision-makers in the identification of actions that can lead to further improvement and growth in the future.

NEUMANN ESZTER

eszterneumann@gmail.com

Számvitel

MSc, 4. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Molnárné dr. Barna Katalin

egyetemi docens, PE GTK

Az Ipar 4.0 és a globális értékláncok szerepe az Európai Unióban

A globális értékláncok a globalizáció utolsó hullámaként jelentek meg és teljesen átrendezték az értékteremtés folyamatát, a nemzetközi kereskedelmet és a nemzetközi versenyképességet is. A globális értékláncok mellett a digitalizáció új formája az Ipar 4.0 is megjelent, amely döntően befolyásolja a gazdaságot, a társadalmat és a munkahelyeket. A globális értékláncok a digitalizáció adta lehetőségek kiaknázásával magas szintre emelik a folyamatok átláthatóságát és integrálják a vállalati értékláncot és az ellátási hálózatot. Az Ipar 4.0 magába foglalja a „dolgok internetét” (IoT), a „Big datát”, a különböző kiberfizikai eszközöket. Az Ipar 4.0 tette és teszi lehetővé, hogy a különböző földrajzi ponton zajló termelési, gyártási folyamatokat távolról is irányítani lehessen. A most zajló digitális átalakulás a magas hozzáadott értékű tevékenységekre és a jól képzett munkaerőre támaszkodik, ezért is fontos, hogy egy ország tudja, hogy mennyi hozzáadott értéket tud előállítani. Az értékláncban elfoglalt optimális pozíció fontos kérdés kereskedelem- és iparpolitikai szempontból, mert egy ország tartósan akkor zárkozhat fel, ha vállalatai az alacsonyabb hozzáadott értékű gyártási tevékenységekről a magasabb, szolgáltató, kutató, fejlesztő jellegű tevékenységekre váltanak. A versenyképesség-javítás egyik lehetősége a gazdaság szerkezetének átalakítása egyrészt ágazati, másrészt a hozzáadott érték nagysága és jellege, valamint az innovatív cégek aránya szempontjából. A kutatásomban az EU 28 (Brexit előtti) tagállamát csoportosítom klaszteranalízis segítségével versenyképességi mutató (GCI), a Globális Innovációs Index, az European Innovation Scoreboard SII innovációs indexe, valamint hozzáadottérték-alapú kereskedelmi adatok, azaz a TIVA mutató illetve a Digitális Gazdaság és Társadalom Index (DESI) segítségével. Az eredmények azt mutatják, hogy a digitálisan fejlett országok a következők: Dánia, Finnország, Svédország, Írország („északiak”). Magyarország a digitálisan fejletlenebb klaszterbe kerül, de eredményeiben megelőzi Olaszországot, Lengyelországot. Alapvető kérdés, hogy hogyan lehet feljebb jutni az értékláncban, amelyben a digitalizáció és a versenyképesség javítása fontos szerepet játszik.

Világgazdaság – integráció és külkereskedelem

Elnök: Dr. Tölgyessy Péterné Sass Magdolna egyetemi docens (BGE KKK, KRTK VGI)
Tag: Dr. habil. Pásztor Szabolcs egyetemi docens (NKE ÁNTK)
Tag: Dr. Endrődi-Kovács Viktória adjunktus (BCE)
Tag: Dr. Szabó Árpád adjunktus (PKE)

AIGNER IVÁN

ivan.aigner@t-online.hu

Nemzetközi tanulmányok

MSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Sáringer János
egyetemi docens, BGE KKK

Orosz „neoimperializmus” a XXI. században. Eurázsia és a multipoláris világrend

A Szovjetunió szétesésével véget ért a hidegháború. A jaltai világrend felbomlása és a nemzetközi közösség aktorait a legkülönbözőbb területeken összekötő globalizáció az Amerikai Egyesült Államok hegemoniáját rövid ideig megszilárdító, egypólusú átrendeződést eredményezte, amely erőteljes egyensúlyzavart okozott. A konkuráló erőközpontok felemelkedése elkerülhetetlenné teszi egy új egyensúlyi állapot kialakulását, ami számos szakértő szerint a multipoláris világrend irányába mutat. Ez az átmenet zajlik jelenleg.

Dolgozatomban a visszatérő orosz birodalmi attitűd XXI. század eleji megnyilvánulásának történelmi, antropológiai, szociokulturális, vallási, gazdasági gyökereit vizsgálom, amelyek az újraértelmezett eurázsianista eszmeiségbe rendeződve alakítják a (geo)politikai realitásokat. Arra keresem a választ, hogy Oroszország rövid- és középtávon valós fenyegetést jelent-e a Nyugat, kiemelten Európa számára, azaz mennyire valószínű egy közvetlen katonai agresszió, vagy a több évszázados szembenállás feloldásával kialakítható a kölcsönös bizalmon alapuló, tartós partneri együttműködés az eurázsiai kontinensen.

Kutatásomhoz, a kérdéskör teljes spektrumának minél átfogóbb és hitelesebb feltárásához nagyszámú, idegen és magyar nyelvű szekunder forrást (szakkönyvek, tanulmányok, elemzések, folyóiratcikkek, biográfiák, dokumentumfilmek, statisztikák) használtam. Ezek mellett szükségét láttam primer kutatást végezni. Az orosz gondolkodásmód mélyebb megértése és az orosz valóság megismerése, valamint a nyugati és orosz narratíva lehető legegzaktabb összevetése érdekében összesen tíz mélyinterjút folytattam a témában jártas és érintett, különböző területeken tevékenykedő, hazai és külföldi szakemberekkel.

Vizsgálódásom során, számos részterületen sikerült a gyakran ellentmondásos információk közül kiszűrni az objektív tényeket, illetve azokat a nagyobb összefüggéseket feltárni, amelyek hozzájárulhatnak a valószerűtlennek tűnő, nyílt konfliktussal szembeni, a deeszkalációt jelentő alternatíva körvonalazódásához.

DOBOS EMESE

dobosemese1@gmail.com

Nemzetközi tanulmányok

MSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. Nagy Milada

főiskolai docens, BGE KKK

A nemzetközi kormányközi és nem kormányközi szervezetek szerepe a divatiparban dolgozók munkajogainak védelmében Kambodzsában

2020 tavaszán a koronavírus-világjárvány térdre kényszerítette a divatipart is: a világmárkák által lemondott és ki nem fizetett megrendelésekből kifolyólag több millió, főként délkeletázsiai, a ruházati ipar kivitelezési oldalán dolgozó munkavállaló veszítette el a munkáját és nem kapta meg a bérét. Egy nonprofit szervezet, a Remake által indított #PayUp közösségi médiakampány nyomására több világmárka tett eleget a szerződésben foglaltaknak, és 2020 októberéig 22 milliárd dollárt fizettek ki a kivitelezőknek világszerte. Bár a divatiparban elindultak törekvések a fenntarthatóságra (a fenntarthatóságnak pedig elengedhetetlen része a társadalmi aspektus), az etikus, méltányos foglalkoztatás kimarad a szegmens „zöldülő” vállalásai közül.

Kambodzsa ruházati ipara közel 700 ezer embert foglalkoztat és az Európai Unióba (ami az ország legnagyobb kereskedelmi partnere) 2019-ben több mint 5 milliárd dollár értékben exportált ruhákat. A világjárvány az ágazatot is súlyosan érintette. 2020 augusztusában pedig az emberi jogok sorozatos megsértése miatt kivették Kambodzsát az EU piacán kvóta- és vámmentességet biztosító Everything but Arms kezdeményezéséből. Az viszont egyelőre kérdés, hogy a lépés hogyan hat majd az ország egyébként is sérülékeny helyzetbe került divatiparára. Dolgozatomban elsősorban azt vizsgálom, mi vezetett az EU ezen lépésig és hogyan befolyásolhatják a délkelet-ázsiai országokkal folytatott kereskedelempolitikáját a munkajogok.

Dolgozatomban azt is vizsgálom, hogy a hatályos nemzetközi megállapodások és iránymutatások mennyire valósulnak meg a jelentős ruhaipari gyártásának helyt adó országban és hogy a munkakörülmények tanúsítását igazoló kezdeményezések (auditcégek tevékenysége) és civil szervezetek jogvédő tevékenysége a gyakorlatban mennyire szolgálják ténylegesen a munkajogok védelmét. Továbbá, hogy az online térben egyre nagyobb teret kapó civil aktivizmus és a cégek számonkérésére irányuló kampányok (social shaming) milyen hatást gyakorolnak az egyébként jogsértő vállalatokra.

Kutatásom során főként szekunder forrásokra alapozok: a fellelhető adatok, statisztikák, szakirodalmi források, folyóiratcikkek mellett nem-kormányközi szervezetek és szakszervezetek által készített jelentéseire, valamint a téma aktualitása és frissessége miatt a sajtóban megjelent írásokra is támaszkodom.

HARTVIG ÁRON DÉNES*hartvig.aron@gmail.com*

CEU – Pénzügy

MSc, 2. félév

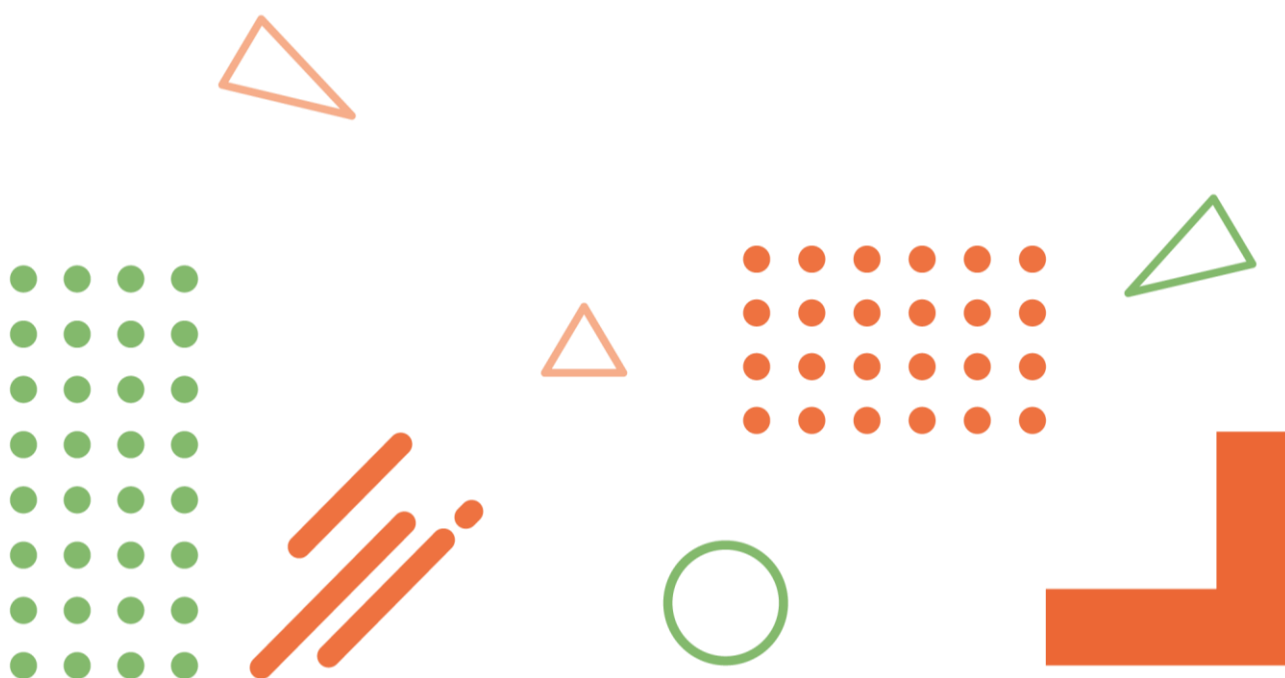
Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

*Témavezető:
Badics Milán Csaba
tanársegéd, BCE GTK*

Devizaverseny az olajért – Az olaj, a dollár, az euró és a renminbi kapcsolatának spillover elemzése

Az olaj a világ legkereskedettebb terméke, így az olajkereskedelem vizsgálata, ami túlnyomóan amerikai dollárban zajlik, egy állandóan kutatott téma. Számos kutatás megállapította, hogy szignifikáns kapcsolat áll fenn az olajár és a dollár árfolyama között, az olaj árfolyama Granger értelemben okozza a dollár árfolyamát. Azonban, 2009-től, a gazdasági világválság óta, a kínai fizetőeszköz, a renminbi is egyre nagyobb teret hódított az olajkereskedelemben. Jelen dolgozatban a nyersolaj, a dollár, az euró és a renminbi volatilitásának összekötöttségét becsültem meg Diebold-Yilmaz spillover indexekkel, hogy megvizsgáljam hogyan alakult a devizák és a nyersolaj kapcsolata 1999 és 2020 között. Az empirikus elemzésből kiderült, hogy a volatilitás összekötöttség gazdasági sokkok hatására megnövekszik, és a nyersolajáron keresztül begyűrűzik a devizaárfolyamok volatilitásának előrejelzési hiba varianciájába, és fordítva. Általános tendenciaként megállapítható, hogy a dollár és az euró érzékenyebb az olajárban bekövetkezett sokkokra, mint a renminbi. Azonban, az olajjal kapcsolatos politikai döntések, mint Venezuela elfordulása a dollártól jelentős hatással volt a nyersolaj és a renminbi összekötöttségére. Tehát, Kína politikai előretörése eredményezhet erősebb gazdasági kapcsolatot a renminbi és a nyersolajár között.



HAYFORD MAWULI ZIGAH

zigahayford1@hotmail.com

Economics

MSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Hajdú Noémi
egyetemi docens, ME GTK*

The Impact of Foreign Direct Investment (FDI) on Economic Growth in Ghana

Foreign direct investment (FDI) is regarded as a critical determinant in the concept of economic development for the country. The study examines the impact of foreign direct investment on economic growth in Ghana, using inflation as a proxy to capture macroeconomic instability. The study used 10-year time-series data from 2010-2019. Data will be obtained from the World Development Indicators (WDI) database published by the World Bank, UNCTAD and Bank of Ghana. The Augmented DickeyFuller (ADF) and Philips-Peron (PP) tests – econometric technique will be used to determine the stationarity or unit-roots of the variables. The findings from the study will suggest that policies aim at attracting FDI should be embarked on by governments in Ghana to help improve the inflows of FDI into the country. The conclusion to be drawn from the study based on the theoretical and empirical literature is that foreign direct investment (FDI) has a positive significant impact on economic growth in Ghana between the periods 2010-2019. The study also calls for the government to step up effort to encourage more FDI inflows into the country.



IBRAHIM KHALIL

islamian27442@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Erdey László
egyetemi docens, DE GTK*

Pakistan's Role in Eurasian Trade and Its Current Export Potential

The supercontinent of Eurasia has epitomised the politico-economic activity of every age. Belt & Road Initiative (BRI) has accelerated the integration process of Eurasia. Pakistan, a south Asian state was chosen for the initial investments of BRI to build China Pakistan Economic Corridor. The convenient global events has raised the importance of the region, and intrigued researchers to deeply study this whole integration process. This study aims to investigate whether Pakistan has a crucial role in Eurasian trade and confirming that Pakistan can potentially double its exports. The Eurasia integration process and BRI impact on trade of various regions was studied using the results of Gravity model and regression analysis (S. Baniya et al., 2019). It is observed that The Eurasian Integration through BRI will result in 14.4% to 21.5% increase in Eurasian trade as the trade time would be contracted by 64% for the EU countries and 127.3% for Central Asian Republics and North Asian countries due to infrastructure developments and reduction in border delays. It is found that Pakistan can enhance its exports by \$ 18 billion (almost doubles its exports), in its current capacity, by just aligning its trade regime with international standards. Pakistan has hardly captured 50% to 60% of its export potential. Additionally, it could harvest the untapped potential of BRI and further promote its exports by 11.1%.

Subsequent to the deep analysis of the current stage of Pakistani economy, it can be concluded that Pakistan has an irrefutable role in global economic and political affairs. However, the succumbing economy could deteriorate its position on the international fora. Therefore, some relevant and viable recommendations were constructed to invigorate its political and economic position, which include: declaration of education and health emergencies to enhance the pool of human capital, electoral and judicial reforms to extricate the loop holes of the system, immediate implementation of trade agreements, aggressive diplomatic campaigns to sort out the existing disputes, diversification of exports and exploring new markets for its exports.

KÖRÖSI PÉTER*korosipe@gmail.com*

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 5. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:**Vigvári Gábor**külső oktató, BCE Nemzetközi, Politikai és Regionális Tanulmányok Intézete***Cursed Oil. The Role of Dutch Disease and Policy Mismanagement in the Venezuelan Economic Crisis**

The subject of this paper is the role of a Dutch disease and policy mismanagement in Venezuela's economic crisis. Our research questions are (1) whether resource curse or Dutch disease are relevant notions in the case of the Venezuela, and, if indeed they are, how and why they contributed to the country's fall into the current crisis, also (2) whether fiscal and export policies by the Chávez and Maduro administrations are responsible for the quick escalation of the economic crisis after the 2014-16 supply side price shock in the oil industry. Using data and the theory of resource dependence, this paper attempts to test these hypotheses on a quasi-case study of Venezuela's history of economic policies from the 2000s to today. The hypothesis of a natural resource curse being present seems to be proved, and the paper illustrates that the current socioeconomic crisis is due to much more complex phenomena than one simple case of Dutch disease.



LOVAS ÁRON*lovasa.99@gmail.com*

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

*Témavezetők:**Dr. Antalóczy Katalin**tanszékvezető főiskolai tanár, BGE KKK**Dr. Szilágyi Judit**egyetemi adjunktus, BGE KKK*

Gazdasági fejlődés és újjáépítés fegyveres konfliktus után: Szudán

A Világbank szerint 2030-ra az extrém szegény emberek kétharmada élhet törékeny, konfliktus vagy erőszak sújtotta környezetben. Egy fegyveres konfliktusnak a gazdasági fejlődésre gyakorolt negatív hatásai a békekötés utáni időszakban évtizedekig eltarthatnak, jelentősen hátráltathatják a gazdasági újjáépítést. Szudán függetlenség utáni történelmét állandó fegyveres konfliktusok jellemezték. Két észak-déli polgárháborút is átvészelt az ország, és az északi területeken is számos konfliktus alakult ki, mely népi társadalmi zavargásokhoz vezetett. A jelentős gazdasági elmaradottságot jelzi az ENSZ „legkevésbé fejlett ország” kategóriájába való tartozás is.

Dolgozatom célja annak vizsgálata Szudán példáján keresztül, hogy hogyan tud egy fegyveres konfliktust nemrég átélte, ún. posztkonfliktus társadalomban a gazdasági szféra hozzájárulni a békéhez, az ország stabilizációjához, újjáépítéséhez. Két kutatási kérdésre keresek választ. Az egyik, hogy hol tart jelenleg a szudáni gazdaság, melyek azok a tényezők, amik leginkább befolyásolják a gazdasági növekedést és fejlődést, Dél-Szudán 2011-es elszakadása után? A másik, hogy ezen gazdasági folyamatoknak milyen hatásuk van a társadalomra, a békére, hogyan hat a gazdasági fejlődés a biztonsági helyzetre, a stabilitásra, a konfliktustényezők csökkentésére, milyen gazdasági intézkedések tudják a békét elősegíteni?

A kutatás módszere illeszkedik a kutatás témájához. Szekunder forrásként nemzetközi és magyar szakirodalmat dolgoztam fel. Magyarországon kevesen foglalkoztak Szudánnal, Marsai Viktoron kívül mások Dél-Szudánra fókuszáltak. A gyenge államokról és háború utáni újjáépítésről több magyar szakirodalom van, Marton Péter az államkudarokról szerkesztett egy tanulmánykötet, Halász Iván pedig a helyreállítással is foglalkozik könyvében: „Az állam összeomlása és újjáépítése”. Elsősorban külföldi forrásokra támaszkodom, például Paul Collier munkásságára. Primer kutatásként statisztikai adatokat is gyűjtök és elemzek. Az adatokat a Világbanktól, a Szudáni Központi Banktól és az ENSZ-től vettem át. Kutatásom várható eredménye annak bizonyítása, hogy a gazdaságpolitika kulcstényező a béke fenntartásában, de hatása csak hosszabb távon jelentkezik. A gazdasági fellendüléséhez szükséges a modernizáció, az infrastruktúra javítása, az infláció visszaszorítása és a humán tőke fejlesztése.

MAGYARI ESZTER ANNA

eszter.magyar97@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Kacsirek László

egyetemi docens, BCE GTK

Az USA és Kína közötti kereskedelmi háború hatásai Kína gazdaságára

A kínai gazdaság 29 éve nem tapasztalt olyan mértékű lassulást a GDP növekedésében, mint a 2019-es évben, a szakértők pedig további mélyrepülést jeleznek előre 2020-ra. Veszélyben a kínai gazdasági csoda? Milyen jelenségek veszélyeztetik a leginkább a távol-keleti gazdaság szárnyalását?

Már jóval a kereskedelmi háború kezdete előtt tapasztalható volt a feszültség az Egyesült Államok és Kína között gazdasági téren. Kína egy feltörekvő gazdasági nagyhatalom, óriási felvevőpiaccal, olcsó munkaerővel, szárnyaló technológiai fejlesztésekkel. Az amerikai kereskedelmi deficitet, valamint a szellemi tulajdonjogok vitáját pedig még meg sem említettem. A világ két vezető gazdasági nagyhatalma között húzódó stratégiai ellentét 2018 óta kereskedelmi háború formájában csapódott le.

A kutatásom során arra kerestem a választ, hogy az Egyesült Államok és Kína között zajló kereskedelmi háború 2020-ig mennyiben járult hozzá a kínai gazdasági növekedés lassulásához és a gazdaság mely területeit befolyásolta leginkább negatívan. Szekunder adatok elemzésével és szakértői mélyinterjúk készítésével jutottam el az eredményre, miszerint a kínai gazdaság növekedéséért felelős legfontosabb tényezőket negatívan befolyásolta a kereskedelmi szembenállás. A Kínából az USA felé irányuló export 25%-kal esett vissza 2019 második feléig az előző évi számokhoz képest, a GDP növekedés pedig jelentősen lassult. A kínai elektronikai ipar termelése és értékesítése a legfontosabb felvevőpiacán – az Egyesült Államokban – 65%-kal esett vissza. Egyedül a működőtőke ki- és beáramlás mutatott pozitív tendenciát a kereskedelmi feszültség ellenére Kína esetében.

Amerika ott szűrt, ahol a kínai gazdaságnak a leginkább fájt. A vámok megtették a kellő hatást, ha a kínai gazdaság alakulását vizsgáljuk. Az elemzésem azonban a rövid távú és aktuális eredményeket veszi figyelembe. További kutatási lehetőségek adottak hosszú távú hatások vizsgálatára, végső soron pedig arra, hogy melyik hatalom kerülhet ki nagyobb relatív nyereséggel a kereskedelmi szembenállásból.

MARÓ ZALÁN MÁRK

marozalan@hotmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 10. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Dr. Török Áron
egyetemi docens, BCE GTK*

A kínai Új Selyemút kezdeményezés és a magyar export lehetőségei a legvalószínűbb útvonalak mentén elhelyezkedő országokba

A több mint 7.000 kilométer hosszú ókori selyemút 2100 évvel ezelőtt jött létre a Kína és Európa közötti kereskedelem előmozdítása érdekében; azonban a XV. század végén a Selyemút – és ezzel együtt Kína domináns szerepe – a földrajzi felfedezések, illetve a technológia fejlődése miatt hanyatlani kezdett. Ugyanakkor a mai korra jellemző globalizáció, és ennek hatására a szállítási költségekben jelentkező drámai csökkenés, továbbá a közúti, és különösen a vasúti technológiák fejlődése, illetve a politikai struktúrák átalakulása ismét egy „Modern” Selyemút (szárazföldön és vízen egyaránt) létrehozását helyezték a kínai állam célkeresztjébe. A szárazföldi szállítás (egyelőre még) drágábbnak tekinthető, mint a tengeri szállítás, de az Új Selyemút szárazföldi, főként a vasútvonalakra támaszkodó része jelentős előnyökkel járhat: az út Európába csupán körülbelül két hétig tartana, és kínai szemszögből az ország tengeri közlekedési függősége csökkenne.

A dolgozatnak célja kettős: egyrészt egy szisztematikus szakirodalom feldolgozáson keresztül bemutatja a Kína által elindított Egy Övezet, Egy Út kezdeményezést és annak különböző fontos elemeit (pl.: előzmények, meglévő és tervezett útvonalak, célok, beruházások, hatások stb.). Másrészt meghatározza, hogy melyek azok a komparatív előnyökkel rendelkező termékcsoportok és termékek, amelyeket Magyarország – főként a meglévő és megépíteni kívánt vasútvonalakra támaszkodva – a jövőben exportálhat a Távol-Keletre, illetve az Új Selyemút mentén elhelyezkedő országokba.

Magyarország három vasútvonal segítségével kapcsolódhat be a kezdeményezésbe. Ezen vasútvonalak mentén elhelyezkedő 17 ország 6 különböző országcsoportba (szomszédos országok, Balkán, Közel-Kelet, Kaukázus, Közép-Ázsia, Kína) került besorolásra gazdasági és társadalmi mutatók alapján. A dolgozat minden egyes országcsoport (és ország) esetén megfogalmaz export termékcsoport, illetve termék javaslatokat a Balassa-indexre épülő módszerek segítségével. Összességében az Új Selyemútnak – különösen a vasúti szállítás fejlődésének – köszönhetően hazánk exportszerkezete (és egyúttal importszerkezete is) átalakulhat. Magyarországnak, és így a hazai vállalatoknak, főként a mezőgazdasági és élelmiszeripari, a gépipari, és a gyógyszeripari termékekre kell helyezni a hangsúlyt, amelyhez minden körülmény adott, hiszen megvannak a gyártókapacitások; illetve ezek a termékek kitűnően illeszthetők – mind az érték/tömeg, mind a logisztika területén – a vasúti szállításhoz.

RAUSZ ROLAND*rausz.roli@gmail.com*

Pénzügy és számvitel

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:**Kárpáti András**Data scientist, TNX Logistics*

What Determines International Trade?

With globalization, the world had become more connected than ever before. Trading and diplomacy doesn't hold a mean of influence anymore. With the benefits of specialization and free trade, developing trade partnerships became a must to ensure maximal economic growth, even if conflicts arise between partners. As the opportunity cost of losing a trade partner has to be considered in every governmental decision consequence, trade had also become a powerful diplomatic tool. This paper tries to answer what influences the formation of global trade patterns. It tests current theories in the literature and own theories as well. The analysis is made with the usage of network science measure and with an exponential random graph model. The paper is made partly on primary data. As a matrix of global trade is was not available for the public, export data was scraped for every country from the website of the Observatory of Economic Complexity, creating a weighted network of international trade. The nodes represent each country, while the edges show the value of export. To test what influences the formulation of patterns, diplomatic and economic measures were collected for each country from seconder databases. These are GDP per capita, level of democracy and development through indexes, military power, resilience and specialization. Each variable was chosen to represent a formerly explained theory in the paper, like democratic peace theory or the gravity equation of trade. In addition, 16 geographic regions were created. The results show that differences in political regimes decrease the likelihood of trading, verifying democratic peace theory. According to the level of significance, the likelihood of trading is influenced positively by differences in GDP per capita and geographic region, which questions whether the gravity equation still stands. Other measures, such as interdependence showed positive, development negative, and specialization varied results whether they influence the formation of global trade. The results show that trade between developed and developing countries determine the global trade structure on a significant level, even though these transactions don't hold a central position. This also proves the effect of globalization on trading. The paper is limited in terms of explaining the exact cause of the results. As many factors have to be considered, complete literature review and further research should be done to explain the causers of the shown findings. The paper contributes to the literature by providing empirical evidence and ground for further diplomatic and economic papers. The paper also provides starting questions for these projects for each finding.

TAJTI ALEXANDRA

szanditajti@gmail.com

Vezetés és Szervezés

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Prof. Dr. Tóth József
egyetemi tanár, BCE GTK*

A globális szegénység és egyenlőtlenség összefüggéseinek vizsgálata

Pályamunkám kérdésfelvetése és az abban alkalmazott vizsgálatok a globális szegénység dimenziói és egyenlőtlenség témák köré csoportosulnak.

A bevezetés és a célkitűzés bemutatását követően a szegénység-definíciók bemutatásával foglalkozom, és a meghatározások elemzése során megállapításra kerül, hogy a modern definíciók már túlmutatnak a szegénység anyagi javak szűkösségével való jellemzésén, előtérbe kerül a szegénység összetettsége, sokoldalúsága. Megfogalmazásra kerülnek az élet további fontos aspektusai, mint az oktatás, az egészségügy és az intézményrendszer minősége, amiktől való megfosztottság a szegénység újabb dimenzióihoz vezet.

A negyedik fejezetben ezeket, a szegénységgel kapcsolatban álló dimenziókat fejlődés-gazdaságtan elméletekhez sorolom, majd a gazdasági fejlettséggel fennálló kapcsolat minőségét vizsgálom regressziós módszertannal. Megállapításra kerül, hogy a különböző fejlődés-gazdaságtani elméletek közül az intézményi fejlődés-gazdaságtan tényezői gyakorolnak legnagyobb hatást az adott ország gazdasági fejlettségére.

Az ötödik fejezetben a globális jövedelmi eloszlás egyenlőtlenségét mutatom be az egy főre jutó GDP adatok népességgel súlyozott Gini-együttható vizsgálatával, az egyenlőtlenség szintjét Lorenz-görbén szemléltetem. Vizsgálom az egyenlőtlenség szintjének tíz év alatt bekövetkezett változását, amely alapján azt a következtetést vonom le, hogy bár az egyenlőtlenség foka kis mértékben redukálódott, az még továbbra is messze túlmutat a kívánatos szinten, a világ jövedelem-eloszlása módfelett egyenlőtlen.

A hatodik fejezetet a térparaméterek és a területi autoregressziós modellek bemutatásával kezdem, majd rátérek a szomszédság fogalmára. Tudomásom szerint még egyetlen magyar és külföldi irodalom sem foglalkozott a világ országainak gazdasági fejlettségét befolyásoló, NUTS 0 szinten mért szomszédsági hatás vizsgálatával, és a hatás változásának bemutatásával. Globális – Moran I – és lokális – Local Moran I, Moran szórásdiagram – módszerekkel vizsgálom az országok együttmozgását, a jövedelmi helyzetek koncentrációját. A fejezet végén elmondható, hogy a szomszédsági hatás jelentősen determinálja az országok fejlettségi szintjét, annak mértékét. A kapott eredményeket bemutató térképekkel grafikusán is megjelenésre kerülnek a világon jelen lévő szegénységi gócok és magas jövedelmű országcsoportok, koncentrációk.

TAN PANHAVAON*tanpanhavaon.savant@gmail.com*

Business Administration and Management

BSc, 7. félév

Pannon Egyetem

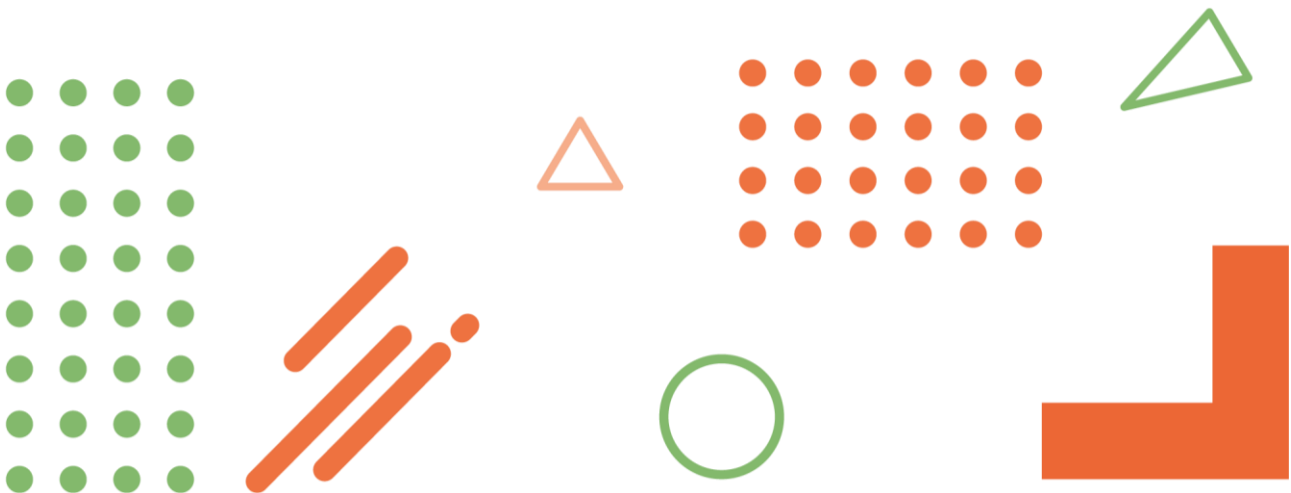
Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Veres Anita
adjunktus, PE GTK*

The Impact of ASEAN Economic Integration on CLMV in Regional Trade Scenario

The Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) is one of the world's most renowned organizations that has been significantly appreciated by economists for constructing tremendously fruitful outcome in prospering both intra- and extra-regional economic relationships. Though it is meticulously cherished by entrants as well as its citizens as a result of its prolific progress, there are some negative and positive sentiments occurring in the literature about the integration procedure. The complete regional accuracy of this research is carried out from the recent years' regional economic integration and intra-trade performance of CLMV (Cambodia, Laos, Myanmar, and Vietnam). Thus, this paper will explicitly manifest the roles and the performances of ASEAN itself in the process of economic integration on CLMV countries and it further addresses some challenges that CLMV face as well as advantages they benefit from. With the support of other studies, this paper also suggests what CLMV countries should work on to improve themselves in order to reduce constraints in the economic integration process. Therefore, the paper presents an intensely rudimentary view of ASEAN to readers for better understanding the concepts of the integration of economy as well as the sustainability, visions, and future goals of this outstanding regional intergovernmental organization, ASEAN, which is a strong and prosperous economic zone throughout the world. The findings confirm that CLMV members are beyond other ASEAN countries and still need time to catch up with ASEAN-6 countries. The research calls to attention, the need for strong government policy recommendations and mechanisms along with the aid of ASEAN members and their collaboration, for the development of the countries and the standard of the economic integration process.

Keywords: ASEAN, Regional Economic Relationships, Economic Integration, CLMV, Sustainability.



Névmutató

- ÁBRAHÁM VIVIEN, 168
 AIGNER IVÁN, 616
 ALI FADI, 501
 AL-RAJOUB RAID, 432
 AMBRUS REBEKA, 318
 ANGYALOS ZSANETT,
 433
 ANTAL BIANKA
 CSILLA, 568
 ARAILYM
 SEITKHANOVA, 293
 ÁSVÁNYI MARCELL,
 143
 BABOS ANDRÁS, 554
 BABOTÁN MÁRK
 LÁSZLÓ, 332, 457
 BADINSZKY RÉKA
 GABRIELLA, 107, 319
 BAKOS IMOLA, 206
 BALÁZS ÁKOS, 333
 BALÁZS BENCE
 FERENC, 144, 306
 BALÁZS-BORZA ENIKŐ,
 169
 BÁLINT BIANKA, 95
 BALÓ VERA, 145
 BALOG ESZTER TÜNDE,
 253
 BÁN BERNADETT, 434
 BÁNFI DOROTTYA, 502
 BÁNÓCZI ANNA, 24, 156,
 183
 BARANYI VIRÁG, 108
 BARCSÁK LINDA, 281
 BARDÓCZY TIBOR, 254
 BARTL NÓRA, 79
 BAŠA PATRIK, 37, 294
 BATA MILÉNA, 109
 BATÓ ALEX, 14
 BATTÁ NORBERT, 66
 BÉKÉSI VIVIEN, 228
 BENCSIK MÁRTA
 ILDIKÓ, 354
 BENE SÁRA, 458
 BENYÓ BARNABÁS, 38
 BERENCSI ALEXA, 241
 BERNYISCSEK
 FRUZSINA, 207
 BESENYEI LORETTA,
 208
 BIRINYI LAURA, 184,
 588
 BIRÓ DÁNIEL, 472
 BÍRÓ JÁNOS, 555, 569
 BIZDERI DÓRA, 25
 BLASKOVICS BIANKA,
 307
 BODÓ REGINA, 196
 BODORICS KITTI JÚLIA,
 556
 BODZSÁR-URBÁN ÉVA,
 355
 BOGA BALÁZS, 170
 BOHÁK KORNÉLIA
 BLANKA, 515
 BOLDMAA BAT-
 ERDENE, 80
 BOLOG MONICA, 435
 BONCZ BETTINA, 396
 BOROS BETTINA, 417
 BOROS HENRIETTA
 MÓNIKA, 242
 BORSZÉKI LEVENTE,
 579
 BOSNYÁK KRISZTIÁN,
 369
 BOZSOKI FRUZSINA,
 445
 BÖRÖCZ MÁTÉ, 110
 BÖRÖCZKY DEZSŐ, 557
 BRAUN EMESE, 59
 BREGLOVICS
 VERONIKA, 356
 BUCSI ANNA, 530
 BUJÁKI JÁNOS, 558
 BUJTOR EVELIN, 418
 BUKUR TAMÁS, 209
 BULEJSZA
 ALEXANDRA, 357
 BUNDSÁG ÉVA
 SZABINA, 132
 BUR ESZTER, 118
 BURJÁNNÉ SZANISZLÓ
 VIVIEN, 436
 BUSOEDOV
 ALEKSANDR, 381
 CLARO DÁNIEL, 39
 CZÉGÉNY LÁSZLÓ, 295
 CZÉKUS PATRÍCIA, 589
 CZIBRIK GÁBOR, 267
 CZILLAHÓ KRISZTINA,
 531
 CZVETKÓ TÍMEA, 382
 CSABA ZSÓFIA, 580
 CSALLÓ RICHÁRD
 PÉTER, 268
 CSÁSTYU LILLA, 81
 CSATÓ ALEXA, 26
 CSEPREGI DÁNIEL, 185,
 473
 CSERNA BENJÁMIN, 119
 CSERNÁK JÁNOS, 67
 CSERNÁK VIRÁG, 229
 CSÍKI OTTÓ, 111, 171
 CSINGER BENCE, 296
 CSIZMADIA ADRIÁN,
 383
 CSOMA MÁRK ZOLTÁN,
 230
 CSONKA NIKOLETT, 384
 CSONTOS TAMÁS
 TIBOR, 82
 CSŐKE DÓRA, 49
 CSUNYÓ NOÉMI, 516
 CSURGOVICH
 ALEXANDRA, 146
 CSÜRY ÁGOTA, 358
 DANCZ ÁKOS GYULA,
 446
 DEME GÁBOR, 67, 581,
 590
 DEME GYÖNGYI, 488
 DOBOS EMESE, 27, 617
 DOBOS JUDIT, 172
 DÖMÖK ADRIENN
 MANNA, 157
 DÖRGŐ DÁVID ISTVÁN,
 231
 DR. CSEMA TAMÁS
 LÁSZLÓ, 197
 DRICZKU VALÉRIA, 198
 DROPSA SZIMONETTA,
 15
 EDŐCSÉNY KLÁRA
 ILONA, 173
 ERŐS GÁBOR, 474
 FÁBIÁN DÓRA, 269
 FÁBIÁNNÉ JÁTÉKOS
 JUDIT ILONA, 370
 FALVI ZSÓFIA, 532
 FARAGÓ TEODÓRA, 407

- FARKAS ATHÉNE, 447,
517
- FARKAS BERNADETT,
282
- FARKAS RICHÁRD
MÁRK, 371
- FAZEKAS BENCE
GYÖRGY, 334
- FAZEKAS FLORANCE
TITANILLA, 372
- FEHÉR DÁVID, 16
- FEHÉR GÁBOR, 419
- FEJES BALÁZS
BENEDEK, 559
- FEJES CSONGOR, 599
- FEKETE ANETT, 407
- FEKETE DÁVID, 147
- FEKETE FANNI
KRISZTINA, 232
- FENYVESI JANKA, 133
- FERENC MÁRTA, 50
- FIGURA BETTINA, 385
- FISCHER ANDRÁS, 255
- FONYÓDI ANETT, 148
- FORRÓ KINGA, 282
- FÓTHY NOÉMI, 134
- FŐGLEIN GYULA, 373
- FRIEBERT ÁGOSTON
LÁSZLÓ, 256
- FRIS ESZTER, 359
- FÜLLER KAMILLA, 120
- FÜLÖP PÉTER, 282
- GAÁL DOROTTYA
KAROLIN, 518
- GÁBOR BRIGITTA, 541
- GABRIELA CIOLACU,
199
- GÁL PETRA, 360
- GALAMBOS PATRÍCIA,
135
- GARAMVÖLGYI DÁVID,
69
- GERICS DOROTTYA
BORBÁLA, 570
- GORJANECZ GYÖRGY,
200
- GOSSLER ENIKŐ, 408
- GÖBLYÖS CINTIA
LAURA, 437
- GRANÁT MARCELL, 210
- GRESÓ ESZTER, 397
- GREUTTER-GREGUS
ÉVA, 386
- GYENES JÁNOS MÁRK,
555
- GYETVAI GÁBOR, 158
- GYŐRI ESZTER, 96
- GYŐRI LUCA ANDREA,
320
- GYÖRKI JÁNOS, 582
- HADHÁZI VIKTÓRIA,
533
- HAGARA ZOLTÁN
PATRIK, 201
- HAJDU FRANCISKA, 591
- HAJTÓ CINTIA, 519
- HALMAI LÉNA
FRUZZSINA, 70
- HALPERT ERIK, 409
- HANESZ JÚLIA, 211
- HARNBERGER BIANKA,
136
- HARSÁNYI HENRIETTA,
600
- HARTA PÉTER, 592
- HARTVIG ÁRON DÉNES,
28, 29, 159, 343, 387,
459, 607, 618
- HATSCHER DOROTTYA,
583
- HAYFORD MAWULI
ZIGAH, 619
- HEGEDÜS DÓRA, 257
- HEILMANN ISTVÁN
JÓZSEF, 60, 335, 336
- HERCZEG GYULA, 202
- HERCZEG MIKLÓS, 520
- HERCZEG ZOLTÁN, 344
- HOFFMANN KAMILLA,
542
- HORTOLÁNYI ÁRPÁD
LÁSZLÓ, 321
- HORVÁTH ADÉL, 308
- HORVÁTH FRUZZSINA,
503
- HORVÁTH GÁBOR, 61,
158
- HORVÁTH KATA, 283,
360
- HORVÁTH NIKOLETT,
593
- HORVÁTH PETRA
ESZTER, 322
- HORVÁTH REBEKA
DORINA, 398
- HORVÁTH SZILVIA
MÁRIA, 420
- HORVÁTH ZSÓFIA, 475
- HUSZÁR IVETT, 157
- HUSZTI JÓZSEF, 323
- IBRAHIM ASADOV, 504
- IBRAHIM KHALIL, 620
- IGNÁCZ BALÁZS, 40
- ILLÉS MÁRIA, 534
- INCZÉDI IVETT
NATASA, 448
- INGULA LUCA SÁRA,
258
- ISTVÁN ZSÓFIA, 297
- JÄGER BETTINA
SZIMONETTA, 160
- JAKAB RITA, 324
- JAKÓ FANNI, 457, 476
- JAKUS VIKTOR MÁRK,
608
- JARJABKA ÉVA
ERZSÉBET, 174
- JÁSZ JERNE SAROLTA,
489, 490
- JÁSZAI TAMÁS, 337
- JÓNA PÉTER, 309
- JUHÁSZ ANNA, 491
- JUHÁSZ BENCE, 338
- JUHÁSZ KRISTÓF
ATTILA, 477
- JUHÁSZ PÉTER
MÁRTON, 218
- KACSAK ÁDÁM, 28
- KALÁCSKA ESZTER, 438
- KALMÁR BENEDEGÚZ,
460
- KALMÁR LAURA, 571
- KAPIN EMŐKE, 421
- KARDOS ÁKOS, 325
- KARDOS SZILVIA
MIRTILL, 492
- KÁRPÁTI REGINA, 233
- KATONA VERONIKA,
339
- KELEMEN ADÉL, 159
- KELEMEN KINCŐS, 399
- KELEMEN MIHÁLY
FERENC, 175
- KELEMEN RÉKA, 449
- KERTAI ÁDÁM, 310

- KERTÉSZ ANNA RITA, 521
 KIFFER DORINA LILLA, 422
 KIMPÁN NORBERT, 345
 KIRÁLY ÁRMIN ERIK, 450
 KIRÁLY TÜNDE, 439
 KISANTAL BARBARA, 51
 KISS BALÁZS, 584
 KISS DÉNES, 609
 KISS DOMONKOS, 478
 KISS ESZTER, 212
 KISS GERGELY, 41
 KISS RÉKA, 410
 KISS TIBOR, 440
 KISS VIKTOR SOMA, 243
 KISS VIRÁG ANNA, 493
 KISS-KIRÁLY DÁNIEL MÁRK, 388
 KLAUSZ ADRIENN, 374
 KOCSIS ANDRÁS, 400
 KOCSIS RÉKA, 494
 KOCSIS ZITA BRIGITTA, 161
 KOLLÁR ANNA, 121
 KONDÁS VIVIEN, 411
 KONTICS ZOLTÁN MÁTÉ, 423
 KORÁNYI PETRA, 298
 KORHECZ RÉKA, 560
 KÓRÓGYI GERGELY, 158
 KOVÁCS BOGLÁRKA BIANKA, 461
 KOVÁCS DÓRA, 535, 569
 KOVÁCS ESZTER, 284, 543, 544
 KOVÁCS FANNI, 186
 KOVÁCS KLAUDIA, 97
 KOVÁCS LILLA, 361
 KOVÁCS LILLA ÁGNES, 362
 KOVÁCS NIKOLETT, 244
 KOVÁCS TAMARA, 122
 KOVÁCS TÍMEA, 285
 KOVÁCS VIKTÓRIA, 610
 KOVÁCS ZSÓFIA, 98
 KOVALENKO MARIYA, 505
 KOZÁK LUCA, 389
 KOZMA BARBARA, 270
 KOZMA NÓRA, 441
 KOZMA TAMÁS ANDRÁS, 84
 KÖRÖSI PÉTER, 621
 KÖVESDY MIHÁLY, 569
 KRAFT ROLAND, 594
 KRÁNICZ DÁNIEL, 346
 KRÁNICZ VIVIEN, 363
 KRASNYÁNSZKI ÁDÁM, 203
 KREITL KITTI, 462
 KRUPÁNSZKI KORNÉL, 585
 KUCSERA MELITTA, 271
 KUKNYÓ DÁNIEL, 187
 KUNHALMI ATTILA, 311
 KURUCZ BETTINA, 326
 LACZKÓ ADRIENN, 149
 LÁNG ANDRÁS, 479
 LANTOS ANGÉLA, 245
 LÁSZLÓ BEÁTA, 327
 LÁSZLÓ VERONIKA, 52, 124
 LAUFER ZOLTÁN, 401
 LÉBER DÁNIEL, 463
 LÉGRÁDI ATTILA, 545
 LEIPOLD PÉTER ZOLTÁN, 62
 LEKSZIKOV KITTI, 85
 LELLEI LUCA, 53
 LENTNER BALÁZS, 561
 LÉVAI PETRA, 71
 LIKVÁCSIK DÁVID, 601
 LIPCSEI BENCE, 17, 286
 LOPEZ-MÜLLER JENNIFER, 234
 LOVAS ALEXANDRA, 298
 LOVAS ÁRON, 622
 LŐRINCZ ANNAMÁRIA, 340
 LUCZ VANESSZA, 213
 LUSTÁK DÁNIEL, 495
 MACHER DÁVID, 214
 MADAI RÉKA, 562
 MADARÁSZ LAURA, 176
 MADARÁSZ NIKOLETT, 54, 150
 MAG RÓBERT, 170
 MAGYAR ÁGNES, 99
 MAGYARI ESZTER ANNA, 623
 MAGYARI TÜNDE, 86
 MÁJER ANTÓNIA, 496
 MAJOR FRUZZSINA, 364
 MALÁTI DALMA, 572
 MANN KLAUDIA, 259
 MARADA PETRA, 18
 MÁRKUS ZITA, 522
 MARÓ ZALÁN MÁRK, 624
 MARSI EDINA, 523
 MÁRTON JÁNOS, 137
 MATOS BENCE, 401, 412
 MAYER BALÁZS, 30, 451
 MENYHÉRT KRISTÓF, 219
 MERKEI DÓRA, 312
 MESKÓ ALEX ISTVÁN, 55
 MÉSZÁROS ALEXANDRA ÁGNES, 235
 MEZEY BEATRIX, 177
 MIHÁLY ZSANETT, 287
 MIHOK SZIDONIA, 63
 MIKESY VERONIKA, 67
 MISKOFF BENCE, 260
 MÓDOS ZOLTÁN, 31
 MOHÁCSI KRISZTINA, 87
 MOLDRICH MÁRK BENCE, 611
 MOLNÁR ALBERT, 480
 MOLNÁR BENCE, 506
 MOLNÁR BERNADETT, 261
 MOLNÁR EVELIN, 72
 MOLNÁR JÁNOS, 178
 MOLNÁR LILLA ÍRISZ, 464
 MOLNÁR MÁRIA, 288
 MOLNÁR TIMEA, 272
 MONA ZSUZSA, 424
 MORVA ATTILA, 452
 MOSES AMANOR PADI, 546
 MUCSI NIKOLETT SZANDRA, 583
 MURÁNYI MÁTYÁS PÉTER, 162

- MURATOV-SZABÓ
KIRA, 465
- NÁCSA CSABA, 112
- NÁDASDI ANDREA, 563
- NAGY ÁDÁM, 289
- NAGY ALEXANDRA, 73
- NAGY ANETT
VALENTINA, 290
- NAGY BARBARA, 138
- NAGY CSENGE, 88
- NAGY DÓRA, 139, 524
- NAGY DÓRA FELÍCIA,
207
- NAGY KINCŐ LILLA,
612
- NAGY ODETT, 347
- NAGY RÉKA, 262
- NAGY STELLA, 453
- NAGY ZSÓFIA, 56
- NAGY-GYÖRGY
BLANKA, 220
- NÁHLIK ANDRÁS, 163,
454
- NÁTRÁN ADÉL, 525
- NÁTZ KATALIN, 188
- NEMÉNY DORKA
VIRÁG, 613
- NÉMETH ANDRÁS, 42
- NÉMETH BALÁZS, 365
- NÉMETH DÁNIEL, 390
- NÉMETH HENRIETTA
ELVIRA, 586
- NÉMETH KEVIN, 125
- NÉMETH NIKOLETT, 212
- NÉMETH TAMÁS, 140
- NÉREL ELEONÓRA, 313
- NESZVECSKÓ PETRA
ESZTER, 425
- NEUHOLD DÓRA
ÁGNES, 573
- NEUMANN ESZTER, 602,
614
- NGUYEN THI THAO
HUONG, 263
- NIGAR VALIZADA, 508
- NOSZÁLY BETTINA
BLANKA, 151
- NYITRAI DÓRA, 100
- OBERFRANK BALÁZS
PÁL, 387
- OLÁH EVELIN
ZSUZSANNA, 113
- OLÁH REGINA
SZIDÓNIA, 101
- OLEXÓ TÜNDE, 189, 190
- ONHAUSZ NIKOLETT,
273
- ORBÁN RENÁTA, 299
- PAIL MILÁN, 603
- PÁNCSICS ZSOMBOR,
402
- PAP ÁRON, 29
- PAPIK RÉKA, 412, 413
- PAPP BERNADETT, 414
- PAPP DALMA
FRUZSINA, 135
- PAPP GERGELY, 348
- PAPP JÁNOS SÁNDOR,
236
- PAPP LÁSZLÓ, 466
- PÁSZTOR BARNABÁS,
54, 150
- PATAKI JÁNOS
BALÁZS, 574
- PAULOVICS PÉTER, 391
- PÁVEL NÓRA, 246
- PELSŐCI BALÁZS
LAJOS, 547
- PELYHE VALÉRIA, 102
- PEMMER BÁLINT, 400
- PETE DOROTTYA, 300
- PETE VANDA, 32
- PETRIC ATTILA MÁRK,
221
- PINTÉR FANNI, 152
- PIPIS BENCE, 215
- PIROS EDINA, 74, 247
- PLESZKÓ RENÁTA, 375
- PLÓSZ ÁGOTA, 291
- PÓCSA KRISZTINA, 509
- POLGÁR ZSÓFIA, 548
- POLONKAI ÁDÁM, 141
- PORKOLÁB PATRÍCIA
FANNI, 549
- PÓTA CSERNE PANKA,
366
- PREPUK ANDREA, 467
- PUHA ADRIENN, 153
- PUSKÁS MÁRIA
BORBÁLA, 248
- QI JIE, 510
- RAHMANI MOHAMMAD
SALEH, 249
- RÁKI VIKTÓRIA, 328
- RAPPAY BENCE ZSOLT,
274
- RAPTIS ANDRÁS
JOANNIS, 162
- RAUSZ ROLAND, 625
- REIZINGER KRISTÓF,
349
- RETTET NÓRA, 89
- RÉVAI JÚLIA, 426
- RIKOVICS FANNI, 33
- RODGERS ISAAC
KISLANGANI, 511
- SÁGI ROLAND, 427
- SALHI NOUHA, 222
- SÁNTA KAMILLA, 294
- SCHLETT BÁLINT
GERGŐ, 67
- SEBESI PETRA, 497
- SEDLÁK RICHÁRD, 595
- SIKET BENCE, 341
- SIKET OLIVÉR LÁSZLÓ,
164
- SIMON ALEXANDRA, 90
- SIMON DÁNIEL, 403
- SIMON ZSÓFIA, 275
- SINKÓ BALÁZS, 314
- SIPOS JOHANNA, 208
- SIVÁK ÁGNES, 325
- SOMOGYI RÉKA, 165
- SOÓS ESZTER, 526
- SOÓS VANESSZA
VIVIEN, 57
- STEFÁN RÉKA, 114
- STEFANOVICS
VIKTÓRIA, 604
- STEMPLER BALÁZS, 481
- SUHAYDA VIOLA, 564
- SÜLE KATA, 19
- SÜLI MARTIN, 455
- SZABÓ ÁKOS, 20, 237,
276
- SZABÓ BALÁZS, 527
- SZABÓ BRIGITTA, 277
- SZABÓ CSENGE
KRISZTINA, 536
- SZABÓ DOROTTYA, 286
- SZABÓ DOROTTYA
ANNA, 91
- SZABÓ ELIZABETH
BLANKA, 298
- SZABÓ KRISZTINA, 367
- SZABÓ TAMARA, 179

- SZABÓ TAMÁS, 392
 SZABÓ ZOÉ JÚLIA, 596
 SZABÓNÉ FORGÁCS
 GABRIELLA, 442
 SZAJBÉLY ZSIGMOND,
 223
 SZALKA PETRA, 250
 SZAMMER ANETT, 575
 SZANISZLÓ VERONIKA,
 84
 SZÁNTÓ LÁSZLÓ, 34
 SZÁNTÓ PÉTER, 537
 SZÁNTÓ TÜNDE
 KATALIN, 376
 SZARKA ÁLMOS, 43
 SZÉCSI DOMINIKA, 264
 SZÉKELY MELINDA, 75
 SZEKERES NIKOLETT,
 414
 SZEMERÉDI ANDRÁS,
 377
 SZENDI-JOÓ INEZ, 126
 SZENTE DZSENIFFER, 350
 SZENTIVÁNSZKY SÁRA,
 315
 SZENTPÁLI-TÓTH
 ÁDÁM, 67
 SZEPESI NÓRA JUDIT,
 154
 SZIGETI SZILÁRD, 21
 SZIGETI TÍMEA, 415
 SZIJÁRTÓ BOGLÁRKA
 CSILLA, 180
 SZILVÁSI PETRA, 301
 SZMULAI ÉVA
 ADRIENN, 576
 SZOLNOKI FERENC, 498
 SZŐKE TÍMEA, 282
 SZÖLLŐS-TÓTH
 ANDREA, 528
 SZÜCS PATRÍCIA
 ZSUZSANNA, 191
 SZÜCS VIKTÓRIA, 565
 SZÜCS ZOLTÁN, 512
 TAJTI ALEXANDRA, 626
 TAJTI ANNA, 92, 93
 TAJTI KITTI, 566
 TAKÁCS BARNABÁS, 44
 TAKÁCS FANNI, 329
 TAKÁCS RÉKA, 330
 TAKÁCS VIVIEN, 351
 TAMÁSI EVELIN, 513
 TAN PANHAVAON, 627
 TANI VIVIEN, 538
 TAR DÁNIEL ATTILA,
 208
 TARNÓCZI NÓRA
 ANNA, 192
 TARNÓCZI TAMÁS
 BENCE, 394
 TÁRNOKI NIKOLETT,
 302
 TÁRNYIK FANNI ANNA,
 103
 TERÉK BALÁZS, 590
 TEREY ZSOMBOR, 468
 TILL GÁBOR, 482
 TIMÁR BARNABÁS, 483
 TISLÉR ÁDÁM, 127
 TOLVAJ MÁRTON, 443
 TORDAI DÁNIEL, 67
 TÓTH ÁDÁM, 181
 TÓTH ANDRÁS, 261
 TÓTH BENCE, 216
 TÓTH BENEDEK, 61
 TÓTH DORINA ANIKÓ,
 115
 TÓTH ENIKŐ, 128
 TÓTH ILDIKÓ, 303
 TÓTH MAGDOLNA, 129
 TÓTH MÁTÉ, 144, 428,
 469
 TÓTH NOÉMI, 45
 TÓTH RITA, 378
 TÓTH STELLA, 287
 TÓVÁRI GERGŐ, 46
 TÖRÖK BORBÁLA
 CECÍLIA, 476
 TÖRÖK RÉKA SZABINA,
 278
 TURNER HANNA
 KORNÉLIA, 259
 TUSA BIANKA ESZTER,
 301
 ÚJVÁRI ALIZ, 279
 VÁGÓ ÁKOS, 347, 470
 VAIDA CYNTHIA-
 BIANCA, 499
 VAJDICS ATTILA, 484
 VALENTIN DÓRA, 304
 VÁLYI-NAGY
 ERZSÉBET DÓRA, 166
 VÁNTUS KATALIN, 550
 VARGA MARCELL, 485
 VARGA MARTINA, 193
 VARGA PATRIK ZSOLT,
 224
 VARGA REBEKA SÁRA,
 238
 VARGA RÓBERT, 64
 VARGA VIVIEN, 116, 404
 VARGA-LENGYELTÓTI
 SZILVIA, 379
 VARKOLY ÁDÁM, 486
 VARTIK MELINDA, 35
 VÁSÁRHELYI BENCE,
 387
 VASAS NIKOLETT, 225
 VÉGH MARTIN, 551
 VÉGH VIVIÁNA ANNA,
 429
 VÉGHNÉ KOHUT
 DOROTTYA, 597
 VÉGVÁRI BENCE, 104
 VELKEY ARTÚR, 561
 VEREB ZSÓFIA DORKA,
 130
 VERES DOMINKA, 405
 VERES LAURA, 430
 VERHÁS ALEXANDRA,
 552
 VIG ÁDÁM, 413
 VIKTOR PATRIK, 47
 VIZI NOÉMI, 76
 VIZI TÍMEA, 352
 VLADÁR VERONIKA
 FANNI, 605
 VÖRÖS DALMA, 77
 VÖRÖS FRIGYES, 539
 VULETA PATRÍCIA, 194
 WEBER TIMEA JOLÁN,
 105
 WEINHOFFER PETRA,
 577
 WILD ANETT
 BERNADETT, 239
 WILHELM RÉKA, 226
 WINKLER JÁNOS, 251
 XIANG JIN, 22
 ZENTAI BRIGITTA, 265
 ZOMBORI NÓRA, 316
 ZSIROS ÁDÁM, 204



Intézménykódok

INTÉZMÉNYKÓDOK

Intézmény kódja	Intézmény neve
BCE	Budapesti Corvinus Egyetem
BCE GT	Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Tudományterület
BCE GTK	Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
BCE KT	Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Tudományterület
BCE KTK	Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
BCE TK	Budapesti Corvinus Egyetem Társadalomtudományi Kar
BCE TT	Budapesti Corvinus Egyetem Társadalomtudományi Tudományterület
BGE	Budapesti Gazdasági Egyetem
BGE GKZ	Budapesti Gazdasági Egyetem Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg
BGE KKK	Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Kar
BGE KVIK	Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar
BGE PSZK	Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar
BKF HFF	BKF Heller Farkas Főiskola
BME	Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
BME GPK	Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Gépészmérnöki Kar
BME GTK	Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Gazdaság és Társadalomtudományi Kar
BME TTK	Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Természettudományi Kar
BME VIK	Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Villamosmérnöki és Informatikai Kar
DE	Debreceni Egyetem
DE EK	Debreceni Egyetem Egészségügyi Kar
DE GTK	Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
DUE	Dunaújvárosi Egyetem
EDUTUS	EDUTUS Egyetem
EJF MKK	Eötvös József Főiskola Műszaki és Közgazdaságtudományi Kar
EKE	Eszterházy Károly Egyetem
EKE AVK	Eszterházy Károly Egyetem Agrártudományi és Vidékfejlesztési Kar
EKE GTK	Eszterházy Károly Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
ELTE	Eötvös Lóránd Tudományegyetem
ELTE GTI	Eötvös Lóránd Tudományegyetem Gazdálkodástudományi Intézet
ELTE PPK	Eötvös Lóránd Tudományegyetem Pedagógiai és Pszichológiai Kar
ELTE SEK	Eötvös Lóránd Tudományegyetem Savaria Egyetemi Központ
ELTE TÁTK	Eötvös Lóránd Tudományegyetem Társadalomtudományi Kar
GDF	Gábor Dénes Főiskola
IIRFKMF	II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola
KE GTK	Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar
KJE	Kodolányi János Egyetem
KRE ÁJK	Károli Gáspár Református Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar
KRTK VGI	Közgazdaság- és Regioális Tudományi Kutatóközpont Világgazdasági Intézet
MATE	Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
MATE Kaposvári Campus	Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Kaposvári Campus

INTÉZMÉNYKÓDOK

MATE Károly Róbert Campus	Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Károly Róbert Campus
MATE Szent István Campus	Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Szent István Campus
ME	Miskolci Egyetem
ME GÉIK	Miskolci Egyetem Gépészmérnöki és Informatikai Kar
ME GTK	Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
METU	Budapesti Metropolitan Egyetem
METU HFTGK	Budapesti Metropolitan Egyetem Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar
METU ÜKTF	Budapesti Metropolitan Egyetem Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar
MILTON	Milton Friedman Egyetem
NJE GTK	Neumann János Egyetem Gazdaságtudományi Kar
NKE ÁNTK	Nemzeti Közszerződési Egyetem Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar
NYE	Nyíregyházi Egyetem
ÓE	Óbudai Egyetem
ÓE BGK	Óbudai Egyetem Bánki Donát Gépész és Biztonságtechnikai Mérnöki Kar
ÓE KGK	Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar
ÓE NIK	Óbudai Egyetem Neumann János Informatikai Kar
PE	Pannon Egyetem
PE GKZ	Pannon Egyetem Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg
PE GTK	Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
PE MK	Pannon Egyetem Mérnöki Kar
PE ZEK	Pannon Egyetem Zalaegerszegi Kar
PKE	Partiumi Keresztény Egyetem, Nagyvárad
PTE	Pécsi Tudományegyetem
PTE BTK	Pécsi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar
PTE KPVK	Pécsi Tudományegyetem Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar
PTE KTK	Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
RO BBTE	Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Kolozsvár
RO BBTE KGTK	Babeş-Bolyai Tudományegyetem Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar, Kolozsvár
RO EMTE CSK	Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem Csíkszeredai Kar
RO PKE	Partiumi Keresztény Egyetem
RS EDUCONS	Educons Egyetem, Kamanc
RS UE	Újvidéki Egyetem
SK SJE	Selye János Egyetem, Komárom
SOE	Soproni Egyetem
SOE LKK	Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar
SOE SKK	Soproni Egyetem Simonyi Károly Műszaki, Faanyagtudományi és Művészeti Kar
SZE GIVK	Széchenyi István Egyetem Gépészmérnöki, Informatikai és Villamosmérnöki Kar
SZE KGK	Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar
SZIE GTK	Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

INTÉZMÉNYKÓDOK

SZIE KC GTK	Szent István Egyetem Kaposvári Campus Gazdaságtudományi Kar
SZIE KRC	Szent István Egyetem Károly Róbert Campus, Károly Róbert Kar
SZTE BTK	Szegedi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar
SZTE GTK	Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
SZTE MK	Szegedi Tudományegyetem Mérnöki Kar
TE	Testnevelési Egyetem



Támogatók

FŐVÉDNÖKÖK



KIEMELT TÁMOGATÓK



Morgan Stanley



TÁMOGATÓK



The modern way of living.

